

应用型翻译系列教材

实用 旅游英语翻译

Translation between
English and Chinese in Tourism
(Second Edition)

(英汉双向) (第二版)

彭萍 编著



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

应用型翻译系列教材

实用旅游英语翻译

(英汉双向)

(第二版)

彭萍 编著

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

实用旅游英语翻译: 英汉双向 / 彭萍编著. —2 版

· 一北京: 对外经济贸易大学出版社, 2016. 3

应用型翻译系列教材

ISBN 978-7-5663-1533-5

I. ①实… II. ①彭… III. ①旅游-英语-翻译-高等学校-教材 IV. ①H315. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 028951 号

© 2016 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

实用旅游英语翻译 (英汉双向) (第二版)

彭萍 编著

责任编辑: 谭利彬

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

三河市少明印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm×260mm 14 印张 324 千字

2016 年 4 月北京第 2 版 2016 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1533-5

印数: 0 001-4 000 册 定价: 32.00 元

出版说明

随着全球化进程的日益加快，市场上对于翻译人才的需求日渐增加，尤其是不同专业领域的翻译人才越来越受到青睐。许多高等院校开始重视专门用途英语（ESP）课程的开设，商务英语、科技英语、旅游英语和新闻英语等，成为重要的 ESP 课程，也越来越受到相关专业学生、普通英语专业中有志于从事相关专业翻译学生的青睐。

为适应新的教学需要，满足社会对专业翻译人才的教学培养需求，对外经济贸易大学出版社策划出版了这套“应用型翻译系列教材”，内容涵盖商务、科技、旅游和新闻等各个方面。它不仅能满足翻译专业人士的需求，同时可作为全国高等院校英语专业（本科）选修课教材，翻译专业（本科、硕士）必修课教材，也可以作为英语学习爱好者自学的专业读物。

本系列教材的作者均为全国重点高等院校翻译专业学科带头人和一线优秀教师，充分体现了当今专门英语翻译教育的发展方向和水平。具体书目包括《实用商务英语翻译》《实用科技英语翻译》《实用旅游英语翻译（英汉双向）》《实用新闻英语翻译（英汉双向）》《法庭口译》《实用文体翻译教程（英汉双向）》《大学实用翻译教程（英汉双向）》《实用经贸文体翻译（英汉双向）》《实用经贸汉英/英汉口译》《英汉比较与翻译》和《大学英语翻译》等。

本系列大部分教材配有 ppt 电子课件，具体情况请登录 www.uibep.com 查看。

对外经济贸易大学出版社外语图书事业部

2016 年 1 月

第二版前言

《实用旅游英语翻译（英汉双向）》读者反响不错，出版社敦促我对此书进行修订从而能够出版第二版，喜闻这一消息，我非常激动，欣然接受了出版社的邀请。但是，平时的工作总是很忙，修订工作总是不断被打断，到今天终于感觉比较满意，也算是给自己和出版社一个交代。

旅游翻译发展的势头强劲，本人多年来从事旅游翻译实践工作从未中断，而且感觉市场需求越来越大，因此对广大热爱翻译的读者来说，这种市场发展态势无疑是非常重要的机遇。能够将自己的旅游翻译心得带给读者，也是我莫大的安慰和荣幸。尤其是在本书修订期间，我承担了中国国家旅游局 30 多万字的旅游翻译文本以及地图校对工作，涉及 48 个旅游目的地。这也使我进一步认识到旅游翻译的重要性以及国内旅游翻译的优点和欠缺所在。而且，非常高兴的是，今年 6 月初我将自己归纳出的国内旅游翻译存在的问题和对策与来自英国阿伯丁大学的翻译教授们分享与探讨，一些实例的分析和修订以及我所提出的具体对策和宏观解决方案得到了他们的高度认可，从而提高了我的信心。我把其中一部分具体内容加进本书，变成了第二章。

由于自己感觉到第一版在理论论述方面和体例方面算是比较完善了，所以这些方面我没有做大的调整。所做的调整如下：第一章添加了有关旅游英语的界定；第二章完全是新加上去的；第七章单独列出中文旅游文本中常用的夸张、排比和对仗这样的修辞手法；由于英语旅游文本中关于典故、诗歌、楹联等使用极少，故第九章删除了英译汉的讲解，只讲汉译英，相应的热身练习和课后练习也作了调整；大多数章节的第一模块增加或替换了一些热身练习；大多数章节讲解过程中补充了例子，或替换了原来的例子；几乎所有章节中第三模块译文辨析部分添加了一个中译英的译文辨析；第十一章语篇练习替换了一些篇章。同时限于篇幅，删除了第一版中有关菜肴名称的附录。另外，有些章节在表述上有所调整。特此说明。

希望本书能够一如既往地对学生有所帮助。感谢对外经济贸易大学出版社编辑谭利彬女士，感谢我的先生刘辛给予我的鼓励和支持。同时，如有缺漏，恳请读者不吝指正。

彭 萍

2016 年

于北京海淀世纪城平心斋

第一版前言

早就想写一本关于旅游翻译方面的书，因为近十年来利用一部分业余时间做了众多领域的诸多翻译实践工作，其中不乏旅游材料的翻译。作为一名翻译教师和翻译研究者，我总是想把自己翻译实践中的一些心得总结出来，用于自己的翻译教学，更好地指导自己的教学，同时还能为广大翻译工作者和欲从事翻译工作的读者提供一定的理论帮助。对于旅游材料的翻译，我也有着同样的心愿，可是，由于自己的忙碌和懈怠，一直未能如愿以偿。碰巧在一次研讨会上幸会了对外经济贸易大学出版社的编辑章霞女士和陈欣女士，她们之后便向我约稿，其真诚、信任和工作效率让我感动，再加上自己的上述心愿，便欣然接受。

中国经济的崛起对翻译人才的需求日渐增加，尤其是不同专业领域的翻译人才越来越受到市场的青睐。许多学校开始重视专门用途英语（ESP）课程的开设，旅游英语和商务英语、法律英语、科技英语等一样，成为重要的 ESP 课程。作为 ESP 高级技能课，旅游翻译课程也越来越受到旅游院校学生、普通英语专业中有志于从事旅游翻译的学生的青睐。另外，由于中国旅游市场的广阔以及越来越多的国人开始出国旅游，社会上旅游机构的工作人员也迫切地需要学习一些旅游英语，其中很大的比重就是旅游翻译，尤其是中英两种语言之间的翻译。因此，编写一本实用性较强的旅游英语翻译书是时代的呼唤，也是一名翻译教师一项光荣的使命。我们经常说“教书育人”，实际上我认为，翻译教师将自己的翻译研究同翻译教学、翻译实践、实用文体结合写成著作奉献给读者，奉献给社会，也是“教书育人”的一个重要方面。因此，笔者愿意把自己的翻译实践经验、翻译教学经验以及翻译理论结合在一起，向读者展示旅游翻译的魅力和技巧，以期对广大的读者有所帮助，从而为中外旅游事业的发展和交流尽一份绵薄之力。

有鉴于此，本书选取了英汉双向旅游翻译的一些主要问题进行了论述，力求做到理论与实践相结合，利用文体学理论和翻译理论指导旅游翻译实践。书中首先综述了旅游翻译的目的、旅游翻译的界定、旅游翻译的原则、旅游翻译工作者的素质以及旅游文本翻译的总体原则，然后分别用专章探讨旅游文本翻译的策略、旅游文本的用词、语法、修辞等文体特点及其翻译，接着对旅游文本经常出现的专有名词、文化信息、公示语现象进行了描述，并探讨相应的翻译策略。每一章包括以下几个模块：

第一模块：热身练习。每章开始前让读者通过一个小小的翻译练习熟悉该章探讨的主要内容，发现所涉及主题的翻译难点所在。这样，读者可以带着问题和目的去学习，因此可以激发读者的学习兴趣，提高学习效率。作为教材使用时，教师可通过这一热身练习，发现学生的强项和弱点，有针对性地在教学中突出重点。

第二模块：相关内容翻译策略的详细讲解。该部分是每章的重点，通过精讲分析，让读者熟悉中英旅游文本的不同特点和不同方面并掌握这些不同特点以及不同方面在翻

译中的处理方法,把握该部分所涉及主题的翻译原则和翻译策略。如果用作教材,在这一环节,教师可以精讲,学生可就例句进行讨论、翻译。

第三模块:译文辨析。该部分的原文均提供两个译文,笔者有意识地将不太理想的译文算作“译文一”,比较理想的译文算作“译文二”,然后根据前面所探讨的文体特点、翻译策略以及语言运用的优劣对两个译文进行深入的比较和辨析,指出为什么译文二会优于译文一。这样有利于读者更好地巩固前面所讲的翻译策略和翻译原则,吸收译文中好的一面,修改译文不完善的地方,从而使自己在以后的翻译实践中做到“有则改之,无则加勉”。

第四模块:翻译练习。在这一模块,读者可根据第二模块的学习,进行该章所涉及主题的翻译实践。用作教材时,教师可布置学生课下完成一部分,课堂讨论一部分,其中时间和数量分配根据课时而定。这一部分一般只设了10~15个练习,因为考虑到前面有热身练习,书的最后还提供篇章练习,数量已经足够。

另外,本书有一章是**旅游篇章翻译练习**,篇章翻译涉及本书所讲的众多知识点,可以作为学生的课下书面作业,教师可批改后给出反馈。由于所选的篇章大部分篇幅较长,教师可根据教学情况选作篇章中具有代表性的某一段或某几段作为书面练习。

本书在编写过程中遵循了以下原则:

理论与实践相结合。翻译是一门综合性学科,和文体学、语言学、文化、修辞学、社会学等都有着非常密切的联系,要做好不同文本、不同文体的翻译实践,就不得不考虑到具体文本的文体特点,包括语言特点、修辞手法等,同时还要考虑文化背景、读者接受等多种因素。因此,本书在编写过程中参考了文体学、语言学、修辞学以及翻译学的诸多理论观点,运用文体学、语言学、功能翻译理论和翻译目的论等研究成果,对旅游翻译实践中的问题进行分析。力求讲解清晰,有理有据。通过丰富的翻译实践材料,包括讲解和练习,用理论来指导实践,真正做到理论与实践相结合,从而使本书不仅可以作为旅游翻译实践的教科书,也可以作为旅游文体学研究和旅游翻译研究的理论参考书。

内容丰富,英汉双向。本书尽可能多地涉及旅游文本的不同语言现象和方面,不仅包括旅游文本的总体特点、翻译目的、翻译原则、译者素质、旅游文本翻译的常用翻译策略等宏观问题,更包括旅游文本用词、句式、时态和语态、修辞、专有名词、典故和诗词、公示语等诸多具体问题。通过详细的讲解,尽量使读者对这些不同现象和不同特点有较为深入的了解,并针对这些特点采取相应的翻译策略,在此基础上掌握其翻译原则。因此,本书具有很强的实用价值,不仅可以作为旅游翻译实践的参考书,而且对起草相关的旅游文本也具有一定的参考价值。另外,经过考察,笔者发现目前有关旅游翻译探讨一般均作为实用文体翻译教程的一章,这样对问题的论述就无法特别详尽。而且,很多教材要么只谈英汉翻译,要么只谈汉英翻译,很少能将英汉和汉英翻译并重,而本书正好可以填补以上两个空白。在笔者看来,英汉翻译教学和汉英翻译教学应该同步进行,这样可以使学生在翻译中对比两种语言的不同以及两种语言在不同文体中的相同和相异之处,做到英汉互译中能够模仿原语。具体说来,如果做完一篇英汉翻译,接着做同类型的汉英翻译时就可以模仿前面一篇英文原文中的表达方式,真正做到“译学相长”。

分析透彻,实用性强。本书力争在分析旅游文本的不同特点、翻译原则和翻译策略方面做到细致透彻,深入浅出,将英汉两种语言对比及翻译技巧同旅游文本的特点有效

结合。另外，本书在选择语料方面力求与时俱进。在参考众多学者已有的研究成果、广泛收集各种旅游实践材料的基础上，增加笔者翻译实践的最新材料，力求材料新颖，使本书真正富有实用性，更好地指导读者的旅游翻译实践。

衷心希望本书能对从事旅游英语翻译研究和旅游英语翻译实践的读者有所启发和帮助，对英语语言文学、旅游英语专业本科生、研究生以及相关的研究人员和广大旅游英语翻译爱好者、有志于从事旅游英语翻译实践和翻译研究的人们有所帮助，对 ESP 翻译教学和研究人员有所帮助，对推动中国 ESP 翻译教学能尽一点微薄之力。当然，翻译实践作为一种技能，还有很多琐碎的东西无法成章节地写出，笔者在分析和探讨中不得不舍弃这些琐碎的东西，但尽量将笔者认为最为重要的东西呈现给读者。众所周知，翻译是一门实践性极强的课程，所以读者可以在自己的翻译实践中总结一定的规律，然后再用于更多的翻译实践，这种“滚雪球”式的学习定会让广大的读者受益匪浅。

本书从写作到出版，得到了很多人的支持和帮助。首先要感谢我在学术道路上的各位恩师，尤其是北京外国语大学的陈德彰教授和北京大学的辜正坤教授，这两位教授一位更侧重语言分析，一位更注重文化比较，使我在师从他们求学期间受益匪浅。他们是我从事教学和学术研究的榜样，他们的精神和教诲更是我沿着学术道路前进的动力。感谢对外经济贸易大学出版社的编辑陈欣女士、红梅女士（外聘）、胡小平先生为本书的编辑工作所付出的辛勤劳动。感谢听过我翻译实践课、中外翻译简史课的所有本科生、硕士生，同时也感谢听过我翻译实践培训课的所有学员，在给这些同学授课的过程中我总会有所感悟，他们对翻译的兴趣和提问又会促使我不断思考，所以我非常庆幸自己选择了教师这一职业，它给我带来了非常宝贵的精神财富。尤其感谢我的学生何泳翔、胡雪芳、王皓、马鹏媛、罗淙升、刘梦梦、陈棕琼、蔡江琿、李熹晨、倪冰、周翌，感谢他们在繁忙的学习之余为我校对了书稿。天津理工大学的姚立佳同学得知我在撰写旅游翻译的书之后，专门为我留意并收集了有关机场提示说明的资料，让我非常感动。最后，还要特别感谢我的先生和女儿。转眼间，从校园青春岁月到今天的几近不惑，认识先生已经 20 余年了。先生一直是我的良师益友，他的幽默、睿智时刻感染着我，他的洒脱、淡定使我进一步认识到什么才是完满的人生和快乐的生活。聪明乖巧的女儿也很少要我为她的生活和学习操心，我想这是我作为一位母亲在繁忙的教学之余还能进行一点研究和写作的重要原因。当然，很多时候因为自己比较慵懒，又过于感性，所以学术上的所为（不敢使用“成绩”一词）在上面提到的诸多关心、支持和帮助面前显得微不足道，好在自以为写作只是因为“乐之”而“为之”，所以虽然“微不足道”，却没有构成压力。

本书在写作过程中参考了国内外众多学者的研究成果，这些著作或文章均在后面的参考文献中列出。另外，本书引用了颇多例句和篇章，不便在每一句后面标注其来源，但书后参考文献中列明其来源的著作。由于旅游资料庞杂，所以作者还参考了众多网站上的旅游材料，这些网址及访问日期都在参考文献的最后标出。上述所有参考文献若有遗漏，敬请谅解。同时，本书的一些例句和篇章是来自当前国内外一些公司的最新旅游材料，不便一一列出这些公司名称，在此谨致谢意。书中举例和练习均提供**参考译文**，这些译文均考虑了英汉两个民族在文化和表达习惯上的差异，考虑到旅游文本的各种特点，所以尽量提供客观准确的译文，但仍不能算作**唯一的标准答案**，仅供参考，特此说

明。在笔者看来,只要是翻译,无论如何客观地照顾到中英文的差别,都会或多或少带上译者的语言风格,旅游材料的翻译更是如此,尤其是其中的修辞和描述总是与译者个人的主观文采和风格有关。因此,一句话,本书中的所有例句、分析、参考译文等都旨在为读者提供参考,有所启发。更重要的是,“译文不厌百回改”(笔者在自己编写过的书中不止一次地提及这一点),本书提供的所有译文可能都会有值得进一步打磨之处,如果读者对本书的所有举例和练习有更好的译法,那正是笔者的心愿所在。

由于笔者才疏学浅,时间仓促,在观点阐述上难免出现偏颇之处,在具体论述上难免出现纰漏之处,在翻译举例上难免存在不妥之处,在译文打磨上难免存有欠缺之处,敬请读者不吝批评匡正。

本教材配有 ppt 教学课件,请读者登录 www.uibep.com 下载。

彭 萍

2010年5月

于北京海淀世纪城平心斋

目 录

第一章 旅游翻译概论	1
一、旅游英语翻译的目的和必要性	1
二、旅游英语的界定	2
三、旅游翻译的界定	3
四、旅游文本的文体特点概述	5
五、旅游文本翻译的总体原则	10
六、旅游文本翻译对译者素质的要求	13
思考题	15
第二章 国内旅游英语翻译的问题及对策	17
一、专有名词译文标准不统一及其对策	18
二、用词不当及其对策	19
三、语法错误及其对策	20
四、译文冗余及其对策	21
五、文化元素处理不当及其对策	23
第三章 旅游文本的翻译策略总论	27
第一模块：热身练习	27
第二模块：旅游文本的翻译策略总论	27
一、直译	29
二、直译加注释	30
三、增译	32
四、省译	35
五、释义	37
六、归化	37
第三模块：译文辨析	38
第四模块：翻译练习	43
第四章 旅游文本中的用词及其翻译	45
第一模块：热身练习	45
第二模块：旅游文本中的用词及其翻译	46
一、中英旅游文本用词的共同特点及其翻译	46

二、中英旅游文本用词的不同特点及其翻译	51
第三模块: 译文辨析	53
第四模块: 翻译练习	56
第五章 旅游文本的句式特点及其翻译	59
第一模块: 热身练习	59
第二模块: 旅游文本中的句式特点及其翻译	59
一、英语旅游文本的句式特点及其翻译	60
二、中文旅游文本的句式特点及其翻译	66
第三模块: 译文辨析	71
第四模块: 翻译练习	74
第六章 旅游文本的时态和语态特点及其翻译	75
第一模块: 热身练习	75
第二模块: 旅游文本中的时态和语态特点及其翻译	76
一、英语旅游文本的时态和语态特点及其翻译	76
二、中文旅游文本的时态和语态特点及其翻译	79
第三模块: 译文辨析	81
第四模块: 翻译练习	83
第七章 旅游文本中的修辞手法及其翻译	85
第一模块: 热身练习	85
第二模块: 旅游文本中的修辞手法及其翻译	85
一、中英文旅游材料中共有的修辞手法及其翻译	86
二、中文旅游材料中其他修辞手法	90
第三模块: 译文辨析	95
第四模块: 翻译练习	98
第八章 旅游文本中专有名词的翻译	101
第一模块: 热身练习	101
第二模块: 旅游文本中专有名词的翻译	101
一、旅游文本中纯地名的翻译	102
二、旅游文本中河流、山川、湖泊、瀑布和火山等名称的翻译	106
三、旅游文本中景观标识名称的翻译	108
四、旅游文本中活动名称的翻译	112
五、中国菜肴的翻译	113
第三模块: 译文辨析	117
第四模块: 翻译练习	120

第九章 中文旅游文本中典故、诗词、俗语和楹联等的翻译	123
第一模块：热身练习	123
第二模块：中文旅游文本中典故、诗词、俗语和楹联等的翻译	123
一、中文旅游文本中典故的翻译	123
二、中文旅游文本中诗词的翻译	125
三、中文旅游文本中俗语的翻译	126
四、中文旅游文本中楹联的翻译	127
第三模块：译文辨析	128
第四模块：翻译练习	132
第十章 旅游景点公示语的翻译	135
第一模块：热身练习	135
第二模块：旅游景点公示语的翻译	135
一、公示语的定义和功能	135
二、旅游公示语的翻译原则	136
三、旅游公示语的文体形式及其翻译	138
第三模块：译文辨析	144
第四模块：翻译练习	147
第十一章 旅游篇章翻译练习	149
英译汉（10篇）	149
汉译英（10篇）	158
本书练习参考译文	165
附录一 旅游常用词汇（英汉对照）	195
附录二 常用公示语的翻译（英汉对照）	201
主要参考文献	206

第一章

旅游翻译概论

一、旅游英语翻译的目的和必要性

随着世界经济的发展和全球化的日益加深，跨国旅游已经成为人们丰富精神生活的一种重要手段。随着中国经济的发展和人民生活水平的提高，越来越多的中国人渴望走出国门游览观光。每年的春节，中国各大媒体都会报道中国出境游的人数、目的地国家、境外消费情况以及境外接待中国游客的情况，由此看出国人对旅游的热情，尤其是对出境游的热情。据统计，2015年春节假期，中国内地游客出境游人数首次超过境内游人数，占出游人数比例超过60%，出境游人次达到约519万，其中泰国、日本成为最受内地游客喜爱的境外游目的地，比去年同期增长近200%；美国游人气也迅速增长，出行人数同比增长近200%。与此同时，越来越多的外国人也希望来到中国探索这个古老国度的名山大川、人文景观等，感受她历史悠久、丰富多彩的文化，见识中国经济飞速发展的结果。旅游可以使人认识不同国家、不同地区的地理风貌、历史沿革、文化风情、宗教习俗等，开阔人们的眼界，丰富人们的知识。同时，旅游也是各国、各地区推动当地经济发展的重要途径。如上文所述，由于中国经济的快速发展，中国人民日渐富裕起来，中国内地出境游人次迅速上升，所以很多国家希望到中国宣传他们的旅游产品从而吸引更多的中国人前去旅游，而中国也愿意吸引更多的外国人到中国游览，促进中国经济的发展。根据世界旅游组织（World Tourism Organization）预测，中国在未来的十几年中将成为全世界最大的旅游目的地国（tourist destinations）之一。到2020年，中国将超过其他国家成为世界第一大旅游目的地国家。届时，将有11.37亿人次来中国参观、访问和游览（刘金龙，2007）。可见，中国旅游市场的进一步发展和繁荣指日可待。

对世界上很多国家来说，旅游业是一个很大的产业，因为旅游业不仅带来了旅游景点的门票收入，更重要的是带动了交通、餐饮、酒店、手工艺、文化体育等相关产业的发展。任何发展离不开交流，而众多的口头交流和书面交流均离不开翻译。旅游文本的英汉互译在中外旅游业的推广和经济发展以及丰富人们的精神生活方面都发挥着日益重要的作用。将中英文的旅游材料进行翻译，不仅有利于旅游景点的宣传和旅游的推广，对个人来说也是非常重要的，好的译文不仅有利于经常旅游的人查阅信息、了解景点的情况，还可以使没有条件或不愿旅游的人不必前往旅游目的地便通过翻译过来的文字了

解该目的地的自然景观和人文景观。更重要的是,随着互联网以及图书资料出版社的发展,很多打算出门旅游的人在出门之前一般都会做些有关目的地的“功课”,查找目的地的旅游景点介绍、住宿、交通、习俗等信息。对于跨国旅游来说,这些信息的翻译非常重要。

旅游英语翻译可以说是当今应用文体翻译中非常重要的一种,对促进中外旅游文化交流和推动旅游经济的发展起着举足轻重的作用。所以在掌握一定英语基础知识的前提下,系统地学习一下旅游英语翻译,特别是掌握中英文旅游材料的文体特点、熟悉中英文旅游材料中的文化现象及其翻译策略,是培养译者个人技能、谋求个人发展的一种手段,特别是对有志于从事跨国旅游行业工作的人尤为重要,同时,掌握旅游英语翻译技能可以使自己更好地跟上时代的发展,更好地为旅游业服务,为中外经济和文化的交流和发展做出自己的一份贡献。正如程尽能、吕和发指出:“旅游业具有带动、促进众多行业发展,尤其是文化创意产业发展的特殊功能和作用,承担着建立跨文化沟通和理解的历史使命……”(程尽能、吕和发,2008:2)

二、旅游英语的界定

要进行旅游方面的翻译,译者必须精通两种语言。就旅游英语与汉语之间的翻译而言,对旅游英语进行界定就非常重要。因为只有明白了旅游英语的定义和特征,才能更好地将英语译成汉语,反过来也可以将中文旅游材料更好地译成英文。尤其是在倡导中国文化“走出去”的今天,了解旅游英语的归属以及总体特征,可以更好地将中国这个具有五千多年文明国度的旅游历史、文化、地形地貌、风土人情、物产美食等更好地介绍给外国人,吸引更多的外国游客前来中国旅游观光,使得这些游客更好地了解中国的一切,这对梳理中国的国家形象、促进中国文化的对外传播乃至提高中国的“软实力”均具有非常重要的意义。

不难看出,“旅游英语”属于专门用途英语(English for Specific Purposes,即ESP),即用于旅游行业、为旅游提供服务的英语,满足旅游推介者的宣传目的和潜在游览者获取信息的目的。在具体界定旅游英语之前,首先来回顾一下专门用途英语的界定和发展。

所谓专门用途英语(ESP)就是指与某种职业、某种学科、某种目的相关的英语教学,与学习者的兴趣和学习目的密切相关。专门用途英语同样要注重学习者的英语技能,包括听、说、读、写、译等,但涉及不同的应用领域和目的,如学术、科技、商务、法律、医护、出版等诸多领域。第二次世界大战之后,科学、技术、经济等都得到了前所未有的发展,而英语逐渐成为了一种国际语言,而且随着科学技术和经济的发展,英语学习者也开始意识到他们为什么要学习这样一种语言,他们的目的无非是为了满足自己在商业、科学技术、医学等各个领域的需要。在这种形势下,20世纪60年代,就出现了针对不同领域英语变体的研究,专门用途英语应运而生,但在初期,大多数研究集中在科技英语(English for Science and Technology,简称EST),因此ESP和EST曾经被视为同义词(Hutchinson & Waters, 2002: 7)。之后,随着英语更为广泛的应用,随着各国在经济、商业等领域的交流进一步拓展,专门用途英语教学迅速发展起来,其领域也更加宽泛。按照Hutchinson和Waters的观点,到目前为止,ESP经历了和正在经历着五个发展阶段,

即：语域分析 (register analysis)、修辞或语篇分析 (rhetorical or discourse analysis)、目标情景分析 (target situation analysis)、技能和策略 (skills and strategies) 和以学习为中心的方法 (a learning-based approach) (Hutchinson & Waters, 2002: 9-14)。当然，这里的划分显然以教学的内容为标准。约翰斯按照时间将 ESP 研究划分为三个阶段，即 1962—1980 年（从文本问题到修辞手段）、1981—1990 年（范围扩大/介绍核心概念）、1990—2011 年（新的国际刊物、文体和数据库研究成为中心课题）(Paltridge & Starfield, 2013: 7-18)。

在国外 ESP 教学和研究开展得如火如荼的同时，我国的 ESP 教学也成为高校英语教学的重要内容。随着我国经济的迅猛发展和国际地位的日益提升，社会上对英语人才的需求日益增多，而且对英语毕业生在某一特定领域应用语言能力的要求也日趋多样化，比如银行在招聘英语毕业生或其他专业的毕业生时可能会注重这些毕业生的银行英语或金融英语知识和能力，国际律师事务所在招聘上述毕业生时可能会注重他们的法律英语知识和能力。这促使大学英语教学不再仅局限于基础语言技能的培养，而是在基础技能培养的基础上加大了各种专业知识的渗透，也就是说，ESP 教学已经成为大学英语教育不可忽视的一个方面，法律英语、商务英语、旅游英语等 ESP 课程成为很多大学英语课程表上不可或缺的一部分。

鉴于以上对专门用途英语的界定与简述，我们可以将旅游英语界定为与旅游行业有关的英语，是为着旅游的目的而使用的英语。由于旅游涉及诸多方面，如景点介绍、当地习俗与文化、地方物产、餐饮与住宿、交通等诸多方面，所以旅游英语就难免涉及景点的景色描写、地理位置、历史沿革、文化、风俗、具体特产、美食等，同时不仅包括平铺直叙的文字，还涉及宣传甚至广告，因此这些内容中不乏行业术语、文化意象、修辞手法、礼貌语气和宣传语气等。也就是说，旅游英语不仅有其自己的语言特征，更有其独特的修辞特征、文化特征和语气特征等。

三、旅游翻译的界定

“旅游翻译”这一短语乍一看去，似乎让人感到外延很窄，实际上，如果对旅游行业进行一下认真的调查和研究，就会发现“旅游翻译”涉及很多种不同主题和类型的文本，旅游翻译的材料范围很广，包括景点介绍与宣传、旅游新闻、交通工具介绍、美食美酒介绍、产品介绍、节日和活动介绍、公示语、导游图和交通图，等等。这些文本中又有很多语言现象、修辞或文化现象，信息量很大。每种文本之间既具有一定的语言共性，又存在着一定的差异。所以，在探讨旅游英语翻译之前，应当首先对旅游文本和旅游翻译进行界定。

德国语言学家布勒 (K. Bühler) 将语言功能分为三类：信息功能 (the informative function)、表达功能 (the expressive function)、呼唤功能 (the vocative function) (Newmark 2001: 39)。据这一划分，英国翻译学者纽马克 (P. Newmark) 认为文本类型可分为这样三类，信息文本包括科技、商业、工业、经济方面的课文、报告、论文、备忘录、纪要等，表达类文本一般包括严肃的想象文学、权威发布、自传、个人通信，呼唤类文本则包括通知、操作说明、宣传、流行小说等 (Newmark 2001: 40)。德国学者赖斯 (Reiss)

也根据布勒的语言功能划分出三种文本类型“信息(informative)文本”“表情(expressive)文本”和“感染(operative)文本”。赖斯认为,“不同的文本类型应采取不同的译法”(Munday 2001: 75)。譬如,信息文本的译文应将原文所有的指示和概念都传达出来;表情文本的译文应将原文的美学和艺术的因素再现出来;感染文本的译文则应在译语读者中产生预期的反应(Munday 2001: 75)。比较纽马克和赖斯对文本的分类可见,纽马克的“表达类”与赖斯的“表情类”相似,纽马克的“呼唤类”与赖斯的“感染类”相似,二人对“信息类”的定义大同小异。

首先,旅游文本是一种应用文体,但是旅游文本又不同于官方文件、商贸合同、科技文章或法律文本这样的应用文体,而是介绍和宣传旅游景点和旅游目的地及其美食与活动、提供旅游指南、介绍游览行程和交通工具、签订旅游合同、建议游客做什么和不做什么等的书面形式。由于旅游业是一项综合的服务产业,涉及旅游观光本身、交通、住宿、餐饮、购物及教育、文化、休闲、探险等诸多方面,所以大多数旅游文本包含很多信息,信息性很强,同时又极具“呼唤”功能,即“唤起读者的行动”,也就是“唤起读者前往旅游目的地进行旅游的行动”。正如顾维勇(2005: 83)指出:“旅游资料的功能是通过对景点的介绍、宣传,扩展人们的知识,激发人们旅游、参观的兴趣。”正是因为旅游文本既充满信息,又显示出呼唤的语气,伍峰等(2008: 319)指出:“旅游文体是一种信息型、呼唤型文体,或者信息—呼唤复合型文体,以描述见长,与异国情调、民俗文化不可分离。”孟庆升(2009: 79)指出:“旅游资料是一种对外宣传资料,其主导功能在于吸引游客,激发他们对风景名胜的兴趣。这种诱导性功能的实现,必须以提供足够的信息为前提。……所以,信息性是旅游资料的前提,而诱导性则是其最终目的。”既然以介绍和宣传旅游产品和服务为目的,其中的文字具有一定介绍性,提供众多的旅游信息,另外由于在介绍信息的同时还对景点或其他旅游产品进行一定的宣传,因此又具有描述性和一定的文学性和艺术性,反映了一定的广告特点,其信息性和文学性及艺术性最终是为介绍、宣传、广告服务的,所以,总体说来,旅游文本属于应用文体,具有信息功能,更具有呼唤功能。

本书所谓的“旅游英语翻译”是指有关旅游业和旅游活动的上述旅游文本之间的“英汉互译”,既要传达出旅游文本的信息,又要传达出原文的“呼唤语气”,属于应用翻译,具有“实用性、目的性、专业性、匿名性(即作者的名字与地位不重要)、专业性”等特点(伍峰等,2008: 10-11)。陈刚(2004: 11)指出:“旅游翻译应是为旅游活动、旅游专业和行业所进行的翻译(实践),属于专业翻译;从事这项翻译的工作者可宽泛地称为旅游(专业)翻译(者)。这类翻译包括笔译和导游翻译(含口译)。”同时,陈刚(2004: 59)还指出,同其他类型的翻译相比,旅游翻译“在跨文化、跨心理交际特点上表现得更为直接、更为突出、更为典型、更为全面。”这实际上体现了旅游文本的特点以及旅游翻译的目的。正如张光明等(2009: 222)指出:

旅游翻译属于典型的“呼唤型”实用文体文本,它包括旅游景点介绍、旅游宣传广告、旅游景点告示标牌、古迹楹联解说等,……旅游文本往往凝练着自然景观和人文景观等丰富的信息。在自然景观方面,景点体现了大自然的鬼斧神工,而在人文景观方面,景点则蕴涵着历史与文化的厚重积淀,深深地烙印着本民族、本地

文化的特质。旅游景点由于所蕴涵的人文信息而往往与历史事件、历史名人等缔结了不可分割的紧密联系,因此它能反映出本土的审美价值观。旅游文本的介绍与翻译主要有两大功能:一是向游客传递、介绍景点信息,二是以其本身魅力和宣传效果打动读者。因此语言必须要有特色,即要做到准确、通俗、明晰,译文要有吸引力,能雅俗共赏,使各种不同文化层次的读者均能易于理解,乐于接受。

旅游翻译根据媒介分可划分为笔译和口译,本书将不探讨口译,而是探讨旅游文本的笔头翻译。根据原文本的处理方式,旅游翻译可分为全译、摘译、编译;按内容分,可以分为旅游公司宣传资料的翻译、景点介绍翻译、美食翻译、文化典故翻译、公示语翻译等。但无论是何种内容的翻译,无论是采用何种方法进行翻译,译者都要注意旅游文本本身的文体特点,包括用词、语法、句式结构、修辞、语气等,还要注意两种语言背后的文化在旅游材料中的体现以及翻译中的处理策略,针对不同的情况,采取不同的翻译方法。

四、旅游文本的文体特点概述

关于旅游文本的特点,不少学者都已经有所论述。不论是旅游英语还是旅游汉语,都属于应用文体,所以其形式和内容可谓多种多样。陈刚(2004: 310)将英语的旅游文本分为书面体和口语体,对这两种类型他是这样论述的:

前者如旅游指南,属描写型,用词需生动形象、明白畅晓;旅游广告,属召唤型,用词需短小精悍、富有创意,句式需活泼简洁,整体具有很强的吸引力;旅游合同,属契约型,用词正式、规范、准确、程式化;旅游行程,属信息型,用词和句型需明了、简略,具有提示性;等等。后者如现编导游词,属即兴型;预制导游词,属复合型;现编+预制导译词,属即兴精制型。口语体的旅游文本,其用词特点应符合口语体和口译体的特点及规律。

陈刚这里论述的旅游英语的两种类型也适用于旅游汉语。实际上,旅游指南和旅游广告和导游词都具有生动、活泼、短小精悍、富有创意等特点,而旅游合同更偏重合同文体的特点,显得正式、庄重、规范。谈旅游文本时一般重点放在前者,而非旅游合同上。伍峰等(2008: 319)认为:“从整体上来说,旅游文体具有以下特点:短小精悍,生动活泼,通俗易懂,信息量大,又不失文学性、艺术性、宣传性和广告性。”很多时候,旅游指南、旅游广告往往是合二为一的,使得旅游文体在提供游览、食宿、交通等信息的同时,也起到了广告宣传的作用。请看下面的例子:

☞ 例 1:

Today you have one of your longest drives but also a very fascinating one with interesting sights to see along your way to Gstaad. Continue to the surrounded orchards and terraced vineyards of the Lavaux and further to Lausanne, the second-largest city on Lake Geneva. Sports and culture are given a high profile in the Olympic capital. Make sure you visit the Olympic Museum. Continue your drive to Freiburg, which is nestled on a rock promontory and is surrounded on three sides by the Saane River. It is one of the largest medieval towns in Üechtland. Over 200 unique Gothic facades from the 15th century impart incomparable