

导游翻译经验谈



中国旅游业务丛书

中国旅游出版社

F 59/4

276217

中国旅游业务丛书

导游翻译经验谈

中国旅游出版社

责任编辑：卢念高 蒋国泰

封面设计：吕大千

中国旅游业务丛书

导游翻译经验谈

*

中国旅游出版社出版

(北京东长安街6号)

中国戏剧出版社印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

开本：787×1092毫米 1/32 印张：4 $\frac{1}{8}$ 字数：82千

1983年12月第一版 1983年12月第一次印刷

印数：1—8,000

统一书号：9179·440 定价0.50元

编 者 的 话

翻译工作，要求很高，难度很大。旅行社的导游翻译，更有其独特之处。一般的口译，总是翻译别人的对话，而导游翻译，一方面要针对不同的情况，主动地介绍风光名胜、风土人情以至社会、经济、文化等等情况，五花八门，无所不有，他不是翻译别人的讲话，而是用自己的语言来作准确、恰当的介绍。另一方面，外国旅游者成员复杂，各行各业的人士都有，他们对我国的看法不尽一致，对我国的了解深浅不同。他们可以自由地提出各式各样的问题，希望从导游翻译那里得到正确的答案。因此，导游翻译工作是十分困难的，更不用说时间的紧迫，对象的众多，环境的嘈杂等等，给他们带来了许多不利因素。然而，这个工作做好了，就可以在国际上争取更多的朋友，可以使更多的外国人正确地认识我们国家和人民的形象，可以在政治、经济上都取得很好的效益。它的任务是艰巨的，作用是重大的。导游翻译工作只能做得好上加好，而不能敷衍塞责，纰漏屡见。

我国旅游事业日益发展，更有大量的新手拥入导游翻译队伍。翻译同志迫切希望交流经验，提高水平，更好地完成任务。我们为此编辑出版了这本小册子。各地旅游部门的同志，在百忙中寄来了大批的稿件。特别是有些同志已经远在海外，有些已经离开了旅游战线，但是他们还是热心地寄来了经验和体会，这是十分值得感谢的。

这本小册子着重讲了语言方面的一些问题，当然也涉及其他方面。但是，即使在语言方面，所介绍的经验和体会也是远远不够的。我国的导游翻译数以千计，他们拥有丰富的宝贵经验。希望大家把自己的切身体会陆续寄来，我们准备继续出版导游翻译经验谈之二、之三……。

目 录

1、介绍名胜古迹要减少“拦路虎”	贾嵩美 (1)
2、翻译导游要动脑筋	邓峻枫 (3)
3、触景生情, 寓情于景	韩荣良 (6)
4、给旅行者讲点风土人情	王连义 (7)
5、因时因人因事而异	钱 炜 (10)
6、抓住特点, 灵活导游	闵大勇 (15)
7、抓住特点, 做好导游工作	邵凤山 (16)
8、接待入境团和出境团	何国萍 (21)
9、有的放矢	邓祚礼 (23)
10、注意各国人的民族性格	王连义 (29)
11、丰富导游手法	赵仁荣 (30)
12、导游技巧初探	袁 兵 (35)
13、从直译到意译	白志强 (39)
14、意译两则	陈树青 (40)
15、在这种情况下能否灵活一点?	傅克英 (41)
16、浅谈翻译中的灵活性	贾嵩美 (43)
17、不能只照字面翻译	黄振亚 (44)
18、闲话道歉	铁 非 (45)
19、真诚的服务精神	徐丁波 (50)
20、旅行团长不配合工作怎么办?	邸运生 (53)
21、碰到爱挑剔的外宾怎么办?	章文玉 (54)

22、结论，让人家自己去下·····	王连义	(55)
23、伟大之所在·····	张晓兵	(57)
24、要讲老实话，要征求批评意见·····	王连义	(59)
25、礼貌待人，文明接待·····	王连义	(60)
26、要正确地称呼外国旅游者·····	李永春	(61)
27、知己知彼·····	贾蔼美	(65)
28、浅谈翻译修养·····	白志强	(67)
29、将心比心·····	钱 炜	(68)
30、有味和乏味·····	颜兆华	(69)
31、导游和心理学·····	吕诚德	(71)
32、谈谈导游中的口语·····	刘 中	(73)
33、导游翻译要讲究语言美·····	夏 滨	(75)
34、学点外国谚语、俗语和谜语·····	吕桂生	(76)
35、恰当地运用成语活跃气氛·····	王青子	(80)
36、使用俚语要慎重·····	张培根	(82)
37、不可拣来就用·····	白志强	(84)
38、谈谈对俚语的一点看法·····	毕小宁	(85)
39、练好三个基本功·····	韩和平	(90)
40、也谈从“零”开始·····	贾蔼美	(91)
41、“马蹄”的启示·····	林洪滨	(93)
42、外宾也是老师·····	韩和平	(95)
43、要坚持“五讲四美”·····	王英民	(95)
44、如何当好全程陪同·····	刘子翰	(97)
45、陪团以前·····	张广瑞	(99)
46、受欢迎的小事·····	张广瑞	(102)
47、生日、花、年龄的妙处·····	庄文识	(103)

48、怎样制定活动日程表·····	钱 炜 (105)
49、旅游车上的中文学习班·····	王宗维 (106)
50、刀割面·····	王宗维 (107)
51、“迷途知返”的启示和“对号入座”的风波 ·····	张广瑞 (108)
52、谈谈数字翻译·····	张广瑞 (110)
53、浅谈我国朝代的对照译法·····	毕小宁 (112)
54、泰文中的局、局长和经理·····	秦裕森 (114)
55、多用代词是法语的习惯·····	陈树青 (116)
56、一目了然·····	王宗维 (118)
57、翻译生活随想曲·····	俞世德 (119)

介绍名胜古迹要减少“拦路虎”

贾蔼美

导游讲解是一门学问。善于讲解的导游能把外国游客吸引到自己的周围，使他们听得津津有味。但是也有一些从事导游的同志，虽然事先下了一番功夫，熟记导游材料，向外国游客滔滔不绝地背诵，希望能获得较好的效果，但往往事与愿违，听的人兴趣不大。这里原因很多，但如何运用导游材料是一个颇值得研究的问题。因为一般说来，这些材料有许多是从中文翻译而来，而介绍名胜古迹的材料恰恰是写给那些不曾身临其境的人看的，因此必须着意描述一番：什么“殿宇巍峨”啦，“气象万千”啦，“雄伟壮观”啦，……这些词用在文章中不失为佳句，但一旦当人身临其境，在介绍时再加上这样一番描述，则不但显得多余，而且听起来很生硬。尤其是我国作者写文章时，为了使文章读起来生动，往往喜欢引经据典。这些典故对中国人来说是很熟悉的，一目了然，感到亲切。而外国人对景物的描写与反应则和我们不同，往往不能领会其中的妙处。把中国的许多典故和喜闻乐见的比喻硬译过去，外国人听来反而感到词句晦涩难懂。记得在参观桂林的岩洞时，我们的导游介绍洞中的钟乳石造型象孙悟空、猪八戒、老寿星，外国人看了却说象唐老鸭、米老鼠、圣诞老人。所以在进行形象化的讲解时，要措词恰

当，善于选择外国人比较熟悉的语言，以便取得亲切生动的效果。

在我们的导游词中，经常还会遇到许多专门名词，如人名地名。其中，殿堂的名称特别复杂，有时一个殿堂有几个名称。在导游材料中，对专门名词的译法往往是音译或直译。而这样处理，容易使外国的旅游者困惑不解。我在十三陵曾听到过这样的介绍：“This is Ding Ling, the tomb of Zhu Yijun and his empresses, Xiaoduan and Xiaojing.”外国人听了以后说：“What is he talking about?”是这位翻译说得不对吗？是他的发音不准确吗？都不是。问题出在那些对外国人来说实在难以理解的专门名词。外国人不象我们那样熟悉中国皇帝的年号、名字等，所以感到莫名其妙。这句话如果改成“*We are going to see the tomb of the thirteenth emperor of Ming Dynasty where he was buried with his two empresses.*”效果就会好得多。有些殿名用中文写出来很雅致。但译成外文，外国人听了不一定能产生同样的感受。在介绍太和殿时，说“*Hall of Supreme Harmony*”，就不如说“*Throne Hall*”好，使他们明白它的用途。有些名称用中文说来很庄重，译成英文却不一定有同样的效果。如将“交泰殿”译成“*Hall of Heavenly and Earthly Intercourse*”，不仅读起来太长，不顺口，也不太雅。新出的英文导游材料上都译成“*Hall of Union*”，似乎比较好些。翻译中文里特有的专门名词时应力求简短，以适应外国人的习惯。为什么将万里长城译成*Great Wall*而不是*Ten Thousand Li Long Wall*呢？我看就是这个道理。有些殿堂的名称反映了它的用途，一听就明白，就可以照译，如天坛

的祈年殿。一些国际上已经很熟悉的名字也可以音译，如天安门。

总之，在进行导游时，要看对象而措辞，要尽量避免把专门名词不加解释地音译，尤其要避免用一连串的专门名词，才能提高讲解效果。就是在外文的导游书籍中，也应注意尽量减少“拦路虎”，使读者能顺利地、有兴趣地读下去。

翻译导游要动脑筋

邓峻枫

广州镇海楼是闻名海内外的名胜古迹，许多来观光的外宾，总想登上镇海楼一睹为快。如果不搞好镇海楼的翻译导游，外宾会游兴大减。

记得我第一次陪外宾上镇海楼，只枯燥地根据导游材料背了几句：“镇海楼高28米，共有五层，所以也叫五层楼，有600年的历史。”外宾听了，兴味索然。他们沿着楼梯，一层一层地爬到顶上，已经热汗淋漓，而楼上的实物很少，画和图片又大多是复制品，他们觉得扫兴，说：“镇海楼也不过如此而已，爬上来太累，建议你们以后安装电梯。”

为了搞好下一次的翻译导游，我重找有关资料，并向一些老广州请教镇海楼的典故，改进自己的导游方法。以后陪外宾时，我先请他们数一数楼有几层，外宾一下就答出来了。接着我问他们能不能估量出楼的高度？有的说三十米左

右，有的说四十米左右，争执不休，围住我要我说。我说完后，那些估量对了的很高兴。我乘机把镇海楼的典故告诉他们。所谓“镇海”就是镇住大海的意思。六百多年前，珠江要比现在宽得多。由于广州地处亚热带，温暖潮湿，每天早上全城大雾弥漫。当时的郡主是一位迷信专家，看到这漫天的大雾，觉得不是好征兆，认为长此下去，会危及他的统治，急得日不进食，夜不安寝。于是他决定在全城的制高点越秀山上建一座楼，来镇住江上漂来的大雾。在楼梯口，我指着圆形的大柱，向外宾讲述镇海楼的结构，说这雕梁画栋、飞檐悬壁和朱漆红门，都是典型的中国传统风格，表明了我国劳动人民的智慧，是我国建筑艺术的结晶之一。听完我的介绍，外宾啧啧称赞，佩服不已，为能看到这样伟大的中国古代建筑而高兴。在五层楼的阳台上，我引导外宾远眺全城。我把广州比作一位妩媚的少女，那穿城而过的珠江恰似少女的一条银色的腰带，而越秀山则是少女披满秀发的头部，镇海楼则是她头上的一个玉簪。外宾们兴致勃勃地听我导游，不断地拍照。

游览广州市容，从珠江边到红云路一段，是导游中的“冷线”，这里没有什么名胜，缺少导游资料，很容易中途冷场。在导游中，我就有意识地选择一些历史传说来填补这段空白。我说：珠江是中国第五大河，全长2,129公里，流经三省，注入南海。然后，当车子在江边行驶，外宾望着水波逝去的江水时，我便打破沉默，问一句：“您们知道珠江为什么叫珠江吗？”外宾当然是不知道的，胡乱猜测起来。在适当的时候，我就交待珠江名称的来历，说：很久以前，珠江本是一条不知名的河流。一天，有一位和尚乘船过江，

手里捧一个大珍珠，因为古时候的和尚是拿佛珠念经的。船行到江心，他看到碧波荡漾的江水和两岸翠绿如画的榕树，被美丽的风景迷住了，禁不住鼓掌大叫：“妙！妙！妙！”就在他鼓掌的一刹那，珍珠便落入水中。他后悔莫及，连忙停船打捞，却再也找不到了。从此，每当月明星稀的夜晚，人们似乎看到江心有一颗珍珠在粼粼碧波间闪闪发光。这样一讲，外宾纷纷探头窗外，寻觅那珍珠的踪迹，有人还说：“晚上有空，再坐出租车来欣赏。”

当我们游览经过广州电视塔，外宾会问起那是什么。根据导游材料，我们只需介绍一下塔的高度和建成年月就可以了。但要是导游得好一点，就应该发挥一下。我先介绍电视在我国的应用情况，如城市居民大多数用上了电视机，农村的电视机数量也在逐步增加；进而再介绍我国的电视节目和播放时间，并联系到我国人民的文化生活，话题就很广泛了。外宾不断地提出问题，我一一作答。接着，我介绍我国是一个有五千年历史的文明古国，有丰富的民族文化遗产，最早的诗集《诗经》、《离骚》和《史记》都比欧洲的文艺复兴和莎士比亚早一两千年，其后还有《三国》《水浒》《西游记》和《红楼梦》等等不朽的历史名著。有的外宾读过英译本的《水浒》或《西游记》，还能讲出里面的故事，引得大家捧腹大笑。这样，既作了导游，也宣传了我国的文化和历史，使外国旅游者对我国有比较多的了解，有助于增进我国人民同各国人民之间的友谊。

触景生情，寓情于景

韩荣良

作一个好导游，必须善于做到触景生情，寓情于景。我国的风景区古迹很多，而且就我所知，许多古迹往往与意味深长、情趣盎然的寓言和神话故事联系在一起：金山寺与白蛇传里的“水漫金山”联系在一起；灵隐寺前的飞来峰据说是疯僧济颠预言后才飞来的；火焰山挡住了唐僧取经的去路；就是那风光旖旎、秀冠群峰的黄山，据说也与“黄帝炼丹”的神话传说有关联。诸如此类，不胜枚举。凭借这些，我们的导游人员就可能在中国旅游这一广阔的舞台上借景抒情，导演出一出生动活泼、丰富多采的活剧来。

有一次，我陪同一个英国团前往镇江等地参观游览。团内有一位女游客自称对妇女解放问题感兴趣，希望了解有关中国妇女解放的问题。当然，要谈这个问题，单从政策和所采取的措施来阐明并非不可，但我想我是个男的，对这个问题缺乏切身感受，讲起来不仅不易生动，还可能显得隔靴搔痒，干瘪无味。然而机会来了。这天我们正好去金山寺游览。山上有个法海洞。我就抓住这个话题大肆发挥：从白娘子与许仙结婚，移居镇江，以开药铺营生，过着美满幸福的小康生活，讲到法海横加干涉，许仙误中奸计，白娘子搬兵

水漫金山，救出了许仙。这里白娘子是无数英勇的妇女形象的代表，她们前仆后继，与法海这个三纲五常、三从四德等封建恶势力的化身作了长期的、殊死的斗争，才获得了一定的自由。但是，由于当时封建势力相当强大，白娘子还是遭到了暂时的挫折，被镇于雷峰塔中。小青立志为白娘子复仇，回昆仑山继续修炼，最后下山来推倒了雷峰塔，救出了白娘子。这才使白娘子获得了真正的自由和解放。用这个比喻说明了真正的妇女解放，只有在中国共产党领导之下，中国人民推翻了反动统治，取得了革命战争的胜利，建立了自己的国家政权后才能获得。那天晚上正好又看了《水漫金山》这出戏，更加深了她的印象和理解。最后这位游客深有感触地说：“您对中国妇女解放问题的介绍给我留下了很深刻的印象。如果您以后遇到类似的问题，这样的讲解法是十分可取的。”

给旅行者讲点风土人情

王连义

西方有句几乎人人皆知的谚语，叫做：“Do in Rome as Rome does”，直译应是：“身在罗马城，做仿罗马人。”意思是入乡从乡，入国从俗。外国旅行者来到我们国家，象我们到国外一样，很想了解一下异国的风土人情。这样，一来可避免有唐突和失礼的地方，引起主人的不快；二来可增

加见闻知识，理解文化背景，以便更好地参观游览。为了满足外国旅行者的这种要求，讲一点我国的风土人情，特别是讲我们的风俗同西方的比较，会受到旅行者的热烈欢迎，从而也使我们的接待工作增加知识性、趣味性，以提高我们接待工作水平。

为了避免外国旅行者初到时的拘谨，开始我往往告诉旅行者：我们的民族是个好客的民族，我们有句谚语，叫“主随客便”。所以希望客人在华访问，象在自己家里一样。

以前，在旅行者的要求下，我主要向他们简单地讲了我们的礼节，见面寒暄语，告别时的祝愿话，以及吃饭时的方式和习惯。我也告诉他们象西方人忌讳“13”这个数字一样，中国的南方人，特别是上海人忌讳“13点”。

有时我也教他们中国人的手势（外国人称手语，也有的称体语，Hand-Language or Body-Language）。告诉他们西方人的手语中，用手指胸脯是表示“这是我”，而中国人则是指鼻子。我教他们，中国人用一只手可以表示数字从一到九，而西方人却用两只手才可以。一边讲，一边让他们做，有时还考考他们，使得气氛很活跃。

出乎意料的是，这些简单的习俗讲解，引起外宾的极大欢迎。一位瑞典人在回国后写的文章中引用了我所讲的内容。一个英国作家，告别时对我说：“在你们国家看到很多东西，这些是难忘的，但将来会有一天忘记。你教我们用一只手表示数字，这是永不会忘记的。不但自己不忘，还要教会我的亲友和家属。这些在你们看来很简单，可是我们认为，这是你们聪明和智慧的反映，是你们古老文明的反映。”

简单讲解风土人情受到意外的欢迎，使我受到很大鼓舞。近年来，我积累了一些材料，较系统地向旅行者讲风土人情。我讲的题目是：《中国的风俗习惯及其与西方的对比》，其中首先介绍中国概况，然后着重介绍中国的饮食和方式、穿着、手势、语言及文字、思维方式、节日、婚姻及仪式等等。在介绍时，我试图把我国人民的文明、社会主义制度的优越性寓于讲解之中。这个介绍，我在瑞典“探险家”号环球游船上讲过，也在我国“昆仑”号游船上讲过几次，每次均受到热烈欢迎。不少旅游者反映：从这个介绍中所获的知识，正是他们要了解而又从书本上了解不到的知识。有的旅行者把这个介绍称作旅行中最好的节目之一。一位美国记者在报道中写道：“中国和西方风俗的对比极为有趣，在讲东西方人思维方式不同时，举出中国人的写信封方式正同我们相反，我感到非常意外和新鲜。经过一番思索后，我认为中国人的写信封方式比我们好，这便于邮电事业，便于邮递传送。”

从我自己的亲身体会中，我觉得在陪同工作中，利用休息和谈天的机会，向外国旅行者讲点我国的风土人情，既丰富了旅行生活，也受到外宾的欢迎，使我们接待工作更加丰富多采，使我们的接待水平更上一层楼。