

应用型翻译系列教材

实用

Translation between
English and Chinese in Tourism

旅游英语翻译

(英汉双向)

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)

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. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2010
应用型翻译系列教材
ISBN 978-7-81134-824-8

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 176245 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

实用旅游英语翻译 (英汉双向)

彭萍 编著

责任编辑: 红梅 胡小平

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

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 260mm 16 印张 370 千字
2010 年 11 月北京第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-824-8

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 25.00 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、法律英语、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、法律、旅游、新闻、科技等各个方面。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》、《实用法律英语翻译（英汉双向）》、《实用科技英语翻译（英汉双向）》、《实用旅游英语翻译（英汉双向）》和《实用新闻英语翻译（英汉双向）》等。

本套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

2010 年 9 月

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贸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。

国内旅游业随着中国经济的发展和中国国际地位的提高也日渐升温，各旅游景点一般也都提供英文翻译，不管是导游词还是旅游景点的宣传或景点标识牌等，其英文随处可见，但是中国旅游景点的译文存在这样或那样的问题，这也需要翻译工作者提供一定的指导意见，需要旅游英语翻译的书去阐述旅游文本翻译的原则以及各种问题在翻译中的正确处理办法。早在 2002 年，鉴于国内旅游翻译存在的一些问题，文军等针对门票及导游图上的英文介绍调查了一些外国游客（主要是一些在中国的外国教师及留学生）的反应和观点。此次调查发现，我国目前旅游翻译中存在颇多问题，其中的主要问题和原因是：拼写和遗漏错误是因重视不够；语法和表达不当则是因译者语言功底不足所致；而中国式英语、用词累赘和文化误译主要是因为译者缺乏正确的理论指导。这些错误都造成了游客不同程度的误解，影响了景点的宣传力度。（见文军等：信息与可接受度的统一——对当前旅游翻译的一项调查与分析，《中国科技翻译》2002 年第 1 期，49—52、64 页。）无独有偶，高存、张允于 2005 年在《上海翻译》上发表《旅游文本的英译——问卷调查与策略探讨》一文（《上海翻译》2005 年第 3 期，22—25 页。），指出了一些问

题。他们通过电子邮件和传真的形式将问卷发给国外的英美朋友,以调查英语读者对中国旅游材料英译本的反应,结果表明,62%的读者认为在景色细节上大肆渲染给人华而不实之感;译者照搬中文的表达模式,引起了读者的反感和怀疑;大量引用古诗词和典故阻断了文章说理的连贯性,大大降低了阅读和理解效果。在这次调查中,在实用性(user-friendliness)这一梯级上译文平均得分为58;接近70%的读者认为在旅游推广宣传文体中,没有必要引用诗词和事无巨细地列举各朝代名称,否则会阻断文章的连贯性,大大降低阅读和理解效果,与过量信息形成鲜明对比的是,“忠实的翻译”有时又因信息量不足而令读者费解。笔者发现,这两个调查指出了两个问题,前者更多地展示出中国旅游翻译当中的一些语言错误,属于“硬伤”,后者则更多地展示出翻译中“过于忠实的译文”的现象影响了目的语读者的理解,我们姑且称其为“软伤”吧。这说明旅游翻译不仅仅要追求语言的正确无暇,还需要追求读者对译文毫无障碍的理解,即翻译要照顾到目的语读者的文化心理和接受预期。当然,随着时代的进步,中国很多旅游景点的翻译有了很大的改进,但是无论我们走到哪里,依然会发现翻译上的很多不足。

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,本书第十章为专门的**旅游篇章翻译练习**,篇章翻译涉及到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,同时还要考略文化背景、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,这二位教授一

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、蔡江瑛、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 旅游英语翻译总论	1
一、旅游英语翻译的目的.....	1
二、旅游英语翻译的界定.....	2
三、旅游文本的文体特点概述.....	3
四、旅游文本翻译的总体原则.....	7
五、旅游文本翻译对译者素质的要求.....	10
思考题.....	12
第二章 旅游文本的翻译策略总论	13
第一模块：热身练习.....	13
第二模块：旅游文本的翻译策略总论.....	13
一、直译.....	14
二、直译加注释.....	15
三、增译.....	16
四、省译.....	19
五、释义.....	20
六、归化.....	21
第三模块：译文辨析.....	22
第四模块：翻译练习.....	26
第三章 旅游文本中的用词及其翻译	29
第一模块：热身练习.....	29
第二模块：旅游文本中的用词及其翻译.....	29
一、中英旅游文本用词的共同特点及其翻译.....	30
二、中英旅游文本用词的不同特点及其翻译.....	34
第三模块：译文辨析.....	36
第四模块：翻译练习.....	38
第四章 旅游文本的句式特点及其翻译	41
第一模块：热身练习.....	41
第二模块：旅游文本中的句式特点及其翻译.....	41
一、英语旅游文本的句式特点及其翻译.....	42

二、中文旅游文本的句式特点及其翻译	47
第三模块: 译文辨析	51
第四模块: 翻译练习	54
第五章 旅游文本的时态和语态特点及其翻译	57
第一模块: 热身练习	57
第二模块: 旅游文本中的时态和语态特点及其翻译	58
一、英语旅游文本的时态和语态特点及其翻译	58
二、中文旅游文本的时态和语态特点及其翻译	61
第三模块: 译文辨析	63
第四模块: 翻译练习	65
第六章 旅游文本中的修辞手法及其翻译	67
第一模块: 热身练习	67
第二模块: 旅游文本中的修辞手法及其翻译	67
一、比喻及其翻译	68
二、拟人及其翻译	69
三、设问和反问及其翻译	70
四、反复及其翻译	71
五、夸张及其翻译	72
六、引用及其翻译	73
七、对仗及其翻译	74
第三模块: 译文辨析	75
第四模块: 翻译练习	78
第七章 旅游文本中专有名词的翻译	81
第一模块: 热身练习	81
第二模块: 旅游文本中专有名词的翻译	81
一、旅游文本中纯地名的翻译	82
二、旅游文本中河流、山川、湖泊、岛屿等名称的翻译	84
三、旅游文本中景观标识名称的翻译	87
四、旅游文本中活动名称的翻译	90
五、中国菜肴的翻译	92
第三模块: 译文辨析	95
第四模块: 翻译练习	98
第八章 旅游文本中典故、诗词、俗语、楹联等的翻译	101
第一模块: 热身练习	101

第二模块：旅游文本中典故、诗词、俗语、楹联等的翻译	102
一、旅游文本中典故的翻译	102
二、旅游文本中诗词的翻译	104
三、中文旅游文本中俗语的翻译	105
四、中文旅游文本中楹联的翻译	106
第三模块：译文辨析	108
第四模块：翻译练习	112
第九章 旅游景点公示语的翻译	115
第一模块：热身练习	115
第二模块：旅游景点公示语的翻译	115
一、公示语的定义和功能	115
二、旅游公示语的翻译原则	116
三、旅游公示语的文体形式及其翻译	118
第三模块：译文辨析	124
第四模块：翻译练习	127
第十章 旅游篇章翻译练习	129
英译汉（10篇）	129
汉译英（10篇）	137
本书练习参考译文	145
第一章	145
第二章	145
第三章	146
第四章	148
第五章	149
第六章	151
第七章	152
第八章	154
第九章	156
第十章	157
附录一 常用公示语的翻译（英汉对照）	175
附录二 餐饮常用词汇（英汉对照）	181
附录三 旅游常用词汇（英汉对照）	233
主要参考文献	240

第一章

旅游英语翻译总论

一、旅游英语翻译的目的

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，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。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。由于中国经济的快速发展，中国人民日渐富裕起来，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，而且，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。

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。

二、旅游英语翻译的界定

“旅游英语翻译”这一短语乍一看去,似乎让人感到外延很窄,即可以理解为关于“旅游”的英汉互译。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”涉及很多种不同的文本,这些文本中又有很多语言、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。

首先,旅游文本是一种应用文体,是介绍和宣传旅游景点和旅游目的地、提供旅游指南和介绍游览行程、签订旅游合同等的书面形式。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。”既然以宣传旅游产品和服务为目的,旅游文本又具有一定的描述性,具有一定的文学性和艺术性,兼有广告的特点,其文学性和艺术性是为介绍、宣传、广告服务的,所以,总体说来,旅游文本属于应用文体。

“旅游英语”属于专门用途英语(English for Specific Purposes,即ESP),即为用于旅游行业的英语,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。所谓“旅游英语翻译”则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)(specialist tourism translator)。这类翻译包括笔译和导游翻译(含口译)。”同时,陈刚还指出,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。”(2004:59)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。

三、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:

Tour Programme — 3 days/2 nights

1st day:

Arriving in Zermatt by train 2nd class from the Swiss border or airport. Enjoy a relaxful stay at this beautiful car free alpine resort at the foot of the majestic Matterhorn (only

electric-cars and horse-drawn sleighs are allowed). Overnight in Zermatt.

2nd day:

If you want to discover the dazzling beauty of the Alps, you'll soon realise that a trip to Gornergrat at 3,089 m is a "must-see" excursion. For more than 100 years the Gornergrat Bahn has been making the ascent to the panoramic mountain a truly unique and wonderful experience. From Zermatt, the popular Gornergrat Bahn, Europe's highest open-air cogwheel railway departs daily every 24 minutes, climbing to the Gornergrat 9.339 km away. The train crosses impressive bridges, galleries and tunnels in the midst of idyllic forests and alpine meadows, past rocky gorges and tarns. (Accompanied by the majestic mountains, first and foremost by the Matterhorn.) The Gornergrat's sunny viewing platform, accessible all year, makes the Gornergrat ridge a top destination, and not just because of its altitude. Surrounded by 29 peaks rising to above 4,000 m / 13'000 ft and by Switzerland's greatest mountain and second longest glacier in the Alps, it offers a spectacular mountain panorama second to none. Overnight incl. breakfast at the 3,100 Kulmhotel Gornergrat — the highest hotel in the Swiss Alps!

3rd day:

Return to Zermatt where you might want to spend an additional night. Or return to Swiss border or airport or continue your stay in Switzerland at your own request.

Our price includes

- ◆ Swiss Card Alpine Honeymoon Special (4 transfers) incl. Gornergrat excursion in 2nd class from/to Swiss border or airport (Airport/border — Zermatt, Zermatt — Gornergrat, Gornergrat — Zermatt, Zermatt — Airport/border);
- ◆ 1 night in Zermatt, room, bath or shower/WC, breakfast;
- ◆ 1 night at 3100 Kulmhotel Gornergrat, room, bath or shower/WC, breakfast;
- ◆ Any additional tickets for optional excursions to travel by rail, boat, postal-coaches and cable cars can be purchased at 25-50% of the regular fares.

游览计划——3天/2晚

第1天:

乘火车(2等车厢)从瑞士边境或机场抵达位于雄伟的马特宏峰山脚下的采尔马特。在这个禁止汽车通行(只允许使用电动车、马拉雪橇和马车)的阿尔卑斯旅游胜地轻松休息,在美丽的采尔马特过夜。

第2天:

想探索美丽的阿尔卑斯山,就不难发现前往海拔3,089米的戈尔内格拉特是一次“必

须的”游览。100多年来, 戈尔内格拉特铁路公司已经把进入美丽山峰的旅程变成了一次真正绝佳的体验。从采尔马特出发, 每24分钟就有戈尔内格拉特铁路公司的欧洲海拔最高的露天齿轨列车开往9.339公里外的戈尔内格拉特。列车穿越壮观的桥梁、冰川和隧道, 沿途经过美丽的森林和阿尔卑斯牧场以及怪石嶙峋的山谷和宁静的湖泊。游客一路上都可欣赏到雄伟的山峰, 其中最壮丽的当属马特宏峰。戈尔内格拉特阳光灿烂的观景平台全年均可接待游客, 使戈尔内格拉特山脊成为最高的目的地。但这里吸引人的不仅仅是海拔高度, 四周环绕着29座海拔4,000米/13,000英尺以上的雄伟山峰, 瑞士最雄伟的山峰和阿尔卑斯山区第二长的冰河也在这里, 为游客提供了无与伦比的高山景观。在瑞士阿尔卑斯山区海拔最高的宾馆戈尔内格拉特库尔姆宾馆过夜(含早餐)!

第3天:

返回采尔马特, 也许您想在采尔马特多住一晚。或者返回瑞士边境或机场, 也可以按照自己的需要继续留在瑞士。

我们的价格中包含

- 蜜月特别报价瑞士优惠卡(可转车4次), 含乘坐2等车厢从瑞士边境或机场抵达戈尔内格拉特游览/前往瑞士边境或机场(机场/边境—采尔马特, 采尔马特—戈尔内格拉特, 戈尔内格拉特—采尔马特, 采尔马特—机场/边境);
- 采尔马特1晚住宿, 含房间、沐浴或淋浴/公厕、早餐;
- 戈尔内格拉特库尔姆宾馆1晚住宿, 含房间、沐浴或淋浴/公厕、早餐;
- 购买乘火车、游船、邮政巴士和缆车的可选游览项目附加票时可享受平时价格25-50%的优惠折扣。

上述片段是一份旅游公司提供的旅游计划, 仔细阅读会发现, 整个计划不仅包含了交通、食宿、游览日程、价格等实质性信息, 还包含了对景点、旅游服务的描述和广告宣传。其中可以看出, 句子短小精悍, 有些还是句子片段, 用词生动简洁, 无论是动词还是形容词均是常见的词汇, 通俗易懂, 但同时使用了一些描述性较强的词汇, 尤其是形容词, 如 *relaxful*、*majestic*、*dazzling*、*panoramic*、*unique*、*wonderful*、*impressive*、*idyllic*、*spectacular* 等。另外, 从例子还可以看出, 英文的旅游材料多使用一般现在时。

例2:

杭州——人间天堂

意大利著名旅行家马可·波罗曾这样叙述他印象中的杭州: “这是世界上最美妙迷人的城市, 它使人觉得自己是在天堂。”在中国, 也流传着这样的话: “上有天堂, 下有苏杭。”杭州的名气主要在于风景如画的西湖。西湖一年四季都美不胜收, 宋代著名诗人苏东坡用“淡妆浓抹总相宜”的诗句来赞誉西湖。在杭州, 您可以饱览西湖的秀色, 也不妨漫步街头闹市, 品尝一下杭州的名菜名点, 还可购上几样名特土产。

苏堤和白堤把西湖一分为二, 仿佛两条绿色的缎带, 飘逸于碧波之上。湖中心有三个小岛: 阮公墩、湖心亭和小瀛洲。湖水泛着涟漪, 四周山林茂密, 点缀着楼台亭阁, 是我国最有名的旅游景点之一。

杭州人观看西湖有个说法：“晴湖不如雨湖，雨湖不如夜湖。”您在杭州，一定要去领略一下西湖的风韵，看看此说是否有道理。

杭州是中国著名的六大古都之一，已有二千多年的历史。杭州不仅以自然美景闻名于世，而且有着传统文化的魅力。不仅有历代文人墨客的题咏，而且有美味佳肴和漂亮的工艺品。

杭州是中国的“丝绸之府”，丝绸产品品种繁多，其中以织锦尤为引人注目。杭州还生产黑纸扇和檀香扇。其他特产有西湖绸伞和中国十大名茶之一的西湖龙井。

杭州有许多有名的餐馆，供应各邦菜点，还有一百多家旅馆酒店，为游客提供舒适的住宿。

一般来说，游览西湖及其周围景点花上两天时间较为合适。到杭州旅游，既令人愉快，又能得到文化享受。

Hangzhou — Paradise on Earth

The famous Italian traveler Marco Polo was so impressed by the beauty of Hangzhou that he described it as “the most fascinating city in the world where one feels that one is in paradise.” In China, there has been a century-old popular saying praising the city: “Suzhou and Hangzhou are two paradises.” Hangzhou’s fame lies mainly in its picturesque West Lake. As it is beautiful all the year round, the West Lake was compared by Su Dongpo, a celebrated poet of the Song Dynasty, to a beauty “who is always charming in either light or heavy makeup.” In Hangzhou, you will not only find the lake a perfect delight to the eye but also find it a joy to stroll along the busy streets, taste famous Hangzhou dishes and buy some special local products.

The West Lake is bisected by the Su Causeway and the Bai Causeway which look like two green ribbons floating gracefully on the blue waters. In the center of the lake are three isles — Ruangong Isle, Mid-lake Pavilion and Lesser Yingzhou. With ripples on the water’s surface and thickly-wooded hills dotted by exquisite pavilions on its four sides, the West Lake is one of China’s best known scenic spots.

Hangzhou residents have their way of enjoying the beauty of the West Lake. According to them, “The West Lake looks more delightful on rainy days than on clear days, but it is at its best after darkness has fallen”. When you are in Hangzhou, you ought to go and take in the charm of the lake for yourself to see if the comment is true.

One of China’s six ancient capital cities, Hangzhou has a history of more than 2,000 years. It is famous not only for its natural beauty but also for its cultural traditions. Apart from a large number of poems and inscriptions in its praise left behind by scholars and men of letters through the centuries, it also boasts delicious food and pretty handicrafts.

Hangzhou is the home of silk in China. Its silk products come in a great variety, among which its brocade is especially attractive. Hangzhou also specializes in making black paper fans and sandalwood fans. Other specialities include silk parasols and West Lake Longjing Tea, which is among the top ten produced in China.