

# 中美旅游网站景点宣传资料的语域差异及翻译

罗 乐

(曲靖师范学院 外国语学院,云南 曲靖 655011)

**摘 要** 语言发生在一定的交际情景里,在不同的文化情景,根据不同的交际目的,语言的语域特征也不同。在旅游景点宣传资料的英译中,需要更多的考虑英语文本的语域特点,在翻译中做到功能的对等,使译文更加符合外国人的文化审美取向和情感取向,从而更好地发挥旅游文本宣传、告知、呼唤和吸引潜在外国游客的交际目的。

**关键词** 景点宣传资料英译 语域差异 语场 语旨 语式

**中图分类号** H059 **文献标志码** A **文章编号** 1002-2589(2013)35-0195-03

随着网络经济和信息技术的迅速发展,旅游网站成为大部分潜在游客出行前获取旅游信息的重要渠道,旅游网站对潜在游客信息收集、出游决策等方面,发挥着越来越显著的作用。在对中美旅游网站特性的研究中,很多学者着力于对比两者的差异,如徐楚冰(2010)、兀婷(2009)等学者就中美电子商务在发展现状、经营模式、品牌核心竞争力、网站服务功能、网络营销国际友好度等方面做出比较,并对中国旅游商务网站的发展提出了有益的建议。李彦丽、路紫(2006)等学者通过对比中美旅游网站的差异,提出了旅游网站“虚拟距离衰减”预测模式,为加强旅游网站的在线管理提供参考。而康宁(2011)等则基于语料库,对中美旅游网站上,旅游文本中的评价语言进行对比,以探讨中国旅游材料英译的有效途径。

本研究运用功能语言学的语域理论,在中美旅游网站的景点宣传资料中,各选5篇进行文本分析,对比两者的语域差异,并对中国旅游网站景点宣传资料的英译提出建议。

## 一、语域理论

语言的形式与其所使用的语境有密切的关系,语言都发生于一定的交际情景里。不同情景,有不同的交际目的,语言的使用,便会出现许多变体,这些变体所形成的范畴被称为语域。“语域是关于言语交际活动的主体,为什么在哪个时间和地点,并以怎样的方式对受体做了什么的描述。在不同的语域中,语篇的选词、造句、修辞、结构都会存在一些差异。语域是个非常实用的概念,它是适用于某一交际场合的语篇在词语、句式、修辞、结构等方面的特征的总和。”按照功能语法理论,“语域是由多种情景特征——特别是指语场(Field)、语旨(Tenor)和语式(Mode)——相联系的语言特征构成的”。(司显柱,2007)

语场与言语活动的主题有关,属于“发生了什么”的范

畴;语旨主要描述的是,交际行为的参加者及其他他们之间的关系,即谁在向谁说话;语式是有关语言在言语交际过程中的作用,是面对面的日常对话,还是正式的书面用语。系统功能语言学认为:在构成使用语言的情景语境的各个要素里,只有这三个因素对语言的使用产生直接和重要的影响。语场、语旨和语式三个语域变量,对于使用语言时,如何选择语言形式有着直接的、至关重要的影响。(司显柱,2007)

## 二、中美旅游景点文本中体现的语域差异

### 1. 语场特点

语场是关于言语活动的主题或焦点。根据这一情景参数,语用场景一般分为技术场景和日常场景两类,不同场景的语言,表现出各自不同的特征。技术语言多使用技术术语或“圈内人”才懂的词语,句子使用简化的句法,多为技术行动过程。而日常语言,多使用日常用语和大家都懂的词语,句法上多使用标准句法。(Eggs1994)

对比介绍中美旅游景点文本,就语场参数而言,两者显示出很相近的语言特征。文本的主题都相同,都是对景点进行描述和宣传,普遍使用日常用语,标准句法,向潜在的游客提供旅游景点的基本信息,包括景点位置、气候、当地风土人情、旅游特色项目。两者均属于呼唤型文本,描述旅游体验,目的都是吸引潜在游客来旅游。

例如,在三亚旅游官方网站上,一则介绍三亚亚龙湾的文本,是这样写道的。

“亚龙湾,枕在青山怀抱的半月形海湾中。全长约8公里,是三亚的四大海域之一。亚龙湾沙粒洁白细软,海水澄澈晶莹,而且蔚蓝,能见度有7~9米。海底世界资源丰富,有珊瑚礁、各种热带鱼、名贵贝类等。年平均气温25.5℃,海水温度22~25.1℃,终年可游泳。八公里长的海岸线上

收稿日期 2013-11-06

基金项目 云南省哲学社会科学规划课题“云南省旅游网站翻译的‘全球本土化’研究”(YB201142)阶段性成果之一

作者简介 罗乐(1980-)女,云南罗平人,讲师,硕士,从事翻译教学研究。  
?1994-2019 China Academic Electronic Journal Publishing All rights reserved. http://www.cnki.net

椰影婆娑,生长着众多奇花异草和原始热带植被,各具特色的度假酒店错落有致的分布于此,就如一条坠落人间仙带上,镶嵌的一颗颗璀璨的明珠,把亚龙湾装扮得风情万种、光彩照人。”

相应的,一则介绍夏威夷的文本是这样描述的。

There are numerous recreational opportunities on the islands. You can swim, surf, scuba dive, snorkel, sail, fish, golf or just see the sights. The famous Hawaiian surf is among the biggest and best in the world.

Remember these two rules when surfing in Hawaii: 1. Never turn your back on the ocean! 2. If the natives are not in the water, stay out! When picking which islands to visit, consider the type of activities you enjoy. Some islands provide lots of nightlife and lots of sports or recreational opportunities. Others offer spectacular scenery or quiet beaches and solitude.

可见,中美旅游景点文本的语场特征是相似的,甚至是相同的。不难理解,介绍旅游景点的文本,必须使用日常用语而非技术术语,才不会使文本生涩难懂,便于读者阅读,才有利于对景点进行宣传介绍。由于旅游文本是刊登在网站上,供大众浏览阅读,所以它不同于普通的口语表达。它明显带有广告语言的特点,目的在于呼唤和吸引游客。文本多使用标准句法和过程动词。

### 2. 语旨差异

语旨是反映言语交际行为的双方,在权势关系、接触密度和亲切程度等方面的情景参数,主要用来区分正式和非正式情景两类。非正式情景中,交际双方一般地位平等,经常见面,关系亲密,语言上常用带有感情色彩的词语、口头用语,使用典型语气,而正式情景里,交际者之间在权势方面是不对等的,接触稀少,关系疏远,语言在形式上,多使用中性的词语、正式用语和非常规语气。(Eggins1994)

就语旨参数而言,在语言形式上,主要由语言的语气系统体现。据埃金斯(Eggins)的观点,语气系统,包括了小句结构类别,即陈述句、疑问句等等,肯定性或道义性程度,即情态;表示态度、感情色彩的评价词语在内的变项。

中美旅游景点文本在语旨方面的差异,笔者同意康宁对中英美网站、英语旅游文本评价语言的研究所得出的结论,即“在评价倾向上,中国网站文本的评价潜势较弱,而英美国网站文本的评价潜势较强。在态度资源的利用上,两者旅游文本都倾向于‘鉴赏资源’,‘鉴赏’是旅游文本的共同特征,而中国网站文本中,‘鉴赏’所占比例明显高于英美网站文本。在情感资源方面,英美网站趋于一致,明显多于中国网站文本,而且以‘你指向’情感为主,而中国网站文本的情感多为‘观光者指向’。评判资源的利用,中国网站明显多于英美网站。”(康宁 2011)

英美网站文本较强的评价倾向,体现在文本多使用夸张的和具有劝导性的词汇,例如 very、most、best 并结合鉴赏性词汇,例如 famous、beautiful 等,多用祈使句来实现呼唤功能,而汉语多用陈述句来实现这一功能。从态度资源上看,中国网站文本的鉴赏,更多的体现在使用形容词、副词或程度副词来描述景点,而英美网站文本多使用名词、代词、过程动词、数字等来描述景点。这正好印证了,传统汉语的写作,多用华丽的、比喻的句子,习惯把情感融入对景点的描述中,而英文则更加直白、简单。英文网站文本景点描述的“你指向”体现在,文本的对话性比较强,句子的

多把“你”用作主位,让读者直接参与进对话中。

### 3. 语式差异

语式,是描述语言与情景在空间和人际距离方面关系的参数。据埃金斯,这一情景变量,主要用来区分口语和书面语的言语特征。口语依赖语境,句子结构松散,动态,使用日常词汇,句子的语法不标准,词汇化密度低。书面语不依赖语境,多使用纲要式结构的句子,使用“声望”词汇,句子语法标准,词汇化密度高。当然,这是对位于语式连续体两极,即典型口语和书面语言辞特征的概括,而实际话语中的多数是介于两极之间,也就是说往往既有口语体又有书面语体特征,差异只是多寡大小而已,即混合语体。(Eggins1994)

对比中美旅游景点文本的语式特征,可以看出,两者均是介于口语和书面语两极之间的混合语体,即两者的文本既包含口语特点,又包含书面语特点。但是中国旅游景点文本句子结构相对松散,动态,句子语法标准度相对较低。而美国旅游景点文本,句子结构相对紧凑,语法标准。但是两种文本词汇化密度差不多,即文本难度相当。

例如,下面是西安旅游官网的一则文本,对古都西安进行介绍。

“西安,一个充满神奇和活力的地方,走近它,你会为历史遗存的完美博大所震叹,又会为现代化建设的勃勃生机所感喟!西安,古称长安,是当年意大利探险家马可·波罗笔下《马可·波罗游记》中著名的古丝绸之路的起点。罗马哲人奥古斯都说过“一座城市的历史就是一个民族的历史”。西安,这座永恒的城市,就像一部活的史书,一幕幕,一页页记录着中华民族的沧桑巨变。”

对比 USATOURIST 网站介绍死亡谷的文本。

Death Valley received its name in 1849, when a wagon train of overland immigrants headed for California became lost in the valley for several weeks. They had to burn their wagons and cook their oxen to survive. At least one of them perished in the valley. When they finally hiked their way out, one of the women reputedly said, “Goodbye Death Valley”, and the name stuck.

可以看出,中国旅游景点文本的句子结构相对松散,动态,这正是由汉语波浪式句子结构所决定的,也是汉语语言的特点。而英语的句子语法较标准,结构严谨,也正好表现了英语括号式的句子结构的特点。中国旅游景点文本较美国旅游景点文本,更为口语化。

### 三、语域差异对中国网站景点宣传资料英译的启示

在语域的层面,因应语场、语旨和语式的不同,语言使用的形式也有区别,追根究底,还是语言所属文化里的价值观念、道德规范、审美期待等意识形态的不同,而导致的结果。“译者所面对的原语语篇,实际上是原文作者使用源语的书面形式(语式)针对原文读者(语旨)就一定内容(语场)开展交际的过程中产生的产品。”(司显柱 2007)因此,在汉语旅游景点宣传资料的英译过程中,要实现文本对潜在外国游客的呼唤和吸引功能,必须更多的考虑译文功能的对等,而非语义、语言形式的绝对对等。就语域而言,译者首先必须对两种语言旅游文本在语场、语旨和语式上的差别,有全面的认识。然后在翻译过程中,在语言形式上,要有相应的调整,这是译者进行有效的语际转换的基础。

在中国网站旅游文本英译的过程中,应该充分意识到,英语旅游文本的语域特点,翻译过程中,避免使用生涩

难懂的词汇,多使用日常用语,对于一些与本土文化、地域特点有关的专有词汇,要给予进一步补充解释。避免汉语的松散、动态的句子结构,多使用语法正确的标准句法,行文需结构严谨,多体现书面语的特点。在翻译过程中,应加强译文的评价倾向,需更多考虑英美国家本地人的阅读习惯,利用不同的句式,如祈使句、强调句等加强文本的呼唤功能,在对景点的描述中,谨慎选词,更多使用名词、代词、过程动词、数词等,而相对减少形容词的使用,使描述景点的语言更加客观、具体、简单、直白。同时,翻译中应该更多的考虑英语旅游文本的‘你指向’情感。句子的主位部分,应该更多地以‘你’开头,把读者纳入文本对话。

综上所述,在旅游景点宣传资料的英译中,需要更多的考虑英语文本的语域特点,在翻译中做到功能的对等,使译文更加符合外国人的文化审美取向和情感取向,从而更好地发挥旅游文本宣传、告知、呼唤和吸引潜在外国游客的交际目的。

#### 参考文献:

[1]Egins,S.An Introduction to Systemic Functional Linguistics

[M].London:Continuum(Pinter),1994.

[2]程霞,单芳.旅游网站特性对潜在游客行为意向的影响[J].四川师范大学学报,2011,(1).

[3]顾伟.变译理论指导下的旅游网站汉英翻译[J].语文学刊,2010,(10).

[4]康宁.基于语料库的中、英、美网站英语旅游文本中的评价语言对比研究[D].上海:上海外国语大学,2011.

[5]李彦丽,路紫.中、美旅游网站对比分析及“虚拟距离衰减”预测模式[J].人文地理,2006,(6).

[6]司显柱.功能语言学与翻译研究——翻译质量评估模式建构[M].北京:北京大学出版社,2007.

[7]王丽丽.目的论视角下的旅游网站翻译[J].齐齐哈尔大学学报,2010,(9).

[8]兀婷,张辉,兀晶.中美旅游电子商务发展比较及思考[J].山西财政税务专科学校学报,2009,(6).

[9]徐楚冰.论中美旅游电子商务发展的差异[J].现代经济信息,2010,(10).

(责任编辑:许广东)

(上接 56 页)费用负担与支付能力之间的矛盾成为关键。

#### 四、长期护理保险构建政策建议

##### (一)长期护理保险制度类型的选择

由于老年医疗保障产品的提供具有准公共品的特点,所以政府应起主导作用,将长期护理保险作为社会医疗保障的一部分。具体方式可参考国际社会长期护理保险普遍采用的形式,并结合重庆市现有医疗保障政策及经济社会发展实际情况作进一步探讨。目前国际上提供长期护理保险主要采用的制度类型有以下几种:一是单独作为法定的护理保险制度;二是作为医疗保险制度的一部分;三是实施基本以实物给付的护理服务制度;四是实行以公费负担的护理津贴制度。

##### (二)承保范围及保障水平

在长期护理保险的承保范围方面,主要应考虑患病情况及生活自理能力两大健康因素。相关统计显示,重庆市2010年医院出院病人年龄别疾病构成中,出院的循环系统疾病患者共计104 292人,其中60岁以上老年人占71.09%;肿瘤患者共计51 475人,其中60岁以上老人占40.29%。此外,内分泌、营养和代谢疾病等慢性疾病都占有较大比重。这些慢病患者及失能老人需要长期的护理与照料。在保障水平方面,则应根据参保人的综合健康评估状况进行分级护理。我国的老年长期护理分级标准始于2001年出台的《老年人社会福利机构基本规范》,重庆市应对其进行借鉴和完善。如在级别判定的详细标准上应充分考虑其患病情况及生活自理情况,并对痴呆老人等的护理级别做出明确规定。

##### (三)拓宽筹资渠道

在长期护理保险发展初期,筹资方式的选择极为重要。我市可采用政府、单位、个人、社会的多渠道筹资模式,体现互助共济原则。政府应积极引导社会力量为长期护理保险发展提供资金支持,同时也应充分发挥个人的力量。例如,现在我国居民特别是老年人的消费承受能力有限,因此可以采取通过年轻时的预先储蓄方式为老年护理养老积累一定的资金;另外针对已经进入老年的人,可以借鉴国外比较受欢迎的反向抵押贷款的做法,尽管受到传统

观念及相关配套政策不健全的限制,但为长期护理保险筹资提供了一个很好的备选方案。以达到拓宽筹资渠道、提高筹资水平的目的。

##### (四)加强社会公众对长期护理保险的认知

增加公众对长期护理与长期护理保险的了解与认知,使人们认识到长期护理保险对改善失能老年人生命质量及减轻家庭经济负担的重要意义,从而使更多人接受长期护理保险。为使人们了解长期护理保险的价值与重要性,必须将宣传落实到个人与家庭。针对不同文化层次、不同家庭结构、不同职业方向给予具有针对性的宣传。如对文化程度较高的中年人,可以采取较专业的宣传方式,着重介绍保险产品本身;对文化程度较低的老年人,可以采取较易理解的宣传方式,着重长期护理保险的作用、功能等。

#### 五、讨论

由于城乡二元结构历史原因,农村老年人口缺乏养老、医疗、照料服务等基本社会保障。较城市老年人而言,农村空巢老人,特别是失能老人的长期护理问题更为突出。随着重庆医疗保障制度一体化进程不断深化,设计覆盖城乡的长期护理保险是难点。城乡经济社会发展的差距带来长期护理保险需求在保障范围及水平等方面有所不同。同时考虑城乡差异和社会公平,力求使长期护理保险,在保障资金允许条件下,尽可能满足大多数人群的需求。因此,本研究仅仅是重庆市长期护理保险制度探索的一小步,需要更深入、多角度的展开。

#### 参考文献:

[1]荆涛.长期护理保险[M].北京:对外经济贸易大学出版社,2006.

[2]张铭.老年护理保险需求影响因素研究[D].大连:大连理工大学,2009.

[3]朱薇薇,郭岩.老年人长期护理保险需求及其影响因素的实证分析[J].中国护理管理,2010,(12).

[4]刘金涛,陈树文.构建我国老年长期护理保险制度[J].财经问题研究,2012,(3).

[5]杨小丽.重庆市统筹城乡医疗保障制度的实践探索[J].中国卫生经济,2011,(4).

(责任编辑:许广东)