

旅游网站文本翻译对策

丁 怡 王 玲

旅游网站文本翻译包括表达型、信息型、呼唤型三种不同类型,但目前翻译存在一些不足,主要体现在繁琐冗长、缺乏特色、翻译错误等方面。为应对这些问题,提高翻译水平,应采取有效的改进和完善措施,掌握文本信息、宣传口号、网站介绍的翻译对策,并避免翻译出现错误。

旅游网站是进行旅游资源宣传的有效方法,随着外国游客不断增多,很多旅游景点设置英文网站。这些网站在宣传旅游资源,吸引外国游客方面发挥重要作用。但不能否定的是,目前旅游网站文本翻译存在不足,甚至出现错误,需要采取有效对策改进、完善。本文探讨分析旅游网站文本翻译的类型和现状,并提出有效的改进对策,希望能为实际工作提供启示与参考。

一、旅游网站文本翻译的类型

随着对外开放程度的不断加深,旅游资源的挖掘,越来越多外国游客涌入中国旅游市场。在这样的背景下,为有效宣传旅游资源,很多旅游景点网站都设置英文版。具体来说,这些文本的类型和功能表现在以下方面。

(一) 表达型

在旅游网站中,我们可以常见一些表达型文本,阐述旅游景点基本情况概述。表达景点的项目、内容、特色,与其他地方不同,通过阅读这些内容可以有效掌握旅游景点基本内容,为游客安排自己的行程提供参考。

(二) 信息型

重视文本翻译最基本的功能,通过翻译文本的介绍,能了解景点相关信息资源,对景点面积、旅游资源、特色项目、自然风光、人文景观等有大致地了解。旅客在了解这些内容的前提下,能更好地安排自己的旅游计划,为有效获取相关信息提供参考和依据。

(三) 呼唤型

除了介绍景点相关信息之外,网站文本还往往具有呼唤功能,考虑游客信息需求和审美诉求,达到吸引更多游客的目的,同时也能增强语言文本信息表达功能,得到更多观众认可。

二、旅游网站文本翻译的现状

目前,很多旅游景点都采用英语文本介绍旅游资源,达到吸引更多外国游客的目的,但文本翻译存在一些不足。以青岛旅游网站文本翻译为例,存在的问题主要体现在以下方面。

(一) 繁琐冗长

一些网站文本翻译内容过于繁杂,尽管能对相关信息进行较为详细的介绍,但缺乏感情色彩,不利于激发学生的阅读兴趣。以青岛旅游的中文和英文网站为例,译者将语言进行转换,达到忠实原文的目的,可以肯定译者是认真完成翻译工作的。但通过仔细阅读便能发现,文本详细介绍青岛的地理位置,经济发展和交通运输状况,景观描述,对景点名称进行简单罗列。虽然

具有一定合理性,但对读者不具有吸引力。外国游客最需要了解的是旅游目的地的景观信息,没有这么多耐心去阅读繁琐复杂的景点介绍。文本过于繁琐会减少旅游者好奇心,损坏他们的期待心理。因此,应转变这种情况,侧重于对景点介绍,包括自然景观、历史文化事件、历史人物传说等。另外,青岛旅游网站文本简单机械地介绍旅游信息,对旅游文本进行简单罗列,缺乏感情色彩,失去文本呼唤功能,不能激发游客的阅读兴趣。

(二) 缺乏特色

提高文本翻译特色是非常重要的内容,有利于吸引外国游客的注意力和旅游兴趣。虽然很多文本翻译忠实原文,力求详细介绍旅游景点信息,但内容介绍缺乏特色。例如,青岛官网对崂山风景区的介绍过于呆板和机械,缺乏特色。翻译文本简单地对旅游景点进行罗列,利用一大堆数字和一大堆名称来介绍旅游景点基本情况,游客读完后云里雾里,难以对这个景点基本情况有较为详细和全面的了解。这样不仅难以激发旅客的阅读兴趣,还容易让旅客产生厌恶心理,影响他们旅游计划的安排。另外,青岛官网对人文景观介绍也存在这样的问题,例如,对康有为故居的描述,花了很大篇幅介绍康有为的生平事迹和戊戌变法,难以激发游客阅读兴趣。也未能有效彰显青岛当地人文景观特色,一些游客容易对此感到厌倦,需要改进和完善。

(三) 翻译错误

由于一些翻译工作者自身素质偏低,再加上英语专业水平不足,忽视对英语翻译文本进行仔细核对,导致旅游网站文本翻译存在错误,影响游客的阅读和理解,难以激发对旅游目的地的兴趣与爱好。例如,青岛旅游网站在对秦朝相关内容进行介绍时,秦始皇的汉语拼写为Qin Shihuang,这种低级错误会影响表达效果,不应出现在英文网站上面。此外,一些英文网站文本忽视及时更新和完善,导致最新旅游动态和相关信息没有及时改进和完善,影响对外宣传实效性,难以引起游客阅读的兴趣。

三、旅游网站文本翻译的对策

为修正翻译存在的错误,提高旅游网站文本翻译水平,结合现实需要及存在的问题,笔者认为可以采取以下改进对策。

(一) 文本信息翻译对策

网站文本信息翻译时需要考虑外国游客的心理需求,满足他们获取信息的需要。外国游客一般会通过网站、电视、广告、杂志等了解相关信息,然后具有去目的地旅游的期望。以青岛介

(下转第297页)

例如,梁山伯与祝英台在译语文化中应对罗密欧与朱丽叶(Liang Shanbo and Zhu Yingtai)译成Romeo and Juliet;苏州 Suzhou (Soochow) 译成Venice (Italy)。

(四) 删减

在旅游资料翻译中,删减有时是必要的。删减是指删减多余的对译文理解没有多大帮助的内容。中国人写文章喜欢引用名言、名诗、名人来验证自己的感受,而对外国人来说可能会使他们越看越糊涂,妨碍外国游客的理解,破坏他们的游兴,达不到预期的目的。

例如,关于华清池有这样一段文字描述:华清池内有一贵妃池,相传是当年杨贵妃沐浴的地方。唐代诗人白居易的“长恨歌”中有“春寒池浴华清池,温泉水滑洗凝脂”的诗句。Inside the HuaQingchihh Spring, there is a bathing pool called Kueifeichih,which is said to have been the bathing place of Yang Kueifei.

原文:张家界的山,奇峰叠翠,拔地而起,高耸入云。悬崖峭壁上,生长着茂盛的灌木;舒卷飘逸的云雾缠绕在山腰,时而

升腾,时而泻落;山顶上长满了苍劲的松树,参差错落,非常壮观。张家界山的形状千姿百态;有的似猛兽,有的像剑戟,有的像窈窕淑女,有的像关西大汉。

译文: Zhangjiajie is best known for its towering peaks,cloaked in cloud and mist,and covered in different shades of green.Thick shrubs cover the cliff surface,and pine flourish on the mountain tops.Various shapes can be discerned in its peaks——of animals,swords and humans.在该译本中译者省去了大量四字词语使之更加符合英美人的审美习惯和阅读方式,突出了信息量,又不失适当的描述。

三、结语

为了更好地宣传介绍我国的旅游资源和旅游文化,吸引大批的海外游客,在旅游资料翻译中,采用动态顺应的翻译策略,顺应游客的交际语境和语言语境,最大限度地满足游客的文化风貌和心理需求,激发他们的游兴。

(作者单位:四川职业技术学院)

(上接第295页)

绍网站翻译文本为例,为改变原文呆滞、没有感情色彩的翻译风格,可以改进和完善文本。将对原文本的有关航空发展的翻译文本转化为highly developed airline industry。从游客角度对其改进和完善,自行查找路线,不需要详细介绍如何乘坐飞机去青岛。改变原文罗列景观的翻译文本,采用抓重点的方式,着重介绍青岛重要的旅游景点,突出海滩美景、古典优雅的欧式建筑、举世闻名的青岛啤酒,用当地独特的资源吸引旅游者,促进文本宣传效果提升。同时还能让网站文本变得更为简洁,有效传递信息,提高对游客的吸引力。

(二) 宣传口号翻译对策

为了让更多外国游客了解我国旅游资源,要做好宣传工作,提高翻译文本质量,展示当地旅游资源形象,采用成功的宣传口号十分必要。例如,海南岛旅游宣传口号是“阳光海南,度假天堂”,英文翻译为“all the sun,all the fun”,马尔代夫的宣传口号是“the sunny side of life”。这些口号宣传不仅展示当地特色,还具有很强的吸引力和感染力,体现当地旅游特色,是成功翻译的典范。因此,旅游网站文本翻译一定要重视口号宣传工作,起到画龙点睛作用,激发和刺激游客,调动他们的探究欲望,提高翻译文本的宣传效果。

(三) 网站介绍翻译对策

翻译时注重对景点的介绍,更好迎合游客需要,激发他们探究和学习欲望。网站翻译文本介绍应简洁明了,提高旅游目的地

的宣传效果。用语简练,翻译文本少而精,方便游客获取关键信息。同时还要发挥其信息功能和呼唤功能,重视具有感情色彩的语言文字应用,起到更好的宣传效果。

(四) 避免翻译出现错误

旅游网站文本翻译应注重提高时效性与准确性,避免出现翻译错误,促进表达流畅和顺利,让外国游客阅读之后能深刻理解其中的内涵。例如,提高翻译工作者的积极性与主动性,做好检查和核对工作,防止出现语法错误、拼写错误、句式错误,保证语句表达流畅。重视对旅游网站信息的核对和完善,及时更新相关内容,将旅游景点最新动态和相关信息传输至旅游网站文本,方便游客了解和获取信息,引进基础功底强的翻译人才,培养其严谨、认真的工作作风和态度,认真仔细做好每个细节翻译工作,提高网站文本翻译水平。加强管理监督,提高翻译水平,改进和完善网站文本存在的不足。还可以参考英语为母语的旅游网站文本翻译,聘请业内专家严格把关,促进翻译工作水平提高。

四、结语

为达到有效介绍旅游资源,吸引更多游客的目的,做好网站文本翻译工作十分必要。实际工作中应认识存在的不足,采取有效翻译对策,避免翻译出错。并重视翻译策略的应用,提高译者综合素质,纠正存在的缺陷与不足,促进旅游网站文本翻译水平不断提高,更好地宣传丰富的旅游资源。

(作者单位:江西旅游商贸职业学院)