

杭州旅游网站翻译现状调查与分析

郭 聪

(杭州师范大学钱江学院 浙江·杭州 310018)

中图分类号 H315.9

文献标识码 A

DOI:10.16871/j.cnki.kjwhc.2018.05.083

摘 要 本文通过对杭州旅游网站提供语种情况及英文旅游网站翻译现状的调查与分析,发现杭州旅游网站的国际性较差,旅游网站主要存在着功能性翻译失误、交际性翻译失误、文化性翻译失误以及语言性翻译失误等翻译问题。

关键词 杭州 旅游网站 翻译失误

Survey and Analysis on the Status Quo of Hangzhou Tourism Website Translation // Guo Cong

Abstract Through the investigation and analysis of the languages presented in Hangzhou tourism websites and the translation of English tourism websites, it is found that the internationality of Hangzhou tourism websites is poor, and there are mainly functional translation errors, communication translation errors, cultural translation errors and linguistic translation errors.

Key words Hangzhou; tourism websites; translation errors

旅游网站翻译是以目的语读者为中心,参照其认知和文化特性进行的一种包括文本和非文本适应性的转换过程,其功能就是使目标读者不受语言和文化等的阻碍,高效、便捷地使用网站,进行旅游相关活动。通过网络对杭州各级政府旅游网站及 4A 以上景区网站进行访问,各旅游政府网站网址是从杭州旅游电子政务网站链接获得。同时我们还从网上下载了网站的主页及主菜单页面,以此为依据对旅游网站提供语种的情况以及英文网站进行调查和研究。

1 问卷调查

1.1 调研方案

2017 年 1 月-2017 年 8 月,利用每个周末的时间在杭州西湖风景区、西溪湿地、超山风景区等景点对外国游客进行问卷调查,发放问卷 150 份,回收 146 份,有效率 97.33%。

1.2 调研结果分析

从游客访问网站目的来看,67.81%受调研的外国游客访问旅游网站的目的都是获取所需信息,21.92%游客表示只是看看,7.53%的游客是以娱乐为主。

从网站文章存在的主要问题来看,63.70%受调研的外国游客认为访问旅游网站存在拼写错误和标点错误;

46.58%受调研的外国游客认为访问旅游网站存在语法错误,35.62%受调研的外国游客认为访问旅游网站存在表达混乱或尴尬的问题。说明网站存在问题较多。

82.88% 的受调研的外国游客认为在旅游网站上最想获得的信息是旅游路线,64.38%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最想获得的信息是酒店信息,56.85%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最想获得的信息是习俗和传统。

94.52%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最重要的功能是可访问性(快速加载图形和超文本链接的快速响应时间),90.41%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最重要的功能是相关性(根据用户需求提供全面、完整的信息),80.14%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最重要的功能是及时性(最新信息);70.55%的受调研的外国游客认为在旅游网站上最重要的功能是互动(FAQ,论坛,留言簿等)。由此可见,网站的可访问性在游客心中是第一位的,信息的全面完整和及时更新尤为重要。

2 网站分析

2.1 对旅游网站提供语种情况的调查分析

对杭州各级政府旅游网站及 4A 以上景区共计 51 家网站语言版本的统计分析得知,旅游网站建设参差不齐,除 14 家旅游网站无法访问(未搜索到网站)外,其余政府旅游网站中有 9 个提供了多语种服务,占全部样本的 17.65%,6 家只提供了英文和中文页面,占 11.76%,有 22 家旅游网站只有简体中文页面,占 43.14%,总体来看,网站的国际性较差。

2.2 对英文旅游网站翻译的调查分析

此次调查对象中有 15 个旅游网站提供了英文分站,它们分别是浙江省旅游政务网、杭州旅游电子政务网、杭州西湖风景名胜、杭州市千岛湖风景名胜、杭州市京杭大运河杭州景区、杭州皋亭山景区、杭州市湘湖景区、杭州市运河·塘栖古镇景区、杭州野生动物世界、淳安千岛湖风景旅游委员会、杭州雷峰塔景区、宋城、杭州乐园、杭州市良渚博物馆、杭州市余杭山沟沟景区。

我们对这些英文网站的主页及主菜单页面进行分析,发现了旅游网站翻译的一些突出问题,这些问题可归纳为

基金项目:本课题为杭州市哲学社科类项目结题论文,项目名称:基于话语视角旅游英文网站翻译对旅游目的地形象影响研究——以杭州市为例,项目编号:M7JC059。

作者简介:郭聪(1978—),男,山东枣庄人,硕士,讲师,研究方向为翻译。

四类:功能性翻译失误,交际性翻译失误,文化性翻译失误,语言性翻译失误。杭州各市政府英文旅游网站问题不少,仅仅是对 15 个英文旅游网站的主页及主菜单页面翻译失误进行统计,最终得到翻译失误有 262 项,翻译失误最突出的问题是语言性翻译失误占翻译失误 37.02%,其次是文化性翻译失误占 27.86%,值得注意的是有 4.58%的失误为明显的机器翻译。

3 译例分析

3.1 功能性翻译失误

旅游网站翻译中所产生的功能性翻译失误主要体现在网页语码、网页布局以及网页文本等方面的翻译失误,语法错误(断句、冠词、书写、用词规范)等。

Admissions:

Fei Lai Feng Scenic Area 45rmb, Ling Yin Temple entry 30 rmb, total 75rmb

Hours open to visitors: 7am-6pm daily

错误:价格书写不规范 45rmb

正确 RMB 45

3.2 文化性翻译失误

文化性失误主要体现在故事内容与中文版不符(导致文章逻辑错误)。

杭州旅游网

With no way of getting justice from the local government Sister Song had to hide from the villain and together with the younger brother they planned to leave their hometown.

错误:上文嫂嫂与宋弟计划逃走,下文提到多年后宋弟回来找嫂嫂。上下文不符。

正确:嫂嫂让宋弟收拾行装逃走

With no way of getting justice from the local government, Sister Song had to send the younger brother away from home for fear that the villain may track them for revenge.

3.3 交际性翻译失误

如直译的菜名会让游客产生歧义 http://en.gotohz.com/discoverhangzhou/thingstodo/cuisine/201307/t20130707_85005.shtml#sthash.YPGkx9Qf.wislaiNG.dpbs

美人舌 Beauty's Tongue

美人舌的翻译让人觉得恐怖,外国游客应该不会点这样的菜,容易产生误解。

3.4 语言性翻译失误

<http://en.tourzj.com/things-to-do/xishi-guli-scenic-area>

该网页将“西施故里旅游区”翻译为“Xi Shi Gu Li Scenic Area”,对于外国游客来说难以理解,应该效仿这个网站对“鲁迅故里景区”的翻译,翻译成类似于“Xi Shi Native Place Scenic Area”

3.5 机器翻译

Superior location, convenient transportation, Hunan Xiang Hangzhou Ring Expressway, east of Hangzhou Metro Line 1, 10 km from the city center, travel between West Lake and the Xianghu just 30 minutes away from Hangzhou Xiaoshan International Airport is only 30 km.

区位优势,交通便捷,湘湖南为杭州绕城高速公路,东有杭州地铁 1 号线,距杭州市行政中心约 10 公里,往返于西湖与湘湖之间只需 30 分钟,距杭州萧山国际机场也仅 25 公里。

这一段是湘湖景区首页的中英简单介绍。显然这一篇是机器译文,句子结构不完整。英文版完全按照中文逐字逐句翻译的。

4 建议与对策

本文对杭州旅游网站提供语种的情况以及英文旅游网站进行了调查,并分别从网站翻译和网页设计两个层面列举和分析了杭州英文旅游网站网页出现的问题,基于以上分析,提出以下建议:

4.1 细致市场调研,明确选择语种

在进行网站翻译前,首先要对国外入境旅游客源市场以及主要群体入境游客旅游目的地认知现状进行调查和分析,明确主要客源市场,针对该客源市场有针对性地建立外文网站,提高外文网站使用率,推进杭州旅游网站的国际化程度。

4.2 提高重视程度,严把翻译质量关

杭州各旅游网站主管部门应加大对外文旅游网站建设投入,聘用外语专家或翻译专职人员担任此项工作,网站翻译后,要聘请资深的语言本地化服务专家和翻译专家进行评估和审核,严格把好网站的质量关。

4.3 信息完整,提高可用性

旅游网站的翻译要注重网站功能的实效性和可用性。根据调研显示,游客最想在网站上获得的是旅游线路和酒店等信息,旅游网站的内容呈现要符合国外不同潜在客户文化习惯,旅游网站的功能才能得以发挥。因此要在调研的基础上提供游客旅行需要的信息。

4.4 及时更新,增强互动

旅游网站应该把握旅游消费心理,注重情感设计,适当变通译文,及时更新网站信息,增强网站的互动性和体验性,从而吸引更多的潜在客户来杭州旅游观光。

参考文献

- [1] 朱卫志.生态翻译学视角下的湖北旅游网站文本英译审视[J].蚌埠学院学报,2017,6(4):116-120.
- [2] 彭金玲.广西官方旅游网站外文版建设与翻译研究[J/OL].海外英语,2017(8):3-4.
- [3] 胡桂丽,张君,周娜.皖南国际旅游区政府网站英文旅游版面的优化[J].安徽工业大学学报:社会科学版,2017(1).

编辑 李前锋