

# 旅游网站文本英译语言风格探析

张 珺 莹

(沈阳工程学院 商务英语系 沈阳 110136)

**摘 要:**通过分析沈阳旅游官网文本英译存在的语言风格问题,提出以目的语读者为出发点,打破原文和译文的机械对等,使译文更好地发挥预期功能。

**关键词:**旅游网站;翻译;语言风格

中图分类号 H059 文献标志码 A 文章编号 1673-291X(2014)11-0292-01

旅游网站文本是一种属于广告语范畴的应用文,其语言风格对于旅游网站能否真正发挥强大的广告媒介作用至关重要。本文提出以功能派翻译理论为指导,顺应目的语在语言风格方面的标准和规范,来决定译文的表达方式,使其符合目的语读者的审美情趣。

## 一、旅游文本翻译的理论基础

功能派翻译论认为,翻译是一种文化转换、交际互动和目的性行为。翻译中的最高法则应为目的法则,翻译的目的决定翻译的策略和方法。在翻译中,原文作者、译者、译文读者间必然产生互动,因而,译文不应再追求传统翻译论中以原文为核心的机械对等模式,而应强调翻译目的,考虑受众的文化干预因素,把重心放在是否达到对受众的宣传效果上。

## 二、中英旅游文本语言风格差异

中英文遣词用字不同,其语言风格上的差异反映出不同民族审美意识和文化心理的差异。汉语旅游文本言辞华美,讲究声韵和谐、情景交融,常运用富有感召力的语言实现网站的功能目的。相比之下,国外网站的英语旅游文本强调语言客观简洁、避虚就实,忌讳重复、累赘等文字堆砌现象。通过提供景点地理环境、服务设施等准确详实的文本信息,给浏览者直观可感的印象,实现网络宣传的目的。

## 三、旅游网站文本英译语言风格误区及对策

根据功能派翻译理论,旅游文本翻译兼具呼唤型与信息

型文本的特点。即在准确传递信息的同时,也要考虑翻译的对外宣传功能。因而,在处理具有呼唤功能的信息型文本时,译者需考虑中西审美观的不同,重视语言风格差异存在的客观性。在翻译时,应将汉语中大量描述性、渲染性文字适当进行弱化处理,以简洁明了的语言向读者传达重点信息。因为过多的文字修饰不但不能起到寓情于景的目的,反而会令目的语读者感到不知所云。以沈阳旅游官网中对东陵的英译为例,该描写呈现典型的中式螺旋型特征。介绍了东陵面傍浑河,背依天柱山,是清太祖努尔哈赤和皇后叶赫那拉氏的陵墓,现已被列为世界文化遗产。为使读者身临其境,勾起其旅游愿望,译者使用大量修饰语对风光景色进行重笔渲染,描述了东陵依山傍水、草深林密、清幽肃穆、古朴典雅、气势宏伟、令人流连忘返等特点。这显然受汉语写作常式的影响,导致译文语义重复、行文堆砌。译者忽视了译文读者并非中文读者,该描写并不符合英文审美角度。英语文本通常对风光景色不采用过多描写,而重在地理环境、服务设施等信息的传递。因而,译者应考虑读者的表达修辞习惯,对旅游景点中过度渲染的内容进行弱化处理,使用简约朴素、明快利落的语言进行翻译。另外,译文应以读者为中心,尽量模仿国外景介语气,采用 You Form 形式,即第二人称叙述,注重读者效应,避免过度使用正式书面语。这样容易拉近与读者的距离,将读者带入语境,唤起读者积极参与的意识。

总之,翻译这一文化活动必然包含译者理解原文的主观体验,以及寻找准确语言对原文进行表达的客观描述过程。只有站在读者的角度,才能避免使译文限于语言层面的符号转换,实现更高层次的文化交际功能。

参考文献:

- [1] 姜琳琳.浅谈功能翻译理论对旅游英语翻译的启示[J].文科爱好者,2009,(6).
- [2] 李晓超.汉英旅游翻译中的文化缺失现象[J].湖北广播电视大学学报,2013,(1).

[责任编辑 仲 琪]

收稿日期 2014-03-11

作者简介 张珺莹(1980-),女,辽宁铁岭人,讲师,硕士,从事外国语言学及应用语言学研究。