

旅游景点涉外旅游翻译中存在的问题与对策

——以山西省的部分景点为例

师 蕾

(太原理工大学外国语学院, 山西 太原 030024)

摘 要: 部分旅游景点在涉外旅游服务中存在英语语解说词水平不高及导游服务水平参差不齐的问题。景点解说词的不规范及导游服务不规范是造成这一现象的主要原因。提高涉外服务中的跨文化意识, 规范并重视涉外服务, 有助于涉外旅游业的健康发展。

关键词: 旅游; 跨文化; 翻译

中图分类号: F590.6

文献标识码: A

根据世界旅游组织预测, 到 2020 年, 中国将成为世界第一大旅游目的地国、第四大客源输出国, 届时, 将有 1.37 亿人次来中国参观、访问和游览。为此, 2000 年, 我国首次提出建设“世界旅游强国”的宏伟战略目标。到 2020 年, 我国要实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性跨越。进入“十五”以来, 山西省委、省政府在经济结构调整中, 把旅游业确定为第三产业的先导产业、全省重点培育和扶持的七大优势产业之一。可见旅游业在国民经济中所处的重要地位。在如今世界大一统的时代, 旅游不再是针对国内人群的服务, 更是跨国文化交流的重要载体。服务好外国游客, 可以更好地宣传我国的旅游资源, 传播中华文化, 促进国与国交流。在对部分山西旅游景点的考察中, 笔者发现山西省部分旅游景点在对外旅游服务中存在一些问题, 具体如下:

一、中文版景点解说词内容完整丰富, 信息量大; 英文版景点解说词笼统粗糙, 信息量少

在许多景点都可以看到, 中文景点介绍内容详实, 语言生动, 这使得旅客不仅提高了旅游兴趣, 也增加了文化知识。相对而言, 英文的介绍, 不知出于什么考虑, 却内容信息量少, 错译漏译也是比比皆是。在数字化的现在, 上网搜寻省内各大旅游网站及旅游景点官网, 可以发现一些著名景点只有中文网站, 没有自己的英文网站。某些景点虽然有

英文网站, 却信息量少, 翻译的水平参差不齐。以大同云冈石窟官网英文介绍为例:

Yungang Grottoes

the Model of the Culture's Compromising between China and Western

the Spirit of the Eastern Stone Carving Art

Yungang Grottoes is located in Yungang Town 16km from Datong, and was firstly carved, 1500 years ago, in the 1st year of Heping Era in the Northern Wei Dynasty (in A.D. 460). In 1961, it was published by the State Council as one of the National Key Cultural Relics Preservation Units; In 2001, Yungang was listed as one of UNESCO's "World Cultural Heritages"^②

景点的介绍只是简单介绍了景区的方位, 建造年代, 及全国重点文物保护单位及世界文化遗产身份等等内容。内容单薄, 语言平淡, 缺乏艺术感染力。这样的介绍没有突出景区的特色, 无法唤起游人的参观兴趣。

以下是同一网站的云冈石窟中文介绍:

云冈石窟位于山西省大同市城西 16 公里的武周山南麓, 石窟依山开凿, 东西绵延 1000 米, 现存大小窟龕 254 个, 主要洞窟 45 个, 石雕造像 51000 余躯, 石窟气势宏伟, 内容丰富, 雕刻精细, 造像内容丰富, 形象生动感人, 代表了五世纪世

界雕刻艺术的最高水平。196年,云冈石窟被国务院公布为第一批全国重点文物保护单位,2001年被联合国教科文组织列为《世界文化遗产名录》,200年成为国家首批5A级旅游景区。

……(中间略)

云冈石窟与我国众多的石窟寺庙比,最具西来样式,所谓胡风胡韵最为浓郁,其中既有印度、中西亚艺术元素,也有希腊罗马建筑造型、装饰纹样、相貌特征等等,反映出与世界各大文明之间的渊源关系,是中华艺术宝库中独一无二的。

同一网站的中文介绍,也同是占据一个网页,却内容充实,信息量大,谈到了云冈石窟的历史以及景点特色,突出了其与国内其他石窟的不同,强调了与世界其他文明的渊源关系。既表达了云冈的民族性,更突出了世界性。语言生动,令人印象深刻。

这种状况表明,旅游景点相关单位对景点英文导游词不够重视,对境外旅游者不够重视,没有花力气来研究英文解说词这一旅游软件,这必将影响旅游事业的对外发展。

二、景点涉外导游的英文导游词不规范,导游水平参差不齐

笔者对部分涉外导游进行了访问,了解到山西各大景点并没有统一的外语解说词,外语导游也没有统一的景点导游词。导游们只是参照中文的介绍词,自己寻找或者翻译相关的景点介绍,按照各自的标准水平来决定给游客讲些什么,怎么样讲解。因此,导游的个人外语水平,文化素养及敬业程度就决定了导游词呈现的状况,也决定了游客所能接受到的文化信息的传递程度。外语导游很缺乏,因此外语导游准入门槛较低,基本都是外语专业的大中专学生兼职外语导游,外语水平本身并不高,历史文化水平也有限,导游水平良莠不齐。这样的状况很难保证服务质量。只有规范各个景点的外语导游词,规范外语导游的语言行为,加强导游的文化素质,才能改善对外旅游服务。

三、部分旅游景点没有统一的英语名称

以省内的景点为例;一些景点有固定的英语名称,像云冈石窟,平遥古城,五台山等等。有些景点没有自己的固定英语名称。以晋祠博物馆为例。晋祠景点的最主要的景点之一“圣母殿”就有许多译法。有的旅行社网站将它翻译为‘The hall of mother sage’;有的旅行社网站将其翻译为‘Sacred

Mother hall’;有的将其翻译为‘Holy Mother Hall’;还有的翻译为‘Temple of Goodness’、‘Saint Mother Hall’等等。这样的没有标准不规范的翻译方式,给游客的印象一定是一头雾水;不熟悉景点状况的游客一定怀疑有几个“圣母殿”。作为在国内外有一定影响力的景点,应该有自己的英文名字,才能进一步扩大自己在境外的声誉,而不该按照导游的爱好水平“因人而异”。

四、景点介绍英语翻译多出现错译、漏译、硬译等现象

在旅游过程中常常会涉及到一些具有中国特色的人名、地名、朝代名称等,对于外国游客来讲,许多人对中国文化知之甚少,在讲解时,要注重文化内涵的传达,以“传意”为主,适当添加辅助信息表达思想。

“三晋之甚,以晋阳为美;而晋阳之甚,美在晋祠”。这是汉语版晋祠博物院的介绍的开场白。汉语句子对仗,语言简练、传神。使游客对晋祠在山西旅游中的地位一目了然。然而英文的翻译却不尽如人意:

The most beautiful scenery in Shan xi is Jin Yang and the beauty of Jin Yang beautiful scenery lies in Jinci temple.

在文中,作者并没与对Jin Yang一词作任何说明,外国游客如不知Jin Yang就是指现在的Tai Yuan,就会不知所云。英汉翻译不能字对字的翻译,必须考虑到读者和听众的文化差异。由于译者缺少跨文化意识和正确的翻译理念,所翻译的文章只是汉语版的直译,因此导致了漏译、误译等后果。

英汉是两种截然不同的语言。英语重形合;汉语重意合。英语重物称;汉语重人称。英语多被动;汉语多主动。无视两者的差异,定然会造成死译硬译。以晋祠英文介绍为例:

Jinci temple is situated in the southwest suburb of Taiyuan City, 25km from the urban district. It sits at the foot of Xuanweng Mountain on the west side of Fenhe River and is the origin of Jinshui River. It is based on the hill at the back and overlooking the river and has old trees reaching into the sky, pavilions, stages ponds scattered all over like stars in the sky, and magnificent and grand buildings and halls. The climate is pleasant and the sight is graceful. It is a famous sightseeing scenic spot collecting the natural mountain and rivers, ancient architecture and gardens,

sculptures and tablets, ancient trees and well-known woods as an integral. It is also a temple complex of ancient garden type of largest scale remaining in our country…….

从整个段落看,前六句子五个句子都是以 Jinci Temple 做主语的(划线部分即每个句子的主语)。汉语句子讲究排比、对仗、以一系列结构相同,内容意义层层递进的句式为美。而英文的文章讲究句式多变,应避免同一篇幅出现大量结构类似的句子,给人感觉枯燥、单调,缺乏语言美。主干部分明显偏离汉语的重心,与其它部分关系不清,构句行文纯属汉语思维方式,因而导致结构散乱,还有一些用词和语法错误。翻译人员的语言水平以及文化意识不强,就容易导致这样的“硬译”“误译”。

旅游资料翻译就是向海外宣传和推介旅游景观,其质量的好坏直接影响到旅游业,尤其是入境旅游的发展,因为外国朋友往往是阅读、观看或聆听了准确、生动、形象的旅游景点介绍后,才心向往之,产生亲临景区一睹为快的旅游冲动,进而导致旅游行为的发生。恰当的翻译有助于树立我国的对外形象,开拓国际旅游市场,而蹩脚的译文有可能让读者或听者产生疑惑、误解甚至反感情绪,不仅达不到预期的对外宣传,吸引游客的效果,还会影响我国的旅游事业。因此,对旅游材料翻译的研究具有很大的必要性。

在社会交流与互动中,不同国家的社会成员必然会有不同的文化趋向与期望、价值观念、社会规范和生活方式,进而会导致他们在言语行为、篇章理解或话语组织方面的差异,这种文化上的差异导致不同文化背景的人们之间难以相互理解与认同。文化是旅游的核心,然而恰恰是旅游资料中蕴涵的文化因素给旅游翻译带很大的困难,因为汉英两种语言的差异和中西文化的差异必然要反映到旅游资料的翻译中。因此,在旅游资料的翻译过程中,必须要重视文化间的差异。旅游英语的翻译,是用一种语言形式把另一种语言形式里的内容重新表现出来的语言实践活动。同其它行业的翻译一样,它要求忠实于原文,但又不是词句转换的“对号入座”;它要求译者具备敏锐的文化意识,特别注重客人的文化背景及与本土文化的文化差异,才能更好的服务外国游客。

成功的国际旅游不仅仅依赖于旅游文化的物质表象,更依赖于对彼此文化的意识形态如哲学观、思维方式、语言表达方式等的认知与转化。对于国际游客而言,导游或旅游翻译人员在旅游文化交流中扮演最重要的角色,他们是与游客交流机会最多的人群,影响着整个旅游文化交流的进程。规范旅游景点的外语解说词和外语导游词,规范导游的行为,重视文化间的差异,才能改善旅游对外服务水平,做到旅游业的可持续发展。

参考文献:

- [1]<http://finance.sina.com.cn> 2006-05-21, 中国新闻网.
- [2]<http://www.yungang.org/index.php?styleid=2>.
- [3]<http://www.yungang.org/news.php?id=13>.
- [4]安瑞生,全江.走遍山西——著名景区点导游词示范[M].太原:山西人民出版社,2003.
- [5]汪徽.旅游资料翻译刍议—语言文化差异造成的难点及其对策[J].浙江万里学院学报,2006(6): 19-21.
- [6]刘朝晖,葛镁萍.跨文化意识对我国旅游国际化的推动作用[J].商业时代,2007(9): 91-112.

Problems Existing in the Translation of International Tourist Attractions and Countermeasures

SHI Lei

(School of Foreign Languages, Taiyuan University of Technology, Taiyuan Shanxi, 030024)

Abstract: There exist some problems in the international travel service in parts of tourist attractions including the non-standard English commentaries and less qualified tour guides. To standardize the English commentary and improve the capability of the tour guides will be beneficial to the development of the travel industry.

Key words: travel ; trans-culture ; translation

[编辑 郭剑卿]