

试析平行文本在旅游文本英译中的应用路径

桂祯

湖南涉外经济学院外国语学院 湖南 长沙 410205

[摘要]在国内外各种旅游景点和活动推广营销的过程中,旅游文本自身具有信息表达和诱导的功能,作为翻译人员应当明确两种语言在文本表达过程中存在的差异,基于对不同国家风俗习惯以及语言习惯的了解,能够从受众和读者的角度出发,合理对信息进行解读。在此过程中应当合理选择平行文本,选择合适的翻译策略和技巧,从翻译的目的和读者的视角确定最终的翻译方法,才能够更好地宣传当地的文化特征,本文主要围绕平行文本在旅游文本翻译当中的应用进行探讨和分析。

[关键词]平行文本;旅游文本;英译策略

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.03.1204

在当前媒介开放的环境下,为了促进各国之间跨文化的交流和交际,常常会对各地旅游景区和活动进行文本翻译,文本翻译的成果和质量直接影响了游客对于当地景点和活动的了解状况。在翻译的过程中,既需要考虑到旅游景点和活动宣传和推广的目的,也要综合考虑不同地区游客的阅读需求以及文化心理,各国游客之间存在的文化差异,有可能会在文本解读过程中存在一定的隔阂。为了消除这种隔阂,应当符合外国旅游文本的表达习惯,选择合适的平行文本确定最终的译法。

1 旅游文本的类型

彻斯特曼曾经表述:旅游文本是集信息、表达和诱导为一体的实用性文本。从这种表述内容的角度来看,在景点介绍和推广的过程中,首先要带领游客加强对景点的了解和认识,那么在翻译的过程中就体现了一种信息的功能。作为翻译人员要表述清楚各个景点的名称以及历史背景和主要特征,目的就是为了加强和加深游客对景点的认识。其次,在翻译景点的过程中,所采用的文本应当与游客所属地区的语言相适应,这样才能够有利于不同地区的游客了解清楚景点的文化内涵。比如:在向外国人介绍平遥古城是中国汉族城市在明清时期的杰出范例时,应当根据不同地区的游客采用相应的文字语言进行翻译,这样才能够传达出景点自身的历史美感。最后,所翻译的文本信息要注重发挥自身的诱导功能,即激发起游客对景点参观和旅游的兴趣,通过这种方式也能够成功营销景点和景区的品牌。根据文本的交际功能,可以将其分为三种类型:第一,信息型文本。更加注重对内容的表述和传达,通过对信息的传递,让受众能够了解和认识事物,所采用文本语言的形式和风格也要对此服务。第二,表达型文本。一般来说会侧重于文本表达的形式,选择合适的表达策略来抒发作者本身的情感和思想。第三,诱导型文本。目的是为了发挥文本信息本身所具有的操作功能,使得受众在阅读的过程中能够产生心灵的共鸣,影响着受众的思想和行为举止,常常体现在广告宣传方面。

2 旅游文本的翻译现状

对不同地区景区和景点活动的翻译,正在促进各国之间的跨文化交流,在无形之中也拉近了全国各地游客之间的距离,但在翻译的过程中要注重满足质量方面的要求,同时也要满足不同地区游客的阅读需求。通过对我国一些古典景区翻译情况的调研来看,能够发现目前景区内的文本翻译存

在着一些翻译方面的问题,主要表现为:第一,误译。比如:在翻译中国文化中的“县衙”时,将其翻译为“Ancient Country Government”,但实际上应该翻译为“Country”;第二,漏译。比如:将中国文化中的“日升昌”进行了音译,但实际上应当补充翻译出日升昌票号的商业性质;第三,翻译方法不统一。这种现象经常在一些景点当中可见,主要表现为在导览图以及路牌和内部景点介绍上所呈现的翻译结果不统一,也会影响游客的观览认知和感受。对于各个地区的景点来说,可能会呈现出不同的翻译方法和技巧,但在实际翻译的过程中,如果采用多种方法来进行信息的传递,可能会影响游客的游览感受,甚至会影响游客难以找到景点的目的地。为了引导游客能够了解和认知景点的实际情况,就需要确保书写规范和一致,在后续翻译过程中也应当围绕当前的翻译现状,采取相应的翻译策略。

3 平行文本的概念

平行文本这一概念最开始起源于20世纪50年代,最初是由一位加拿大翻译学者所提出的一种实践方法,在后续实验过程中逐渐被一些培训机构所采纳,并逐渐演变为现如今的一种成熟的翻译方法。平行文本主要是指在不同语言,文化交流和交际过程中,所存在的一种相似的语篇类型,在比较语篇语言学当中比较常见。在旅游文本翻译的过程中,采用这种翻译策略,更有利于分析得出语言和文本的主要特征,能够指导翻译人员与原文的特征进行对应和比较,在充分掌握这些差异之后,体现在译文之中。同时也要融入翻译人员自身的情感和理解,最终能够使翻译成果更加的地道、本土化。从通俗的角度来看。平行文本也就是指将原文和译文并排放在一起,以便于翻译人员能够逐句对照和阅读。将众多的这种平行文本收集并整理起来,按照一定的标准进行合理的组合,就可以形成平行语料库。平行文的与原文的主题是相同的,而且内容也十分相似,这也是两种文本能够放在一起进行对照和比较的原因。在获得平行文本的过程中,一般来说,都是会从一些图书和杂志报刊当中进行查找,但这种传统的方式所耗费的时间成本较大,效率也难以控制。借助互联网和电子工具书有效提高检索的速度和精准度。

4 平行文本在旅游文本英译中的应用策略

旅游文本是旅游一线人员在工作过程中约定俗成的一些应用型材料,其中就包含着向游客所提供的一些指南和合同,向游客详细介绍各个景点的主要信息,除此之外还包括

一些宣传册以及景点标语。旅游文本的翻译相比较于其他文本来讲,存在着诸多差异,因此也需要结合实际情况,选择适当的翻译策略和技巧。在采用平行文本进行旅游文本翻译的过程中,需要注意以下几个方面的问题:

4.1 注意平衡文本的多样性

从旅游文本功能的范畴来看,翻译人员在实践和操作的过程中,需要注重体现文本本身所具有的信息和诱导功能,注意平衡文本自身的多样性。比如:在对故宫内城门相关文本进行翻译的过程中,需要参照一些平行文本素材,翻译人员不仅要先行考证城门得名的由来,通过亲身调研能够追溯到故宫发展的历史渊源,使得译文更加具有真实性,同时也需要对命名的用意和目的加以佐证。在参照同类型平行文本的过程中,翻译人员也需要注重对词汇的筛选,比如:故宫午门因为居中向阳,在中国文化中位当子午,所以被命名为午门,英译为“Meridian Gate”。而Meridian一词本身具有子午线的意思,也可以引申为幸福和成功的顶点,放在西方文化当中,也可以被理解为健康和精力的全盛期。在翻译的过程中也需要注重体现这些景点命名时所选取的美好的寓意,由此才能够体现和符合读者自身的表达习惯。对于北京故宫的旅游文本翻译成果可以作为平行文本进行参照,从而使得类似的旅游文本翻译更加的规范和完善。

4.2 注意网络素材的权威性

一般来说,翻译人员在进行翻译的过程中会优先选择一些本土网站,但是为了更加符合其他地区游客的阅读和表达习惯,也应该借助一些欧美的本土网站,来对所翻译的结果进行排查。在筛选参考素材的过程中,应当注重考察网络素材的权威性,并不是网络所提供的所有信息都与实际情况之间是符合的,更重要的是要参照这种翻译方式是否符合其他地区阅读人士的阅读习惯。比如:中文旅游文本和英文旅游文本之间存在着语言特点的差异。通过对两种文本语言特点的总结和分析,能够发现中文旅游文本所采用的四字成语相对来说比较多,整体风格也更加的华丽,具有整体性的意义,所以阅读起来往往产生一种朗朗上口的效果。而英文旅游文本追求的是简洁自然、平实,对景物的描写也更加的形象和生动,通常会采用一些表现手法来展现景物的特征。作为翻译人员更应该注重借鉴多方权威材料来进行对照,从而能够剖析出两种旅游文本所存在的差异,在翻译的过程中也能够更加注重这方面的问题。

4.3 学会利用交叉论证译文

作为翻译人员在实际翻译过程中,需要注重采取交叉法来论证译文本身的正确性,关键在于能够运用多个渠道获取全面的信息,在可供选择的译文当中缩小可选范围。在具体实践过程中翻译人员可以通过阅读和分析平行文本,将原文进行适当的处理,这是因为并非所有原文信息都有交流和沟通的价值,在信息传递的过程中,也应该考虑到信息本身所传递的内涵和意义,所以适当的进行增删处理,能够最大化的发挥文本本身所承载的信息功能。更通过交叉论证,能够

借助权威的平行文本所提供的专业的术语翻译,来对自己的译作进行参考和对照。同时也可以有效规范译文的行文风格和表达方式,让最终翻译的成果更加具有可读性,也便于各个地区的游客所接受和认可,通过这种翻译方式也能够有效达到文本翻译的目的,促进两国之间的语言交流和交际。通过采用这种策略更加符合外国人阅读的习惯,借助现在的网络资讯和技术,任何一篇旅游文本都可以在网络当中找到相关的翻译材料,翻译人员不用受到词典和词汇的限制,从而能够做出更加专业的译文。

4.4 具备译者的基本素质和功底

在对旅游文本进行翻译的过程中,要求翻译人员能够具备一名专业翻译人员的基本素质和翻译功底,虽然能够借助互联网技术和工具的优势,让最终的译作更加的专业化,但是在翻译的过程中也需要避免完全依赖翻译软件,而忽略了翻译人员在翻译过程中所起到的作用和功能。尤其是在景点基本信息以及功能介绍的过程中,要注重提前了解各个景点的历史背景以及发展脉络,避免出现一些低水平错误。旅游文本常常带有不同民族的文化色彩和表达习惯,在实际翻译的过程中,如果遵循忠实于原文的翻译方法和规则,那么不一定能够让译作深入人心。要注重翻译人员在翻译质量当中发挥的决定性作用,详细解读各个景点的宣传介绍材料,明确景点对于品牌价值和对外形象和宣传所提出的诉求,在适当的情况下,应当融入自身的感受和理解。旅游文本的宣传和翻译大多属于感染文本,翻译成果的质量在于是否能够引发所期待的反应,这要求翻译人员要实现的效果能够与原文作者所产生的效果一致。

5 结束语

综上所述,在对各国景点和活动进行翻译的过程中,能够为不同国家的游客提供出游的便利,同时也承担着宣传和推广各国文化的责任。作为翻译人员要注重突出译文对于重要信息的传递效果,综合考虑不同地区游客的文本习惯以及语言习惯,最终能够发挥对受众诱导和吸引的功能,从而被不同地区游客理解和接受。在采用平行文本翻译方法的过程中,要注重了解不同地区语言的文体特色和风格,采用相应的翻译策略和都有利于符合当地的表达习惯和语法规则,从而能够实现旅游翻译的目的。

参考文献

- [1]黄妮奥.跨文化视域下中英新闻平行文本对比研究[J].国际公关,2019(12):253-254.
- [2]张清清.平行文本在旅游文本英译中的应用[J].英语广场,2019(11):45-46.
- [3]陈圆.基于平行文本的旅游文本汉英翻译实践报告[D].江西师范大学,2019
- [4]薛秀云.平行文本在旅游指南英译中的应用[J].文教资料,2018(23):26-27.

作者简介:桂祯(1988.7-),女,汉,湖南长沙人,讲师,硕士,研究方向:商务英语教学。