

## A Study of English Translation of Tourism Texts in Enyang Ancient Town from the Perspective of Communicative Translation Theory

Jun WANG<sup>1,2</sup>

1.Sichuan Normal University

2.Bazhong Vocational and Technical College

### Abstract

In recent years, tourism develops very quickly in our country, meanwhile, the number of foreign tourists has also increased dramatically. Enyang Ancient Town, as a famous scenic spot of Bazhong city, it holds an important position in local tourism. In addition, Enyang Ancient Town bears deep and profound civilization history and red army culture. To spread such an outstanding culture further, proper translations for those scenic spots are indispensable. However, when visiting the ancient town and reading the profile of scenic spots, the writer finds that there are myriads of mistakes and inefficiencies. In this essay, the writer will make a study on some of the scenic spots under the guidance of communicative translation theory, and gradually improve the translation quality so as to propagandize well, furthermore, the other scenic spots could draw a lesson from it.

### Key Words

Tourism Texts Translation, Profile of Scenic Spot, Communicative Translation Theory

DOI:10.18686/jyfs.v1i2.570

## 交际翻译理论视角下的恩阳古镇旅游文本英译研究

王珺<sup>1,2</sup>

1.四川师范大学, 四川 成都 610000

2.巴中职业技术学院, 四川 巴中 636600

### 摘要

在我国旅游业迅速发展的今天,各景点接待外国游客的数量也与日俱增。恩阳古镇作为巴中市的知名景点,在巴中市旅游业有着重要的地位。同时,恩阳古镇有着深厚的历史文化底蕴及红色文化底蕴,要将这些优秀文化宣扬出去就需要对各个景点简介进行英语翻译。笔者在参观恩阳古镇的景点时,发现景点介绍英译中存在大量的错误及不足。笔者本文将交际翻译理论为指导,对部分景点介绍展开研究,并对其进行改进,以期更好地宣传,为其他景点提供借鉴。

### 关键词

旅游文本英译; 景点简介; 交际翻译理论

### 1.引言

在旅游业迅速发展的今天,到各个景点参观的游客不只是来自本国的游客,也不乏来自世界各地的游客。恩阳古镇作为巴中市的著名景点,不仅有着较高的旅游价值,且因为其具有较大规模的古建筑以及深厚的红色文化底蕴,使之有着较高的旅游及文化价值。在经济全

球化以及中国文化走出去的大背景下,翻译对于传播文化有着至关重要的作用。笔者在参观恩阳古镇时,发现其景点介绍译文中存在较多错误,这对宣传古镇文化,促进古镇旅游业发展是极为不利的。本文中,笔者将以文本类型理论为基础,在其交际翻译理论的指导下找出其译文存在的问题,并以此提出更好的译本,以期对其他景点有一定借鉴作用。

## 2. 交际翻译理论及文本类型

"交际翻译试图在读者身上产生尽可能接近原著读者的效果"(Newmark, 2001:39)。交际翻译常用于信息性文本和呼唤文本中,而语义翻译则用于表达文本。语义翻译强调作者,试图翻译原著文本的确切上下文含义。在译者的权利方面,译者必须保持作者的表现形式。首先,译者必须符合原始文化,对读者忠诚。然后,当读者无法理解原文的语境意义时,译者必须对翻译进行解释或丰富翻译。(蔡平, 2009:79)。交际翻译强调读者。至于译者的权利,译者有权更正或改进原文。

英国著名翻译家和翻译理论家彼得·纽马克凭借丰富的翻译实践经验,根据布勒的分类理论,将文本分为三个方向,即表达型文本、信息型文本和呼唤型文本。他根据不同的内容和功能提出了自己的文本类别。根据他的文本类别,文本可分为三种类型,即表达文本、信息文本和呼唤文本 (Newmark, 2001:21)。富有表现力的文本包括文学,如诗歌、小说和戏剧;权威的陈述、自传、个人通信、学术著作、法律法规等文本旨在传达作者的思想,读者的反应没有得到考虑。信息文本的目的是传播信息、意见和知识,主要包括新闻、报道、科学和技术论文、一般教科书。

## 3. 交际翻译理论视角下恩阳古镇旅游文本的评析

在交际翻译理论中,突出了读者的重要性,要使译文具有可读性,做到文通字顺。恩阳古镇的景点介绍以及相关文本皆为吸引外国游客,为游客做介绍,因此交际翻译理论对其具有较大的知道作用。其次,旅游文本大多属于信息文本,但其最终目的是吸引游客,因此还需充分发挥其呼唤性功能,故旅游文本在翻译时也应考虑到读者感受,尽可能地拉近景点与读者之间的关系,以产生情感共鸣。以下将对恩阳古镇两篇文本进行分析,从而提出改进措施,以期不断提高翻译质量。

胡家大院是恩阳古镇代表性院落之一,占地面积约 500 平方米。始建于清乾隆年间,至今已 220 余年,因胡氏家族世代居住而得名。胡氏家族应善于经商,家境殷实而盛名远扬。该建筑属二进式四合院,有前后两个天井,因地制宜,呈三级阶梯状。整体为穿斗梁架结构,斜山式小青瓦屋面,属川北干栏式建筑。门窗均有木质雕花,工艺精湛,具

有显著的清代建筑风格,中厅窗花上蝙蝠、芙蓉图案寓意“五福捧寿、荣华富贵”,独具特色。

Hus` Courtyard is one of the representative courtyards in Enyang Town. Its floor area is about five hundred square meters. It was initially constructed during the reign of Emperor Qianlong in Qing Dynasty. With a history of above 220 years, it is famous for being dwelled by generations of Hus` family. Hu`s family enjoyed high reputation due to its commercial talent and wealth. The building is a two-circle quadrangle courtyard with two open yards in the front and back. It was constructed according to local conditions and shows three-stair appearance, the global building was constructed with tenon-through and lifting beam-combined frame, gable and hip roof, and Chinese style blue roofing tile. It is a “railing” style building of north Sichuan. The carve patterns of doors and windows are exquisite and fine, showing classical style of Qing Dynasty. The characteristic bat and Confederate rose patterns on the window of the central nave imply “five blessings and longevity & high position and great wealth”

--摘自《恩阳古镇胡家大院简介》

恩阳自南北朝(公元 525 年)置郡,迄今 1490 年,恩阳古镇曾是米仓古道上最繁华的集镇,商人游客云集,素有“早迟恩阳河”之说。第二次国内革命战争时期,红四方面军在此设市县,置前总指挥部,是川陕苏区腹地。古镇完整保留着明清建筑风格格局,现存 17 条古街巷,古建筑 589 幢,82220 平方米。2002 年被评为全省“十大文明古镇”;2008 年被国家文物局、国家建设部评为“中国历史文化名镇”。

Enyang, dating back to the Southern and Northern Dynasties (AD 525), has long history of 1,490 years. Enyang Ancient Town was once the most prosperous town along Micang Ancient Path, crowded by merchants and tourists. During the Second Revolutionary Civil War, the Red Fourth Army founded municipal and county administration here and settled headquarters. The Enyang became the central region of Sichuan-Shaanxi Soviet Area.

The existing architecture of Ming and Qinghai Dynasties there is still complete. There are 17 ancient streets and 589 ancient buildings covering an area of 82, 220m<sup>2</sup>. Enyang was awarded as the “Top 10 Sichuan Provincial Civilized Ancient Towns: in 2002 and “National Famous Historical and Cultural City” by the State Cultural Bureau and MOC in 2008.

--摘自《恩阳古镇简介》

在以上两例旅游文本中,外国游客对于大概意思可能略懂,但若要把握景点文化,仍需对译文进行大量改进。根据交际翻译理论以及文本翻译理论,以上文本存在以下问题。第一、在文本翻译时,未能从读者角度出发,而是采用了直译的手法,译文虽然忠实于原文,但缺乏可读性。如在翻译“胡家大院是恩阳古镇代表性院落之一,占地面积约 500 平方米。始建于清乾隆年间,至今已 220 余年,因胡氏家族世代居住而得名。胡氏家族应善于经商,家境殷实而盛名远扬”时,译文译为“Hus` Courtyard is one of the representative courtyards in Enyang Town. Its floor area is about five hundred square meters. It was initially constructed during the reign of Emperor Qianlong in Qing Dynasty. With a history of above 220 years, it is famous for being dwelled by generations of Hus` family. Hu`s family enjoyed high reputation due to its commercial talent and wealth.”这样的译文无法激起读者兴趣。第二、旅游文本属于信息文本,但其目的是宣传以及赢得游客及读者青睐,因此,在翻译时因以第一人称或第二人称口吻,这样易于拉近

读者,让读者有置身其中之感。如在翻译“古镇完整保留着明清建筑风格格局,现存 17 条古街巷,古建筑 589 幢,82220 平方米。”这句话时,可以使用“our, we, you”等词汇,但译者并没有,而是按照原文直译。第三、在本文所摘选材料中,译者在细节处理,译文长短句,以及单词拼写中都出现了较多问题,使得译文的可读性以及译文质量大幅下降,这也表现出译文缺乏译后的校读环节。如“The building is a two-circle quadrangle courtyard with two open yards in the front and back”在这句译文中译者将“back”写为“backl”,这样的错误大大影响了译文的可读性,让读者费解。

根据以上英译文本存在的问题及不足,作者结合其他较好旅游文本英译时,提出以下几点关于旅游文本应该改进的地方。第一、根据交际翻译理论,在翻译旅游文本时,应更加注重读者感受,注重文章可读性。同时,应注重其文化背景知识,必要的地方应加以说明。第二、在旅游文本英译时,应注重其呼唤功能的展示,以期引起游客及读者共鸣,达到宣传作用。第三、加强译后文本审查以及校对工作,保证译文的质量。

#### 4.结束语

在本文中,作者以目的论以及文本理论为指导,对恩阳古镇的两处旅游文本做了分析与研究。通过研究,作者有以下发现。

首先,在翻译旅游文本时,译者应更加注重读者的理解以及背景知识等方面,从这些方面着手,这也符合交际理论的实质。其次,旅游文本虽然属于信息文本,但其主要功能是宣传景点,传递景点内涵文化,让读者及游客产生情感共鸣,从而更好地宣传景点。最后,译者在翻译后,应对译文进行必要的校对,对晦涩之处以进行解释说明,同时应避免出现简单的语法及拼写错误,最大限度的提高译文质量。

在本文中,由于时间以及对古建筑专业方面的缺乏,使得文章还存在一定的不足之处。但作者在文中对旅游文本的分析对其他景点有一定的借鉴之处。作者期望通过本文,与其他译者进行交流,以期旅游文本翻译贡献一份自己的力量。

#### 参考文献

[1]Nord Christine. (2006). About Translation. Beijing. Foreign language Teaching and Research Press.

- [2] Samovar, L. A. and Porter, R. E. . 2000. *Communication between Cultures* . Beijing: Foreign Language and Research Press.
- [3] 程尽能, 吕和发. *旅游翻译与实务* [M]. 北京: 清华大学出版社, 2008. 6.
- [4] 黄友义. 坚持“外宣三贴近”原则, 处理好外宣翻译的难点问题 [J] . *中国翻译*, 2004(6): 27-28.
- [5] 李玉英, 邱晴. 呼唤型文本的翻译补偿策略 [J] . *江西社会科学*, 2011(12): 176-179.
- [6] 李长栓. *非文学翻译* [M] . 北京: 外语教学与研究出版社, 2009. 9.
- [7] 廖红, 袁彬. 文本类型理论与城市外宣资料翻译模式 [J] . *西南民族大学学报*, 2011(3): 215-217.
- [8] 王珺, 刘兰, 李相承, 浅析巴中市公示语英译中存在的问题及对策 [J], *校园英语*, 2018,07