

<<文化视域下的旅游翻译>>

图书基本信息

书名：<<文化视域下的旅游翻译>>

13位ISBN编号：9787119073774

10位ISBN编号：711907377X

出版时间：2011-11

出版时间：吕和发、张文、蒋璐、等外文出版社 (2011-11出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<文化视域下的旅游翻译>>

### 内容概要

《文化视域下的旅游翻译》是《应用翻译理论与实务丛书》之一，是中国翻译协会2009年度重点课题“从文化角度对比研究中外旅游宣传材料”成果，是一部从文化角度探讨旅游翻译的著作。

《文化视域下的旅游翻译》以过去十年间大量实地考察、问卷调研、统计分析、专家走访获得的一手资料为依据，探讨了国内外旅游宣传的过去、现状和未来。

我国的旅游事业正蓬勃发展，但对外的旅游宣传材料还存在不少问题，还需要了解游客的文化心理，这就有必要多借鉴国外英文材料的经验。

## <<文化视域下的旅游翻译>>

### 作者简介

吕和发，北京第二外国语学院教授；现为中国翻译协会专家会员、中国跨文化交际学会会员。

主要研究领域：跨文化交际、应用翻译、国际旅游传播等。

在学术期刊发表论文50余篇，主要著作有《公示语汉英翻译》、《全球化营销翻译》、《旅游促销概论》等。

张文，北京第二外国语学院翻译学院教授、院长；现任中国翻译协会理事，国际旅游教育理事会(I-CHRIE)亚太分会主席，TOURISM MANAGEMENT等国际学术刊物的编委。

主要研究领域：翻译理论与实践、跨文化交流、旅游影响研究等。

在国内外发表学术论文40多篇，出版专著、译著、教材等近30余部；主要科研成果《口译理论研究》、《旅游与文化》等。

蒋璐，北京第二外国语学院国际教育与继续教育学院副教授、副院长、公示语翻译研究中心主任；中国翻译协会专家会员、中国跨文化交际学会会员、国际应用语言学学会会员。

主要研究领域：跨文化交际、应用翻译、英美文学等。

主要著作《中国人公示语翻译错误分析与规范》、《汉英公示语词典》(修订版)等。

## &lt;&lt;文化视域下的旅游翻译&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 我国旅游宣传材料翻译现状及存在的主要问题1.1 我国的对外旅游宣传现状1.2 国外旅游宣传与信息服务现状1.3 后奥运全国公示语翻译使用与旅游信息服务状况的调查与分析1.4 美国专家杜大卫谈旅游宣传材料翻译存在的问题1.5 国内外旅游宣传与翻译学术研究状况(1999-2009)1.6 我国旅游对外宣传与翻译存在的主要问题暨学术研究空白第二章 旅游宣传材料的功能特点2.1 旅游宣传材料的类型与功能特点2.2 旅游宣传与促销传播组合2.3 旅游促销组合第三章 旅游宣传材料的文化内涵3.1 译界现行的认识与解释3.2 跨文化营销传播视角第四章 启迪性与教育性旅游宣传材料的文化特点与翻译策略4.1 历史文化——“变译”：迎合旅游者的文化追求4.2 民族风情——“写”：实现跨文化精准传播4.3 文博名胜——内外有别：认知、价值、文化的“对应”4.4 饮食文化——异化VS归化：入乡未必随俗第五章 促销性与公关性旅游宣传材料的文化特点与翻译策略5.1 旅游宣传册——语用原则：避免Chinglish的有效策略5.2 旅游广告5.3 旅游影视——感性·印象：为旅游者造梦5.4 游记文学——充分的想象空间并非虚拟的体验5.5 旅游电子营销——富媒体：超级接触、超级体验第六章 旅游经营机构宣传材料的文化特点与翻译策略6.1 休闲娱乐——超现实追求高品味体验6.2 旅游酒店——宾至如归四海皆家6.3 旅游企业——大智慧、大视野、大手笔、大事业第七章 公示语的文化特点与翻译策略7.1 国内公示语翻译研究现状7.2 公示语翻译是严格法律规范下的信息转换7.3 公示语翻译是精准公共信息传播第八章 多语种旅游宣传材料的文化特点与翻译策略8.1 我国境内俄译公示语现状分析8.2 中德旅游宣传材料对比研究第九章 我国旅游宣传材料翻译的改进建议和方法9.1 策略与方法9.2 战略与机制9.3 人才培养方式——跨文化、跨学科人才培训9.4 管理与研究结语参考文献

## &lt;&lt;文化视域下的旅游翻译&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：1989年中国旅游业经历了第一次真正意义上的市场危机，在这种背景下，各级政府进一步意识到旅游促销的重要性和必要性，开始在国际上进行旅游形象的塑造和旅游产品的推广。

为了扭转旅游市场的下滑局面，国家旅游局开展了多种市场宣传活动，包括主动发布旅游信息、参加国际旅游展览会、邀请国际旅行商等，彻底改变了原来的国家旅游宣传理念和方式；从零星的、随机的被动宣传，变为主动的、有计划的、全国性的旅游目的地营销。

1992年的“中国友好观光年”开启了全国“旅游主题年”的序幕，之后国家旅游局每年都确定一个主题，集中开展宣传促销和产品推广活动。

进入20世纪90年代，旅游宣传媒介的选择也愈发多样化。

从以杂志、宣传册等书面媒体为主，到电视、互联网、VCD、制作精美的旅游图册及富有特色的地方性导游手册、手机短信等；单一手段的市场营销被淘汰，代之以复合式、大范围、多角度、全方位与国际接轨的营销模式。

1997年，国家旅游局正式开通中国旅游网。

2002年1月，国内第一家专业性旅游卫视频道——海南电视台旅游综合频道正式播出，开创了旅游专业电视媒体之先河。

自1998年起，国际旅游局开始举办中国国际旅游交易会（CITM），到2008年已经连续成功举办了10届，成为亚洲地区规模最大、专业性和国际化程度较高的国际旅游盛会。

（国家旅游局课题组，2008）在日益加剧的国际旅游竞争中，中国旅游业已经在全球化浪潮中占据了较为主动的位置。

但也要清醒地看到，目前市场推广与旅游业转型升级的战略任务与趋于白热化的国际旅游竞争环境，与新时期国家政治、经济、外交的宏观环境相比仍不能完全适应。

旅游整体形象还不够鲜明，市场研究还不够深入，对需求的总体把握还不够娴熟，市场推广的针对性、专业性、有效性与国际化程度都有待加强，上下协同、政企结合的整合营销模式尚在摸索阶段。

（匡林，2008）

## <<文化视域下的旅游翻译>>

### 编辑推荐

《文化视域下的旅游翻译》适用于：翻译本科、翻译硕士、翻译研究人员、翻译教学人员；国际营销、促销传播专业学生、商务英语专业学生、国际贸易专业学生；专职译员、企业国际营销与促销管理人员等阅读参考。

## <<文化视域下的旅游翻译>>

### 名人推荐

这个课题——“从文化角度对比研究中外旅游宣传材料”题目新、涉及广、要求高、周期短、学术意义与实践意义重大。

在选题时得到课题评审专家、中国翻译协会领导的信任与肯定，得到译协会会长助理黄长奇老师、《中国翻译》常务副主编杨平老师的悉心指导，以及秘书处王育宁老师、张丽娟老师的大力协助和支持。

这本书在编写时得到了北京第二外国语学院翻译学科方向、翻译学院、国际与继续教育学院、俄语系各领导的积极组织、协调与配合；得到了国家旅游局国际市场与联络司原司长黄建东教授的建议；得到了北京市民讲外语活动组织委员会顾问杜大卫教授亲身经验与思考的传授。

在课题研究和写作过程中国家旅游局国际司原司长黄建东教授担任项目了总顾问；北京第二外国语学院外国语言学及应用语言学翻译学方向学术带头人、翻译学院院长张文教授；参加课题研究和本书写作的还有许多高校相关的专家学者们，都给予了大力支持。

<<文化视域下的旅游翻译>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>