

图书基本信息

书名：<<北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究>>

13位ISBN编号：9787802066021

10位ISBN编号：7802066026

出版时间：2008-7

出版时间：光明日报出版社

作者：刘秀芝，李红霞 著

页数：255

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>

## 前言

中国文化走出去，提升中国文化软实力，翻译工作是其中一个重要环节和条件。更完整、系统、准确、深入地向世界说明中国，真正实现中国文化与世界文化的汇通与融合。这是时代的一个重大命题，也是翻译工作者所应承担的社会责任和历史使命。实现中国文化“走出去”的另一个重要战略措施就是请海外旅游者、公众走进来，采用文化“体验”方式、互动方式展示中国，促进民间交流。现代旅游业为满足旅游者日益增长的物质和文化需求而建立，并迅猛发展。翻译界在引进消化国外翻译理论的同时，开始更多地关注中国加入WTO以后、筹办奥运会和世博会过程中出现的应用翻译问题，旅游翻译研究渐成热点。由于以往的旅游翻译研究较多地局限于借中国旅游翻译实践诠释国外某些翻译理论，而很多翻译实例本身就说明研究者的局限，形成对旅游翻译理论和实践有实际指导意义的成果为数不多。另外，一些翻译者在从事应用翻译实践时照搬文学翻译和经典翻译理论与方法，对旅游文本的交际传播目的和信息接收者的存在与需求表现出相当的“冷漠”，译作带来的经济和社会效益自然是事倍功半。今日离开翻译谈文化交流、经济发展、和谐社会构建、国家软实力展示都是不可思议的；而离开全球化语境、跨文化交际来谈旅游翻译也只能是注重了枝节，忽略了根本，即交际对象的特点与满意度研究，科学翻译方法的采纳。

## 内容概要

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》不仅紧追世界翻译研究前沿，借鉴“目的论”、功能理论等精要指导研究，还努力贴近翻译实践的现实，有针对性地进行大量案头研究和文献检索，充分的实证调研，实时的信息采集，工作量极大且有较高的原创价值；作者的研究完全以旅游景观“现场”为中观语境，以实现有效跨文化交际、树立国家良好国际形象为目标，对影响旅游景观介绍信息有效转换和传播的文外要素和文内要素研究，包括标牌的面积、外观、方位、质地的研究，更加明确了景观介绍的功能、目的、翻译技巧和策略、评估标准；服务旅游景观介绍系统各具体功能文本不同译本

的比较和改译具体诠释了相关细节的适用理论与翻译策略，可操作性突出。作者根据景观翻译特点，提出了“去繁就简”、“准确理解”、“反复查证”和“字斟句酌”等四条原则，同时利用大量实例说明如何具体处理景观名称及景观介绍翻译过程中所遇到的各种现象和问题。

研究者对中英语言、文化特点的对比、分析深入、准确，对中英两种语言的“文化”转换规律和特点的阐述和梳理精辟、通透。

## 作者简介

刘秀芝，1964年生，河北大学外文系英语语言文学学士；北京外国语大学高级翻译学院研究生课程；英国纽卡斯尔大学现代语言学院翻译学硕士。

现任北京工业大学外国语学院英语系主任，副教授，硕士生导师。

中国翻译协会专家会员。

主要研究方向：英汉口笔译理论、实践与教学。

在国内外学术期刊发表译文论文数篇，并多次承担国际会议的同声传译及跨国公司的资料翻译等工作。

李红霞，1973年生，重庆人，英语语言学及应用语言学硕士。

北京工业大学外国语学院英语系讲师，长期从事英语教学和翻译理论与实践研究，已在各专业期刊及相关学报上发表论文数篇。

书籍目录

序旅游翻译注定要为中国第四次翻译高潮推波助澜 第一章 综述 1.1 景观翻译所涉及的问题 1.2 景观翻译的研究现状 1.3 本书的主要意图、结构及内容 参考文献 第二章 北京世界文化遗产人文景观的翻译现状 2.1 所收集的资料 2.2 景观名称和景观介绍翻译标牌的外观 2.2.1 景观名称的翻译形式 2.2.2 景观介绍翻译标牌的外观 2.3 景观名称及景观介绍的翻译状况 2.3.1 景观名称的翻译状况 2.3.2 景观介绍的翻译状况 2.4 景观名称和景观介绍翻译问题的解决对策 参考文献 第三章 景观翻译与功能翻译理论 3.1 功能翻译理论的形成 3.2 功能翻译理论的主要内容 3.2.1 翻译的目的 3.2.2 翻译过程的参与者 3.2.3 翻译过程应遵循的原则 3.2.4 文本类型及其功能 3.2.5 翻译策略 3.2.6 翻译过程的评价标准 3.3 景观翻译与功能翻译理论 参考文献 第四章 景观名称及景观介绍的文本分析 4.1 翻译导向的文本分析法 4.2 景观文本文外因素分析 4.2.1 景观文本的发出者 (Sender) 4.2.2 景观文本发出者的意图 (Sender, s intention) 4.2.3 景观文本的接受者 (Audience) 4.2.4 景观文本的传播媒介 (Medium) 4.2.5 景观文本的交际时间及场所 (Time and place of communication) 4.2.6 景观文本的交际动机 (Motive for communication) 4.2.7 景观文本的功能 (Text function) 4.3 景观文本文内因素分析 4.3.1 文本主题 (Subject matter) 4.3.2 文本内容 (Content) 4.3.3 前提预设 (Presuppositions) ..... 第五章 景观名称和景观介绍的翻译策略 第六章 人文景观景点名称及简介的翻译实例结语后记

## 章节摘录

第一章 综述改革开放以来, 中国与世界各国的交流日益增多。

除了经济、社会等诸方面发展形成的国际化趋势, 中国也以其历史悠久的独特文化魅力吸引着各国各界人士, 尤其是大批海外游客观光旅游。

北京作为首都, 是世界闻名的历史古城、文化名城, 其中被列入世界文化遗产范围的众多人文景观, 如故宫、天坛、颐和园、周口店、长城等无疑是外国游客首选的必游之地。

这些历史文化景点历经数千年精神文化的渗透渲染和人文景观的烘托, 被誉为中华民族精神文化的缩影, 对他们有着强烈的吸引力。

而中国国际旅游业的发展离不开翻译活动。

景观翻译质量的好坏不仅直接影响外国游客的旅游兴致, 而且对中国旅游事业的发展至关重要。

因此, 笔者以为, 对北京列入世界文化遗产的人文景观的翻译进行研究具有极其重要的现实意义。

这里, 笔者将首先从景观翻译所涉及的问题谈起, 简单综述一下目前在景观名称及景观介绍汉英翻译中所涉及的问题及其翻译研究现状, 以及本书的主要意图、大致结构和内容等。

1.1 景观翻译所涉及的问题 笔者探讨的景观翻译主要包括景观名称和景观介绍两个方面。

可以说, 景观的名称是游客触及到的第一道风景, 是他们对景观的第一印象; 而景观介绍则浓缩了该景点的主要信息, 游客从中能获得相关的文化历史知识, 喜闻乐见, 有助游兴。

一个好的译名和准确通顺的译文介绍, 对于吸引游客注意力, 提高他们的游览兴趣至关重要。

反之, 则会影响其观光的兴致, 严重的还会导致信息传递错误, 贻笑大方, 损害我国的对外旅游形象。

由此可见, 人文景观名称及景观介绍的翻译应该引起各方面的高度重视。

## 后记

多年从事英语教学与翻译工作，总体感觉西方文化对我国的输入远远大于我们的输出，尽管近年来我们开始重视这方面的工作，但总体质量却不容乐观。

历史文化遗产作为我国宝贵的文化资源，竖立于人文景观的介绍更是外国游客接触到的第一道风景线，北京的世界文化遗产可以说在我国独具代表性，如果北京景观介绍的翻译问题解决了，距全国问题的解决也就为时不晚了。

受家人从事旅游业的影响及个人兴趣所驱，一直对人文景观的翻译颇为留意，求学于英国时曾在导师Hardie博士的指导下对圆明园这座我国文化宝库介绍的部分内容进行了翻译，进一步激发了对景观介绍翻译的兴趣。

近年来我国外宣翻译的质量引起了越来越多各界人士的重视，其中更多是抱怨声和指责声，不管语言功底或翻译能力如何，大家都在指手画脚说这错了，那太可笑了，而真正着手做点什么的人并不多见，因此感觉任何一件事情都不能靠说而是要靠着手去做才能实现。

既然各界人士都关注这件事，如果大家都来出一份力，那么这一局面也许就会很快得到改观。

鉴于此，于2005年以“旅游景点建筑名称及景点介绍的翻译研究”为题，申请了北京市教委面上项目的立项研究，历时两年多的项目今天终于得以面世。

尽管咨询了外国专家，尽管多方查阅了资料，但毕竟身单力薄，深感战战兢兢，只希望此书能成为一个催化剂，使得众多学者、翻译人士投入到我国文化遗产的外宣介绍研究领域来，为弘扬中华文明，实现顺畅的交际沟通献策出力。

编辑推荐

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》由光明日报出版社出版。



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>