

广西“海、江、边”旅游资源外宣语言规范与 文化转译策略研究

陈芸生¹, 何 芳², 郭璐汕², 莫权丽³, 姚锦金¹, 张雪娇⁴, 夏 宇^{2*}

¹南宁学院科研与学科建设处, 广西 南宁

²南宁学院东盟学院, 广西 南宁

³南宁学院交通运输学院, 广西 南宁

⁴南宁学院马克思主义学院, 广西 南宁

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年11月19日

摘 要

本研究聚焦广西旅游外宣翻译的跨文化传播困境, 通过构建“问题诊断-机制分析-策略构建”三维框架, 揭示其核心矛盾: 术语场景性混乱、文化信息维度缺失及多语种层级衰减。基于功能主义翻译理论, 提出三大创新: 场景适配性原则完善术语动态调整机制, 分层转译模型(核心层-表现层-延伸层)破解文化适应性难题, 制度-技术协同框架优化多语种协调。实证发现, 制度供给不足、技术能力滞后与传播理念偏差是深层根源。研究设计“短期-中期-长期”三级优化方案, 为边疆民族地区提供可复制的跨文化传播范式, 丰富功能主义翻译理论的本土化应用, 为民族文化对外传播提供理论支撑与实践路径。

关键词

旅游外宣翻译, 术语标准化, 文化适应性

Research on Linguistic Standardization and Cultural Translation Strategy for External Promotion of Guangxi's "Coastal, Riverine, and Border" Tourism Resources

Yunsheng Chen¹, Fang He², Lushan Guo², Quanli Mo³, Jinjin Yao¹, Xuejiao Zhang⁴, Yu Xia^{2*}

¹Department of Scientific Research and Discipline Construction, Nanning University, Nanning Guangxi

²College of ASEAN Studies, Nanning University, Nanning Guangxi

*通讯作者。

文章引用: 陈芸生, 何芳, 郭璐汕, 莫权丽, 姚锦金, 张雪娇, 夏宇. 广西“海、江、边”旅游资源外宣语言规范与文化转译策略研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(11): 1949-1957. DOI: 10.12677/jc.2025.1311276

³College of Traffic and Transportation, Nanning University, Nanning Guangxi⁴College of Marxism Studies, Nanning University, Nanning Guangxi

Received: October 14, 2025; accepted: November 12, 2025; published: November 19, 2025

Abstract

This study focuses on the cross-cultural communication challenges in the international publicity translation of Guangxi tourism. Through a tripartite framework of “problem diagnosis-mechanism analysis-strategy formulation”, it identifies its core issues: terminology situational confusion, lack of cultural information dimensions, and multilingual hierarchical decline. Grounded in functionalist translation theory, the study proposes three innovative solutions: a context-adaptive principle for dynamic terminology management, a stratified translation model (core layer-presentation layer-extension layer) to address the problem of cultural adaptability, and an institutional-technological synergy framework for enhanced multilingual coordination. Empirical evidence pinpoints insufficient institutional support, lagging technological capabilities, and misconceived communication approaches as the underlying causes. Accordingly, a three-tiered optimization plan (short-medium-long term) is designed to develop a replicable cross-cultural communication paradigm for ethnic border regions, enrich the localized application of functionalist translation theory, and provide both theoretical support and practical pathways for the external dissemination of ethnic cultures.

Keywords

Tourism Promotion Translation, Terminology Standardization, Cultural Adaptability

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Open Access

1. 引言

在全球化与区域一体化进程不断深化的背景下，跨境旅游日益成为推动文化交流与经济合作的关键纽带。广西壮族自治区依托其“山水甲天下”的自然景观禀赋与独特民族文化，成为旅游版图中具有显著增长潜力的区域。2025 广西旅游年入境旅游促进计划持续推进，广西接待入境过夜游客人次同比增长 75.1%，东盟十国入境过夜游客 22.42 万人次，同比增长 35.6%，占全区接待外国人入境过夜游客人数的 43.4% [1]。

旅游外宣翻译研究理论经过了学者们的长期发展，呈现了多元格局。例如，Newmark 的文本类型学为术语标准化实践奠定了理论基础[2]；Hall 的高/低语境文化理论深入剖析了跨文化转换过程中的核心张力[3]；而 Pym 的翻译技术生态观则为多语种协同翻译系统的构建开辟了新路径[4]。国内研究则更注重本土实践问题，如蔡基刚所提出的“以读者为中心的导向原则”[5]，以及钟钰强调的“文化负载词双重约束”理论[6]，均为我国民族地区的外宣翻译工作提供了理论支撑。然而，纵观现有研究成果仍存在以下不足：术语研究多集中于通用领域，针对民族文化符号这一特殊类型的系统研究仍相对匮乏；文化适应性分析缺乏对东盟这一特定区域文化语境的深入针对性剖析；有关多语种协调机制的探讨多聚焦于技术层面，而对制度性因素(如管理机制与资源配置)所产生的深层影响关注不足。

在广西旅游外宣实践方面同样存在现实困境,核心旅游术语译名存在显著不一致现象,例如“德天瀑布”在官方与民间渠道中至少并存三种主流英译表述;民族文化符号在转译过程中出现严重内涵流失,如“三月三”节庆所承载的丰富民族意象与文化意义在对外传播中大量衰减。这类问题不仅导致国际游客认知混淆,也显著制约了广西旅游品牌形象的有效国际传播。解决上述问题,不仅对提升广西旅游国际竞争力具有重要现实意义,也可为我国边疆民族地区开展跨文化传播提供可资借鉴的实践范式。通过构建融合“术语标准化-文化适应性-多语种协同”的三维框架,有望拓展功能主义翻译理论在民族地区特殊语境下的应用路径。本研究采用“问题诊断-机制剖析-策略构建”的递进研究思路,方法上,结合文本量化分析与深度访谈,实现定量与质性方法的交叉验证与互补;理论上,超越单一翻译学视角,融合跨文化传播学与公共管理学理论,构建多学科交叉的分析框架;实践上,立足东盟目标市场文化特征,提出注重文化保真与传播效果协同的“分层转译”策略,从而弥补现有研究对特定小语种传播语境关注不足的缺陷。

2. 文献综述

2.1. 旅游外宣翻译的理论演进

旅游外宣翻译的理论发展围绕“信息保真”与“传播效能”之间的博弈进行持续研究。Newmark 的文本类型学为该领域提供了初步的理论依据,他指出信息型文本(如旅游介绍)应优先确保术语指称的准确性与统一性[2],从而为旅游术语的标准化实践奠定了学理基础。其所提出的“语义翻译”(强调对源语文本形式与内容的忠实)与“交际翻译”(注重译入语读者的接受效果)这一二分范式,在具体应用中体现为:自然景观名称(如地理实体)需保持指称一致性以维护信息准确,而文化习俗类内容则需顺应目标受众的文化认知模式,以增强可理解性与接受度[7]。

随着跨文化传播理论的引入,研究范式发生显著转型。Hall 的高/低语境文化理论从理论上阐明了旅游外宣中的关键矛盾[3]:中国及广西民族文化作为典型的高语境文化,其意义传递强烈依赖隐含的共享知识与社会情境;而国际游客多来自低语境文化地区(尤其西方及部分东盟国家),其信息解码更倾向于显性、结构化的表达方式。这一差异在广西民族文化外译实践中表现得尤为明显。例如,壮族“三月三”节庆不仅包含可明确表述的仪式行为(如对歌活动),更承载着深层的族群历史记忆与文化象征意义[8],后者在高语境向低语境的转换过程中面临严重的意义损耗风险。

技术发展背景下,多语种翻译协调研究呈现出新的理论动向。Pym 提出的“翻译技术生态”概念[4],强调了术语库、翻译记忆系统(TM)及计算机辅助翻译(CAT)工具在实现多语种协同翻译中的枢纽作用。同时,Reiss 的功能对等理论为多语言版本风格统一提供了指导原则[9]:信息型文本(如景区导览说明)需维持客观严谨的语体风格;而呼唤型文本(如旅游宣传口号)则可采取目标语文化中具有等效感染力的修辞策略。

2.2. 区域旅游外宣的研究进展

国内相关研究呈现出从早期“理论引介”逐渐转向“本土化实践探索”的清晰演进路径。蔡基刚所提出的“读者导向”原则[5],在旅游外宣实践中被进一步具体化为“依据国际受众认知特点”的适应性转换策略,为民族地区文化外译提供了切实的方法支持。钟钰提出的“文化负载词双重文化规约”理论[6],在广西案例中体现为如“壮锦”“铜鼓”等民族文化符号的翻译,需在保持其作为民族身份标识特质的同时,尽可能克服因文化差异导致的解读困难或意义偏差。

在针对广西旅游外宣的实证研究方面,已积累了一批具有参考价值的发现。一项对 136 个主要景点的译名分析表明,约 78% 的景点存在两种及以上译法并行使用的情况,“音译加意译”混合模式占比最

高(达 42%),但缺乏系统、一致的选用依据。“文化缺省”现象亦较为普遍,以“五色糯米饭”为例,现有译文多局限于表层的物料说明,其背后所蕴含的祭祀仪式与象征意义在翻译过程中大多遗失[10]。尽管景区标识英语覆盖率较高(达 89%),但面向越南、泰国等东盟主要客源国的语种覆盖率仍低于 30%,且现有翻译中存在较为突出的机械转译问题[11]。此外,广西旅游宣传片所运用的多模态符号系统(如图像、声音、文字等)在不同语种版本间普遍缺乏统筹设计[12],导致信息传递的一致性与整体传播效果受到制约。

总体而言,现有研究已明确揭示广西旅游外宣在术语统一性、文化传达有效性及多语种服务覆盖等方面存在的问题,并提供了若干本土化理论视角与实证依据。然而,这些研究尚未能系统构建整合“标准化(术语)-适配性(文化)-协同化(语种)”三维度的综合分析框架,尤其缺乏对多主体协同治理机制及应对市场变化的动态响应机制的探讨。

3. 研究方法

3.1. 研究设计框架

本研究采用“问题识别-机制剖析-策略构建”的递进式研究路径。第一阶段(问题识别)依托多源数据系统性地构建广西旅游外宣文本语料库,旨在系统诊断当前存在的术语译名混杂、文化转译失真及多语种协同不足等核心问题。第二阶段(机制剖析)结合深度访谈与政策文本分析,重点从制度性因素(如管理机制与标准制定)和技术性因素(如翻译工具应用与流程规范)两方面,深入剖析问题产生的深层机制。第三阶段(策略构建)基于跨文化传播理论的核心原则,构建整合“标准化(术语)-适配性(文化)-协同化(语种)”的三维优化框架,并通过专家论证对其可行性及应用潜力进行初步验证。

研究的技术路线采用“宏观-中观-微观”层级递进的分析策略:宏观层面,系统梳理广西旅游外宣的政策体系框架与组织管理架构,为问题分析提供制度背景;中观层面,聚焦分析不同类型外宣文本(政策文件、官方宣传册、景区标识系统)的核心语言特征与功能差异;微观层面,深度解构典型案例(如德天瀑布、“三月三”、“五彩糯米饭”)的翻译策略演变与跨版本对比,由此形成覆盖不同维度的立体研究网络。

3.2. 数据采集与处理

研究数据来源于三个相互印证的文本系统,见表 1。语料处理遵循“分类编码-特征提取-频次统计”的流程:首先按文本功能分为信息型(如景区介绍)、表达型(如文化阐释)、呼唤型(如宣传口号);其次对术语翻译、文化信息密度、语种对应度等维度进行赋值编码;最终使用 Nvivo12 软件进行交叉分析,确保数据解读的客观性。

Table 1. Research data sources and corpus scale

表 1. 研究数据来源及规模

数据系统	具体内容	规模/数量
官方发布系统	广西壮族自治区文化和旅游厅(以下简称“广西文旅厅”)英文网站、宣传片脚本、年度报告	30 万字文本、8 部视频、3 份报告
实地采集系统	桂林、北海等 6 市景区标识、导览手册	326 条标识、28 种手册
学术媒体系统	相关研究文献、主流媒体报道	45 篇文献、63 篇报道

3.3. 研究方法

本研究采用融合多种研究方法的设计,以实现对研究对象系统而深入的分析。

文本分析法：聚焦于语言表征层面的问题识别与诊断，通过构建量化指标体系进行系统性评估，具体包括：“术语变异指数”(即同一核心术语不同译法数量与其在语料库中出现总频次之比)，用于衡量术语使用的规范性与一致性；“文化信息完整度”(以译文中有效传递文化背景信息的字数与原文相应内容字数之比进行计算)，用于评估文化转译的深度与忠实程度。

案例研究法：选取三类具有代表性的典型案例进行深入解析，包括自然景观类(如“德天瀑布”的命名与描述)、民族文化类(如“三月三”节庆的文化阐释)以及跨文化符号类(如“五彩糯米饭”文化内涵的转译)。通过深入剖析其翻译策略的历时演变与多版本差异，揭示不同传播情境(如信息传递、文化阐释及情感唤起)对语言服务提出的差异化要求。

比较研究法：应用于两个关键维度：横向比较：系统对比同一内容在中文、英文及主要东盟语种(越南语、泰语)版本间的内容覆盖率(信息完整性)、术语一致性及风格调性统一性；纵向比较：梳理 2018~2025 年间广西核心旅游术语(如关键景观、文化概念)的译法变迁趋势，分析其与省级旅游外宣政策调整、重大活动(如广西旅游年)之间的关联性。

深度访谈法：为深入理解问题产生的深层机制提供质性数据支撑。对 12 名关键从业者(包括 5 名专业翻译人员、4 名景区运营管理人员、3 名文旅部门政策制定者)进行半结构化深度访谈。访谈内容经严格的三级编码(开放式编码→轴心式编码→选择式编码)流程，最终提炼出 48 条有效分析节点，用于揭示制度瓶颈、技术障碍及实践困境。

4. 案例分析

4.1. 术语标准化的实践困境

自然景观名称翻译普遍存在“指称稳定性缺失”问题。以广西核心跨国旅游 IP“德天瀑布”为例[13]，其译名在官方渠道呈现显著变异(详见表 2)，反映出缺乏统一命名规范。

Table 2. Contextual variations in English translations of Detian waterfall
表 2. 德天瀑布译名的场景差异

传播场景	译名	功能诉求
广西文旅厅英文官网	Detian Waterfall	指称明确，保持名称稳定性
2025 年柏林旅游交易会	Detian Transnational Waterfall	突出“跨国”特色，强化吸引力
景区现场标识	Detian Falls	简洁易识，适应标识空间限制

民族文化术语翻译则表现出显著的“文化内涵过度简化”倾向。对壮族“三月三”节庆译法的统计分析显示：83%的材料仅采用表层时间指称译法(如 Sanyuesan Festival 或 March 3rd Festival)，仅有 17%的文本补充了关键文化属性说明(如 Zhuang ethnic singing festival)。尤为突出的是其核心活动“歌圩”的译法演变：从早期相对完整的 folk song gathering (强调民俗性集体活动)，逐步简化为 singing event(弱化文化语境)，最终泛化为 festival(完全丧失特定文化指向)，清晰呈现了文化深度信息在转译过程中的系统性流失。

专业术语体系更暴露出“跨领域协调缺位”导致的系统性混乱。例如，“喀斯特地貌”在不同文本类型中译法各异：地质专业文献严格使用 karst landform (强调地质形态学术语)，旅游宣传册则偏好 karst landscape (侧重景观审美效果)，而景区标识常简化为 karst mountains (仅突出视觉特征)。这种差异根源于翻译主体的专业背景分化——地质译者注重学科术语规范，旅游译者侧重受众理解——却缺乏跨领域的标准化协调机制进行有效整合。

4.2. 文化适应性的实施偏差

饮食文化符号转译面临“核心文化维度缺失”的挑战。壮族“五彩糯米饭”的常见译[14]集中于 five-colored glutinous rice (字面直译)或 glutinous rice dyed with natural plants (工艺说明), 均未传递其蕴含的“五色对应五行(金木水火土)”的深层文化逻辑。对比东盟国家的类似实践(如越南 banh tet 常译为 glutinous rice cake with cultural significance in Tet festival, 明确标注其节庆文化意义), 广西案例在关键文化信息的传递上存在明显不足, 详见表 3。

Table 3. Cultural information comparison in symbol translation

表 3. 文化符号翻译的文化信息对比

文化符号	广西译法特点	东盟类似案例译法特点
五彩糯米饭	侧重食材与工艺描述	强调文化意义与节庆关联
壮锦	多译为“Zhuang brocade”	泰国“宋卡刺绣”译为“Songkhla embroidery with royal heritage”
铜鼓	多译为“bronze drum”	印尼“甘美兰”译为“gamelan (traditional Indonesian musical ensemble)”

宣传口号的跨文化转换则深陷“修辞风格适配困境”。“桂林山水甲天下”的英译版本典型地体现了这种张力: Guilin’s scenery is unparalleled under heaven 保留了原文的夸张修辞风格, 但 under heaven 在英语文化中易触发宗教性联想, 偏离原意; 而 East or west, Guilin is best 虽借用了英语谚语结构(East or west, home is best)提升接受度, 却消解了原句特有的文化厚重感与诗意。这种两难处境本质上是汉语高语境文化中“意境化”表达与英语低语境文化偏好“逻辑化”表达之间深层冲突的体现。

历史文化景观阐释遭遇“文化语境剥离”问题。以龙脊梯田为例, 其外宣内容多聚焦于“规模宏大”、“视觉奇观”等表层特征, 而作为“壮族稻作文明活态遗产”的核心文化定位仅在 31%的英文文本中提及。对比联合国教科文组织对同类遗产(如菲律宾科迪勒拉水稻梯田)[15]的阐释范式——着重强调“人与自然千年互动形成的文化景观”——广西案例的文化阐释深度明显不足, 未能有效衔接国际文化遗产话语体系。

4.3. 多语种协调的系统性缺陷

多语种内容更新呈现显著的“信息同步性层级衰减”。对广西文旅厅中、英、越三语种官网的持续监测(2024 年 Q3)显示: 中文版本平均每周更新 3.2 条动态, 英文版本降至 1.1 条, 越语版本仅 0.3 条, 存在明显的“语言优先级时差”。“中越德天瀑布跨境旅游合作区”开园这一标志性事件, 英文报道滞后中文发布 72 小时, 而越语版本则完全缺失对应报道, 直观暴露了多语种传播资源配置的严重失衡。

文本风格统一性方面存在“系统性文化折扣”现象。中文宣传中高度意象化的表达(如“壮美广西”、“锦绣八桂”), 在英文版本中普遍被简化为平实的 beautiful Guangxi 或 colorful Guangxi, 导致文化感染力大幅衰减; 越语版本则因机械直译(如将“壮乡”译为 village of Zhuang)而弱化了其作为民族文化共同体的象征意义。这种风格落差源于不同语言版本制作过程中缺乏统一的跨文化创意指导与质量把控标准。

5. 发现与讨论

本研究运用系统分析法对广西旅游外宣文本展开深入剖析, 精准识别出三大核心问题: 在术语标准化方面, 呈现出“场景性混乱”特征, 即同一术语在不同传播场景下衍生出 3~5 种主流译法; 聚焦文化适应性, 存在显著“维度缺失”现象, 民族符号的文化信息完整度平均值仅为 31%, 这一数值远低于东

盟同类案例的 68%；针对多语种协调，表现为“层级衰减”状况，越语版本的内容同步率仅相当于中文版本的 9%。深入探究可知，这些问题的根源在于跨文化传播过程中“文化保真”与“传播效能”、“专业规范”与“受众认知”、“集中管理”与“分散实践”这三重矛盾的交织[16][17]，而其深层机制则是制度供给不足、技术能力滞后与传播理念偏差协同作用的结果。

5.1. 理论意义与创新价值

在术语标准化方面，Newmark 的文本类型理论虽系统区分了信息型与表达型文本的翻译策略导向[2]，但未能充分考虑语境动态差异对术语选择的制约。本研究提出“场景适配性”原则，明确揭示了同一术语在官方网站、国际展会、实地标识等不同外宣场景中的功能分化与策略差异，从而拓展并完善了术语动态调控的理论框架。

在文化适应性层面，Hall 的高/低语境文化理论深刻指出了跨文化转译的必要性[3]，但未进一步提供可操作的方法路径。本研究构建的“分层转译”模型，将民族文化符号区分为“核心层-表现层-延伸层”三个维度，并据此设计差异化的策略组合，在一定程度上弥补了蔡基刚所提“读者导向”原则在操作层面的不足[5]。相较于钟钰提出的“文化缺省”现象[6]，本研究进一步通过量化方式揭示了文化信息缺省程度与受众接受度之间存在的负相关关系。

在多语种协同方面，Pym 的翻译技术生态观强调了技术工具在翻译过程中的赋能作用[4]，然而本研究指出，“制度-技术”协同机制才是实现多语种服务效能的关键。通过构建“管理-技术-语种”三维联动模型，将制度性因素纳入分析框架，深入揭示了小语种服务供给滞后的制度成因，从而拓展了多语种传播研究的理论视野，为边疆民族地区的外宣实践提供了更具系统性和解释力的理论支持。

5.2. 未来研究方向与实践建议

未来研究可在以下两个方向进一步深化和拓展。其一，开展受众认知实验研究，可引入眼动追踪等技术，精确测量不同翻译策略下国际受众的认知加工过程，系统构建“术语译法-注视时长-记忆准确率”之间的关联模型，为译法选择与效果评估提供实证依据。其二，推进技术赋能应用研究，可致力于开发面向壮族文化符号的专用机器翻译引擎，重点建设融入文化注释与语境信息的术语库，并检验其在小语种翻译实践中的适用性与效能，推动人工智能技术在民族地区外宣翻译中的落地应用。

实践层面提出三项切实建议：短期来看，推动组建“广西旅游外宣术语委员会”，优先规范 50 个高频术语的译法，精心编制《东盟语种翻译指南》；中期而言，着力建设“多语种内容管理平台”，实现中、英、越、泰语版本的同步更新与风格校准；长期而计，积极构建“政产学研”协同机制，在广西高校开设“民族文化+东盟语种”复合专业，培育既懂文化又通语言的专门人才。上述举措的稳步实施，将显著提升广西旅游外宣的系统性与专业性，为边疆民族地区的跨文化传播塑造可供复制的实践范式。

5.3. 实现路径与潜在挑战

上述三个阶段的实施建议，是一项旨在系统提升国际传播能力的战略性工程。其实现路径首先依赖于坚实的组织与制度基石，即由政府部门牵头成立具有权威性的术语委员会，负责制定统一的术语使用规范，为整个体系确立标准。与此同时，配套的多语种内容管理平台需同步规划开发，其核心任务是将分散在各处的多语种旅游资源进行数字化整合与标准化处理，构建起一个权威、动态的“译名库”和宣传素材中心，为全区的外宣工作提供统一的内容源。

在具体推进过程中，“政产学研”协同机制的深度整合是关键动力。这一机制的理想状态是形成政府主导协调、学界提供智力与人才支持、产业界负责市场应用与反馈的闭环。通过共同研发课题、共建实践基地等具体项目，可以将各方的资源和优势紧密耦合，确保术语研究和平台建设既符合政策导向，

又贴近市场需求，并能得到学术研究的持续滋养，从而推动整个体系从静态的“资源库”向动态的“创新引擎”演进。

然而，这一系统工程推进也面临若干潜在挑战。其核心在于协同机制的内生性矛盾，即政府、学界与产业界在目标诉求、工作节奏与评价体系上存在天然差异，若不能建立有效的利益共享与沟通机制，极易陷入“协而难同”的困境。此外，术语标准化与宣传内容灵活性之间的张力也不容忽视，过度规范可能削弱文化的生动性与吸引力。最后，平台的技术实现与长效运营保障是一大考验，如何确保这一系统初期建设阶段，获得持续的内容更新、技术维护与广泛采纳，是决定其最终成败的可持续性挑战。

6. 结论

本研究通过对广西旅游外宣文本的系统分析，揭示了边疆民族地区在跨文化传播过程中所面临的语言服务困境及其应对路径。研究表明，广西旅游外宣在术语标准化、文化适应性与多语种协同三个维度均存在系统性失衡：术语使用呈现“场景适用性模糊”，民族文化符号的跨文化转译存在“结构性缺失”，多语种版本协同则出现“层级衰减”。其深层原因可归结为“文化保真”与“传播效能”、“专业规范”与“受众认知”、“集中管理”与“分散实践”三组核心矛盾的交织作用，这些问题又与制度供给不足、技术能力落后及传播理念偏差密切相关。

在理论层面，本研究进一步丰富了以下三个方面。第一，提出“场景适配性”原则，弥补了功能主义翻译理论在术语动态调控方面的不足，明确了场景变量对翻译策略的关键影响；第二，构建“分层转译”模型，将民族文化符号解构为“核心层-表现层-延伸层”，为高/低语境文化转译提供了可操作的方法路径，在一定程度上解决了现有研究重理论轻实践的问题；第三，建立“制度-技术”协同的多语种协调框架，突破翻译研究中常见的技术决定论视角，深刻揭示了小语种服务滞后的制度性成因。这些成果拓展了民族地区旅游外宣的理论体系，为功能主义翻译理论的本土化应用提供了新视角。

在实践层面，本研究提出“近期-中期-远期”三阶段推进策略。通过成立术语委员会可快速缓解高频术语译法混乱问题；构建多语种内容管理平台有助于实现信息同步与风格统一；而“政产学研”协同机制可为可持续发展提供人才与制度支持。该方案既契合广西面向东盟的旅游市场实际，又把握了边疆民族地区跨文化传播的共性规律，能够有效支持广西国际形象构建，提升入境旅游的经济与文化效益。

相关理论基础和实践路径对于广大边疆民族地区也具有较好的借鉴意义，内蒙古、宁夏等沿边省区可参照“制度-技术”协同框架，优化面向蒙古语、阿拉伯语等小语种的外宣管理机制；云南、新疆等多民族地区则可借鉴“分层转译”模型处理民族文化符号的跨语言转换。相关实践不仅有助于提升区域旅游国际化水平，亦可在推动民族文化对外传播。

基金项目

广西高校中青年教师科研基础能力提升项目《广西“海、江、边”区域背景面向东盟国家的壮乡外宣公示语翻译研究》(2022KY1764)。

参考文献

- [1] 中华人民共和国商务部. 持续擦亮“秀甲天下壮美广西”国际品牌[EB/OL]. <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news/183/2025/8/1755652716332.html>, 2025-08-20.
- [2] Peter Newmark. 翻译问题探讨[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- [3] 爱德华·霍尔. 超越文化: 翻译版[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [4] Pym, A. (1992) Translation and Text Transfer: An Essay on the Principles of Intercultural Communication. Peter Lang.
- [5] 蔡基刚. 知识翻译学——研究对象、学科交叉与理论建设[J/OL]. 北京第二外国语学院学报: 1-12.

-
- <https://link.cnki.net/urlid/11.2802.H.20250804.0911.002>, 2025-08-22.
- [6] 钟钰. 试论经典英国戏剧翻译的可表演性原则及策略[J]. 戏剧文学, 2016(12): 97-100.
- [7] 吕洁淳. 传播视角下城市街道媒介景观特征研究——以上海市“网红街”为例[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2022.
- [8] 凌齐. 武鸣“三月三”歌圩历史与当代价值[J]. 兰台世界: 上旬, 2013(4): 119-120.
- [9] 李晓君. 功能目的论视角下的英语体育新闻汉译研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 东北财经大学, 2011.
- [10] 蔡惠婷. 行业调研报告的译后编辑实践报告[D]: [硕士学位论文]. 上海: 东华大学, 2023.
- [11] 人民网. 旅游标识助力提升桂林城市形象[EB/OL].
<http://gx.people.com.cn/n2/2024/1219/c390645-41080784.html>, 2024-12-19.
- [12] 李懿行, 沈莹. 广西旅游形象宣传片《美在广西》的多模态构成意义分析[J]. 湖南人文科技学院学报, 2018, 35(6): 79-83.
- [13] 郑雪竹. 平行文本视域下的“越南越中边境地区开发开放战略与政策研究”汉译英实践报告[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西民族大学, 2016.
- [14] 余冯蓬, 李霞. 跨文化交际理论下广西特色饮食翻译策略[J]. 食品界, 2023(3): 80-82.
- [15] 牛路遥. 农业文化遗产保护与旅游发展耦合协调演化及影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 西安: 西安外国语大学, 2024.
- [16] 何天平, 鄢雨然. 受众接受视野下提升中国视听艺术国际传播效能的路径探析[J]. 中国电视, 2023(11): 71-77.
- [17] 徐明华, 李虹. 精准国际传播的理念升维与战略重构[J]. 编辑之友, 2025(1): 48-54.