

社会符号学视域下旅游文本英译研究

——以《黄果树瀑布》导游词为例

温利达, 王 莲*

贵州财经大学外语学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年8月5日; 录用日期: 2026年9月2日; 发布日期: 2026年9月11日

摘 要

本研究以社会符号学翻译理论为分析框架, 以《黄果树瀑布》中双语导游词为研究对象, 系统探讨旅游文本翻译中符号意义转换与跨文化重构的内在机制。研究发现, 旅游翻译的本质是在不同社会文化符号系统间的意义再生产过程。通过文本细读与对比分析, 本文从文化符号、语言符号和语用符号三个层面剖析了导游词翻译中的具体转换策略, 包括“直译 + 文外补偿”“意象类比”“功能对等重构”等。研究表明, 成功的旅游文本翻译需以“意义优先”为原则, 以目的语读者认知语境为基础, 以原文召唤功能的重建为目标, 进行有策略的符号选择与意义重构。本研究为社会符号学翻译理论提供了案例支持, 也为旅游跨文化传播翻译实践提供了参考。

关键词

社会符号学理论, 旅游文本, 符号转换与意义重构

A Study on the English Translation of Tourism Texts from the Perspective of Social Semiotics

—Taking the English Translation of *Huangguoshu Waterfall* Tourism Commentary as an Example

Lida Wen, Lian Wang*

School of Foreign Languages, Guizhou University of Finance and Economics, Guiyang Guizhou

Received: August 5, 2026; accepted: September 2, 2026; published: September 11, 2026

*通讯作者。

文章引用: 温利达, 王莲. 社会符号学视域下旅游文本英译研究[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(9): 119-126.
DOI: 10.12677/jc.2026.149243

Abstract

Based on the analytical framework of social semiotic translation theory, this study takes the Chinese-English bilingual tour guide commentary of *Huangguoshu Waterfall* as the research object, and systematically explores the inherent mechanisms of semiotic meaning transformation and cross-cultural reconstruction in tourism text translation. The research finds that the essence of tourism translation lies in a process of meaning reproduction between different socio-cultural semiotic systems. Through close textual reading and comparative analysis, this paper examines specific transformation strategies in tour guide commentary translation from three dimensions: cultural signs, linguistic signs, and pragmatic signs, including “literal translation + extra-textual compensation”, “image analogy”, and “functional equivalence reconstruction”. The study indicates that successful tourism text translation should adhere to the principle of “meaning priority”, take the cognitive context of target language readers as the foundation, and aim at reconstructing the appellative function of the source text to conduct strategic sign selection and meaning reconstruction. This study provides case support for the sociosemiotic translation practice of tourism-oriented cross-cultural communication.

Keywords

Sociosemiotic Theory, Tourism Texts, Semiotic Transfer and Meaning Reconstruction

Copyright © 2026 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

旅游文本作为文化对外传播的重要载体,其翻译质量直接关系旅游目的地形象塑造与文化内涵的国际传递。导游词兼具景观介绍、文化阐释与审美表达功能,蕴含丰富的文化符号与本土意蕴,若仅进行语言层面转换,易造成文化信息偏差,难以实现有效跨文化传播效果[1]。黄果树瀑布作为我国标志性自然景观,其导游词英译对提升国际传播力具有典型研究意义。

社会符号学把语言看作社会文化语境下的符号系统,为翻译研究提供了符号意义分析的多维视角,关注符号在文化语境中的意义建构与转换,契合旅游文本多重符号交织的文本特点。

现有旅游英译研究成果颇丰:功能主义翻译理论以译文交际目的为核心,聚焦功能对等与读者接受,侧重翻译的实用传播效果;阐释学则立足于译者主体性,强调文本理解的多元性与视域融合,偏向翻译过程的审美阐释。

三者存在共通之处:均认为旅游翻译不是简单的文字转换,而是兼顾语义、文化与传播效果的跨文化交际,重视语境对翻译策略的影响。但各视角也存在明显差异:功能主义优先服务交际目的,对文本背后社会-文化符号的内在逻辑分析不足;阐释学侧重译者主观解读,难以系统拆解各类符号的客观转换机制[2]。而社会符号学能够整合语言、文化、语用多重符号,对导游词符号转换开展整体性分析,可以弥补上述两种理论视角的局限。

总体来看,目前针对旅游词汇、文化负载词的翻译研究较多,但运用社会符号学系统分析导游词符号转换机制的研究仍较为薄弱[3]。据此,本文以《黄果树瀑布》导游词英译为案例,基于社会符号学理论剖析符号意义转换策略,探究旅游文本英译的优化路径,以期丰富该理论的案例支撑,为旅游跨文化

传播翻译实践提供参考。

2. 旅游文本翻译的理论框架

本章以社会符号学翻译理论为支撑, 构建旅游文本翻译研究的基本分析框架, 明确符号分类、理论内涵与研究思路, 为后续《黄果树瀑布》导游词英译案例分析提供理论依据。

2.1. 旅游文本的符号分类: 基于莫里斯符号三分法

借鉴莫里斯(Charles W. Morris)的符号学思想, 语言符号的意义体现在三个相互关联的层面: 指称意义(概念意义)、言内意义(语言结构关系意义)和语用意义(符号与解释者之间的关系意义)。纽马克(Peter Newmark)将这一模式应用于翻译研究, 提出文本意义由此三维构成[4]。对应到旅游文本, 尤其是导游词, 其符号系统可具体解析为以下三类, 这为后文的针对性分析提供了操作范畴:

(1) 文化符号: 主要承载文本的指称/概念意义, 指那些在特定文化中具有独特内涵的物象、典故、历史事件、审美概念等。例如, 《黄果树瀑布》文本中可能涉及的“喀斯特地貌”、“徐霞客”、“银河落九天”等表达, 其意义根植于中国的地理历史与文学传统, 构成对目标语读者认知语境的主要挑战。

(2) 语言符号: 主要体现文本的言内意义, 涉及语言系统本身的特性, 包括汉语特有的韵律(如四字格)、句法结构(流水句、意合)、修辞手法(比喻、对仗)以及词汇层面的独特搭配[5]。这些形式特征本身具有美学或强调功能, 其转换直接影响译文的可读性与风格再现。

(3) 语用符号: 主要实现文本的语用意义, 关注符号在特定交际情境中的功能与效果。在导游词中, 这主要体现在召唤功能与信息功能的平衡上: 如何通过语言选择(如祈使句、第二人称“您”、感叹词)唤起游客的游览兴趣、情感共鸣与互动参与, 同时有效传递景点信息[6]。语用符号的成功转换是旅游文本实现其交际目的的关键。该三分法涵盖了旅游文本意义生产与传递的主要维度, 使得后续分析能够超越字词层面, 系统考察各类符号意义在跨文化转换中的得失与重构策略。

2.2. 社会符号学翻译理论的核心内涵与原则

社会符号学翻译理论将语言视为社会文化符号系统的一部分, 其翻译观的核心可概括为以下几点:

(1) 翻译即社会文化语境中的意义再生: 翻译不是在真空中进行的语言替换, 而是在源语社会文化符号系统与目标语社会文化符号系统之间进行的意义传递与重构活动。译者必须充分考虑两种文化在认知模式、价值观念和社会规范上的差异。

(2) 意义优先与功能对等: 该理论强调翻译应追求符号意义的全面传递, 而非形式对应。尤其重视在目标语文化中实现与源文符号相类似的认知效果与交际功能(如信息功能、召唤功能、审美功能)。当不同层面的意义(如字面意义与文化内涵)发生冲突时, 需以更高层级的交际功能与整体效果为取舍标准。

(3) 译者作为积极的意义协调者: 译者不是被动的解码者, 而是积极的符号解释者与意义重构者。他/她需要在分析源文多维度符号意义的基础上, 根据目标语读者的认知语境、期待视野以及文本的交际目的, 进行有意识的符号选择与创造性重写。

(4) 补偿原则: 当源语符号的某些意义(特别是文化或审美意义)无法在目标语中直接对应传递时, 译者需在文本的其他位置(文内)或通过注释等手段(文外)进行意义补偿, 以尽可能接近整体的意义完整性。社会符号学以韩礼德(Halliday, 1978)的系统功能语言学为重要基础, 强调语言是承载文化的社会符号系统[7]。在翻译研究中, 其核心观点可概括为:

第一, 翻译是跨文化符号系统间的意义再生产, 并非单纯语言转换, 需充分考虑社会文化语境差异。

第二, 翻译以意义优先、功能对等为原则, 注重整体交际功能的实现, 而非字面形式对应。

第三, 译者是意义的协调者与重构者, 需结合目标读者认知习惯进行符号选择与调整。

第四, 对难以直译的文化与形式意义, 可通过补偿策略实现整体意义的完整传递。

社会符号学能够从语言、文化、语用多重维度系统解读旅游文本的意义构成与转换机制, 为导游词英译研究提供具有解释力的理论视角与分析路径。

3. 《黄果树瀑布》导游词英译的符号转换与意义重构分析

本章将社会符号学翻译理论的操作性框架应用于《黄果树瀑布》双语导游词的具体分析。研究旨在超越对单一翻译技巧的罗列, 通过对典型语料的集群化考察, 系统揭示旅游文本翻译中三类核心符号(文化、语言、语用)转换时所面临的核心矛盾、所依循的主导路径及其内在互动机制。分析遵循“原(问题化)直译-社会符号学诊断-优化译法-理据阐释与模式提炼”的路径, 力求在微观文本分析与宏观理论思考之间建立有机联系。

3.1. 文化符号的转换: 从“意义补偿”到“语境植入”

文化符号翻译的核心矛盾在于源语文化独特性的深度嵌入与目标语读者认知框架缺失之间的冲突。直译往往导致符号的指称意义模糊或语用意义悬置。因此, 主导路径是“语境化重构”, 即在目标语境中为源语符号重建可理解性和价值关联。

例 1:

原文: “瀑布形成于典型的喀斯特地貌。”

问题化直译: “The waterfall was formed in typical Karst topography.”

社会符号学诊断: 指称意义传递不足。“喀斯特”作为专业地质术语, 其直接音译“Karst”对普通英语游客而言, 仅是一个陌生标签, 无法激活其关于“可溶性岩石”、“溶洞”、“天生桥”等系列地貌特征的认知图式, 导致该描述的信息功能大打折扣。

优化翻译与理据: “The waterfall was shaped by the erosion of soluble limestone, a process characteristic of Karst topography.”

模式提炼: 文内释义 + 概念关联。此策略通过添加“the erosion of soluble limestone”这一解释性短语, 将抽象专名锚定到具体、可感的自然过程上, 实现了指称意义的明晰化补偿。它并非简单替代, 而是在保留术语的同时为其植入必要的认知语境, 使符号从“空洞能指”转变为“具象概念”。

例 2:

原文: “遥望瀑布, 正如李白诗中所咏‘飞流直下三千尺, 疑是银河落九天’。”

问题化直译: “Viewed from afar, the waterfall is just as Li Bai described in his poem: The waters flying straight down three thousand feet, Till I think the Milky Way has tumbled from the ninth heaven of the sky.”

社会符号学诊断: 语用意义(审美联想)失效与认知负荷。直接嵌入诗句, 虽显忠实, 但“三千尺”、“九天”的夸张对缺乏中国古典诗歌审美训练的读者而言, 可能难以立即产生“极致壮观”的共鸣, 反而因数字和概念的陌生性造成理解隔阂。原符号的诗意召唤功能被削弱。

优化翻译与理据: “Viewed from afar, the waterfall embodies the sublime grandeur captured by the Tang Dynasty poet Li Bai—a silver cascade plunging as if from the heavens themselves.”

模式提炼: 意象提纯 + 功能对等重构。此策略放弃逐字对译, 提炼原诗句的核心意象“银河落九天”, 并转化为英语中能引发相似崇高感的表达“a silver cascade plunging as if from the heavens themselves”。同时, 通过“embodies the sublime grandeur captured by...”的表述, 明示其文学渊源与审美属性。这实现了语用层面的功能对等: 用目标文化中有效的诗意语言, 再生了原文的审美震撼力, 完成了从“异质文

本引用”到“可感意境再现”的符号价值转换。

3.2. 语言符号的重构：从“形式对应”到“功能补偿”

语言符号翻译的核心矛盾在于源语形式美学(节奏、对仗、意合)与译语语法规范及表达习惯之间的不可通约性。逐词对应的翻译常导致言内意义(节奏感、气势、流畅度)的严重耗散。因此,主导路径是“功能主义再创造”,即运用译语资源,对原文的形式美学效果进行系统性重述[8]。

例 3:

原文:“水声震天,雾气腾空,彩虹飞架,声势浩大。”

问题化直译:“The sound of water shakes the sky, the mist rises up, the rainbow flies across, the momentum is vast.”

社会符号学诊断:言内意义(节奏与气势)完全丧失。原文四个四字短语并列,形成紧凑的视觉排比和强烈的听觉节奏,渲染出瀑布的磅礴动态。直译后变为四个松散、语法简单的短句,原有的韵律感、画面铺陈的累积效应和整体的磅礴气势荡然无存,语言符号的审美功能失效[8]。

优化翻译与理据:“It is a scene of thunderous roar, soaring mist, and radiant rainbows—a spectacle of overwhelming power.”

模式提炼:结构整合 + 感官词汇强化。此策略彻底打破原句形式,运用英语“名词 + 形容词”的名词短语结构(thunderous roar, soaring mist, radiant rainbows)来凝练每个意象,再用破折号引导的总结性名词短语“a spectacle of...”进行收束。通过精选“thunderous”、“soaring”、“overwhelming”等富有感染力的形容词,补偿了原文的气势。这是在意义优先原则下,用符合英语语感的结构重组和词汇强化,再生了原文的壮美意境。

例 4:

原文:“穿行水帘洞,外看瀑布如帘,内观钟乳垂挂,体验迥异,妙趣横生。”

问题化直译:“Walking through the Water-Curtain Cave, outside looking the waterfall is like a curtain, inside viewing stalactites hang down, the experience is different, full of fun and interest.”

社会符号学诊断:结构对象顺应失败,导致逻辑混乱与表达生硬。原文以“穿行”为逻辑起点,通过空间转换(外-内)和感受总结,形成流畅的意合推进。直译亦步亦趋,产生大量不完整短语和粘连短句,完全不符合英语形合、主从分明的句法规范,严重损害了信息的清晰度和文本的可读性。

优化翻译与理据:“Traversing the Water-Curtain Cave offers a study in contrasts: from the outward view of the cascading water resembling a giant curtain, to the inward sight of hanging stalactites. This shift in perspective creates a uniquely fascinating experience.”

模式提炼:逻辑显化 + 主从重构。此策略首先确立核心谓语“offers a study in contrasts”,将原文的并列关系提升为有明确逻辑主旨的表述。随后,使用“from...to...”的经典对比结构,清晰勾勒空间与视觉的转换。最后,用“This shift in perspective...”独立句点明体验的核心。这是典型的译者作为协调者对文本进行的逻辑重塑,通过显化隐含关系、重组信息主次,顺应了英语的篇章结构规范,确保了交际功能(清晰描述与引导)的对等实现。

3.3. 语用符号的重建：从“字面传递”到“读者顺应”

语用符号翻译的核心矛盾在于源语文本内含的交际预设、互动方式与目标语读者社交心理预期之间的错位。直译可能导致召唤无力、语气不当甚至文化冒犯[9]。因此,主导路径是“交际意图的动态校准”,即对原文的互动模式进行适应性调整,以确保在目标语境中触发预期的读者反应。

例 5:

原文: “各位游客, 请驻足片刻, 静静聆听这大自然的交响乐。”

问题化直译: “Tourists, please stop for a moment and quietly listen to this symphony of nature.”

社会符号学诊断: 召唤功能弱化, 语气僵硬。“各位游客”的称呼在英语导游语境中略显正式和疏离; “请驻足片刻”作为直接指令, 语气不够生动, 未能有效营造沉浸式体验的邀请感。译文的互动性与情感感召力不足。

优化翻译与理据: “Let’s pause here for a moment and listen—truly listen—to the magnificent symphony of nature all around us.”

模式提炼: 共情引导与语势强化。此策略将称呼泛化为更具包容性的“Let’s”, 将听众纳入共同行动, 增强了现场代入感。将“静静聆听”通过重复和强调“truly listen”进行语势强化, 并添加“all around us”拓宽感知空间。这是对原文语用意图(引导深度体验)的显化和增强, 通过顺应英语口语引导中常用的共情与强调手法, 更有效地重建了文本的召唤功能。

例 6:

原文: “前方道路湿滑, 请大家小心行走, 注意安全。”

问题化直译: “The road ahead is slippery, please walk carefully and pay attention to safety.”

社会符号学诊断: 语用功能缺失, 警示生硬。中文导游词的提示语兼具关怀与提醒双重意图, 直译采用平铺直叙的陈述句, 缺乏英语旅游场景中人性化的关怀语气, 过于客观冰冷, 无法贴合海外游客的社交心理, 语用符号的情感维度丢失。

优化翻译与理据: “Do watch your step! The path ahead can be wet and slippery—your safety is our priority.”

模式提炼: 关怀语态转换与警示柔化。摒弃生硬的直译句式, 采用英语导游常用的祈使提醒句式“Do watch your step”, 贴合目标语社交习惯; 补充“your safety is our priority”传递人文关怀, 将原文单纯的安全提示, 转化为兼具实用性与温度的语用表达, 精准重建了文本的人际互动符号, 实现了对读者心理的顺应。

例 7:

原文: “眼前的瀑布气势磅礴, 相信大家一定会被它的壮美深深震撼。”

问题化直译: “The waterfall in front of us is magnificent, I believe you will be deeply shocked by its beauty.”

社会符号学诊断: 交际意图错位, 表达刻板。“shocked”一词在英语中多含负面震惊之意, 与原文赞美、引发共鸣的语用意图相悖; 句式平淡直白, 无法激发游客的情感共鸣, 文本的召唤性语用符号完全失效。

优化翻译与理据: “Behold the breathtaking power of the waterfall! It’s sure to leave you all in awe of its unparalleled grandeur.”

模式提炼: 情感词汇适配与召唤性重构。替换文化语义冲突的词汇, 选用“breathtaking”“in awe”等符合英语审美表达的词汇, 契合目标语读者的情感认知; 以感叹句式强化感染力, 将原文的陈述性赞美转化为沉浸式的情感召唤, 精准还原并强化了文本引发游客赞叹的语用意图, 完成语用符号的本土化重建。

4. 社会符号学视域下旅游文本英译策略与规律归纳

基于前文对《黄果树瀑布》导游词语言符号、视觉符号与语用符号的多维剖析, 结合社会符号学意义传递、文化适配与读者顺应的核心思想, 本部分从翻译实践层面提炼旅游文本英译的一般策略, 并归纳出适用于自然景观类旅游文本的共性特征, 实现个案研究向类型化方法的升华, 回应“社会符号学视

域下旅游文本英译研究”的核心论题。

4.1. 文化符号适配策略：实现文化意义的可理解性传递

旅游文本承载大量地域文化、自然文化与审美文化符号，此类符号在跨语言转换中最易出现意义损耗。社会符号学强调文化符号的语境适配性，要求译者在保留文化本真性的基础上，降低目标语读者的认知门槛。

在黄果树瀑布导游词翻译中，面对中文特有的审美意象、文化典故与自然概念，应避免机械直译，采用阐释补充、意象转码、文化显化等方式，使文化符号在目标语境中获得可解读性。对于具有中国特色的自然审美表达与民俗意象，译者需将隐含的文化逻辑显性化，确保译文既保留本土特色，又符合英语读者认知习惯。文化符号处理的关键，是在文化保真与跨文化可接受性之间寻求平衡，实现文化符号意义的有效传递。

4.2. 语言符号规范策略：保障信息准确与表达自然

语言符号是旅游文本信息传递的基础载体，承担介绍景观特征、地理形态、游览信息的核心功能。社会符号学视域下，语言翻译需遵循指称意义对等、句法逻辑清晰、语体风格适配的原则[10]。

中文旅游文本常用四字格、排比句与抒情化表达，英语则强调简洁、客观、信息聚焦。针对黄果树文本中大量描写性语句，译者应进行句式重组，将流水句转化为符合英语表达习惯的复合句，同时保留景观气势、色彩、动态等核心信息。在地名、地貌、景观专有名词翻译中，需保持译法统一，实现信息符号的稳定传递。语言符号的重构并非形式改变，而是在目标语体系内重建文本的信息功能，确保信息准确、流畅、可读。

4.3. 语用符号重构策略：顺应目标语境的交际需求

语用符号关乎文本的互动功能、情感召唤与交际意图，是旅游文本实现感染性、引导性的关键。中文导游词习惯使用正式、客气、指令性的表达，而英语旅游文本更强调亲切、共情、参与式的互动方式[11]。

基于黄果树案例的分析可知，语用符号翻译的核心是从源语导向转向读者导向，通过调整称呼、句式、语气与互动方式，重构文本的交际功能。将生硬指令转化为共情邀请，将疏离称呼转化为包容式表达，能够显著提升文本的感染力与召唤力。语用符号的顺应性重构，是实现文本交际意图、贴合目标语社交文化规范的重要策略。

4.4. 审美符号再现策略：还原文本的感官与意境价值

旅游文本兼具信息功能与审美功能，中文自然景观文本尤其注重意境营造、画面建构与感官描写。社会符号学视域下，审美翻译的核心是在目标语中复现原文的审美体验与感官效果[12]。

针对黄果树瀑布导游词中气势、声响、光影、动态等审美表达，译者应选用具有感官冲击力的词汇，通过节奏优化、意象强化、动态还原，再现文本的审美价值。避免因过度简化导致意境流失，也避免因过度修饰造成信息失真。审美符号的再现，是提升旅游文本吸引力、实现旅游宣传目的的重要保障。

4.5. 总结

通过对《黄果树瀑布》导游词的社会符号学解读与翻译实践分析，可提炼自然景观类旅游文本英译的三个共性特征：

第一，旅游文本翻译是符号意义的跨文化重构，而非单纯语言转换。译文需在语言符号、文化符号、语用符号、审美符号多个层面同步适配，才能实现完整意义传递。

第二, 读者顺应是旅游文本翻译的核心准则。所有策略选择均需以目标语读者的认知习惯、社交规范与审美偏好为依据, 以提升文本接受度与传播效果。

第三, 功能优先是旅游文本翻译的根本原则。译文需兼顾信息功能、文化功能、交际功能与审美功能, 实现信息准确、文化可解、语气自然、审美完整的统一。

上述规律不仅适用于黄果树瀑布导游词英译, 也可为中国自然景观、文化景区类旅游文本的跨文化传播翻译提供参考, 推动旅游文本在跨文化传播中实现更好的符号意义传递与形象建构。

参考文献

- [1] Hunt, J.D. (1971) Image: A factor in Tourism. Ph.D. Thesis, Colorado State University.
- [2] Russell, J.A. (1980) A Circumplex Model of Affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, **39**, 1161-1178. <https://doi.org/10.1037/h0077714>
- [3] Pike, S. and Ryan, C. (2004) Destination Positioning Analysis through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions. *Journal of Travel Research*, **42**, 333-342. <https://doi.org/10.1177/0047287504263029>
- [4] 刘寒雨. 生态翻译视角下旅游文本的英译研究——以中国大运河江苏段旅游素材为例[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2023(4): 136-139.
- [5] 牛新生. 关于旅游景点名称翻译的文化反思: 兼论旅游景点翻译的规范化研究[J]. 中国翻译, 2013, 34(3): 99-104.
- [6] 陈宏薇. 汉语翻译基础[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1998.
- [7] 衡孝军. 从社会符号学翻译法看汉语成语英译过程中的功能对等[J]. 中国翻译, 2003(4): 25-27.
- [8] 沈玉明. 社会符号学翻译方法在《枪》的汉译中的应用[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京大学, 2016.
- [9] 夏康明, 范先明. 旅游文化汉英翻译概论[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2013.
- [10] 佟颖. 社会符号学翻译模式研究[M]. 天津: 南开大学出版社, 2016.
- [11] 朱伊革, 卢敏. 翻译的社会符号学视角探析[J]. 国外外语教学, 2000(3): 36-40.
- [12] 李明. 翻译研究的社会符号学视角[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2005.