

# 认知语言学视域下江西旅游文本英译的跨文化翻译策略研究

周 禹

江西财经大学外国语学院, 江西 南昌

收稿日期: 2024年9月21日; 录用日期: 2024年10月25日; 发布日期: 2024年11月6日

## 摘 要

后疫情时代我国旅游业逐渐向好发展, 文化与旅游产业的融合性与国际竞争力逐渐提高。中国江西省自然和人文旅游资源丰富独特, 为提升江西旅游文本英译质量, 扩大景点海外知名度, 本文以认知语言学为理论指导, 探究江西旅游文本的英译现状, 提出江西旅游文本英译过程中应用认知语言学跨文化翻译的三个策略, 即增加注释策略、适当删减策略和改写创作策略。研究发现, 跨文化翻译策略能够促进江西旅游文本文化信息资源的准确传递, 激发外国游客对江西本地著名景点的旅游热情, 促进江西省旅游产业的国际化发展。

## 关键词

认知语言学, 跨文化翻译策略, 旅游文本, 江西

## Study on the Cross-Cultural Translation Strategies of the C-E Translation of Jiangxi Tourism Texts under the Perspective of Cognitive Linguistics

Yu Zhou

School of Foreign Languages, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang Jiangxi

Received: Sep. 21<sup>st</sup>, 2024; accepted: Oct. 25<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 6<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

China's tourism industry has gradually tended to a good prospect in the post-pandemic era, which

made the higher integration and international competitiveness of culture and tourism industry. Jiangxi province in China has rich and unique tourism resources of nature and culture. In order to improve the quality of the E-C translation of Jiangxi tourism texts, expand Jiangxi attractions overseas popularity, this paper takes Cognitive Linguistics as the theoretical guidance, first explores the status quo of the E-C translation of Jiangxi tourism texts, then puts forward three cross-cultural translation strategies of Cognitive Linguistics in the E-C translation process of these texts, namely the strategies of Annotation, Deletion and Adaptation. It is found that these strategies can promote the accurate transmission of the cultural information resources of the texts, foster the enthusiasm of foreign tourists to the local attractions in Jiangxi, and boost the international development of the tourism industry of Jiangxi province.

## Keywords

Cognitive Linguistics, Cross-Cultural Translation Strategies, Tourism Texts, Jiangxi

Copyright © 2024 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

随着后疫情时代的到来及中国 144 小时过境免签政策的落实, 外国游客来华旅游热情高涨, 中国旅游业的蓬勃发展促进了国际间的跨文化交流沟通。在国际性的旅游业务中, 特色景点的旅游文本英译是外国游客, 尤其是英语国家游客较为快速、全面了解旅游资源的主要途径之一。江西作为特色旅游文化资源大省, 其国际旅游业务的持续向好发展更离不开准确、合理的旅游文本英译, 但目前江西旅游文本英译现状比较差强人意, 原文文化信息传递不够准确, 译文普遍缺少跨文化翻译意识。因此, 本文以江西特色景点的旅游文本英译为主要案例进行案例分析, 探究认知语言学视域下适合该类型文本英译的跨文化翻译策略, 为推动江西省旅游产业国际化发展提供一定理论指导和借鉴意义。

## 2. 文献综述

### 2.1. 认知语言学的跨文化翻译

Lakoff 和 Johnson (1980)指出在认知语言学中, 语言学习者的自身体验和认知是语言习得的出发点, 认知语言学重视以语言的结构形式和主题意义为基础, 探索语言背后的心理认知方式, 体验和认知关系等认知语言学理论对跨文化翻译也具有重要指导意义[1]。在翻译过程中, 认知语言学的跨文化翻译因素是译者必须考虑的, 语言和文化的高度融合对译文的成功具有至关重要作用。Nida (2001)也指出跨文化翻译的目的就在于翻译准确传递文化信息的文化意义[2]。这是因为语言和文化具有不可分割性, 一方面语言是文化的组成和载体, 而另一方面文化是语言的现实表现(连淑能, 2010) [3]。王潇杨(2019)认为认知语言学的跨文化翻译过程不仅反映了语言符号的意义转换, 更体现了不同文化和思维方式的转变, 而文化差异是语言理解的主要障碍之一[4]。

在认知语言学中, 跨文化翻译过程就是译者认识世界并改造世界的过程, 译者作为认知主体, 可以通过自身知识架构和行为经验, 深度剖析原语文本, 产出符合逻辑的译语文本。这一过程中, 译者也会将原文本所描述的世界反映出来。但是, 除了关注译者的知识和体验对翻译行为的影响外, 温红霞(2022)指出认知语言学也强调译者、文本、作者和读者等的多维互动关系, 因为翻译行为是多方参与的交互影响行为[5]。因此, 在进行认知语言学的跨文化翻译研究时, 不仅要语言和文化的关系高度敏感, 也要

注重译者作为认知主体和其他因素之间的多维互动,让翻译文本的传递的信息,尤其是文化信息更加准确、明了。

## 2.2. 旅游文本与翻译

廖洪中和涂志琴(2006)指出旅游产业的所有文本,诸如旅游景点介绍、景点宣传文案、旅游解说词等,都可以视为旅游文本,因此它是一个广义的概念[6]。汉语旅游文本多引经据典,语言优美。相比之下,英语旅游文本大多风格简约,描述更加具体,表达易懂,这也恰恰体现了中西方思维方式的差异。所以,旅游文本翻译要注重中西方认知差异,准确传递文化信息,使外国游客更能体会中国文化的文化内涵,达到满足其猎奇心理和学习需求的同时,做到加强旅游文化宣传的需要。刘安洪(2013)也指出两种语言文字的简单对应翻译,并不能达到旅游文本的翻译目标,中西方文化融合与文化信息的有效传递才是实现旅游文本翻译目的的重要方面[7]。

纽马克(2001)将文本分为三大类:表达型文本、信息型文本和召唤型文本。同时,他认为译者必须首先确定文本的主要功能,再去选择合适的翻译策略[8]。刘安洪(2013)从纽马克的文本划分和旅游文本的主要功能出发,进一步指出了旅游文本具有双重性,它是以召唤功能为主、信息功能为辅的文本类型[7]。换句话说,旅游文本的功能重在传递信息,以激发游客的好奇心和求知欲。因此,旅游文本的翻译应关注原语文本信息传递的准确性,把握译语文本的召唤功能,以符合目的语文化标准的语言形式传达原语文本的文化意义。同时,充分重视外国游客的文化心理和审美习惯,有效实现中西文化的融合和文化信息的准确传递。

## 3. 江西旅游文本英译现状

随着江西国际旅游业务的持续向好发展,江西旅游文本的英译越发重要,但目前该类型文本的英译还存在很多问题。总体来说,江西旅游文本资源十分充足,但是文本英译缺乏统一标准,原文本文化信息传递不够准确,译文普遍缺少跨文化翻译意识。同时,从认知的角度来看,江西不同景点的译员和旅游从业人员的英语水平不尽相同,他们在对江西旅游文本人文内涵的理解上也有差异。此外,江西旅游文本的英译中还存在如词汇错误、表达歧义和语法不规范等问题,容易引起外国游客的认知误解。

魏晓敏等(2018)指出,中国译者对中西方文化的认知误解,是旅游文本英译较为典型的错误之一,因为认知模型的误用,导致翻译过程中无法实现准确的对应[9]。例如,江西井冈山的“八角楼”,被称为中国革命根据地的起点,在翻译时就没有考虑到认知差异的因素。“八角楼”被简单对应英译成了“The Octagonal House”,但实际上“八角楼”并不是指“八角形状的楼”,而是说该房子有一个“八角形状的天窗”。因此,本文认为将“八角楼”英译为“The House with Octagonal Skylight”更为合适,能够体现汉语和英语认知模式的差异,更不容易引起外国游客的误解。在认知语言学理论下,这种跨文化翻译策略体现的就是认知模型的准确使用,该译文也有助于外国游客形成正确的跨文化认知,减少对中国文化产生的误解。

## 4. 江西旅游文本的跨文化翻译策略

Levy (2000)提到在认知语言学中,翻译过程作为一种多维交际过程,翻译策略的选取在很大程度上是由翻译行为的目的决定的[10]。刘安洪(2013)表示吸引外国游客,展现中国文化魅力是旅游文本英译的主要目的,其英译过程要求译者注重两个探索原则,即探索外国游客的旅游期待和心理期待[7]。同时,庞双子和王克非(2018)指出旅游文本翻译策略的确定,需要译者结合认知语言学的跨文化翻译,充分预设外国游客的文化背景、交际需要和社会共识[11]。因此,江西旅游文本的英译需要译者具有跨文化交际意识,明确英译目的,结合受众的社会背景、交际期待等因素来确定跨文化翻译策略。本文从认知语言学

的跨文化翻译出发, 根据江西旅游文本的特点和英译现状, 提出了较为适合江西旅游文本英译的三个跨文化翻译策略, 即增加注释策略、适当删减策略和改写创作策略。

#### 4.1. 增加注释策略

增加注释是跨文化翻译策略中最常用的一个策略, 通过对旅游文本原文难译的文化表达的补充说明, 可以增进译文的准确性和可理解性。江西文化历史悠久, 旅游资源丰富, 大多数景点的地域文化特点十分鲜明。因此, 在江西旅游文本的英译过程中, 译者要综合考虑外国游客对江西历史文化的认知和理解程度, 为译文适当增加注释, 以更加准确、细致的英译文本, 提升外国游客对江西旅游文化的喜爱度。具体举例分析如下:

例 1: 东林大佛是世界上最大的阿弥陀佛像。(来自江西省旅游网——东林大佛)

译: Donglin Buddha is the largest statue of Amitabha (the king of Buddhas that has the most believers) in the world.

在江西旅游景点中, 有相当一部分与传统宗教如佛教和道教息息相关, 比如例 1 就是对东林大佛的介绍, 这也是江西旅游文本的一个突出特点。但是这类旅游文本在多数英语国家缺少与之对应的文化认知模型, 所以如果仅简单直译宗教用语, 外国游客会难以理解, 甚至会产生类似于文化休克的现象。例 1 中的东林大佛来自江西庐山, 而江西庐山也被称为佛教八小名山之一, 但由于佛教文化在英语国家并不盛行, 所以在介绍寺庙中的“佛祖”、“菩萨”等时, 不能仅仅只翻译成对应的专有名词。例 1 中“阿弥陀佛”, 如果仅译为宗教用词“Amitabha”, 就会造成外国游客不理解英译文本的现象。因此, 通过增加注释的跨文化翻译策略, 进一步介绍“阿弥陀佛”为“the king of Buddhas that has the most believers (佛中之王, 拥有最多信徒)”, 可以增进外国游客的理解, 提高英译的翻译效果。

例 2: 滕王阁位于江西省南昌市赣江沿岸, 是豫章古文明的象征。滕王阁主体建筑高 57.5 米, 建筑面积 13000 平方米。滕王阁和岳阳楼、黄鹤楼、鹤雀楼并称为中国四大名楼。(来自江西省旅游网——滕王阁)

译: Tengwang Pavilion is located along the Gan River in Nanchang City, Jiangxi Province, which is a symbol of the ancient civilization of Yuzhang (Jiangxi). The main building of it is 57.5 meters high, with a construction area of 13,000 m<sup>2</sup>. Tengwang Pavilion, Yueyang Tower (in Yueyang, Hunan Province), Yellow Crane Tower (in Wuhan, Hubei Province) and Stork Tower (in Yongji, Shanxi Province) are known as the four famous ancient buildings in China.

例 2 是介绍滕王阁的江西旅游文本。大部分中国人都知道滕王阁是中国古代四大名楼之一, 但是外国游客并不具备这一文化背景, 简单对照翻译不能让他们对英译本有更全面的认知。所以, 在英译时需要采用增加注释的跨文化翻译策略, 适当增加内容, 补充背景信息。例 2 中, 原文的江西古名“豫章”在英译为“Yuzhang”后又补充了“Jiangxi”, 这一背景信息的增添, 避免了歧义的产生, 消除了外国游客认知误解带来的影响。同时, 译文除了译出了四大名楼的名称外, 更通过增加注释的策略在译句中增添了相应的归属地区, 如“岳阳楼”的翻译补充了“in Yueyang, Hunan Province (湖南岳阳市)”, 这样外国游客对滕王阁和其他几个名楼在横向上就有了更为具体的认识。

#### 4.2. 适当删减策略

由于中西方文化的巨大差异, 适当删减的跨文化翻译策略也是译者必须要考虑的, 它主要用在景点描写的英译上。一方面, 对于中国古代景点的描述, 汉语表达注重意境美, 人文色彩浓厚。表达往往借景抒情, 赋予景点强烈的主观感情。另一方面, 英语语言注重简洁和客观, 强调具体、真实的描述, 尤其是表达自然景物之美时, 常以第三人称描述。曹凡(2017)指出英译旅游文本时, 如果不删减大段的景物描

写, 既难完全对应翻译, 又会让译文华而不实, 不符合外国游客的认知模式, 影响其跨文化理解和旅游兴趣[12]。因此, 译者在英译江西旅游文本时, 要把握好汉语母语者和英语母语者的认知特点和文化心理的差异, 充分认识英汉语在描绘景点方面的思维和审美差异, 进而对原文这部分内容做适当删减, 消除冗余的文化信息, 译出简洁与流畅。

例3: 东林寺, 背负北香炉峰, 旁依瀑布, 林木葱郁, 烟云出没, 虎溪潺潺环流, 清野悦心。东林寺极具盛名, 位列中国佛教八大道场之一。极盛时期有殿堂僧舍 300 余间, 寺僧 1000 多人, 藏经 1 万余册。(来自江西省旅游网——东林寺)

译: Donglin Temple, under the Bei Xianglu Peak, where has waterfalls, trees, clouds, and creeks, is a beautiful place. It ranks as one of the eight temples of Chinese Buddhism. At its heyday, there were more than 300 temples, more than 1000 monks, and more than 10,000 scriptures.

例4: 婺源有美丽的自然景观, 这里林木葱郁、峰峦叠嶂、峡谷深秀、溪流潺潺、奇峰怪石, 这里民风淳朴、文风鼎盛, 名胜古迹遍布全县。(来自江西省旅游网——婺源)

译: The natural beauty of Wuyuan county is made of its forests, peaks, valleys, creeks and rocks, here the life is simple, historical sites are all over this quaint county.

例3和例4情景交融地展现了江西优美的自然景观和丰富的人文内涵, 文本中对东林寺和婺源的环境描述, 用词繁复, 意境描写深入, 犹如一幅山水画。而英译过程中, 译文充分考虑到了外国游客的认知模式和文化审美取向, 对景点描写的部分采取了适当删减的跨文化翻译策略, 将其中较多的四字格表达简化成了常用词语。例3中, 第1句连用多个四字格结构描写东林寺所处的环境, 如“旁依瀑布”“林木葱郁”“潺潺环流”等, 译者利用英语语法结构, 将这些词语转换成了相应的名词形式, 即“waterfalls”“trees”“creeks”, 不仅删减了繁复的修饰信息, 也最大程度的保留了原文意义。第2句中的“极富盛名”时次要信息, 译文也做了删减, 因为后半句“位列中国佛教八大道场之一”才是信息传递的重点。第3句中的“殿堂”和“僧舍”在一定程度上意义重合, 故简化英译为“temples”。例4的译文同样也是简化翻译四字词语为相应的名词形式, 这里不在过多赘述。但值得注意的是, 译文对“文风鼎盛”做了特殊处理, 虽然该词文化内涵丰富, 但并不是主要信息且难以翻译, 所以译文选择了删除。然而, 译文为了弥补这一部分, 又为“county”增添了修饰词“quaint(古雅的)”, 一定程度上提升了译文的质量。总的来说, 例3和例4的江西旅游文本的英译都很好地体现了跨文化意识, 原文文化信息传递准确, 译文简洁流畅度高。

### 4.3. 改写创作策略

改写创作策略是跨文化翻译策略中最强调译者主观能动性的策略, 它需要译者充分理解并把握汉语和英语在行文逻辑方面的差异, 对原文进行二次创作和翻译。在认知语言学视域下, 跨文化翻译的作用在于准确传达原文本的意义, 尤其是文化意义。而中西方思维方式的巨大差异, 导致了汉语行文方式和英语行文方式的显著不同。例如, 汉语重归纳, 而英语重演绎; 汉语多短句, 而英语多长句等。诸如上述英汉语行文的显著差异也为改写创作的跨文化翻译策略的使用提供了条件。因此, 译者在英译江西旅游文本时, 可以借助英语思维, 遵循英语写作风格, 在准确传递原文文化信息的同时, 合理改写并创作。

例5: 三清山因有三座山峰宛如道教玉清、上清、太清三位尊神列坐山巅而得名。三清山又名少华山, 风景优美, 夏季清凉, 冬季银装, 自古便是中国著名的旅游胜地。(来自江西省旅游网——三清山)

译: Sanqing Mountain is one of the famous Taoist mountains in ancient China. The reason why it has gained its name is

that it has three peaks like three Taoist saints sitting on them. It is also known as Shaohua Mountain, because of its beautiful scenery, cool summer, white winter, since ancient times is a famous tourist resort in China.

例 5 是介绍三清山的江西旅游文本。译文中译者并没有完全按照原文的语序来翻译,而是根据英语行文特点做了适当改写创作,将第 1 句拆分成 2 句来译。译文第 1 句先陈述三清山是道教名山,重点信息先行,符合英语行文逻辑。译文第 2 句以表示原因的逻辑表达“the reason why”将原文中“因……而得名”译出,保证了原文信息的准确传递。值得注意的是,原文第 2 句中句与句之间并没有因果关系,但译文增加了表示原因的逻辑短语“because of”,将原文的流水句紧密地连接在了一起。这种改写创作的跨文化翻译策略,在突出三清山特点方面不仅做到了简洁流畅和信息传递的准确,也让译文的结构和布局更加符合外国游客的阅读习惯,在一定程度上消除认知差异造成的负面影响,满足他们对前往三清山旅游的心理期待。

## 5. 结论

旅游文本是游客在旅游过程中最重要的材料之一,译者在英译旅游文本时,要充分考虑认知因素的影响,借助认知语言学的跨文化翻译理论,选取该文本类型的翻译策略,满足外国游客,尤其是英语母语者的旅游求知欲。本文以认知语言学为理论指导,探究了跨文化翻译理念下,首先讨论了江西旅游文本的英译现状,提出了江西旅游文本英译过程中应用认知语言学跨文化翻译的三个策略,即增加注释策略、适当删减策略和改写创作策略。研究发现,跨文化翻译策略下合理、精准的江西旅游文本英译文能够促进原文本文化信息资源的准确传递,可以激发外国游客对江西本地著名景点的旅游热情,促进江西省旅游产业的国际化发展。

## 参考文献

- [1] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press.
- [2] Nida, E.A. (2001) *Language and Culture—Contexts in Translating*. Shanghai Foreign Language Education Press.
- [3] 连淑能. 英汉对比研究(增订本) [M]. 北京: 高等教育出版社, 2010.
- [4] 王潇杨. 目的论视角下山西特色旅游景点中文化负载词的英译研究[J]. 长治学院学报, 2019, 36(5): 51-54.
- [5] 温红霞. 认知语言学视角下山西特色旅游景点文本英译的跨文化翻译策略研究[J]. 中国民族博览, 2022(12): 122-126.
- [6] 廖洪中, 涂志琴. 论江西地方文化对外英译的策略[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2006, 37(3): 152-155.
- [7] 刘安洪. 跨文化交际视角下的旅游文本翻译策略研究[J]. 中华文化, 2013(10): 160-163.
- [8] Newmark, P. (2001) *A Textbook of Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press, 39-41.
- [9] 魏晓敏, 刘正光, 李晓芳. 应用认知语言学三十年[J]. 外语教学与研究, 2018, 50(2): 230-240.
- [10] Levy, J. (2000) Translation as a Decision Process. In: Venuti, L., Ed., *The Translation Studies Reader*, Routledge, 148-159.
- [11] 庞双子, 王克非. 透过翻译的语言接触研究: 翻译文本的“显化”特征对原生文本的历时影响[J]. 外语教学与研究, 2018, 50(2): 253-267.
- [12] 曹凡. 旅游景点英译公示语翻译策略研究[J]. 芒种, 2017(18): 46-47.