

跨文化交际视阈下历史文化景点翻译探究 ——以越王楼外宣翻译为例

周 跃

西南科技大学, 四川 绵阳

收稿日期: 2024年11月27日; 录用日期: 2025年1月7日; 发布日期: 2025年1月20日

摘 要

在经济全球化与跨文化交际日益频繁的背景之下, 旅游业发展迅猛, 旅游景点的翻译在跨文化交际中扮演着愈发重要的角色。本研究结合跨文化交际学、语言学、翻译学等多元学科视角, 综合研究越王楼内外宣翻译汉英译本, 通过文献研究法、实地调研法、案例分析法、跨学科研究法等多种研究方法, 探讨历史文化景区内翻译现状与问题, 并就此提出该景点的翻译策略和实施建议, 为提升越王楼宣传文本的翻译质量和加强对外宣传效果提供有益的参考和启示, 推动中国传统文化传播, 促进各文化交流与理解, 从而实现更广泛的社会效益。

关键词

跨文化交际, 旅游翻译, 外宣翻译, 翻译

A Study on the Translation of Historical and Cultural Landmarks from the Perspective of Intercultural Communication

—Taking the External Promotion Translation of Yuewang Tower as an Example

Yue Zhou

Southwest University of Science and Technology, Mianyang Sichuan

Received: Nov. 27th, 2024; accepted: Jan. 7th, 2025; published: Jan. 20th, 2025

Abstract

In the backdrop of growing economic globalization and cross-cultural interactions, tourism is booming, making the translation of tourist attractions crucial in cross-cultural contexts. The study, drawing on cross-cultural communication, linguistics, and translation studies, analyzes the Chinese-English translations of Yuewang Tower's promotional materials. Through literature review, field-work, case studies, and interdisciplinary approaches, it identifies translation issues and offers strategies to enhance the quality and effectiveness of Yuewang Tower's promotional texts and enhancing its external promotional effectiveness, thereby promoting the dissemination of Chinese traditional culture, facilitating cultural exchange and understanding among different cultures, and achieving broader social benefits.

Keywords

Cross-Cultural Communication, Tourism Translation, External Publicity Translation, Translation

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

越王楼，作为绵阳市的文化地标，该历史建筑承载着深厚的文化底蕴与独特的人文情感。在全球旅游市场蓬勃发展的背景下，越王楼作为文化对外宣传的名片，其国际形象的塑造显得尤为重要。越王楼宣传文本的翻译质量高低直接决定了国际游客能否准确且深入地领略越王楼所蕴含的历史故事及文化精髓。面对不同语言和文化背景的海外游客，当前，越王楼景区外宣翻译面临着诸多挑战。一方面，语言差别可能导致信息传递的失真或误解；另一方面，文化差异的存在也使得某些特定文化元素难以在译文中找到恰当的对应表达，从而影响了信息的有效传递。此外，部分翻译过于直译，忽略了目标语言读者的阅读习惯和审美偏好，导致译文的可读性和接受度降低。通过文献研究法、实地调研法、案例分析法、跨学科研究法等多种研究方法，深入剖析了越王楼外宣翻译的现状。力求在尊重文化差异的同时，提出针对性的策略，提升宣传文本的吸引力和感染力，进一步推动越王楼在国际旅游市场上的知名度和影响力，为绵阳市乃至中国的文化事业发展提供一定研究支撑。

2. 经济全球化与跨文化交际中的旅游翻译

2.1. 经济全球化对旅游业的推动

经济全球化的加速促进了全球范围内生产要素的流动与配置，同时激发了贸易交往、资本流动以及高科技的创新、发展动力。全球化趋势不仅加速了全球生产力的增长，也催生全球产业结构的调整，紧密了世界各国之间的联系，也为各产业带来了更广阔的市场机遇和竞争挑战，其中国际旅游业在国际服务贸易行业发展中发挥着愈发重要的地位，第三产业在 GDP 的占比份额已经成为衡量国家综合实力的重要指标之一。国际交往次数的上升拉动旅游人数的增加，为该行业提供较多发展的有利条件。从世界旅游产业发展的宏观方面来看，旅游业的全球格局正在扭转，整个亚洲的旅游业发展势头迅猛，国际旅游的重心也在逐步转移，旅游业的多元化趋势不可阻挡。中国作为全世界最大的发展中国家，地理位置得

天独厚,拥有丰富的旅游资源。近年来,中国对国际交流与合作的日益重视,对推动国际旅游市场的复苏做出了多方面的努力。一方面,中国积极建设国际交通航线,对多个国家实施免签或签证便利化政策,有效促进了国际游客的流动。另一方面,加强多边和双边合作,加强“一带一路”的发展建设,完善了国际旅游的安全机制,积极推动了国际旅游市场的繁荣。但经济全球化也为讲好中国故事提出了更高的要求,旅游产业可以成为传承和发扬中国优秀历史文化的最佳突破口和切入点,通过对国际旅游的重视,增强外国友人对中国的了解和认识,促进不同世界文化之间的交流和融合。以旅游文化景点为依托平台,创新话语体系,开展各种形式的人文交流,利用多种形式的渠道,让世界更加全面、立体、真实地了解中国。

2.2. 跨文化交际意识的重要性

跨文化交际作为具有不同文化背景的个体之间信息流通和意义共创的过程,深刻揭示了文化差异塑造交际行为的意义,该概念强调理解与尊重的重要性,个体如何适应这些差异并最终实现顺利沟通是跨文化交际的核心价值。通过对跨文化交际的深入研究和实践,可以大大减少交流过程中的障碍,促进不同文化背景下的人们之间的理解和协作[1]。该行为并非狭义地局限于个人层面,而是更广泛地影响着国际贸易的繁荣,外交关系的推动与深化,全球教育体系的融合,乃至多元文化社会的和谐共进。跨文化交际涵盖了多个维度,但总体上可分为跨文化交际能力与跨文化交际意识两个方面,能力和意识两者不可分割、相互依存。文化差异是两种或多种文化在接触时产生的冲突,因为文化的形成和产生是以人的生存和生活经历为中心的。不同生活环境的刺激和影响导致人们对自身之外的世界产生不同的看法和感受,而处于同一环境中的人们则会有一些相似的感受和经历[2]。跨文化交际意识作为跨文化交际能力的重要基石,该意识倡导我们需要认知文化的多样性,秉持对不同文化的尊重,深刻反思并批判审视自身的文化偏见和刻板印象,时刻保持开放与包容的心态,跨越历史文化鸿沟,最终实现良性沟通的钥匙。塑造跨文化交际意识要求跨文化交流者掌握不同国家的文化习俗,深层次了解各国的价值观念、交际方式和行为规则,将理论性知识熟练、灵活地付诸于实际交流活动中,保持敏感和敏锐,洞察他人的思想行为,准确感知对方的交流需求和行为意图。

2.3. 旅游翻译的语言特点与需求

旅游翻译中涉及到的旅游英语实质上为一种专门用途语言,是由旅游专业领域的词句和语篇组成的应用型语言。其一,旅游英语具有较强的专业性,其中旅游景点相关的名词都有特定的对应词语,不能随意替换。同时旅游业的发展带动了旅游英语的专业规范,对于具有负载强烈中国特色的专有名词的翻译较有难度,通过地道、简洁明了的语言对外介绍中国旅游景点。其二,旅游行业使用的英语具有较强的礼节性,比如礼貌用语多,面对来自全球各地的游客,带有服务性质的语言必须具有相当程度的交流性。其三,相对比其他产业的英语,旅游英语的多样性是其特殊性之一。旅游英语的应用十分广泛和普遍,旅游英语文本的风格类型多样,景区内存在的语言景观表达风格受到空间、功能的限制,总体较为简洁。其四,旅游英语广泛的应用性和适用性,也就造成了旅游英语的综合性价值。纵观以上旅游英语的语言特点,对翻译需求提出了一定的要求。游客与目的地所在国家或者地区的居民交流所需要的翻译服务、语言应用的需求。这种需求涉及到跨文化交际的挑战,翻译工作者应结合文化适应性、专业知识、技术支持和高质量要求对待旅游英语文本,提升跨境旅游英语翻译质量,促进国际旅游交流和文化理解[3]。同时译者还需要确保信息传达的准确性和文化的敏感性。经济全球化对旅游业的推动,使得旅游英语翻译的需求日益增长。因为游客和当地居民之间的交流不仅仅是语言上的挑战,也涉及到文化习俗、价值观等方面。因此,为了更好地满足该需求,译者需要重视自身的专业培训,以迎合旅游翻译市

场的标准。

3. 跨文化交际视阈下的翻译策略与方法

不同的语言和不同的文化在进行交流的时候经常会发生碰撞,这种在翻译过程中发生的碰撞虽说能够促进文化的交流,但是存在的文化信息流失现象是非常严重的,所以要力图解决这种现象,找出解决问题的切入点,让人们对于汉语言英译中的文化流失现象引起足够的重视[4]。社会的不断进步促使不同国家与民族之间的文化交流日益频繁。英语,作为国际交流的首选语言,在双方的沟通中占据着核心地位,而汉语与英语之间的互译则架起了一座跨越文化界限的桥梁,成为了一种重要的交际方式。然而,由于中西方在文化背景、生活方式、地理环境及传统习俗等多个维度上存在着不可避免的差异性,这导致在将汉语翻译成英语的过程中,常常会遇到较大的表达挑战和转换难度。然而,作为译者的任务正是要将这些偏差转化为促进双方文化交流的桥梁。笔者将以越王楼为例,较为详尽地探析该景点宣传漫画的汉英注释文本所使用的翻译策略与方法,并结合所运用的方法分析文本翻译的内容。

3.1. 翻译策略:归化与异化

基于以上对整体背景、经济发展、全球化发展整体态势的阐述,旅游翻译主要是采用两类翻译策略:归化与异化。归化和异化这两个翻译策略是由德国翻译学者弗里德里希·席勒(Friedrich Schleiermacher)提出的。在他的著作《翻译理论》(*Über die verschiedenen Methoden des Übersetzens*)中首次引入了以上两种概念。该论文于1813年发表,论文中提出了许多对后世翻译研究产生深远影响的观点和概念,这些概念和观点在后来的翻译理论和实践中得到了广泛的运用和发展。简而言之,归化策略在翻译过程中借用目标语言中具有相同或相近意义,并且具有独特文化特色的表达方式对原文进行处理[5]。异化策略受目标语言和表达习惯的限制,保留源语言中的文化特色,尽管译文可能不太符合目标语言的表达习惯,却能让目标语言读者感受到源语文化的独特魅力。

3.2. 翻译方法:音译法、增译法、省略法

笔者通过实地调查研究法发现景区官方宣传漫画汉英双语译本所运用的翻译方法主要有音译法,增译法以及省略法。音译法(Transliteration)是指以原来国家的当地语言读音为依据翻译的形式,一般根据源语言内容的发音在目标语言寻找发音相近的内容代替翻译[6]。这种方法常见于名称的翻译。音译的词只可连续使用,不可拆分,否则将失去意义。增译法(Amplification)是一种翻译技巧,在进行翻译工作时,面对源语言与目标语言间句法结构的多样性、词汇使用的独特性以及修辞技巧的差异,同时考虑到两种语言背后迥异的思维逻辑、语言习惯及表达模式,译者需灵活地在译文中添加一定的信息或表述,这些内容虽然未直接体现在原文文字中,但依据上下文逻辑、语境暗示或推理判断是能够得出的。这种增添不仅是为了弥补语言转换中的信息损耗,更是为了深度挖掘并精准传达原文的隐含意义与完整思想。省略法(Omission)在翻译中同样是一种重要的策略,其意义在于通过省略原文中的某些词或短语,使译文更加通顺流畅,更符合目标语言的表达习惯,同时不改变原文的基本意义。

3.3. 越王楼外宣翻译案例分析

基于文章上部分对翻译策略及翻译方法的概述,笔者将对越王楼内进行更详尽的探析。通过实地收集资料,将实践和研究结合,整理、分析和综述现有文献的形式,最终罗列出以下具体实例。以下材料内容均取自景区宣传双语文本。

原文:越王楼

译文:Yuewang Tower

分析：该译文选择将“越王”直接音译为“Yuewang”，而非“King Yue’s Tower”。选择异化音译的方法具有一定优势，一方面保留了中文特色，对于外来游客具有一定的吸引力和神秘色彩，激发跨文化的交流和探索；另一方面，音译法避免了繁琐的翻译过程，使得译文更加简洁。再者，使用音译法加速了中英两种语言的交汇贯通，在一定程度上丰富了目标语语言表达体系和语言词汇容量。

原文：名楼盛宴·沉浸式戏剧体验馆

译文：Mingloushengyan·Immersive theater Experience Pavilion

分析：该句中的“名楼盛宴”，译文选择运用音译法翻译为“mingloushengyan”。笔者认为“名楼”译为“famous building”或者“renowned architecture”，“盛宴”译为“feast”或者“grand banquet”，是由于简介标语空间限制较大，为了缩短语句篇幅直接音译不失为一种较佳的选择。同时后方“沉浸式戏剧体验馆”“Immersive theater Experience Pavilion”能够加持对“名楼盛宴”的解释，也适当加深了海外游客对该景点的印象。这种翻译方法一方面保留了源语言的特征，另一方面也利于中国传统文化的输出。

原文：重现越王李贞当年任绵州刺史时修建越王楼、勤政为民、举旗反武等重要历史事件。

译文：For example, when taken as the governor of Mianyang (formerly called Mianzhou) he built the Yuewang Tower, served the people heartily, resisted against Empress Wu Zetian and so on.

分析：译文将“绵州”增译为“Mianyang (formerly called Mianzhou)”。此处增译是必要的，因“绵州”为古代地名，非中文背景的读者有极大可能性并不熟悉该古地名。译文通过增译“Mianyang”，为读者提供了一个现代、广为人知的地名，同时使用“formerly”保留了原文的历史信息。其次，“Empress Wu Zetian”是对“武”进行了增译。在中国历史上，武则天是唯一的女皇帝，通过增译其全名和身份，为读者提供了丰富的文化背景信息，有助于理解李贞“举旗反武”的历史事件。

原文：璀璨越王楼

译文：Splendid History of Yuewang Tower

分析：原文中的“璀璨”为形容词，用以形容越王楼的辉煌或华丽。译文将该形容词转换为“Splendid History”，其中“Splendid”为形容词，而“History”为名词。笔者发现该处并没有直接使用与“璀璨”相对应的形容词，而是通过“Splendid History”表述越王楼辉煌的历史。译文对词性的转换可视为广义上的增译，即通过增加名词来丰富形容词的意涵，实现了对原文的意义重构。

原文：越王楼，中国历史文化名楼，系公元 656 年唐太宗第八子越王李贞任绵州刺史时所建，与黄鹤楼、滕王阁、岳阳楼并称为唐代四大名楼。

译文：Yuewang Tower, a Chinese famous historical and cultural tower, was built by the eighth son of Emperor Taizong of Tang Li Zhen in AD 656 when he was the prefectural governor of Mianzhou. It was one of the four famous towers in Tang Dynasty (other three are Yellow Crane Tower, Tengwang Pavilion and Yueyang Tower).

分析：原文中“唐太宗第八子越王李贞”译文简化为“the eighth son of Emperor Taizong of Tang Li Zhen”，省略了“越王”这一身份，但保留了“唐太宗第八子”这一关键信息，如此一来，读者可通过上下文推断出李贞的另一身份“越王”。再者，译文将原文“与黄鹤楼、滕王阁、岳阳楼并称为唐代四大名楼”省译为“It was one of the four famous towers in Tang Dynasty (other three are Yellow Crane Tower, Tengwang Pavilion and Yueyang Tower)”。该译文省略了“与……并称为”这一并列结构，直接陈述了越王楼是四大名楼之一，并通过括号内的补充信息列出了另外三座名楼。

原文：越王楼建成后，吸引了无数名人墨客的登临，留下著名诗歌 150 余首，犹以诗仙李白的《上楼诗》和诗圣杜甫的《越王楼歌》最为出名，本层集中展示了天下诗文第一楼的风采。

译文：Ever since its establishment, Yuewang Tower attracts numerous celebrities and literary men, leaving

more than 150 famous poems, among which, Tower-ascending Poem written by poetic genius Li Bai and Poem of Yuewang Tower written by holy poet Du Fu are the most famous. This floor intensively exhibits the elegant demeanor of the 1st Poetic Tower in the World.

分析：原文中“越王楼”作为主语多次出现。考虑到中文喜重复，但英文不喜重复的语言特征，译文仅在“越王楼”首次出现时明确翻译为“Yuewang Tower”，而后续则通过上下文让读者自行理解。例如，“越王楼建成后”被翻译为“Ever since its establishment”，其中的“its”代指“Yuewang Tower”，省略了主语的翻译。

4. 越王楼外宣翻译的优化策略

4.1. 历史文化名称的翻译调整

在翻译越王楼的景点名称及文化背景时，首要任务是确保翻译的准确性和文化贴切性。错误的理解必然导致错误的翻译[7]。景点名称的翻译应简洁明了，易于记忆，同时保留其原有的文化含义和历史背景。对于文化背景的描述，则需注重历史脉络的清晰呈现，以及文化元素的恰当诠释。旅游景点的翻译并非单纯的语言符号转换，而是一种深层次的文化转译行为[8]。通过深入研究和理解越王楼的历史和文化背景，采取意译、直译相结合的方式，力求在保留原意的基础上，使翻译更加生动、富有感染力。本段将罗列景区外宣翻译文本具体实例，并对译文可调整之处进行探析。

原文：秦王久闻燕氏贤德，欲娶为妻，于是携童金为聘礼，派人去燕府提亲。燕氏嫁入秦王府，深得秦王喜爱。后来朝廷内江，秦王登基，是为唐太宗。

译文：Prince Qin had long heard of Yan's virtues and wanted to marry her. Therefore, he took a large amount of money as betrothal present and sent people to propose marriage to the Yan Mansion. After being married and lived in the Mansion of Prince Qin, she was greatly loved by Prince Qin. Later, internal strife occurred in the imperial court and Prince Qin ascended the throne, becoming the Emperor Taizhong of the Tang Dynasty.

分析：原文中“携童金为聘礼”中的“童金”可能是指一个具体的货币或礼物名称，但在此上下文中并不明确。原译文为“a large amount of money”为了保持译文的流畅性和准确性，作者选择将其译为“rich gifts of gold”，以表达秦王送出的聘礼之丰富和贵重。其次，作者建议将“燕府”译文调整为“Yan family mansion”或“Yan residence”。由于原文中的“燕府”指的是燕家的府邸或住所，出于不同读者文化背景的差异，若译为“Yan Mansion”会给非母语读者造成一定理解障碍，因此可以改译为“Yan family mansion”或“Yan residence”，以更准确地表达其含义。最后，译文存在明显名称翻译的错误，直接音译“太宗”的正确译文为“Taizong”而非“Taizhong”，此类错误在后续译文中存在多处，为避免反复提及，作者在后文已做修正。越王楼作为传播中国传统文化的重要载体，景区外宣翻译文本应该严格规范、审查。

原文：唐太宗驾崩以后，太子李治继位，是为唐高宗。此时南诏(云南大理)战乱生反，吐蕃各部落不断东侵，直接威胁着大唐的西南疆域。

译文：After Emperor Taizong died, the crowned prince Li Zhi ascended the throne and became Emperor Gaozong of Tang. At that time, Nanzhao (Yunnan's Dali) rebelled and Tibetan regime's tribes constantly invaded the country's eastern region, which directly threatened the South western territory of the Tang Dynasty.

分析：根据上下文“唐太宗”应译成“Emperor Taizong of Tang”而非“Emperor Taizong”，译文应确保专有名词的准确性和一致性。作者认为将“南诏(云南大理)战乱生反”的译文由“Nanzhao (Yunnan's Dali) rebelled”调整为“there were rebellions in Nanzhao (now Dali, Yunnan)”，表达会更加地道自然，同时补译“now”以明确南诏的现今地理位置，便于外国读者理解。考虑到不同读者文化背景各异，对于地区名称需要更加精准。原文中出现的“吐蕃”，景区英文标识为“Tibetan regime”，作者认为该表述不

太准确，由于对“吐蕃”是古代藏族政权的统称，因此更改为“Tibetan regime in ancient China”更能准确表达该词背后的文化来源。

4.2. 特色文化背景及元素的翻译优化

越王楼作为充满中国特色传统文化元素的景点，其宣传文本的翻译优化需特别注重文化元素的传达。包括但不限于建筑特色、历史故事、民间传说以及地方习俗等。在翻译过程中，我们应深入挖掘这些文化元素的内涵，采用富有创意的翻译手法，如借代、象征等，以增强文本的吸引力和感染力。此外，翻译过程中务必确保文本的流畅与易读性，避免刻板直译导致的译文内容生硬，以及冗繁解释造成的拖沓。译文需要自然流畅，易于读者理解与接受。

原文：历时三载寒暑，李贞先作府邸而后建楼宇，彰显出王府之气象。

译文：After three winters and summers, Li Zhen first constructed his mansion and then built the tower, which represented the grand atmosphere of the Prince Mansion.

分析：原文中出现了极具中国文化特色的表达方式，其中“历时三载寒暑”译为“After three winters and summers”，虽然采用直译更简洁明了，但“三载寒暑”在中文中实则是表达时间的漫长和岁月的变迁，笔者认为译为“spanning three years of seasons”更加地道。其次，“彰显出王府之气象”译为“represented the grand atmosphere of the Prince Mansion”稍显不妥。此处的“王府之气象”实际上指的是王府的庄严和宏伟，原译文在理解上出现了一定偏差，没有结合上下文语境分析该词语的确切含义，因此译为“embodied the grandeur and majesty of the prince's mansion”可能会更贴切。

原文：755年，“安史之乱”爆发，叛军一路烧、杀、抢、掠，眼看就要攻进长安。

译文：In 775 A.C., the “Anshi Rebellion” broke out and the rebellion army looted, killed and robbed all the way before conquering Chang'an.

分析：原文出现了关于中国文化历史背景的典故，“安史之乱”译为“Anshi Rebellion”虽基本正确，但对于不了解该历史文化的外国旅客来说，译为“An Lushan and Shi Siming Rebellion”更具体地指出了叛乱的领导者，即安禄山和史思明，如此有助于读者更好地理解历史背景。

原文：《越王楼歌》：“绵州州府何磊落，显庆年中越王作。孤城西北起高楼，碧瓦朱照城郭。楼下长江百丈清，山头落日半轮明。君王旧迹今人赏，转见千秋万古情。”

译文：The Song of Yuewang Tower: “How upright Mianzhou's mansion is! It was constructed by Prince Yue in the year of Xianqing. In the southeastern region of the lonely city, a high tower stands, whose green tiles and red walls glare in the surrounding city. Below the tower, there is a clear river that is over 300 meters, while the setting sun hides half of it behind the mountain. The emperor's historic relic is appreciated by current people, which reflects the history of thousands of years and the long emotions.”

分析：诗歌作为中国文化中独特的元素，翻译时需要注意诗歌中的特有意境和韵味，同时考虑到英文读者的文化背景和阅读习惯，选择适当的词汇和表达方式，译文需要忠实于原文，保留文化的特色元素又要做到让游客在游览过程中快速地把诗歌内容和内涵。“绵州州府何磊落”译为“‘How upright Mianzhou's mansion is!’”稍显欠缺，“磊落”在这里可能更多地指的是宏伟、气派，而不仅仅是“upright”笔直、正直的意思，建议修改为“‘How magnificent and spacious is Mianzhou's mansion!’”。诗歌末尾的“长江”作为专属名词应明确翻译为“Yangtze River”，而非“clear river”。

原文：“危楼高百尺，手可摘星辰。不敢高声语，恐惊天上人。”

译文：“The towering building is over 33.3meters in height, which allows me to pick stars with my hands. I dare not speak loudly, because I'm afraid of frightening the immortals living in the sky.”

分析：针对古诗词翻译景区提供的译文有较大提升空间，译文主要使用了直译的方法，导致译文略显生硬，未能传递诗人的原意，包括其中一些涉及到的中国特色文化元素，存在一定问题。如“危楼”译为“the towering building”，虽然传递了楼层很高的含义，但是未能完全体现出“危”的意境，因此可以修改为“the lofty and precarious tower”。“手可摘星辰”原文直译为“allows me to pick stars with my hands”，该译文会造成读者误解为真的可以用手摘到星星，没有体现原诗中所使用的夸张的修辞手法。因此，作者认为可以翻译为“so high that it seems I could reach out and pluck the stars”或“reaching heights where the stars appear almost within grasp”，以保留原文的夸张手法和意境。“百尺”是中国传统的长度单位，译文中直接将其译为“33.3 meters”，直接提供了具体的数值，但会导致原文失去文化特色。笔者认为可以在译文中保留“hundred feet”，英文中的“foot”与中文的“尺”虽然不完全对应，但在此处为了保留原文的文化特色，可以作为一种折衷的翻译方式。也可以选择添加一句解释性的翻译，如“(a hundred feet, a traditional Chinese unit of length, roughly equivalent to 33.3 meters)”。

4.3. 再翻译策略的实施建议

根据以上相关具体实例的分析，作者发现越王楼景区宣传文本主要存在文化元素翻译不准确，双语风格不匹配，信息传达不完整，文化差异处理不当，缺乏目标读者导向等显著问题。针对以上问题，为提升越王楼宣传文本翻译质量的策略可以从多个方面考量。其一，增强文化的适配性。景区翻译负责人员需深入了解越王楼的历史和文化背景，确保对地名、历史人物、历史典故、文化符号的理解准确无误。在翻译的过程中加入特色地方表达方式，让目标受众更易于接受。其二，提高语言的准确性。对于涉及到景区历史文化等专业术语，翻译者应确保使用正确的术语，以维护文本的权威和准确性。除此之外，译者应避免单一的表达方式，通过不同的句式和修辞手法，提升文本的整体表现力，增强景区宣传文本的阅读体验。其三，进行多轮校对。经调研发现，越王楼景区外宣翻译文本中存在多处误译、错译的问题。对此，政府应该联合高校成立由语言、文化、管理等多学科交叉的校对团队，确保从不同角度审视文本，提升翻译的准确性和全面性，还可以创建在线协作平台进行实时编辑和反馈，提升团队沟通的效率。同时鼓励游客群众积极发现景区译文的问题并向有关管理部门提出意见和建议，以确保景区宣传流畅、自然。其四，分析受众目标。明确受众目标的文化背景和阅读习惯，调整翻译策略以符合读者偏好。例如，针对国外游客，应采用简洁、明了的语言进行翻译。其五，提供翻译技术支持。加强对翻译工具的使用，利用计算机辅助翻译(CAT)工具来提高翻译的效率和一致性，确保术语的一致使用。最后，将语言景观规范同市场营销结合。在翻译文本中结合市场营销的元素，例如突出越王楼的独特卖点和旅游体验，以增强吸引力。配合视觉元素，如图片或视频等多媒体元素，增强吸引力和说服力，提升宣传效果。

5. 结语

本文通过对越王楼景区内外宣翻译文本的研究，解释了在跨文化背景之下，历史文化景点翻译的重要性和复杂性。通过对比分析不同语言和文化之间的表达方式、文化内涵，笔者较为深入地探讨了翻译在传达历史文化景点信息时所面临的挑战及难题。在景点宣传文本中，笔者发现了语言、文化、历史等诸多因素对翻译的影响。翻译工作不仅要准确传达原意，还需兼顾接受方的文化背景和认知习惯，以确保信息的完整和准确。在该过程中，译者作为信息传递，文化传播的桥梁，在研究与实践中，为世界文化多样性有着不容小觑的作用。对此，译者更需要不断拓展视野，通过理解和应对中西文化之间的差异，创作出不仅准确而且对不同受众群体具有意义和共鸣的翻译作品[9]，以期促进不同文化的交流和理解。

参考文献

- [1] 陈子超. 跨文化交际意识在旅游景点英语翻译中的应用——以韶关市主要旅游景点为例[J]. 今古文创, 2024(35):

91-94.

- [2] Yuan, L. (2024) Discussion on the Differences between Chinese and Western Cultures and Intercultural Translation. *Journal of Contemporary Educational Research*, **8**, 178-184. <https://doi.org/10.26689/jcer.v8i10.8588>
- [3] Nord, C. (2002) *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Shanghai Foreign Language Education Press, 46.
- [4] 马小旭. 跨文化视角下汉语英译中的文化信息流失现象研究[J]. 中国民族博览, 2021(18): 121-123.
- [5] 朱莫洁. 跨文化视角下的旅游英语翻译及其策略研究——以陕西省景区讲解文本为例[J]. 中国商论, 2021(22):116-118.
- [6] 汤芸, 古明, 朱杰. 红色旅游景点英文翻译现状调查——以江西省为例[J]. 神州, 2012(21): 137.
- [7] 梁淑英. 跨文化传播视域下的翻译研究——以广东韶关旅游翻译为例[J]. 英语广场(下旬刊), 2016(5): 12.
- [8] 王靖涵. 全球化背景下跨境旅游英语翻译策略[N]. 中国旅游报, 2024-07-24(004).
- [9] Lawrence, V. (2017) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Taylor and Francis.