

基于文本类型学视域下对旅游文本的探讨： 以“巨人堤道”汉译为例

杜 媛

湖南师范大学外国语学院，湖南 长沙

收稿日期：2026年5月29日；录用日期：2026年7月8日；发布日期：2026年7月21日

摘 要

旅游文本作为一种集信息功能、表达功能与感染功能于一体的复合型文本，对翻译策略的选取提出了较高要求。本文以德国功能派学者赖斯提出的文本类型理论为框架，以北爱尔兰世界自然遗产景点“巨人堤道”(Giant's Causeway)的景区介绍文本为语料，围绕旅游文本的功能属性展开探讨，分析其信息型、表达型与感染型三种文本功能的叠加特征，并结合具体译例，探讨直译、改译与增译三类翻译策略在旅游文本汉译中的适用条件与实践效果。研究发现，旅游文本具有显著的多功能叠加属性，单一翻译策略难以满足其复杂的跨文化传播需求。译者须在准确理解原文功能特征的基础上，灵活选取相应策略，以期在目标语环境中实现等效的信息传达、审美体验与行为感染效果。

关键词

文本类型理论，旅游翻译，直译，改译，增译，跨文化传播

A Study of Tourism Texts from the Perspective of Text Typology: A Case Study of the Chinese Translation of "Giant's Causeway"

Yuan Du

Foreign Studies College, Hunan Normal University, Changsha Hunan

Received: May 29, 2026; accepted: July 8, 2026; published: July 21, 2026

Abstract

Tourism texts, as a complex genre integrating informative, expressive, and operative functions,

pose considerable challenges for translation strategy selection. Drawing on the text typology proposed by German functionalist scholar Katharina Reiss, this paper analyzes the promotional text of Giant's Causeway, a UNESCO World Heritage Site in Northern Ireland, examining its multi-functional characteristics and the overlapping of informative, expressive, and operative text types. Through the analysis of specific translation examples, the paper explores the applicability and effectiveness of three translation strategies—literal translation, adaptation, and amplification—in the Chinese translation of tourism texts. The findings suggest that tourism texts exhibit a remarkable multi-functional composite nature, and a single translation strategy proves insufficient to meet the complex demands of cross-cultural communication. Translators must flexibly select appropriate strategies based on a thorough understanding of the source text's functional features, so as to achieve equivalent communicative effects in terms of information delivery, aesthetic experience, and behavioral persuasion in the target language context.

Keywords

Text Typology, Tourism Translation, Literal Translation, Adaptation, Amplification, Cross-Cultural Communication

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

随着经济全球化的不断推进，中国居民生活水平稳步提升，旅游逐渐成为人们休闲放松与文化体验的重要方式。国际旅游活动日益频繁，旅游翻译作为一项独立的翻译实践也开始受到较多关注。然而，这一领域在发展过程中暴露出不少问题。有学者对当前旅游翻译的现状做过调查，结论是“国内旅游翻译质量参差不齐，问题较多”[1]。出现这一现象的根源，主要在于译者对旅游文本的功能属性缺乏足够认识，未能充分关注旅游文本的特殊功能和交际目的，也忽视了不同文化背景读者在认知习惯、审美取向及价值观念等方面存在的差异。

本文以德国功能翻译学派学者赖斯提出的文本类型理论为框架，选取北爱尔兰著名的世界自然遗产“巨人堤道”的英文景点介绍作为分析材料，讨论旅游文本的多功能叠加特点，再结合具体翻译例子，探讨不同功能段落需要采用何种翻译策略。旅游文本一般要同时完成信息传播、情绪感染和引导消费等多重任务，因而其文本特点与赖斯的理论框架较为契合，以此为指导可使译者更系统、更科学地处理旅游文本的跨文化传播问题。

“巨人堤道”位于北爱尔兰安特里姆郡海岸，由大约四万根六边形玄武岩石柱组成，是数百万年前火山活动的产物，已被列入联合国教科文组织世界遗产名录。其景区介绍包括地质科普、历史沿革与民间传说等多种内容，功能繁多，研究价值较高。

2. 文本类型理论与旅游文本的功能分析

2.1. 赖斯文本类型理论的基本内容

1) 布勒的语言功能三分法：理论来源

赖斯文本类型理论的直接来源是德国心理学家与语言学家布勒在 1934 年《语言理论》[2]中提出的“语言符号三功能模式”。布勒将语言功能划分为三种：第一种是表达功能，指语言对说话者自身情感

与态度的反映；第二种是呼唤功能，指语言对听者行为与反应的影响；第三种是再现功能，指语言对客观事物与事实的描述与传达[3]。

赖斯在布勒三功能框架的基础上，将语言功能与文本类型直接对应，建立了一套可用于文本分类的操作性框架。这一思路在 20 世纪六七十年代的语言学背景下具有创新意义，因为当时的翻译理论主流仍多停留在词汇与句法层面的对等讨论，而赖斯的文本功能视角将翻译研究引入了语篇层面。

2) 三种文本类型的界定

Reiss 在《翻译批评：潜力与制约》中将文本划分为三种基本类型，并为每种类型确立了相应的翻译原则[4]：

信息型文本：这类文本主要是为了客观地传递事实、知识和观点，语言的逻辑性和指称性最重要，内容的准确性与完整性是第一标准。科技报告、新闻报道、景点说明、百科词条均属这一类型。赖斯认为，翻译信息型文本应以“内容忠实”为原则，以“朴素散文”的方式加以处理，不能为追求文学效果而牺牲信息的完整性。

表达型文本：这类文本主要是作者用来表达审美创作和情感的，语言的艺术性和形式本身具有独立价值。文学作品、诗歌、散文是典型的表达型文本。赖斯认为，翻译这类文本要努力再现原文的审美特点和风格，必要时甚至可以在内容上作适度让步，以保全原文的整体艺术效果。

感染型文本：这类文本的主要功能是影响读者的态度或行为，具有明显的劝服或号召作用。广告文案、政治演讲、法律文书、旅游宣传资料均属这一类型。对于感染型文本，赖斯强调翻译要在目标语环境中达到同样的感染效果，译者在选取策略时可有较大自由度，可对原文的表达形式加以调整，以使目标读者产生与源语读者相似的行为反应。

3) 第四种类型与音像型文本的补充

赖斯在后来的研究中意识到，广播、电视、电影字幕等以多媒介手段传播的文本无法简单归入上述三类，因此补充提出了第四种文本类型——音像型文本，用以涵盖那些需借助声音、图像或其他非语言符号才能完整实现交际功能的文本。Snell-Hornby 后来在讨论“书面口语文本”时也引用了这一概念，并将其限定于政治演讲稿、学术讲座稿等专为口头呈现而书写的文本[5]。

2.2. 功能翻译学派的整体发展与赖斯理论的融合

赖斯的文本类型理论在德国功能翻译学派的整体演进中占据着重要的基础地位。韦米尔在赖斯理论的基础上进一步提出了目的论，将翻译目的确立为决定翻译策略的首要原则，主张任何翻译行为均是一种有目的的跨文化行动。1984 年，Reiss 与 Vermeer 合著《普通翻译理论基础》，在该书中韦米尔的目的论作为一般理论框架，而赖斯的文本类型理论被纳入其中，成为一种特殊理论，专门处理那些目的论要求原文与译文实现功能对等的情形[6]。

然而，赖斯的文本类型框架也受到学界的若干具体批评。其一是主导功能的判断标准模糊。赖斯虽然承认现实文本大多是功能混合型的，但她的框架并未提供识别“主导功能”的可操作标准。Munday 指出，赖斯的三分法在面对复合型文本时缺乏明确的分层操作指引，译者在实践中仍不得不依赖主观判断[3]。这一缺陷在旅游文本中尤为突出：旅游文本的信息功能、表达功能与感染功能往往相互渗透，若无清晰的功能识别标准，译者便难以对翻译策略作出有据可依的选择。其二是接受者维度与文化因素的缺失。赖斯的分析框架以文本生产者和文本本身为核心，对目标语读者的接受心理及文化背景的关注相对有限。然而旅游文本的跨文化传播恰恰对这两个维度最为敏感：译文能否在异文化读者中激发相应的审美体验与行为动机，很大程度上取决于译者对目标文化的把握，而这一点在赖斯的原始框架中并未得到系统处理。

Nord 后来进一步系统化了功能翻译学派的理论框架,在一定程度上回应了上述批评。她在《翻译中的文本分析》中,以功能主义为核心,构建了一套涵盖篇外因素与篇内因素的翻译导向文本分析模型[7]。篇外因素涵盖文本的发送者、接收者、交际媒介、交际场所、交际时间以及交际目的等语境要素,而篇内因素则包括主题、内容、预设知识、文本宏观结构、微观结构及非语言因素等文本内部特征。这一双层分析框架对赖斯理论的上述两点不足作出了针对性的回应:一方面,通过对篇外因素的系统梳理,译者可以在同一文本中识别出不同段落的功能侧重,从而在策略选取上做到更为精细的区分,而非对整篇文本一刀切地适用某一翻译原则,这在一定程度上弥补了赖斯框架在功能判断操作性上的不足;另一方面,篇外因素对接收者、交际媒介与交际目的的明确纳入,将翻译分析从文本内部延伸至外部语境,系统回应了赖斯框架对接受者维度和文化因素关注不足的问题。

2.3. 国内学者的引介与阐发

在中国翻译学界,赖斯文本类型理论的系统性引介大致从 21 世纪初开始。张美芳在《中国翻译》发表《文本类型理论及其对翻译研究的启示》一文,是国内较为系统全面地介绍这一理论的成果之一[8]。该文不仅详细阐述了赖斯的三类文本界定,还援引“我-你-它”模式对三类文本的功能中心进行了形象化比较:以“它”为中心的信息型文本指向客观对象,以“我”为中心的表达式文本指向说话者主体,以“你”为中心的感染型文本则以受话者为导向。

马会娟与苗菊也收录了赖斯等功能学派学者的相关论述,为国内学者系统了解这一理论提供了重要的文献基础。贾文波在《应用功能翻译论》中对功能翻译思想在应用翻译领域的操作化路径进行了深入探讨,指出旅游文本、科技文本等应用文体的翻译应重点关注信息内容与功能效果的对等,而非语言形式的简单对应,这一观点与赖斯的核心思想较为契合[9]。

2.4. 旅游文本的功能复合特征

旅游文本并非单一功能类型。正如曹波与姚忠所指出的,大多数旅游文本是信息性突出但兼具呼唤功能或表达功能的综合体,大多数旅游翻译论者所讨论的,其实是掺杂了呼唤性或表达性成分的信息型文本,而非以呼唤性为主体的文本[10]。

具体来说,旅游文本在功能上至少有三个维度的叠加:第一,信息功能是它的基础,旅游文本要向读者传递景区的地理位置、历史背景、地质成因、开放时间等客观信息;第二,表达功能是其重要组成部分,旅游文本通常借助生动的描写、比喻和想象来营造审美氛围,使文本更具可读性与吸引力;第三,感染功能是其核心目标,旅游文本的最终目的是激发读者的旅游欲望并引导消费行为,因而具有明显的劝服性与号召性。

同时,旅游文本也是一种典型的跨文化传播文本。因为目标受众的文化背景、审美取向和认知习惯各不相同,译文在忠实传递信息的基础上还需调整表达方式,才能达到最佳传播效果。正如贾文波所指出的,旅游翻译应更关注信息内容和功能效果的对等,而不是语言形式的简单对应[9]。因此,旅游文本翻译的核心难题在于:如何在准确性和感染力之间找到动态平衡,使译文既能清晰传递信息,又能在目标读者那里产生相应的审美和行为效果。

3. 基于文本功能的翻译实践分析

在“Giant's Causeway”景区介绍文本的汉译过程中,本文依据赖斯的文本类型理论,从信息、表达与感染三种功能出发,分别采用直译、改译、增译等差异化策略,力求实现跨文化传播的最佳效果。以下结合具体译例逐一分析。

3.1. 直译策略

直译是指译文在内容、形式及语言结构上与原文保持高度对应的翻译方式。在能够真实传递原文信息及其内涵的前提下，若直译可以达到理想的交际目的，则直译便是首选方法。这一策略在处理信息型文本时尤为适用，因为信息型文本以客观事实的精确传递为首要目标，保留原文的语言结构有助于维护信息的完整性与科学严谨性。

例 1:

ST: The tallest are about 12 metres (39 ft) high, and the solidified lava in the cliffs is 28 metres (92 ft) thick in places.

TT: 其中最高的石柱大约 12 米高，悬崖内凝固的熔岩层局部厚度可达 28 米。

分析：这一句主要介绍地质结构与具体数值，属于典型的信息型文本。译文保留了原文的关键数值与逻辑关系，同时基于目标读者的阅读习惯，省略了括号内的英制单位，使表达更为简洁，避免给读者造成不必要的阅读负担。这种处理方式既体现了直译策略在信息传递中的有效性，也考虑了目标读者的接受语境，符合信息型文本翻译“内容优先”的基本原则。

3.2. 改译策略

改译是指在保留原文核心意义的基础上，对原文的语言结构、表达方式或叙事视角进行调整，以使译文更符合目标语读者的语言习惯与认知方式。改译的目的并非改变原文内容，而是通过调整表达方式消除语言结构差异对意义传递的干扰，使目标语读者能够更自然、顺畅地理解原文信息。

例 2:

ST: As the lava cooled rapidly, contraction occurred. Horizontal contraction fractured in a similar way to drying mud, with the cracks propagating down as the mass cooled, leaving pillar-like structures, which are also fractured horizontally into “biscuits”.

TT: 随着熔岩迅速冷却，岩体产生了收缩。水平方向发生的收缩开裂与泥土干燥开裂的过程类似。随着岩块冷却，裂纹不断向下延伸，形成了柱状结构；这些石柱在水平方向上也会发生断裂，形似“饼干”。

分析：该段文字主要承担信息型功能，旨在向读者解释玄武岩石柱的形成机制。原文通过分词结构和名物化结构呈现多重逻辑关系，语句较为紧凑。若按原结构直译，汉语译文的可读性会明显下降，也会削弱读者对旅游文本的阅读兴趣，进而影响信息传递与旅游文本的宣传效果。译文采用改译策略，将原文的压缩式结构拆解为多个顺承句，按时间顺序呈现“冷却 - 收缩 - 开裂 - 延伸 - 成柱 - 断裂”的地质过程，使隐含的逻辑关系得以显性化。同时，将英语中常见的抽象名物化表达转换为汉语中更具动态感的动词结构，使表述更加生动直观，更符合目标读者的认知习惯。

例 3:

ST: When Benandonner sees the size of the “baby”, he reckons that its father, Fionn, must be a giant among giants. He flees back to Scotland in fright, destroying the causeway behind him so that Fionn could not follow.

TT: 贝南多纳看到这个“婴儿”的个头后，心想：这孩子的父亲菲恩定是巨人中的巨人。他惊恐万分，仓皇逃回苏格兰，并随手毁掉身后的堤道，以防菲恩追来。

分析：该段的功能不仅在于传递事实性信息，还要通过讲述民间传说营造富有想象力的故事氛围，从而激发读者的旅游兴趣。因此，该段在赖斯的分类框架下已明显具备感染型功能，同时兼具一定的表型特征。这一功能叠加体现了旅游文本在翻译策略选取上的内在张力：若仅着眼于感染型功能而过度

渲染情绪色彩,可能损害原文叙事的基本克制;若仅着眼于表达型功能而保留原文的文学性叙述,又可能削弱对目标读者的吸引力。面对这种功能冲突,译者需要进行权衡取舍:以感染型功能为主导,在整体策略上优先确保译文对目标读者的情感吸引力,同时在局部处理上保留原文叙事语气的相对克制,避免过度戏剧化。原文采用第三人称叙述,以间接引语呈现人物心理活动,叙述语气较为平实。译者采用改译策略,将间接引语转化为直接的心理表达,以“心想”使人物心理活动外显化;将“must be”译为“定是”,强化语气,为后续行为做情绪铺垫;对“in fright”“flees back”等表达,译文采用“惊恐万分”“仓皇逃回”等具有鲜明情绪色彩的词语,使人物形象更具画面感与戏剧张力,有效增强了文本的感染力。

例 4:

ST: The discovery of the Giant's Causeway was announced to the wider world in 1693 by the presentation of a paper to the Royal Society from Sir Richard Bulkeley, a fellow of Trinity College, Dublin, although the discoverer had, in fact, been the Bishop of Derry who had visited the site a year earlier.

TT: 1693 年,都柏林三一学院院士理查德·巴克莱爵士向英国皇家学会提交了一篇论文,正式将巨人堤道这一地质奇观公之于众。事实上,最早造访该地的是德里主教,他比巴克莱早一年到访此处。

分析:原文采用被动语态,强调“事件被公布”这一客观事实。这种以结果为主语的表达方式符合英语书面语中偏重客观叙述与信息焦点前置的语篇习惯。然而,汉语语篇通常倾向于以“人”或“机构”等施事主体为叙述起点,若机械保留被动结构,往往会给目标读者造成语序拗口、表达不自然之感。因此,译者将被动结构转换为主动表达,将“理查德·巴克莱爵士”前置为主体,形成符合汉语思维逻辑的“某人公示某事”的叙述顺序。同时,将原文结尾的让步从句独立成句,使信息层次更为分明,整体结构也更加清晰流畅。这一改译处理背后隐含着信息型功能与客观性表达意图之间的功能张力。原文被动式的选择并非偶然:英语学术与历史叙述中,被动语态往往是去施事化、凸显客观性的惯用手段,其本身承载着信息型文本追求客观中立的功能意图。将其转换为主动句,虽然符合目标语习惯,却在客观性的形式表征上作出了让步。这一权衡正是诺德“功能加忠诚”原则[11]在实践层面的具体体现:译者判断原文作者的核心意图在于清晰传递这一历史事件本身,即信息内容。而非刻意维护被动式的客观性形式;在确认原文意图的前提下,以目标语流畅性为优先,对形式作出适度调整,是忠诚于原文意图而非忠诚于原文形式的翻译选择。这种对“忠诚”的理解,即忠诚于意图而非形式,正是功能主义翻译观与传统对等观的核心分歧所在。

3.3. 增译策略

增译是指在翻译过程中,在不改变原文核心信息的前提下,适当补充因文化差异、语言习惯或背景知识缺省而可能导致目标读者理解困难的内容,以保证信息传达的完整性与准确性。在跨文化传播情境中,旅游文本往往默认读者具备一定的文化背景知识,从而省略部分解释性信息。这种现象通常被称为“文化缺省”,即交际双方基于共同文化经验而对相关信息进行的默认省略。然而,当文本面向异文化读者时,原有的共识已不复存在,省略的信息便可能转化为理解障碍,进而削弱旅游文本的信息传递功能与文化传播功能。

例 5:

ST: Public money was set aside to construct a new center and, following an architectural competition, a proposal was accepted to build a new center, designed by Dublin architectural practice Heneghan Peng, which was to be set into the ground to reduce impact to the landscape.

TT: 政府拨出专款用于筹建新中心, 经过建筑设计竞赛, 都柏林亨尼根·彭建筑师事务所的设计方案被采纳, 该方案采用埋入地下的设计形式, 以减少对自然景观的影响。

分析: 原文中的“public money”虽未明确资金来源, 但在英语语境下通常隐含“政府资金”之意。若直译为“公共资金”, 中文读者在语义理解上存在一定模糊性。译文通过增补“政府”这一主语, 使语义更加明确, 同时提升了语篇的连贯性。“拨出专款”替代直译表达, 使行为主体与资金属性均得到清晰呈现, 较好地修复了文化缺省带来的语义空白, 从而保证了跨文化交际的清晰度与准确性。

例 6:

ST: Some of the structures in the area, having been subject to several million years of weathering, resemble objects, such as the Organ and Giant's Boot structures.

TT: 该地区的一些岩石结构经历了数百万年的风化, 形态酷似实物, 如“风琴石”和“巨人靴”。

分析: 在这一例子中, “Organ”一词在英语语境中通常默认为管风琴。由于管风琴在英国及欧洲的宗教文化与音乐传统中具有广泛的认知基础, 其外形特征是当地读者共有的文化知识, 因此将岩石结构比喻为“Organ”并不会造成理解障碍。然而, “风琴”一词在汉语中并不天然携带“岩石地貌”这一属性的联想。若仅作直译, 译为“风琴”, 读者难以迅速建立起与自然地貌之间的视觉联系, 从而削弱旅游文本本应呈现的直观画面感与想象空间。因此, 译者在忠实保留源语比喻意象的前提下, 适度增补了范畴词“石”, 构成“风琴石”, 既在语义层面明确了其自然地貌属性, 补全了文化缺省, 也与汉语旅游文本中常见的景观命名习惯相契合, 使读者在接触这一名称时便能迅速形成直观的景观想象, 有效提升了文本的信息传递效率与审美感染力。

4. 结语

旅游翻译不光要完成传递客观信息的任务, 还在跨文化交流里承担着促进情感认同和文化理解的重要功能。赖斯的文本类型理论为“巨人堤道”的翻译实践提供了一个清晰、系统的理论框架, 帮助译者在面对功能复杂的旅游文本时有意识地识别不同段落的主导功能, 然后据此选取合适的翻译策略。

通过上述翻译实践分析可以看出, 旅游文本具有明显的多功能叠加特点, 仅凭单一翻译策略无法应对不同段落所表现出的多样化功能需求。在处理地质成因这类信息型段落时, 直译策略能最大程度地保持科学信息的严谨性和准确性; 在翻译民间传说这种带有感染功能的叙事段落时, 改译策略更能帮助重建叙事氛围、激发读者的情感共鸣; 而在面对文化缺省现象时, 增译策略能有效弥补源语和目标语之间的文化信息差, 保证跨文化传播顺利进行。

需要指出的是, 直译、改译与增译三种翻译策略并非相互排斥, 在实际翻译过程中常常并用。某一段落可能同时需要改译句式结构和增译文化背景信息, 这就要求译者既能从整体上把握文本的功能, 也能在宏观策略框架下灵活做出微观决策。

总的来说, 此次翻译实践表明, 翻译的本质是在充分理解源语意义的基础上进行功能重构, 而非文字的机械对应。赖斯文本类型理论的价值不仅在于提供了一种描述和分类文本的工具, 更在于将翻译批评与翻译实践有机统一, 促使译者在翻译之前先明确功能定位, 在翻译过程中主动进行策略选择, 从而使旅游文本的跨文化传播更具目的性与有效性。

参考文献

- [1] 文军, 邓春, 辜涛, 蒋宇佳. 信息与可接受度的统一——对当前旅游翻译的一项调查与分析[J]. 中国科技翻译, 2002(1): 49-52+64.

-
- [2] Bühler, K. (1990) *Theory of Language: The Representational Function of Language* (Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache (1934)). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/z.46>
 - [3] Munday, J. (2016) *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. 4th Edition, Routledge.
 - [4] Reiss, K. (2000) *Translation Criticism: The Potentials and Limitations*. St Jerome Publishing.
 - [5] Snell-Hornby, M. (1988) *Translation Studies: An Integrated Approach*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/z.38>
 - [6] Reiss, K. and Vermeer, H.J. (1984) *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Niemeyer.
 - [7] Nord, C. (1991) *Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Brill Publishers.
 - [8] 张美芳. 文本类型理论及其对翻译研究的启示[J]. 中国翻译, 2009, 30(5): 53-60.
 - [9] 贾文波. 应用功能翻译论[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 2004: 107.
 - [10] 曹波, 姚忠. 类型学视野下的旅游翻译: 湖南旅游资源对外译介研究[M]. 长沙: 湖南人民出版社, 2011.
 - [11] Nord, C. (1997) *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. St Jerome Publishing.