

沿海历史文化街区对外翻译文本的类型特征研究

林暄婷, 周先武*

浙大宁波理工学院全球传播与法学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2026年8月27日; 录用日期: 2026年9月21日; 发布日期: 2026年9月30日

摘要

沿海历史文化街区对外翻译是区域文化对外传播、促进跨文化交流的重要载体。本文以翻译目的论为指引, 以浙江台州为例, 基于田野调查与量化分析, 考察沿海中小城市历史文化街区对外翻译文本的类型特征。研究发现: 1) 其类型大致可分为四大类, 即文化识别类、文化信息类、功能指引类与商业招牌类, 不同类型的文本依托目的差异化翻译策略实现其特定功能, 且与区域文化形成功能适配性关联; 2) 文化识别类文本主要传递沿海地理风貌、宗族聚落传统与地方革命精神, 文化信息类主要阐释商贸历史、民俗文化与地方历史叙事, 功能指引类则表征区域环境、社会文明水平与城市治理能力, 而商业招牌类则传承传统商业伦理。本研究为沿海中小城市历史文化街区对外翻译的类型学考察与实践优化提供可参考的范式。

关键词

历史文化街区, 对外翻译, 文本类型, 区域文化, 台州

A Study on Typological Features of Outbound Translation Texts for Coastal Historic and Cultural Blocks

Xuanting Lin, Xianwu Zhou*

School of Global Communication and Law, NingboTech University, Ningbo Zhejiang

Received: August 27, 2026; accepted: September 21, 2026; published: September 30, 2026

Abstract

The outbound translation of coastal historic and cultural blocks serves as a critical carrier for

*通讯作者。

international communication of regional cultures and the promotion of cross-cultural exchanges. Under the guidance of the Skopos Theory, the study, with Taizhou in Zhejiang Province as its specific empirical case, explores the typological characteristics of the outbound translation texts of historic and cultural blocks in small and medium-sized coastal cities through field work and quantitative analysis. Results show that: 1) these texts can be roughly classified into four categories: cultural identification, cultural information, functional guidance, and commercial signs. Each category adopts purpose-tailored translation strategies to fulfill its specific functions, achieving functional adaptation to regional cultures; 2) cultural identification texts primarily convey coastal geographical features, traditions of clan settlements and the local revolutionary spirit; cultural information texts mainly interpret the history of trade, folk customs and local historical narrative; functional guidance texts showcase regional environment, the level of public civility and urban governance capacity; and commercial signs inherit traditional business ethics. The study provides a referable paradigm for the typological investigation and practice optimization of the outbound translation of historic and cultural blocks in small and medium-sized coastal cities.

Keywords

Historic and Cultural Blocks, Outbound Translation, Text Typology, Regional Cultures, Taizhou (Zhejiang)

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

历史文化街区的对外翻译是向境外游客介绍我国各地地方特色风景和民俗民生的重要媒介,在塑造公共服务信息形象、促进文化交流方面具有深刻社会价值。《“十四五”文化和旅游发展规划》(2021)明确提出,要加强中外文化交流和多层次文明对话,深化国际旅游合作,持续提升中国文化、中国精神、中国价值的国际认同,并强调创新推进国际传播。历史文化街区往往涉及历史文化景区,而景区牌示的英译又涉及文化、地理、历史、民俗等多个维度,不仅是语码转换,更是文化传译。目的论强调翻译目的决定翻译手段,判断翻译失误的标准不在于语言是否正确或忠实于原文,而在于是否符合翻译目的[1]。如以台州“谢家里”为例,其所在的温岭街客流量较小,译文采用拼音“Xie Jia Li”以保留地名原声来突显地方性;再如,“路桥街”客流量大,译文采用“音译 + 意译”译为“Xiejia Residence”,以“Residence”补充功能信息,两种译法均对应不同的翻译目的。基于“目的决定策略”这一原则,沿海历史文化街区的对外翻译文本往往呈现出不同的类型特征,为对外翻译的文化信息传递与读者接受度二者间的平衡提供了理论指引。

目的论(Skopos Theory)的核心思想聚焦于翻译目的与功能的实现,即“翻译行为的最高法则就是‘目的法则’:任何行为都由其目的决定”[2]。基于该理论,翻译目的从根本上塑造了翻译过程及其预期效果,而这一目的则可能源自译者的个人动机、目标文本的交际意图或特定翻译策略的目标,即在实现翻译目的的同时,在语言交际功能与目标受众的接受能力间寻求平衡[3]。历史文化街区对外翻译的目的是实现地方特色信息的跨文化传播,其对外翻译原则为传播中国文化并实现目标文本的信息功能,同时兼顾中英文化差异与境外游客的接受度。

然而,已有研究多聚焦于京上广等城市的景区翻译或语言景观,对沿海中小城市历史文化街区的关注相对不足。沿海中小城市的历史文化街区自带鲜明的区域文化特质,既保留了沿海地区独特的山海地

理风貌与商贸传统,也延续着沿海区域典型的宗族聚落社会结构,承载丰富的历史记忆,其历史文化资源的跨文化传播,往往可挖掘出不同于大城市样本的独特特征与规律。针对该类历史文化街区,尤其是诸如浙江台州类拥有多家省级历史文化街区(西门街、路桥十里长街、黄岩老城与海门卫城等)的沿海中小城市典型样本,尚缺乏相关实证考察。在文旅深度融合的背景下,对于当前沿海中小城市历史文化街区对外翻译文本的类型特征的探究,是提升其对外话语建构中区域特色国际传播的重要基础。

本文在目的论观照下,基于田野调查与数据分析,以台州为基点,聚焦沿海中小城市历史文化街区对外翻译文本的类型特征及其所呈现的规律,并据此提供一个初步的分析框架。主要回答两个问题:1)沿海中小城市历史文化街区对外翻译文本具有哪些主要类型?2)这些类型特征与区域经济文化又存在何种勾连?所采用语料主要来自对浙江省台州市温岭街、温峤街、十里长街、海门老街、葭沚老街、五龙山历史街区和金璇烈士故居七个典型历史文化街区的田野调查。数据采集使用 IQOO Neo7 手机对目标街区内各类翻译标牌、导览图、景点介绍、商铺招牌及警示标识等加以拍摄、保存,并运用夸克软件批量提取图片中的文字符号为可编辑电子文本,继而基于 Excel 对语料进行人工对齐、标注。标注的维度主要包括词汇选用、信息传达方式、文化意象传递特征、拼写错误、语义偏差等。

2. 历史文化街区对外翻译的相关研究

为探寻对外翻译文本的类型特征及其规律,学界围绕旅游翻译与语言景观展开了系列相关研究。以下从国外与国内两个维度加以梳理。

2.1. 国外相关研究

国外学者在旅游翻译与历史文化街区对外翻译研究方面积累了丰富成果。在旅游翻译领域,功能主义翻译理论被广泛运用于指导实践,如 Nord (2001)指出,为有效实现旅游翻译的“诉求”功能,对文本中阻碍该功能实现的信息内容仅能“适当改写”;若原文内容阻碍译文诱导功能的发挥,译者则可对原文信息进行删减甚至忽略[4]。就文本类型而言,Newmark (1988)根据语言功能将文本分为表达型、信息型与呼唤型,并强调大多数文本通常同时具备三种功能,其中仅一种占主导地位[5]。在此基础上,有学者以波斯旅游文本的英译为对象,在目的论指导下系统考察旅游文本中文化专有项的翻译策略,指出目的论能够帮助译者根据译文预期功能灵活处理源语文化信息,从而提高可读性与接受度[6]。

文献梳理发现,国外学界多关注街区外在特征、游客认知、旅游开发与区域文化认同的关系等。如以里斯本历史街区为例,考察发现中产阶级化与城市复兴虽提升了街区的经济吸引力,但也打破了原有文化模式,被旅游化所放大[7]。也有学者以马来西亚马六甲 Banda Hilir 历史街区为对象,采用心理绘图法考察游客对地标的认知,结果表明游客对历史街区的认知主要受建筑物的规模、外观、色彩等因素影响,进而表明其在维护社区形象与特色方面有着重要作用[8]。可见,国外学界鲜有从历史文化街区对外翻译文本的类型视角系统地关注其与区域文化的关系。

2.2. 国内相关研究

国内学者围绕翻译理论应用与质量评价展开了系列研究。功能主义/目的论是过去十余年间应用翻译研究中所普遍采用的理论视角,该理论对应用翻译具有较好的适用性,因应用文体往往具有明确的目的和功能,而功能翻译理论又具有鲜明的目的取向[9]。功能派翻译理论主要包括目的论、翻译行为理论和文本类型理论三大分支。其中,目的论强调翻译行为由其目的决定,翻译行为理论将翻译视为目的驱动的交际活动,文本类型理论则要求译者根据文本功能选择相应策略。景点牌示对外翻译的目的,则是让境外游客了解景点的历史内涵与游览规范,译者应以服务这一目的为出发点开展翻译活动[10]。以旅游宣传资料的翻译为例,目的论指导下的旅游翻译应以中国文化为取向、以译文为重点,采用增添、解释、

借用、删减、改写等变通手段, 确保译文准确、生动、形象地传递中国文化信息[11]。前人研究表明, 目的论已被广泛运用于旅游宣传文本的翻译研究, 其“翻译目的决定翻译策略”的核心观点具有合理性与可操作性。

然而, 国内学界对于历史文化街区对外翻译文本特征的考察, 鲜有采用目的论视角。国内现有研究多聚焦于具体翻译错误的分析, 如语法误译、拼写错误、用词不当等表层问题, 而对不同类型文本(如地名标识、文化解说、功能指引、商业招牌)与区域文化特征间内在关联问题尚缺乏实证分析。如以西安历史文化街区为例, 相关研究探讨了景观视觉质量对游客情感及行为意向的影响, 但未涉及类型特征与地方文化的互动[12]; 对南宁“三街两巷”翻译文本的生态翻译学分析, 亦未涉及该互动关系[13]。就台州而言, 已有研究多集中于历史文化街区的保护规划、城市设计、边界区域改造等领域[14][15], 亦未涉及对完整翻译文本类型特征的考察。

国内外相关研究的梳理表明, 在目标需求为导向的翻译理念的指引下来分析对外翻译文本已成为共识。然而, 针对历史文化街区的研究多集中于物理空间认知、景观设计与旅游开发等, 其对外翻译文本的类型特征及其与区域文化之间的内在关联尚缺乏系统的考察。此外, 现有研究多聚焦于大城市, 对沿海中小城市以台州为代表的历史文化街区的典型样本鲜有关注, 且缺乏基于实地语料数据的实证分析。本研究以翻译目的论为指引, 以台州典型的历史文化街区为例, 从“区域特色性”与“正确性”两个维度考察对外翻译文本类型特征及其与地方文化的勾连, 以期为沿海历史文化街区的对外翻译话语构建提供参考。

3. 沿海历史文化街区对外翻译文本的类型特征

以台州七个历史文化街区实地采集的语料数据为基点, 从分类特征、区域文化特征, 以及对外翻译文本类型与区域文化特征间的关系三个层面展开分析。

3.1. 沿海历史文化街区对外翻译文本的分类特征

以“翻译功能-目的”为驱动, 基于对台州七个典型历史文化街区的实证分析发现, 沿海历史文化街区对外翻译文本大致可根据其翻译目的语的核心功能归为四大类型, 即文化识别类、文化信息类、功能指引类与商业招牌类。

3.1.1. 文化识别类

文化识别类翻译文本主要承担地名、机构名等专名的跨语言转换功能, 承载着区域地理特征、宗族社会结构与历史记忆。此类文本对地点、建筑、遗迹进行“命名”和“定位”, 对外翻译需重点关注“文化专属属性是否保留”与“原真性与可读性的平衡”, 如“戴氏宗祠”译为“dai shi zong ci”采用纯音译策略, 保留宗族建筑的专属文化属性。

从翻译策略来看, 此类文本可分为地理实体识别、宗族聚落识别与历史人物识别三个子类。在地理实体识别方面, “楼旗尖”译为“Louqijian Peak”, “虎头尖”译为“Hutoujian Peak”, 译文保留了“尖”所蕴含的浙东沿海山势陡峭的地理特征, 而非泛化为“Mountain”或“Hill”; “石夫人峰”译为“Shifuren Feng”, 在保留地方语音特征的同时实现了空间指称的精准性。在宗族聚落识别方面, “戴家里”译为“Dai Jia Li”, 以纯音译形式保留了“X 家里”这一浙东宗族聚落命名方式的原声; “谢家里”在温岭街与路桥街分别译为“Xie Jia Li”与“Xiejia Residence”, 两种译名策略的差异折射出“文化原真性”与“功能可读性”之间的张力; “刘家里(承香堂)”译为“Liu Family Residence (Cheng Xiang Tang)”, 通过“Family Residence”补充宗族建筑功能, 又以“Cheng Xiang Tang”保留堂号原声。在历史人物识别方面, “杨晨故居”译为“Yang Chen's Former Residence”, “黄元及书法工作室”译为“Huang Yuanji calligraphy studio”,

前者通过“Former Residence”点明了名人故居的历史属性,后者以“calligraphy studio”体现了书法艺术的特点。此类文本的共同特征在于:翻译策略的选择服务于“识别”这一首要目的,音译保留文化真实性,意译或补充成分则增强功能可读性。

3.1.2. 文化信息类

文化信息类翻译文本主要以历史叙述、传说阐释与物产介绍为主要内容,承担着向游客传递地方历史、民间传说、物产工艺的深度信息功能。对外翻译需重点关注“文化意象是否生动传递”与“民俗语境是否完整还原”,如“路桥灰雕”译为“Luqiao Gray Sculpture”,以“Gray Sculpture”直接点明其建筑装饰的文化属性。

从翻译策略来看,此类文本可分为历史叙事、民俗传说与物产工艺三个子类。在历史叙事方面,“中镇桥”的翻译介绍了其始建于清乾隆二十四年(1760年)、光绪二十四年(1898年)修缮的历史脉络,译文以“was first built in the 24th year of Emperor Qianlong in Qing Dynasty (1760) and was renovated in the 24th year of Emperor Guangxu (1898)”完整传递了建筑年代信息;“十里长街”虽译为“Ten-mile Long Street”,但未解释其“省内保存较完整”“浙江省重点历史文化保护区”的历史价值。在民俗传说方面,“虹桥”传说中“七夕鹊桥”译为“Magpie Bridge on the Qixi Festival”,以“Magpie Bridge”(喜鹊搭桥)和“Qixi Festival”(七夕节)两个文化符号完成浪漫想象的跨文化转译;“福星桥”传说中“蔡德懋是他们的福星”译为“Cai Demao was their lucky star”,用“lucky star”直译“福星”,传递了“英雄守护神”的意涵。在物产工艺方面,“路桥白曲酒酿造技艺展示馆”译为“Luqiao Baiqu Wine Brewing Skills Exhibition Hall”,保留“Baiqu”这一核心工艺名称,同时以“Wine Brewing”解释其功能;“路桥灰雕”译为“Luqiao Gray Sculpture”,将浙东特有的建筑装饰艺术纳入旅游消费视野;“乌饭麻糍”“梅花糕”“青草糊”等非遗美食被分别译为“black rice glutinous rice cake”“Plum Blossom Cake”“grass paste”,其制作工艺与风味特征在译介中得以呈现。此类文本的特征在于:翻译目的以“信息传递”与“文化传播”为导向,译文往往在忠实于原文内容的基础上,对文化专有项进行必要的解释或重组。

3.1.3. 功能指引类

功能指引类翻译文本主要以标识系统、服务设施指示与安全提示为主要内容,提供直接的公共服务信息,引导游客行为,确保游览的安全与便利,是游览体验的基础保障。对外翻译需重点关注“语义正确性”与“国际规范性”,确保信息清晰、无歧义,如“禁止吸烟”译为“No Smoking”。

从翻译策略来看,此类文本可分为空间指引、规则指引与服务指引三个子类。在空间指引方面,“停车场”译为“Parking”,“游客中心”译为“Tourist Center”,“游船码头”译为“Cruise terminal”,译文遵循国际惯例,功能指向明确;“非机动车停车”译为“Non-motor vehicle parking”,用词准确,但国际通用表述多为“Bicycle Parking”。在规则指引方面,“禁止攀爬”译为“No Climbing”,“小心台阶”译为“Caution”,语气直接,信息明确;“小孩当心!谨防落水!”译为“Watch Out Kid! Beware Of Falling Into The Water”,语气强烈,符合紧急警示语的功能需求;“爱护花草 请勿践踏”译为“Thank you for your love”,原文是“禁止性”警示语,译文变成“感谢性”礼貌语,未能传达“禁止踩踏”的核心信息。在服务指引方面,“母婴室”译为“Maternal and child room”,“无障碍通道”译为“WHEELCHAIR ACCESSIBLE”,体现了对特殊人群需求的关照。此类文本的特征在于:翻译策略以“功能对等”为优先,追求简洁、清晰、无歧义,确保游客能够快速理解并采取相应行动。

3.1.4. 商业招牌类

商业招牌类翻译文本则以商铺名称、品牌标识与业态说明为主要内容,既承担吸引消费的经济功能,又承载文化传播的社会功能。对外翻译需重点关注“商业功能是否明确”与“文化内涵是否融合”,如“貳麻

酒馆”译为“Erma Tavern”，以“Tavern”明确其为酒馆，“Erma”则保留品牌音译，突显民间取名特色。

从翻译策略来看，此类文本可分为餐饮类、文创与生活类、特色产品类三个子类。在餐饮类方面，“叙宴”译为“Xuyan Banquet Hall”，以“Banquet Hall”明确餐饮功能定位，同时保留“Xuyan”的文化韵味，实现功能指向与文化吸引力的双重目标；“贰麻酒馆”译为“Erma Tavern”，以“Tavern”的历史感词汇传递“中式微醺小聚”的氛围，精准定位年轻消费群体；“梅花糕”译为“Plum Blossom Cake”，用“Plum Blossom”传递了糕点的造型与文化意象。在文创与生活类方面，“元白琴院”译为“Yuanbai Qin Academy”，以“Academy”点明教学场所属性，结合“浙派古琴非遗传承人”的身份标注，该商业空间被赋予“传统文化守护者”的社会角色；“青稚护手霜”译为“QINGZHI HAND CREAM”，以“HAND CREAM”明确产品类型。在特色产品类方面，“台州老字号”译为“Taizhou Time-honored Brand”，用“Time-honored”准确传达了“老字号”的历史积淀感。与之相对，“亦乐其乐”译为纯拼音“YILE’ QILE”，语义模糊导致招牌丧失基本商业识别功能，现实表现为其杂货店客流量少，从反面印证了商业招牌翻译必须兼顾功能明确与文化传递的规律；“小春櫟”译为“DO REMI”，以音乐唱名翻译店名，虽具创意却无法让境外游客联想商店功能。此类文本的特征在于：往往采用“功能词 + 品牌名音译”的双层结构，既明确业态，又保留文化特色；而部分存在不足的翻译文本缺失表达出店铺信息的功能或语义模糊，难以实现其商业目的。综上，四类文本因翻译目的不同而呈现出明显差异化的对外翻译文本特征。

3.2. 沿海历史文化街区对外翻译文本的区域文化特征

语料分析发现，以台州为例的沿海历史文化街区对外翻译文本的区域文化特征主要体现在四个维度：地理风貌、宗族社会、商贸与历史记忆四个维度。以台州为例，该城市地处浙东沿海，拥有“山海之城”的地理风貌与“商都之脉”的商贸传统，其历史文化街区的对外翻译文本在传递区域文化方面呈现出鲜明的文本类型特征。

在地理风貌维度上，保留“尖”等方言地理词，以此凸显浙东沿海的山海地理特征。台州多山且山势陡峭，地名中常用“尖”形容山峰尖峭之姿，与内陆地区的“山”“峰”形成鲜明对比。同时，台州因港而兴，水域地名承载着“山海之城”的地理基因。李滨与雷冬霞(2005)对台州皤滩古镇的调研，印证了这一地区“水陆交汇、山海相融”的典型地理格局[15]。在文化识别类翻译中，“大神庙”译为“Dashen Temple”，以“Temple”点明民间信仰场所的属性；“福星阁”译为“Fuxing Pavilion”，保留“阁”所蕴含的台州传统建筑形态特征，而非泛化为通用译名；“岐峰宫”译为“Qifeng Temple”，在保留地方语音特征的同时，通过“Temple”点明建筑的宗教功能属性。此类译名有效降低了国际游客的信息搜索成本，构成目的地差异化竞争优势的符号基础，从而促进目的地品牌建设，推动地方旅游经济发展。

在宗族社会维度上，通过音译或意译策略传递“宗族共居、聚族而兴”的社会结构特征。“X家里”是浙东地区极具特色的宗族聚落命名方式，是家族在特定空间扎根、繁衍、活动的历史见证。此类地名标志着台州“宗族共居、聚族而兴”的社会组织传统。台州社会素有崇先敬烈传统，上至庙宇祠堂、下至村居故宅，凡与先贤、烈士相关者皆被重点保护。在文化识别类翻译中，“谢氏民居”译为“Xie’s Residence”，通过“Residence”点明其建筑的居住功能，体现了音译与意译的折中策略；“章保春堂”译为“Zhang Baochun Tang”，以“Tang”直接保留“堂号”这一宗族文化标识，使境外游客注意到台州宗族空间命名的独特形式。文化识别类翻译文本实际上成为这一社会结构跨文化的阐释工具。

在商贸历史维度上，将商业传统融入品牌命名与街区叙事，呈现出鲜明的商业与文化交融的文本特征。台州路桥是“商贸之城”，“因商而兴”是其核心历史脉络。十里长街作为省内保存较完整的水街一体历史街区，是“桥街相依”商业模式留存至今的活化石。台州饮食文化丰富，海鲜、小吃、黄酒是其特

色。路桥作为“商都”，商业招牌中既有传统老字号(如“华禧糕点铺子”)，也有新式餐饮(如“波普小酒馆”)，体现了传统与现代交融的商业生态。在文化信息类翻译中，“路桥因商而兴”译为“The rise of commerce gave birth to Luqiao”，用“gave birth to”生动传递了“商贸孕育城市”的历史逻辑；“邮亭驿”译为“The Postal Station”，以“Postal Station”点明了古驿站在古代商贸信息传递中的重要节点功能。在商业招牌类翻译中，“白曲酒”译为“Baiqu Wineshop”，以“Wineshop”点明其酒类商铺的属性，同时保留“Baiqu”这一核心工艺品牌名称；“江南米造局”译为“Jiangnan Rice Making Bureau”，以“Jiangnan”保留了鲜明的江南地域文化标识，用“Bureau”传递了传统手工坊的业态特征。此类翻译文本将台州的商贸传统与商业伦理融入品牌命名之中，体现了区域经济特色在翻译中的投射。

在历史记忆的传递上，呈现出官方历史叙事的文本特征。如台州历史上名人辈出，从航运先驱晚清进士杨晨到革命烈士金璇，其故居不仅是建筑遗存，更是“经世济民”“革命牺牲”等区域精神价值的物质载体，“敬祖尊贤、不忘先烈”的民风已融入教育。历史旅游资料的翻译往往面临文化差异，而境外游客对中国历史尚缺乏基本了解，故而译者需增强文化意识，考虑读者的接受度，使译文更好地传播历史[16]。革命人物故居的命名、工人运动旧址的解说，以及历史分期术语的转译，均体现出译者对目标受众认知空缺的主动填补和对官方叙事脉络的清晰呈现。如在文化识别类翻译中，“金璇烈士故居”译为“Former Residence of Martyr Jin Xuan”，通过“Martyr”一词的选用，将物理空间转化为“革命教育基地”的政治符号；在文化信息类翻译中，“路桥药业工人罢工旧址”译为“Former Site of the Strike by Luqiao Pharmaceutical Workers”，保留了“strike”与“underground party”等政治标签，表明此地不仅是工业遗址更具有工人运动纪念地的特殊意义；“杨歧珍去思碑”的译文则交代了杨歧珍率军队参加中法战争镇海保卫战的经历(“he bombarded the French fleet and utterly defeated the French troop”)，碑文由“黄岩坤民立”，传递了地方民众对爱国将领的拥戴。此外，“全面抗战时期”“土地革命时期”“大革命时期”等历史分期术语分别译为“Comprehensive Anti-Japanese War Period”“Agrarian Revolution Period”“The Great Revolution”，本身即构成中国官方历史叙事的对外话语构建，将中文地名所承载的政治符号意义准确传递给国际受众。

3.3. 对外翻译文本的类型特征与区域文化间的关系

研究发现，对外翻译文本的类型特征与区域文化间存在不同程度的对应关系，且在翻译目的论观照下呈现出差异化的功能实现路径。

从文化识别类翻译文本来看，在地理风貌维度上，“八角堆”译为“Bajiao Platform”，以“Platform”传递了台州沿海山体形态的地域命名习惯，将浙东沿海独特的地貌视觉意象传递给国际游客。该地区“水陆交汇”“山海相融”的地理格局，正是台州多山多港地貌特征的典型体现[15]。在宗族社会维度上，“陈泰祥”译为“Chen Tai Xiang”，以纯音译形式保留了传统商号中“祥”字所蕴含的宗族商业伦理，折射出台州“宗族共居、聚族而兴”的传统社会结构。在历史记忆维度上，“东去思弄”“西去思弄”分别译为“East Missing Lane”与“West Missing Lane”，“Missing”一词传递了地方民众对爱国将领杨歧珍的深切怀念，将历史记忆识别为可感知的空间符号。可见，文化识别类翻译通过专有名词的语际转换，同时服务于地理特征识别、宗族文化传承与历史记忆保存三重社会文化功能。

从文化功能类翻译文本来看，在商贸历史维度上，“大宋集市”译为“Dasong Bazaar”，以“Bazaar”点明了历史商业集市的业态特征，使国际游客能够感知台州自古以来的商贸氛围。旅游翻译应以中国文化为取向、以译文为重点，从译文读者的角度出发，对信息进行适当调整，让译文好读易懂[11]。文化信息类翻译正是以当地文化为导向通过为读者详细译介街区历史、人物事迹与物产工艺，将区域商贸传统转化为可消费的文化产品。在民俗庆典维度上，“十里长街长·欢愉”译为“SHILICHANGJIE

CHANG·HUANYU”，以拼音与汉字音译的组合形式保留了民俗节庆的热闹氛围与本土表达方式；“传承十里 非遗百戏”译为“INHERITANCE CULTURE”，以“INHERITANCE”与“CULTURE”复合结构传递台州非遗文化传承的民俗语境。该类翻译通过音译、意译等策略，还原民俗语境，实现国际游客形象感知区域性文化的功能。在历史记忆维度上，“台大关旧址”译为“Site of Former Taizhou Customs House”，保留了“Customs House”这一近代通商口岸的历史标识，表明此地不仅是外贸管理机构旧址，更承载着台州开埠以来的对外贸易历史与近代化进程；“东新街建筑残存”译为“The Remain of Dongxin Street Building”，以“Remain”一词传递了历史遗迹的保存状态，将城市变迁中的历史记忆与建筑遗产转化为可感知的文化符号。该类翻译文本面向境外游客缺乏对中国历史的了解这一现实，因此译者应增强文化意识，且考虑读者的接受度与期待[16]。文化功能类翻译正是通过补充背景知识，将地方历史传递给国际受众。可见，文化功能类翻译文本以叙述性、阐释性语言，将商贸历史、民俗传说与历史记忆转化为可理解、可感知的文化信息。

从功能指引类翻译文本来看，在地理风貌维度上，台州历史文化街区多临水而建，“小孩当心！谨防落水！”“水深危险”等警示语的设立体现了区域水网密布的环境特征。“疏港公路”译为“Port Dredging Highway”，直接关联港口城市的功能定位。该类翻译以安全引导为首要目的，其内容本身也体现出台州地方地理环境特色。在社会文明维度上，“老年人、残疾人设施”译为“Facility for Old Person and Deformity”等标识的翻译则体现出社会对老年群体与残障人士的关怀；“禁止戏水”译为“No Wading”，“禁止翻越”译为“No Climbing Over”等，表明该类规则性译介旨在指引游客遵守公共秩序与安全规范，翻译策略应服务于译文的预期功能和交际目的[9]。以此观之，功能指引类翻译文本的翻译目的在于通过清晰、规范的指令，向境外游客传递公共行为规范，从而实现劝导与管理的交际功能。在政治治理维度上，“台州垃圾分类”译为“Taizhou Waste Classification”，“一键报警”译为“Press for Police”展现了政府公共政策与公共安全治理能力。历史文化街区商铺标牌的语码取向由行业类型、连锁店性质、文化属性、模态、标牌结构等多个独立因素共同影响；外语语码并非简单地指向“外国”或“国际”，而是具有多重社会指向，包括对“现代化”“国际化”的指向，由此反映出城市公共空间语言管理需要综合考虑多重要素[17]。功能指引类翻译文本通过简洁明了的翻译来保障游客体验，间接提升街区知名度和好评度，服务于地方治理目标。

从商业招牌类翻译文本来看，在商贸历史维度上，“裕德孚”译为“YUDEFU”，“华禧糕点铺子”译为“HUAHEE BAKERY”，通过纯拼音形式保留了传统老字号的原声，体现出台州传统商业的传承价值。语言本身可被视为一种商品，当某种语码出现在顾客意料之外的场合时，确实能吸引其注意力，进而为商铺招徕生意，特别是吸引年轻顾客[17]。商业招牌类翻译正是通过保留文化特色词汇，同时用功能词进一步明确，从而实现诱导消费的目的。在社会形象维度上，“保锦堂”译为“Bao Jintang Chinese Medicine”，以“Chinese Medicine”明确中医馆的医药业态，标注传统中医文化的传承身份；“無問西東”译为“WU WEN XI DONG”，以纯拼音形式保留电影片名蕴含的“不计得失、遵从内心”的哲学意境，点明其旅馆具有东方生活哲学与美学追求，以其独特内涵来吸引消费者。旅游资料的翻译应注重传意性与可接受性，使译文准确、生动、形象地传递中国文化信息[11]，从而在商业功能与文化传播之间寻求平衡。

由上述对台州历史文化街区的分析，也可为沿海中小城市历史文化街区对外翻译话语构建带来部分启示。首先，分类适配，即根据翻译目的对街区翻译文本做类型区分，不同类型文本匹配差异化翻译策略，以精准实现其对应功能；其次，突显区域特色文化，即翻译要主动融入地方地理、社会、历史、文化特色，在保留文化本真的同时提升区域文化辨识度；再次，平衡功能目的与国际传播效果，即不同类型文本的对外翻译策略需要有所侧重，如功能指引型务必规范清晰，文化识别与信息类文本兼顾本真性与

可读性, 商业标牌类文本则需平衡商业吸引力与对外传播性。

4. 余论

本文基于翻译目的论, 以台州为例, 揭示出沿海中小城市历史文化街区对外翻译文本的不同类型及其与区域文化之间的内在勾连。研究发现, 对外翻译文本并非同质的语言材料, 而是依据翻译目的的不同分化为各有侧重的类型系统。其中, 文化识别类对外翻译文本以命名功能承载地理、宗族与历史记忆, 文化信息类以叙述功能传递商贸、民俗与历史记忆; 功能指引类对外翻译文本以引导功能而间接反映环境、文明与治理; 商业招牌类对外翻译文本则以诱导功能体现商贸传统与社会形象。此外, 研究还发现, 二者间的勾连存在功能适配性的差异, 如文化识别类与地理风貌、宗族社会、历史记忆形成对应, 文化信息类与商贸历史、民俗传说、历史叙事形成对应, 功能指引类与环境特征、社会文明、城市治理形成对应, 而商业招牌类则与商贸传统、社会形象形成对应。其对应关系表明, 翻译文本的类型特征与区域文化维度之间具有内在的适配逻辑, 不同类型的文化内容尚需匹配相应的翻译策略与对外翻译文本类型, 继而实现有效的跨文化传播。受制于语料规模与样本的单一性, 也未考虑境外游客对于对外翻译文本的接受度这一变量, 本文的结论尚需更大规模语料数据的验证。

基金项目

本文系 2026 年度国家级大学生创新创业训练计划“沿海地区历史文化街区对外翻译的话语构建研究”(项目编号: 202613022020)的成果、2025 年浙江省大学生创新训练计划项目“沿海地区历史文化街区对外翻译的话语构建分析: 以绍兴为例”(项目编号: S20251302031)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 郑淑明, 周鸿雁. 基于翻译目的论的景区牌示英译探析——以哈市中央大街为例[J]. 中国科技翻译, 2016, 29(4): 38-40.
- [2] Reiss, K. and Vermeer, H.J. (2014) Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained. Nord, C., Trans., Routledge.
- [3] Xia, L. (2025) A Study on English Translation of Tourist Attraction Introductions from the Perspective of Skopos Theory. *Journal of International Social Science*, 2, 205-210.
- [4] Nord, C. (2001) Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained. Shanghai Foreign Language Education Press.
- [5] Newmark, P. (1988) A Textbook of Translation. Prentice Hall International Ltd.
- [6] Kanafi, M.B. and Karimi, A. (2015) Translation of Tourism Texts in the Light of Skopos Theory. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 5, 161. <https://doi.org/10.5958/2249-7315.2015.00203.8>
- [7] Daly, P., Dias, A.L. and Patuleia, M. (2021) The Impacts of Tourism on Cultural Identity on Lisbon Historic Neighbourhoods. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 8, 1-25. <https://doi.org/10.29333/ejecs/516>
- [8] Hussain, K.A.M. and Ujang, N. (2018) Identification of Landmarks in the Historic District of Banda Hilir, Melaka, Malaysia. *Asian Journal of Quality of Life*, 3, 99-110. <https://doi.org/10.21834/ajqol.v3i9.81>
- [9] 熊兵. 应用翻译研究视角的嬗变(2000-2012) [J]. 中国翻译, 2012, 33(6): 11-17.
- [10] 李丽. 译者可以做什么?——功能翻译理论视角下的旅游牌示英译[J]. 中国科技翻译, 2014, 27(3): 41-44.
- [11] 朱益平. 论旅游翻译中文化差异的处理[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2005, 35(3): 159-164.
- [12] 王萌, 李君轶. 城市历史文化街区景观对游客情感及行为意向影响研究——以西安历史文化街区为例[J]. 西南大学学报(自然科学版), 2021, 43(10): 146-15.
- [13] 陈佳芸, 麦新. 基于生态翻译学角度分析南宁历史文化街区“三街两巷”翻译文本[J]. 语言与文化研究, 2025, 33(1): 194-198.
- [14] 王禹. 历史文化街区边界区域设计研究——以台州路桥改造设计为例[D]: [硕士学位论文]. 北京: 清华大学,

2011.

- [15] 李滨, 雷冬霞. 国家历史文化名城研究中心历史街区调研——浙江台州皤滩古镇[J]. 城市规划, 2005, 29(7): 97-98.
- [16] 刘彦仕. 生态翻译学视角下的红色文化旅游资料的英译[J]. 外国语文, 2011, 27(S1): 74-76.
- [17] 殷成竹. 基于变异研究方法的历史文化街区语言景观考察[J]. 外语研究, 2025, 42(4): 51-56+106.