



光明学术文库
GUANGMING ACADEMIC SERIES

刘秀芝 李红霞 / 著

北京世界文化遗产 人文景观介绍翻译研究



TRANSLATION STUDIES ON INTRO-
DUCTIONS AT WORLD CULTURAL
HERITAGE SITES IN BEIJING

光明日报出版社

中国非物质文化遗产
研究论丛

中国非物质文化遗产
研究论丛

北京世界文化遗产 人文景观介绍翻译研究

★ Translation Strategies and Intro-
ductions at World Cultural
Heritage Sites in Beijing

北京·故宫出版社



光明学术文库
GUANGMING ACADEMIC SERIES

刘秀芝 李红霞 / 著

北京世界文化遗产 人文景观介绍翻译研究



TRANSLATION STUDIES ON INTRO-
DUCTIONS AT WORLD CULTURAL
HERITAGE SITES IN BEIJING

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究/刘秀芝,李红霞著. —北京:
光明日报出版社,2008.7

ISBN 978 - 7 - 80206 - 602 - 1

I. 北… II. ①刘…②李… III. 名胜古迹—英语—翻译—研究—北京市
IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 094991 号

北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究

作 者: 刘秀芝 李红霞 著

出 版 人: 朱 庆

责任编辑: 田 苗 刘书永

封面设计: 贺庆芳 丛林雪

责任校对: 段 晖 王 莹

责任印制: 胡 骑 宋云鹏

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街 5 号,100062

电 话: 010 - 67078234(咨询),67078945(发行),67078235(邮购)

传 真: 010 - 67078227,67078233,67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 北京昆仑律师事务所陶雷律师

印 刷: 北京新丰印刷厂

装 订: 北京新丰印刷厂

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社联系调换

开本: 690 × 975 毫米 1/16

字数: 300 千字

印张: 17

版次: 2008 年 7 月第 1 版

印次: 2008 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 80206 - 602 - 1

定价: 36.00 元



序

旅游翻译注定要为中国第四次 翻译高潮推波助澜

中国文化走出去，提升中国文化软实力，翻译工作是其中一个重要环节和条件。更完整、系统、准确、深入地向世界说明中国，真正实现中国文化与世界文化的汇通与融合，这是时代的一个重大命题，也是翻译工作者所应承担的社会责任和历史使命。实现中国文化“走出去”的另一个重要战略措施就是请海外旅游者、公众走进来，采用文化“体验”方式、互动方式展示中国，促进民间交流。

现代旅游业为满足旅游者日益增长的物质和文化需求而建立，并迅猛发展。翻译界在引进消化国外翻译理论的同时，开始更多地关注中国加入 WTO 以后、筹办奥运会和世博会过程中出现的应用翻译问题，旅游翻译研究渐成热点。

由于以往的旅游翻译研究较多地局限于借中国旅游翻译实践诠释国外某些翻译理论，而很多翻译实例本身就说明研究者的局限，形成对旅游翻译理论和实践有实际指导意义的成果为数不多。另外，一些翻译者在从事应用翻译实践时照搬文学翻译和经典翻译理论与方法，对旅游文本的交际传播目的和信息接收者的存在与需求表现出相当的“冷漠”，译作带来的经济和社会效益自然是事倍功半。

今日离开翻译谈文化交流、经济发展、和谐社会构建、国家软实力展示都是不可思议的；而离开全球化语境、跨文化交际来谈旅游翻译也只能是注重了枝节，忽略了根本，即交际对象的特点与满意度研究，科学翻译方法的采纳。

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》是北京工业大学外国语学院刘秀芝副教授和李红霞老师在原承担的北京市教委社科研究课题《旅游景点建筑名称及景点介绍的翻译研究》基础上完成的。作者以全球化为背景，

高度关注交际对象的特点与文化需求,紧密结合北京,乃至全国对外开放、文化、社会和经济发展的实际,采纳翻译研究科学方法,攻关翻译研究难点、热点,破解与经济、文化持续发展相关的课题,有重大的理论意义和实用价值,对我国传统文化“软实力”的展示、对外有效的文化交流、国际旅游目的地语言人文环境建设与和谐世界建设构成直接、有效的支持。

旅游翻译是目的性极强的跨文化交际实践,其有效性在于“高度关注”理念的导入与“精准信息”传播策略的实施。全球化时代的翻译实践不应是侯宝林先生相声“关公战秦琼”式的表演,北京世界文化遗产人文景观翻译也不应是字对句应的转换处理。中外旅游者的文化传统不同,旅游动机和期待也就有明显差异。北京世界文化遗产人文景观介绍的中文创作者往往考虑的是使用中文进行信息获取和文化体验的受众,那些有相对充足时间和充分思想准备接受教育的国内受众。而世界文化遗产人文景观翻译,不论在遣词造句,行文用典,取舍添加,强调省略等方面都针对的是海外旅游者的高层次文化追求,跨文化体验和跨文化理解的需求。

功能派、“目的论”强调了文本、篇章的交际传播目的。在旅游翻译实践中这个篇章事实上不是孤立存在的,其交际传播“目的——Objectives”也要与跨文化交际信息传播系统中实现不同目的其它文本、篇章共同服务于特定的整体传播交际实践的“目标——Goals”;这个整体传播交际实践目标也不是孤立存在的,也要与系统中历史的、现实的、未来的交际传播、经营“目标”整合协调,以履行企业的社会和营销“使命——Mission”,即实现良好、长远的经济和社会效益。

作者研究以德国学者提出的“功能翻译论”为理论指导,不仅在书中详尽阐述了该理论的发展过程及其主要内涵,更重要的是将该理论的文本分析法直接运用于人文景观的翻译,即对景观名称及介绍进行原文文本和译文文本的文内外因素分析,理论切合实际,进一步印证了该理论的适用性、可操作性和指导性。在旅游景观介绍的语篇分析、文本结构研究基础上提出了“景观——景区”介绍系统理论,为翻译研究和实践者更加明确宏观语境和微观语境的关系,进而在人文景观介绍翻译实践中协调景区介绍系统各文本关系,更好地理解信息接收者的认知习惯和审美特点提供了极为重要的启示。

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》对翻译研究整体有着重要的理论意义。陈刚教授在《旅游翻译与涉外导游》中将旅游翻译定义为一种



跨语言、跨社会、跨时空、跨文化、跨心理的交际活动。这种跨文化交际活动的范围和研究方法因经济全球化、文化多元化、需求多样化而需要重新审视翻译的角色，界定翻译服务的范围，求索翻译研究和实践的科学方法。

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》不仅紧追世界翻译研究前沿，借鉴“目的论”、功能理论等精要指导研究，还努力贴近翻译实践的现实，有针对性地进行大量案头研究和文献检索，充分的实证调研，实时的信息采集，工作量极大且具有较高的原创价值；作者的研究完全以旅游景观“现场”为中观语境，以实现有效跨文化交际、树立国家良好国际形象为目标，对影响旅游景观介绍信息有效转换和传播的文外要素和文内要素研究，包括标牌的面积、外观、方位、质地的研究，更加明确了景观介绍的功能、目的、翻译技巧和策略、评估标准；服务旅游景观介绍系统各具体功能文本不同译本的比较和改译具体诠释了相关细节的适用理论与翻译策略，可操作性突出。作者根据景观翻译特点，提出了“去繁就简”、“准确理解”、“反复查证”和“字斟句酌”等四条原则，同时利用大量实例说明如何具体处理景观名称及景观介绍翻译过程中所遇到的各种现象和问题。研究者对中英语言、文化特点的对比、分析深入、准确，对中英两种语言的“文化”转换规律和特点的阐述和梳理精辟、通透。

《北京世界文化遗产人文景观介绍翻译研究》第六章“北京世界文化遗产人文景观翻译实例”对北京重点旅游景观，特别是联合国教科文组织批准为世界文化遗产的故宫、天坛、颐和园、十三陵等现有景观介绍进行了系统修订，工程浩繁。研究者归纳总结出的“旅游景观翻译的策略和方法”有助于充分迎合海外旅游者的社会文化背景和对译文的期待、感应力或社会知识以及交际需要等，有利于我国在全球化条件下跨文化交际意图的实现和中华文明的精要的展示。

著名翻译理论和教育家方梦之教授最近撰文提出了“达旨·循规·喻人——应用翻译三原则”，从理论层面深入研究应用翻译的原则和标准，是近几年来应用翻译理论研究的一大进步。此前，林克难教授对实用翻译提出“看、易、写”的翻译原则，丁衡祁教授对公示语翻译提出“模仿——借用——创新”的翻译模式，杨清平教授提出“目的指导下的功能原则与规范原则”对翻译理论和实践都有积极的意义及其适用性。方教授受到以上研究和严复翻译思想的启示，提出应用翻译的“达旨——循规——喻人”三原

则,以在更大范围上提高对应用翻译实践和研究适用性,提高理论的概括力和解释力。“达旨——达到目的,传达要旨;循规——遵循译入语规范;喻人——使人明白畅晓。三者各有侧重,互为因果。”

方教授提出应用翻译的“达旨——循规——喻人”三原则把目前翻译实践所应关照的几大要素聚合在一起,“三者各有侧重,互为因果。”实际也是动态管理翻译实践和质量的基本原则。

遵循应用翻译的“达旨——循规——喻人”三原则,旅游翻译标准可以细化为有操作性的 Translation Brief,将经整合营销传播和翻译调研了解到的目标市场的宏观、微观文化、语境因素,特定目标受众文化特点、心理状态、语言风格,可实现的具体的项目、策划的目的约定,各具体的项目、策划之间的关系、联系,不同文本使用的传播媒介的优势特点等,在严格的程序管理、质量管理、人事管理措施保障下,使译者精确锁定“目标”,生产出市场需要的、受众满意的、委托者期待的译作来,承担起 Match Maker, Mediator 和 Communicator 的多重角色。

刘秀芝和李红霞正是以 Match Maker, Mediator 和 Communicator 的多重角色身份探讨了北京世界文化遗产人文景观翻译传播的有效性。或许作者在书中提出的一些见解还有待商榷,一些译法也还有必要进一步推敲,然而,她们关注国家发展实际,关注海外旅游者文化需求,讲求科学严谨研究方法起而行之的探索、研究与实践值得称道,值得学习。这项研究是理论密切联系实际、理论创新的典范,它还昭示高校翻译教学与研究对翻译实践、实务具有先导和示范意义。

旅游翻译不应因服务旅游者和旅游行业就一定要有一整套“奇门绝技”;翻译者也不应因涉及旅游就以为谁都可是旅游者而“自以为是”。正如世界翻译家联盟副主席、中国翻译协会副会长黄友义教授在“首届全国旅游暨文化创意产业翻译研讨会”开幕式讲话中指出的那样:“旅游翻译,由于其特殊性、多样性与难度,仍不为我们的翻译工作者所熟悉和掌握。”正因如此,翻译理论、教学、实践者才更有必要像本书作者那样孜孜求索,执着而不拘泥,传承而不墨守,洒脱而不粗放,真正担当起新时代赋予译者的重托。

纵观世界翻译研究史,不难发现文学翻译理论研究、经典翻译理论研究已经形成体系和流派,相对完善和成熟;而近年来翻译理论研究的突破是在应用翻译领域。鉴于旅游翻译理论研究历史相对短暂,涉及广泛,需求殷切,

特点鲜明，相关学科和实践发展相对成熟，在全球化背景下实现理论创新和突破的空间已经展现在我们面前。

旅游翻译注定要为中国第四次翻译高潮推波助澜！

吕和发

2008 年 5 月于京东

（作者为北京第二外国语学院教授）

CONTENTS

目 录

序 旅游翻译注定要为中国第四次翻译高潮推波助澜 / 1

第一章 综述 / 1

1.1 景观翻译所涉及的问题 / 1

1.2 景观翻译的研究现状 / 3

1.3 本书的主要意图、结构及内容 / 4

参考文献 / 5

第二章 北京世界文化遗产人文景观的翻译现况 / 6

2.1 所收集的资料 / 6

2.2 景观名称和景观介绍翻译标牌的外观 / 7

2.2.1 景观名称的翻译形式 / 8

2.2.2 景观介绍翻译标牌的外观 / 9

2.3 景观名称及景观介绍的翻译状况 / 9

2.3.1 景观名称的翻译状况 / 9

2.3.2 景观介绍的翻译状况 / 12

2.4 景观名称和景观介绍翻译问题的解决对策 / 18

参考文献 / 19

第三章 景观翻译与功能翻译理论 / 20

- 3.1 功能翻译理论的形成 / 20
- 3.2 功能翻译理论的主要内容 / 21
 - 3.2.1 翻译的目的 / 21
 - 3.2.2 翻译过程的参与者 / 22
 - 3.2.3 翻译过程应遵循的原则 / 23
 - 3.2.4 文本类型及其功能 / 24
 - 3.2.5 翻译策略 / 25
 - 3.2.6 翻译过程的评价标准 / 26
- 3.3 景观翻译与功能翻译理论 / 27
- 参考文献 / 27

第四章 景观名称及景观介绍的文本分析 / 29

- 4.1 翻译导向的文本分析法 / 29
- 4.2 景观文本文外因素分析 / 31
 - 4.2.1 景观文本的发出者 (Sender) / 31
 - 4.2.2 景观文本发出者的意图 (Sender's intention) / 32
 - 4.2.3 景观文本的接受者 (Audience) / 33
 - 4.2.4 景观文本的传播媒介 (Medium) / 34
 - 4.2.5 景观文本的交际时间及场所
(Time and place of communication) / 35
 - 4.2.6 景观文本的交际动机 (Motive for communication) / 36
 - 4.2.7 景观文本的功能 (Text function) / 37
- 4.3 景观文本文内因素分析 / 38
 - 4.3.1 文本主题 (Subject matter) / 39
 - 4.3.2 文本内容 (Content) / 40
 - 4.3.3 前提预设 (Presuppositions) / 40



4.3.4	文本结构 (Text composition)	/ 41
4.3.5	非语言因素 (Non-verbal elements)	/ 43
4.3.6	词汇特征 (Lexis)	/ 43
4.3.7	句型结构 (Sentence structure)	/ 51
4.3.8	超语段特征 (Suprasegmental features)	/ 52
参考文献		/ 52

第五章 景观名称和景观介绍的翻译策略 / 54

5.1	景观名称和景观介绍翻译的特点	/ 54
5.2	目的语文本 (Target-text profile)	/ 58
5.3	实现目的语文本交际目的所涉及的因素	/ 60
5.3.1	文外因素 (Extratextual factors)	/ 60
5.3.2	文内因素 (Intratextual factors)	/ 62
5.3.3	效果 (Effect)	/ 65
5.4	景观名称和景观介绍的翻译策略	/ 66
5.4.1	文献型翻译 (DT) 和工具型翻译 (IT)	/ 66
5.4.2	等效工具型翻译 (Equifunctional translation)	/ 67
5.5	实现等效工具型翻译的原则	/ 69
5.5.1	去繁就简	/ 69
5.5.2	准确理解	/ 74
5.5.3	反复查证	/ 76
5.5.4	字斟句酌	/ 78
5.6	景观名称的翻译	/ 80
5.6.1	景观名称英文标示牌的作用	/ 80
5.6.2	名称的结构特点	/ 82
5.6.3	名称中数字的处理	/ 83
5.6.4	认可的译法 (Recognized translation)	/ 84

5.6.5 标牌名称该不该加定冠词 “the”	/ 86
5.7 景观介绍的翻译	/ 86
5.7.1 语篇结构差异	/ 86
5.7.2 模糊处理与信息重组	/ 89
5.7.3 合理的省译	/ 91
5.7.4 源语文化负载词的翻译	/ 97
5.7.5 中国建筑术语的翻译	/ 100
5.8 小结	/ 104
参考文献	/ 105

第六章 人文景观景点名称及简介的翻译实例 / 108

6.1 故宫 / 108

午门 / 108	堆秀山 / 124	铜缸 / 141
太和门 / 110	延晖阁 / 126	养心殿 / 142
中和殿 / 111	位育斋 / 126	三希堂 / 144
保和殿 / 113	千秋亭 / 127	体顺堂 / 145
景运门 / 115	澄瑞亭 / 128	太极殿 / 146
宁寿全宫 / 116	养性斋 / 128	体元殿 / 148
斋宫 / 117	御花园 / 129	长春宫 / 148
景仁宫 / 118	钦安殿 / 131	翊坤宫 / 150
承乾宫 / 119	坤宁宫 / 132	体和殿 / 150
永和宫 / 119	交泰殿 / 134	储秀宫 / 151
钟粹宫 / 120	乾清官 / 135	丽景轩 / 152
绛雪轩 / 121	乾清门 / 137	咸福宫、同道堂 / 153
万春亭 / 122	大石雕 / 138	故宫博物院说明 / 155
浮碧亭 / 123	隆宗门 / 139	神武门 / 158
摘藻堂 / 123	军机处 / 140	



6.2 天坛 / 159

- | | | |
|-----------------|-------------|---------------|
| 天坛 / 159 | 甘泉井 / 170 | 无梁殿 / 178 |
| 皇穹宇 (回音壁) / 162 | 神库 / 171 | 时辰亭 / 179 |
| 回音壁 / 163 | 前言 / 172 | 寝殿 / 180 |
| 东配殿 / 164 | 宰牲亭 / 173 | 太平水缸 / 181 |
| 西配殿 / 165 | 井亭 / 174 | 牺牲所大殿柱础 / 182 |
| 天心石 / 165 | 漂牲池 / 174 | 神乐署 / 182 |
| 棂星门 / 166 | 灶台 / 175 | 祈谷坛门 / 184 |
| 燎炉 / 166 | 玉帛香龙亭 / 175 | 祈年殿 / 184 |
| 潘柴炉 / 167 | 香炉龙亭 / 176 | 祈年殿东配殿 / 186 |
| 望灯 / 168 | 斋官 / 176 | 祈年殿西配殿 / 186 |
| 燎炉 / 169 | 铜人石亭 / 178 | 丹陛桥 / 187 |
| 天坛古柏林 / 169 | | |

6.3 颐和园 / 188

- | | | |
|-------------|-------------|--------------|
| 颐和园简介 / 188 | 玉澜堂正殿 / 196 | 南湖岛 / 203 |
| 寿星石 / 191 | 宜芸馆 / 197 | 广润灵雨祠 / 203 |
| 仁寿殿 / 191 | 宜芸馆正殿 / 197 | 紫气东来城关 / 204 |
| 扮戏楼 / 192 | 知春亭 / 198 | 谐趣园 / 205 |
| 庆善堂 / 192 | 文昌阁 / 199 | 知鱼桥 / 206 |
| 火道口 / 193 | 文昌院简介 / 200 | 永寿斋 / 206 |
| 大戏楼 / 193 | 铜牛 / 201 | 乐寿堂 / 207 |
| 颐乐殿 / 194 | 廓如亭 / 201 | 长廊 / 207 |
| 东看戏廊 / 195 | 十七孔桥 / 202 | 玉华殿 / 209 |
| 玉澜堂 / 195 | | |

排云殿 / 209	芳辉殿 / 213
万寿山昆明湖石碑 / 210	云锦殿 / 213
转轮藏 / 210	听鹂馆 / 214
大理石影壁 / 211	宿云檐城关 / 215
宝云阁铜殿 / 211	前言 / 215
紫霄殿 / 213	颐和园简介 / 216
6.4 十三陵 / 218	
五供 / 218	裱恩门 / 229
棂星门 / 218	神帛炉 / 230
明十三陵 / 219	裱恩殿 / 230
明十三陵总神道 / 221	明楼 / 231
长陵神功圣德碑亭 / 222	神功圣德碑 / 232
石像生 / 223	外罗城遗址 / 233
龙凤门 / 224	明十三陵 / 233
明长陵简介 / 225	定陵 / 235
长陵 / 227	裱恩门台基 / 236
碑亭 / 228	裱恩殿遗址 / 237
6.5 周口店 / 246	
前言 / 246	周口店遗址 / 247
参考文献 / 249	
结语 / 250	
后记 / 254	

第一章

综 述

改革开放以来,中国与世界各国的交流日益增多。除了经济、社会等诸方面发展形成的国际化趋势,中国也以其历史悠久的独特文化魅力吸引着各国各界人士,尤其是大批海外游客观光旅游。北京作为首都,是世界闻名的历史古城、文化名城,其中被列入世界文化遗产范围的众多人文景观,如故宫、天坛、颐和园、周口店、长城等无疑是外国游客首选的必游之地。这些历史文化景点历经数千年精神文化的渗透渲染和人文景观的烘托,被誉为中华民族精神文化的缩影,对他们有着强烈的吸引力。而中国国际旅游业的发展离不开翻译活动。景观翻译质量的好坏不仅直接影响外国游客的旅游兴致,而且对中国旅游事业的发展至关重要。因此,笔者以为,对北京列入世界文化遗产的人文景观的翻译进行研究具有极其重要的现实意义。这里,笔者将首先从景观翻译所涉及的问题谈起,简单综述一下目前在景观名称及景观介绍汉英翻译中所涉及的问题及其翻译研究现状,以及本书的主要意图、大致结构和内容等。

1.1 景观翻译所涉及的问题

笔者探讨的景观翻译主要包括景观名称和景观介绍两个方面。可以说,景观的名称是游客触及到的第一道风景,是他们对景观的第一印象;而景观介绍则浓缩了该景点的主要信息,游客从中能获取相关的文化历史知识,喜闻乐见,有助游兴。一个好的译名和准确通顺的译文介绍,对于吸引游客注意力,提高他们的游览兴趣至关重要。反之,则会影响其观光的兴致,严重的还会导致信息传递错误,贻笑大方,损害我国的对外旅游形象。由此可见,人文景观名称及景观介绍的翻译应该引起各方面的高度重视。

景观名称属于地点名称,但又与一般的地名(如行政区划名)不尽相同,不能简单地把它理解为诸如街道、机构等的一般名称。因为它不仅表示

——对应的地点存在，而且还蕴涵了大量的历史、人文信息。也就是说，景观名称不仅语言精练简洁，可以表示某处有某物，具有公示语的指称意义和语用意义，同时还蕴含着丰富深刻的文化内涵。比如，故宫三大殿，即“太和殿、中和殿、保和殿”，其名称太和、中和、保和“源自《中庸》：‘中也者，天下之大本也，和也者，天下之达道也。致中和，天地位焉，万物育焉。’即宇宙万物的存在，都是‘中和’的结果。亦即三大殿是天下的根本”（故宫博物院 2004：53）。由此可见，一个小小的景观名称，实际上包含了极其丰富的文化内涵，而景观介绍中所包含的文化信息、历史事件、名人轶事、典故传奇、诗词歌赋则更是不胜枚举，俯拾皆是。毋庸置疑，这些文化因素都会成为人文景观翻译的一大难点。

景观翻译的另一难点还体现在中英旅游文本的文体差异上。贾文波（2003：20）指出，中西两种不同的文化心理和审美习惯造就了各自旅游文本独特的语言风格。“英语旅游文献大都行文简明实用，语言直观通达，具有一种朴实自然之美，而汉语往往追求四言八句，讲究工整对仗、言辞华美。”此外，中英旅游文本在详略程度、篇章结构以及句式形态等方面也存在较大差异，而这些特点和差异则是在进行景观名称及景观介绍翻译时译者所必须考虑的。

另外，还有一个问题不容忽视，即应该用何种翻译理论来指导人文景观名称及景观介绍的翻译实践。众所周知，过去的翻译理论大多建立在文学翻译实践基础上，并用于指导文学翻译实践。而作为实用文体翻译的一种，人文景观翻译又该用何种理论加以指导呢？目前，越来越多的翻译学者认为，作为对传统“等值”观的重大突破和翻译理论的重要补充，德国功能翻译理论为景观翻译或旅游资料的翻译研究开辟了一个新视角。简而言之，功能翻译理论主张翻译是一种目的性行为，强调以译文的目的和功能为出发点和依归，根据不同文本的不同功能选择不同的翻译策略。显然，作为景观名称和景观介绍的文本，其主要目的是要让前来参观游览的“普通游客看懂并能从中获取相关的自然、地理、文化、风俗等方面的知识”（方梦之、毛忠明 2005）。在这种语境下，文本的“信息功能”是主要的，“呼唤功能”是次要的。因此，在翻译时应注重发挥原文的“信息功能”，向外国游客提供重要的他们感兴趣的信息，让他们了解中国旅游景观的文化底蕴；同时兼顾文本的“呼唤功能”给他们带去美的感受，使之产生一睹为快的欲望。这种翻译目的和译文功能就决定了人文景观的英译原则应该是以传播中国文化为取向，