

苏州古典园林中英旅游宣传资料对比分析

杨雪柯

上海理工大学外语学院, 上海

收稿日期: 2024年3月11日; 录用日期: 2024年4月18日; 发布日期: 2024年4月30日

摘要

苏州古典园林以其秀雅别致的建筑风格和含蓄深厚的文化底蕴吸引了大量游客, 苏州园林的英文旅游宣传资料在传播中国传统文化、提高中国文化外宣水平、促进旅游事业发展方面作用显著。与此同时, 作为旅游宣传材料, 其最终的受众以及预期目的要求所输出的英文必须有一定的功能性, 也就是在表明句意的基础上能有效吸引游客。但目前有关苏州园林宣传资料的研究大多分布于翻译策略探究以及美学造诣等方面, 对于其文本特点的研究少之又少。在研究相关语料的过程中, 笔者发现中英文宣传文本在细节和整体上都大有不同。在选词方面, 中文文本用词华美复杂, 多使用四字格且常有意义上的重复; 而英文文本用词直接直白, 注重信息的准确性和实用性。在造句方面, 中文文本多以流水句和主题句为主, 通过“意合”来将内容串联起来; 而英语则注重“形合”, 讲究句式结构的逻辑层次和有机组合且不可随意搭配。在语言风格上, 中文文本偏主观性, 常通过物象表现情理, 通过读者的主观想象力来引导思维; 而英文文本具有很强的客观性, 偏向于使用大量的细节和描述性说明提供实在有效的信息, 从客观标准上的评价来传达景物之美。本论文基于多种权威性真实语料, 从选词、造句、语言风格三个层面, 总结苏州园林中英旅游宣传语料的差异, 为今后相关类型的创作和翻译活动提供借鉴。

关键词

苏州古典园林, 中英差异, 旅游文本

A Comparative Study of Chinese and English Tourism Materials of Suzhou Classical Gardens

Xueke Yang

College of Foreign Languages, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: Mar. 11th, 2024; accepted: Apr. 18th, 2024; published: Apr. 30th, 2024

Abstract

Suzhou classical gardens, with their elegant and chic architectural style as well as implicit and profound cultural heritage, have attracted a large number of tourists. Thus its promotional materials play a significant role in spreading Chinese traditional culture, improving its external promotion, and promoting the development of tourism. Therefore, the translation of Suzhou garden tourism materials has become a top priority in foreign-oriented publicity work. The final audience and intended purpose require that the target text must have a certain function, that is, attracting tourists on the basis of indicating the meaning of the source text. However, the current research on Suzhou garden tourism materials is mostly distributed in the translation strategies and its aesthetic attainments, and there is very little research on its textual characteristics. When analyzing the relevant bilingual materials, the author found that Chinese and English tourism texts differ from each other in detail and overall. At the lexical level, magnificent and complex words, four-character phrases and repeated expressions are often found in Chinese texts; while English prefers direct and straightforward ones, focusing on accuracy and practicality. At the syntactic level, Chinese content, mostly based on run-on sentences and topic sentences, is connected through the “idea combination”; while English pays attention to the logical and organic combination of the sentence structure which cannot be randomly matched to build the “form combination”. At the stylistic level, Chinese texts, which are more subjective, often express emotions through imagery and guide readers’ minds through their subjective imagination; while English texts, which are objective, tend to use plentiful details and descriptive explanations to provide practical and effective information, and to convey the beauty based on the standard evaluation. Therefore, based on a variety of on-the-spot and authoritative materials, this paper has summarized the differences between Chinese and English tourism materials in Suzhou Gardens from lexical, syntactic and stylistic levels, providing reference for related creation and translation activities in the future.

Keywords

Suzhou Classical Garden, Comparative Analysis, Tourism Materials

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

旅游是一个国家对外宣传的窗口，展示着一个国家的文化底蕴和自然瑰宝。随着疫情时代的结束，旅游再次成为国内外的热潮之一，也是中国文化走向世界的机遇之一。苏州古典园林是中国古典文化的杰出代表，自疫情放开以来，其秀雅别致的建筑风格和含蓄深厚的文化底蕴吸引了大量游者。旅游往往代表着体验不同的风土人情，在对外宣传的过程中，如何跨越这种文化上的差异是目前旅游文本领域研究的重点，因此这便要求旅游宣传文本的作者及译者从文本的整体层面考虑目的语的在目标读者中的可接受性[1]。但思维方式、文化传统和审美情趣的差异使得中英旅游宣传资料从选词到构句，再到表达方式和篇章风格，从整体到细节都大不相同。除此之外，由于中华地广物博，不同的地域所孕育出的人文情怀和文学作品各不相同，但目前有关旅游文本文体特点的研究成果多忽略国内的人文差异。就以园林为代表的江南文化旅游宣传文本而言，目前的研究多聚焦于其艺术造诣、美学价值、相关翻译策略探究等方面，针对文本本身的双语对比研究少之又少。因此，本篇论文将基于各大园林的实地考察资料、官

网的双语介绍、苏州市园林管理局出版的《苏州古典园林艺术》[2]以及陈从周所著的《苏州园林：汉英对照》[3]，从字词句语篇的角度研究不同语言宣传资料的特点，对于作者及译者群体创作出更加高质量、符合目标读者阅读和理解习惯的外宣资料具有实践意义。

2. 苏州园林概况

苏州是江南文化的代表性城市，而苏州园林更是江南文化的精华所在。1997 年和 2000 年，以拙政园、留园、狮子林、网师园等 9 个为典型例证的苏州古典园林群体，被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。从 2015 年开始，苏州先后公布了四批《苏州园林名录》(108 个园林)，并修复了柴园、可园、唐寅故居等园林，累计实现开放园林数 88 处，开放率达到 81.5%，重现了“百园之城”盛景。随着疫情时代的结束，苏州还推出了多种旅游演艺项目和个性化特色化旅游产品，如虎丘奇妙夜、网师园夜花园、拙政园“拙政问雅”等沉浸式夜游项目，将游赏园林文化推向了新的高潮。据统计，2024 年春节期间，苏州市园林局直属 14 家园林景区累计接待游客 117.89 万人次，同比增长 19%，实现春节期间古典园林基本全部预约满额，园林游览场景 5 次登上央视，其盛况可见一斑。在苏州旅游业蓬勃发展的同时，其对高质量旅游宣传资料的需求也越来越高，这便要求英文宣传文本的翻译及创作在做到准确传达信息的同时也能让目标读者能正确理解和欣赏此类文本，成功传递信息感染读者。

3. 苏州古典园林旅游宣传资料分析

旅游文本种类繁多，既包括线下实体的旅游手册、景点介绍、宣传广告标语，告示标牌等，也包括线上的宣传网站，其中景点介绍最具有旅游文本的特征[4]。要研究汉语旅游景点宣传文本，就必须明确旅游景点介绍文本的类型和功能，了解译文的预期目的。旅游宣传文本不同于文学类作品，其目标读者的目的并非钻研与学习，而是开阔眼界增长知识，在游玩中了解到不同的风土人情。国内外学者一致认为，通过提供相关信息，激发受众的旅游动机便是旅游资料的最终目的。作为旅游宣传材料，其最终的受众是外国游客，最终目的是让他们读懂看懂，准确获取相关信息[5]。

苏州园林一直是中华民族一块秀丽的瑰宝。园林的文化意境来自于个体审美的游历过程[6]。他们的主人大多是文人骚客，其文学造诣惊才绝艳，园林便是他们的文化载体[7]，在园林中游赏，犹如在品诗赏画，苏州古典园林的旅游宣传资料也是如诗如画的，具有浓重的东方色彩以及文学气息，做到在外宣上出彩更是一大挑战。

4. 苏州古典园林中英文旅游宣传资料的差异

4.1. 选词

苏州园林旅游宣传资料的中文文本十分符合中国传统文字之美，其特点有以下三种：1) 用词华美复杂；2) 多使用四字格，讲究词与词之间形成对偶平行结构；3) 常有意义上的重复。而英文文本用词直接直白，注重信息的准确性和实用性。在英文文本中使用复杂重复，虚幻缥缈的词汇反而会带来理解上的困难。如：

例 1:

中文：富安桥是一座桥与楼联袂结合的独特建筑，桥身用金山花岗岩精工而筑，桥栏和桥阶用武康石堆砌。

英文：This unique building combines a tower with a bridge which consists of a main body carved out of granite from Jin Mountain and railings and steps piled up with Wukang stones.

在例 1 中，中文宣传文本采用了“联袂结合”一词，其中“联袂”的意思是手拉着手，比喻一起，

一同，在这里指的是富安桥与周围小楼在地理位置上紧紧相连。从达意的角度来看，只一个“结合”便可，但中文宣传手册更加注重文字的美感，选择了“联袂结合”一词。“联袂”出自杜甫之诗，在准确传达意思的基础上给文字增加了不少古韵，通过暗含的比喻修辞提高了文本的文学性和观赏性。但在现代文学中，“联袂”并非常用词，以至于部分源语言读者不能立马明白他的意思，增加了阅读的难度。

反观英文宣传手册使用了“combine”一词，用词简洁且对读者的适用性更广，去除了一些复杂和高端的修辞，以一种更加经济的方式传达原文意思。由此可见，在选词时，中文往往选用一些更为有意象、有韵味的词来提高文本的文学气息，更注重“美”。而英文选词往往更加直接有效，更加注重“达”。

例 2:

中文：借水布景，巧夺天工，楼阁殿宇，鳞次栉比。全福讲寺既有佛教文化的博大精深，又有建筑艺术的美轮美奂，园林景色，如诗如画，令游人流连忘返，有“水上第一佛国”的美誉。

英文：A continuous row of pavilions and halls are unimaginably delicate against the water. It is reputed as “The Best Waterside Temple” for displaying not only the profound Buddhist culture but splendid architectural art as well, whose poetic and picturesque garden sceneries enchant tourists so much that they linger on without any thought of leaving.

在例 2 中，中文宣传文本多使用四字格的特点显而易见。在选词方面，“巧夺天工”“流连忘返”暗含夸张的修辞手法，“鳞次栉比”暗含比喻，“如诗如画”则是明喻，在准确描摹对象特点的基础上使文本语言鲜明形象有内涵。而在英文中，“楼阁殿宇，鳞次栉比”被“A continuous row of pavilions and halls”所代替，既没有将“楼”“阁”“殿”“宇”一一罗列，也没有将比喻的修辞体现，简洁、直观、客观。

例 3:

中文：池东、南二角，叠石为山，建筑布置在山池东、北两翼，以高下曲折的回廊曲槛贯通四周，曲径通幽。

英文：There are rocky hills at the eastern and southern corners of the centering pond and buildings are clustered at the eastern and northern wings of it. The corridor passes through all these buildings.

例 3 中文部分的划线句很好地体现了中文宣传手册的用词特点。一是用词华美且繁复，以“回廊曲槛”为例，在这四个字中，真正必要的语义只有“廊”和“槛”，“回”和“曲”都是附加的意义相似的形容词，在这里是为了增强表达的文学性。二是频繁使用四字格，四字格是汉语骈偶性的体现，骈偶体语言带有诗性[8]。划线句中“高下曲折的”以外的信息都通过四字格的形式来表达，这种对偶的平行结构能够强调强化了其文学性。三是意义上常有重复，如“高下曲折”和“回廊曲槛”中的“回”和“曲”所代表的意思是相同的，但在中文中却不显累赘，反而起到了强调的作用。

英文划线句的用词要比中文简洁的多，大多是十分纯粹的名词，如用“corridor”替代“回廊曲槛”，用“passes through all these buildings”替代“贯通四周”。同时，英文表达省略了一些描绘性词汇以及描绘整体意境的词汇，如“高下曲折的”，“曲径通幽”。句子整体突出一个简洁通俗，在不改变文章意思的前提下，力求词汇的精准直白。

4.2. 造句

苏州园林旅游宣传资料的中文文本展现的总体趋势是句子松散，可断可连，多以流水句和主题句为主，以主题为起点，通过短句之间的“意合”来将内容串联起来，从而形成图状效果。英语则注重“形合”，讲究句式结构的逻辑层次和有机组合且不可随意搭配，反映出英语表达逻辑严谨、思维缜密的美学特点。如：

例 4:

中文: 43 整座寺庙结构严整, 殿宇轩昂, 黄墙绿瓦, 雕梁画栋, 蔚为大观。

英文: The whole temple is well-organized in structure and imposing in appearance as embedded with magnificent halls and decorated with yellow walls, green tiles, carved beams and painted rafters.

汉语的主题句以“意”建构句子的“形”，与主题相关的信息常常呈竹节式展开，建立起一个谈话范畴。在介绍寺庙时，中文宣传手册以寺庙为主题，由面及点，依次引出有关寺庙的新描写，最后以评价性语言结束话题。句中主语不断更替，但主题恒定不变，且各部分形式不一，例如“结构严整，殿宇轩昂，黄墙绿瓦，雕梁画栋”四个短语的组成形式各不相同，但并不会破坏整体的句形句意，一气呵成。

英文宣传手册则恰恰相反，整体句子由各种有语法限制的句子成分组成，相互制约，互为依存。整句以“the whole temple”为主语，“is”为谓语构成主句，其余成分作修饰成分，有严格的语法限制，环环相扣，层层展开，且不能随意组合(表 1)。

Table 1. Comparison of sentence components in Chinese and English

表 1. 中英文句子成分对比

结构成分	中文	结构成分	英文
主题	43 整座寺庙	谓语	is
说明 1	结构严整	主语	The whole temple
说明 2	殿宇轩昂	修饰 1	well-organized in structure (定语)
说明 3	黄墙绿瓦	修饰 2	imposing in appearance (定语)
说明 4	雕梁画栋	修饰 3	as embedded with magnificent halls and decorated with yellow walls, green tiles, carved beams and painted rafters. (补充说明 imposing in appearance)
说明 5	蔚为大观		

例 5:

中文: 园以假山著称, 洞壑幽深, 曲折盘桓, 内如迷阵, 是藉假山洞壑为特色。

英文: It is especially known for its artificial hills with abysses of valleys and a labyrinth of winding paths.

王文斌、赵朝永曾简要概括过流水句的特点: 流水句中各句段之间结构松散, 且语意的连贯不借助关联词来实现, 可存在多个或隐或现的主语, 常出现跨句段指认[9]。此处的中文是一句十分典型的异指流水句。通过对句子的隐藏主语进行补全, 可以将句子还原为“园以假山著称, 洞壑幽深, (假山)曲折盘桓, (假山)内如迷阵, (园)是藉假山洞壑为特色”。一句中出现了三个主语, 分别是“园”“洞壑”“假山”, 且既有包含又有并列的关系, 且更换顺序不会影响本意。与此同时, 这样松散的句式将读者的注意力和想象力分布在多个景点, 从而以小见大, 构成一幅完整的画面。

而反观英文, 它以“artificial hills”为主语, 将中文的多主语短句重组为两个简单的名词短语, 并用“with”点明了这两个名词短语与主语的关系。整体句式简单且逻辑分明, 句子结构严谨且不可随意打乱, 注重句子的语法结构, 通过形式来表达各部分之间的关系。

4.3. 语言风格

苏州园林的中文旅游宣传资料偏主观性，通过华丽的辞藻，富有韵律和美感的句式，如大量的四字结构和对偶，行文形散意不散。其中的景物刻画不求明晰，多带模糊思维的痕迹，通过物象表现情理，以此来烘托一种“意象化”的语言氛围，通过读者的主观想象力来引导思维，达到“身临其境，移步换景”的效果，从而吸引游客旅游的欲望。

英文宣传资料具有很强的客观性，注重语言的精细深刻，传达出直观可感的语意。英文的景点介绍偏向于使用大量的细节和描述性说明为读者提供实在有效的信息，常常通过罗列具体的物像，客观标准上的评价来传达景物之美。如：

例 6:

中文： 全山结构严密，细部与整体熔铸，使全山凝为一体，一石一缝交代妥帖，崖岸耸翠，池水映碧，深谷幽壑，势若天成。山泉潺潺，岩现活态，溪流迂回，苔根鲜润。既能远看，也可细赏，可谓咫尺山林，城市山林，有“独步江南”之称。

英文： ① The mountain occupies five hundred square meters with the peak at only seven meters high. ② However, it has treks, caves, gullies, rock rooms, stone steps, valleys, ridges, peaks and cliffs, much in resemblance of real mountains. ③ In structure, the overall composition is mainly bold outlines but the details are truthful. ④ It is therefore considered to be the best structure in China's artificial hills in existence. ⑤ The buildings in the garden face the hill, with the "Valley Hall" at the front and the Mountain Villa of "Secluded Beauty" at the back. "The Housing the Mountain with a Half-Filled Pool in Autumn Pavilion" is on the hill and there is "the Putting a Question to the Spring Pavilion" and the "Make-up Autumn Galley" at the foot of the hill. At the west of the hill are the long corridor and a side tower. The buildings in the garden make up many places of interest.

此语料选自环秀山庄的中英文介绍，但并非是原文与译文之间的关系。两则介绍的语言风格迥异。中文宣传资料描述了环秀山庄山石池水交相呼应，浑然一体的画面。整体语言风格繁复精致，松散但意境统一，连用了十二个四字格结构，其中穿插对偶，如“崖岸耸翠，池水映碧”，动中有静，有点有面。偶对式四字格成语明显体现了汉语在语言表征上的语义张力，仅由四字便可造就如此丰富的语义内涵，其根本缘由在于汉语的强空间性思维，通过物象和事象的空间结构造就出明澈的空间构图效果和空间张力[10]。通过词汇的堆叠加以灵动的形容词，将环秀山庄的景色大笔勾勒，大大加强了语言的感染力。移步换景，从崖岸到池水再到深谷，从山泉到溪流再到苔藓，读者能从语言营造的氛围中想象出山庄的美丽，从而产生一览究竟的欲望。

而相较于浑然一体的中文介绍，英文宣传资料的整体语言风格整体偏向简明而有逻辑。西方人注重行文的流畅，意思的清晰简明，多余的描述性词汇和繁复抽象的语言在西方人看来只会对理解造成阻碍，其语言风格在用词方面有所体现。英文偏向于实用性词汇，精确的数量词以及具体客观的用词便是一种表现，如在①句中使用了“five hundred square meters”以及“five hundred square meters”，在②句中提供了大量的景物“treks, caves, gullies, rock rooms, stone steps, valleys, ridges, peaks and cliffs”，仅仅是一种陈列式的表达。而中文要表达同样的意思，则会偏向于使用“崖岸耸翠，池水映碧，深谷幽壑”此类的表达，句式工整，用词凝练，虽不是一字排开的形式，但也能使读者感受到景物之间的关系。③ ④两句客观性的描述，通过对环秀山庄整体和细节的评价，以及等级的划分来体现其旅游价值，也体现了英文重实在的语言特点。句⑤便是对环秀山庄的整体描写，与形散意不散的中文介绍不同，英文介绍有严格的结构和逻辑。通过划线部分可以看出，整个句⑤是围绕相对于“hill”的地理位置展开，具有很强的

描述性和客观性。

5. 总结

苏州古典园林是中华文明的一颗明珠，作为中华古典文化的代表，其宣传文本具有很强的文学性。在旅游业发达的今天，做好苏州园林对外宣传尤为重要。本篇论文基于苏州各园林的实地资料以及权威部门所出版的专业书籍，探究中英文园林介绍之间的差异所在。研究发现，中英文园林旅游宣传资料在选词造句以及整体的语言风格上都大有不同。中文宣传资料往往选用华美繁复的词汇，四字格尤为频繁，且常出现语意上的重复；英文宣传资料选词多简单直白，注重词汇的实用性和准确性。中文宣传资料多以流水句为主，句子可断可连；英文宣传资料则讲究句式结构严谨的逻辑层次。中文宣传资料在整体的语言风格上偏主观，英文宣传资料则偏客观。基于此次的发现，笔者认为在后续的研究中可以通过此类中英差异来探究苏州园林旅游文本的英译策略，尤其是针对偏古典文学性质的文本。

参考文献

- [1] 李德超, 王克非. 平行文本比较模式与旅游文本的英译[J]. 中国翻译, 2009, 30(4): 54-58+95.
- [2] 邵忠. 苏州古典园林艺术[M]. 北京: 中国林业出版社, 2001.
- [3] 陈从周. 苏州园林: 汉英对照[M]. 上海: 上海人民出版社, 2012.
- [4] 贾文波. 应用翻译功能论[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 2004.
- [5] 陆国飞. 旅游景点汉语介绍英译的功能观[J]. 外语教学, 2006(5): 78-81.
- [6] 李云. 功能目的论视阈下的苏州园林景点翻译策略[J]. 现代经济信息, 2019(18): 382-383.
- [7] 孙瑾. 苏州园林景点的名称翻译与文化缺失[J]. 安徽文学(下半月), 2008(4): 332-335.
- [8] 沈家焯. 说四言格[J]. 世界汉语教学, 2019, 33(3): 300-317.
- [9] 王文斌, 赵朝永. 汉语流水句的空间性特质[J]. 外语研究, 2016, 33(4): 17-21+112.
- [10] 王文斌. 论英汉的时空性差异[M]. 北京: 外语教育与研究出版社, 2019.