

文化翻译理论视角下国内旅游景点神话典故误译研究

白雪, 汤敬安

吉首大学外国语学院, 湖南 张家界

收稿日期: 2025年4月23日; 录用日期: 2025年5月29日; 发布日期: 2025年6月11日

摘要

在世界文化交流日益密切的今天, 中国文化的国际影响力达到了前所未有的新高度, 中国各旅游景点也成为了中华文化对外交流的重要载体。其中, 具有中国古代神话传说色彩的景点, 因其兼具神秘色彩与趣味性, 吸引着许多国外游客的目光, 故其译名的准确性也尤为重要。本研究旨在对中国神话典故相关的国内旅游景点译名进行调查, 分析其中的误译现象, 提出译文的修改意见, 提升各旅游景区神话典故译名的翻译准确程度。

关键词

文化翻译理论, 旅游翻译, 神话典故翻译, 误译

Study on the English Mistranslations of Mythological Allusions in Chinese Tourist Attractions Based on Cultural Translation Theory

Xue Bai, Jing'an Tang

School of Foreign Language, Jishou University, Zhangjiajie Hunan

Received: Apr. 23rd, 2025; accepted: May 29th, 2025; published: Jun. 11th, 2025

Abstract

Today, the global cultural communication is becoming increasingly close, and the international influence of Chinese culture has reached such a new height that Chinese tourist attractions have

become the important channel for the international cultural communication. Among them, scenic spots filled with ancient Chinese myths and legends attract the attention of foreign tourists, thus the accuracy of their translated name is particularly significant. This study aims to investigate the translations of domestic tourist attractions containing Chinese mythological allusions, analyze their mistranslation phenomena, propose suggestions for revision of these translated names, and enhance the accuracy of the translations of mythological allusions in names of these tourist attractions.

Keywords

Cultural Translation Theory, Tourism Translation, Mythological Allusion Translation, English Mistranslation

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

现如今,世界百年未有之大变局加速演进,各国在政治、经济、文化等方面的互惠互信互学互鉴也迈上了一个新台阶。作为世界第二大经济体、同时也是发展中国家的中流砥柱,中国在各领域都发挥着举足轻重的作用,国际影响力也达到了前所未有的新高度,博大精深的中华文化也吸引着来自全世界越来越多的目光。

其中,承载着多姿多彩中华文化的国内旅游景区是很多外国友人了解中国文化的窗口,而那些与中国古代神话传说有关的景点,因其兼具神秘感与趣味性,在向外传递中国文化价值上具有重要作用。因此,旅游景点中所包含的中国神话典故是否翻译得到位,就显得尤为关键。

本研究具有切合当下翻译学发展方向以及中国文化对外交流进步的重要意义。从学术角度看,文化翻译理论是翻译学理论体系中的重要部分,将文化翻译理论应用于与中国神话相关的旅游景区译名误译研究,能够推动翻译学的发展,为译学发展提供更为广阔的空间;其次,以往研究中鲜有侧重于对国内旅游景点神话典故的误译研究,本研究不仅是对误译研究的有效补充,对于拓展翻译学应用研究维度也具有积极意义。从现实角度看,本研究基于文化翻译理论,对国内旅游景点神话典故译名误译现象进行研究,开拓了文化翻译理论研究新范式,为国内旅游景点译名翻译质量提供了新的检验方式,有助于指导未来的国内旅游景点神话典故译名翻译实践;此外,本研究所得成果若能真正落实到旅游景区翻译实践当中,将有助于增进国际友人对中国文化的了解与认同,进一步推动中国文化“走出去”,提升中国传统文化特别是中国神话传说文化的国际知名度与影响力。

2. 误译研究现状

误译是指在翻译过程中出现的错误,这些错误可能是由于多种原因造成的,包括但不限于语言能力不足、对原文内容理解不深、专业知识缺乏、文化差异大、翻译技巧不熟练等。常见的误译类型有语言性误译、文化性误译、专业性误译、意图性误译等。

国外学者对于误译的研究,聚焦于探索不同类型文本翻译中误译现象产生的原因:博尔赫斯与卡芙卡作品译本中存在较多误读与误译现象,这些误读与误译会为原作创造出新的翻译空间[1]。AI等翻译软件生成的散文翻译内容中存在误译现象,从词汇、句法、语义、语用四个方面分析可知,导致机器翻译出现误译的因素主要为训练数据的质量、所选择的翻译模型、机器算法的局限性等[2]。食品广告的翻译

涉及到不同国家语言与文化环境的挑战, 通过对肯德基、百事可乐等食品广告的中文版误译案例分析可知, 食品广告的本地化需关注文化敏感性, 广告中涉及到的食品相关习语及文化故事应与当地文化习惯保持一致[3]。

国内学者对于误译的研究, 聚焦于对文学作品中误译现象形成原因及解决方法的理论性总结, 研究的重点在于译者对原作所处的历史文化背景的理解程度对其误译行为的影响: 江西红色旅游景点的英文标识与英文网站存在的误译现象主要分为语言错译、语用误译、文化误译三个方面, 正确的旅游资源外宣翻译应做到语言层面灵活编译、语用文化层面动态运用等效翻译、译介途径融合多模态翻译模式[4]。中国古建筑术语翻译存在对等硬译、一词多译、概念混淆等误译现象, 古建筑术语译者应树立文化自信观念, 讲求正确、追溯历史、崇尚普通、打破隔阂[5]。阿瑟·韦利对中国《诗经》进行文化解读时产生的误译可分为中国民俗文化、农耕文化、宗教文化、伦理道德文化四个方面, 这些文化误译不利于中国文化的正确传播, 跨文化典籍翻译必须做到精准理解和传达对象国家的语言与文化, 否则会造成“文化失真”[6]。

综上所述, 国内外学者在进行误译现象的研究时, 研究主题大多以文学作品、旅游资源、商务文本等不同类型文本的误译研究及翻译策略为主。而在旅游文本误译研究方面, 研究案例主要以旅游资源的类型为分类标准, 对于神话典故方向的误译研究还不够充分。本研究具有研究案例类型新、案例分类视角新的特点, 有助于进一步拓展误译应用研究维度。

在东西方文化差异的影响下, 译者在翻译国内旅游景点神话典故译名时, 对神话传说相关的内容处理稍显乏力, 译文中或多或少会消弭神话故事本身的艺术与美感。且由于中国的神话传说是中国悠久历史的文化沉淀, 误读与误译会淡化其历史与文化底蕴, 一定程度上也会影响中华优秀传统文化对外传播的实际成效。

基于此, 本研究以与中国古代神话传说故事相关的文化典籍为参考, 从文化翻译理论的视角出发, 对与中国神话相关的国内旅游景点英译名称进行调查整理, 分析其误译现象, 并在更为恰当的翻译方法指导下结合考据对译文进行修改。

3. 文化翻译理论内容简介

翻译作为文化交流的桥梁, 在我国涉外旅游翻译的过程中发挥着举足轻重的作用, 但中西方文化差异以及中华文化特性会为翻译这架桥梁的成功建设带来不小的挑战。因此, 在翻译国内旅游景点名中的神话典故时, 苏珊·巴斯奈特所提出的文化翻译理论能够给予一定的指导意义。

1990年, 英国著名翻译理论家苏珊·巴斯奈特在与安德烈·勒菲韦尔合编的《翻译、历史与文化》(Translation, History and Culture)一书中首次提出翻译的“文化转向”(cultural turn)概念, 并提出“翻译就是文化内部与文化之间的交流”[7]。至此, 翻译研究领域诞生了新的翻译理论——文化翻译理论。

在翻译过程当中, 巴斯奈特鼓励译者关注文化差异, 并选用合适的翻译策略对源文本进行恰当的翻译, 以此来推动文化的对外传播与交流。文化翻译理论同时关注语言的转换与文化的传递与交流, 强调翻译不仅是一种语言交际过程, 更是一种跨文化交流的过程, 译者需要在翻译过程当中充分发挥主观能动性 with 创造性。在对文本进行翻译时, 译者应关注文化在翻译过程当中的中心地位, 充分考虑源语言与目标语言所处文化之间的差异, 并在翻译过程中尽可能做出准确的文化转换, 以提升译文的准确性与可接受程度, 从而顺利实现源语言文化的跨文化传播与交流。

4. 国内旅游景点神话典故英译误译现象研究

神话是人们在生产生活过程中想象出来的非科学的种种幻想及其故事, 是自然界和社会生活的折射,

体现了人们对自然界和社会生活的认知,寄托了人们自身的愿望和理想[8]。当代学者刘诚淮在其著作《中国上古神话通论》中根据神话最主要的内容性质,将中国神话分为三大类:自然性神话、自然社会性神话、社会性神话[9]。

本研究基于实地调查结果,并结合刘诚淮的中国神话分类标准对搜集到的误译现象进行整理,分析国内旅游景点中具有神话传说色彩的景点名称英译文本中的误译现象,选择恰当的翻译策略,为存在误译现象的旅游景点译名提出可供参考的修改建议,激发景点名称译名再现中华文化意象的功用,提升外国游客对译名的接受度,助力中国文化走向世界。

4.1. 国内旅游景点自然性神话典故误译现象分析

自然性神话是以描述自然现象为主的神话,主要描述自然现象的性能、源起与情景等,包含生物神话、地理神话、气象神话、天文神话、宇宙神话[9]。

这些神话与我国得天独厚的自然特征紧密相连,蕴含着丰富文化内涵和特定意义。

例一: **百鸟朝凤** 宫廷多宝阁(位于山西省平遥古城汇源当)

现译: **A Hundred Birds Fly to Palace Cabinet**

改译: **All Birds Supporting the Bird King Phoenix**

“百鸟朝凤”为成语,出自宋朝《太平御览》九百一十五卷引《唐书》:“海州言凤见于城上,群鸟数百随之,东北飞向苍梧山[10]”,是家喻户晓的中国自然性神话故事。其中,“朝”指朝见,“凤”指鸟王凤凰,传说凤凰原是一种简朴的小鸟,它在大旱之年拯救了濒于饿死的各种鸟类。为了感激它的救命之恩,众鸟从各自身上选了一根最漂亮的羽毛献给凤凰,从此凤凰变成了一只美丽高贵的神鸟,被尊为百鸟之王。此成语旧时用来泛喻君主圣明,河晏海清,天下归附,后用来比喻德高望重者众望所归。

百鸟朝凤宫廷多宝阁外观雕刻着百鸟朝凤图样,取天子贤明之意。当前平遥古城对“百鸟朝凤”的官方译文为“A Hundred Birds Fly to”,该译名将虚指的“百”当作实指的数词“A Hundred”,又缺少“凤”的元素,属于错译,且没有翻译出“百鸟朝凤”作为宫廷器具图样的吉祥寓意,译名存在文化空缺,故平遥古城现“百鸟朝凤”译文存在误译现象。

文化翻译理论认为,翻译应注重其跨文化交际功能,应满足文化的需要和一定文化里不同群体的需要。根据奈达的分类方法,成语“百鸟朝凤”属于语言文化负载词[11],若无法在不同的文化和语言环境中找到直接对应的表达,应根据情况采取适合的翻译策略进行还原。本研究认为,为在译入语环境中形象传达出百鸟朝凤宫廷多宝阁中“百鸟朝凤”原意及引申义,可将其增译为“All Birds Supporting the Bird King Phoenix”。此译文恰当表达出了“百”的虚指含义,“Support”也准确传达了“朝”所蕴含的“天下人拥护贤明的君主”之意。此外,在Phoenix前增加“the Bird King”,不仅表明了凤凰在中国神话中的地位,准确地通过译入语传达了这一成语的原意,同时也进一步还原了“百鸟朝凤”的引申义,帮助外国游客理解百鸟朝凤图样背后的文化与艺术表达逻辑。

4.2. 国内旅游景点自然社会性神话典故误译现象分析

自然社会性神话是以描述人类与大自然斗争为主的神话,可分为生产神话与复合生产神话[9]。该类型神话涉及政治制度、社会风俗、历史典故等,具有鲜明的民族文化特色。

例二: **采药老人** (位于湖南省张家界武陵源天子山风景区)

现译: **Old Herb Picker**

改译: **Healer Peng Picking Herb**

驰名中外的张家界武陵源是中国自然文化的一张闪亮的名片,而采药老人则是武陵源天子山风景区内的一处著名景点,位于天子山十里画廊游览线上,是十里画廊的标志性景观,也是张家界十大绝境之

一。

石峰“采药老人”因似一个头裹巾帕、身背竹筐、负重前行的采药老人而得名,传说与土家族英雄向王天子的随军郎中彭半仙有关。相传向王天子殉难后,随军郎中彭半仙内心悲恸,决心采来起死回生药令向王天子复生。于是,他背起装药草的背篓,没日没夜地在张家界的崇山峻岭中寻找灵药。半月后,有一白须老人在梦中提示彭半仙前往黑枞垭绝顶寻找神药“九龙盘”。彭半仙历经艰险,终于在黑枞垭求得“九龙盘”,但在返程之时,彭半仙应救人心切,一不小心从悬崖上跌下万丈深渊。数年后,神堂湾的南面矗起一座形似老人的石峰,这就是“采药老人”[12]。

“采药老人”的故事属于自然社会性神话。目前景区将“采药老人”直译为“Old Herb Picker”,非常忠实地还原了景点名称的字面意思,也与石峰形状相匹配。但从文化传播的角度看,该译名无法向译入语受众直接传递景点背后的神话典故内涵,一定程度上会导致译入语受众对其产生文化误读,故该译名存在误译现象。

文化翻译理论认为,翻译不应狭义地将翻译视作对原语文本的描述,而更应该重视其在译语文化中功能的等值。为了实现向译入语受众准确传达景点“采药老人”背后被神话的历史典故色彩,本研究认为,可将译名改为“Healer Peng Picking Herb”。其中,将“采药”直译为“Picking Herb”拉近了译名与石峰外观的贴合度,将“老人”增译为“Healer Peng”又补充了神话典故中郎中彭半仙的个人信息,该译名也符合译入语的表达习惯。

例三: **蟒蛇洞**(位于湖南省长沙市岳麓山景区)

现译: **Boa Den**

改译: **The Den of Evil Boa Monster**

蟒蛇洞位于湖南省长沙市岳麓山禹王碑北部,与“陶侃射蟒”的神话传说有关。相传在西晋年间,洞中的大蟒蛇修炼成精,每逢七月十五都会张开大嘴吐舌为桥,以“搭上天桥步入仙界”为诱饵,将万千百姓吞入腹中。时任荆江二州刺史陶侃辨认出天桥旁闪烁的天灯是蛇妖的眼睛,便举起弓箭将其射瞎,而后传令3日内全城药店一律只可向寻药的独眼道士售卖毒药。而化身道士的蛇妖果真中了陶侃的计谋,葬身于蟒蛇洞口[13]。

“陶侃射蟒”属于自然社会性神话。目前岳麓山景区将“蟒蛇洞”直译为“Boa Den”,忠实传达了“蟒蛇洞”的字面含义。但从文化对外传播的角度看,该译名会使译入语受众认为“蟒蛇洞”是自然意义上的蟒蛇巢穴,“蟒蛇”是生物学意义上的蟒蛇,其背后的中国神话色彩无法体现,因此该译名存在误译现象。

文化翻译理论认为,译者在翻译过程当中应充分考虑到文化差异,发挥译者的主观能动性,尽可能准确地实现文化转化。为了让译入语受众通过译名直观感受到该景点所具备的神话色彩,帮助译入语受众将该景点与自然意义上的蟒蛇巢穴从概念上区分开,可考虑将译名增译为“The Den of Evil Boa Monster”。将景点名中“蟒蛇”的概念增译为“Evil Boa Monster”的理由如下:其一,在《朗文当代高级英语词典》中,“monster”的解释为“an imaginary or ancient creature that is large, ugly, and frightening [14]”,符合神话故事中对蛇妖外貌的描述;其二,选择“Evil”与“Boa Monster”进行结合,能够强调蛇妖为祸人间的邪恶属性;其三,通过修改后的译名,译入语受众也能够理解该景点“蟒蛇”的概念并非生物学意义上的动物,增加了该景点译名的神话色彩。

4.3. 国内旅游景点社会性神话典故误译现象分析

社会性神话是以描写社会生活、斗争为主的神话,主要分为人类诞生神话、婚恋神话、文化神话、群体神话[9]。这类神话常与中国历史文化发展过程中的社会风俗、文学作品、宗教思想等紧密相连。

例四: **九天洞**(位于山东省淄博市沂源县及湖南省张家界市桑植县)

现译: **Jiutian Cave**

改译: **The Karst Cave of Nine Skylights** (湖南省张家界市桑植县)

Nine Heavenly Karst Caves (山东省淄博市沂源县)

在中国传统文化体系中, 数字“九”作为极数同时也是最大的阳数, 被赋予了极致、尊贵、至尊等吉祥美好的寓意。例如, 古时形容皇位至高无上为“九五之尊”, 成语中比喻极大数量中最微小的存在为“九牛一毛”, 在中国神话传说中, 九天之上为神仙所在的天宫, 玉皇大帝的生日为正月初九。因此“九天”可归属于社会性神话类型中。

目前国内有两处名为“九天洞”的著名景区, 一处位于山东省淄博市沂源县, 得名于九个洞厅内宛如仙境的美景, 曾被誉为“天下第一石花洞”。另一处位于湖南省张家界市桑植县, 得名于与洞顶地面相通的九个天窗, 曾被誉为“亚洲第一大洞”。

景点现有译名为“Jiutian Cave”是将汉语“九天”音译后的结果, 而音译也是最为常见的地名翻译方法。但源语文本信息还原及文化传播的角度看, 该译名存在两大问题: 其一, 张家界九天洞得名于其洞顶与地面相通的九个天窗, “九天”是对景点实景的描述, 现译名弱化了对实景特征的描述功能; 其二, 淄博九天洞得名于其九大洞厅中宛若天宫的美景, “九天”之名不仅代指天宫、仙境, 同时也包含数字“九”的实指含义, 现有译文既未表达出数字的实指含义, 也没有将“九天”与“天宫”的借喻关系展现出来。因此, 两处景点现有译名均存在误译现象。

文化翻译理论认为, 翻译的单位是文化, 不应停留在以前的语篇之上, 而应达成文化交流的目的。为了实现向译入语受众准确传达两个九天洞景点背后准确的文化含义, 可考虑在译文中增加与景区实景相关的必要信息, 将张家界九天洞的译名增译为“The Karst Cave of Nine Skylights”。在处理淄博九天洞的译名时, 可以考虑保留“九天”与“天宫”的借喻关系, 将译名意译为“Nine Heavenly Karst Caves”。这样不仅能够更好解决原译名与景区实景贴合度较差的问题, 同时修改后的译文也成功传递出景点名称中与神话传说相关的文化信息, 译文也更符合译入语的表达习惯。

例五: **南天门** (位于湖南省衡阳市南岳衡山)

现译: **South Heaven Gate**

改译: **The Southern Gate to Heaven**

南岳衡山是中国著名的道教、佛教圣地, 南天门是南岳前后山的分水岭, 同时也是连接各主峰的纽带。游客通过南天门可到达南岳最高峰祝融峰。在中国神话传说当中, 天庭共有东、南、西、北四大天门, 其中南天门为人界与仙界间的关隘, 是天庭的正门, 能够直通玉皇大帝的凌霄宝殿。明代吴承恩所著的中国神魔小说经典《西游记》中描绘了南天门的奇景: “只见那南天门, 碧沉沉, 琉璃造就; 明幌幌, 宝玉妆成。”^[15]从类型上看, “南天门”属于社会性神话。

衡山景点南天门的现有译名为“South Heaven Gate”, 是逐字直译的结果, 此译名传达出了景点名称的基本含义, 也能够被译入语受众所理解。但从南天门的文化背景角度分析, 该译名并未传递出南天门作为中国神话故事当中天庭入口的功能信息, 因此现有译名存在误译现象。

文化翻译理论认为, 翻译应注重对文化因素的处理, 尽可能准确地实现文化转换。为了实现向译入语受众准确传达南天门所蕴含的神话传说文化信息, 可增译南天门能够“通往天庭”的信息, 将南天门意译为“The Southern Gate to Heaven”。这样不仅能够强调南天门“天庭入口”的功用, 同时也兼具景点译名必要的简洁、准确的表述特色, 更方便译入语受众准确理解景点名称的文化内涵。

5. 结语

中国神话相关的旅游景点是对外传播中国神话文化的重要载体, 文化翻译理论能够为国内旅游景点

神话典故翻译活动提供有效指导。在翻译过程中,译者应充分考虑文化的对外传播成效以及译入语受众的理解程度。为了尽可能达到文化等效的表达方式,直译的翻译策略能够简洁描述出景点所呈现的画面,但同时也要结合意译与增译的翻译策略,使得景点所蕴含的中国神话相关的文化信息能够通过译文尽可能传递出去,使译入语受众能够感受到中国神话的独特之处。

基金项目

吉首大学 2023 年度研究生校级科研项目“文化翻译理论视角下国内旅游景点神话典故英译误译现象研究”(项目主持人:白雪)的阶段性研究成果。

参考文献

- [1] Ait Kharouach, M. (2024) Dying in Language: World Literature through the Prism of Misreading and Mistranslation. *Comparative Literature: East & West*, 8, 46-62. <https://doi.org/10.1080/25723618.2024.2375476>
- [2] Kwun, Y.J. and Han, Y.J. (2023) An Analysis of the Factors of Mistranslation in Statistical Machine Translation: Taking Prose Text Translation as Example. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 6, 6-12. <https://doi.org/10.25236/AJHSS.2023.062102>
- [3] Сайдуллаева, Н. (2025) Linguistic and Cultural Challenges in Translating Food Advertisements. *Science Shine*, 7, 184-187.
- [4] 刘炜. 江西红色旅游景点外宣英译现状及问题分析[J]. 今古文创, 2024(38): 97-100.
- [5] 闫欣, 袁小陆. 文化自觉视域下古建筑术语翻译中的文化诠释[J]. 中国外语, 2024, 21(2): 106-111.
- [6] 曾素英, Eric Poirier, 岳巧云. 阿瑟·韦利对中国《诗经》的文化误读与误译[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2023, 36(6): 135-142.
- [7] Bassnett, S. and Lefevere, A. (1990) Translation, History & Culture. Pinter Publisher.
- [8] 王开元. 论中国神话之分类[J]. 新疆大学学报(人文社会科学版), 2007(3): 122-126.
- [9] 刘诚淮. 中国上古神话通论[M]. 昆明: 云南人民出版社, 1992: 216-222.
- [10] 中国哲学书电子化计划. 太平御览[EB/OL]. <https://ctext.org/text.pl?node=407941&if=gb&remap=gb>, 2025-04-13.
- [11] Nida, E. (1945) Linguistics and Ethnology in Translation Problems. *Word*, 1, 194-208. <https://doi.org/10.1080/00437956.1945.11659254>
- [12] 金克剑. 张家界的故事[M]. 长沙: 湖南地图出版社, 2002: 52.
- [13] 顾庆丰. 长沙的传说——民间记忆中的历史与文化[M]. 北京: 中国工人出版社, 2009: 108.
- [14] Mayor, M. 朗文当代高级英语辞典[M]. 第 5 版. 北京: 外语教学与研究出版社, 2014: 1629.
- [15] 吴承恩. 西游记[M]. 北京: 华夏出版社, 2006: 31.