

从等值论视角看《黑神话：悟空》的“出海” 考验

丁 吟

中国矿业大学外国语言文化学院，江苏 徐州

收稿日期：2026年3月5日；录用日期：2026年3月22日；发布日期：2026年4月7日

摘 要

《黑神话：悟空》作为中国游戏领域“讲好中国故事”的文化先锋与首款3A大作，一经问世便在海外引发广泛关注。本文以韦努蒂的等值论为理论视角，采用文本分析方法，从专有名词、地方特色歌谣、文化差异三个维度，探究游戏汉译英字幕中归化与异化翻译策略的运用逻辑与实践路径，为中国文化IP海外传播的翻译实践提供参考。

关键词

《黑神话：悟空》，归化，异化，字幕翻译

The “Overseas Communication” Challenges of *Black Myth: Wukong* from the Perspective of Equivalence Theory

Yin Ding

School of Foreign Studies, China University of Mining and Technology, Xuzhou Jiangsu

Received: March 5, 2026; accepted: March 22, 2026; published: April 7, 2026

Abstract

Black Myth: Wukong stands as a cultural pioneer in the gaming sector for “telling Chinese stories well”. As China’s first AAA blockbuster game, it has garnered extensive international attention since its release. This paper explores the application of domestication and foreignization strategies by Venuti in the Chinese-English subtitle translation of the game from three perspectives: proper nouns, local characteristic ballads, and cultural differences to provide references for the translation practice in

the overseas cultural communication.

Keywords

Black Myth: Wukong, Domestication, Foreignization, Subtitle Translation

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

《黑神话：悟空》是国内自主研发的首款 3A 游戏(游戏领域的 3A 概念，意指开发过程投入大量资金、海量资源与漫长时间)，该作品一经发行便在海外市场掀起“悟空热”，成为中国文化海外传播的重要载体。正如游戏制作人冯骥所言，游戏中密集的中国文化元素既为海外受众带来新鲜感，也客观形成了文化理解的门槛。为突破这一传播壁垒，翻译团队在字幕翻译中进行了多元策略探索。本文以劳伦斯·韦努蒂的等值论为理论基础，聚焦《黑神话：悟空》的汉译英字幕文本，剖析归化与异化翻译策略的具体应用，探讨中国游戏文化 IP 海外传播中翻译策略的选择逻辑。

2. 归化与异化

归化与异化是美国学者韦努蒂在其著作《译者的隐身》中提出的。归化翻译策略以目的语受众的文化认知习惯为核心取向，通过消解源语言与目的语之间的语言隔阂和文化差异，使译文贴合目的语的表达范式，实现受众的无障碍理解。异化翻译策略则主张在目的语文本中保留源文本的“异质性”，凸显源语言的语言特色与源文化的独特内涵，以文化差异的呈现推动不同文化之间的交流与碰撞[1]。

归化策略强调源文本对目的语文化的适应性调整，典型如美国汉学家葛浩文翻译莫言小说时，通过省译、简译等方式简化文化负载内容，实现译文的通俗化表达。异化策略则立足于世界民族文化的多样性，致力于保留源语的文化特质与语言风格，成为跨文化沟通的重要桥梁，如汉语“沙发”对英语 sofa 的音译、英语以 loong 对译中国“龙”的专属概念，均原汁原味地保留了源语言特色，实现了跨文化的符号传递与文化交流。

3. 归化与异化策略在《黑神话悟空》游戏字幕中的应用

《西游记》作为中国古典四大名著之一，承载着深厚的中华传统文化内涵，以其为故事基底的《黑神话：悟空》在面向海外玩家传播时，必然面临通俗性与文化性的平衡取舍，这一取舍本质上体现为翻译中归化与异化策略的选择与融合。勒代雷指出，任何文本的核心都是作者试图传播的背后文化[2]，而鲍志坤亦认为，字幕翻译不仅是语言符号的转换，更是不同文化之间的移植过程[3]。基于此，本文从专有名词、地方特色歌谣、文化差异三个维度，分析《黑神话：悟空》字幕翻译中归化与异化策略的运用实践。

3.1. 专有名词

《黑神话：悟空》中专有名词的翻译根据词汇属性与功能场景的不同，形成了“异化为主、归化为辅”的差异化策略体系，在保留文化特色的同时，兼顾玩家的理解效率。

3.1.1. 人名：以音译为核心的异化策略，局部适配归化

游戏中人物名称的翻译以异化策略为核心，音译法成为主要表达形式，区别于《西游记》经典英译本的译法，构建了专属的文化符号体系。如标题中的“悟空”直译为 Wu Kong，打破了霍克斯译本中 Monkey King 的意译范式；唐僧、猪八戒、沙和尚、灵虚子等人物均采用纯音译形式，译为 Tang Sanzang、Zhu Bajie、Sha Heshang、Ling Xuzi，区别于霍克斯与杨宪益夫妇译本中 Tripitaka、Pigsy 等归化译法。对于游戏中的妖怪概念，译者直接音译为 yaoguai，并以此为基础形成层级体系，将小妖、头目、妖王分别译为 Lesser Yaoguais、Yaoguai Chiefs、Yaoguai Kings；同时将音译与意译结合，如黑熊精译为 Black bear guai、百足虫译为 Centipede Guai，实现了文化概念与具象事物的双重表达。

针对部分与西方文化存在对应意象的人物名称，译者则适度采用归化策略，如金池长老译为 Elder JinChi、虎先锋译为 Tiger Vanguard，在保留音译元素的同时，以目的语受众熟悉的词汇增强理解性。而对于中国神话独有的“土地公”概念，译者进行了创新性的归化处理：区别于《西游记》英译本中的 Local deity 译法，结合游戏中土地公由人参化形、知晓地域风物的角色设定，选用西方文化中的 keeper 一词对译，通过名词后缀的人性化特征，弱化其神性、凸显其地域属性，实现了角色内涵的精准传递。

以异化为主的人名翻译虽在一定程度上增加了海外玩家的理解成本，但对于游戏中杜撰的志怪形象而言，直接音译突破了文化不可译性的壁垒，让海外玩家建立起源语言与文化概念的直接关联；同时，游戏作为视听综合媒介，画面与声音的具象化表达能够有效弥补文字理解的偏差，使玩家实现能指与所指的快速匹配。

3.1.2. UI 界面：以归化为核心，局部融合异化的文化表达

UI 界面(用户界面)是玩家与游戏交互的核心媒介，其名词翻译以“简洁明了、通俗易懂”为首要原则，采用“归化为主、异化为辅”的策略，优先保障游戏的操作体验。

游戏中具有浓厚中国文化特色的功能词汇，译者均剥离其文化内涵，提炼核心功能意义进行归化翻译，如中文版中的“调息、缩地、铸造、泡制、货殖、炼丹”，在英文版本中分别译为 rest、travel、craft、brew、store、make medicines，完全贴合海外玩家的游戏认知习惯。其中“炼丹”译为 make medicines，虽实现了功能层面的对等，但牺牲了源语言的文化特征——中文中的“丹药”是兼具调理身心、提升修为的文化符号，而英语 medicine 的核心释义为治疗疾病的药物，二者在形态与功能上均存在显著差异，这一译法体现了译者对游戏操作体验的优先考量。

游戏菜单栏中的“前尘影事”“小曲”，分别对应游戏 CG 动画与音乐，译者归化为 music videos、music libraries；装备与技能页面的“修行、披挂”简化为 self-advance、equipment；人物属性“道行”译为 experience，道具“仙酿”译为 drinks，均通过语义上移、简化表达的方式，迎合目的语受众的语言习惯，虽在一定程度上损耗了文化信息，但保障了交互的高效性。

在归化为主的整体框架下，译者对部分核心文化词汇进行了异化与归化融合的创新性翻译。如装备栏中“根器”类别下的六大子类别“意见欲、眼看喜、身本忧、耳听怒、舌尝思、鼻嗅爱”，采用“形容词 + 名词”的结构译为 freed mind、craving eyes、grieved body、fuming ears、envious tongue、hubris nose，既保留了身体部位的功能指向性，又通过词汇的情感内涵与西方“七大罪”形成隐性关联，让海外玩家在理解功能的同时，体会背后的文化内涵，实现了功能性与文化性的双重传递[4]。

3.1.3. 其它专有名词：贴合行业范式的归化，彰显文化自信的异化

对于动作游戏的基础设定词汇，译者充分参考欧美 3A 大作的表达范式进行归化翻译，如“气血、法力、气力”直接译为 Health、Mana、Stamina，沿用海外玩家熟悉的游戏术语，降低游戏的上手门槛。

而对于游戏的核心文化符号“金箍棒”，译者则摒弃了 golden cudgel 的经典意译法，采用音译 Jin

Gu Bang, 这一异化策略如制作人冯骥所言, 是中国文化自信的体现——将中国文化中具有专属指向性的概念以拼音形式呈现, 旨在让“金箍棒”与“悟空”共同成为西游文化的标志性符号, 被海外受众熟知并认可, 实现了文化符号的跨文化传播。

3.2. 地方特色歌谣：归化为主，音形兼顾的文化适配

《黑神话：悟空》第二章中灵吉菩萨演唱的陕北说书，是游戏中极具中国地域文化特色的内容。该歌谣在各语言版本中均保留中文原声，英文字幕则采用归化策略，在贴合英文诗歌表达范式的同时，传递歌谣的核心叙事内涵，实现了听觉文化特色与视觉文字理解的平衡。

黄风岭，八百里，曾是关外富饶地
 Yellow Wind Ridge, a mighty ole' range, once buzzin' with joy and glee.
 一朝鼠患凭空起，乌烟瘴气渺人迹
 But the pesky rats took hold, a sudden unfold, turned it all barren and bleak.
 无父无君无法纪，为非作歹有天庇
 The King got denied, rules thrown aside, evil connived, runnin' wild and free.
 幸得大圣借佛力，邪风一时偃旌旗
 Wukong went to the Bodhisattva to plead, granting this land a moment o' peace.
 哪知不测奇祸起旦夕
 Yet before long, another disaster struck,
 那黄毛孽畜再回籍
 The cursed beast returned on a killin' spree
 凶犯不死好得意，福星横尸却成谜
 The hero, he lies there dead, with the truth hidden from ye and me...

选取歌谣第一唱段的翻译为例，原文“黄风岭，八百里，曾是关外富饶地”译为 Yellow Wind Ridge, a mighty ole' range, once buzzin' with joy and glee; “一朝鼠患凭空起，乌烟瘴气渺人迹”译为 But the pesky rats took hold, a sudden unfold, turned it all barren and bleak。从形式上，译文保留了尾韵(ridge-range、hold-unfold、denied-aside)与头韵(barren and bleak)的韵律美，贴合英国诗歌的表达特征，让海外玩家获得韵律上的审美体验；从内容上，译文完整交代了黄风岭由盛转衰的核心叙事，对“有天庇”“偃旌旗”“福星”等文化负载意象进行省译，弱化文化理解壁垒，突出故事主线。

此外，译者还通过语音与字幕的协同归化，实现了地域文化的跨文化映射：歌谣结束后灵吉菩萨与悟空的对话，英文配音采用苏格兰口音，利用陕北在中国的地理定位与苏格兰在大不列颠岛的地理定位的相似性，让海外玩家通过熟悉的地域口音，感知中国地域方言的差异性，这一处理让诸多海外玩家产生“这是中国的地方方言吗？”的共鸣，实现了地域文化特色的间接传递。游戏各章节结束后的 CG 动画字幕，亦采用此策略，依托画面与声音传递文化内涵，字幕仅保留核心大意，兼顾传播效率与文化体验。

3.3. 日常台词：字幕媒介特征约束与目标市场语言习惯的适配

日常台词的翻译呈现出归化为主、适度异化为辅的特征，其决策动因核心围绕字幕翻译的媒介特征、海外玩家的日常语言习惯展开，同时兼顾游戏的叙事节奏与娱乐属性，从根本上避免文化壁垒影响游戏的核心体验。其中归化为主的策略选择有着双重核心动因。

一方面是字幕媒介的客观约束，字幕翻译本身具备瞬时性、空间局限性的特点[5]。要求译文简洁连

贯，因此翻译中会将“心急吃不了热包子”译为西方经典谚语 *Haste makes waste*，用海外玩家熟知的表达替代中国俗语，使其能在极短时间内理解语义，无需额外思考俗语背后的文化背景，同时也会删减原文中的隐喻表达，让字幕贴合“言简意赅”的要求，防止文字过长或晦涩影响玩家的游戏观看与操作体验；另一方面则是对目标市场日常语言习惯的适配，用英语语境的经典表达、通俗词汇替换中文的土话、俗语，是贴合海外玩家语言习惯的选择，游戏日常台词作为角色对话与叙事的核心载体，核心功能是推动剧情、塑造角色，而非直接的文化传播，采用归化的日常语言，能让海外玩家产生语言上的亲切感，快速融入游戏的叙事氛围，契合“娱乐产品首先要让受众产生情感共鸣”的商业逻辑。

而在归化为主的前提下进行的适度异化，其目的并非单纯的文化输出，而是为了实现多维度的语言风格适配，进而达成文化的轻量渗透，比如将文言文译为古英语、将中文幽默转化为英语谐音梗，前者是因文言文在中文语境中的古朴典雅风格，与古英语在英语语境中的风格相契合，二者的对等翻译能实现“功能对等”，后者则是为了让海外玩家感受到角色对话的趣味性，避免因文化差异导致的幽默流失，这种适度异化不会增加玩家的理解成本，却能让玩家在剧情体验中自然感受中国语言的特色。此外，对于海外玩家难以理解的西游核心桥段，翻译团队选择拒绝附加背景说明，这一决策的同样是为了保障游戏的叙事节奏与游玩体验，作为一款 3A 游戏，其核心属性是娱乐产品，“吸引玩家、提升游玩体验”是首要目标，若为每个文化桥段附加背景说明，会打破游戏的叙事节奏，让玩家从游戏体验中抽离，使游戏体验变成“文化知识的学习”，而非原本的娱乐体验。这一选择也体现出翻译对游戏产品属性的尊重，即文化传播是游戏的附加价值，而非核心价值，唯有先保障优质的游戏娱乐体验，才能让海外玩家主动去了解背后的西游文化，最终实现“以产品吸引受众，以受众推动文化传播”的良性循环。

4. 总结

本文以韦努蒂的等值论为理论视角，系统探析了《黑神话：悟空》汉译英字幕中归化与异化翻译策略的运用实践。研究发现，游戏翻译团队根据文本类型、功能属性与传播场景的差异，实现了归化与异化策略的动态融合与精准适配：对于承载核心文化内涵的专有名词，以异化策略为主，构建专属的西游文化符号体系，辅以归化策略保障基本理解；对于游戏交互核心的 UI 界面名词，以归化策略为核心，优先保障游玩体验，局部融合异化实现文化渗透；对于地方特色歌谣，采用归化策略兼顾韵律与叙事，通过语音与字幕的协同实现地域文化的跨文化映射；对于日常台词，以归化策略消解理解壁垒，适度异化实现文化的潜移默化传播。本研究是基于游戏目前的有限宣传材料进行分析，其结论有待未来整体语料库建库后得到进一步验证和修正。

归化与异化翻译策略各有其价值与局限：异化策略能够保留源文化的异质性，让海外玩家建立清晰的中国文化形象符号，推动中国文化的标志性概念跨文化传播；归化策略则能降低文化理解成本，保障海外玩家的接受效率，为文化传播奠定基础。二者并非对立关系，而是相辅相成，共同服务于中西方文化的跨文化交流。

《黑神话：悟空》的翻译实践，为中国游戏文化 IP 乃至中国文化的海外传播提供了重要启示：在跨文化翻译实践中，应摒弃非此即彼的策略选择，以传播目标为导向，根据文本的功能属性、文化内涵与受众特征，实现归化与异化策略的灵活搭配与有机融合；在保障传播效率的基础上，注重文化特色的适度保留与创新表达，以“吸引”替代“输出”，让海外受众通过优质的文化产品，主动了解并接受中国文化，真正实现“讲好中国故事”的文化传播目标。

参考文献

- [1] Venuti, L. (1995) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge.

- [2] 玛丽雅娜·勒代雷. 文化——翻译的基石[J]. 刘和平, 译. 东方翻译, 2020(5): 4-9.
- [3] 鲍志坤. 从归化与异化的角度审视电影字幕翻译[J]. 电影文学, 2012(24): 160-161.
- [4] 王克非, 王颖冲. 论中国特色文化词汇的翻译[J]. 外语与外语教学, 2016(6): 87-93+149-150.
- [5] 王婷婷. 电影字幕翻译中的归化与异化——以《霍比特人 1: 意外之旅》为例[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2014, 41(S4): 129-131.