

《黑神话：悟空》文化负载词英译策略对山西文旅公示语翻译的启示

张思恬

南京理工大学外国语学院，江苏 南京

收稿日期：2026年7月11日；录用日期：2026年8月12日；发布日期：2026年8月26日

摘要

在全球化浪潮以及我国全面推进优化入境免签政策的大背景之下，中国迎来向世界展现文化瑰宝与当代活力的重要机遇时期。2024年，伴随中国首款3A大作《黑神话：悟空》在全球范围内破圈出海，作为游戏主要取景地的山西省迎来前所未有的“国际文旅热”，海量国际游客涌入三晋大地探寻古建与神话的渊源。和游戏在海外市场备受赞誉的高质量本地化翻译形成对比的是，山西多地知名实体景区的公示语翻译存在不规范的现象。语法错乱、意象流失、拼写错误等问题一定程度上影响了游客的实际体验，也在很大程度上阻碍了中华优秀传统文化的有效传播。本文以“目的论”与“文化间性”作为核心理论基础，采用跨媒介对比分析的方法来展开研究。研究发现，景区公示语错译根源可能在于从业者受众意识的薄弱、跨文化语境考量的欠缺以及长效审校管理机制的不足，而游戏翻译成功的核心在于灵活应用多样化翻译策略，在“保留中国文化主体性”与“降低海外受众认知负荷”之间取得了较好的平衡。本研究旨在尝试打破数字媒介与实体景观的翻译研究壁垒，为地方文旅外宣翻译的规范化、专业化与跨文化创新提供实证参考。

关键词

《黑神话：悟空》，文化负载词，山西文旅，公示语翻译，翻译补偿

Implications of the English Translation Strategies of Culture-Loaded Words in *Black Myth: Wukong* for the Public Signs Translation of Shanxi Cultural Tourism

Sitian Zhang

School of Foreign Studies, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: July 11, 2026; accepted: August 12, 2026; published: August 26, 2026

文章引用：张思恬. 《黑神话：悟空》文化负载词英译策略对山西文旅公示语翻译的启示[J]. 现代语言学, 2026, 14(8): 921-926. DOI: 10.12677/ml.2026.148857

Abstract

Against the backdrop of globalization, China has entered an important period of opportunity to showcase its cultural treasures and contemporary vitality to the world. In 2024, following the global breakthrough of *Black Myth: Wukong*, China's first AAA-class blockbuster game, Shanxi Province, the primary location for the game's scene design, has witnessed an unprecedented "international cultural tourism boom". However, non-standard translations occasionally occur in the public sign translation. Problems such as grammatical errors, image distortion, and spelling mistakes emerge, which may impair tourists' actual experience and, to a large extent, hinder the effective dissemination of excellent traditional Chinese culture. This study takes "Skopos Theory" and "interculturality" as the core theoretical basis and adopts the method of cross-media comparative analysis to carry out the research. The study finds that the root causes of mistranslations in scenic spot public signs may lie in practitioners' lack of audience awareness, cross-cultural context consideration, and long-term proofreading management mechanisms. In contrast, the core of the game's translation success lies in the flexible application of diversified translation strategies, achieving a good balance between "preserving Chinese cultural subjectivity" and "reducing the cognitive load of overseas audiences". This study aims to break the research barrier between digital media translation and physical landscape translation, and provide empirical references for the standardization, professionalization and cross-cultural innovation of external publicity translation for regional cultural tourism.

Keywords

***Black Myth: Wukong*, Culture-Loaded Words, Shanxi Cultural Tourism, Public Sign Translation, Translation Compensation**

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

在如今全球化和跨文化交际越来越频繁的当下，文化软实力已经成为衡量一个国家综合国力的重要指标；而旅游文本以及景区公示语作为对外宣传旅游资源、吸引外国游客前来参观游玩的宣传资料，是国际社会直观感知中国文化的第一扇微观视窗。近年来，随着我国入境旅游市场的复苏尤其是国产 3A 游戏《黑神话：悟空》在国际市场取得显著成功，中国传统文化的国际传播迎来了重要契机；与此同时山西省作为《黑神话：悟空》全国 36 个取景地中独占 27 个的古建大省收获了巨大的国际流量，在现实中迎来了大批海外游客的实地探访。

然而繁荣的文旅市场背后却暴露出跨文化服务基础设施的短板：据权威媒体调查披露，山西多地知名景区如平遥古城、崇福寺、娘子关等的英文标识牌频现翻译乱象，从低级的拼写错误到令人费解的“中式英语”，严重损害了景区的国际形象[1]，这一现象引发了学界对旅游外宣翻译现状的深刻反思，对于这些蕴含深厚历史积淀的文化负载词与保障游客安全的提示语，如果仅仅停留于机器翻译或字面对等的粗浅层面，可能会导致交际阻滞。

回顾现有的翻译研究能发现学界在公示语翻译和游戏本地化翻译两个领域各自取得一定成果，在公示语翻译领域罗选民等学者较早提出了公示语翻译应遵循简洁性、规约性与互文性原则且指出指令不清

楚、意图被歪曲、语气不和谐、术语不匹配、文化不兼容等问题是公示语功能丧失主要原因[2]；在游戏本地化领域随着《黑神话：悟空》现象级传播，王朝政等学者提出文化产品翻译应采取“全球本土化与本土全球化相融合”的两大策略来兼顾工具理性与价值理性[3]，学者李怡嘉则从“编码-解码”视角出发证实保留拼音结合语境补偿策略能有效提升海外玩家对中国文化符号接受度[4]；此外关于建筑文本中文化缺省现象的翻译补偿研究也为处理古建专有名词提供了理论支撑[5]。然而现有文献大多将“数字游戏文本”与“实体文旅文本”割裂开来，很少有研究尝试把现象级文化产品里成功的翻译范式跨媒介地“反哺”到当前急需整改的实体景区公示语翻译实践当中。

基于这样的情况本文提出下面这些核心研究问题：山西知名景区公示语在跨文化交际里到底陷入了哪些深层翻译误区？《黑神话：悟空》针对同源的三晋古建与神话文化负载词采用了怎样的英译策略进而跨越文化鸿沟？实体文旅景区又该如何借鉴这些前沿数字媒介翻译经验对现有乱象进行系统性优化与升级？本文将立足目的论与文化翻译观通过案例剖析为山西文旅外宣翻译规范化与创新提供理论与实践参考。

2. 山西文旅公示语翻译的现状乱象剖析

景区公示语主要承担指示引导、安全警示和文化传播这三大核心功能，然而经过对近期新闻媒体曝光情况以及实地调研数据进行分析后发现，山西部分核心景区公示语翻译在这三大维度方面均存在一定的失位问题，进而导致跨文化交际出现阻滞。

景区公示语的首要属性是具备功能性，机械的字面直译会把语言的语用情境完全剥离，进而导致警示与引导功能在很大程度上失效。德国功能派翻译理论核心“目的论”强调，翻译行为应该由其在目的语语境中预期达到的交际目的来决定[6]；景区安全标识目的是防范风险，引导标识目的是促成行动，若译文背离了这一目的就会影响翻译效果：比如在世界文化遗产平遥古城的入口处，购票指南把中国国民级支付工具“支付宝”直接字面拆解翻译为“Pay Treasure”，这种缺乏商业常识与词汇规约的机械直译，让外国游客在实际操作中难以将其和手机上的“Alipay”应用联系起来，致使支付引导功能受限；再如在祁县昭馥古城的卫生间内，用于防范碰头风险的安全提示语“小心碰头”被译为“Carefully Meet”；同样在朔州崇福寺弥陀殿，高达两米的台基边缘标识牌提醒游客“当心踩空”，其英文翻译成了“Be careful on empty”。这种脱离语境的直译不仅难以传递“Mind Your Head”或“Watch Your Step”的准确警示信息，反而可能会让外国游客感到莫名其妙，甚至增加忽视潜在安全隐患的风险。

人文景区的标牌不只是简单解说词，更是传递中国古典美学与历史渊源的文化载体，生硬拼音叠加或者半字面翻译可能消解中国文化负载词的审美价值。旅游文本里的文化负载词通常蕴含深厚民族历史记忆与集体认知模式，有着不可替代的审美意象[7]。要是译者只停留在表层符号转换，却不做任何语境补偿，就会造成目的语读者出现“文化缺省”情况，也就是读者因缺乏相应文化背景知识而较难在大脑中构建等效审美体[8]。比如在阳泉娘子关景区，极具诗情画意和画面感的景点名称“长城迎旭”被译成“The Great Wall yingxu”，“烽台夕照”被译成“feng Tai Sunset”，这种“英文加汉语拼音”的夹杂式翻译策略缺乏规范性，既没遵循音译专有名词的国际规范，又一定程度上剥离原词中的意境。“迎旭”本意是迎接初升朝阳，象征着生机与壮丽，“夕照”描绘落日余晖洒满古老烽火台的苍凉与厚重；当目标语读者看到“yingxu”或“feng Tai”时，其认知图式容易产生认知缺口，较难唤起关于长城日出或壮美落日的联想。这种缺乏解释性或意译重构的翻译，让景区文化魅力受到影响。

除了翻译策略和跨文化意识方面存在不足之外，景区标识牌里大量出现的拼写、排版以及乱码等错误，从根本上暴露出地方文旅部门在翻译外包和后期维护管理机制上存在一定的漏洞。公示语作为官方设立的公共设施，其文本呈现的严谨程度直接代表着景区的专业水准和国家的对外形象；翻译作为一项

系统工程，离不开前期的专业译写以及后期的严密审校。然而新华社实地走访揭露了现状：运城李家大院一处门楼介绍里英文翻译出现未删除的编程代码片段，翻译“修德为善”时把核心词“修德”译成日语罗马音“Shūtoku”；崇福寺钟鼓楼介绍中翻译内容出现“半路丢句”截断现象，只翻译第一句便戛然而止；此外平遥古城日升昌票号将“Mind Your Head”错拼成“Ming Your Head”，李家大院将“Business”错拼成“Busienss”，这些基础性错误出现在实体标牌上，体现出部分景区在标识翻译上可能存在“前期过度依赖机译、后期缺乏校对”的管理短板。

3. 《黑神话：悟空》文化负载词英译的成功范式

面对和山西古建有着相同源头且规模更为庞大结构更加复杂的中国神话与传统建筑文化语料库，《黑神话：悟空》的本地化团队改变了单一的归化思维，采用兼顾文化特性与受众体验的“融合性本地化翻译策略”，为文化产品的国际化传播提供了参考

针对代表中华文明独特性且在西方文化里存在词义空缺的核心文化负载词，游戏果断采取“标出性音译”策略，以保持中国文化主体地位并重塑西方受众文化图式。在全球化时代的文化交际当中，传统的归化翻译倾向于用目标语中已有近似概念去套用源语概念，这常常会弱化源语文化的独特性。在《黑神话：悟空》的英译过程里，最引人注目的就是“妖怪”和“龙”的翻译，翻译团队没有沿用西方奇幻文学中带有邪恶、地狱色彩的“Monster”或“Demon”，而是直接将其音译成“Yaoguai”，这一音译策略在本质上和西方语境中的怪物作出了区分。在中国传统志怪文化当中，“妖怪”是万物吸收天地灵气修炼而成的生灵，具有鲜明人格与复杂善恶观。通过输入“Yaoguai”这个异化符号，游戏在海外玩家群体中成功建立全新中国神话认知体系。

面对由于中西历史文化差异导致的“文化缺省”现象，游戏翻译团队并未仅仅提供孤立的拼音，而是较为灵活地运用了增译与具体化的翻译补偿手段。当源文本里包含中国受众习以为常、外国受众却如同看天书的宗教和历史背景时，直接翻译或者单纯音译易造成意义的流失，这种情况下可能通过补偿手段在译文中把隐藏的文化逻辑补充完整。就比如在游戏当中出现山西建筑元素以及相关的神话背景时，文本提到了“十殿阎王”。要是把它机械地直译为“The Ten Kings of Hell”，西方玩家可能会将其和撒旦、地狱烈火等联系起来，进而产生文化误读。为此，本地化团队把它译为“the Ten Kings of Hell, the ten rulers who control the underworld in Chinese folklore”(十殿阎王，中国民间传说中掌管冥界的十位统治者)，在名词后面增加同位语，明确指出这是“Chinese folklore”里的概念，并且具体说明了其“control the underworld”的职能。这种“显性补偿”策略在不破坏玩家阅读连贯性的前提下，一定程度上填补了海外受众的文化知识空白。同样的道理，在翻译中国古建筑中特有的结构“平座”时，译者不仅对名称进行了音译，还紧接着给出解释，“Pingzuo, the horizontal projection from the building for people to stand or sit”(平座，从建筑上水平挑出供人站立或坐卧的结构)。这种“音译 + 解释性增译”的融合模式，既输出了中国古建的专有名词，又大大降低了玩家的认知负担。

在处理那些需要瞬间理解的指令性技能文本，或者带有强烈情感色彩的角色台词时，游戏翻译切实地践行目的论思想，并且采用创译与功能对等策略，以此来确保目标语玩家能够获得完全相同的体验反馈。游戏字幕与界面存在时空局限性，留给玩家们阅读和思考的时间极为短暂，并且由于屏幕限制，译文应力求简洁[7]，对于孙悟空标志性的核心战斗技能“定身术”，要是机械地直译为“Body Fixing Magic”或者“Immobilization Spell”，不仅行文会显得冗长，还会让西方玩家在激烈动作战斗中反应迟钝。译者捕捉该法术在游戏机制中“限制敌人移动”的语用核心功能，将其转换为游戏界玩家极其熟悉的通用术语“Immobilize”，这一功能对等译法有助于跨越文化障碍，保障玩家操作指令的极速传达与战斗体验的流畅度。此外在游戏开场二郎神对孙悟空经典怒喝“泼猴”的翻译上，译者没有采用刻板的“splashing

monkey”，而是根据当时敌对语境将其创译为“foul monkey”，“foul”一词带有负面、令人不悦的评价色彩，较好地传达了二郎神居高临下的斥责与当时的紧张冲突氛围。

4. 游戏英译对山西文旅公示语翻译的实践启示

《黑神话：悟空》处理含山西古建和中国神话元素文化文本的经验，为破解山西实体文旅景区标识“看不懂、没人管”的现象提供直接且具可操作性启示。

地方文旅部门及景区管理方应逐步转变翻译观念，减少依赖机器翻译的字面对应思维，树立以游客功能体验和文化有效传播为双核心的融合性翻译理念。景区公示语不是孤立词汇罗列而是跨文化服务与交际重要媒介，其翻译要服从文本特定功能[1]。面对有指示与警示功能的安全提示语应遵循实用主义导向采用符合英语母语者习惯规约性表达，只有最基础语用与服务功能充分保障景区后续文化展示才有现实基础。

山西景区里到处都有富含深厚历史底蕴的景点名称、建筑构件和历史典故，文旅部门可适当借鉴借鉴游戏处理“平座”和“十殿阎王”的做法，灵活运用“音译结合增译”的补偿策略：对于娘子关景区“长城迎旭”和“烽台夕照”这类具有画面感的四字美景，一方面可采用意译来重构其意境，将它们分别译为“The Great Wall Bathed in the Morning Sun”和“The Beacon Tower in the Sunset Glow”，另一方面若为彰显中国独特命名的文化主体性而保留拼音，建议加上英文副标题来具体阐释，也就是采用“Yingxu (The Great Wall Bathed in the Morning Sun)”这样的结构；同样，对于李家大院中具儒家色彩的“修德”一词，可根据其文化内涵采用意译法精准传达为“Cultivating moral character”或“Practicing virtue”，通过这种精细化的厚翻译策略，既能够保留三晋文化独特的中国韵味，又可以确保深层文化信息有效通达，减轻国际游客的理解障碍。

5. 游戏本地化与公示语翻译比较的局限性及建议可行性分析

在将《黑神话：悟空》等商业游戏的本地化经验应用于山西实体文旅公示语翻译时，必须正视两者在项目性质、预算、流程以及目标等方面的客观差异，并对其进行适应性改造，以确保建议的可行性。

首先，在项目性质与预算方面，3A 游戏本地化属于典型的高投入、长周期商业驱动项目，拥有庞大的专业团队与较充足的资金支持；而景区公示语翻译多属于公共服务范畴，预算和人力资源往往受限。因此，要求景区完全复制游戏级别的本地化团队标准并不符合实际。

其次，在流程机制方面，游戏本地化包含多轮严密的语言测试(LQA)与文化顾问把关；相比之下，景区标牌从设计、审批到落地的流程相对较短，外包管理有时较为粗放。若直接引入复杂的审校流程，可能会大幅增加管理成本，甚至在既有标识更换的物理成本和审批时间上遭遇一定的执行阻力。

基于上述局限性，在借鉴游戏本地化经验时，需要进行必要的“适应性改造”。在实施成本方面，可以采取“分级分批”的整改策略，优先对 5A 级景区及核心景点(如平遥古城、晋祠等)的关键标识进行翻译升级，避免“一刀切”带来的资金压力。在管理模式方面，地方文旅部门可探索与本地高校外语院系的“校企合作”模式，以较低成本引入外语专家资源。此外，在日常运营中，景区可充分利用数字化手段，在指示牌下方增设扫码纠错的二维码反馈渠道，将原本静态的管理转化为公众参与、动态迭代的优化过程，使跨媒介借鉴策略更具现实可行性和建设性。

6. 结语

景区公示语是跨文化服务与交际重要媒介，其翻译要服从文本特定功能[9]。本文通过跨媒介对比研究深刻揭示出当前山西文旅实体景区公示语翻译存在语用失效、意象流失与管理疏漏等问题，其本质可能在于相关从业者跨文化交际意识有待提升、过度依赖机器翻译以及缺失长效专业把关机制；相反国产

游戏《黑神话：悟空》能成功实现三晋古建与中华神话全球破圈输出，核心是本地化团队熟练运用“融合性翻译策略”，在功能性指令文本上追求极致语用与情感对等，在深邃文化负载词上通过“标出性音译 + 增译具体化”结合，兼顾中国文化主体性彰显与海外受众认知负荷降低。

受限于论文篇幅与实地调研条件客观制约，本文剖析山西文旅公示语负面乱象时引用实证案例主要依托权威媒体近期深度调查报道，未能独立建立涵盖全省所有重点 5A 级景区的系统化、量化语料库，此外对于数字游戏文本向实体指示牌转化过程中不可避免的空间排版与字数限制问题，本文探讨翻译策略落地适用性时尚不够深入细致。

展望未来科技与文旅产业深度融合的趋势，翻译学界研究要进一步打破传统文本类型固有壁垒，高度关注“数字媒介翻译”像短剧出海和“实体景观翻译”如文保碑文、多语种数字导览图之间的互文性特征及翻译策略跨界借用，同时借助眼动仪捕捉、脑电波分析以及海外受众问卷调查等实证研究工具，科学量化并测试外国游客对直译版、音译版、厚翻译版等不同版本景区标识的真实认知反应与情感认同度，这会成为精准评估我国文旅外宣翻译质量并指导实践优化的前沿发展方向。

“一部《黑神话》，火了山西游”，游戏惊艳视觉呈现为山西文旅引来了庞大的国际流量，而专业准确且富有文化温度的公示语翻译才是真正留住国际流量、讲好中国故事、塑造大国形象的重要基础设施。本研究旨在论证将数字时代优秀文化产品本地化成功智慧反向引入并指导传统实体文旅外宣翻译的巨大可行性与潜力，这不仅为地方文旅部门更新翻译服务观念、规范译写审核标准、重塑多方协同管理机制提供参考，更为探索中华优秀传统文化跨越语际鸿沟、走向世界舞台中央提供跨学科研究视阈。

参考文献

- [1] 王皓, 万倩仪. “看不懂”的景区标识——多地知名景区翻译乱象调查[N]. 新华每日电讯, 2025-12-19(03).
- [2] 罗选民, 黎土旺. 关于公示语翻译的几点思考[J]. 中国翻译, 2006, 27(4): 66-69.
- [3] 王朝政, 魏向清, 王杰. 中国文化产品国际推广的本地化翻译策略创新——以《黑神话：悟空》本地化英译为例[J]. 上海翻译, 2026(1): 38-44.
- [4] 李怡嘉. “编码-解码”视角下游戏本地化翻译与传播效能研究——以《黑神话：悟空》为例[J]. 内蒙古财经大学学报, 2026, 24(1): 128-136.
- [5] 姜晓雯. 建筑文本汉英翻译中文化缺省现象的补偿——以《寻访山西古庙：晋东南、晋南篇》(节选)为例[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西大学, 2025.
- [6] Nord, C. (1997) *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. St. Jerome Publishing.
- [7] 朱晓钰, 纪琳. 文化翻译理论视域下游戏文本文化负载词的翻译——以《黑神话：悟空》为例[J]. 英语广场, 2025(28): 12-15.
- [8] 潘孝荣. 《黑神话：悟空》翻译之道：文化缺省与翻译补偿[J]. 疯狂英语(高中版), 2026(2): 38-39.
- [9] Nida, E.A. (2001) *Language and Culture: Contexts in Translating*. Shanghai Foreign Language Education Press.