

旅游景点标识语英译的规范化研究：问题、成因与对策

吴紫维，张晶薇*

辽宁科技大学外国语学院 辽宁鞍山

【摘要】随着全球化进程不断加深和我国旅游业蓬勃发展，旅游景点标识语的重要性日益凸显，其英译质量也成为影响外国游客体验及地区形象的关键因素。本文围绕旅游景点标识语英译的规范化问题，从失误类型、成因分析、改进策略三个层面展开系统研究。通过实地调研与文献分析，结合大量旅游景点标识语英译实例，系统归纳出三大类失误：一是语言层面的拼写错误、语法混乱与用词不当；二是文化层面的意象误传，特别是文化负载词的处理不当；三是功能层面的信息传递失效，包括信息冗余、缺失等问题。在进一步深入分析后发现，上述问题主要源于两大因素：译员专业素养不足和翻译流程管理不规范。前者体现在语言能力薄弱、翻译技能欠缺、跨文化意识不足等方面；后者表现为审核机制缺失、反馈渠道阻塞、维护更新滞后等管理漏洞。针对这些问题，本文也相应提出以人才培养与流程管理为核心的规范化路径，以期为提升旅游翻译质量、促进跨文化传播提供参考。

【关键词】旅游；标识语；英译；规范化；文化差异

【基金项目】辽宁科技大学创新训练项目（项目编号：599）

【收稿日期】2025年11月19日 **【出刊日期】**2025年12月3日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250479

A study on the standardization of English translations for tourist attraction signage: issues, causes, and countermeasures

Ziwei Wu, Jingwei Zhang*

School of Foreign languages, University of Science and Technology, Anshan, Liaoning

【Abstract】 As globalization deepens and China's tourism industry flourishes, the importance of signage language at tourist attractions has become increasingly prominent. The quality of their English translations has emerged as a critical factor influencing foreign visitors' experiences and regional image. This paper systematically examines the standardization of English translations for tourist attraction signage, exploring three dimensions: error types, root causes, and improvement strategies. Through field research and literature analysis, combined with numerous translation examples, three major categories of errors are systematically identified: First, linguistic errors including spelling mistakes, grammatical errors, and inappropriate word choice; second, cultural misinterpretations, particularly the mishandling of culturally loaded words; Third, functional failures in information transmission, including redundancy and omissions. Further analysis reveals these issues stem primarily from two core factors: translators' inadequate professional competence and non-standardized translation process management. The former manifests as weak language proficiency, inadequate translation skills, and insufficient cross-cultural awareness; the latter appears as management gaps such as absent review mechanisms, blocked feedback channels, and delayed maintenance updates. Addressing these issues, this paper proposes a standardized approach centered on talent development and process management, aiming to enhance tourism translation quality and facilitate cross-cultural communication.

【Keywords】 Tourism; Signage; English translation; Standardization; Cultural differences

1 引言

在全球化进程加速和我国旅游业蓬勃发展的背景

下，越来越多的外国游客来到中国旅游，感受中华上下五千年的悠久历史与灿烂文明。旅游景点标识语作为

*通讯作者：张晶薇，辽宁科技大学外国语学院，教授，研究方向：翻译理论与实践研究。

信息传播与文化展示的重要媒介, 在引导游客观光、传播文化魅力等方面发挥着不可轻视的作用, 可谓我们的“门面”。然而, 当前国内旅游景点标识语的英译质量参差不齐、普遍存在翻译流程管理不规范等诸多问题, 不仅严重影响了外国游客的旅游体验, 也极大有损我国自身的文化形象^[1]。因此, 系统研究标识语英译的规范化路径, 具有显著的现实意义与应用价值。

2 旅游景点标识语英译的失误类型

2.1 语言错误

语言错误是英译中最常见也最表层的失误类型, 主要体现在词汇、语法及拼写等基础层面, 包括拼写错误、语法错误、用词不当等。这类错误直接暴露了译者语言基本功的欠缺或翻译态度的不严谨。

首先, 在词汇层面, 用词不当 (Inappropriate Wording) 问题尤为凸显。例如, 某景区的“请勿随地吐痰”被翻译为“Don't Spit Everywhere”。“Spit”一词在英语中语气强烈且颇具冒犯性, 同时“Everywhere”的使用更显粗鲁, 带有命令意味。这种直白且生硬的翻译不仅不符合英语警示语惯用的委婉表达习惯 (如更地道的“No Spitting”) ^[2], 而且容易让游客感到不适, 甚至冒犯到外国游客, 进而严重损害该景区的国际形象。

其次, 语法混乱 (Grammatical Chaos) 也是普遍现象。常表现为主谓不一致、时态语态误用及介词搭配错误等。比如, 在某古迹介绍中, “这座寺庙建于明朝”被译为“This temple built in Ming Dynasty”, 既缺少系动词“was”, 又在朝代前漏掉了必要的定冠词“the”, 该句正确的译法应为“This temple was built in the Ming Dynasty”。此类错误虽不一定会造成游客在理解上的绝对障碍, 但会极大地削弱译文专业性, 让读者对信息的权威性产生质疑。

最后, 低级的拼写错误 (Spelling Mistakes) 也屡见不鲜, 如将“出口 (Exit)”误译为“Export”, 将“售票处 (Ticket Office)”拼错为“Tiket Office”等。这类失误能反映出景区从翻译、审核到制作安装的整个流程都存在监管漏洞。

2.2 文化差异

翻译的本质是跨文化交际, 是文化的交流与传递, 而非简单的符码转换。由于中西方在历史传统、价值观念、思维模式及神话体系上存在显著差异, 文化负载词 (Culture-loaded Words) 的翻译成为标识语英译中的核心难点, 处理不当便会直接导致深层的文化误解, 甚至引发文化冲突。

具体而言, 文化意象的错位 (Cultural Image Dislocation) 最为典型。以中华民族的核心图腾“龙”为例, 在许多景区介绍中, 将其简单地直译为“dragon”实则不妥, 这是一个严重的文化误译。在中国文化语境中, “龙”是祥瑞、皇权与民族精神的象征, 承载着积极正面的文化内涵; 而在西方文化语境里, “dragon”则多为口喷烈焰、凶残暴戾、守护财宝的怪兽, 是英雄需要征服的对象, 具有强烈的负面包色^[3]。这种意象的错位无疑会扭曲中国文化意象, 导致西方游客在游览故宫、天坛等皇家建筑时, 对随处可见的“龙”纹饰产生完全相反的、负面的文化解读, 从而无法理解其真正的文化精髓。

除此之外, 文化专有项 (Culture-specific Items) 的翻译也考验着译者的智慧。例如, 将寺庙中的“斋堂” (僧侣集体用膳的场所, 具有特定的宗教规制与氛围) 简单地译为“Vegetarian Hall” (素食厅)。虽大意相近, 传达了“素食”的基本信息, 却完全剥离了其独特的宗教语境与文化氛围, 属于典型的“文化亏损” (Cultural Loss), 难以帮助外国游客感受其背后深厚的文化底蕴。

2.3 信息传递不当

标识语的核心功能是在特定场景中准确、高效地传递信息, 以引导游客、保障安全与传播文化。当译文无法实现这一核心功能时, 就会出现信息传递不当的问题, 具体可表现为信息冗余、信息缺失或信息错误等情况。

其中, 信息冗余 (Information Redundancy) 是最常见的现象。它指译文提供了超出必要范围的信息, 显得啰嗦且不专业。例如, 公共场所常见的“请勿吸烟”, 其国际通用且高度规范的译法是“No Smoking”。但部分景区却画蛇添足地译为“Please Do Not Smoke Here”, 其中的“Please”和“Here”都是不必要的修饰, 反而削弱了警示语的力度, 使其变得拖沓, 不符合标识语简洁、醒目、规范的文体特征^[4]。

另一方面, 信息缺失 (Information Lack) 与信息错误 (Misinformation) 的危害更为严重。信息缺失常见于富含文化背景的景点名称或介绍中, 如将“大禹治水”这一历史典故仅译为“Da Yu Controls Water”, 而没有对“大禹”这一历史人物及其治水的重要意义做任何相关背景的补充, 易导致外国游客难以理解该景点的文化内涵。信息错误则更为严重, 如某景区将“小心碰头”误译为“Be Careful to Hit Your Head”, 这种表述像是在提醒游客去小心地撞头。正确的译法应该是“Mind

Your Head”或“Low Ceiling”。这类错误不仅不能起到警示作用, 还可能误导游客, 进而引发安全问题。

3 旅游景点标识语英译失误的成因及改进策略

3.1 失误成因

旅游景点标识语英译失误的成因复杂多样, 主要包括以下几个方面:

(1) 译员专业素养不足

首先, 语言能力不足。部分景区的翻译工作由非专业翻译人员承担, 而这些翻译人员很可能缺乏扎实的英语基础, 易导致语法错误、用词不当或拼写错误等。而类似拼写错误等低级错误的发生在某种程度上也是部分译员缺乏责任心, 未能认真对待翻译任务的体现。其次, 翻译技能欠缺。许多翻译人员未接受过系统的翻译培训, 缺乏对标识语功能性与规范性的理解, 因此其在实际工作中难以应对复杂的翻译任务。此外, 译员自身的翻译技能具有局限性, 若其缺乏专业的翻译技巧则易对原文的语境或功能理解不当, 导致翻译结果生硬或不恰当。最后, 跨文化交际能力不足。翻译不仅是语言的转换, 更是文化的传递^[5]。中西方在语言表达、文化内涵、思维方式等方面存在显著差异, 这对译员的跨文化交际能力提出了高要求。如果译员缺乏跨文化交际意识, 那么在翻译过程中将面临很大的挑战——难以妥善处理文化差异。文化差异的处理不当容易产生文化误解。以中国文化为例, 若译员对中国文化的理解不够深入则难以在翻译中准确传达文化内涵。

(2) 翻译流程管理不规范

景区缺乏系统的流程管理是导致旅游景点标识语英译失误的因素之一。没有系统性的流程审核机制, 从翻译、审核到最终制作安装的各个环节都可能出现疏漏。如“Exit”误译为“Export”等拼写错误, 往往因审核不严而未能纠正。同时, 有效的质量控制和反馈机制也至关重要。某些景区未建立游客反馈渠道, 导致翻译问题未能及时发现和纠正。此外, 某些景区的个别标识语可能因景区改造而需要更新, 但部分景区未对标识语翻译进行定期更新和维护, 长此以往, 过时或错误的翻译则长期存在, 不仅使翻译内容与实际需求脱节, 还影响游客的观景体验。

3.2 改进策略

(1) 构建专业化翻译人才培养与遴选机制

建立严格的译者遴选与认证体系, 优先选用持有全国翻译专业资格(水平)考试(CATTI)等权威证书, 或具备丰富旅游文本翻译经验的译员或团队。杜绝将标识语翻译工作随意交由非专业人员处理。同时, 开展

系统化专项培训, 定期组织在岗译员和景区管理人员进行培训。培训内容应超越基础语言知识, 重点涵盖旅游功能性文本的翻译原则与规范、文化负载词处理策略以及跨文化交际实战等内容, 提升译员的综合素养^[6]。

(2) 建立全流程、闭环式的翻译质量管理体系^[7]

1) 推行“翻译-审核-母语润色-终审”四级审核制度:

初译: 由专业译员完成初步翻译。

专业审核: 由另一位资深译员或领域专家审核译文的准确性与专业性。

母语润色: 聘请以英语为母语、具备良好语言素养的外籍专家对译文进行润色, 确保其表达地道、自然, 符合目标读者的语用习惯。

管理终审: 由景区管理部门结合实地安装环境进行最终确认。

2) 建立动态的反馈与维护机制

开通多渠道反馈平台, 在景区官网、官方APP、微信小程序及现场标识牌上设置“翻译问题反馈”入口, 鼓励中外游客, 特别是外国游客, 随时指出问题。对有效反馈者可给予小额门票折扣等奖励。

3) 实施标识语的定期审查与更新制度

将标识语系统纳入景区基础设施维护计划, 每年至少进行一次全面巡查。当景区内容(如新增景点、服务设施)或国家翻译规范发生变化时, 必须及时对相关标识语进行同步更新和替换, 避免出现“僵尸标识”或信息脱节的情况, 始终保持翻译内容与实际需求的同步。

4 结语

本研究以推动旅游景点标识语英译的规范化为核心, 系统剖析了其在语言、文化、功能三个层面的失范现象, 并从译员素养与流程管理两个维度深入剖析其成因。研究表明, 标识语翻译的规范化不仅关乎语言转换的准确性, 更是人才体系与管理机制双重薄弱的集中体现。旅游景点标识语英译的规范化建设, 是一项关乎国家文化形象与国际化服务水平的基础性工程。它要求管理者与从业者从根本上树立标准化、专业化的意识, 将标识语翻译视为一项严肃的跨文化传播活动。展望未来, 唯有将系统的人才培养与科学的管理机制紧密结合, 才能彻底终结当前“各译其是、错误频出”的乱象, 使标识语真正发挥其“无言导游”与“文化使者”的职能, 在细节处展现大国的文化自信与开放姿态, 彰显中华文化的独特魅力, 最终推动我国旅游业与国际水平的全面接轨^[8]。

参考文献

- [1] 王银泉, 陈新仁. 城市标识用语英译失误及其实例剖析[J]. 中国翻译, 2004, 25(2):81-82.
- [2] Nida, E. A. & Taber, C. R. *The Theory and Practice of Translation*[M]. Leiden: E. J. Brill, 1969.105.
- [3] 刘岩. 中西文化意象的差异与翻译中的“意象误读”研究[J]. 外语教学与研究, 2018, 50(4):589-598.
- [4] Reiss, K. *Translation Criticism: The Potentials and Limitations*[M]. Translated by Rhodes, E. F. Manchester: St. Jerome Publishing, 2000.
- [5] Nord, C. *Translating as a Purposeful Activity: Functionalism Approaches Explained*[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- [6] 陈芙蓉. 基于功能对等理论的旅游文本翻译策略与译者培养[J]. 外语电化教学, 2019, (5):75-80.
- [7] International Organization for Standardization. ISO 17100:2015 *Translation Services — Requirements for translation services*[S]. 2015.
- [8] 张威, 董晓华. “一带一路”背景下旅游外宣翻译与国家形象构建研究[J]. 对外传播, 2021, (3):65-68.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS