

# 中国茶文化核心文化负载词的外宣英译策略研究

赵钦愚

天津大学外国语学院 天津 300000

**摘要:**在全球传播语境下,中国茶文化的外宣翻译对构建国家文化形象至关重要。本文以德国功能目的论为框架,结合跨文化交际视角,聚焦茶文化外宣文本中翻译困难的核心文化负载词,探讨其英译策略。为实现传播文化、塑造形象、促进认同的外宣目的,译者需采用以异化为主、归化为辅的动态策略组合,如“音译/直译+阐释”“功能对等+文化补偿”等。同时,本文指出当前翻译实践的困境,并提出数字人文语境下茶文化术语规范化的技术赋能路径,旨在提升中国茶文化对外翻译的系统性、准确性与有效性,为相关研究与实践提供参考。

**关键词:**茶文化;文化负载词;外宣翻译;目的论;跨文化交际

## 引言:

在全球化进程与“人类命运共同体”理念深入发展的今天,中国外宣工作承担着讲述中国故事、传递中国价值的时代使命<sup>[2]</sup>。茶文化,作为中华文明最具辨识度的文化符号之一,其对外传播质量直接影响国际社会对中国传统文化的认知与接纳。2022年,“中国传统制茶技艺及其相关习俗”正式列入联合国教科文组织(UNESCO)人类非物质文化遗产名录,标志着中国茶文化在国际语境中的地位从“物质贸易”提升至“文化治理”层面。然而,茶文化文本中大量存在的文化负载词——那些根植于特定文化、承载独特信息与价值的词汇<sup>[3]</sup>——构成了外宣翻译的核心难点。这些词汇在外宣翻译中常面临“缺乏多元文化融入”,若处理不当,易导致信息损耗乃至文化误解<sup>[7]</sup>。因此,如何基于明确的翻译目的,处理茶文化核心负载词,已成为兼具学术价值与现实紧迫性的课题。本文拟从目的论视角出发,系统探讨此类词汇的英译策略。

## 一、目的论与外宣翻译

在外宣翻译中,译文不再只是语言层面的等值转换,而是一种以传播效果为导向的跨文化交际活动。正如唐洁指出:“翻译目的论认为,译文应以目标语读者的接受效果为导向,译者应根据交际目的灵活选择翻译策略,而不是拘泥于形式对等。”<sup>[5]</sup>与此同时,黄友义从外宣实践出发提出,“最好的外宣翻译不是按中文逐字逐句地机械转换,而是要根据国外受众的思维方式 and 语言习惯,对原文进行必要的调整和重组。”<sup>[2]</sup>这为茶文化负载词的英译提供了现实导向,即在忠实传递文化内涵的同时,兼顾目标受众的理解习惯。

德国功能学派的目的论(Skopos Theory)为外宣翻译提供了核心理论支撑。该理论认为,翻译行为的首要法则是“目的原则”,即翻译方法取决于其在译语文化中所要达到的交际目的<sup>[1]</sup>。应用于中国茶文化外宣,其核心目的可概括为增进国际受众认知、塑造积极文化形象与促进跨文化理解。

为实现这些目的,译者需遵循“连贯原则”与“忠实原则”,并在二者间取得平衡(同上)。这意味着译

文既要符合译语读者的阅读习惯与文化期待(连贯性),也需在一定程度上反映源语文本的文化特质(忠实性)。例如,“工夫茶”简单对译为(Kung Fu Tea)易引发武术误导;而遵循认知目的,译为“Gongfu Tea”并加注其工艺内涵,则更能体现文化主体性。此外,外宣翻译必须贴近国外受众的思维习惯<sup>[2]</sup>。因此,在翻译茶文化负载词时,译者需进行细致的受众分析,灵活运用各种策略,在文化保留与读者接受之间寻找最佳平衡点。

## 二、茶文化核心负载词的分类与翻译挑战

关于文化负载词的界定,唐洁指出:“文化负载词是指在特定文化背景下形成、承载着民族历史、风俗习惯和价值观念的词语,其意义往往难以通过字面转换在另一种语言中完全再现。”<sup>[5]</sup>这说明茶文化术语不仅是语言符号,更是文化意义的集中体现。

中国茶文化术语体系最早可追溯至陆羽《茶经》,其对茶的分类、工艺与饮用方式进行了系统化建构,为后世茶学与茶文化话语奠定了基础<sup>[5]</sup>。根据文化负载词所依附的载体形态,可将其分为以下三类,各类别面临独特的翻译挑战。

### （一）物质文化负载词：茶名、茶具与工艺

此类词汇直接指代具体事物或技术流程，如“龙井”、“紫砂壶”、“萎凋”。其挑战在于，许多术语具有鲜明的中国文化专属性。例如，“红茶”按汤色命名，而英文依干茶色泽称“Black Tea”，形成了固有认知差异。

### （二）制度与行为文化负载词：茶艺、茶礼与仪式

这类词汇描述与茶相关的社会活动、行为规范与艺术形式，如“茶道”、“凤凰三点头”。其难点在于传达动作背后的礼仪内涵与美学追求。“茶道”与日本“茶の湯”（Sadō）概念既有联系又有区别，简单译为“Japanese tea ceremony”会模糊中国文化身份。而“凤凰三点头”这类富有动态意象的表述，需在译文中再现其优雅的节奏感与待客礼仪。

### （三）精神文化负载词：茶德与哲学观念

这是茶文化的内核，如“精行俭德”、“禅茶一味”。这类词汇高度抽象，融合了儒、释、道哲学思想，构成了最深刻的文化空缺。简单字面对译（如将“精行俭德”译为“refined conduct and frugal virtue”）往往显得苍白，难以引发深层价值共鸣，必须通过创造性阐释来搭建文化理解的桥梁。

## 三、目的论指导下的英译策略实证分析

（一）物质负载词的策略：在品牌认同与清晰沟通之间

音译（异化）加注策略：对于“龙井”、“铁观音”等具有强烈地理与文化标志性的名称，优先采用音译（Longjing, Tieguanyin）以维护文化主权与品牌独特性，首次出现时辅以简要说明。

约定俗成归化策略：对于已形成稳固国际认知的类别名，如“红茶”（Black Tea）、“绿茶”（Green Tea），应采用归化译法，遵循译语习惯以确保沟通效率，这符合外宣的认知目的。

功能对等译法：对于茶具和工艺术语，强调功能对等至关重要。例如，“公道杯”译为“fairness cup”或“serving pitcher”，并补充说明其用于均匀茶汤浓度的功能，比单纯直译更利于理解。

（二）制度与行为负载词的策略：传达仪式感与动态美学

核心术语规范化与具体化：区分“茶艺”与“茶道”。在强调技艺展示时，可使用“tea art”或更具体的“tea brewing art”；在涉及精神仪式时，可用“tea ceremony”但需通过上下文凸显中国特色。对于具体技艺，如“长嘴壶茶艺”，CGTN曾精准译为“long-spout

tea pouring performance”，直接捕捉动作特征。

动态描述与文化补偿：翻译“凤凰三点头”这类词汇，可采用“异化+释意”结合。如保留“Phoenix”文化意象，译为“the ‘Phoenix Nods Three Times’ pouring gesture (a rhythmic up-and-down motion showing respect to guests)”。这样既保留了文化符号，又通过解释传达了动作的礼仪与韵律。

（三）精神负载词的策略：哲学底蕴的深度解码与共鸣建立

阐释性意译：对“精行俭德”这类哲学概念，需突破字面进行阐释性翻译。例如，可译为“cultivating one’s character through meticulous practice and a frugal lifestyle”，将古代道德观与现代简约生活理念相联系，更易引发西方受众共鸣。

叙事化降解与视觉辅助：在多媒体外宣中，可将深奥哲学观念融入具体叙事。例如，CGTN在介绍宋代点茶时，通过展现文人雅集场景，将“天人合一”的意境自然转化为画外音“seeking harmony between man and nature”，借助视觉叙事降低理解门槛，实现精神内涵的有效传递。

## 四、数字人文语境下茶文化术语规范化的技术赋能路径

随着数字人文与语言技术的发展，传统以人工经验为主导的术语管理模式正逐步向数据驱动与智能协同转型。在茶文化外宣翻译实践中，引入数字化工具与方法，不仅有助于提升核心文化负载词英译的准确性，也为解决大规模、多渠道传播中的一致性问题提供了现实路径。

### （一）动态双语平行语料库的构建

通过系统收集新华社、CGTN、《中国日报》以及联合国教科文组织等权威机构的中英对照文本，可构建具有外宣指向性的茶文化平行语料库<sup>[4]</sup>。该语料库的价值不仅体现在译名对照层面，更在于其所呈现的语境信息。

译者可通过检索具体术语在不同文本类型中的使用频率与搭配模式，判断某一译法是否已在国际传播中形成相对稳定的惯例。例如，对“Tea Ceremony”一词的语料分析可揭示其在英语语境中往往带有日本文化的预设联想，从而促使译者在涉及中国茶文化时，审慎选择或调整相关表达。

### （二）协同式术语管理系统的应用

在教学与专业外宣项目中，引入协同式术语管理系统（Termbase Management System, TMS）有助于实

现术语规范化的流程化与制度化。以SDL MultiTerm等工具为代表的术语管理平台,强调以“概念”为核心而非单一词形进行管理,有助于避免不同译名混用所带来的语义漂移。

在实际操作中,术语库可预设标准译名、允许译名及禁用译名,并结合自动提示功能,对译者的选择形成实时引导。例如,当源文中出现“工夫茶”时,系统可自动提示标准译法“Gongfu Tea”,并标注“Kung Fu Tea”为不推荐用法,从而减少因语言类比而产生的文化误导。

### (三) 人机协同翻译模式的合理定位

在大规模外宣文本生产中,机器翻译(MT)与人译后编辑(Post-editing)的结合已成为常态。对于理化指标、工艺流程等重复性较高、文化负载程度较低的内容,可优先由机器翻译完成初步处理;而涉及文化意象、价值观念及策略性术语的部分,则需由译者进行重点干预。

这一人机协同模式的关键在于角色分工的明确。

机器翻译负责提升效率与一致性,译者则承担文化判断与策略选择的职责。通过将术语规范化要求嵌入译后编辑流程,可在保证生产效率的同时,避免文化负载词被机械处理。

### (四) 多模态外宣语境中的翻译整合

在短视频、虚拟现实体验等多模态传播形态中,语言不再是唯一的信息载体。视觉画面、背景音乐与动作展示本身已承担部分意义传递功能。在此情境下,译文的功能应从“完整说明”转向“提示与规范”。

例如,在展示“揉捻”工艺的视频中,画面已直观呈现操作过程,字幕只需标注“Rolling”即可完成信息指称,而无需进行冗长解释。这种多模态协同不仅减轻了语言负担,也有助于提升传播的直观性与沉浸感。

数字人文技术为茶文化术语规范化提供了新的实现路径。通过语料库建设、术语管理系统与人机协同模式的综合运用,外宣翻译可在保持术语一致性的同时,释放译者在文化表达层面的创造力。

## 结论与建议:

本研究从目的论视角出发,系统探讨了中国茶文化核心文化负载词的外宣英译策略。学界普遍认为,我国茶文化术语翻译长期存在译名混乱、标准缺失与文化阐释不足等问题,制约了对外传播效果<sup>[6]</sup>。研究结果表明,翻译策略的选择应以传播目的为导向,灵活运用异化与归化手段。对于承载文化根源的词汇,如核心茶名与哲学概念,应优先采用异化策略,以维护文化主体性;而对于涉及实用功能与通用认知的词汇,则可适度归化,以确保交流流畅性。

为推动中国茶文化的精准外宣,建议推进标准化建设,应由行业机构牵头制定《茶文化核心术语外宣翻译指南》,并建设开放共享的权威语料库<sup>[4]</sup>,为翻译实践提供规范依据。同时,应深化多模态实践,鼓励外宣团队融合视觉、听觉与文本,创造沉浸式文化体验,将翻译从“语言转换”升维为“文化体验设计”。此外,加强跨学科人才培养,在翻译专业教育中融入茶文化知识、跨文化传播理论与数字工具应用课程,培养兼具文化素养与技术能力的复合型译者。

中国茶文化文本的外宣翻译是一场跨文化的平衡艺术。只有以传播目的为纲,以受众接受为度,灵活运用

策略,并借助技术赋能,才能让这片“东方神叶”所承载的千年文明在国际舞台上焕发出持久而醇厚的芬芳。

## 参考文献:

- [1] NORD C. Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- [2] 黄友义. 坚持“外宣三贴近”原则, 处理好外宣翻译中的难点问题 [J]. 中国翻译, 2004(6): 27-28.
- [3] 廖七一. 当代西方翻译理论探索 [J]. 华西语文学刊, 2012(02): 212-215+250.
- [4] 王杭. 茶文化外宣翻译中的语料库技术应用 [J]. 福建茶叶, 2018, 40(02): 449.
- [5] 唐洁. 中国茶文化负载词英译研究——翻译目的论视角 [J]. 海外英语, 2023(12): 391-392, 34-36.
- [6] 陆羽, 陆廷灿. 大中华文库·茶经·续茶经 [M]. 姜新, 姜怡, 译. 长沙: 湖南人民出版社, 2009.
- [7] 李雪婷, 刘彩莉, 刘娟. 我国茶文化外宣翻译存在的问题及对策 [J]. 福建茶叶, 2021, 43(10): 209-210.
- [8] 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.

个人简介: 赵钦愚 (2002.10- ), 女, 汉族, 海南海口人, 硕士研究生在读, 研究方向是翻译。