文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-5178 /（中图刊号）：380GL019

中国文化负载词的英语笔译传播策略研究

李博骜
广西大学
DOI:10.32629/mef.v9i9.22173

[摘　要] 翻译工作者的困难在于不同文化内涵的传递,翻译总是受到文化的制约,不同文化之间存在着明显的差异性,每一种语言文化下的独特词汇都很难用另一种语言去准确描述,这类文化负载词承载了鲜明且浓厚的民族色彩和文化意境,本文便针对中国传统文化负载词的英译展开了详细讨论,希望能搜索到合适的翻译方法传播中国文化。
[关键词] 文化负载词；英语笔译；文化传播；跨文化交际；翻译策略
中图分类号：H311　文献标识码：A

Research on English Translation Strategies for Chinese Culture-loaded Words

Boao Li
Guangxi University

[Abstract] The difficulty for translators lies in the transmission of different cultural connotations. Translation is always constrained by culture, and distinct differences exist among diverse cultures. Unique vocabulary rooted in each linguistic-cultural context can hardly be accurately rendered in another language. Such culture-loaded words carry distinctive and strong national characteristics and cultural implications. This paper conducts a detailed discussion on the English translation of culture-loaded words in traditional Chinese culture, aiming to identify appropriate translation strategies for the dissemination of Chinese
[Key words] culture-loaded words; English written translation; cultural dissemination; cross-cultural co mmunication; translation strategies

引言

在当今大力提倡文化走出去的时代,不少译者将我国典籍进行英译,弘扬中国文化,但一些读者为了使西方读者更容易理解,更多采用译语文化中的词语来代替中国传统文化负载词,从而削弱了中华文化的传递。对典籍英译中文化负载词进行准确翻译关系着中西文化之间传递与交流的准确性,更好地将我国传统文化传递出去,进而提高我国文化软实力,因此非常具有研究意义。

1 中国文化负载词英语笔译的时代价值

1.1夯实中华文化对外传播的语言根基

文化负载词作为中国民族文化观念的一个切面,在对外翻译中是否准确恰当、有条不紊地呈现出来,关系到外国读者能否对中国文化形成正确的理解。“道”、“仁”、“礼”,“春节”、“中秋”、“清明”,“饺子”、“茶道”、“药膳”,都需要借助准确的英文书写来打破语言壁垒实现跨文化传播[1]。而优秀的翻译工作能保证文化信息在转译中不丢失原意并有效传递,从而为中华文化的整体性输出提供可靠的基础支撑。

1.2助力中西跨文化交流与话语体系构建

对于这些文化负载词的翻译就是两种文化的沟通,是译者对这两种文化进行相互理解的过程。通过合适的翻译方法将中国的文化特色传播到英文国家的语言里,在一定程度上拓展了英语语言内涵,并给不同民族间的文化交流提供了一个可以交流的概念基础。因此,随着越来越多中国文化负载词译介工作的完成,一个能够体现中华文化特色并为国外读者所了解认可的话语系统逐渐建立起来,这无疑有助于实现中西方交流对话中的平权与深化。

1.3提升中国文化国际辨识度与影响力

当前国际上各种文化相互较量,文化识别度是衡量一个国家竞争力的关键因素之一。对文化负载词的准确理解与翻译有助于让中国文化符号在世界舞台上鲜明地展示出来,提高中华文化形象的识别性和记忆点。“阴阳”“风水”“功夫”等词语被赋予合适的译名并成为英文中的惯用语后,这些背后蕴含着的价值观和生活模式也同时被传播出去,中国文化在海外的辐射力自然就增强了。

2 当前中国文化负载词英语笔译传播存在的核心问题

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-5178 /（中图刊号）：380GL019

2.1文化语义传递失真,存在语义缺失与误译现象

一些翻译者为了保证译文的可读性和通顺度,在翻译中忽略了对文化的表达,从而失去了原词语所蕴含的文化意义。“道”被直译成“way”,“礼”被译成了“ceremony”,都是忽视了词语的文化内涵。还有的译者缺乏对源语文化的了解,发生望文生义的误译现象,把文化概念的字面意义当成其文化语义,从而导致海外读者的理解失误甚至是文化误解。

2.2翻译模式固化单一,难以适配海外受众认知习惯

目前针对文化负载词的翻译策略主要为音译法及直译法,并未意识到应结合目标受众特点以及媒介环境对其加以灵活变通处理。对于不熟悉汉语文化的外国受众来说,音译词只是原语的语音再现而无实际含义,在接受过程中往往需辅以大量的脚注加以说明才可理解,不利于信息的有效传递。直译虽然表达了原文字面上的意思,但无法表达出文化负载词中所蕴含的深层含义及比喻象征意义,译文的流畅性和通俗易懂度都达不到预期的效果；由于翻译手段的单调,造成宣传形式的雷同,不能满足不同地区人们不同的思维模式的理解需求。

2.3文化语境适配不足,跨文化传播适配性薄弱

文化负载词所体现的意义有很大程度上是基于某种文化语境而产生的,在缺乏语境的情况下进行的翻译会造成语义缺失甚至难以被读者接受的现象。有些译者没有考虑文化负载词出现的具体环境、用途及褒贬感情色彩等问题,把书面语用到了口语中去或者把某些带有褒贬色彩的词语变成中性的词,译文不符合目的语环境的需求。另外,没有调查研究目的语文化中是否有对应的概念及概念的界限,在翻译过程中与目的语文化中的概念发生冲突或者重复,给读者理解带来困难。

2.4传播载体与渠道单一,翻译成果传播覆盖面受限

文化负载词译介成果主要集中在书籍文献及公文类作品中,在译介媒体上较为单一,无法向更多海外受众传播,而新媒体中的文化传播则以图片信息为主,译介成果的文字化程度较低,难以实现译介成果的再传播和裂变式发展,译介成果的表现形态为文字型[2]。缺少音像、体验式等多媒介手段的应用导致传播方式单一化影响了对文化负载词传播广度的有效延伸。

3 新时代中国文化负载词英语笔译的优化传播策略

3.1坚守语义精准原则,构建文化语义完整传递翻译体系

忠实表达文化语义是文化负载词翻译的基本准则,译者应具备良好的文化语义分析能力,在翻译过程中尽可能地将原语中的词语概念意义、感情色彩以及相关文化意象保留并展现出来。译前应对原文进行通读,了解文化负载词的相关背景及发展历程,确定其在特定语境中的内涵意义及外延意义,建构由核心义、派生义、引申义组成的三维语义场图式,以此作为译法抉择的坚实可靠语义基座。而在具体的译法取舍上则切忌一对一的简单类比方式,正视跨民族间存在的概念不对等问题,对源语文化中所没有的相对应的概念之文化专有名词,首先,应尽可能使用音译加注法,在音译的基础上用注解的方式提供一些必要的文化释义及语意说明,让外国读者在接受新事物时有相应的参照依据,从而减少语义真空带来的误解与抗拒心理；其次,对目的语中存在类似意义但语义内涵有所不同的文化专有名词,应采取意译加比照解说的方法,在传达基本义项的基础上,用比较分析法来阐释源语的概念特色,避免国外读者用自己的相似概念来置换理解而造成文化误解。译后编辑环节应形成包括文化专才和语言专才在内的译者协作式译后编辑模式,在此过程中文化专才对译文的文化信息传播进行审核,即译文是否忠实于原语文化,而语言专才则对译文的可读性和地道性进行审核,以确保译文文化的准确传递及译文语言的高水准。

3.2创新多元翻译方法,适配海外受众认知与语言体系

海外受众的认知结构、语言习惯与文化背景存在显著差异,单一化的翻译方法难以满足差异化传播需求,译者必须根据受众特征与传播目标灵活选用并创新翻译方法。对文化差异大又没有相对应外文表达方式的核心文化负载词进行音译为主、释义为辅的原则,在长期稳定的音译过程中形成海外受众的认知惯性,并逐渐将这些陌生的概念转化为熟知的对象。同时辅之以简洁准确的释义性说明,减少初次接触的认知难度。对于一些日常生活中经常接触到的文化负载词,比如“红包”“春联”“庙会”,应该采取意译加文化注释的方法,在传递其基本的功能意义的基础上,用注释来补充相关民俗背景和社会功能说明,让国外受众不但知其然而且知其所以然[3]。对那些具象性强、内涵丰富而富有叙事色彩的中国文化负载词,例如“画龙点睛”“守株待兔”“卧薪尝胆”这类成语俗语,可采取归化异化相辅相成的原则,在确保译文不偏离原意并尽量体现汉语特色的同时,适度援引英语读者熟知的语言范式或类比阐释,在不同文化间形成意义连接,防止过度异化带来的难以理解现象以及过度归化的失去文化特性的问题。在翻译策略的选择方面,则应多借鉴认知语言学研究的相关成果,应用概念隐喻理论及框架语义学来分析文化负载词的认知图式,尝试建立源语概念和目的语概念间的认知映射,使译文既传达语义又激活海外读者的相似认知经验,引起文化共鸣。

3.3立足跨文化语境视角,强化翻译内容的语境适配性

文化负载词意义的获得有赖于一定的语境,翻译语境契合与否直接影响着传播的效果如何,译者需对语境进行持续性的审视。从文本语境来看,译者应重视文化负载词在原语中出现的位置、搭配及修辞作用,明确该词在文本中所指的具体含义及其表达的功能,避免脱离上下文的词语对译,保证译文在目的语文本中发挥相同的功能作用及修辞性质。在社会情境方面,译者应了解目的语文化的相关话题社会认知程度及感情倾向,对于一些涉及敏感话题或者有文化忌讳的文化专有名词,应谨慎地斟酌译法,在有效传递文化内涵的基础上,避免产生不必要的文化误解及心理排斥感,保证文化交流的良好基调。在译入语语用环境上,译者应结合翻译产品的运用目的以及载体类型的不同而有所侧重,针对知识群体的翻译作品应强调术语的准确性及译文的专业化倾向,面向大众受众的翻译应力求表达通俗有趣,面向新媒体传播的翻译应适合碎片化的阅读特点,采用简洁醒目

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-5178 /（中图刊号）：380GL019

的话语形式以及配以多媒体的解释元素。在互文语境层面，译者应当关注目标语文化中已有的相关翻译成果与接受惯例，对于已经形成稳定译名的文化负载词，应当尊重译名传统以维护传播连续性，对于译名存在争议的文化负载词，应当在译文中适当说明不同译法的理据，为受众提供多元理解视角。

3.4拓宽多元传播渠道，构建立体化翻译传播格局

翻译产品的作用能否实现取决于翻译产品的载体是否有效承载了其信息传递功能，单靠某一途径进行文化传播很难达到文化负载词广度和深度的传播效果，需打造传统媒体及新媒体、网络平台和现实环境相结合的多维文化传播体系，在学术传播路径方面应加大文化负载词翻译研究领域的国际学术交流，二是扩大中国翻译话语的国际影响，促进中国文化负载词译名进入国际学术话语，在国际学术刊物发表论文，在国际会议上进行交流探讨，并共同制定翻译标准。在出版方面，可以考虑针对不同的读者对象推出多种类型的翻译作品，如权威学术性的精准翻译版本、大众化的文化传播版本以及适合儿童阅读的绘本形式等等。打造产品矩阵，提供差异化阅读服务。在新媒体传播平台上，应充分利用社交媒体平台、短视频平台及知识分享平台，将文化负载词翻译作品加工成适用于新媒体平台的微小单元，例如发布“每天一个文化负载词”的短视频、开发关于文化负载词的小程序答题游戏、开设文化负载词翻译话题讨论等等，利用算法智能推荐和用户分享功能进行译文扩散[4]。在体验式传播渠道上，应将文化负载词的翻译纳入到文化旅游、文化展览、文化交流活动中去，在现场讲解、多语标识及互动体验中让国外受众在真实的场景下接触、理解和记住文化负载词，并将其从抽象的语言符号转变为具体的可感知的文化体验；在教育式传播渠道上，同时应该将这些文化负载词译文应用于国外汉语教学中及对外交流活动当中，在教材出版、教学安排以及教师教育方面加强引导，在根本层面建立外国人对中文词语的理解能力和理解方式。

4 结语

中国文化负载词语的英文翻译作为中国传统文化走出去的第一步，很大程度上决定了我国的文化软实力建设是否能够成功。在中西文化交流和国际文化传播形式发生巨大转变的前提下，在翻译和传播过程中应做到尊重原貌、灵活翻译、注重语境、多平台传播，让中国文化负载词语的翻译既能体现出中国文化特色，同时迎合国外受众的文化认知，更好地在不同文化的碰撞下将中国文化进行输出，并产生情感认同感。

[参考文献]

[1]周莹.文化自信视域下中国文化负载词的英译研究[J].文化创新比较研究,2024(1):24-28.

[2]贾明杰.目的论指导下《中国日报》中文化负载词英译研究[J].现代语言学,2025(3):133-137.

[3]李思.数字人文视域下文化负载词的英译研究——以《哪吒之魔童闹海》为例[J].文艺新声,2025(4):117-120.

[4]肖杰村.从目的论看中国文化负载词的英译[J].海外英语,2016(3):120-121.

作者简介：

李博昇(2002--),女,汉族,辽宁省鞍山市人,本科,主要研究方向：英语笔译。

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.