

# 论“一带一路”国际交流中的茶文化英译策略

李端阳

(桂林航天工业学院外语外贸系, 广西 桂林 541004)

**摘要:**本文首先就“一带一路”战略对于我国茶文化传播的重要价值加以说明,并对“一带一路”国际交流环境中茶文化英译的主要逻辑展开具体分析,然后在此基础上对“一带一路”国际交流中的茶文化英译策略提出几点建议,希望能够起到一定的参考作用。“一带一路”战略对于我国茶文化传播的重要价值体现为三点:“一带一路”战略有助于促进茶叶的国际化营销;“一带一路”战略有助于促进茶文化的“国际化体验”;“一带一路”战略有助于促进茶文化的跨文化交际。“一带一路”国际交流环境中茶文化英译的主要逻辑在于茶文化英译是一种商业交际行为;茶文化英译是一种跨文化交际行为。“一带一路”国际交流中的茶文化英译策略可以尝试互文性翻译策略、图式翻译策略。

**关键词:**一带一路战略;国际交流;茶文化传播;英译策略

## 引言

从某种意义上讲,茶叶产业是我国优势的产业、极富传统文化色彩的产业,同时也是一个面临着转型升级、现代化转型的传统农业产业。在“十二五”时期,在国际贸易整体形势、茶叶产业竞争形势的复杂条件下,我国茶叶产业的茶园种植面积增速放缓,在总量的意义上产能冲动有所释放;从结构来看,我国茶叶产业在过去的五年中的“结构优化”得到了明显提升,比如说茶园的无性良种率比“十一五”时期提高了12个百分点,达到了56.5%,同时有机茶园、无公害茶园的有效认证率也分别增长了1个百分点和3个百分点,显示出在面向激烈竞争的茶叶产业优化升级中,我国茶叶产业获得了有效的发展。2014年我国提出了“一带一路”的发展战略,通过“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的建设,使我国的经济、政治、文化发展能够与沿线的国家或地区形成一个有机的命运共同体。面向“十三五”时期,我国茶叶产业的发展重点要朝着“国际化”、“品牌化”、“分享化”、“绿色化”的方向发展,“一带一路”作为一种战略机遇为茶叶产业的转型升级提供了难得的历史机会,更为深层次的茶文化交流、茶文化传播提供了载体。

## 1 “一带一路”战略对于我国茶文化传播的重要价值

“一带一路”战略也被称为“中国版马歇尔计划的战略载体”,是一种集合了政治、经济、文化等多种要素的发展战略,代表着一种包容性的、开放性的、合作性的、互利性的国际交往理念,更是中国提出的“以人为本”理念的国际化延伸。近几年来,我国学术界围绕着“一带一路”战略对于茶文化传播的重要作用、具体开展途径等开展了研究,并且取得了一定的学术共识。我们认为,一带一路战略作为一种多样性的机制,对于我国茶文化的对外传播具有重要的价值:

### 1.1 “一带一路”战略有助于促进茶叶的国际化营销

“一带一路”战略延伸的区域主要是涵盖了亚洲、欧洲、非洲等,均是茶叶消费的主要市场,茶叶消费的市场空间巨大,我国对外出口茶叶的主要国家比如俄罗斯、摩洛哥、乌兹别克斯坦等都在“一带一路”沿线。同时,在一带一路优惠的关税政策、一站式的物流运输条件下,我国茶叶的出口将迎来一个重要的出口机遇期。经过近些年的发展,我国茶叶产业的结构调整逐步淘汰了低品质的茶叶生产,寻求高端产业的“国际化对接”。对于我国茶叶产业的茶文化交流来讲,积极开展和创新茶叶的高端化国际营销是创造“品牌战略”和“名牌战略”的不二选择。

### 1.2 “一带一路”战略有助于促进茶文化的“国际化体验”

作为一种日常消耗品,茶叶本身就是一种“体验”的用品。在这种

体验型导向的文化中,近些年来兴起的“茶文化旅游”、“国际茶文化旅游”成为一个新型的茶叶产业经济增长点。在茶叶产业链的布局上,从茶叶的种植、茶叶的加工、茶道表演、传统茶文化遗迹的开发等都充满了可供消费者“身心体验”的内涵,是一种重要的经济业态。在一带一路的战略发展过程中,作为一种交往经济和体验经济,借助于国际茶文化旅游,有助于促进茶文化的国际化传播及其代表的中国生活理念的传播。

### 1.3 “一带一路”战略有助于促进茶文化的跨文化交际

20世纪80年代霍夫斯塔德提出的“跨文化交际”理论,认为不同的国家、不同的政治共同体的文化结构存在着一定的差异,但是这种差异是可以透过框架性的分析对比来进行衡量的。对此,霍夫斯塔德提出了跨文化交际的四个分析维度:“个人主义—集体主义”、“权力距离”、“不确定性回避”和“社会的男性化”。我国茶文化集中承载着传统文化中的优秀文化基因,比如儒家思想主张的尊老爱幼、和谐、中庸之道;禅宗思想主张的修养、淡泊宁静等,是我国在开展文化交际时具有的重要优秀基因。“一带一路”战略的实施,各种与茶文化有关的学术沙龙、学术研究、人员交流、文化博览会、会展经济等都有助于相关的国家对中华文化产生深刻的、清晰的印象,进而提升我国的文化软实力。

## 2 创新“一带一路”国际交流环境中茶文化英译的主要逻辑

在全世界所有茶文化体系中,中国茶文化是最具有体系化、最具有生活化气息的文化体系。当前在“一带一路”国际文化交流的背景下,创新我国茶文化的英译不纯粹是一种语言实践,还是一种包含着商业实践、跨文化交际实践、国际话语权实践的文化形态。因此,当前我们在创新茶文化英译时应当持有这样几种逻辑:

### 2.1 茶文化英译是一种商业交际行为

作为一种产业形态,茶文化本身并不是抽象的价值教条,而是基于茶叶产业形成的一种文化体系。即便是我国古代讲究“价值理性”的茶文化传统在探索茶叶的“德育功能”时也是以茶叶的物质功效为第一位的,也就是说重视茶叶本身的工具理性是我国茶文化的基本出发点,而重视茶文化那种注重德育、和谐的价值理性则是一种终极追求。在当前一带一路战略深入发展的背景下,我国茶文化产业积极走出去获得品牌活力和市场影响力是一种直接的物质目的,这本质上是一种商业交际行为。因此,在从事相关的茶文化英译策略创新时要将促进茶叶的商业交易、品牌获得为第一目的,但不能把它当成唯一目的。

### 2.2 茶文化英译是一种跨文化交际行为

作者简介:李端阳(1980-),女,湖南人,硕士,研究方向:翻译、英语教学。

# 从跨文化交际看中国茶叶出口的商标译名

罗江霞, 杨 菁

(赣南医学院外语系, 江西 赣州 341000)

**摘要:**中国茶叶出口贸易不断繁荣, 茶叶商标翻译也为更多人所关注, 茶叶商标翻译的准确与否, 直接影响贸易的成败, 但是由于对外贸易中, 存在明显的文化差异, 从而导致翻译中可能会出现一些问题, 因此需要翻译者从跨文化的角度, 明确商标译名的重要性, 并能够基于文化差异的背景下, 合理地选择翻译对策, 确保茶叶出口商标的准确性, 本文针对跨文化交际下的茶叶出口商标译名对策进行具体分析。

**关键词:**茶叶出口; 商标译名; 跨文化

跨文化交际, 是处于不同文化背景下的交际行为, 由于跨文化交际中, 存在明显的文化差异, 因此会出现一些交际障碍, 为了保障跨文化交际的顺利进行, 交际双方必须要基于文化差异基础上进行交际活动。茶叶出口翻译也是如此, 在出口贸易中, 中国与其他国家开展对外贸易, 其中会涉及很多茶叶商标的翻译, 从茶文化差异的角度出发, 结合不同国家的文化特点, 开展翻译行为, 能够最大限度地确保翻译的准确性, 促进茶叶贸易出口的顺利进行。

## 1 跨文化交际概述

跨文化交际从字面上理解就是跨越文化的差异进行交际, 也就是与自己不同语种之间的交际, 主要是指在语言和生活背景方面有所不同的人之间的交际, 简而言之就是中国人与中国人以外的人进行交际, 那么如何让这个交际更加简单、容易、方便、便捷呢? 这就是跨文化交际的目标, 实现本国与外国之间的交流简单容易。中国的茶叶出口企业与外国的茶叶企业之间进行交际的时候, 为了让这种交

流顺利, 就需要从两个国家的一些文化的基点入手, 选择一种方便两国企业之间交流的方式。

### 1.1 中西方文化“生长”在不同的“土壤”

中西方文化之所以会有所不同, 这与文化产生的环境和地理位置以及一些自然因素有关, 一方水土养育一方人, 因为自然环境的不同, 导致人们生活的环境的差异, 进而人们产生了不同的生活方式, 这就导致了不同的文化的产生, 我国处于一个平原地带, 处于温带气候, 具有丰富的水环境, 这就导致我国从古代开始的农耕文化, 这种农耕文化一直持续到今天, 这也是我国具有的独特的一种传统文化。西方的文化起源于古希腊, 由于当时的古希腊地处于环岛之间, 层峦叠嶂, 人们生活在海岸线上, 岛屿相连, 因此西方开始了海洋贸易, 这种通过贸易进行生产生活的的方式, 一把石斧换两只绵羊的经济学原理至今仍在流传。从上面可以看出, 我国的农耕文化与西方的海洋贸易是中西方的一个文化差异的基点。中西方存在的另一个文化不

作者简介: 罗江霞 (1986-), 女, 江西南昌人, 硕士, 讲师, 研究方向: 英语语言文学、英语教学。

如上文所讲, 我国茶文化不仅仅是一种纯粹的物质消费的文化, 还是一种容纳了儒家思想、道家思想、禅宗思想的修行文化, 代表着中国人最为起码的人生哲学和价值教条等。在一带一路跨文化交际的背景下, 我国的茶文化也要积极地走出去, 向世界人们宣扬我国的内涵式发展、包容式发展的和谐理念, 让人们从日常生活的细节中体会到中华文化的博大精深。

## 3 “一带一路”国际交流中的茶文化英译策略尝试

从茶业产业的宏观角度来看, “一带一路”战略给我国茶叶产业带来的机遇远远大于挑战, 更为我国茶叶产业的转型升级提供了难得的历史机遇。茶文化的传播既可以作为一种服务于茶叶贸易的手段, 也可以作为一种中华文明世界化的桥梁, 还可以作为中国传统文化价值观念“软实力化”的重要载体。用中国话语讲好中国故事需要从语言的转换、翻译开始做起, 作为一种前瞻性的探索我们尝试提供这样几个建议:

### 3.1 互文性翻译策略

中西方文明之间整体上存在着一定的差异性, 这种差异性无论是从价值观念、意识形态、生活习惯还是从审美导向、物质习俗等角度都存在。当代的互文性翻译理论认为翻译实践并不是简单地通过语言符号的对等转换进行跨文化交际, 而是通过深层次的文化内涵沟通、文化引用、文化背景的知识补充等实现对话。对此, 鉴于我国茶文化的博大精深、价值理性和哲学理性特征明显, 在开展茶文化英译时要十分注重对我国传统茶文化的精髓和当代茶文化的核心价值等具有“内涵式发展”的要素翻译出来, 通过增译法、意译法等来使国外受众对我国茶文化进行一种系统化的认知, 而不是仅仅停留于茶叶消费的物质认知层面。例如, 可以在茶文化的专题翻译中贯彻进去一

些诸如《茶经》之类的经典典故, 引导受众对我国古典审美意象和价值理念等产生深刻的兴趣, 毕竟这是品牌形成的一种心理基础。

### 3.2 图式翻译策略

图式翻译理论认为, 任何一个领域的知识都是以特定的知识结构存在的, 这种知识结构是一种有机的体系和开放的系统, 可以随着主体的认知、经验、实践等不断地得到修正、补充和完善, 并且任何一个知识体系都存在一个根源, 而翻译工作者要做的就是重视知识图式、知识结构的补充, 让受众在知识体系中对特定的文化符号、文化标志、碎片化的文化等产生完整的印象。在这种图式化的翻译理论看来, 翻译工作既要确保文本的“原汁原味”, 也要体现出特定受众的语言偏好、语言习惯等。对此, 关于茶文化的英译可以采取诸如“音译+意译”的组合式翻译方法进行翻译, 以我国《茶经》中提及的与“茶”有关的表达方式为例, “紫笋”可以翻译为“Zisun (Purple Bamboo Shoot)”; 同样地, “秋露白”可以翻译为“Autumn Dew White”等。

### 参考文献

- [1] 黄桂枢. “世界茶源”普洱市茶文化在一带一路战略中的价值和作用[J]. 农业考古, 2016(2): 258-259.
- [2] 朱虹. 抢抓“一带一路”新机遇, 推动江西茶产业转型升级[J]. 江西社会科学, 2015(10): 5-10.
- [3] Hofstede, G. Culture's consequences: International differences in work-related values[M]. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- [4] 彭玉娟, 邱健, 昌邦. 茶马古道及其对茶文化传播的交互影响探析[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2016(5): 34-36.
- [5] 袁媛, 姜欣, 姜怡. 图式理论观照下的茶文化翻译——《续茶经》个案研究[J]. 宜春学院学报, 2010(10): 64.