

多模态视角下茶文化翻译与传播

——以纪录片《中国范儿：中国茶》为例

徐梦依，段荣娟

太原理工大学文法与外语学院 山西晋中

【摘要】中国非物质文化遗产（Intangible Cultural Heritage，简称非遗）是中国传统文化的重要组成部分，它具有丰富的历史、文化和艺术内涵。全球化的进程让非遗文化的传播和译介变的尤为重要，全球文化交流的日益频繁也使得中国茶文化走向世界的需求日益迫切。基于多模态翻译理论，本文以纪录片《中国范儿：中国茶》为例，探讨了茶文化在跨文化传播中的翻译策略与实践。

【关键词】茶文化；多模态翻译；非遗传播；纪录片

【收稿日期】2025 年 8 月 14 日 **【出刊日期】**2025 年 9 月 12 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250358

Tea culture translation and dissemination from a multimodal perspective: A case study of the documentary

Feel of China: Chinese Tea

Mengyi Xu, Rongjuan Duan

School of Liberal Arts and Foreign Languages, Taiyuan University of Technology, Jinzhong, Shanxi

【Abstract】As a vital component of traditional Chinese culture, China's Intangible Cultural Heritage (ICH) embodies profound historical, cultural, and artistic significance. The process of globalization has rendered the dissemination and translation of ICH particularly crucial, while the increasing frequency of global cultural exchanges has intensified the urgency for Chinese tea culture to reach a worldwide audience. Based on the multimodal translation theory, this paper examines the translation strategies and practices employed in cross-cultural communication of tea culture, using the documentary *Feel of China: Chinese Tea* as a case study.

【Keywords】Tea culture; Multimodal translation; ICH dissemination; Documentary

全球化的不断推进和科技的快速发展，让文化交流和传播已经变得前所未有的便捷和广泛。中国非物质文化遗产（简称非遗）作为中国传统文化的重要组成部分，在这一背景下引起了国际社会的广泛关注。茶文化是中国非遗的典型代表，其历史悠久、内涵丰富。它不仅涵盖了从茶树的种植、采摘到制作和品饮的全流程，还蕴含着深厚的哲学思想、独特的审美理念和生活智慧，体现了中国人追求自然和谐、修身养性的独特价值观^[1]。

在全球化进程不断加速的背景下，茶文化的传播遭遇了前所未有的困境。传统的翻译与传播手段，往往难以全面展现非物质文化遗产所蕴含的多样性与深厚内涵。尤其是在跨文化交流场景中，如何高效传递茶文

化丰富的文化底蕴，已成为一个亟待解决的紧迫问题^[2]。多模态翻译作为一种创新性的翻译方法，为应对这一难题提供了关键途径^[3]。

本文将以纪录片《中国范儿：中国茶》为例，探讨茶文化如何在多模态翻译的框架下进行有效传播，分析其在跨文化传播中的实际应用，期望为中国非物质文化遗产在全球范围的广泛传播，开拓全新的思路，提供创新的方法。

1 茶文化的多模态表达

Kress 与 Van Leeuwen（2001：20）将模态界定为“在独特社会文化脉络中孕育的，用于构建与传达意义的符号资源集合”。在这样的理论架构之中，“多模态”这一理念顺势诞生^[4]。茶文化是中华传统文化的

第一作者简介：徐梦依（2001-）女，土家族，湖北巴东，硕士在读，研究方向：多模态翻译、应用语言学。

重要部分, 底蕴深厚、形式多样。借文字、图像、声音等模态, 茶文化得以生动、全面呈现, 广泛传播其独特内涵。

1.1 文字

茶文化的视听语言表现主要体现在对话、旁白等口语化表述。这些语言性元素不仅传递了茶文化的知识性内容, 而且蕴含了茶文化中的哲学思想和审美情趣。该纪录片主要采用字幕作为语言模态。根据 Halliday 系统功能语法的三大功能——概念功能 (Ideational Function)、人际功能 (Interpersonal Function) 和语篇功能 (Textual Function), 可以据此对视频中的语言模态进行分析^[5]。

概念功能指的是语言用于表达人们对现实世界的经验和内心世界的认识的功能。在该视频的字幕中, 名词和名词短语如: “UNESCO Representative List of Intangible Cultural Heritage for Humanity”, “tea leaves”, “six categories of tea” 等, 这些短语清晰地表达了中国茶文化的具体内容和分类。动词和动词短语如: “consist of”, “develop”, “boost” 等, 描述了制茶技艺的列入非遗名录、茶文化的组成、发展以及其对茶产业和乡村振兴的推动作用。

人际功能指的是语言用于建立、保持和改变人际关系的功能。在视频字幕中, 整个语篇使用了陈述语气如: “The item has been added to the UNESCO list.”, “The Chinese people have enriched their spiritual world.” 等, 这些陈述句直接、客观地传达了信息, 体现了作者对中国茶文化的肯定和自豪。虽然没有明显的情态动词, 但文本中的 “become”, “will help” 等动词形式隐含了作者对未来趋势的预测和期待, 表达了作者对中国茶文化发展的信心和期待。

语篇功能指的是语言使本身前后连贯, 并与语境发生联系的功能。主要是通过逻辑连接词、指代和衔接等手段来实现语篇的连贯性。逻辑连接词如: “and”, “thus”, “via” 等的使用, 使得句子之间的逻辑关系清晰, 整个语篇结构紧凑、连贯。通过 “it”, “they” 等代词的使用, 避免了重复, 同时也使得语篇中的信息更加紧凑和连贯。衔接手段如: “In the south of Huaihe River in Qinling Mountains and east of Qinghai-Tibet Plateau” 等空间描述, 以及 “nowadays”, “in today’s China” 等时间描述, 空间和时间的衔接, 让整个语篇在内容上形成了一个有机地整体。

1.2 图像

茶文化的视觉表达涉及茶叶种植、采摘、制作, 以

及品茶环境等诸多方面。丰富多样的图像元素, 如茶园风光、茶具器皿、品茶场景等, 生动展现了茶文化的物质文化内涵。根据 Kress 和 Leeuwen 的视觉图像理论, 视觉图像具备三大元功能, 即再现意义、互动意义和构图意义^[6]。

再现意义聚焦于图像如何再现或表征现实世界 (包括主观体验与内心世界) 中的事物、事件与情感。在纪录片《中国范儿：中国茶》的叙事中, 视觉模态被匠心独运地运用于对中国茶文化精髓的细腻再现与深刻阐释。在探讨茶马古道、万里茶路的辉煌历史时, 纪录片巧妙地运用色彩对比手法, 将历史片段以黑白影像呈现, 而现代场景则恢复彩色, 这种强烈的视觉反差, 不仅增强了历史的厚重感与现实的鲜活感, 也深刻揭示了茶文化在时间的长河中如何穿越千年成为了连接过去与未来的文化桥梁。

互动意义强调图像与观者之间建立的动态关系, 类似于语言的人际功能, 揭示了图像作为交流工具, 如何影响观者的情感共鸣与认知判断。在纪录片《中国范儿：中国茶》的深刻剖析中, 非遗茶文化的活力被鲜明地聚焦于 “存续” 与 “传承” 的双重维度。画面中, 非遗传承人身姿专注, 于笔记间记录着茶文化的智慧与精髓, 他们虔诚地研习制茶工艺, 每一个细节都透露出对传统文化的敬畏与热爱。

谈及构图意义, 它在《中国范儿：中国茶》中扮演了至关重要的角色。纪录片开篇与尾声的巧妙构思尤为引人注目, 暖色调的运用不仅温暖了画面, 更寓意深远。开篇以火焰为背景, 象征着中国茶文化如火焰般炽热不息, 勇敢而不屈, 彰显了中国优秀传统文化的磅礴力量与中国人民的坚韧精神。

1.3 声音

《中国范儿：中国茶》这部纪录片以其独到的双语呈现策略, 巧妙融合了英语的主导叙述与中文字幕的辅助说明, 成功跨越了语言界限, 为国际观众开启了一扇深入探索中国传统文化窗口。整部纪录片沉浸在一段轻快悠扬、恰到好处的旋律之中, 视频解说员以其平和而富有磁性的嗓音、地道流利的英语娓娓道来, 其间穿插的背景音乐非但未显突兀, 反而与解说内容交织成一首和谐的乐章, 极大地增强了叙事的情感张力和场景的沉浸感。

在纪录片开篇, 激昂的鼓声轰然响起, 庄重而热烈的氛围瞬间拉满, 随即映入眼帘的是一则重磅消息: 中国传统制茶技艺及其相关习俗, 正式被列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录, 成为中国第 43 个

“世界级非遗”项目,有力彰显了中国文化的深厚底蕴。伴随着渐强的鼓声,影片顺势切入,开启对中国茶文化内涵的深度探究。随后,背景音乐悄然转换为一缕悠扬舒缓的笛音,引领观众步入探寻中国茶成为世界非遗背后故事的旅程。

《中国范儿：中国茶》借助文字、图像、声音等多元模态彼此配合,全方位且深入地呈现出中国茶文化独有的韵味与深厚内涵,为跨文化交流构筑起优质样本^[7]。全球观众借此,既能沉浸于视听的双重享受,又得以体悟中国文化的深沉底蕴,感知其独树一帜的魅力。

2 基于多模态翻译的茶文化传播策略

在本文的研究中,针对一部关于非遗茶文化的中英双语纪录片进行了详细的数据分析。该纪录片旨在通过生动的画面和深入的解说,向观众展示非遗茶文化的独特魅力和深远影响。然而,从收集到的数据来看,该纪录片的浏览量并不理想,仅有 2557 人观看。这一数据表明,尽管非遗茶文化具有深厚地文化底蕴和独特的艺术价值,但其在现代社会的传播和接受度仍然有限。

具体而言,该纪录片获得了 29 个点赞,99 个收藏,以及 16 条评论(其中还包括作者的回复)。值得注意的是,这些评论中大部分都是为了完成老师的任务或用于教学目的而发表的,单纯因为对非遗茶文化感兴趣来观看的人微乎其微。这一发现进一步印证了非遗文化在现代社会中的关注度较低,尤其是中英双语类纪录片,其受众群体更是有限。基于以上数据分析,可以得出以下结论:非遗茶文化的传播和接受度有限;中英双语纪录片受众群体有限。

针对上述问题,提出基于多模态翻译的茶文化传播策略,可以从多个维度出发,结合视觉、听觉、触觉等多种感官体验,以及语言、图像、声音等多种符号资源,来增强茶文化的传播效果^[8]。以下是基于多模态视角提出的三个茶文化传播策略:

2.1 多模态内容创作与传播策略:构建全方位茶文化体验

茶文化是源远流长的中华优秀传统文化之一,蕴含着丰富的哲学思想、审美情趣和生活智慧。要实现茶文化的有效传播,首先需要对其深层内涵进行全面的文化解读和分析。

从哲学层面来看,茶道讲究“以静制动”的人生观,强调内心的平和、从容与洞察。陆羽在《茶经》中提到,泡茶不仅是一种技艺,更是一种修身养性的方式,他指

出“茶之为用,亦能知人,调和气血,养生延年”,从中可以看出茶道与道家哲学中的“无为而治”有着深刻的共鸣。从审美角度来说,茶文化融合了中国绘画、书法、雕刻等艺术形式,体现了东方特有的意境美。茶具的设计、茶席的布置以及茶艺表演,都是对传统艺术形式的再现和创新。茶道所遵循的“和、静、怡、真”四字准则,体现了对自然和谐与审美意境的追求。从生活智慧来看,茶道蕴含着丰富的人生哲理。泡茶的过程要求耐心、专注和细腻,反映了中国人重视生活节奏、珍惜当下的价值观。

要实现茶文化的跨文化传播,需要全面认知其深厚的文化内涵,了解其蕴含的哲学思想、审美追求和生活智慧,并将其与西方文化进行对比和融合,找到共同点和差异,为后续的语言转换和内容优化奠定基础。

根据多模态话语分析理论,可以将茶文化的文字描述、图像展示、声音解说、茶艺表演等多种元素相结合,以此来创作出内容丰富、形式多样的茶文化内容。研究表明,人类视觉系统与多数神经元紧密相连,基于此影像叙事能高效传播信息。影像能细腻捕捉茶叶在水中舒展瞬间,借光影呈现色泽变化,定格茶农劳作画面,传递对自然、传统的态度,还可蒙太奇讲述茶与人、文化的故事,让观众在视觉享受中领悟茶文化精髓。所以,影像叙事为茶文化传播拓宽了高效路径。

2.2 跨文化适应与本地化翻译策略:促进茶文化的国际传播

当今世界,经济走向全球化,文化呈现多元化态势。在此背景下,向国际社会传播茶文化,已然成为我国对外文化输出的关键一环,更是增强国家文化软实力、推动国际文化交流的必由之路。但东西方文化存在差异显著,茶文化传播面临重重困难,采取跨文化适应策略与本地化翻译手段,对茶文化的国际传播至关重要。

在茶文化走向世界的征程中,本地化翻译策略堪称关键一环。它绝非简单的语言切换,本质上是跨文化的深度沟通与交融。翻译茶文化术语、概念时,得全方位顾及目标语言背后的文化情境与表达习性,择取通俗易懂、受众易接纳的表述^[9]。以“红茶”英译为例,中西方命名习惯大相径庭。国人多依茶汤色泽,因其泡后汤色红亮,故名“红茶”;西方则惯于按茶叶烘干后的颜色,唤作“Black Tea”。最终,“红茶”英译定为“Black Tea”,而非按字面的“Red Tea”。这一抉择,是历史贸易沿革、文化差别、命名风俗及长期翻译定式等诸多因素交织的结果。虽与冲泡后实际汤色不完全契合,但在国际茶业经贸、文化互通里,早已约

定俗成, 广为接纳。

此外, 本地化翻译还需要注重文化意象的传递。茶文化中包含了许多富有象征意义的文化意象, 如“龙井”、“铁观音”等名茶, 以及与之相关的诗词歌赋、茶道仪式等。在翻译这些文化意象时, 应尽量保留其文化内涵和象征意义, 同时又要符合目标受众的认知习惯。

推动茶文化国际传播, 跨文化适应与本地化翻译至关重要^[10]。对外传播时, 要考量目标受众文化与认知, 用契合当地文化特性的方式策略, 依各地文化特质打造本地化内容。此外, 在进行多模态翻译时, 还要注重语言与视觉元素的协调统一。

总之, 多模态翻译过程中, 语言转换应该注重专业术语的准确传达、语言风格的文化转换, 以及与视觉元素的有机结合, 以确保茶文化内涵的准确传播^[11]。

2.3 多平台整合传播策略: 拓宽茶文化传播渠道

在进行茶文化的跨文化传播时, 单纯依靠语言转换是远远不够的, 还需要对内容进行深入的优化和创新, 以确保信息的吸引力和传播效果。在当今数字化浪潮与信息时代的大潮中, 新媒体应运而生, 它不仅重塑了信息传播的版图, 更在社会文化的繁荣与发展中扮演了举足轻重的角色。

新媒体的崛起为茶文化的对外翻译开辟了更多可能。依托信息技术搭建的新媒体网络交互平台, 翻译从业者得以与各界人士以及海外爱茶群体密切互动, 进而精准捕捉最为适宜的茶文化内容翻译方案, 力求达成对外翻译既精准传达中国茶文化要义, 又贴合外语文化表达习惯的双重目标, 切实优化茶文化对外翻译成效^[12]。

此外, 还能邀请茶文化专家、茶艺师等进行线上直播或录制教学视频, 为观众提供专业的茶文化知识和茶艺表演。也可以利用电子书、网站、社交媒体、音视频平台等多种媒介, 构建全方位、多层次的茶文化传播网络。通过整合不同平台的优势资源, 实现茶文化内容的广泛传播和深度渗透。

上述三点策略, 以多模态视角为核心, 通过融合多模态内容创作与广泛传播、实施跨文化适应与精准本地化翻译, 以及整合多平台资源进行综合传播, 有助于提升茶文化的国际传播效果与全球影响力。

3 结语

通过多模态翻译实践, 《中国范儿: 中国茶》成功实现了茶文化在跨文化背景下的有效传播, 为中国文化“走出去”提供了有益探索。该实践展示了多模态翻

译的优势和潜力。通过采用文字、图像、视频等多种媒体形式, 生动立体地呈现了中国茶文化的内涵, 增强了文化内容的可视化和可感知性。这不仅有利于海外读者更好地理解 and 欣赏中国茶文化, 也为非遗文化在国际交流中的传播提供了新的思路。

《中国范儿: 中国茶》的多模态翻译, 为非遗文化国际传播辟新路。借广泛系统研究与新技术助力, 持续创新探索, 中国文化将在全球绽放魅力, 促进中外交流, 为构建人类命运共同体献智慧。

参考文献

- [1] 景庆虹. 论中国茶文化海外传播[J]. 国际新闻界, 2012(12): 69-75+100.
- [2] 于银磊. 从信息翻译到文化阐释——从《茶经》译介看中国文化传播策略[J]. 外语电化教学, 2024(2): 47-51+107.
- [3] 王洪林. 多模态翻译研究的学术史考察[J]. 中国翻译, 2022(6): 106-113.
- [4] 王孟, 李远天. 多模态翻译视阈下的殷商文化传播研究[J]. 上海翻译, 2024(4): 40-45.
- [5] Halliday, M. A. K. An Introduction to Functional Grammar (2nd ed.) [M]. London: Routledge, 1994.
- [6] Kress, G., & van Leeuwen, T. Reading Images: The Grammar of Visual Design [M]. London: Routledge, 2006.
- [7] 张德禄. 多模态话语分析综合框架理论探索[J]. 中国外语, 2009(6): 24-30.
- [8] 王治国. 多模态翻译话语分析与语用认知探赜[J]. 中国翻译, 2023(5): 98-105.
- [9] 曹进, 邓文静. 后网络时代的翻译传播研究[J]. 外语电化教学, 2020(4): 78-83+124.
- [10] 吴赞, 李伟. 翻译方向性与中国文化对外翻译的研究面向[J]. 外国语(上海外国语大学学报), 2022(6): 99-109.
- [11] 吉文凯. 文化宣传片对外译介传播的多模态协同重构[J]. 外语教学, 2021(5): 82-86.
- [12] 贺海霞. 新媒体在中国茶文化的传播和对外翻译中发挥的作用[J]. 福建茶叶, 2017(2): 318-319.

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