

大学生对外传播中国文化的能力提升路径探索

——基于对外传播茶文化的个案研究

赵育冉, 杨璐

辽宁科技大学外国语学院 辽宁鞍山

【摘要】本文以茶文化对外传播为个案,结合“Era Echoes”公众号实践,融入老山国际春茶节获评“十嘉”国际传播案例、峡江古镇三斗坪茶文旅振兴案例,剖析英语专业大学生文化传播能力培养的时代价值;从语言转换、文化认知、媒介实践维度,提出融合翻译技巧的文化传播能力提升路径。

【关键词】茶文化; 对外传播能力; 翻译技巧

【基金项目】2025年度辽宁省大学生创新创业训练项目“跨越千年的碰撞:科技赋能下中国文化的英语传播创新路径探究”(项目编号:S202510146052)。

【收稿日期】2026年3月20日

【出刊日期】2026年4月20日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260147

Exploration of the path to enhance college students' ability to disseminate Chinese culture abroad: a case study of disseminating tea culture abroad

Yuran Zhao, Lu Yang

University of Science and Technology Liaoning, Anshan, Liaoning

【Abstract】This article takes international dissemination of tea culture as a case study, combines the practice of public account “Era Echoes”, and incorporates “Top Ten” international communication case of Laoshan International Spring Tea Festival and the revitalization case of the tea culture and tourism in Sandouping, an ancient town in Xijiang, to analyze the contemporary value of cultivating the cultural communication ability of English major college students. From the dimensions of language conversion, cultural cognition, and media practice, it proposes a path to enhance cultural communication ability by integrating translation skills.

【Keywords】Tea culture; International dissemination capability; Translation skills

1 引言

青年群体作为文化传承与创新的核心力量,其传播能力对于提升中华文化国际影响力起着至关重要的作用。英语专业大学生既具备语言优势,理应成为跨文化传播领域的“桥梁型人才”。然而,因翻译能力及对传统文化了解不足等原因,在传播茶文化等中华传统文化精髓时,常常词不达意。例如,将“茶道”简单译为 tea ceremony,却难以精准阐释“和敬清寂”这一精神内核。中国传统思想提倡“天人合一”,意思是指一切事物都应遵照自然的规律发展。随着时间的推移,便形成了中国特有的“茶文化”^[1]。茶文化蕴含着中国传统哲学与生活智慧,从“神农尝百草得茶而解之”的起

源传说到茶马古道的贸易文明,是对外传播的优质载体。笔者团队运营的公众号“Era Echoes”通过发布视频和推文开展对外传播茶文化的实践活动。此外,峡江三斗坪以茶赋能古镇振兴的实践,也彰显了茶文化传播的多元价值以及青年参与的必要性。

2 英语专业大学生对外传播茶文化能力培养的重要性

2.1 国家文化传播需青年支撑

构建国际传播体系需“微观传播者”的精准参与,大学生更应承担起国际传播主体的责任。当前,国际社会对中国文化的认知仍存在“表层化”现象,大学生需提升翻译水平助力文化的深度传播。老山国际春茶节

作者简介:赵育冉(2005-)女,汉族,辽宁省营口市人,研究方向:中英文化翻译,本科;杨璐(1971-)女,汉族,辽宁省沈阳市人,本科,副教授,主要从事英语语言学、跨文化传播教学的研究工作。

通过“非遗茶艺展演+国际茶商对接”模式获评“十嘉”国际传播案例,其成功核心在于实现了茶文化从“单向展示”到“双向互动”的转变——而这一过程亟需兼具语言能力与文化素养的青年力量。

2.2 认知到实践——展现青年文化自信

文化自信的本质是“认同—表达—传播”的闭环,青年传播行为是文化自信从认知到实践的转化。在“Era Echoes”的视频创作中,团队为考证茶起源,研读《茶经》并在互联网上搜索大量相关文献,动手学习茶艺,感受不同种类的茶在舌尖跳跃的多样滋味。调研过程深化了大学生的文化认同;而老山春茶节中,青年志愿者向国际嘉宾讲解“杀青”“揉捻”等工艺,正是文化自信的鲜活表达。

三斗坪古镇,不仅有很强的娱乐价值、审美价值,同时也具有很强的教育价值^[2]。如大禹治水所体现的锲而不舍、公而忘私、感天动地、泣鬼神的精神;现代“大禹”治水过程中所体现的科学、严谨、高效、奉献精神^[3]。青年志愿者通过精准翻译与阐释,能让海外受众理解三斗坪古镇茶乡人民敦厚朴实的精神、“以茶兴镇”背后的“天人合一”理念;让老山古树茶成为“绿水青山就是金山银山”的具象名片,这种传播实践本身就是青年文化自信的最佳证明。

3 英语专业大学生对外传播茶文化能力的提升路径

自2000年南京大学从丛教授首次提出“中国文化失语现象”这一概念以来,国内学者已应用访谈、问卷、测试等不同方法围绕这一主题开展了相应的研究^[4]。研究表明:能力提升需以语言转换为基础、文化认知为核心、媒介实践为载体。而这三者融合翻译技巧,在茶文化传播场景中最能落地见效^[5]。

3.1 强化语言转换能力,精准运用翻译技巧

文化翻译的本质是“在文化研究的大语境下考察翻译,对文化及语言的表层和深层结构进行研究,探索文化与翻译的内在联系和客观规律”^[6]。语言转换是茶文化实现跨文化深度传播的关键,其质量直接影响异域受众的理解程度与接受意愿。因此,需紧密结合茶史典故的厚重特质、茶艺流程的仪式特性、茶类特性的独特属性等核心要素,灵活运用直译、意译、文化补偿等三类翻译技巧,确保每一处表述既能精准传递原文精髓,又能契合目标语言的文化语境与表达习惯。

(1) 直译助力维系文化独特性

直译适用于物质属性明确的茶文化概念,有助于保留文化独特性^[7]。例如,绿茶(green tea);茶盘(tea

tray);而“功夫茶”,若直译为gongfu tea,易使国外受众联想到“武术”,增译为gongfu tea ceremony,明确其“泡茶流程与礼仪”的核心属性。“茶点”增译为tea-accompanying snacks,精准传达“搭配茶水食用”的功能定位。“春茶”,增译为spring-picked tea,点明其关键特质是“采摘季节”。在“Era Echoes”茶起源视频中,茶树虽仅译为tea plant,但配合茶树特写画面,受众可建立直观认知,正确理解茶树的观念。

(2) 意译策略消解文化内涵差异

意译可避免因直译引发的误解。“洗茶”直译为wash the tea leaves易使受众误解为茶叶不洁,意译为rinse the tea leaves to awaken aroma可精准传达其文化功能;三斗坪“茶祭”意译为tea worship ritual honoring tea ancestors and nature,既传递了原文核心与精神,又悄然消除了文化陌生感。

(3) 文化补偿弥合认知空缺

茶文化诞生后与特定地域的历史、自然环境紧密相连,许多核心概念具有独特的地域记忆与人文内涵,直译难以使异域受众理解。因此,需采用“精准翻译+必要背景补充”的策略,用额外信息填补文化认知缺口。例如,在“Era Echoes”推文中,“茶马互市”译为tea-horse trade (ancient commercial exchange between Han and Tibetan peoples),避免了直译的晦涩难懂;老山“古树茶”译为ancient tea trees (over 100 years old, grown in natural ecosystems),通过文化补偿传递其生态价值;将三斗坪“茶旅融合”译为tea-tourism integration (combining tea culture experience with ancient town tourism),阐释乡村振兴的中国方案。这种文化补偿策略有助于海外茶商把握老山茶的生态稀缺性与文化底蕴,感知地域故事,能够为贸易合作与文化交流奠定认知基础。

3.2 系统构建茶文化体系,强化文化认知能力

在茶文化跨语言传播中,语言转换精准度以对文化的深度理解为前提^[8]。若大学生译者仅掌握语言转换技巧,缺乏对茶文化的系统认知,易出现“译得准确却传播不透彻”的问题。所以,需构建“基础认知-核心内涵-实践关联”的分层式茶文化认知体系,夯实文化根基。既要熟知茶叶分类、茶器特性和茶艺流程,也要领悟茶道与哲学的内在关联。“Era Echoes”创建初期因对茶类核心工艺认知不清,导致信息偏差,后续通过咨询茶艺师和运用AI翻译技术修正了认知漏洞。

3.3 总结公众号运营经验,提升媒介实践能力

“Era Echoes”初期追求宏大叙事,主题分散,传播

效果不佳;后期聚焦小主题,深度挖掘主题文化内涵,播放量和互动率明显提升。茶文化有多感官属性,纯文字难以传达核心魅力,需视觉化辅助。“Era Echoes”在视频中用微距镜头呈现茶籽和新芽,配英文字幕解释;老山春茶节通过线上展演直播与虚拟游园,增强海外受众场景沉浸感;三斗坪青年从业者用短视频记录茶器制作并配双语字幕,直观展示实操细节,“动态视觉+精准文字”实现感官体验信息传达。

跨文化传播中,“反馈—调整”机制是优化内容的关键。“Era Echoes”团队根据读者高频提问补充专题短文。以受众反馈为导向调整内容,能贴合海外受众认知盲区与信息需求,是大学生提升媒介实践能力的核心技巧。

4 实践反思与大学生协同传播启示

公众号“Era Echoes”实践虽初见成效,但依然存在翻译精细化不够,文化阐释深度不足及更新频率较低等问题。需借鉴更多成功案例且提高翻译质量,拓展文化传播维度,结合AI技术制作精彩视频,提升内容质量与传播可持续性。另外,大学生的跨文化传播实践需不同专业大学生协同合作,构建“语言+专业”互补矩阵。英语专业学生承担茶文化英译等核心任务,非语言专业学生提供专业视角与实践素材,二者结合满足跨文化传播全链条需求。高校应打破专业壁垒,将跨专业协同理念融入教学体系。开设“茶文化跨文化传播”等选修课,以“项目式学习”促进不同专业学生知识互补,设立“茶文化海外传播”专项实践项目,鼓励跨专业学生组队深入茶产区调研,协同开展传播实践。

5 结论

英语专业大学生对外传播茶文化的能力是语言技巧、文化认知与媒介实践的统一。公众号“Era Echoes”

实践表明,能力提升需在学习中实践,在反馈中优化。文化传播需要英语专业与非英语专业大学生协同构建青年传播矩阵,才能更好地让茶文化从“走出去”到“走进去”,为加强构建中华文化国际传播体系贡献青春力量。

参考文献

- [1] 马珺,曾祥宏.大学生跨文化交际能力提升对于茶文化传播的作用[J].海外英语,2020(23):217-219.
- [2] 鲁翠玉.浙江省特色小镇景观规划设计研究[D].浙江农林大学,2017.
- [3] 龚永新.旅游名镇建设中的茶文化挖掘与导入[J].农村经济与科技,2011(5):63-65.
- [4] 陈晓霞.开放式创新视阈下“中国文化失语症”的实证研究[J].海外英语,2018,(13):61-63.
- [5] 焦子琪,刘小杏,武晓涵.对外传播视域下大学生中国文化英语表达能力调查与提升策略研究[J].中国教育技术装备,2020(04):65-67.
- [6] 谢建平.文化翻译与文化“传真”[J].中国翻译,2001,22(5):19-22.
- [7] 杨嵩.跨文化传播视角下桂林饮食文化外宣翻译的优化策略[J].桂林师范高等专科学校学报,2026,40(01):60-67.
- [8] 姜欣.古茶诗的跨语际符号转换与机辅翻译研究[D].大连理工大学,2010.

版权声明: ©2026 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