

生态翻译学视角下浙东非遗“十里红妆”器物名称英译研究

许梦宁 李桦

浙江越秀外国语学院

DOI:10.32629/er.v9i8.7326

[摘要] 本文以生态翻译学语言、文化、交际三维转换理论为分析框架，聚焦浙东非遗“十里红妆”婚嫁器物名称英译现存乱象，系统梳理了当前译文中词汇搭配失范、民俗内涵流失、跨文化传播效能不足等多层问题，并结合博物馆展陈、海外文旅宣传、线上传播等多元对外场景，分维度提出针对性英译优化路径。研究证实，针对“十里红妆”这类富含地域民俗符号的文化负载名词，单一直译或简化意译均无法兼顾语言规范、文化留存与交际传播三重需求，唯有以译者适应性转换为核心，在语言维度调整英文构词与器物词汇选用、文化维度坚守本土特色意象、交际维度建立统一标准化译法且适配不同对外传播场景，三维协同适配，才能产出兼具可读性与文化完整性的优质译文。

[关键词] 生态翻译学；三维转换；十里红妆；非遗器物；英译策略

中图分类号：H315.9 **文献标识码：**A

A Study on English Translation of Eastern Zhejiang Intangible Cultural Heritage "Shili Hongzhuang" Utensils from the Perspective of Eco-translatology

Mengning Xu, Hua Li

Zhejiang Yuexiu University

Abstract: Based on the three-dimensional transformation theory of eco-translatology, this paper focuses on the existing problems in the English translation of wedding utensil names of Shili Hongzhuang, a typical intangible cultural heritage in Eastern Zhejiang. It systematically sorts out multi-level defects in current translations, including non-standard lexical collocations, loss of folk cultural connotations, and insufficient cross-cultural communication efficiency. Combined with diverse international communication scenarios such as museum exhibitions, overseas cultural tourism promotion and online dissemination, this paper proposes targeted optimization paths from three dimensions. The research proves that for culture-loaded terms represented by Shili Hongzhuang with distinctive regional folk symbols, pure literal translation or simplified free translation cannot meet the triple demands of linguistic standardization, cultural inheritance and communicative dissemination. Only through translator-centered adaptive transformation can high-quality translations with satisfactory readability and complete cultural connotation be achieved, by adjusting lexical expressions at the linguistic level, retaining local characteristic cultural images at the cultural level, and establishing unified and scenario-adaptive standardized translation rules at the communicative level.

Keywords: eco-translatology; three-dimensional transformation; Shili Hongzhuang; intangible cultural heritage utensils; English translation strategies

引言

在中华文化“走出去”国家文化传播战略持续推进的时代背景下，我国对中华优秀传统文化民俗文化的对外译介与国际传播给予了高度重视，倡导深挖本土特色民俗符号，完善传统文化外译体系，消除跨文化传播隔阂，增强中华文化国际传播影响力。^[1]而婚嫁民俗作为中华民俗体系的核心分支，承载民族吉祥文化礼仪，是中外文明交流互鉴的重要载体。

“十里红妆”是浙东地区独有的婚嫁非遗，涵盖千工床、红盖头等成套婚嫁器物，每件器物都附着专属寓意，是极具辨识度的中式物质文化符号。^[2]当前非遗展览、民俗外文宣传中大量出现十里红妆相关英译文本，但器物名称翻译乱象频发，问题普遍存在，译文难以完整传递器物背后的婚嫁文化，海外受众无法读懂中式婚俗的精神内核。

传统翻译研究针对民俗器物专有名词的系统性译介研

究较少，传统翻译评判标准难以兼顾文化传播、受众理解双重需求。胡庚申提出的生态翻译学以“译者适应与选择”为核心，三维转换理论能够为民俗器物英译提供全新分析框架，平衡文本语言规范、本土文化保留、跨文化交际效果三大需求。^[1]基于此，本文以生态翻译学三维转换理论为支撑，探究十里红妆器物名称的优化英译路径，助力传统婚嫁民俗高质量对外传播。

本文以宁海十里红妆博物馆官方双语展陈，对外文旅官方文稿及相关学术译本为案例，剖析器物英译三维缺陷并提出优化策略，兼顾地域文化特色与海外受众认知，为民俗非遗名词外译提供参考。

1 理论基础

1.1 生态翻译学核心定义与三维转换理论

生态翻译学由胡庚申创立，将翻译活动视作译者在翻译生态环境中不断适应、主动选择的动态过程，翻译生态环境包含源语文化、目标语受众、传播场景、文本内涵等多重要素，译文的优劣取决于译者能否完成多维度适应性转换。^[2]

理论核心为语言维、文化维、交际维三维转换：

第一，语言维转换：译者对源语文本词汇、句式、修辞等语言形式做出适应性调整，适配目标语语法、表达习惯；

第二，文化维转换：译者兼顾源语本土文化内涵与目标语文化认知，妥善处理文化负载词，避免文化意象流失或文化冲突；

第三，交际维转换：译者以跨文化交际为最终目标，译文需完成信息传递，实现文化传播、沟通理解的交际目的。^[1]

三维转换并非相互割裂，而是有机统一的整体，优质译文需要同时完成三个维度的适应性重构，这一理论框架十分适合承载厚重民俗内涵的器物名词翻译研究。^[1]

1.2 “十里红妆”文化特色及其英译难点

十里红妆是浙东地区独有的婚嫁物质文化体系，整套体系具备鲜明双重文化特征：一是物质工艺特色，千工床、红妆木箱等器物依托江南传统木雕工艺打造，拥有专属工艺名词；二是民俗吉祥文化特色，子孙桶、凤冠霞帔等器物附着多子多福、平安顺遂等中式婚嫁独有的祈福寓意，属于典型文化负载词。^{[4][5]}

其英译难点突出：其一，缺乏统一官方译法，同一器物存在多种版本；其二，英语文化圈不存在同类婚嫁器物与吉祥文化，直译会造成海外读者认知空白；其三，多数译文仅完成语言文字转换，忽略器物的地域民俗特色，文化内涵大量丢失，无法达成对外文化传播的交际目标。而生态翻译学三维转换理论可以针对性化解以上难点，指导译者在翻译中兼顾语言通顺、文化保真、交际传播三重需求，完整传递十里红妆独有的地方婚嫁文化。^{[3][6]}

2 十里红妆器物英译现存问题

本文选取核心十里红妆器物典型不合格英译文本，分别从语言维、文化维、交际维三个层面梳理当前译文中普遍存在的缺陷。^[3]

2.1 语言维问题：词汇搭配生硬，不符合英文表达规范

语言维转换要求译文词汇、句式贴合英文名词表达习惯，但现有大量直译文本存在构词、词汇选用失当问题。

以“千工床”直译 *Thousand work bed* 为例，该译文未使用英文复合形容词结构，词汇组合生硬，英语不存在“*thousand work*”直接修饰家具的惯用表达，句式逻辑混乱，海外读者阅读晦涩难懂。^[3]

又如“子孙桶”直译 *descendant bucket*, *bucket* 多指现代小型塑料水桶，与中式实木婚嫁器具形制完全不符，词汇选型偏差直接扭曲器物形象，造成语义失真。^[3]

综上，大量民间、展馆简易直译未完成语言维度适配，词汇搭配、名词修饰结构不符合英语表达逻辑，是英译最基础的突出问题。

2.2 文化维问题：文化负载词简化处理，民俗内涵流失

文化维转换核心是留存中式婚嫁吉祥意象，消解跨文化认知隔阂，但现有译文普遍存在过度简化、删减文化寓意的问题。

“子孙桶”承载绵延子嗣、家族兴旺的婚嫁祈福内涵，部分译文仅简单译作 *wooden tub*，直接剔除“子孙绵延”核心民俗意象，海外读者无法知晓器物背后的婚嫁文化；部分直译只保留字面意思，未对独特中式婚俗符号补充解释，西方受众难以理解器物专属吉祥寓意。^{[3][6]}

部分译本对“凤冠霞帔”进行西式替换，将凤凰意象替换为西方王冠，丢失凤凰在中国婚嫁体系中高贵、吉祥的独有文化符号，弱化浙东红妆本土特色。^[5]

简言之，多数译者忽视文化负载词处理，省略注释、过度简化词汇，造成十里红妆地域民俗文化内涵严重流失。

2.3 交际维问题：传播导向缺失，跨文化宣传效果薄弱

交际维以中外文化交流为最终目标，现有译文普遍缺少传播意识，难以实现有效交际。

仅进行字面直译的文本缺少配套文化释义，海外受众只能识别器物外形，无法理解十里红妆的礼仪价值与文化定位；各地展馆、文旅平台译法杂乱无统一标准，同一器物多种译文并行，容易造成外国游客认知混淆。以下几种案例便有十分典型的交际维问题。

案例 1：线下展馆双语标牌乱象

部分小型文旅展厅将“红妆百宝箱”分别译作 *red box*、*dowry chest*、*wedding cabinet* 三种版本，无统一规范。外国游客参观不同展厅时，会误认为三种译法指代三件不同器物，

割裂“十里红妆成套嫁妆”的整体概念,无法建立完整文化认知。^[3]

案例2: 海外线上旅游平台简略直译

海外旅游平台 Trip.com 中“千工床”仅标注 thousand work bed, 无任何补充说明。海外游客仅能看出这是一张床,无法获知其耗费千名工匠工时、属于传统婚嫁嫁妆的核心信息,失去对外展示浙东木雕婚嫁工艺的传播价值。^[4]

案例3: 海外简易巡展无注解译文

小型海外非遗巡展仅标注 phoenix crown (凤冠)、wooden tub (子孙桶) 等极简名称,未补充婚嫁、嫁妆相关说明。外国观众会将凤冠视作普通宫廷头饰、子孙桶当作日常储物容器,完全无法体会浙东婚嫁特有的祈福礼仪文化,传播流于表面。^[7]

在各类传播场景中,杂乱、无文化注解的译文无法塑造统一的江南婚嫁文化 IP,难以让海外受众完整读懂十里红妆礼仪体系,文化输出的交际目标难以落地。

3 三维转换视角下的优化翻译策略

结合上述三大维度的常见翻译问题,笔者选取兼顾语言、文化、交际三维适配的优质译文案例进行分析,并提出适配十里红妆婚嫁器物的英译优化策略。

3.1 语言维适配: 规范词汇搭配,调整英文构词结构

案例1: 针对“千工床”,优化译法 thousand-work wedding bed 采用英文标准复合形容词结构修饰名词,规避生硬的词汇组合,契合英文家具名词表达逻辑;

案例2: 针对“子孙桶”,选用 wedding wooden heirloom tub, 使用 heirloom (传家宝)、tub (传统木质大盆) 适配中式婚嫁木器形制,替换语义偏差的 bucket,贴合器物真实样貌。^[6]

结合上述案例,笔者提出对应的语言维英译策略: 第一,摒弃逐字直译,使用复合形容词、名词前置修饰等英文常用构词方式; 其次,注意区分中西器物词汇词义差异,根据红妆器物材质、形制选用对应传统木器英文词汇,避免现代日用品词汇误用; 最后,统一同类婚嫁器物名词后缀,形成标准化词汇体系。

3.2 文化维适配: 保留本土文化意象,注释补充民俗内涵

案例1: “子孙桶”采用加注译法: heirloom tub (a red dowry symbolizing thriving descendants), 既保留器物本体名称,又通过括号注释解释“多子兴旺”的婚嫁寓意,完整传递民俗内涵;

案例2: “凤冠霞帔”译作 phoenix crown and rosy cape, 保留凤凰专属文化符号,不替换为西方贵族头饰,守住中式婚嫁审美特色。^{[3][6]}

上述优秀案例体现文化维英译策略应包括: 不随意替换

中国特有文化意象,保留本土文化标识; 针对文化负载词采用括号注释、页下注等方式,补充器物背后婚嫁礼仪内涵; 区分通用器物名词与红妆专属婚嫁器物,添加 dowry 嫁妆标识,更能凸显其属性。

3.3 交际维适配: 立足对外传播场景,构建统一标准译法

案例1: 博物馆海外巡展成套标准化译文

宁海十里红妆博物馆赴欧洲巡展对外宣传文本统一规范器物译法,千工床统一为 thousand-work wedding bed、子孙桶统一为 heirloom tub (a red dowry symbolizing thriving descendants), 每件器物均带有 dowry 嫁妆标识与简短文化注解。整套译文体系统一连贯,海外游客参观时可快速串联起全套婚嫁嫁妆体系,清晰理解浙东“十里红妆”丰厚婚嫁礼仪文化,顺利完成文化输出的交际任务。^[4]

案例2: 官方文旅对外宣传片字幕译文

国家级文旅对外短视频中,“红妆百宝箱”统一译作 dowry wooden treasure chest, 搭配短句字幕注释: storage case for bride's wedding jewelry and gifts. 短视频受众停留时间短,简短注释适配碎片化观看场景,海外观众快速读懂器物功能与婚嫁属性,实现轻量化跨文化交际。^[7]

案例3: 博物馆常设双语展板精简注释译文

馆内线下固定展板采用短注释模式,凤冠霞帔译作 phoenix crown and rosy cape, exclusive bridal costume in eastern Zhejiang dowry, 用简短标注点明地域与婚嫁属性,适配游客边走边看的参观习惯,兼顾传播效率与文化信息传递。^[3]

根据上述案例,不难看出交际维所需的英译策略: 首先,文旅、展馆对外文本统一器物标准译法; 第二,根据不同传播场景调整注释篇幅: 线下展板简洁短注,海外宣传册可增加详细文化解读,线上短视频使用短句轻量化注释; 译文应以海外受众认知水平为基准,降低理解门槛,以清晰易懂的表达完成民俗文化跨文化传播。

4 结语

浙东“十里红妆”作为宁绍地区标志性婚嫁非遗,其器物名称英译是中华传统婚俗走向国际的微小却关键的传播切口。本文的研究思路与优化策略,能够改善当下展馆双语标牌、海外文旅推介文本翻译杂乱的现实困境,助力海外受众完整感知江南婚嫁木雕工艺与祈福吉祥文化,也可为同类民俗非遗器物、传统专有名词的外译实践提供可参照的分析框架与实操范式。^{[3][4]}

中华文化外译是兼顾本土文化保真与海外受众认知的生态化调适过程。^{[1][2]}后续可拓宽研究案例,结合多媒介海外传播受众反馈细化多语种、分场景翻译方案,持续完善民俗外译体系,让蕴含东方礼仪美学的非遗符号实现更高效、

更深度的国际传播。^{[6][7]}

[参考文献]

[1]胡庚申.生态翻译学：建构与诠释[M].北京：商务印书馆,2013.

[2]胡庚申.翻译适应选择论[M].武汉：湖北教育出版社,2004.

[3]孙凤佩,李凤萍,徐坚俊.“十里红妆”婚俗文化器具英译实证研究[J].戏剧之家,2017(15):202-204.

[4]胡蓉.“十里红妆”民俗翻译的文化图式研究[J].开封教育学院学报,2016,36(11):75-76.

[5]沈琼莎.传统中式婚礼道具的翻译研究——以浙江宁波地区“十里红妆”为例[J].考试周刊,2009(50):36-37.

[6]李双梅,曾传生.也谈生态翻译三维原则——以海南特色民俗文化负载词英译为例[J].海南师范大学学报(社会科学版),2015,28(11):102-105.

[7]杜敏.从传播学视角谈非物质文化遗产名称翻译策略——以河南非遗名称为例[J].海外英语,2019(13):32-33.

作者简介：

许梦宁（2007-），女，汉族，浙江宁波人，浙江越秀外国语学院本科生，研究方向：翻译。

李桦（1985-），女，汉族，浙江诸暨人，副教授，研究方向：翻译理论与实践、英语教学研究。