

中国传统节日话语体系构建

——以清明节英译为例

任芮雨, 张志强*

河南师范大学外国语学院, 河南 新乡

收稿日期: 2026年1月20日; 录用日期: 2026年1月28日; 发布日期: 2026年2月14日

摘 要

中国传统节日不仅是中华民族共同体价值观的生动体现, 也是中华文化遗产与文明传播的重要载体, 是中国特色话语体系的重要组成部分。但在世界话语体系格局中, 我国传统节日话语体系整体上尚处在初创期。本文整合批判话语分析(CDA)和文化间性理论, 以清明节英译为实例, 探寻中国传统节日话语体系的“语境重构-文化协商-媒介创新”构建模式与传播路径, 以助益于我国传统节日文化话语体系的建立, 提升中国文化的软实力, 增强其在国际话语体系中的接受度。

关键词

中国传统节日, 清明节, 话语体系构建, 跨文化传播

Developing a Discourse System for Traditional Chinese Festivals

—English Translation of Qingming Festival as a Case in Point

Ruiyu Ren, Zhiqiang Zhang*

Faculty of International Studies, Henan Normal University, Xinxiang Henan

Received: January 20, 2026; accepted: January 28, 2026; published: February 14, 2026

Abstract

Traditional Chinese festivals are vivid expression of the shared values of the Chinese nation. They

*通讯作者。

are also important vehicles for transmitting Chinese culture and disseminating Chinese civilization and a vital part of the Chinese discourse system. However, within the global discourse landscape, the establishment of the Chinese discourse system for traditional festivals is still in its infancy. Integrating the theories of Critical Discourse Analysis (CDA) and interculturality, this paper seeks to establish a model for building a discourse system for Chinese traditional festivals featured by “context reconstruction-cultural negotiation-media innovation” and a pathway for disseminating the discourse system of Chinese traditional festivals, taking the English translation of the Qingming Festival as a case study. The aim is to help the establishment of the Chinese discourse system for traditional festivals, to strengthen the soft power of Chinese culture and to enhance its acceptability of the Chinese discourse system for traditional Chinese festivals.

Keywords

Traditional Chinese Festivals, Qingming Festival, Discourse System Construction, Intercultural Communication

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当今中国,“话语体系”一词出现频率颇高,出现在人们的日常交流与媒体报道,也成为学界讨论的热点[1]。话语体系是人际交往沟通手段的言语活动在一定社会境遇中运用的范式,是承载着说话群体的主观意志和思想的完整有序的话语建制,蕴含着深厚的文化内涵和民族特征([2]: p. 31)。话语体系可大致分为传统与现代两类,现代由传统发展而来。中华文明积淀着千年深厚底蕴,中华优秀传统文化蕴含诸多核心元素,这些元素相互交融、彼此赋能,共同铸就了中华文明的鲜明特质。在丰富多元的文化元素中,传统节日无疑是极具代表性的重要组成部分,中国春节成功列入世界非物质文化遗产名录,便是这一特质的生动佐证。因此,关注我国优秀传统文化,特别是传统节日文化具有重要的理论意义和现实意义。

2. 中国传统节日话语体系与外宣存在的问题

中华优秀传统文化是中华民族的独特禀赋与核心优势,更是我国文化软实力的深厚根基。对外文化传播工作需要的是精耕细作,积极创新传播范式与路径,聚焦打造兼具中国特质与国际通用性的话语概念、范畴及表达,助力中国故事的精准阐释与中国声音的广泛传递。但长期以来,在中华优秀传统文化特别是中国传统节日的对外翻译与传播过程中,一直缺失节日话语体系的构建,存在文化误解或文化符号异化现象[3]。目前我国传统节日的翻译,大多模仿西方节日的概念、范畴和方法,未能形成一套属于自己的概念、范畴和思考方法[4]。这在一定程度上影响了我国的文化软实力,影响了中国传统节日在国际社会中的认知程度与接受程度,未能全面、准确地展现其深层价值与独特魅力。现有关于中国传统节日外宣翻译的研究,主要关注节日的英译形式与表层策略,包括直译、音译与简略注解等,但这些方法存在明显局限,虽然提供了一定的可读性,却未能深入传达节日所蕴含的核心文化价值,未能形成系统的话语体系。具体表现有三点:一是内容层未深挖节日文化底蕴与价值逻辑;二是语言层以形式对等为主,忽略兼顾文化与理解的精细策略;三是媒介传播层没有形成合力,忽视多模态手段在传播中的潜力。其主要原因有两点,一是缺少话语体系构建意识,二是缺乏适当的理论指导。

3. 中国传统节日话语体系构建的理论基础

(一) 批判话语分析

最早英国语言学家 Roger Fowler 等人提出批判话语分析(Critical Discourse Analysis, CDA), 其作为社会语言学领域极具解释力的现代理论工具, 以语言与权力的辩证关系为核心研究对象, 聚焦话语实践中权力关系的具体运作逻辑、社会语境对意义生成的建构作用[5]。该理论突破了传统文化研究的二元对立框架, 摒弃将特定文化简单定性的刻板认知, 强调话语是权力博弈与社会关系的载体, 为传统文化跨文化传播提供了更具批判性与当代适配性的理论支撑。传统理论仅关注文化背景差异, 而 CDA 注重剖析翻译过程中源文化、译者、目标语读者三方的权力互动, 以及目标语境中意识形态、社会规范对文化意义传递的隐性影响。这种分析视角在节日文化传播中表现尤为显著。以清明节为例, 祭祖作为核心民俗活动, 不仅是表层仪式, 更承载着家族传承、生命观念等深层文化权力话语。当这类蕴含特定文化权力逻辑的内容面向跨文化受众时, 若仅做表层语言转换而忽视权力关系的适配性重构, 易导致文化意义的扭曲或消解。批判话语分析视角启示我们, 要实现中国传统节日的有效跨文化传播, 需精准解构源文化中的权力话语内涵, 通过话语策略调整实现权力关系的适度平衡与意义的精准传递。

(二) 文化间性理论

长期以来, 在跨文化交往过程中, 主体性思路一直占据主导地位, 中国话语在跨文化讲述自我身份、建构形象时常面临着价值体系障碍[6]。20 世纪 80 年代, 哈贝马斯将“主体间性”理念由相同语言文化社区人们的交往行为扩展到国际交往与跨文化传播领域, “文化间性”的概念致力于打破文化隔膜, 实现不同文化主体间的平等对话。文化差异创造了不同文化视角相遇的空间, 文化之间的差异化互动可实现新的意义构建。文化间性视角下的节日翻译并非简单复制符号, 而是实现意义再创造, 使译文在目标文化中重新生成意义和某种程度的“共识”。这种文化协商与策略干预, 是突破文化隔阂、实现跨文化理解与共情的关键路径。

(三) 理论整合与模型建构

在构建中国传统节日话语体系的过程中, 整合批判话语分析(CDA)与文化间性理论, 可以形成一套具有解释力与可操作性的话语体系建构模型。该模型包含“语境重构-文化协商-媒介创新”三个环节, 为构建中国传统节日话语体系的语言选择、文化表达与传播策略提供理论支持和实践引领。批判话语分析(CDA)为语境重构提供了核心理论依据。在这一视角下, 中国传统节日所承载的文化信息需要经过显性化处理, 通过“语境重构”策略, 将其中隐含的文化内涵转化为目标文化读者可理解的文化信息[7]。其次, 文化间性理论强调翻译是源文化、译者与目标语读者三方之间的动态协商。在理解源文化的基础上, 通过策略性选择, 如意译、注释、解释性表达等, 使节日文化意象与目标语语境之间实现兼容与共鸣, 避免文化单向输出。最后, 考虑到当代国际传播语境的多样化与数字化趋势, 构建节日话语体系的第三步要着力于“媒介创新”。在文化间性框架下, 传播不仅是语言的问题, 媒介选择也是“文化协商”的一部分。中国传统节日话语体系可借助短视频、数字叙事等契合当代跨文化受众接受习惯的新兴媒介进行表达, 通过媒介载体优化强化话语的可接受度与感染力。批判话语分析主导的权力关系适配、语境重构、文化间性协商与媒介创新之间相互嵌套, 共同构成了中国传统节日话语体系建构模型和译传路径。

4. 中国传统节日话语体系构建路径例释

话语体系建设有两层含义: 其一是提炼标识性概念, 打造易于为国际社会所理解、接受的新概念、新范畴、新表述, 便于中国传统节日在国际传播和记忆。其二是加强各概念之间的关联性、理论性、逻辑性, 使各个节日彼此架构、互为佐证, 建立起中国传统节日体系([2]: p. 31)。向国际社会传递中国传统

节日的新概念、新范畴、新表述是话语体系建设的准备阶段, 将这些传统节日相联结, 构建起这些新概念、新范畴、新表述之间的逻辑关系则是话语体系建设的主体工程构筑阶段。

清明节作为中华民族的重要节日, 承载了纪念祖先、感怀先人、珍视生命的情感。下文以中国日报网站上清明节的英译为例, 从内容、语言、媒介三个层面入手分析如何在外宣中构建中国传统节日的话语体系。

1) 内容层

在内容层面, 可以重新提炼节日的核心内涵, 使之产生受众共鸣。例如, 将清明节中“孝道”“生命教育”“自然循环”等内涵加以再阐释, 与西方文化中的“家庭伦理”“纪念”“环保意识”等价值观建立连接, 从而实现文化意义上的“等值转化”。这一过程本质上是在践行文化间性理论所倡导的主体间对话: 它并非简单替换或迎合, 而是通过寻找共享的意义空间, 促使两种文化视角在阐释中相互调适与丰富, 最终生成能被双方理解的新意义。

原文 1: 清明节期间, 放风筝是许多中国人喜爱的活动。白天和晚上都有人放风筝。风筝或线绳上会系上小灯笼。当风筝在天空中飞翔时, 灯笼就像夜晚闪烁的星星。这一天放风筝的特别之处在于, 人们会在风筝升空时剪断风筝线, 让风筝自由飞翔。据说这样做能带来好运, 赶走疾病。寒食节是清明节前一天的中国传统节日。这一天忌讳生火只能吃冷食。^①

译文 1: Flying kites is an activity favored by many Chinese during Tomb-Sweeping Day. Kites are not only flown during the day time but also in the evening. Little lanterns are tied to the kite or to the kite string. And when the kites are flying in the sky, the lanterns look like twinkling stars at night. What makes flying kites during this day special is that people cut the string while the kite is in the sky to let it fly free. It is said this brings good luck and that diseases can be chased away by doing this. The Cold Food Festival or Hanshi Festival is a traditional Chinese holiday celebrated for one day before Tomb-Sweeping Day. On that day, making fire is taboo and only cold food is available.^②

文化间性理论与国际传播之间具有很多内在的耦合性, 能促进文化间理解认同[8]。上引译文大体上实现了保留源语文化特质与适应目标语读者理解之间的动态平衡。首先, 由于语境差异, 中国传统节日在传播中建起了理解壁垒, 如清明节所涉及的祭祖扫墓、寒食禁火、放风筝等传统习俗, 在以个人主义、基督教文化为主的西方社会中缺乏直接对等的文化经验, 极易产生误解甚至文化隔阂。将“寒食节”译为“Cold Food Festival or Hanshi Festival”, 既直译了名称帮助理解, 又保留了汉语拼音的文化真实性。然而, 当前传播中一个普遍存在的失效模式是“文化标签化”, 即仅提供名称和表层行为描述, 却割裂了习俗与深层文化逻辑、历史语境及情感价值的联系。例如, 译文中仍然存在的文化缺省, 清明节(Tomb-Sweeping Day)和寒食节(Cold Food Festival)的文化背景没有进一步展开。对于不熟悉这些节日的西方读者而言, 仅凭名称可能无法理解其深层文化意义。这种缺省并非偶然, 它折射出在单向度传播思维下, 常常优先考虑信息压缩与简化, 而牺牲了意义的完整性与互文性。因此, 译文可以进一步补充清明节扫墓的习俗或寒食节的历史渊源, 增强文化可理解性。这种补充不应是孤立的背景添加, 而应体现文化间性思维: 即通过阐释, 将“禁火冷食”与对历史的纪念、对自然的敬畏等人类共通情感连接起来, 使陌生习俗在目标文化的认知框架内变得可解释、可共鸣。

清明节与自然节气紧密相连, 蕴含着对先人的深切怀念。清明节当天, 人们会放飞“灯笼风筝”, 寄托对先人的无尽思念, 同时祈求好运、驱散疾病。提及“灯笼”, 人们也会联想到元宵节(Yuanxiao Lantern Festival), 这一节日译名在保留节日名称的同时, 也突出其独特的文化符号。值得一提, 在其他文化中也能找到与寒食禁火相似的习俗, 如巴拉圭的冷食节、印度的排灯节等。在国际背景下, 我们可以通过熟悉的价值框架理解陌生习俗。不同话语体系在冲突中走向融合, 是人类社会发展的必然趋势[9]。中国传

统节日要立足于世界文化之林, 就需要实现其文化符号的价值转化[10]。

提升中国节日在国际传播中的影响力与解释权, 关键在于构建具有中国文化逻辑的话语体系。一方面, 要加强对传统节日核心价值的提炼与表达, 将“孝道”、“天人合一”等中华文化理念转化为国际语境中可理解、可共鸣的叙述方式; 译者如果能巧妙运用文化类比, 就能激发其他国家人民对中国传统节日的兴趣, 推动更多中国元素融入世界文化的大家庭。在文化的交流与碰撞中, 我们要致力于提升中国传统节日的国际认知度, 增进各国人民对中国文化的理解与尊重, 实现文化认同的双向流动, 进一步构建具有国际影响力的中国传统节日话语体系[11]。另一方面, 我们也要改进节日相关术语的翻译策略, 尝试采用意译、注解或故事化表达, 使外国受众能“听得懂”、“愿意听”。

2) 语言层

在语言层面, 译者需适时突破直译模式, 采用“直译/意译+文化诠释”的方式, 秉持文化间协商的原则, 兼顾求真与务实两方面, 创制富有情境化的表述, 便于目标受众理解接受。以清明为例, 要尽量突出“清明”节日自然与人文的双重意涵。此处的翻译策略选择本身就是一种微观层面的“主体间性”实践: 译者在源语文化意义系统与目标语读者期待视野之间进行协商, 其产物是两种视域融合的结果, 而非单一主体的独白。

原文 2: 传说清明节是一年中鬼魂最接近人间的三个节气之一。佛家认为, 柳枝可以驱赶不受欢迎的鬼魂和邪灵。因此, 柳枝又被称为“鬼怖木”。^③

译文 2: Legend has it that Clear and Bright is one of three periods during the year in which ghosts come closest to the world of living men. Buddhists believe that willow branches will drive away unwelcome ghosts and evil spirits. Therefore, willow branches are also known as “ghost terror wood”.^④

“鬼怖木”是一个具有文化特定含义的词汇, 译文直译为“ghost terror wood”, 将三个元素分别翻译组合, 保留了原词的基本结构和字面意义。然而, 在英语文化中并没有与“ghost terror wood”完全对应的概念, 英语母语者可能难以直接明白柳枝能驱赶鬼魂和邪灵, 从而让鬼魂害怕这一文化内涵。这暴露了单纯直译在文化传递上的局限性: 它可能制造出一个语法正确却意义空洞或令人费解的“语言外壳”, 无法完成有效的意义传递, 本质上是一种传播的“失效”。其根源在于将翻译视为封闭的符号转换, 忽视了目标受众的意义接收与建构过程。因此, 可以采用解释性翻译, 译为“willow branches that scare ghosts”, 更清晰地传达出柳枝与驱赶鬼魂之间的关系。这种调整正是文化间性所强调的“双向适应”——它不仅要求目标语适应源语信息, 更要求表达方式适应目标语的文化认知模式, 从而在差异中建立理解的桥梁。

在摸索构建中国传统节日话语体系的路径实践中, 我们必须认识到, 文化传播中常隐含的“权力话语”其民族性与世界性存在冲突但并非对立关系, 一定条件下二者可以实现有机统一。这种统一并非力量强弱的简单平衡, 而是在文化间性框架下, 通过平等对话与意义协商, 使民族文化的独特表达获得普遍性理解, 进而融入全球文化对话场。译者选择翻译理论需要兼顾原语文化求真度和国际传播的可接受度, 产出具有一定融通性的译文。当前实践的困境往往在于二者难以兼顾, 容易滑向或过度异化导致理解障碍, 或过度归化消解文化特质。其深层原因在于, 翻译时常被视为单向的文化输出工具, 而非双向的意义协商过程。信息化时代的传播效能制高点在于成功实现这种意义协商和融合, 要助力中国传统节日习俗和文化更好地走向世界, 让中国传统文化在国际上获得更多认同和传播, 构建起真正具有对话性和包容性的中国传统节日话语体系[12]。

3) 媒介层

媒介表达层面, 可以充分借助新媒体手段, 通过短视频、节日故事动画、数字叙事等多元方式, 构建“可视化 + 情感化”的话语场景。例如将清明节活动与全球通行的家庭记忆文化连接, 更好激发共鸣。

中国传统节日话语体系的构建, 不仅要依靠语言翻译, 更应在跨文化视域下进行多模态、深层次、全方位的话语创新。

原文 3: 中国传统二十四节气的第五个节气是清明, 今年清明从 4 月 4 日开始, 4 月 18 日结束。在二十四节气中, 只有清明节气的第一天也是中国的传统节日——清明节。“清”和“明”是对这一时期天气的描述。气温开始回升, 降雨增多, 是春耕春播的关键时期。^⑤

译文 3: The traditional Chinese solar calendar divides the year into 24 solar terms. Clear and Bright (Chinese: 清明), the 5th solar term, starts this year on Apr 4 and ends on Apr 18. Of all the 24 solar terms, Clear and Bright is the only one whose first day is also a traditional Chinese festival, Qingming Festival or Tomb-Sweeping Day. The words “clear” and “bright” describe the weather during this period. Temperatures begin to rise and rainfall increases, making it a crucial time for plowing and sowing in the spring. ^⑥

“清明”首先是一个节气, 在中文里有“天气晴朗、空气清新”的意思, 译文基于此, 将“清明”直译为“Clear and Bright”, 传达了这一节气的自然特征。而“清明节”则译为“Qingming Festival”或者“Tomb - Sweeping Festival”。第一个译法采用其拼音“Qingming”, 保留了节日的文化特色, 但缺乏对节日活动和文化内涵的描述; 第二个译法从清明节的习俗——“扫墓”这一角度出发, 让英语母语者了解这个节日的核心活动, 直接传达了清明节的主要活动和文化意义, 但忽略了“清明”的字面意义。这种难以两全的困境恰恰说明, 单一的语言文本转换在承载复杂、多维的文化信息时存在结构性局限。传统上依赖单一译名的模式, 易导致意义的窄化或流失。单独语言转换的局限, 在这里表现得十分明显。如果我們能在跨文化交流中, 使用文字加图像或影视多模态, 则可较好解决这一问题。多模态手段的引入, 正是对上述局限的积极回应。它通过创设沉浸式的话语场景, 让声音、画面、叙事共同作用于受众, 使其能在近似源语文化的语境中体验和感悟节日, 从而超越语言符号的桎梏, 实现更深层次的文化间对话与意义共建。

墨西哥传统节日“亡灵节”的西班牙语为 Día de Muertos, 其英文翻译为“Day of the Dead”。这一节日是墨西哥文化中最具代表性的庆典之一, 墨西哥人认为死亡是生命自然循环的一部分, 逝者灵魂会在“亡灵节”重返人间与亲人团聚, 因此该节日充满了欢乐喜庆而非悲哀伤感。2017 年皮克斯动画《寻梦环游记》(Coco)热映并获第 90 届奥斯卡最佳动画长片奖, 影片以“亡灵节”为叙事背景, 精准呈现了其文化内核, “亡灵节”因此也在中国及世界其他地方广为人知。中国传统节日的国际传播, 同样可以借助多种媒介, 实现从文化传播到价值循环的转变^[13]。可开拓的传播渠道是多样的, 比如: 建立中国传统节日 IP 矩阵开发节日角色体系, 如十二生肖与二十四节气精灵的漫威式宇宙; 建立沉浸式体验经济模式, 输出标准化的节日体验服务, 提供踢蹴鞠、放风筝、踏青等清明节习俗体验; 还可将文化与技术融合, 推出区块链节日数字藏品等。采用多模态传播手段搭建跨文化交流平台, 增强中国节日话语的传播张力与情感温度, 使中国文化从“走出去”转为“走进去”, 真正实现中国传统节日“联接中外、沟通世界”。译者可以根据目标受众和传播场景选择翻译策略, 开展话语阐释, 逐步将中国的文化优势转化为话语优势, 达到最佳的跨文化传播效果^[14]。

5. 结束语

话语体系本质上是按照主导思想体系逻辑构建起来的一个有机整体, 是由语言符号、文化基因和价值共识共同编织而成的多维动态语义网络。其构建不仅是一种语言层面的转换, 更是一种文化意义的再生产。构建具有国际影响力的中国传统节日话语体系, 推动语言转换与文化传播, 是中国提升国家文化软实力、实现文化自信的重要战略举措。传统节日不应只是民俗的展示窗口, 更应成为沟通中外、传递

价值、激发共情共鸣的重要文化纽带。构建中国传统节日的话语体系, 应向更深层次的文化适应性语义场转变。这一语义场应成为本土文化基因与异质文明要素共生演化的平台, 推动中国文化在全球范围内的深度传播与价值塑造。同时, 我们还必须重构传统节日文化的传播范式, 通过多渠道、多语种、多平台的传播, 强化中国在国际文化传播中的话语主动权。笔者期望能让更多学者关注中国传统节日话语体系建设, 希望本文探讨的中国传统节日话语体系建设的“语境重构-文化协商-媒介创新”构建模型, 能够帮助我国译界尽快建立起以中国价值为核心、具有国际感召力与较强文化软实力的话语体系。

注 释

①、②、③、④、⑤、⑥来源于《中国日报网——二十四节气: 清明》

https://language.chinadaily.com.cn/a/202404/02/WS660bc9a9a31082fc043c00af_3.html。

参考文献

- [1] 刘勇, 郑召利. 中国话语体系的结构分析及其构建路径[J]. 宁夏社会科学, 2018(5): 5-12.
- [2] 单世联. 对世界说话: 中国文化价值的传递问题[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2024.
- [3] 岳洋洋. 中西方主要节日翻译方法研究[J]. 海外英语, 2021(6): 71-72+79.
- [4] 章彩云. 语用学视角下外宣翻译的“中国话语”体系建构思考[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2017, 37(2): 1-6.
- [5] 孙畅. 近五年批评话语分析研究综述[J]. 现代语言学, 2024, 12(11): 865-869.
- [6] 阴雅婷, 方宇森. 基于文化间性的中国国家形象传播维度与路径研究[J]. 新闻爱好者, 2023(9): 53-56.
- [7] 包通法. 跨文化翻译中异质文化“本土化”接受视域厘定的哲学思辨[J]. 上海翻译, 2005(4): 47-50.
- [8] 鲍海波, 王利民. 文化间性视域下国际传播及其实践向度调整[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2024, 53(6): 87-97.
- [9] 郭湛, 桑明旭. 话语体系的本质属性、发展趋势与内在张力——兼论哲学社会科学话语体系建设的立场和原则[J]. 中国高校社会科学, 2016(3): 27-36+155-156.
- [10] 刘建新, 夏忠敏. 跨文化传播的隔膜及其消弭[J]. 当代传播, 2013(4): 32-33+71.
- [11] 何自然. 语用学与邻近学科的研究[J]. 中国外语, 2013, 10(5): 19-27.
- [12] 竹立家. 中国话语要让世界听得懂——当代“中国话语”及话语权构建[J]. 人民论坛, 2013(13): 64-65.
- [13] 冯月季, 李菁. 打造国家文化符号: 文化自觉视域下中国传统文化 IP 的价值建构[J]. 中国编辑, 2019(9): 33-37.
- [14] 张明新, 冯鑫. 中国话语国际传播的基本逻辑、现实问题与实践进路[J]. 编辑之友, 2025(1): 55-60.