

跨文化传播视角下博物馆外宣文本英译策略研究

——以中国国家博物馆为例

毕文尚

青岛科技大学外国语学院, 山东 青岛

收稿日期: 2026年7月9日; 录用日期: 2026年8月14日; 发布日期: 2026年8月28日

摘要

伴随全球跨文化交流持续深化, 博物馆作为文化传承与对外交流的核心载体, 其外宣文本英译质量直接影响中华文明国际传播效果。在跨文化传播语境下, 博物馆外宣文本英译不只是语言符号转换, 更是不同文化实现沟通、理解与融合的媒介。中国国家博物馆馆藏资源丰富、国际影响力突出, 其官网外宣文本涵盖馆藏介绍、展览信息、文化活动等多元内容, 是海外受众认知中国历史文化、民族精神的核心窗口。本文以跨文化传播理论为核心视角, 以功能对等理论、翻译目的论等翻译理论为支撑, 选取中国国家博物馆官网外宣文本为研究语料, 系统梳理其英译现存问题, 结合博物馆文本知识性、历史性、审美性特征, 探究适配跨文化传播场景的博物馆外宣英译策略, 为国内博物馆外宣文本英译实践提供参考, 推动中华文明实现高效国际传播。

关键词

跨文化传播, 中国国家博物馆, 外宣文本, 英译策略, 文化传播

A Study on English Translation Strategies of Museum Publicity Texts from the Perspective of Intercultural Communication

—A Case Study of the National Museum of China

Wenshang Bi

School of Foreign Languages, Qingdao University of Science and Technology, Qingdao Shandong

Received: July 9, 2026; accepted: August 14, 2026; published: August 28, 2026

文章引用: 毕文尚. 跨文化传播视角下博物馆外宣文本英译策略研究[J]. 现代语言学, 2026, 14(8): 1002-1008.
DOI: 10.12677/ml.2026.148867

Abstract

With the deepening of global intercultural exchanges, museums serve as core carriers for cultural inheritance and international communication. The quality of English translation of their publicity texts directly determines the international communication effect of Chinese civilization. In the context of intercultural communication, the English translation of museum publicity texts is far more than the transformation of linguistic symbols; it acts as a vital medium for communication, mutual understanding and integration between diverse cultures. As China's national museum boasting the most abundant collections and wide international influence, the National Museum of China releases various publicity texts on its official website, including collection introductions, exhibition updates and cultural events, which constitute a core window for overseas audiences to learn about Chinese history, culture and national spirit. Taking intercultural communication theory as the core perspective and translation theories including functional equivalence theory and skopos theory as the theoretical framework, this paper selects the publicity texts from the official website of the National Museum of China as the research corpus. Combining the intellectual, historical and aesthetic characteristics of museum texts, it systematically analyzes the existing problems of their English translations, and explores targeted English translation strategies for museum publicity texts tailored to intercultural communication. This research aims to offer references for the English translation practice of publicity materials from Chinese museums and facilitate the effective international dissemination of Chinese civilization.

Keywords

Intercultural Communication, The National Museum of China, Publicity Texts, English Translation Strategies, Cultural 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

1.1. 博物馆外宣文本对跨文化传播的重要性

全球化进程推动下，跨文化交流日益频繁，中国文化“走出去”战略深入推进，如何让国外受众理解并认同中国文化、实现有效跨文化传播，成为重要课题。博物馆作为承载民族历史记忆与文化基因的核心载体，是对外展示中国文化的关键窗口，更是跨文化交流的重要阵地。中国国家博物馆作为我国国家级综合性博物馆，馆藏丰富、国际影响力深远，其官网外宣文本的英译质量，直接关系到中国文化跨文化传播的实效，更是中国文化对外输出的重要名片，其外宣文本对跨文化传播的价值不言而喻。

博物馆外宣文本作为跨文化传播的核心媒介，对跨文化传播的推进具有不可替代的作用。它既是传递中华优秀传统文化、革命文化内涵的重要载体，能将抽象文化精神转化为具体文字，帮助国外受众了解中国历史与民族精神，打破文化认知壁垒；其英译质量更直接决定跨文化传播实效，优质译文可传递中国文化自信，塑造正面国家形象，为跨文化交流奠定基础。同时，它能搭建中外文明沟通桥梁，促进不同文明碰撞融合，助力中国文化实现全球传播，强化跨文化传播的广度与深度。

1.2. 博物馆外宣文本的核心特点

博物馆外宣文本与普通外宣载体相比具有鲜明独特性，其核心特点集中体现在三个方面，且均与跨

文化传播需求紧密契合。一是文化负载性强,文本中包含大量文物名称、历史术语、文化意象等核心内容,这些内容是中国文化的浓缩体现,承载着深厚的历史底蕴与文化内涵,每一个词汇、每一段描述都可能蕴含着独特的民族习俗、价值观念与思维方式,是跨文化传播中文化内涵传递的核心载体。二是受众覆盖面广,涵盖国际游客、文化学者、海外华人、青少年等不同群体,不同受众的文化背景、语言水平与阅读需求差异显著,普通游客更关注简洁易懂的核心信息,而文化学者则更注重专业细节与文化深度,这就对英译文本的适配性提出了更高要求。三是传播目的性明确,其核心目标并非单纯的信息传递,而是传递中国文化内涵、展示国家良好形象,推动中外文化的理解与融合,助力跨文化传播的高效开展,这也是博物馆外宣文本区别于其他文本的核心特征。

1.3. 文献综述

1.3.1. 国外研究现状

国外跨文化传播研究起步较早,霍尔首次系统构建跨文化传播理论体系,提出文化差异、文化适应是跨文化互动的核心议题,为跨语境文本解读提供底层分析框架。翻译理论层面,Nida & Taber 提出功能对等理论,强调翻译应当兼顾语义、语用与文化层面的对等效果,避免机械逐字翻译,该理论早期大量应用于宗教文本、文学文本翻译,后续逐步延伸至文化类公示语翻译。Vermeer 创立翻译目的论,明确翻译行为由传播目的主导,提出语内连贯、语际连贯两大翻译准则,为功能导向型文本翻译提供操作规范。Venuti 提出归化、异化二元翻译策略,区分两种处理源语文化符号的路径,探讨文化特色与目标语阅读流畅度的平衡关系,成为文化负载文本翻译的核心分析工具。

文博翻译细分领域,欧美学者多聚焦本土博物馆、美术馆展品标签、线上宣传文本翻译,研究重点集中于西方文物术语标准化、博物馆公示语统一规范,针对东亚、中华文明特色文物词汇的跨文化转换研究较少,缺少适配东方礼制、玉器、青铜礼器体系的专属翻译方案。

1.3.2. 国内研究现状

国内文博英译研究可分为两大板块:其一为博物馆公示语、展签文本翻译实践研究,许文强以国博官网文物介绍为语料,从功能对等视角梳理文物英译常见疏漏,但未结合分层受众展开讨论^[1];大量期刊论文以地方博物馆、文物古迹公示语为语料,总结文物名称、展览标题的直译、意译使用技巧,但多数研究样本局限于中小型地方展馆,缺少国家级综合博物馆官网长文本的系统性分析。

其二为跨文化传播视角下的翻译策略研究,现有成果多聚焦文学、影视、旅游宣传文本,针对博物馆长幅馆藏介绍、常设展览系列文本的跨文化适配研究相对薄弱。现有研究普遍认可归化、异化、加注等翻译手段,但存在两处明显不足:第一,理论与文博文本特征割裂,多直接套用翻译理论,未结合博物馆文本知识性、历史性、审美性特征细化分析框架;第二,未关注海外受众分层需求,多数研究仅提供单一标准化译文方案,忽略普通游客与专业学者的差异化阅读诉求。

1.3.3. 现有研究缺口与本文研究价值

综合国内外已有成果,当前研究存在三处核心空白:第一,缺少以国家级博物馆完整官网长文本为语料、融合多类翻译理论的系统性研究;第二,未能将跨文化传播理论、功能对等、目的论与博物馆文本知识性、历史性、审美特质深度绑定,理论应用泛化;第三,未针对海外多元受众提出分层翻译方案,难以兼顾大众传播与学术参考双重需求。

基于此,本文以中国国家博物馆官网完整外宣文本为研究对象,紧扣博物馆文本三大核心特征,以多重翻译理论为分析工具,针对性解决文化负载词、文化意象、受众适配三类翻译难题,补充国家级文博场馆英译的研究案例,完善文博外宣英译的跨文化传播分析框架。

2. 理论基础

2.1. 跨文化传播理论与博物馆外宣翻译的关系

跨文化传播理论由爱德华·霍尔首次系统提出，他强调跨文化传播是文化间的互动和交流，“其内涵偏向文化差异及文化适应，强调互动是文化的核心” (Hall, 1976) 该理论与博物馆外宣翻译存在天然共生关系：博物馆外宣翻译是跨文化传播的具体实践，通过语言转换传递中国文化；跨文化传播理论则为外宣翻译提供“文化适配、双向共情”的核心原则，指导译者平衡文化特色与受众接受习惯[2]。

2.2. 功能对等理论

功能对等理论由尤金·奈达提出，该理论主张翻译不应追求逐字逐句的形式对等，而应在语义、语用及文化层面实现对等，使目标语读者获得与源语读者基本一致的认知体验；其核心在于准确传递原文的核心信息与文化内涵，使译文在意义、风格及文化传播效果上与原文保持高度契合，同时贴合目标语的表达习惯[3]。

这一理论对博物馆外宣文本英译具有重要指导意义，要求译文在准确传递文物信息、历史背景与文化内涵的基础上，兼顾英文表达习惯与海外受众认知方式，在意义、风格与文化传播效果上与原文保持一致，从而让国外观众能够如同中文读者一样，直观理解中华文明的历史价值与精神内核。

2.3. 目的论

弗米尔在其学术论文《翻译通用理论框架》(Vermeer, 1978) 中首次提出了目的论，该论文是目的论的奠基性文献。弗米尔认为，翻译应始终围绕翻译的目标和预期效果展开，这一核心观点对博物馆外宣文本英译具有极强的针对性和指导价值——博物馆外宣文本的核心目的是向国外受众传递中国文物的历史价值、文化内涵，展示中华文明的魅力，推动跨文化传播，因此其英译工作需始终以这一传播目的为核心，而非单纯追求译文与原文的形式对等[4]。同时，弗米尔提出的“语内连贯原则”和“语际连贯原则”，即译文在目标语中必须连贯，且译文与原文之间要保持一定程度的连贯性[5]，更贴合博物馆外宣文本的英译需求：语内连贯要求博物馆外宣译文符合英文表达习惯，语句流畅、逻辑清晰，让国外受众(包括普通游客、文化学者等)能够轻松理解文物介绍、展览信息等内容；语际连贯则要求译文精准传递原文核心信息，无论是文物的年代、工艺、文化寓意，还是展览的主题、单元划分、核心价值，都需与中文原文保持一致，避免出现信息偏差或文化内涵流失，确保国外受众能够通过译文，准确把握中国国家博物馆等场馆所承载的历史文脉与文化精神，实现跨文化传播的实效。

2.4. 归化与异化策略

归化与异化由劳伦斯·韦努蒂提出，是平衡源语文化特色与目标语表达习惯的核心策略，二者相辅相成。异化侧重保留源语文化特色，传递异域风情；归化侧重贴合目标语受众习惯，避免文化误解，二者需结合文本类型、文化差异灵活使用[6]。

国博英译中，对后母戊鼎、玉龙等独有文化符号，以异化为主、归化为辅，保留文化标识并补充注释；对展览名称等文化负载性较弱的内容，以归化为主、异化为辅，确保译文地道。需把握适度原则，避免过度异化或归化，结合前文三大理论调整应用比例，为各类英译方法提供策略支撑。

3. 跨文化传播视角下博物馆外宣文本英译面临挑战

跨文化传播的核心是解决文化差异带来的沟通障碍，实现不同文化之间的理解与融合。博物馆外宣文本作为跨文化传播的重要媒介，其英译过程本质上是一种跨文化交际行为，由于中西方文化在价值观

念、思维方式、语言习惯、文化内涵等方面存在显著差异，再加上博物馆外宣文本自身兼具知识性、文化性、传播性的特点，导致其英译面临诸多难点，结合中国国家博物馆网站外宣文本案例，具体可分为文化层面、语言层面、受众层面三个维度。

3.1. 文化负载词翻译的文化内涵传递失衡

博物馆文本存在大量根植于中华礼制、考古、农耕文明的文化负载专有名词，这类词汇自带独特历史语境与象征意义，不存在完全对等的英文概念。国博现有英译普遍存在两种极端问题：一是极简直译，仅标注器物字面名称，省略时代、礼制、功能、象征价值，海外受众只能知晓器物外形，无法读懂背后文明逻辑；二是过度简化，直接用西方同类物品替代本土专有器物，消解文物独有的中华文明属性。两类处理方式均造成文化内涵流失，无法完成跨文化层面完整信息传递。

文物类词汇如“鼎”“玉璧”“大羹玄酒”，展览类概念如“协田”“礼乐”等，均属于典型文化负载词。译者若仅完成字面转换，剥离其祭祀、等级、古代生产等核心内涵，海外普通游客与海外研究者都难以准确把握文物历史价值，使得外宣文本无法实现文化输出的根本目标，违背跨文化传播完整、对等的传播要求。

3.2. 中西方文化意象差异导致的传播障碍

龙、凤、玉、鼎等是国博馆藏高频文化意象，同一词汇在中西文化体系中褒贬、象征内涵截然不同。西方文化中 dragon 象征邪恶巨兽，phoenix 仅代表重生；而中国龙、凤凰是皇权、祥瑞、家国兴盛的图腾符号。国博现有译文大多直接使用 dragon、phoenix，未做文化区分与补充说明。

海外受众基于本土文化认知会产生先入为主的负面或片面解读，形成理解壁垒。除此之外，玉在中华文化代表君子品德，西方无对应道德意象；鼎是祭祀重器，西方无青铜礼器体系，此类意象鸿沟若不在译文中填补，会造成海外读者认知错位，大幅降低中华文明对外传播的有效性，形成难以逾越的跨文化传播隔阂。

3.3. 受众适配性不足，难以兼顾不同群体需求

国博英文官网面向的海外受众构成十分多元，主要可划分为普通海外游客、海外汉学研究者与专业文博学者、长期旅居海外的华人三大群体，不同受众的知识储备、阅读目的、语言接受难度存在明显区别，但官网英译文本大多采用单一化翻译范式，缺少分层设计，受众适配性较弱。

对于普通海外游客而言，多数人缺少中国历史基础常识，官网不少文物与展览介绍堆砌专业考古术语、冗长背景语句，没有精简核心信息，阅读门槛过高，难以快速抓取展览主题、文物用途等关键内容；针对文博专业研究者，部分译文又过度删减史料细节、铭文释义、考古背景，丢失可用于学术参考的有效信息，无法满足文献查阅与学术研究需求；面向海外华人的文本既没有适度保留文化亲切感，也没有优化英文表述的通俗程度，难以贴合该群体的浏览习惯。

一刀切式的翻译模式无法匹配多层次受众的阅读诉求，既会弱化普通大众的文化传播效果，也无法发挥官网外文板块的学术参考价值，限制了博物馆外宣跨文化传播的覆盖面与实际落地效果。

4. 跨文化传播视角下博物馆外宣文本英译策略

针对跨文化传播视角下博物馆外宣文本英译的三大难点，结合跨文化传播理论、功能对等理论、目的论等相关理论，以中国国家博物馆网站外宣文本为具体案例，本文从文化适配、语言优化、受众导向三个层面，提出针对性的英译策略，旨在打破文化壁垒、优化语言表达、提升译文适配性，实现中国文化的有效跨文化传播。

4.1. 音译加注法：弥补文化负载词内涵流失问题

针对“鼎、玉龙、盃”等无完全对应英文概念的中华文化负载词，采用音译 + 极简括号注释的翻译方式。以音译保留汉语专有名词发音，彰显中华文化标识；括号内标注器物基础用途，后续可在正文段落补充历史、礼制、象征层面延伸信息，解决文化负载词内涵传递失衡的问题，契合目的论语内连贯与语际连贯原则。

案例 1：

中文原文(国博中文官网藏品词条)：后母戊青铜方鼎

国博英文官网固定原文译文：Hou Mu Wu Bronze Ding (food container)

分析：该译文为国博官网官方标准译法，译文对文物名称“后母戊”采用拼音音译，“Ding”保留专有文化词汇音译，括号内标注基础释义 food container。

仅依靠括号简短注释只能说明器物最基础的盛放功能，但无法体现该鼎作为商代王室祭祀礼器、王权象征、世界最重古青铜器的核心文化与历史内涵，普通海外读者看到 food container 极易将其理解为普通餐具容器，丢失文物核心文化价值。

运用音译加注思路优化完善：在官网现有译文基础上拓展段落补充说明，以原有译法为基准，后续文本追加背景阐释，既尊重官网既定翻译版本，又补齐文化信息，实现功能对等层面的语义与文化对等。

4.2. 意象限定修饰法：消除中西文化意象传播隔阂

针对龙、凤这类中西寓意反差明显的意象词汇，在官网现有译文基础上添加 Chinese 限定前缀划定文化归属，搭配短句补充中式传统象征内涵，区分西方语境下同单词的负面、差异化释义，化解跨文化理解壁垒，兼顾异化保留本土文化符号、归化适配海外受众认知习惯。

案例 2：

中文原文(国博展厅展签)：孝端皇后凤冠，饰九龙九凤纹样

国博展厅官方展签原文：Phoenix Coronet of Empress Xiaoduan

官方配套英文介绍：The coronet features nine dragons and nine phoenixes.

分析：官网正文直接使用 dragon 与 phoenix，未界定文化语境。西方 phoenix 核心语义为“浴火重生”，无皇室尊贵、婚姻美满的内涵；dragon 多指代邪恶巨兽，与明代龙凤纹样代表皇权吉祥的本意完全相悖。可在正文描述句添加限定词，写作 nine Chinese dragons and nine Chinese phoenixes，简要说明礼制象征意义，规避跨文化误读，全程不改动馆藏标准定名。

4.3. 受众分层译制法：适配多元受众群体需求

遵循目的论“翻译目的决定翻译手段”核心思想，按照受众类型划分译文层级，实行分层翻译模式，破解单一译文适配性不足的短板。面向普通海外游客推出精简导读版译文；面向文博专业学者保留完整版考据译文；面向海外华人兼顾音译专有名词与简易英文释义，分层满足不同受众阅读与使用需求。

案例 3：

中文原文(国博常设展览介绍)：古代中国基本陈列依照八大历史时段排布展品，梳理从上古至明清中华文明发展脉络。

国博英文官网原版精简译文：

Ancient China is a permanent exhibition of the National Museum of China. Following the dynastic sequence, it charts Chinese history over eight periods from prehistoric times to the Ming and Qing dynasties^[7]

分析：该版译文删减冗余学术表述，仅保留展览属性、叙事主线两大核心信息，句式简短易懂，适配海外游客快速浏览、抓取关键信息的阅读习惯，是面向大众受众的典型精简译法。

5. 结论

本文以跨文化传播为研究视角，依托功能对等理论、翻译目的论及归化异化翻译策略，以中国国家博物馆中英文官网外宣文本为研究语料，归纳出国博英译现存三大核心问题：文化负载词翻译难以完整传递文物背后礼制与历史内涵、中西同源文化意象象征意义相悖易引发海外受众误读、译文采用单一表述模式，无法兼顾普通游客与专业研究者等多元受众的阅读需求。

针对上述传播困境，本文结合国博官网原生译例，分别提出音译加注、意象限定修饰、受众分层翻译三类核心翻译方法，并辅以句式重构、展览标题意境意译等配套翻译手段。整套翻译方案尊重馆方现有标准译名，仅在原文基础上补充文化背景与语境限定，既保留中华文化专有符号，又贴合英文受众认知习惯，有效平衡文化输出与传播可读性。

本研究仅聚焦国博官网文本展开分析，样本范围存在局限。后续可拓展至国内多家综合类博物馆外宣材料开展对比研究，进一步完善文博领域外宣英译的规范化参考范式，助力中华优秀传统文化更精准高效地走向国际。

参考文献

- [1] 许文强. 功能对等理论视角下博物馆文物介绍的翻译方法和技巧研究——以中国国家博物馆网站为例[J]. 今古文创, 2025(22): 100-102.
- [2] 霍尔. 超越文化[M]. 何道宽, 译. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [3] Nida, E.A. and Taber, C.R. (2004) *The Theory and Practice of Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press.
- [4] Vermeer, H.J. (1978) Ein Rahmen für eine allgemeine Translationstheorie. *Lebende Sprachen*, 23, 99-102. <https://doi.org/10.1515/les.1978.23.3.99>
- [5] 袁艺萌. 目的论视角下的《你当像鸟飞往你的山》任爱红汉译本研究[J]. 嘉应文学, 2026(2): 118-120.
- [6] Venuti, L. (1995) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge.
- [7] 衣铭. 中国国家博物馆陪同口译实践报告[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2025.