

多元并存与规范优化：中国传统节日英译名的张力及引导性规范建构

任佳慧

兰州交通大学外国语学院，甘肃 兰州

收稿日期：2026年8月24日；录用日期：2026年10月3日；发布日期：2026年10月15日

摘要

在中国文化“走出去”的战略背景下，中国传统节日的英译名规范问题日益凸显。然而，当前节日译名长期处于多元并存的混沌状态，官方标准化诉求与国际传播中的多元化现实之间存在显著张力。本文以春节、端午节、清明节为案例，系统考察三者译名的标准化与多元化呈现方式及张力强度的差异，并从传播主体、受众需求、语言演化规律等角度分析多元化的成因。研究表明，节日译名多元并存是翻译活动中充分性与可接受性两类规范相互博弈的常态。标准化对于维护国家文化形象、提升对外传播效率具有现实合理性，但语言的社会性决定其难以依靠行政指令彻底落地。据此，本文提出由“强制标准化”转向“引导性规范”的实践路径，倡导分场景、分层级实施译名规范，依托权威机构持续示范与文化本体影响力提升引导译名演化。研究表明，标准化并非唯一价值，多元化也不等于翻译乱象，中华节日外译更需要理性的传播智慧而非简单规约。

关键词

中国传统节日，英译名，标准化，多元化，引导性规范

Pluralistic Coexistence and Normative Optimization: Tensions in the English Translation of Chinese Traditional Festival Names and the Construction of Guiding Norms

Jiahui Ren

School of Foreign Languages, Lanzhou Jiaotong University, Lanzhou Gansu

Abstract

Against the strategic backdrop of promoting Chinese culture “globally”, the issue of standardizing the English translations of traditional Chinese festivals has become increasingly prominent. However, the translation of these festivals has long existed in a chaotic state of diversification, with a significant tension between the demand for official standardization and the reality of diversity in international communication. Taking the Spring Festival, the Dragon Boat Festival, and the Qingming Festival as case studies, this paper systematically examines the differences in the standardization and diverse presentation of their translations, as well as the intensity of the tensions involved. It further analyzes the causes of this diversity from the perspectives of communication subjects, audience needs, and the laws of linguistic evolution. The paper indicates that the coexistence of multiple translated names for festivals is a normal outcome of the ongoing interplay between the norms of adequacy and acceptability in translation activities. Standardization has practical justification in safeguarding national cultural image and enhancing the efficiency of international communication, yet the social nature of language makes it difficult to enforce standardization solely through administrative directives. Accordingly, this paper proposes a practical shift from “compulsory standardization” to “guided normalization”, advocating for context-specific and tiered implementation of translation norms, relying on sustained demonstration by authoritative institutions and the intrinsic appeal of the cultural source to guide the evolution of translated terms. The study shows that standardization is not the sole value, nor does diversity equate to translational chaos; the foreign translation of Chinese festivals calls for rational communication wisdom rather than simplistic regulation.

Keywords

Traditional Chinese Festivals, English Translations of Names, Standardization, Diversification, Guiding Norms

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

在全球化进程日益深化的今天，中国文化“走出去”已成为一项重要的国家战略。中国传统节日作为中华文化的核心载体，承载着民族的历史记忆、价值观念与审美情趣。人们对节日习俗与精神内涵的深刻认同与尊崇，也使传统节日超越了个体与家庭层面，成为传承中华优秀传统文化的重要载体[1] (王加华, 2026)，其对外译介的准确性直接影响着海外受众对中国文化的理解与接受。然而，一个长期存在却未得到充分正视的问题是：中国传统节日的英译名始终处于一种多元并存的混沌状态，许多文化内涵传递不畅[2] (张莹、袁小陆, 2026)。从实际传播场景看，CGTN、China Daily 等国内外宣媒体优先使用“Chinese New Year, Dragon Boat Festival, Qingming Festival”等译名；海外社交媒体平台中，常使用“Lunar New Year, Dragon Boat Festival, Tomb-Sweeping Day”等。同一节日在国内外呈现出译名分化，直观印证了译名多元并存的现实。以最具代表性的三个节日为例：“春节”至少存在“Spring Festival”“Chinese New Year”“Lunar New Year”三种译名；“端午节”有音译“Duanwu Festival”与意译“Dragon Boat

Festival”之分；“清明节”有“Tomb-Sweeping Day”“Qingming Festival”等译名。多元并存的现象引出一个根本问题：统一的译名标准究竟是必须追求的目标，还是应当承认多元本身就是跨文化传播的正常状态？

鉴于此，本文旨在通过系统考察节日译名中标准化与多元化的张力呈现与成因，探讨从“强制标准化”转向“引导性规范”的应对策略，明确指出统一译名并非唯一价值、多元化不必然是问题，强调在文化传播中需要更多的耐心与智慧而非单纯的规约。

2. 中国传统节日英译名研究现状

中国传统节日英译名及跨文化传播问题已引起学界广泛关注，相关研究可从翻译策略、传播路径与规范理论三个维度加以梳理。

在翻译策略层面，学者们聚焦于具体节日的译名比较与优化。黄民燕等(2025)从共情传播视角探讨春节文化外宣英译策略，指出译名选择应兼顾文化内涵传递与受众情感认同[3]；针对端午节，康磊(2023)从“知、情、意”三维度阐释其文化内涵，认为“Dragon Boat Festival”难以覆盖完整价值[4]；王建华(2025)关注“龙”意象的中西符号差异，倡导以“Loong”规避“dragon”的负面联想[5]。张莹与袁小陆(2026)更以大语言模型为背景，系统探讨端午节文化翻译传播中的专有名词误译与内涵传递难题[2]。上述研究为具体节日译名的取舍、翻译策略的选择提供了丰富的案例参考与实操思路，但大多默认应当筛选、确立一套统一的最优译名，将译名多元现象视作需要解决的问题，很少反思：追求“唯一最优译名”这一预设本身是否符合跨文化传播现实，并未对标准化诉求的合理性与可行性展开批判性审视。

在传播路径层面，学者们关注节日文化的国际传播策略与效果。李红茹(2026)梳理了春节文化国际传播的现状与传播效果，分析了当前传播取得的成果以及面临的文化隔阂、叙事表层化等问题[6]；杨乘虎与陈博(2026)分析了春节文化在主流媒体中的传播创新实践[7]；张恒军(2026)探讨了短视频赋能春节文化国际传播的策略[8]。这一类研究厘清了节日对外传播的现实困境，丰富了媒介、技术维度的传播方案，不过该领域大多把译名当成一种现成的传播工具，重点讨论如何利用译名完成文化输出，却没有将译名规范本身作为核心研究对象，较少去追问译名多元冲突如何反过来制约国际传播效果。

在翻译规范理论层面，陈小慰(2021)强调对外翻译应具备受众意识，将翻译视为与目标受众的沟通行为[9]；张晓雪(2016)提出译本得失应以说服力和交际效果为衡量标准[10]。这些理论成果揭示翻译规范具备动态性、多元性，打破了单纯以源语忠实度评判译文的单一视角，但是现有理论较少落地应用到传统节日专有名词译名这一具体场域，尚未借助充分性-可接受性的规范框架去解析节日译名标准化与多元化二者之间的内在张力，缺少针对节日文化符号译名规范模式的专门探讨。

综上，现有研究在节日译名的策略比较与传播路径分析方面已取得一定进展，但大多默认“统一译名”为理所应当的努力方向，较少反思标准化诉求本身是否合理、是否可行。对于标准化与多元化之间客观存在的张力，学界尚未给予充分的理论关注。本文正是以此为切入点，尝试对这一张力进行系统考察，并对“统一译名”这一前提性问题展开批判性反思。

3. 张力的呈现：三个节日的译名对比分析

为明确讨论范围，本文对“标准化、多元化、张力”三个核心概念予以界定。其中“标准化、多元化”为本文针对节日译名现象提出的操作性定义；“张力”作为分析工具借鉴图里(Gideon Toury)的翻译规范理论[11](Toury, 1995)：官方译名标准化诉求对应“预备规范”层面的翻译政策导向，现实中多样的译名选用属于“操作规范”支配下的具体实践，二者之间的博弈冲突构成本文所指的张力，该张力进一步体现为初始规范层面“充分性”与“可接受性”两种价值取向的竞争。

标准化,指官方或权威机构对译名进行统一规范的行为与诉求,其逻辑在于维护国家文化形象、提高传播效率;多元化,指不同传播主体、不同场景下多种译名共存的客观状态,反映译名选择受身份、受众、渠道等多重因素制约;张力即上述翻译规范之间的冲突与磨合关系。

3.1. 春节译名的标准化与多元化

春节是中国最重要的传统节日,其英译名之争最为激烈,当前并存三种主要译名。

“Spring Festival”是中国长期推广的译名,从《中国日报》到政府白皮书,这一译名被普遍使用。它属于可接受性导向:用“Spring”取代“春”,以“Festival”替代“节”。优势在于易理解,劣势在于文化特征弱化,无法传达“年”的时间节点特殊性,也难以与西方春季庆典区分。

“Chinese New Year”在英美主流媒体、部分国际组织以及海外华人社群当中拥有较高的使用频次。该译法同样属于可接受性取向,通过“Chinese”标注文化来源,能够清晰体现节日的民族文化属性。与此同时翻译学界与公共话语场也出现相关讨论:有看法提出“Chinese”这一限定词有其局限,越南、韩国等同样庆祝农历新年的国家,在实践中更倾向选用较为中立的“Lunar New Year”[12](黄民燕等,2024)。

“Lunar New Year”是近年出现的第三种译名。在多元文化主义语境下,有观点认为该译法体现了对其他同样庆祝农历新年的亚裔群体的尊重;与此同时,国内也存在不同的声音,部分研究者提出,该表述存在弱化节日中国文化本源的风险。

同时,需要注意的是,“海外华人社群”与“英美主流媒体”并非内部同质的统一整体,群体内部同样存在显著的译名偏好分化。就海外华人社群而言,译名选择受代际、移民历史、文化身份认同影响显著。老一代移民华人往往更倾向使用 Chinese New Year,强调节日的中华文化根源,以此维系族群文化身份;而出生于海外的华裔二代、三代,成长于多元文化社会,部分群体更愿意接受 Lunar New Year,用来适配当地多元族裔共处的话语环境,但也有部分新生代华裔出于文化身份建构目的坚持使用 Chinese New Year。英美主流媒体内部同样存在分化,并非全部统一选用某一种译名。媒体译名选择会受到编辑立场、受众定位、报道议题影响:面向普通大众通俗报道,部分媒体会采用 Lunar New Year 照顾多元文化语境;在聚焦华人社群专题报道时,则更多使用 Chinese New Year 突出华人主体。

从历时角度看,春节英译名今日“三足鼎立”的格局并非一蹴而就,而是不同历史阶段传播实践层层叠加的结果。“春节”作为正式称谓于1914年由民国政府确立后,对外宣传长期以 Spring Festival 为主导译名;改革开放以后,海外华人社群规模扩大,英美媒体与国际组织报道增多,Chinese New Year 在国际公共话语中的使用频率持续上升;进入多元文化主义语境下,Lunar New Year 因兼顾越南、韩国等同样过农历新年的文化共同体而更具包容性,逐步进入人们的视野。三者并存反映出春节外译从单一官方定名到多元社群传播的历史过程。

总的来说,三种译名并存构成核心张力:国内与国际常用翻译不一致,两者又共同面临“Lunar New Year”的挑战。音译“Chunjie”使用频次很低,反映春节的国际传播整体处于可接受性规范主导,充分性取向的音译尚未获得广泛的生存空间。在春节、端午、清明三个节日中,春节的译名张力最为突出。其原因在于:第一,国际知名度最高。春节是中国文化在海外最知名的符号之一,高知名度意味着高使用频率,高频率必然催生更多变体。第二,身份政治因素的介入。“Lunar New Year”的兴起将译名问题从单纯的语言选择升级为文化归属感之争,政治敏感性放大了张力。第三,官方标准与国际通用标准的不一致。“Spring Festival”与“Chinese New Year”形成一定对立。

3.2. 端午节译名的标准化与多元化

端午节当前同样也并存三种主要译名。

2009 年,端午节入选联合国教科文组织非物质文化遗产名录时,官方采用的英文名称为“Dragon Boat Festival”。这种译法属于可接受性导向,以龙舟竞渡这一最具辨识度的节俗命名,优先满足国际受众的认知习惯。但有研究将端午节内涵概括为“知”“情”“意”三态:“知”指向节俗层面,“情”态指向情感层面,“意”态指向价值认同层面,认为“龙舟”这一单项习俗无法覆盖多维内涵[4](康磊,2023);但其优势在于画面感和传播力:“Dragon Boat”远比“Duanwu”容易形成直观联想。然而“龙”在西方文化中被建构为“喷火的邪恶巨兽”,而中文“龙”承载祥瑞与民族精神,单纯用“Dragon Boat Festival”翻译易造成理解偏差[13](王建华、张茜,2021)。

针对这一符号差异问题,学界提出“Loong Boat Festival”这一新兴译法方案:通过新造英文词汇“Loong”替代“Dragon”,以此区分中西文化语境下两种“龙”的不同意象。该译法属于充分性导向,试图借助新的语言能指承载中国“龙”的文化内涵。该提议主要见于国内部分学者的研究成果,在海外实际传播场景当中的使用案例仍十分有限。

在国内官方外宣中,“Duanwu Festival”同样被广泛使用。这种译法属于典型的充分性导向,最大限度地保留了文化本真性,拒绝向目标语规范妥协,其逻辑是非物质文化遗产名称应忠实于原始形态,避免文化信息损耗。

从历时脉络看,“Dragon Boat Festival”之所以成为海外主流,与龙舟竞渡鲜明的视觉传播力密切相关,这一意象对西方读者直观可感,体现了可接受性规范在外译实践中的长期优先地位。2009 年 9 月,联合国教科文组织将“端午节”列入人类非物质文化遗产代表作名录,系中国首个入选节日,申遗成功强化了国内对端午文化身份的重视,但并未即时改变国际通用译名。在此后十余年的文化外译实践中,“Duanwu Festival”才逐步在国内官方外宣与学术文本中获得更多使用空间;此外,由于旧译的社会语言惯性依旧强大,学界后来提出的“Loong Boat Festival”在海外实际使用中也为有限。

综上,三种译名构成了一定张力:“Dragon Boat”追求传播力却牺牲文化本真;“Duanwu”坚守本真却缺乏直观性;“Loong Boat”尚处边缘。音译“Duanwu”在国内官方外宣中常有使用,但国际传播仍以“Dragon Boat”为主导,说明端午节传播整体处于可接受性主导阶段,但充分性策略尚未完全丧失竞争空间。与春节相比,端午节译名张力处于中间位置。其国际知名度次于春节,但高于清明节。龙舟竞渡作为一项具有强烈视觉冲击力的体育赛事,为节日的国际传播提供了天然媒介。张力主要源于文化意象的不同,“Dragon”在西方文化中的负面联想构成了翻译伦理层面的问题,这使得端午译名的讨论超越了传播效率,进入了文化本真性的深层关切。

3.3. 清明节译名的标准化与多元化

相较于春节与端午,清明节译名的多元程度较低,张力强度明显减弱。

“Tomb-Sweeping Day”在很多正式场合被使用。从翻译策略看,这一译名以清明节的标志性习俗“扫墓”为命名依据,属于可接受性导向。其优点是功能指向明确,缺点是覆盖范围过窄:清明节除扫墓祭祖外,还有踏青、插柳、放风筝等多种习俗,这些内涵无法从“Tomb-Sweeping”中获取。

“Qingming Festival”属于充分性导向的音译方案。这一译名在国内部分学术文本和文化机构网站中也被频繁使用。音译的优势在于完整保留节气名称的文化意涵,劣势在于对国际受众而言缺乏任何语义提示,认知门槛最高。

“Pure Brightness Day”是一种介于充分性与可接受性之间的折中译法。它试图通过直译“清明”二字的字面含义——“清”为“pure”,“明”为 brightness——来同时传达节气的自然意涵和节日的审美意蕴。这一译名在部分文学翻译和深度文化介绍中出现,但未进入主流传播渠道。

从历时脉络看,清明英译名的更替呈现出“从习俗释义到源语专名进入”的演化方向。早期海外介

绍多以 Tomb-Sweeping Day 命名, 取其扫墓习俗以便利西方读者理解, 可接受性导向显著; 随着二十四节气作为整体文化概念走向海外、相关外译持续推进, Qingming Festival 在学术渠道与官方文本中渐次普及, 充分性立场逐步获得话语空间; 而 Pure Brightness Day 作为早期字面直译, 已趋于边缘化。这一消长过程表明, 节日译名的更替并非行政指令的产物, 而是随对外文化传播格局的演进而缓慢发生的。

综上, 三种译名并存但张力较弱: “Tomb-Sweeping Day” 与 “Qingming Festival” 均占据主导地位, 前者功能明确但内涵覆盖不全, 后者保留文化本真却认知门槛较高, 两者形成互补; “Pure Brightness Day” 则处于边缘位置。说明清明节传播处于充分性与可接受性的平衡阶段。其国际知名度相对较低, 缺少像春节的烟花鞭炮或端午的龙舟竞渡那样具有高度媒介传播性的视觉符号。使用频率低意味着多元变体自然演化的机会少, 现行标准因此能够维持较高的稳定性。

4. 张力的成因: 标准化诉求与多元化现实

4.1. 标准化诉求的成因

确立文化主体性是推动译名规范化的首要动因。在国际传播场域中, 文化符号的命名权本身即是话语权的体现。当一个文化符号存在多个并行译名时, 受众的认知会出现分散, 文化来源国的形象也随之模糊。对任一文化主体而言, 拥有辨识度鲜明的专有译名, 是在国际话语空间确立自身文化主体性的重要途径。因此, 我国对节日译名进行标准化的努力, 可以置于全球范围内各民族建构自身文化主体性的时代背景之下加以理解。

传播效率与行政需求是第二重成因。外交文书、国际条约、官方新闻发布等正式场合, 对术语的统一性有刚性要求。不同部门、不同场合使用不同译名, 不仅造成受众困惑, 更有损国家对外传播的专业形象。从行政管理角度而言, 标准化是降低协调成本、提升工作效率的必然选择。

4.2. 多元化现实的成因

如果说标准化诉求源于自上而下的制度逻辑, 那么多元化现实则根植于自下而上的传播生态。

首先, 传播主体的多元性是译名多元并存的主要原因。译名使用者并非单一主体, 官方机构、国际媒体、商业品牌、海外华人社群与学术研究者, 各有自身的译名选择逻辑。以春节为例, 国内外宣媒体多用 “Spring Festival”, 部分外媒与商业产品使用 “Lunar New Year”, 海外华人更倾向用 “Chinese New Year” 彰显文化身份, 没有任何一方能够迫使全部使用者遵从统一译名。

其次, 受众需求的差异性进一步强化了多元化。不同受众对译名有着不同接受期待: 学术研究更看重音译带来的文化本真性, 普通受众则偏好认知门槛更低的意译。从传播学的基本原理来看, 面向专业研究者的文本和面向普通大众的普及读物, 不可能也不应该使用同一套译名系统。翻译受众并非被动接收信息, 会主动对译文进行理解与取舍^[9] (陈小慰, 2021), 这也造成不同群体对节日译名形成差异化偏好。

最后, 语言演化的社会惯性是译名多元格局得以存续的时间维度原因。语言层面的选择偏好并非短期形成, 而是在漫长的跨文化传播过程中逐步沉淀下来。回望这三大传统节日译名数十年的演化过程, 可以直观看到语言社会惯性所发挥的强大力量: 春节多个译名随海外社群、国际媒介的发展逐步成型; 端午虽 2009 年入选联合国非遗, 官方定名仍为 Dragon Boat Festival, Duanwu Festival 仅在国内外宣与学术文本中逐步推广, 并未取代旧译; 清明也完成了从 Tomb-Sweeping Day 向 Qingming Festival 逐步渗透的过程。由此可见, 语言符号的更迭是长期的社会演化过程, 依靠行政力量很难快速消弭译名多元并存的现实。

4.3. 张力的成因

透过现象看本质，标准化与多元化之间的张力，根本上不是“正确译法”与“错误译法”之争，而是不同翻译规范之间的竞争。

从翻译规范的角度看，译名的每一次选择都是译者在充分性与可接受性之间的一次站位。选择音译或直译(如 Duanwu、Qingming、Pure Brightness)，意味着译者将忠实于源语文化视为首要价值；选择意译或归化表达(如 Dragon Boat、Tomb-Sweeping、Spring Festival)，则意味着译者将目标语读者的理解便利置于优先位置。

标准化诉求的本质，是试图通过制度性力量将某一种翻译规范(通常是可接受性规范)确立为唯一合法的选择，从而消除其他规范的存在空间。而多元化现实则表明，不同使用者在不同语境下对充分性与可接受性的权衡结果各不相同，这种差异性本身就是翻译活动的常态而非例外。

因此，张力的真正成因在于：标准化诉求所预设的“单一规范”理念，与翻译实践中“多规范并存”的现实之间，存在着根本性的错位。

5. 应对策略：从“标准化”到“引导性规范”

5.1. “标准化”诉求的反思

在承认标准化诉求具有合理性的同时，有必要对其进行冷静的反思。

标准化能否真正实现，是一个需要客观审视的现实问题。语言使用的自发性与行政规范的有限性之间，存在着不可逾越的鸿沟。在全球化和数字化的传播环境中，行政力量所能覆盖的范围远小于语言的自然流动范围。将标准化视为可以彻底实现的终极目标，本身就是一种不切实际的想象。事实上，节日文化的传播与接受，凭借的是其自身的文化影响力，而不是行政命令^[14](季中扬、袁玮聪，2025)，译名的推广同样如此。不符合社会文化大趋势和社会心理，也不符合语言使用和传播规律的语言表达，往往很难被接受，其传播也达不到预期的效果。

标准化的成本同样需要纳入考量。强行推广不被国际社会接受的充分性译名，可能产生事与愿违的效果。如果“Duanwu Festival”在国际传播中无法获得足够的使用频率和认知度，那么坚持这一标准译名的实际后果，可能并非强化中国文化的话语权，而是导致大量国际受众在接触到“Duanwu”时根本不知道所指为何，反而使节日的传播效果大打折扣。这不是一个“坚持还是放弃”的道德选择，而是一个需要务实权衡的策略问题。

标准化与多元化的关系需要重新定位。二者并非简单的对立关系。多元规范并存是翻译生态的正常状态，标准化诉求不应以消灭多元性为目标，而应以在特定范围内建立稳定规范为限度。一个健康的译名生态系统，应当既有必要的规范作为核心支撑，也有边缘地带的自由演化空间。

5.2. “引导性规范”策略的提出

基于上述反思，本文提出从“强制标准化”转向“引导性规范”的策略调整。

引导性规范的核心内涵是：不强求所有使用者在所有场景下使用统一译名，而是通过权威主体的持续使用、高频曝光和语境示范，潜移默化地影响译名选择的总体趋势。语言能否被接受与社会文化、民族心理、语言规律、传播方式有关^[15](束定芳、唐仪，2024)，因此对外宣传翻译必须具备充分的受众意识，用外国受众能够接受的路径与方式传递中国文化^[16](陈小慰，2013)。引导性规范正是这一理念在译名规范领域的具体实践，它不追求强制统一，而是强调对不同受众接受习惯的尊重与适应。其与强制标准化的关键区别在于：前者接受多元并存作为前提，目标是在多元中培育主导规范；后者则试图消灭多元，建立唯一标准。

引导性规范的实施需要区分场景。在官方外交、政府文件、国际条约等正式场合，坚持使用标准译名是完全必要的——这些场合代表国家意志，应当体现文化主权诉求。但在大众传播、商业营销、社交媒体、学术研究等场景中，应当允许甚至鼓励译名使用的灵活性和多样性，更注重从“他者”出发的话语关怀策略，即在坚持文化本真的同时，充分考虑目标受众的接受程度与情感需求[13] (王建华、张茜，2021)。让“Duanwu Festival”出现在官方文件中，同时接受“Dragon Boat Festival”在旅游宣传中的继续使用——这种分场景、分层级的规范策略，比一刀切的统一要求更符合传播规律。翻译作为一种交际方式，最终以相互沟通和影响为目的，说服力的强弱是衡量译本得失优劣的重要标准。这一认识也说明，译名规范的制定不应仅仅着眼于“统一”，更应关注能否有效说服目标受众、实现预期的传播效果[10] (张晓雪，2016)。正如奈达所指出，优秀的译者会设想目标受众中的典型成员就在对面聆听或阅读，从而使译文为活生生的人而准备，而不仅仅是词句的匹配过程[17] (Nida, 2001)。

引导性规范的另一个要义是耐心。规范的形成是一个长期过程，不可能通过一纸文件或一场运动实现。权威主体的持续使用示范，其效果不是立竿见影的，而是在数年乃至数十年的时间尺度上逐渐显现的。这要求规范制定者具备超越短期政绩考量的长远眼光。

5.3. 对中国节日译名规范的启示

综合以上分析，可为中国节日译名规范提炼以下几点具体建议。

第一，尊重历史惯性，分类施策。对于“Dragon Boat Festival”“Chinese New Year”这样已在国际传播系统中深度扎根的译名，不应也不必强行更替。试图用行政力量扭转数十年的语言使用惯性，不仅事倍功半，还可能引发不必要的文化争议。对这些译名，明智的策略是：在官方正式场合坚持使用标准译名(Duanwu Festival, Spring Festival)，但不追求对民间和国际使用的全面“纠正”。

第二，区分不同传播场景。文化传播的内容需要根据具体媒介和体裁的特点进行调整，不同传播场景对表达方式有不同的要求[18] (Hjarvard, 2008)。因此，可以建立分层级的译名使用指南：一级场合(外交、官方文件、国际条约)严格使用标准译名；二级场合(外宣媒体、政府网站、官方出版物)以标准译名为首选，但可在首次出现时加注通用译名；三级场合(旅游推广、文化普及读物)可根据受众特点灵活选择，充分性译名与可接受性译名并存。

第三，对尚未形成稳定译名的节日，抓住时机推广充分性译名。春节和端午的国际通用译名已木已成舟，但中国还有许多传统节日尚未进入国际视野——七夕、重阳、中元等节日的英译名尚未定型。对这些“白纸”状态的节日，应当从一开始就坚定地采用充分性导向的音译策略(如 Qixi Festival、Chongyang Festival)，避免重蹈先形成意译名再试图纠正的老路。

第四，将重心从“译名推广”转向“文化推广”。译名能否被国际社会接受，根本上取决于该文化符号本身的吸引力和传播力。当更多外国人真正了解端午节的屈原传说、龙舟竞渡的竞技魅力、粽子的饮食文化时，“Duanwu”自然会获得更多人的认可和使用。译名规范不应是孤立的官方指令，而应融入更宏大的文化传播战略之中。此外，对于难以直译或意译的文化意蕴，有必要通过阐释说明的方式加以补充，使译语读者加深理解、减少疑惑，这也是未来译名规范中可以探索的柔性策略[19] (胡晓红、曹易娟，2017)。

6. 结论

本文以春节、端午节、清明节为案例，考察了中国传统节日英译名标准化诉求与多元化现实之间的张力。研究发现：节日译名的多元并存并非混乱，而是充分性与可接受性两种翻译规范正常竞争的结果。春节的“Spring Festival”“Chinese New Year”与“Lunar New Year”之争、端午的“Dragon Boat Festival”

与“Duanwu Festival”之辨、清明的“Tomb-Sweeping Day”与“Qingming Festival”并存，均反映了不同传播主体在不同语境下的合理选择。标准化诉求在维护国家形象、提升传播效率方面具有正当性，但受语言自身使用逻辑的约束，强制统一译名的路径存在现实局限。据此，本文提出从“强制标准化”转向“引导性规范”的策略：分场景、分层级实施规范；尊重历史惯性，不强行更替已深度扎根的译名；将重心从译名推广转向文化本身的影响力建设。

同时，本研究也存在以下局限：第一，案例仅选取春节、端午节、清明节三个代表性节日，结论对七夕、重阳等其他传统节日的普适性仍有待进一步验证；第二，本文以文本观察与文献分析为主，缺少面向海外受众的问卷、访谈等实证数据支撑译名接受效果；第三，域外文化专有名词规范化传播的比较分析较为薄弱，未来可拓展更多国别文化译介案例开展对比研究。

尽管存在上述局限，本文仍希望为中国文化术语译名规范的讨论提供一个反思性的视角：标准化不是唯一的办法，多元化也不一定是问题。在跨文化传播实践当中，译名规范更需要审慎的策略与长远考量，而非简单的硬性规约。

参考文献

- [1] 王加华. 增强全民族共享的节日文化记忆与情感认同[J]. 人民论坛, 2026(3): 24-28.
- [2] 张莹, 袁小陆. 大语言模型时代中华传统节日文化的翻译传播——以端午节文化翻译传播为例[J]. 中国外语, 2026, 23(2): 19-28.
- [3] 黄民燕, 史小平, 蒋晶. 共情传播视域下春节文化外宣英译策略[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(29): 21-25.
- [4] 康磊. 浅析传统文化中端午节的文化内涵及当代价值[J]. 汉字文化, 2023(20): 187-189.
- [5] 王建华. 中华文明标识体系核心概念的外译与传播[J]. 人民论坛·学术前沿, 2025(17): 56-65.
- [6] 李红茹. 春节文化的国际传播策略研究[J]. 传媒, 2026(5): 18-20.
- [7] 杨乘虎, 陈博. 仪式重构与价值升维: 2026 年主流媒体春节文化传播的创新实践[J]. 传媒, 2026(5): 14-17.
- [8] 张恒军. 短视频赋能春节文化国际传播的实践策略[J]. 中国网信, 2026(2): 57-61.
- [9] 陈小慰. 翻译受众: 修辞视阈的思考[J]. 当代外语研究, 2021(6): 27-36, 161.
- [10] 张晓雪. 翻译与说服: 一个全新的翻译研究视角[J]. 外语教学理论与实践, 2016(3): 86-92.
- [11] Toury, G. (1995) *Descriptive Translation Studies and beyond*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/btl.4>
- [12] 黄民燕, 史小平, 蒋晶. 从“春节”英译看跨文化共情传播策略优化[J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(30): 153-157.
- [13] 王建华, 张茜. 中国优秀文化外译话语体系建构[J]. 中国人民大学学报, 2021, 35(3): 164-172.
- [14] 季中扬, 袁玮聪. 中华民族共享春节文化的历史进程及其当代意义[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2025, 45(7): 99-108, 185.
- [15] 束定芳, 唐仪. “泡菜”新译名“辛奇”的认知语言学解读[J]. 当代修辞学, 2024(3): 61-68.
- [16] 陈小慰. 对外宣传翻译中的文化自觉与受众意识[J]. 中国翻译, 2013, 34(2): 95-100.
- [17] Nida, E.A. (2001) “Translation Procedures”. In: Nida, E.A., Ed., *Language and Culture: Contexts in Translating*, Shanghai Foreign Language Education Press, 97-113.
- [18] Hjarvard, S. (2008) The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6, 9-26. <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>
- [19] 胡晓红, 曹易娟. 中国民俗节日翻译策略初探[J]. 语文建设, 2017(2): 59-61.