

# 中国特色菜名翻译与跨文化交际

宋美婷

(山东建筑大学 山东济南 250200)

**摘要:** 饮食是国计民生中第一件大事, 俗话说“民以食为天”, 因此对食物烹饪的重视和考究, 以及人们的饮食观念, 是一个国家文化素养和文明的象征。技艺高超的中国烹饪, 是中华民族历史文明的产物, 也是中华民族对世界文化的一个杰出贡献。采用何种方式翻译中国地方特色菜名, 对译者的翻译能力和专业能力有着极强的要求, 本文在前人研究的基础上, 采取归化异化的翻译方法, 深入研究中国更加具有地方特色的菜名, 促进中国与世界其他各国的跨文化交流, 促进中国文化的传播。

**关键词:** 菜名翻译; 跨文化; 归化异化

## 一、引言

现如今, 中餐馆遍及世界各地, 中餐对当地人们的饮食产生了深远的影响。中国地方特色食物, 作为反映中国地方文化的窗口, 是外国人了解中国特色文化的一种最直接、最有效的方式。目前, 大多从事菜品翻译的语言翻译人才并不是专业的饮食专家, 真正对饮食了解的比较少。资深的饮食专家与翻译人才缺乏深入的合作研究。同时, 也没有细致地规划研究内容, 所得到的菜名译文缺乏规范, 内容含混不清, 漏洞百出。

## 二、归化异化

归化的定义是要把源语本土化, 以目标语或译文读者为归宿, 采取目标语读者所习惯的表达方式来传达原文的内容。归化翻译要求译者向目的语的读者靠拢, 译者必须像本国作者那样说话, 原作者要想和读者直接对话, 译作必须变成地道的本国语言。归化翻译有助于读者更好地理解译文, 增强译文的可读性和欣赏性。

异化的定义是“译者尽可能不去打扰作者, 让读者向作者靠拢”。在翻译上就是迁就外来文化的语言特点, 吸纳外语表达方式, 要求译者向作者靠拢, 采取相应于作者所使用的源语表达方式, 来传达原文的内容, 即以源语文化为归宿。使用异化策略的目的在于考虑民族文化的差异性、保存和反映异域民族特征和语言风格特色, 为译文读者保留异国情调。

翻译是一种跨文化交际的形式。它不仅涉及到两种语言的转换, 而且还涉及到两种文化的转换, 如果译者有跨国界的读者群意识, 那么在翻译过程中最先关注的应该是文化因素。中式菜名为了吉祥, 借用了一些装点材料, 翻译时应按原料名直译, 如果原料本身是西方人忌讳的, 则可省略不译。如“脆皮乳鸽”, 将象征着和平的鸽子烹而食之, 是西方人不能接受的, 所以最好将其略过, 译为“Deep-Fried Crispy Birds(raised specially for food)”。这就体现了归化的翻译方法。

准确理解和表达得当是形成一篇好的翻译的两个重要因素, 准确理解原文是翻译过程的最初阶段, 不能准确理解原文就不可能产生忠实的译文。不管原食物名称如何命名, 翻译成英文一定要让人看出制作食物的原料、烹制方法或者调味等信息。如“麻辣豆腐”, 译为“Spicy Hot Bean Curd”, 从中可以看出主要原料是“豆腐”, 风味是“麻辣”。这里则是运用了异化的翻译方法。

## 三、中国地方特色菜名翻译研究现状

在海外, 中国菜使得无数老外心驰神往, 中餐业使得众多的海外华人有了安身立命的依靠。在西欧饮食市场, 各国菜式餐馆林立, 唯中餐馆独占鳌头。美国人称, 在世界各地只要有人的地方, 就可见到挂大红灯笼的中餐馆。

刘欢认为, 在食物名称的翻译中, 因为译者翻译的动机是传播

中国美食文化, 最重要的是介绍给外国友人, 吸引他们进一步地了解中国。直译和音译对食物的制作方法和食材介绍过于详细, 不适合做食物的名称。因此, 为了统一中国食物名称的翻译, 我们要超越直译和意译的束缚, 大胆地采取以音译为主, 直译意译为辅的翻译方式, 为中国的食物发出中国声音。

陈蔚认为, 翻译所追求的最高境界即是“信、达、雅”。在菜单英译的过程中, 由于其特殊性, 应将“信”和“达”置于主导地位, 兼顾“雅”。在翻译策略的取向上, 根据不同的菜名类型采取归化和异化不同的翻译方法, 使得菜肴的英译不仅表达出菜名的实质构成, 如原料、刀法等, 而且尽可能地体现其中的文化涵义, 如民俗风情、社会心理等, 让外国朋友在品尝佳肴的同时也能感受中国浓郁的传统文

陈怡帆认为, 归化和异化系两种不同策略, 前者侧重读者的需求, 后者侧重异域文化的传播。在处理中式菜名英文翻译的过程中, 要归化异化同时使用, 相互促进。只用一种翻译方法并不能涵盖像中式菜名翻译如此复杂的翻译领域。异化需要归化的帮助与合作, 归化亦需辅以异化, 这也是实现跨文化交流效果最大化的客观要求。

众所周知, 中菜菜名以其独特的文体风格和丰富的文化内涵, 折射出中华民族源远流长、绚丽多彩的饮食文化。随着中国与国际社会的交流不断深入, 外国友人对中华饮食文化表现出越来越浓厚的兴趣。规范中华美食的英文译名, 有利于广泛传播中华饮食文化, 促进中华饮食文化走向世界, 实现本土化和全球化的融合是十分重要的。但是, 目前学界对中菜菜名英译中文化信息的传递没有引起足够的重视, 菜名的翻译质量参差不齐, 难以达到很好地对外宣传和传递文化的目的。近年来, 虽然越来越多的学者开始关注中国饮食文化, 但是对于中国特色菜名的翻译还是差强人意。

## 四、研究创新

本文在前人研究的基础上, 深度挖掘更加具有地方特色但鲜有人翻译的美食, 以鲁菜举例说明, 鲁菜是山东菜的简称, 历史悠久, 技法丰富, 被誉为中国八大菜系之首, 同时也是黄河流域烹饪文化的杰出代表。

鲁菜对京、津、冀地区以及东北地区的烹调技术、菜品种类发展具有显著的影响。根据其地域和风味, 鲁菜大致可以细分为济南风味菜、胶东风味菜、孔府菜和其他地区风味菜等。其中, 济南风味菜为鲁菜之典型, 拥有煎炒烹炸、烧烩蒸扒、煮熏熏拌、溜炆酱腌等 50 多种烹饪制作方法; 胶东风味亦称为福山风味, 一般包括烟台、青岛等胶东沿海地方风味菜, 该类风味菜精于海味, 厨师很少用佐料来提味, 而是多利用海鲜自带的咸、鲜口味提升菜品品质; 孔府菜做工精细, 烹调技法全面, 尤以烧、炒、烩、炸、扒等技艺

见长,制作过程较为复杂,同时,孔府菜遵循“美食不如美器”的观念,历来十分讲究银、铜等餐具的使用。

提到鲁菜,就不得不提淄博了。淄博被认证为鲁菜的发源地之一,而博山菜作为鲁菜的鼻祖,却鲜有人知。作为中国人都不熟悉的特色菜,对于博山菜的翻译更是少之又少了,下面以几种特色博山菜为例,采用上述的归化异化的翻译策略,对其进行翻译分析。

第一种就是博山酥锅,博山酥锅一般要放几十种材料,有白菜、藕、海带、排骨、冻豆腐、猪蹄、鸡鱼肉等,过年期间家家都要做,各家的味道也稍有差异。有一种说法是,博山酥锅起源于北宋神宗熙宁年间,所以对于这种历史较为悠久的特色地方菜名的翻译,采用意译加注的翻译方法再合适不过了,将其译为“Boshan Crispy Pot (Cook all kinds of ingredients in the same pot)”。

其次就是博山豆腐箱,做法是,先将豆腐切成六分方丁,寸二长方块,用花生油炸至金黄色捞出,再在豆腐块的一面切开一块皮(一侧不切断,起箱盖作用),挖出内里豆腐,再填上调好的馅料,盖好“箱盖”。然后上笼约5分钟取出。最后勾芡。由此可以看出这道菜的制作过程的繁琐,翻译其菜名的时候应着重强调这一点。所以将其译为“Doufu Xiang(According to legend, when the Emperor Qianlong of the Qing Dynasty visited Boshan in the south, there was a tofu box on the dish when he served a meal. Qianlong was full of praise after eating.)”。

随着时代的发展,菜名作为一种语言也在不断地进化和改变,并且随着中餐越来越多地走进外国人的生活中,青年人对词语的敏感性和良好的接受性,必将使中国菜名的音译名更多地被外国人所接受和喜爱。

## 五、研究意义

中国饮食文化是中国传统文化的重要组成部分,中文菜名的翻译在跨文化交际中起着重要的作用。中西方饮食文化在食材、烹煮、刀工及餐桌礼仪上都存在着差异。因此,作为跨文化交际的使者,译者就必须深刻了解中国菜的特征及文化含义,并结合归化和异化的翻译方法,使得中文菜名的翻译能让目的语读者了解食物的内容,同时又能很好地传达中国传统的美食文化。

中西方文化在各方面都存在着较大的差异,在饮食方面的差异更是十分突出,因此,要让鲁菜等中国菜走向世界,让国际友人不仅能品尝到鲁菜,还能对鲁菜菜名背后的文化内涵有所理解,这并非易事。但笔者仍然认为“天下难事,必作于易;天下大事,必作于细”。要实中国饮食文化的英语翻译研究是一项具有很高研究意义和实践价值的工作,作为不同文化背景间的交流沟通和沟通工具,翻译不仅具有着信息传递的功能,更具有文化传播和移植的重要作用。我国拥有着历史悠久的饮食文化,由于流传时间的久远以及地域多样性的存在,法步及中国饮食文化的名称可谓丰富多样,尤其是地方菜系的名称更是五花八门,其中有许多还夹杂着地区方言,这给中国饮食文化的对外传播增加了不小的难度。但是不同文化之间还是存在着许多共通之处,不同语言和文化间存在着极强的可译性。现这一目标,我们需要从细致入微的小事开始,从每一道菜名的翻译开始。

如果译员不熟悉深层次的饮食文化,缺乏对菜品本身的研究,那么就无法发现特色菜名背后所蕴含的文化,其译文质量必然也会受到影响。见字译字,缺乏统一标准,缺失文化内涵的混乱现状都影响着中国特色菜的全球化进程,损害着中国特色美食的形象,限制着中国美食应有的国际市场份额。我国相关人员进行饮食文

化英语翻译的研究和实践时,必须要坚守汉语文化的底色,对待外语的使用目要做到“以我为主,为我所用”,切不可失去文化自信心,以致本末倒置。当今世界的文化传播环境中,西方语言文化尚处于强势地位,许多有关中国饮食文化的单词视皮外国文化同质化严重,以至于失去了中华饮食文化元素原有的位置。如豆腐一词本可以音译为“tofu”,但许多餐馆为了解释方便将其翻译为了“beancurd”即豆子制成的凝乳,这种翻译方法属于用西方文化强行解释中国菜肴名称,由于不同文化间的差异容易使外国人一头雾水或产生歧义。再如中国的白酒,也有越来越多的人呼吁将其音译为“Baiiiu”作为一个专有名词使用,但之前许多人将其译为“liquor”即烈性酒,这一名称既没有特色也忽略了我国的白酒文化,甚至许多外国人一看这一名称就被“劝退”。这些外语元素在中国饮食翻译中的泛滥严重冲击了中国饮食文化的重要地位,长此以往必然会影响到中华文化在世界其他地区的传播与交流。

## 六、结语

在中国特色菜名英译的过程中,要根据菜名自身的特点和英语的语言文化习惯,以及食客的心理特点,选择恰当的翻译方法,做到吸引外国食客的同时,精准的表达菜名的信息,传达中国特有的民族文化,推动中国饮食文化走出中国,走向世界,提高中国美食的影响力。中国菜名风格与内涵丰富,生动地反映了中国的饮食文化。中国菜名的英文翻译不仅是一门艺术,更是一门学问。准确的中国菜名翻译可以使外国受众更好了解中国的文化和习俗。因此,对中国菜名的英文翻译进行研究具有重要价值。目前,国内关于中国菜名英文翻译的研究并不在少数,相信随着研究工作的不断加深,未来国内关于此方面的研究成果必然会更加丰富,让中国菜名的英文翻译更加准确且生动,更好向外国友人传递出中国菜名的独特文化价值。

作者简介:宋美婷,女,汉,山东省青岛市胶州市里岔镇高木寨村,1997年9月,研究生在读,无职称,英语笔译。

## 参考文献:

- [1]陈怡帆.试析文化交流中中式菜名英译的归化与异化[J].湖南环境生物职业技术学院学报,2008(01):87-89.
- [2]陈蔚.中式菜名的英译看异化与归化策略的运用[J].黄石理工学院学报(人文社会科学版),2007(01):107-109.
- [3]高翘楚.中式菜名英译策略探究——以《舌尖上的中国2》第三集《时节》为例[J].教育教学论坛,2020(09):85-86.
- [4]黄艺俊.归化和异化在中文菜名翻译中的应用[J].长春教育学院学报,2015,31(12):53-54.
- [5]刘欢.从归化异化中国食物名称的翻译[J].安徽文学(下半月),2010(11):173-174.
- [6]李虔.中国饮食文化“走出去”的对外传播技巧——从武汉特色美食的英译说起[J].文化学刊,2020(06):180-183.
- [7]彭媛媛.跨文化交际理论下乐山美食名的英译浅析[J].中共乐山市委党校学报(新论),2020,22(04):107-112.
- [8]赵敏.基于中国饮食文化的菜名英文翻译研究[J].黄河科技学院学报,2021,23(05):85-89.
- [9]张丽.中西方文化差异下饮食文化翻译策略研究[J].黄河.黄土.黄种人,2020(17):9-10.
- [10]张雨.川菜文化的对外传播和翻译策略——以乐山美食为例[J].传播力研究,2020,4(21):14-15+18.