

# 衢州美食文化及国际传播

王乐 陈佳琪 刘乐星 魏思园 胡利君

(衢州学院外国语学院 324000)

摘要:在经济、文化全球化发展的背景下,中国传统美食作为国家文化“软实力”的一部分,其外宣英译的重要性也日益凸显。本文从衢州美食文化内涵切入,充分利用各种新媒体,促使带有衢州特色的传统美食文化“走出去”,助推衢州文化、经济建设发展。

关键词:衢州;美食文化;美食英译;国际传播

作为一座具有 1800 多年历史的江南文化名城,衢州素有“四省通衢、五路总头”之称,做好当地特色美食翻译,不仅可以更好地向世界展示我国历史悠久的传统文化,还可以促进当地餐饮经济的发展。然而我们在调查中发现,衢州当地的许多传统美食与小吃翻译存在着语法错误、拼写不规范、语意模糊等问题,且有的传统美食甚至没有翻译名称。在此问题基础上,我们选取了较具代表性的衢州传统美食,深入挖掘其背后的文化内涵与制作过程,并将二者与美食名称一同翻译成英文,借此将衢州的美食文化更好地传播出去。

## 一、衢州美食的文化内涵

常言道:“饮食是文化的载体。”每个地区的特色美食一定程度上代表了当地的文化底蕴和内涵。

### (一)衢州美食蕴含的文化内涵

#### 1.衢州美食的养生理念

衢州是江南文化名城,是浙、闽、赣、皖四省边际交通枢纽,其独特的历史、自然、地理环境造就了衢州传统美食的特色风味。而其中最著名的便是衢州美食的养生理念。

而衢州饮食的文化养生理念,在多类特色菜肴中有所体现。衢州的第一个驰名商标——“不老神鸡”,是衢州深刻得贯彻饮食文化养生理念的一个重要体现。它是浙江省最早的鸡类绿色食品,并根据中国饮食文化中“药食一体”理论配以二十八味中草药精制而成,具有滋补营养、养胃之功效。<sup>[1]</sup>

此外,红掌会、腊味合蒸等菜肴也都极具当地特色和文化,体现了衢州养生的文化理念和内涵。

#### 2.美食是衢州的锃亮名片

美食评论家沈嘉禄曾说:“风味美食是一座城市的集体记忆,它们的兴衰存亡,其实也关乎城市人的感情。”<sup>[2]</sup>

衢州美食遗留下是一番滋味,也有深刻的文化内涵,且这种文化内涵逐渐演变成了衢州对外的一张锃亮名片。恰如北京烤鸭、德州扒鸡、桂林米粉等特色美食一样,每一道菜品都被打造成了相关的城市名片。使得每当听到这些菜名的时候,脑海里便回忆起相关的城市。衢州的“不老神鸡”、双桥米线、三头一掌等特色美食也具有如此效果。而这,便是美食城市文化名片的最佳体现,也是衢州美食全国化乃至国际化发展路上的一个重要标志。

#### 3.衢州美食的文化羁绊

美食带来的是一种情怀,一片乡愁,一种人生。衢州美食便以独特的姿态包裹着养生的文化内涵,使得食客念念不忘,这便是衢州美食的文化羁绊。

一道道衢州美食牵引出一段段回忆,回忆又将那时的感情深深地融入美食之中,从而形成美食与食客之间深深的文化羁绊。这种深层次的文化羁绊也使得文化内涵得以宣扬。

### (二)将传承和文化羁绊融入衢州美食文化传播

我国学者廖锡祥曾呼吁:“饮食产业只有引入文化的元素,才能打造出文化名菜品牌,才能让这个产业发展久远。”<sup>[3]</sup>而现今,虽然衢州美食文化历史悠久,但由于并未真正打造出衢州名菜品牌进行宣传,导致衢州美食在全国乃至国际上的知名度并不高。因而衢州美食的传播应当在文化的传承和宣传上加以改善。<sup>[4]</sup>

如衢州美食常山索面虽广受消费者喜爱,但由于其制作过程的复杂性,其制作工艺面临失传的境地。因此,走好传承这一步路,不仅将衢州的养生文化内涵融入美食之中,还要以知名名菜品牌的方式推广和宣传衢州本地的特色文化内涵,真正做到以美食传播文化。而文化羁绊,则是将文化内涵融入衢州美食传播之中的另一个重要步骤。文化羁绊就如“一双看不见的手”,牵动着离衢食客的味蕾,进而推动着衢州美食的传播。

总而言之,美食与文化的彼此交织。衢州美食文化内涵的宣扬离不开美食的传承和发展,而美食的延续更离不开传承,两者相辅相成,互相促进。

### 二、特色菜名翻译标准化

饮食文化作为衢州当地文化极其重要的一部分,对促进传播衢州文化和其旅游业的发展起着不可替代的作用。但将衢州美食背后蕴含的历史故事与文化内涵通过翻译外宣这一方法更好地传播出去却不是一件易事。在翻译过程中,译者不仅要抓住衢州美食制作过程的精髓,更要掌握国外菜名结构,做到菜名与制作方法还有食材的契合。菜名翻译的目的是为了向外国食客有效地传递菜肴信息,如菜肴主料、烹饪方法、味道等,最大程度地激起食客的食欲。<sup>[5]</sup>

根据中华人民共和国教育部出台的《公共服务领域英文译写规范》,中国特有的食品的名称,如饺子、包子、粽子、火烧、煎饼、肉夹馍、油条等,可以用汉语拼音拼写。<sup>[6]</sup>而在此基础上,也要考虑菜肴色、香、味、形等方面的翻译需求。因此,通过对衢州大街小巷的探访,我们将衢州具代表性的传统美食根据原料、外形与制作方法三类标准对其菜名进行翻译,助力衢州文化更好地走出去。

#### (一)直接根据原料翻译

开化清水螺蛳(Kaihua Snail);江山米糕(Jiangshan Rice Cake);全旺芋饺(Quanwang Taro Dumplings);三头一掌(Three Heads and One Web)。

#### (二)根据美食外形翻译

1.龙游发糕(Sponge Cake)。在对龙游发糕的名字进行翻译时,我们从美食的外观出发,因为发糕摸起来像海绵一样有弹性,而采用了“sponge(海绵)”一词,使得发糕膨胀松软的特点得以很好地被表达出来。

2.衢州市水晶糕(Quzhou Crystal Cake)。水晶糕以外观晶莹剔透

而得名,因此其英文菜名中被加入了“crystal(水晶的;透明的)”一词。

3.双桥粉干(Shuangqiao Dried Vermicelli)。这道美食是用细粉丝用水煮后沥干而制成,菜品中没有水,只有很少的油,因此采用了“dried(干的)”一词。

### (三) 根据美食制作过程翻译

1.余记烤饼(Yu Kee Scone)。在翻译余记烤饼时,我们依照其制作过程进行翻译,因其制作过程与西方的scone(司康饼)制作过程相似,因此有了Yu Kee Scone的译名。

2.开化汽糕(Kaihua Steam Cake)。在制作开化汽糕时,需要往里加入香干丝、笋干、虾皮等食材,然后放入蒸锅中,依靠锅中高温产生的水蒸气而得以完成。因此。可以根据其制作过程将其翻译成“Kaihua Steam Cake”。

通过对衢州当地传统美食各个方面的分析,我们尽可能地翻译出了每道菜的材质、制作过程与背后所蕴含的文化故事,以此帮助衢州当地饮食文化更好地走出去,促进衢州旅游业的发展。

### 三、衢州美食文化传播途径多元化

传播衢州特色美食文化,选对选准传播途径很重要。以食为媒,衢州美食文化助推衢州文化软实力提升,以媒为桥,架设衢州美食文化新明天。我们需要构建口语媒介、印刷媒介、电子媒介、数字媒介以及国外优质媒介的品牌借用等全方位传播平台,创新内容呈现方式、分层分群进行精准传播。

#### (一) 携手自媒体网红,打造衢州美食文化新词条

随着互联网 Web2.0 社交媒体时代的发展迭代,社交网络的热度催生了网红产业的井喷式发展。自媒体网红代表着互联网垂直领域文化资产优化组合和创新成果深度融合,探讨城市网红的内涵提升与优化,能够对自媒体网红文化产业研究提供有益的个案分析及理论补充,具有较强的理论研究价值及创新性**错误!未找到引用源。**在现实实践领域,可通过国家文化发展相关部门提供帮助成立网红孵化园区或工作室,通过大数据分析与社会民意调查,与具有一定影响力的衢州当地网红取得联系进行商议,共同为衢州美食文化传播发展合作。同时不断培养和发展新网红,提高网红格调,规范传播内容,在提供就业岗位给予青年发展新机会的同时促使其成为衢州特色美食文化传播发展新的代言人。

#### (二) 纸媒传播仍给力,传统方式新含义

在所有的大众传播媒介中,印刷媒介是最古老的一种。如何在衢州美食文化的传播中最大化的发挥印刷媒介的作用呢?我们可以将衢州经典美食整理成册,搭配精美的图片和小故事进行新编,将其印刷成书籍摆在明显的人流量较多的公共区域。也可与教育部门进行商议,将衢州美食文化印入学生的课本中,让一代代传承人不忘家乡味。

#### (三) 数字媒体重点推,扩大影响力必可为

数字媒体是指以二进制数的形式记录、处理、传播、获取过程的信息载体,数字媒体具有传播者多样化、传播内容海量、传播渠道交互化、受传者个性化、传播效果智能化等特点。目前3亿多中国网民常常观看在线视频的现状,预示着在线视频即将成为产生数字媒体广告预算的主力引擎之一。中国社交网站(SNS)用户已

经超过1.5亿,约1/3的网民都在使用SNS;各大主流互联网媒体纷纷向社交化转型,众多SNS新平台和产品竞相登场。视频网站和社交媒体成为数字媒体发展的新方向。

如今在中国大热的视频网站有B站、抖音、快手等、社交媒体软件有微信、微博等,每一个平台都有着上亿的巨大受众,人们越来越倾向于从社交媒体和视频网站中获取信息,了解世界。促进衢州美食文化传播应紧跟时代发展潮流,利用数字媒体进行宣传,可通过制作优良短视频、发布衢州美食文化文章、成立衢州美食文化小论坛等方式吸引人们了解衢州美食,从而进行点赞和转发,扩大衢州美食文化影响力。

#### (四) 借用国外优质媒介品牌,助推衢州美食走向国际

在人人都在生活在地球村的如今,传播某种文化都应具有国际化的规划和眼光。势如我国的微博、微信、抖音,国外的YouTube、Instagram、Facebook等同样具有极快的传播速度和巨大的影响力。传递衢州美食的魅力我们可以借用国外优质媒介,在不同平台上发布关于衢州美食的优质内容,来吸引更多的人走进衢州,品尝美食。

### 五、结语

综上所述,正如一个成功的品牌背后一定有一个卓越的品牌文化作为依托一样,为促使带有衢州特色的传统美食文化“走出去”,向世界展示衢州文化独特的魅力,就必须走好国际传播这条路,而衢州美食与文化内涵的翻译传播就是必不可少的基础性工作。我们只有做好衢州美食与文化内涵翻译传播内容系统化,传播工作常规化,传播途径多元化以及传播质量标准化的工作,才能真正扎实的推进衢州美食翻译及美食文化国际传播的进程。

### 参考文献

- [1] 专家与厨师对话,弘扬厨出凤城文化[EB/OL].(2009-08-06)[2009-10-27].
  - [2] 沈嘉禄、吴南瑶.美食是一座城市的集体记忆[N].新民晚报夜光杯,2017-08-16.
  - [3] 王克非.论翻译文化研究的基础工作[J].外国语言文学研究,2001(1):37-41.
  - [4] 文月娥.目的论视角下的菜谱翻译研究[J].攀枝花学院学报,2008(5):104-106.
  - [5] 陈琴.顺德美食翻译及美食文化的国际传播[J].韶关学院学报,2013,34(11):63-66.
  - [6] 中华人民共和国教育部.公共服务领域英文译写规范(第2-10部分)[Z].2017-07-17
  - [7] 阎婷,柴玥.自媒体网红的城市文化传播路径探析--以大连为例[J].大连干部学刊,2020(01):38.
- 基金项目:本文为浙江省大学生科技创新活动计划暨新苗人才计划“衢州传统美食文化故事研究及翻译”(编号2021R435014)的相关成果。胡利君系本文指导教师。