

语用翻译视角下自贡盐帮菜的跨文化传播

吴春容^{a,b}, 丰雪^a, 彭柳^a

(四川理工学院 a 外语学院 b 中国盐文化中心, 四川 自贡 643000)

摘要:语用翻译是语用地考察翻译问题,把翻译文本和翻译结果以及制约翻译的诸多因素结合起来做宏观和微观考察的综合研究,其在应用翻译领域拥有广阔的前景。本研究从自贡盐帮菜的文化内涵入手,分析盐帮菜文化对外传播不足的现状,对盐帮菜按命名方式分类,从语用翻译的视角,从微观和宏观的角度提出“盐帮菜”语用翻译观;译者要深刻理解“盐帮菜”的内涵,翻译出其真正含义和特色;对于标记性不突出的菜名,可采取传统的直译;了解受众的心理期待,对盐帮菜富具特色的标记性,要通过注释或其他有助受众理解的方式传译出其内涵和外延文化;通过平面、网络和实体等多渠道方式实现对盐帮菜的翻译与跨文化传播。文章在此译观指导下探讨了“盐帮菜”及其具体菜名的英译方法以及建设盐帮菜跨文化传播的多维度平台的途径,力图在跨文化传播中成功再现独具特色的盐帮菜文化,从而提升自贡的国际旅游业形象。

关键词:语用翻译;应用翻译;自贡盐帮菜;特色文化;跨文化传播

中图分类号: H31 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-8580(2015)03-0089-10

一、引言

一个地区的特产文化,反映着这个地区的历史地理文化特点,饮食文化属于特产文化的一种,通过推广地方美食文化,可以吸引外来游客,发展地方经济。自贡饮食文化以盐帮菜闻名,独具特色,已成为川菜的一大菜系。有句俗语,“食在四川,味在自贡”,可见自贡饮食文化的特色与优势。然而,自贡在饮食文化对外推广方面却存在明显不足,导致许多发展机遇流失。如何提高外国友人对盐帮菜的了解和认可度,成功将自贡盐帮菜特色文化对外传播,形成一定的文化影响力,从而更好地把自贡的经济活动扩展到国际范围?过去有诸多学者从营销学,旅游

基金项目:四川省教育厅重点项目(14SA0080)、(JGYQ201401);中国盐文化研究中心项目(YWHY14-11);四川省教育厅大学生创新基金项目(201310622045);四川理工学院教改项目(JG-1359)

作者简介:吴春容,硕士,副教授(E-mail:363493649@qq.com)

学等角度展开剖析,但我们尚未发现有学者从翻译这一跨文化传播的根本利器对盐帮菜跨文化传播开展研究。

语用翻译,是将语用学的相关理论具体应用到翻译的研究,或者说是从语用学的角度来探讨翻译问题。语用翻译是以关联顺应为认知推理手段,以意图为目的,关注或联系文本内外的各种语境,意义和意图的关系,语形、语音、语义和语效的关系,原作、原作者与受众的关系,译作、译者和译入语受众的关系,交际者与媒介的关系等等。语用翻译是上世纪80年代以来,随着语用学研究的兴起和发展而提出的。Hatim和Mason^[1]最早提出语用翻译的概念,国内何自然^[2-3]、莫爱屏^[4]、李占喜^[5]阐述过语用翻译,侯国金^[6-7]更是提出语用翻译学的概念,并强调语用翻译在促进中国文化走出去中的巨大作用,但尚未有学者将语用翻译具体应用到某一具体菜系的翻译,更别说盐帮菜的翻译与对外传播了。对于特色鲜明的自贡盐帮菜,如何实现对其内容及文化的理想转译?作为把翻译文本和翻译的结果以及制约翻译的诸多因素结合起来考察的综合研究,语用翻译无疑是一条切实有效的途径。本文探讨语用翻译视角下的自贡盐帮菜的跨文化传播途径,旨在传承、推广自贡盐帮菜文化,加强地区之间、国家之间的饮食文化交流,提升自贡的国际旅游形象。

二、自贡盐帮菜

(一)盐帮菜的文化内涵

自贡盐帮菜与井盐有着特殊的关系,无论是从调料、烹饪方法还是命名都有着自贡独特的盐文化特色,都包含了丰富的盐文化内涵。自贡悠久丰厚的人文历史和文化积淀,盐业经济的繁荣与发展,孕育和熏陶着自贡的饮食文化。自贡盐帮菜分为盐商菜、盐工菜、会馆菜三大支系,以麻辣味、辛辣味、甜酸味为三大类别。盐帮菜以味厚、味重、味丰为其鲜明的特色,最为注重和讲究调味。除具备川菜“百菜百味、烹调技法多样”的传统之外,更具有“味厚香浓、辣鲜刺激”的特点^[8]。自贡盐帮菜是自贡城市历史、城市文化的一部份。盐帮菜不仅反映了自贡盐业发展历史,还体现了自贡人民的饮食习惯,是自贡地方特色文化的宣传推广的招牌之一。研究盐帮菜不仅可以带动餐饮业发展,还可以宣传自贡地方特色文化,一定程度上吸引外来游客,发展旅游业,带动周边经济的发展,丰富人民生活水平,提高生活质量。

(二)盐帮菜的跨文化传播现状及存在的问题

自贡盐帮菜拥有良好的市场基础,蕴含着巨大的发展潜力。“盐帮菜”不仅在省内声名大噪,在全国的影响力也越来越大,自贡“盐帮菜”企业已经具备了走出国门,走向海外,参与国际竞争的实力^[9]。但长期以来,由于宣传不充分,尤其是向国外推广不足,对外传播状况和自贡盐帮菜已有的实力有不小的差距。我们课题组通过实地走访、网络问卷、外籍人士访谈等方式调查发现,对自贡的盐帮菜的传播缺乏完善系统的推广方案,尤其在对外推广、走出国门这一块还很薄弱。虽然我省特别是自贡市活跃着一批学者研究自贡盐帮菜,代表人物有:宋良曦^[10]、黄文平^[11]、吴晓东^[12-14]等,然而他们主要研究与盐相关的历史,制度文化,盐帮菜的分类、风味、盐文化旅游资源的开发等等,对于盐帮菜的跨文化传播却少有人涉足。在平面推广方面,已有的两本盐商菜专著《味觉的盛宴:自贡盐帮菜》^[14]、《自贡盐帮菜经典菜谱》^[15]均是中文,有一些关

于自贡盐帮菜的期刊文章和散文等,但我们尚未发现对自贡盐帮菜的翻译研究。在已有的双语川菜的书藉中,没有专门介绍自贡盐商菜。在网络平台上,有自贡盐帮菜网^[16],芭夯兔官网^[17],但网页上没有任何关于盐商菜的翻译。多数国外传播受众对于盐帮菜文化信息的了解途径是网络媒介,而目前对盐帮菜最常见的宣传媒介仍然是本地纸媒的中文广告宣传与专栏文章,这样盐帮菜的受众面和影响力就大打折扣。在实体宣传方面,2014年11月,首届盐帮菜名菜、名厨、名店“三名”评选活动启动,此次活动作为第二十一届自贡国际恐龙灯会盐帮美食节的前置活动,得到了媒体和市民热切关注。这些活动在一定程度上提高了盐帮菜对外的知名度和影响力。在走出国门方面,自贡市为推广盐帮菜,曾组织大型盐帮菜餐饮企业赴美实地考察、交流,开拓海外市场,美国媒体1991年曾对自贡盐帮菜进行报道。竹园盐帮川菜馆还成为美国100佳中餐馆^[18]。但这样的实体宣传屈指可数,且缺乏后续的跟进研究。另外,近年来针对中式菜单翻译的文章屡见不鲜,但是大都笼统的说了一些中餐菜名英译研究存在的不足、菜名英译的技巧与办法等,例子多有重复,内容陈旧,创新不足,而且针对地方饮食的英译更是屈指可数。自贡盐帮菜是随着自贡井盐文化的繁荣而发展起来的,在其成因、用料、菜名、口味等方面都有自己的独特性和标记性,需要我们综合分析其文化特色,参考国外中式餐馆菜单翻译的特点,找到既能体现盐帮菜的文化特色,又能符合外国人阅读习惯的盐帮菜语用翻译方法,让传播受众从盐帮菜文化的解读中了解到自贡独特的城市魅力,从而提升自贡国际旅游业形象。

三、语用翻译途径的盐帮菜跨文化传播

要实现自贡盐帮菜的跨文化传播,我们需要从微观和宏观的角度,对盐帮菜的对外传播开展研究。微观上,要从语言层面对盐帮菜菜系和具体菜名的翻译问题把好关,将中国式思维转换为符合外国人习惯的思维,充分实现两种文化的合理转换,唤起受众对盐帮菜的兴趣。宏观上,要将盐帮菜的跨文化传播纳入自贡盐文化乃至自贡城市的跨文化传播宣传的大平台,采取平面、网络和实体等多平台联合的多视角传播网络,富有成效地实现盐帮菜的跨文化传播。

(一)“盐帮菜”的语用翻译观

自贡盐帮菜在菜品命名,烹饪方法,口味等方面特色突出,和其他菜系有所区别,因此在对外传播翻译时要将这些独特的标记性传译出来。我们提出盐帮菜的语用翻译观:译者要深刻理解“盐帮菜”的内涵,翻译出其真正含义和特色;对于标记性不突出的菜名,可采取传统的直译;了解受众的心理期待,对盐帮菜富具特色的标记性,要通过注释或其他有助受众理解的方式传译出其内涵和外延文化;通过多渠道,多平台的方式实现对盐帮菜的翻译与跨文化传播。

首先,“盐帮菜”如何译?过去有人将之直接用“拼音+翻译”的方式来处理译为“Yanbang dish”,外国受众估计很难从此译名中得到什么有价值的信息,除了猜测这是一道菜以外,对自贡也会一无所知。那么,译文里是否要出现“盐”?能否译作 salt-flavored dish?根据语用翻译观,翻译的根本是要达效,即语言的效果,就盐帮菜的英译而言,就是要达到跨文化传播效果,让

受众产生品菜的欲望。但 salt-flavored dish 会让老外迷惑:做菜一般都要加盐,这个菜系如此命名是何意?其实,盐帮菜菜系的命名是对于盐文化的传承,与真正用盐(量)关系不大。dish 是指一盘菜,而盐帮菜是一个菜系,应该用 cuisine,而且菜不在于其本身的盐有多特别的 flavor,而在于外在的文化外延,和 flavor 没有什么本质关系。鉴于西方的菜单大多是大白话的描述性名字,我们尝试给盐帮菜提供以下四种译名并讨论其优劣。

译 1: Zigong Salt Specialty Foods

译 2: Zigong Style Foods

译 3: Traditional Zigong Local Delicacy

译 4: Traditional Zigong Cuisine

正如上文所言,盐帮菜的命名是对盐文化的传承,与盐没有太大直接联系,译文中最好不要直接出现盐的字样,否则容易让崇尚清淡饮食的西方受众产生误解。另外,盐帮菜是自贡的一大特色与传统,最好在译文中直接点明。四个译文都传译出了自贡,其中译文 1、2 的 foods 概念太广,不是理想选择。译 3 点明了是自贡传统佳肴,但没表达出盐帮菜是一菜系的特征。相对而言,译 4 较好地践行了语用翻译观,表达平实,基本传译出盐帮菜乃自贡传统饮食文化菜系的这一特点,易于受众理解。

(二)盐帮菜具体菜名的英译

盐帮菜译名接受者主要是外国游客,其目的是推广自贡盐帮菜,传递菜名中蕴含的盐文化,吸引外国游客来自贡旅游,带动地方经济发展,弘扬特色文化。具有“语用翻译”观念的译者,不是拿到原作就动笔翻译,而是全面研究各种“语用翻译”要素。为能达到盐帮菜的翻译目的,我们必须了解读者的心理期待,他们到中餐馆吃饭首先关心吃的是什么(原料);味道如何(口味),然后是这道菜的作法(刀工和烹调方法),最后才是菜名的寓意(文化)。因此菜谱翻译的首要任务是将中餐菜的原料、口味、烹调方法译出,在此基础上再翻译刀工,最后才是文化寓意。

中式菜肴英译中对用料的描述特别重要,因为有些菜名涉及中国文化内涵,菜名抽象,很难从字面上理解,自贡盐帮菜中就有不少这样的菜名。如:梭边鱼,火鞭子牛肉,盐都口口脆等。处理这样的菜名译文要做到通俗易懂,符合译文接受者国家的文化和习惯;同时还要注意菜名的翻译尽可能的与盐帮菜原名所表达的意思一致,让受众最大程度地理解盐帮菜的魅力与文化内涵。以下我们就联系具体的自贡盐帮菜的菜名,来探讨其语用翻译的手段与方法。以下译文除特别说明,均为笔者所译。

1. 盐帮菜菜名分类

自贡盐帮菜菜品丰富,其中包含的地方文化也意味深长,仅代表性菜品就上百种,笔者从中挑选一些深受大众喜爱并富含自贡特色的菜品,对其菜名进行解读并尝试提供菜名译文。

鲜锅兔、跳水鱼、梭边鱼、小煎鸡、大安烧牛肉、牛佛烘肘、文火罐子肉、盐工小炒牛肉、油炸绿豆粑、软炸肉丝、干煸萝卜丝、火鞭子牛肉、花仁萝卜龙、王井乌鱼仔、赵化粉蒸鱼、荣县脆皮鱼、牛佛烘肘、张家沱鸡婆头、富顺豆花、盐工号子鱼、鲜椒退秋鱼、水煮牛肉、火爆毛肚、火爆黄喉、盐都口口脆、文火罐子肉、芭夯兔、坛子美蛙、干锅鸭掌、谢家黄凉粉、叶氏刷把头、李氏醪糟鱼、王氏豆腐鱼头、张氏清蒸团鱼。

虽然列举菜品数量有限,但是足够代表自贡盐帮菜菜名的命名特点,笔者按它们的命名方式将其分为以下几类:

(1)以地名/人名+主料+辅料命名

这类菜名往往富含盐文化元素,如特色菜品的产地、来源等。

王井乌鱼仔、赵化粉蒸鱼、荣县脆皮鱼、牛佛烘肘、富顺花泥鳅、张家沱鸡婆头、富顺豆花、谢家黄凉粉、李氏醪糟鱼、王氏豆腐鱼头、张氏清蒸团鱼。

(2)以烹饪方法+主料+辅料命名

油炸绿豆粑、软炸肉丝、干煸萝卜丝、水煮牛肉、火爆毛肚、火爆黄喉。

(3)以烹饪器具+主料+辅料命名

鲜锅兔、文火罐子肉、坛子美蛙、干锅鸭掌。

(4)抽象、混合式命名

跳水鱼、自贡梭边鱼、盐工号子鱼、盐都口口脆、芭夯兔、火鞭子牛肉、小煎鸡、花仁萝卜龙。

2. 语用翻译观下的盐帮菜菜名翻译

(1)直译

对于菜名中没有包含特殊文化含义或者命名简单明了的菜名,可直接采取直译的方式译出其主料,辅料和烹饪方法。对于地名,人名可采取汉语拼音音译的方法,但对于整个菜名,建议少用音译的方法,因为盐帮菜对西方文化而言,尚属宣传推广阶段,尚缺乏异乡在接受环境,需要我们让译文接受者清楚地知道菜品的主料和辅料等相关信息,体现菜名的本意。当我们运用直译法进行翻译时,可以适当运用 with、on、in 等介词连接菜名中的主料、辅料、烹饪器具等元素。在翻译的时候要具体问题具体分析,根据菜品的主料、辅料、口味及文化内涵灵活翻译。对于笔者在上文中提到对自贡盐帮菜菜品分类中,1、2、3 类适合直译法,其中对于自贡的地名,人名,名称都比较简单,不像麻婆豆腐,东坡肉等有特别的渊源,可采取直接音译,让受众了解自贡。让我们来看几个例子:

第一类:我们可用“(拼音翻译)地名/人名+烹饪方法+主料/烹饪方法+主料”的方式来直接译菜名。如:

荣县脆皮鱼	Rongxian Crispy Fish
牛佛烘肘	Niufu Smoked Pork Hock
富顺豆花	Fushun Beancurd Pudding
赵化粉蒸鱼	Zhaohua Steamed Fish with Rice

第二类:我们可用“烹饪方法+主料中心词”或“将主料作为中心词+with+辅料”的表达模式,译出相应菜品。如:

软炸肉丝	Soft-fried Shredded Pork
火爆毛肚	Quick-fried Beef Tripe
水煮牛肉	Boiled Beef with Spicy Chill Sauce
粉蒸牛肉	Steamed Beef with Rice

第三类:可用“烹饪方法+主料+with/in+辅料+in/on+烹饪器具”的模式来传译菜名。如:

文火罐子肉	Simmer Meat in Pot
鲜锅兔	Braised and Stewed Rabbit in Pot
干锅鸭掌	Sauteed Duck Feet in Pot

从这些翻译中,我们可以看到由主料、辅料、人名、地名、烹饪器具等组成的菜名运用直译法来翻译可以简单明了体现菜品的本意,适当运用介词也很好的起到了衔接作用。但是,在翻译菜名时要准确把握和理解原名,因为盐帮菜的烹饪方法丰富,对同一汉语表达的烹饪手段,有时需根据具体情况采用不同的英文对译。比如:表示“烤”的词有 toast、bake、roast、sear、broil、barbecue、grill 等,它们所表达烹饪方法有细微不同,译者必须准确理解原菜品的具体含义,才能准确传译。

(2) 意译菜名或意译+简单注释

当我们翻译盐帮菜菜名时,要注意中西方思维的相互转换。盐帮菜中有的菜品名比较抽象,如“盐都口口脆”、“花仁萝卜龙”等菜品,没吃过的人一定不知道是什么菜。遇到这类菜品时,译者首先要弄清楚菜的主料、辅料、口味等,如果名字的由来含有历史典故或者其他文化内涵,在翻译时最好能体现出来,此时可采用意译+简单注释的方式来翻译。上面介绍的第四类菜名就适用于这种翻译方式。在进行意译时,译者可借助加注释、省略、借用、改写等方法来翻译抽象的菜品。如对“芭夯兔”菜品的英译,由于“芭夯”含义丰富,“芭”源自屈原的《楚辞》中的“成礼兮回鼓,传芭兮代舞”,意即古代歌舞时传递的一种香神草。“夯”则指“全力以赴,热捧”之意。此菜名有意指菜品香料独特,广受欢迎之意。对于如此丰富的含义,我们采取抓重点的策略,用“BaHang Rabbit Hot Pot”传译之。一是因为芭夯兔其本质是火锅的一种,这样直接平实的表述让受众明了,火锅在消费者中知晓度很高,这样受众从译名可联想其特点和吃法。二是“芭夯”二字的丰富内涵,难以在简短的菜名中传译,我们就直接用拼音翻译,保留部分神秘感,让消费者愈加有探究的兴趣,这也是一种营销策略。

简言之,在翻译盐帮菜的菜品时,不能死板地照搬照译,而要灵活掌握中西方的思维差异与转换,本着关联的语用原则,综合运用各种翻译方法翻译出菜品的特征或内涵,那样的译文才是好的译文。接下来,笔者将再列举几个盐帮菜的经典菜品的译文进行分析。

例一:盐都口口脆

主料:兔肚

辅料:青笋尖、蒜苗、芹菜,大葱,香料等

烹饪方法:将兔肚做初步加工,去尾巴,头子,旺火下油下调料炒香,加入半成品的兔肚头过油起锅装盘即可。

译 1: Salt City's Crunchy Rabbit Tripe Slices

译 2: Crunchy Rabbit Slices, Zigong Style

分析:盐都口口脆是盐帮菜的一大亮点和招牌之一,其特点在于该菜的主料是兔肚,这与一般川菜的口口脆采用香莴笋作主料有所不同。因此,在翻译时,我们旨在突出这一特点,并突显“自贡”这一标签。译 1 将原材料译得比较细,用 rabbit tripe 表示“兔肚”,但我们知道 tripe 表示“(牛羊或猪的)内脏”,如此表达兔肚不够准确,对“盐都”的翻译也过于拘泥字面意思,不

符合语用翻译观的 1 和 3;译 2 对菜品原料采取模糊化处理,且点明“盐都”是指自贡,而不是其他地方的盐城,符合语用翻译观的前三条,相对而言,译 2 稍胜一筹。

例二:盐工号子鱼

主料:鸭嘴鲢(鱼)

辅料:青椒,豆豉

烹饪方法:将鱼洗净切条,加入盐、料酒、辣椒粉、色拉油、姜、葱节腌渍 10 分钟;然后将鱼头放入盘子中央,四周围放着鱼身,并将其放入蒸笼大火蒸 10 分钟;最后浇上特制汤汁即可。

首先,我们要知道这道菜的由来。自贡以井盐闻名,从事井盐生产的工人叫做盐工,井盐的运销与船和河流有关。据文献记载“在 20 世纪二三十年代,特别是自贡因盐设市以后,自流井釜溪河边排满了大大小小的盐船,河中央运盐的盐船一只接一只,悠扬的盐船号子响彻了釜溪河畔”^[9]。这道菜与自贡井盐历史有关,鱼头张大着嘴让人联想到盐工站在船头吹号的场景,于是命名为“盐工号子鱼”。

译 1: Salt Workers' Fish

译 2: Steamed Fish like a Horn

译 3: Steamed Fish with Special Sauce (named after the image when the fish opens its mouth just like a trumpet)

分析:译 1 多少曲解了菜品,让受众感到困惑;译 2 强调了菜的烹饪方法、主料、辅料,并且描述了鱼的形状像“号子”;译 3 除了具备译 2 的优点,还添加了注释,一定程度上向受众展示了这道菜的文化内涵和特点,践行了我们的语用译观。笔者与外国友人交流过此菜品及译文,他们表示译 3 引起了他们的兴趣,从而增进其对盐帮菜文化的了解。

例三:花仁萝卜龙

主料:腌红萝卜

辅料:花生

烹饪方法:将萝卜切成小条并用开水烫洗,再加入盐、酱油、味精、香油、辣椒粉、糖、醋、芝麻油、花生拌匀摆成龙的造型装盘即可。

译 1: Flower Heart Carrot Dragon

译 2: Shaped Dragon Carrot with Flower

译 3: Crispy and Spicy Carrot with Fried Peanuts

分析:译 1 是网络上的译文,译 2 和译 3 为笔者所译。译 1 死板地根据菜名的字面意义逐字翻译,完全曲解了菜品的实质;译 2 指出了菜名中的“龙”并不是真正意义上的龙,而是指萝卜的形状像一条龙,但是很难让受众知道菜的其他信息;译 3 指出了菜品的主料、辅料及风味,但是没有翻译出“龙”。事实上,我们已经知道菜名中的“龙”只是萝卜的造型,并且在西方文化中,“龙”象征着邪恶,这与中国文化中“龙”象征吉祥的意思背道而驰,所以翻译时省略不译。至于“花仁”只是装盘的装饰物,亦可不必翻译。综合来看,译 3 最符合西方思维,简单易懂。

例四:自贡梭边鱼

主料:鲢鱼

辅料:酸菜、自贡朝天椒、大葱

烹饪方法:将鱼洗净切片,在锅中放入酸菜,加上郫县豆瓣、姜蒜、料酒、大葱炒香;然后,倒入特制高汤,适量料酒、辣椒油、味精、花椒粉煮开;最后,将鱼倒入汤中,小火煮 15 分钟,盛盘用蘸水沾着吃。

“自贡梭边鱼”是一种鱼火锅,第一次是在成都打响名号,接着闻名于全国各大主要城市。在 2012 年,获得了“中国十大顶尖火锅之一”的称号。“梭边鱼”其实是鲶鱼的别名,因为鲶鱼很滑,拿在手里容易“梭”(自贡方言),所以自贡人叫其为“梭边鱼”。

译 1: Spindle Fish with Zigong Style

译 2: Shuttle Fish in the River Zigong

译 3: Stewed Fish with Chinese Sauerkraut, Zigong style (eat with sauce)

分析:译 1、2 未能理解“梭边鱼”的真正含义,由此看来,译 3 最适合,因它清楚地说明了烹饪方法,还用注释的方式说明了进食方式,比较 eater-friendly,符合语用翻译观。

例五:冷吃兔

主料:兔肉

辅料:干辣椒,花椒,姜,大葱,料酒等

烹饪方法:兔肉提前用老抽,料酒,盐腌半小时,炒锅中放油至八成热,放入兔肉煸炒到腥味挥发尽,表皮微焦捞出备用,内留少量油,热后放入各种香料炒出香味,兔肉入锅,放老抽,料酒,炒到兔肉变成棕黄色的时候放糖、盐炒匀装盘。

冷吃兔又称香辣兔,冷吃兔是指待烹饪的油冷却以后食用效果最佳。因四川的自贡、富顺、荣县、内江一带是有名的养兔之乡,兔肉供应十分充足,该地区人们十分喜爱吃兔肉,这道菜在自贡更是家喻户晓。

译 1: Pan-fried Rabbit with Rich Spices

译 2: Stir-fried Rabbit with Pepper and Chili

分析:译 1 强调烹饪工具,译 2 强调烹饪方法和原料,相对而言,译 2 蕴含的意义更丰富些。

以上是笔者举出的语用翻译观下几个盐帮菜经典菜品的英译例子,从中可以看出在选择盐帮菜菜名英译方法时,须将中式思维转换为符合外国人习惯的思维,充分实现两种文化的合理转换,对标记性不强的菜名可直译;为达到语效,对于菜名中为追求美观而借用的装饰材料可不译。对于有些为追求形、音美等的菜名表达,我们只需平实译出原菜品的原料和做法或特色即可。翻译时应具体问题具体分析,根据菜名的特点及文化内涵,综合运用各种翻译方法找到最合适的译文。

(三)建设盐帮菜跨文化传播的多维度平台

盐帮菜有深厚的文化底蕴,在不同历史时期,都有相关诗歌、小说、戏剧等文学作品向人们展现了不同时代的盐业生产与生活场景,其间也少不了对盐帮菜相关文化的描写。我们除了加强对盐帮菜菜品魅力的翻译外,还可挖掘这些素材,加大对已有的盐帮菜相关资料与书籍的翻译与宣传;另一方面,在当今网络时代的新形势下,单一的文字传播平台已无法满足需求,为提高盐帮菜的跨文化传播效果,我们还需要充分利用电视、网络平台和实体传播的多媒

体联动,同时充分利用自贡籍华人华侨社团,华文媒体等其他传播媒介,新移动媒体传播媒介与实体宣传等构建一个立体的系统的传播格局,联合自贡的旅游开发,盐文化历史介绍等从宏观上实现全面的自贡盐帮菜的跨文化传播。

四、结 语

本文通过分析自贡盐帮菜与盐文化的关系,盐帮菜的跨文化传播现状,将盐帮菜菜品分为四类,并结合盐帮菜的一些经典菜品的英译,提出自贡盐帮菜的语用翻译观。此语用翻译观认为,翻译时要深刻理解盐帮菜的文化内涵和外延,对于标记性不突出的菜名,可采取传统的直译;对于特色鲜明的盐帮菜菜名,要通过注释或其他有助受众理解的方式译出其内涵和外延文化,要创建多渠道,多平台的盐帮菜宣传路径,对自贡盐帮菜开展微观和宏观上的跨文化传播,以促进自贡的经济发展和国际的旅游形象。由于笔者知识有限,对盐帮菜英译的探讨尚未穷尽,对盐帮菜的分类与翻译也许有不完善之处,其中难免存在诸多不足,望广大学者提出宝贵意见或建议。

*感谢曹顺发教授、侯国金教授的宝贵意见!

参考文献:

- [1] Hatim, B&L. Mason. Discourse and the Translator [M]. London: Longman Group UK. Limited, 1990.
- [2] 何自然. 翻译要译什么?——翻译中的语用学[J]. 外语与翻译, 1996, (2): 39-43.
- [3] 何自然, 李捷. 翻译还是重命名——语用翻译中的主体性[J]. 中国翻译, 2012, (1): 103-106.
- [4] 莫爱屏. 语用与翻译[M]. 北京: 高等教育出版社, 2010.
- [5] 李占喜. 语用翻译探索[M]. 广州: 暨南大学出版社, 2014.
- [6] 侯国金. 语用学大是非和语用翻译学之路[M]. 成都: 四川大学出版社, 2008.
- [7] 侯国金. 语用翻译观助中国文化走出去[N]. 中国社会科学报, 2015-03-23.
- [8] 盐帮菜[EB/OL]. (2008-4-15)[2015-4-6]. http://baike.baidu.com/link?url=uoSWdlk2qIZ5gnAGAXcpZJmqllb02vbp7YJJK4S3t0V4G1ZCGD4pKDBGwhru232gYt7hlE6xKNOEKK_zAnGnj.
- [9] 熊强, 罗浩. 开拓海外市场 自贡“盐帮菜”赴美考察[N]. 华西都市报, 2012-03-13(50).
- [10] 宋良曦. 中国盐文化奇葩——自贡盐帮菜[J]. 盐业史研究, 2007, (3): 48-49.
- [11] 黄文平. 自贡盐帮菜菜名中的文化初探[J]. 文化视野, 2012, (6): 213-214.
- [12] 吴晓东. 浅论盐帮菜[J]. 四川烹饪高等专科学校学报, 2007, (3): 7-9.
- [13] 吴晓东. 自贡盐帮菜的风味浅析[J]. 四川理工学院学报(社会科学版), 2008, (4): 13-14.
- [14] 吴晓东, 曾凡英, 等. 味觉的盛宴: 自贡盐帮菜[M]. 成都: 四川出版集团巴蜀书社, 2009.
- [15] 陈茂君, 陈礼德. 自贡盐帮菜经典菜谱[M]. 成都: 四川科学技术出版社, 2012.
- [16] 盐帮菜菜品宣传[EB/OL]. (2011-12-29)[2015-4-13]. <http://www.zgybc.cn/>.
- [17] 芭夯餐饮有限公司新闻[EB/OL]. (2013-4-26)[2015-4-13]. <http://www.bahotu.com.cn/index/>.
- [18] 自贡盐帮菜成为美国餐饮业 100 强 [EB/OL]. (2007-9-18)[2015-4-13]. <http://tieba.baidu.com/p/264232836>.
- [19] 黄宗坛, 黄宗壤. 自贡盐工号子浅析[C]//曾凡英. 盐文化研究论丛: 第 4 辑. 成都: 巴蜀书社出版社, 2010.

责任编辑: 梁 雁

A Pragmatic Translation Approach to the Cross-cultural Communication of Traditional Zigong Cuisine

WU Chunrong^{ab}, FENG Xue^a, PENG Liu^a

(a. School of Foreign Languages; b. Chinese Salt Culture Research Center, Sichuan University of Science & Engineering, Zigong 643000, China)

Abstract: Pragmatic translation, having broad prospects in applied translation, is the comprehensive study of translation problems from a pragmatic perspective. It is a combined study of translation texts and translation results as well as many factors that combine the micro-analysis and macro-analysis of the translation processes. This paper analyzes the limitation in traditional Zigong cuisine's publicity and communication and categorizes its cuisine into four types according to its way of dish naming. A pragmatic translation approach for traditional Zigong cuisine is put forward: 1) the translator should comprehend traditional Zigong cuisine's connotation and translate its implication and characteristics successfully; 2) for those unmarked dishes, direct translation may be employed; 3) the psychological expectation of the consumers should be considered and those marked characteristics traditional Zigong dishes' connotations and denotations may be explained by notes or other means for better understanding; 4) a multi-level of plane, network and entity's cross-cultural communication model is recommended. In light of the four principles, this paper discusses different English translation versions of "traditional Zigong's cuisine" itself and its typical traditional dishes to call for a multi-level pragmatic concern and efforts to recreate the characteristic traditional Zigong cuisine and improve Zigong's international tourism image in cross-cultural communication accordingly.

Key words: pragmatic translation; applied translation; traditional Zigong cuisine; characteristic culture; cross-cultural communication