

· 中国故事国际传播研究专题 ·

饮食翻译与地域文化形象重塑

——以《钟鼓楼》英译为例

邵璐 万海艳

(中山大学外国语学院, 广东 广州 510275)

摘要: 饮食植根于日常经验, 关联城市记忆与文化情感。在一定程度上, 作为特定地域文化形象重要构成成分之一的地域饮食文化及其翻译, 不仅能传递重要的地域文化信息, 更能反映地域文化形象在跨文化语境中被主动构建与调整的过程。基于此种认知, 运用形象学的视角和方法, 考察长篇小说《钟鼓楼》英译本中北京饮食描写的翻译重构倾向及其对地域文化形象的重塑作用发现, 北京饮食的译介呈现三种主要倾向: 一是简化酒馆与饭馆描写以增强叙事推进, 消解其承载的历史厚度; 二是显化传统小吃的味觉细节以契合目标语读者的感官经验, 转化其蕴含的味觉记忆; 三是弱化婚宴饮食的仪式象征以突出喜庆氛围, 淡化其复杂的文化指涉。由此, 译本塑造了一个趋向感官化与消费化的北京文化形象。此重塑过程揭示了饮食翻译在地域文化形象建构中的能动机制, 体现了“他者”形象在目标语文化期待下的协商性生成, 为《钟鼓楼》的跨文化传播及中国地域文化外译研究提供新解。

关键词: 饮食翻译; 地域文化形象; 北京; 形象重塑; 《钟鼓楼》

中图分类号: H0315.9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1674-6414(2026)01-0117-14

0 引言

刘心武的长篇小说《钟鼓楼》以北京钟鼓楼附近的一座四合院为空间坐标, 围绕薛家婚宴等日常事件展开叙事, 呈现了改革开放初期(20世纪80年代初)北京市民的社会生态与精神风貌。该作凭借其独特的叙事视角与文化内涵, 荣获第二届茅盾文学奖, 并入选“新中国70年70部长篇小说典藏”。2021年, 亚马逊跨文化出版事业部(Amazon Crossing)推

收稿日期: 2025-10-16

基金项目: 国家社会科学基金项目“‘茅盾文学奖’作品英译与国际传播研究”(21BYY008)的阶段性成果

作者简介: 邵璐, 女, 中山大学外国语学院教授, 博士, 博士生导师, 主要从事文学翻译、翻译理论和翻译批评研究。

万海艳, 女, 中山大学外国语学院博士研究生, 主要从事中国当代小说英译研究。

引用格式: 邵璐, 万海艳. 饮食翻译与地域文化形象重塑——以《钟鼓楼》英译为例[J]. 外国语文, 2026(1): 117-130.

①所依据的《钟鼓楼》英译为程异(Jeremy Tiang)全译本 *The Wedding Party* (Amazon Crossing, 2021)。陈家宁主编 *Themes in Contemporary Chinese Literature* (北京: 新世界出版社, 1993) 所收录节译本 *The Bell and Drum Tower* (页93-204), 因篇幅所限, 未涵盖小说中与饮食描写相关的关键章节, 故未予采用。

出由新加坡译者程异(Jeremy Tiang)翻译的英译全译本 *The Wedding Party*^①。该译本在传达原文中的“京味”文化特征方面引起了不少关注。《纽约客》(*The New Yorker*)评价其为“对城市及其居民充满深情的保护性书写”^②；亚马逊平台的读者评论也肯定译本对原作文化精髓的捕捉^②。该译本随后入围美国文学翻译家协会2022年度“国家翻译奖”(National Translation Awards),并获得《纽约客》《纽约时报》(*The New York Times*)、《出版人周刊》(*Publishers Weekly*)等国际主流媒体的关注,成为中国当代文学跨文化传播的一个典型案例(邵璐,2023)。

尽管《钟鼓楼》及其英译本已受到一定关注,但现有学术研究主要集中于小说的宏观叙事、社会意义或时空结构(邹平,1986;刘军茹,2021),英译研究则聚焦翻译传播中多元行为者的作用(邵璐等,2024)。对小说中饮食等文化元素的系统性分析仍相对薄弱,尤其缺乏从跨文化形象建构角度的深入探讨。《钟鼓楼》中饮食描写丰富多样,包含婚宴饮食、家宴饮食、酒馆和饭馆菜单、传统小吃以及中西菜品等,而作为“京味”文化的重要载体,饮食的翻译不仅关乎文本信息的有效传递,也参与了地域文化形象在跨文化语境中的构建与调整(Wiedenmayer,2016;Huet,2024)。在此背景下,本研究以形象学为理论视角,聚焦《钟鼓楼》英译全译本中的饮食翻译,探讨其在跨文化传播中对地域文化形象的重塑影响。文章探究的核心问题包括:小说中的饮食描写在翻译过程中发生了何种变化?这些变化塑造了怎样的北京文化形象?此种形象重塑背后隐含着怎样的深层原因和文化思考?通过微观层面的饮食分析,本研究旨在揭示翻译行为与地域文化形象重塑之间的复杂互动,为理解《钟鼓楼》的跨文化传播以及中国地域文化外译研究提供新的视角。

1 饮食翻译与地域文化形象:理论基础与分析路径

本节以形象学理论为基础,旨在通过界定核心概念及其与饮食翻译的内在关联,构建一个地域文化形象重塑的分析框架,以考察饮食翻译实践中文化形象的变迁与重构机制。

在概念层面,“文化形象”可视为“形象”在文化维度的具体化延伸。“形象”通常指认知“他者”的心理轮廓,以及关于个人、群体、民族或国家的话语表征(Beller,2007:4;Leerssen,2007:342);“文化形象”作为形象体系的一个纬度,专注于文化认知与表征,指向文学形象及相关文化实践中对物质文化、精神文化、制度文化等文化元素的建构性呈现。“文化形象”具有动态协商的特征,既通过个体实践持续建构,也经由地理空间和心理因素渗透进大众认知。在此基础上,地域文化形象是文化形象在特定地理空间中的具象化体现。

① <https://www.newyorker.com/magazine/2022/01/17/pushing-cool-aftermath-the-wedding-party-and-the-women-i-love>

② Chesney Hoagland-Fuchs. 2021-12-29. <https://www.amazon.com/Wedding-Party-Liu-Xinwu/dp/1542044790>

饮食作为文化的能指系统,具有鲜明的地域性、日常性与象征性,成为地域文化形象最为直观的载体之一。“一方水土养一方人”,地理环境、物产资源与气候条件共同塑造了地方的饮食结构,赋予其独特的地域身份。日常饮食实践则进一步形塑了群体的味觉记忆、生活习惯与身份认同,使饮食成为具有生活化特征的文化表征。同时,饮食也承载着丰富的象征意义,往往关联着群体的历史记忆、信仰观念与社会实践。正如罗萨托(Rossato, 2015:273)指出,食物深度嵌入文化之中,与身份、宗教以及社会文化意义紧密相连,因而在跨文化语境中具有高度的文化敏感性。在文学作品中,饮食描写常被用于展现地域文化特质。于埃(Huet, 2024:7)强调,地方性饮食叙事不仅服务于推动情节,更是建构地方感与社会实践的重要媒介。由此可见,饮食作为承载地域身份与文化记忆的关键符号,是构成地域文化形象系统的核心要素。

在跨文化传播中,饮食翻译不仅是语言转换,更是一种涉及“自我”与“他者”形象协商的文化重构行为。形象学关注民族与文化形象如何被建构与表征,为此提供了关键的分析视角。该理论的核心要旨不在于验证形象的真实性和真实性,而在于揭示特定历史与话语条件下形象的生成、传播与功能(Beller et al., 2007)。从形象学角度审视,翻译不仅是源文本及其所承载世界形象的投射,更是对异质形象的调适、改写甚至消解,以顺应目标语文化的诗学标准与意识形态倾向(Lefevere, 2012:125)。这种形象的再现与重构贯穿翻译的文本选材、策略运用及副文本操控中,既反映译者及其他参与者的文化立场、民族认知与美学取向,也映射目标语社会对异域或自身形象的期待与想象。

将形象学作为“棱镜”(a lens or selection principle)(van Doorslaer, 2022:110),有助于系统识别译本中文化形象的构成要素,并揭示翻译在形象建构中的能动作用。近年来,形象学与翻译研究深度融合,逐渐发展出跨学科的分析路径(van Doorslaer et al., 2016)。该路径可在不同层面展开:宏观层面关注译本生成的外部社会文化条件与选材动因;中观层面分析副文本如何参与形象的塑造与接受;微观层面则通过文本细读,考察文化形象在译本中的具体再现与变异(van Doorslaer, 2022:117-118)。

本研究以形象学为理论依托,结合描写翻译学方法,重点从微观层面入手,通过对比分析《钟鼓楼》源文本与目标文本中饮食描写的转换方式,探讨译者如何在翻译过程中再现与重构北京的地域文化形象。同时,参考译本副文本信息与目标语文化语境,以阐释微观层面形象重塑的外部动因,从而整体揭示饮食翻译在《钟鼓楼》英译中参与地域文化形象重塑的机制与效应。

2 《钟鼓楼》英译中的饮食翻译与地域文化形象重塑

刘心武在《钟鼓楼》中借助多元饮食描写,构建了北京作为历史名城与生活空间的双

重文化形象。其中,饭馆与酒馆的叙述不仅呈现了市井日常,也映射出城市的历史变迁;豆汁等传统小吃以味觉经验承载着地方认同与集体记忆,展现出深厚的民俗底蕴;婚宴饮食作为仪式化的社会文本,则体现了伦理规范与文化心理,强化了北京作为礼仪之都的传统形象。这些具有代表性的饮食书写共同塑造了源文本中鲜明的地域文化形象。这种书写实践根植于1980年代“京味小说”的兴起背景,与当时的“文化热”及“寻根文学”思潮密切相关。其内在逻辑在于将北京文化置于传统与现代的张力结构之中,通过挖掘地域文化的独特性,重构民族传统文化的集体记忆(贺桂梅,2004)。饮食作为具体而微的生活方式,成为观察地域文化的关键窗口,也最能体现一座城市的身份特质(王丹,2018)。由此,面对历史与文化差异所带来的挑战,饮食作为跨文化传播中重要的“调解与交流媒介”(Shao et al., 2025:3),其翻译处理便构成了审视与重塑地域文化形象的关键场域。

2.1 饭馆、酒馆描写:历史厚度的消解

源文本对北京鼓楼前大街饭馆的分布格局(案例一)与酒馆的兴衰变迁(案例二)^①进行了细致铺陈,构成一种地方志式的叙事。这种书写方式植根于北京作为六朝古都的饮食文化底蕴,通过历史细节与空间考据赋予文本以厚重的历史感,使鼓楼前大街成为承载北京城市变迁与社会记忆的空间符号,从而塑造出北京作为历史名城的文化形象。然而,在英译过程中,这些信息密集的文化背景描写被大幅删减,导致饭馆与酒馆的社会意义与历史功能被严重弱化甚至消解,其作用在源文本中是城市历史档案的重要载体,在译本中被重构为主要服务于情节发展的场景背景。

案例一

源文本:鼓楼前的大街,即地安门外大街,从南到北分布着不少饭馆。从历史上看,北京著名的饭馆,大部分布在南城[……]到了1982年年末,南城、西城、东城的饭馆虽有不少变化,一流的大饭馆仍保留了不少,而北城,又特别是钟鼓楼一带,除鼓楼边上的“马凯餐厅”和银锭桥头的“烤肉季”较为著名而外,大都沦为一般。不过,虽然如此,那鼓楼前大街上饭馆的种类却颇为齐全。过去有人把本世纪初的北京饭馆分成几类:只卖包子、饺子、馄饨、馅饼、米粥之类的切面铺[……]总计七种。除后两种暂付阙如外,前五种在如今的鼓楼前大街上都还存在,并且每种之内又还有所变化。

十六岁的姚向东自然绝不会知道,也不会探究鼓楼前大街上饭馆的盛衰增减,但是,由于他感到饿了,所以,当他无目的地从街南朝街北走去时,他的嗅觉却有意地捕捉着那些饭馆中逸出的气息。(刘心武,2016:236)

目标文本: Here he is, striding north along Di'anmen Main Road, passing by any number of restaurants, his sense of smell keenly trained on the aromas emanating from each shop front.

^① 案例一与案例二中省略号为本文作者所加,省略的内容即为对饭馆和酒馆的详尽描述;本文所有案例中的粗体皆为本文作者所标注。

(Liu, 2021: 248)

案例一中,源文本对鼓楼前大街饭馆历史沿革、类型谱系与分布格局的详细叙述在译文中被完全删除,仅保留:“...passing by any number of restaurants, his sense of smell keenly trained on the aromas emanating from each shop front”这一现实场景描述。饭馆在此仅作为角色姚向东游荡途中模糊的“众多餐馆”背景而存在,其香味描写服务于刻画角色的饥饿状态与无目的游荡行为。源文本中承载历史信息的城市文化形象因此荡然无存,饮食描写被简化为服务于当下感官体验的功能性叙事。

案例二

源文本:北京现在还有多少酒馆?

[……]据老人们说,当年北京城酒馆颇多,而地安门外、鼓楼之前那二里长的街面上,不但酒馆的数量可观,其种类也相当齐全。

[……]

[……]到粉碎“四人帮”之后,饭馆的数量和种类才有所增添,酒馆也略有恢复。

[……]一九八二年年末的钟鼓楼一带,这样的酒馆出现了一家。它位于鼓楼后面、钟楼前方的钟楼湾胡同之中,是一所平房,叫“一品香烟酒店”。(刘心武, 2016: 290)

目标文本:How many drinking places does Beijing have these days?

Back in the day, there were plenty, with a respectable variety on the stretch between Outer Di'anmen and the Drum Tower. After the Gang of Four fell, restaurants began increasing in number and variety, and drinking establishments started returning too. Toward the end of 1982, one popped up in this neighborhood, in Bell Tower Bay Hutong between the Bell and Drum Towers, a standalone building called First Fragrance Tobacco & Liquor. (Liu, 2021: 304)

案例二中,源文本以多段篇幅详述了北京酒馆的文化特色,包括其与饭馆的区别、典型酒品菜式以及特定酒馆“天香楼”兴衰史,形成一种近乎地方志式的书写结构。然而,目标文本对此进行了大幅删减,仅保留“Back in the day, there were plenty... After the Gang of Four fell... one popped up... in Bell Tower Bay Hutong... called First Fragrance”等基本信息。所保留的数量词(如“plenty”“one popped up”)、位置(“Bell Tower Bay Hutong”)及名称(“First Fragrance Tobacco & Liquor”),其功能主要服务于卢宝桑买醉情节的空间设定。由此可见,酒馆在源文本中所承载的文化意义与历史变迁被剥离,其在译本中仅作为情节驱动的场景依托而存在。

以上删减体现了翻译对文化形象有意识的操控。译本遵循目标语小说市场通行的诗学规范,强调叙事连贯与节奏紧凑,在考虑读者阅读期待与接受能力的基础上,对源文本中文化专属性强、信息密集且对主线情节推动力较弱的历史文化铺陈进行了大幅删改。这一

处理方式反映出目标语读者对北京饮食的他者接受,更倾向于一种聚焦当下情节关联、去历史深度的场景呈现,而非源文本深挖城市历史的档案性书写。这种对历史信息的删除,构成了北京地域文化形象的“去历史化”过程。最终,北京作为历史古都的形象在翻译过程中被部分消解,饮食描写作为城市记忆载体的关键维度受到削弱。

2.2 传统小吃:味觉记忆的转化

与饭馆、酒馆描写中历史厚度的消解不同,《钟鼓楼》英译本对北京传统小吃的翻译更侧重于味觉细节的再现与强化。源文本中那些承载地方情感与身份认同的饮食描写,在目标语境中被转化为具体可感知的味觉体验。

为系统分析小说中北京传统小吃名称的翻译,本文以马可(Marco, 2019:22-23)关于食物文化专有项翻译方法的分类为基础(Amenador et al., 2023:6-7; Sun et al., 2024:5-7)^①,构建了一个适用于本研究的混合分类体系。该体系包括保留(retention)、直译(literal translation)、释义(paraphrase)、宽泛化(generalisation)、具体化(particularisation)、扩译(amplification)、文化内适应(intracultural adaptation)、替换(substitution)及省译(omission)等方法。基于该体系,对《钟鼓楼》及其英译本中出现的17种北京传统小吃进行编码与分析(见表1)^②。结果显示,释义(约47%)和直译(约47%)是主导翻译方法,另有少量复合译法(约6%),如直译与省译结合、保留与扩译结合等。

表1 《钟鼓楼》中北京传统小吃样本与英译

序号	源文本	目标文本	翻译方法
1	茶汤	millet paste	释义
2	炒红果	stewed hawthorn berries	释义
3	豆面糕	red bean rolls	释义
4	豆汁	bean juice	直译
5	焦圈	dough fritters	释义
6	炒肝	fried liver	直译
7	灌肠	starch sausages	释义
8	金糕条	bright-red hawthorn strips	释义
9	褡裢火烧	fried filled pancakes	释义
10	千丝包	thousand-thread buns	直译
11	三丁包	chicken-pork-bamboo buns	释义

① 马可区分了借用、直译、中立化(neutralisation)、扩充/压缩、文化内适应、文化间适应与省略等具体方法,为食物文化专有项翻译提供了系统参照。Amenador & Wang(2023:6-7)在此基础上将“借用”界定为“保留”(retention),并明确中立化包含描述、宽泛化与具体化三种形式;Sun & Zhang(2024:5-7)结合中英法语料验证了马可框架,并补充了“释义”“文化替换”。

② 本研究中“北京传统小吃”指在北京长期流传、与本地民俗与生活密切相关,且具有显著地域特色并获得本地认同的小吃。通行于全国、明显归属外地或西式食品、仅作原料或调味品者不计入。基于以上标准,对《钟鼓楼》全书所涉食品进行检索与筛选,共得到符合条件的小吃42项。鉴于篇幅限制及研究重点,本文从中选取17项在叙事中具有文化象征性的小吃作为分析样本。

序号	源文本	目标文本	翻译方法
12	三冬包	three-winter buns	直译
13	千层糕	thousand-layer cakes	直译
14	水晶糕	crystal cakes	直译
15	山楂蜜糕	hawthorn-honey cakes	直译
16	八宝莲子粥	eight-treasure congee	直译+省译
17	苏造肉火烧	“Suzhou roast”, thin layered pancakes	保留+扩译

在具体翻译实践中,释义法通过解构食物名称、提取核心食材并重组信息,直观呈现小吃的构成,并辅以颜色、形状、烹饪方式等细节以强化味觉联想。例如,“茶汤”译为“millet”(小米)+“paste”(浆糊状),“炒红果”译为“stew”(炖煮)+“hawthorn berry”(山楂果),“金糕条”译为“bright-red”(鲜红)+“hawthorn strip”(山楂条),“三丁包”则译为“chicken-pork-bamboo”(鸡肉-猪肉-笋子)+“bun”(包子)。译者程异曾在访谈中提到,翻译过程需要持续进行背景调查,包括特定食物的制作方式等文化细节(Musorrafiti, 2018: 12)。释义法的运用使传统小吃从抽象的名称转化为具体可感知的食物意象。由此可见,该方法能够有效地降低文化专有项的理解障碍,从而提升文本的跨文化可理解性。

与释义法不同,直译法主要适用于名称本身已直接体现食物成分或形态特征的小吃。此类名称直译后不仅不会造成目标语读者的误解或困惑,反而能有效传达核心信息。例如,“炒肝”译为“fried liver”,清晰呈现了烹饪方式与主料;“水晶糕”与“千层糕”分别译为“crystal cakes”和“thousand-layer cakes”,则通过直译再现了食物的质感与结构特征。这类译法在维持原名称修饰结构与语序的同时,既确保了译名的简洁性,也为目标语读者保留了适度的文化异质性,提供了探索与联想的空间(Marco, 2019: 31)。

除上述两种主要方法外,部分信息含量较大的小吃名称采用了复合译法。通过灵活组合多种翻译方法,兼顾了文化信息的保留与关键信息的显化,反映出译者对可读性与异质性之间平衡的灵活调节。例如,“八宝莲子粥”仅直译“八宝”与“粥”,省略“莲子”,因“八宝”的具体构成已在源文本其他部分说明;而“苏造肉火烧”则音译“Suzhou”以点明地域特色,再通过扩译补充说明“火烧”的形态与质地特征。

在《钟鼓楼》所呈现的众多北京传统小吃中,豆汁因其丰富的文本描写与深厚的文化内涵而具有特殊代表性。小说开篇即以历史轶事引入豆汁,详述其制作工艺、独特风味、食用习俗与受众差异,使其成为可被感知的地方性知识。作为北京饮食文化的标志性符号,豆汁在本土语境中不仅是一种发酵饮品,更承载着地域身份认同与集体记忆。梁实秋(2019: 51-52)在《雅舍谈吃》中曾强调,豆汁是北京市民共同的嗜好与身份象征,“不能喝豆汁儿的人算不得是真正的北平人”;其特有的酸馊味常令外地人“龇牙咧嘴”,却令本地

人自得其乐。这种独特的味觉经验既建构了地方文化的自我认同,也划定了内外群体之间的感官边界。下文通过具体译例,探讨译者如何在跨文化语境中重构这一味觉符号,进而转化北京的地域文化形象。

案例三

源文本:豆汁并非豆浆。将绿豆用水浸发后,磨成原汁,使之发酵,分解出可供制作粉丝的淀粉后,再滤出“黑粉子”和“麻豆腐”,最后所剩的一种味道酸涩的浊液,便是豆汁[……](刘心武,2016:4)

目标文本: *Bean juice is a little like soy milk. You make it by soaking mung beans in water, then mashing and fermenting them. The resulting starch is removed to make glass noodles, and the bean paste and black powder filtered off. The sourish liquid left behind is bean juice.* (Liu, 2021:2)

源文本明确说明“豆汁”并非“豆浆”,并通过“绿豆”“发酵”“酸涩的浊液”等细节凸显其独特工艺与口感。然而,译文开篇将其翻译为“*Bean juice is a little like soy milk*”,将陌生文化项与目标语读者熟悉的豆浆进行类比,纳入其既有认知框架。这种方法虽降低了理解难度,便于读者建立味觉参照,却也弱化了豆汁在中国饮食系统中的独特性与排他性。此外,译者对“黑粉子”“麻豆腐”等副产物未作引号标示,进一步淡化其文化异质性。这种亲和性处理在减轻读者认知负荷的同时,也在一定程度上模糊了豆汁作为北京地方认同符号的文化边界,使其从一种内部身份象征转化为可供普遍理解的异域饮品意象,提升其可消费性。

案例四

源文本:北京人喝热豆汁时,讲究吃这么几种东西:咸菜、焦圈、烧饼。这家店铺的咸菜颜色正、模样俊、味道香,咸菜丝有辣的、不辣的、宽条的、窄条的几种,而且还供应用苜蓝切成的骰子块,浇上辣椒油,夏天更用冰镇,随要随取,真是粗菜细作了。那焦圈炸得不温不火,金红脆薄,夹在层次分明、芝麻粒盖面的芝麻酱烧饼中,就着喝那热豆汁,对嗜好者来说,真是有销魂夺魄之感。(刘心武,2016:4-5)

目标文本: *Beijingers enjoy bean juice with certain accompaniments: pickled vegetables, dough fritters, flatbread. This shop offered generous servings of fragrant pickles, just the right color and texture, spicy or plain, sliced broad or thin, topped with diced kohlrabi and sprinkled with chili oil, cooled with ice in the summer—a peasant dish made with finesse. Their dough fritters were perfectly fried, golden and crisp. Biting into one of these sandwiched in a flaky, sesame-studded flatbread, followed by a mouthful of warm bean juice was, according to aficionados, an experience that could steal your very soul away.* (Liu, 2021:3)

源文本中“讲究”一词奠定了豆汁饮用习俗的文化语境,暗示了一种代代相传、近乎仪式化的饮食传统。它指向的不是随意的选择,而是一种正确、地道的吃法,体现了饮食文化中的内在规约。译文选用“enjoy”一词,将外在的文化规约转向食客的主观愉悦体验,回避了复杂文化概念的阐释,转而营造亲和力与感染力,使陌生饮食实践转化为具有普遍共鸣的享受。

对于“焦圈”“烧饼”等搭配豆汁食用的北京特色小吃,译文采用“dough fritters”(油炸面团)、“flatbread”(扁面包)等功能对等词,以英语中现成概念传递食物类别与属性,而非精确形态。配合动态描述如“biting into...sandwiched in..., followed by...”,清晰呈现品尝的先后顺序与组合方式,增强画面感与代入感。

源文本对咸菜的描写以流水句铺陈,呈现出口语化、市井化的语言风格。译文通过句式重组与语义整合实现了叙述重构:以“fragrant pickles”为核心名词,通过五个后置修饰语集中呈现咸菜的色、香、味、形态及加工细节,再以破折号引出评语“a peasant dish made with finesse”。这种处理不仅使信息紧凑流畅,也将叙述视角由原文中热情的食客体验转向更具观察性的品评视角,情感表达由外露的赞叹转为内敛的欣赏。

传统小吃的翻译将源文本中承载的北京市民味觉记忆转化为目标语境中具象化、可供理解与消费的跨文化体验。为实现这一转化,译文策略性地显化味觉细节、中和过于强烈的地域风味,从而使小吃从一种内部的身份符号,转变为一种更易于外部市场接纳的、兼具异域风情与普适亲和力的饮食意象。这一过程,实质上推动了北京地域文化形象的“消费化”:即本土的生活记忆被包装成一种可供全球流通与消费的文化商品。

2.3 婚宴饮食:仪式象征的弱化

在《钟鼓楼》中,婚宴饮食不仅是满足口腹之欲的物质存在,更是一个承载着仪式规范、吉祥寓意与社会伦理的地方文化象征系统。在英译过程中,译者通过翻译方法与副文本设计的协同作用,对源文本中具有强烈地方特色的婚宴饮食进行了选择性保留与转换,使其文化特性在一定程度上被弱化。

在副文本设计方面,书名由《钟鼓楼》改为 *The Wedding Party*;封面(图1)聚焦于婚宴场景,呈现厨师端菜、宾客饮酒等视觉元素;内页插图(图2)进一步展示圆桌、碗筷及各式菜肴等中国饮食意象。这些副文本共同作用,将原来以北京城市地标“钟鼓楼”为核心的空间叙事,转换为跨文化读者更易理解的婚宴叙事。正如邵璐等(2024:125)所指出的,这一设计“淡化陌生的历史和地域背景信息”,为目标语读者“创造了鲜明的历史在场感”。源文本中依托地方习俗构建的文化氛围,在目标文本中被视觉化再现,这既是一种有效的市场策略,旨在通过鲜明且易于感知的饮食与社交场面来提升文化商品的“可消费性”,也主动框定并引导了读者的阅读期待。读者反馈也显示,标题与封面成功吸引了对婚俗文化

感兴趣的消费群体,甚至促使部分读者将小说预设为一场热闹的婚礼故事,期待从中了解中国文化^①。

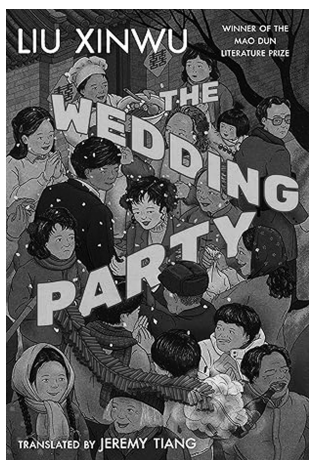


图1 《钟鼓楼》英译本封面



图2 《钟鼓楼》英译本内页插图

在文本翻译层面,婚宴饮食中酒类象征、仪式禁忌与菜肴礼仪成为形象重构的重要内容。源文本通过独立段落详细叙述老北京婚宴的饮酒习俗,强调酒在仪式中的象征意义,同时也传递了老北京人讲究排场与吉利的社会心理。译文以读者接受为导向,对这类信息复杂且富含文化特定性的仪式化内容进行了结构重组、信息筛选和创造性转换。

案例五

源文本:北京市民的这种婚礼,三种酒缺一不可也是一种风俗——白酒如果实在弄不到八大名酒之一,至少也得有“龙凤酒”,这代表富贵;葡萄酒也不可缺,但必须是三块五以上一瓶的“北京红葡萄酒”,这代表兴旺发达;啤酒必须充分供应,这代表和顺美满。(刘心武,2016:121)

目标文本: Beijing weddings require three types of alcohol: baijiu to represent wealth (Dragon-Phoenix brand at the very least, if you can't afford one of the eight big labels), wine to symbolize prosperity (“Beijing red,” at least 3.5 percent alcohol), and beer for contentment and harmony. (Liu, 2021:125)

源文本中关于饮酒风俗的细节描写,包括具体价格与“必须充分供应”等表述,具有浓厚的社会生活气息与时代特征。译文采用“名词(酒类)+不定式(寓意)”的平行结构,将三种酒的象征意义提升为主干信息,品牌与价格等细节则作为括号内的补充说明。此外,“缺一不可也是一种风俗”“必须充分供应”等体现讲究排场心理的表述被省略,“三块五以上”的价格信息被转化为酒精度数“at least 3.5 percent alcohol”。译者重心在于呈现婚宴饮酒规矩及其美好寓意,而对其背后所承载的社会心理与时代感则予以淡化。

^① Elvina Zafri. 2022-06-29, <https://www.goodreads.com/book/show/59421752-the-wedding-party>

老北京婚宴对吉利喜庆的追求不仅体现在饮酒文化中,也蕴含在菜肴果品安排上的诸多礼节和忌讳上。婚宴仪式中的特定食物,以其形态特征、色彩属性及语音象征等多重维度承载文化寓意。正如可罗宁(Cronin, 2015:250)所言,文学作品中的食物描写不仅是情节要素,更是文本世界之外社会习俗的重要佐证,因而,其翻译处理尤能揭示文化的异质性与形象的重构方式。

案例六

源文本:“这俩果盘倒挺是样儿的,可那果子能这么摆吗?”薛永全一听就明白她的意思,立即调整五斗橱上的两个果盘——原来每个盘里都各有梨和苹果,无意之中竟隐含着“离分”(梨分)的凶兆;调整为一盘梨一盘苹果以后,似乎便合情合理了。(刘心武, 2016: 136-137)

目标文本:“These two bowls are quite handsome, but how could you arrange the fruit like that?” Xue Yongquan understands right away what she means. The two bowls on top of the dresser each hold a mixture of apples and pears—an inadvertent bad omen because they’re **splitting up the “pairs.”** He rearranges the fruit, and all is fine again. (Liu, 2021: 143)

婚宴习俗的核心在于维护夫妻结合的圆满性,体现为对“成双成对”吉利原则的恪守。案例六中,梨与苹果混置,因“梨”谐音“离”而构成分离隐喻,从而成为婚宴禁忌。这种语音象征无法直接移植,译者并未纠缠于解释“梨”的发音问题,而是聚焦该禁忌的文化功能,即对“分离”的忌讳,将其重构为“splitting up the ‘pairs’”。此方法有效传达了禁忌的内在逻辑,却弱化了“梨—离”这一食物名称的语音关联在禁忌生成中的作用。

食物名称谐音揭示了饮食在北京婚宴习俗中超越物质层面的象征性功能。食物不仅是味觉体验的媒介,更是文化秩序与社会心理的承载体。经由翻译,这一根植于语音与民俗的本土象征系统的文化异质性在获得理解可能的同时,也趋向于去地方化表达,其原生的地方性联结与语音特质被部分消解。

案例七

源文本:泡菜也能往喜宴上端吗?而且原来桌上的冷盘恰恰是九份,九九归一,是个吉利的数儿,你这么胡乱端来一盘,破了“九”,岂不坏事?(刘心武, 2016: 140)

目标文本:Whoever heard of serving pickles at a wedding banquet? Besides, there are exactly **nine** cold dishes on the table, and nine is **an auspicious number**. Sticking another one in there **spoils the harmony**, surely she can see that? (Liu, 2021: 147)

案例七中,数字“九”的象征意义具有深厚的哲学与民俗渊源:它既关联《周易》中“阳爻用九”的极数观念,也体现《黄帝内经·素问》“天地之至数,始于一,终于九”的宇宙论思想,婚俗中更借谐音“久”寄托婚姻长久之愿。译者省译了成语“九九归一”,将“九”简化为

“an auspicious number”,仅保留其作为吉祥数字符号的表层功能,剥离了其哲学深度与婚俗中“长久”的特指寓意。源文本中破坏“九”即破坏了吉祥寓意的表述,被转化为“spoils the harmony”,将具体文化象征抽象为普遍性的“和谐”原则。尽管有效传递了破坏规矩会导致不和谐这一核心叙事功能,但是目标语读者却难以将“九份冷盘”这一食物元素与中国哲学思想及婚俗体系建立深层关联,文化能指显著减弱。

婚宴饮食作为承载复杂寓意系统的源语文化形象,经由翻译得到了显著重构。源文本中依托语言谐音、民俗禁忌和数字哲学等构建的多层象征系统,借以反映中国传统宇宙观、伦理观与民俗心理,在翻译过程中被不同程度简化、转换或省略,取而代之的是一个更侧重于喜庆氛围、和谐愿望和基础仪式感的北京婚宴。书名的更改、封面与插图对婚宴场景的聚焦,与译本的翻译操作形成协同效应,共同塑造并强化了这一重构形象。这一过程体现了译者在面对文化不可译性的挑战时,在目标语读者认知框架与跨文化传播有效性之间的主动协商。其翻译方法选择倾向于突出文化共性要素,弱化易被解读为繁文缛节的文化异质性细节,既呼应目标语读者对东方婚宴的文化期待,又确保其在可理解与文化友好的前提下被接受,是一种服务于“消费化”的重塑,印证了翻译作为文化形象再生产行为的能动性。

3 结语

本研究通过考察《钟鼓楼》英译本中的饮食翻译,揭示了源文本中承载不同文化功能的饮食描写经历了有意的转化与重构,从而重塑了北京地域文化形象。首先,酒馆与饭馆文化的历史厚度被显著消减,从承载城市记忆的地方志式叙事,简化为服务于情节发展的场景背景,反映出目标语市场对叙事节奏与读者接受效率的优先考虑。其次,传统小吃的翻译通过味觉细节的显化与地域风味的中和,将原本凝聚地方认同的味觉记忆转化为感官化饮食体验,使北京饮食从内部的身份符号转变为具有跨文化传播潜能的外部意象。再次,婚宴饮食的翻译则弱化了其背后的语音象征、数字哲学与礼仪禁忌,通过与副文本的协同运作,将原本复杂的寓意系统重构为以喜庆、和谐为核心的仪式呈现,突出了跨文化语境中可理解的共性特征。整体而言,译本通过简化历史背景、具象化物质细节、弱化文化象征的重构模式,共同塑造了一个去历史哲学化、趋向感官化与消费化的北京地域文化形象。这一形象重塑,既是对京味小说中传统与现代张力的跨语境延续,也折射出全球化背景下地域文化对外传播的普遍路径。

《钟鼓楼》的饮食翻译重构表明,文学外译中的地域文化传播,是在目标语诗学规范、读者认知框架、传播有效性及文化不可译性等多重因素制约下,对“他者”形象进行的主动协商与能动重构。饮食翻译不仅为观察目标语文化对异域形象的期待与重塑提供了敏锐

窗口,也揭示了形象建构过程中那些被凸显、被转化乃至被隐去的文化维度。因此,从饮食这一微观层面切入形象分析,有助于探察翻译行为与形象流动之间的复杂互动,不仅为理解《钟鼓楼》的对外传播与接受提供新的视角,也为中国地域文化外译研究提供可资借鉴的思路。

参考文献:

- Amenador, K. B. & Z. Wang. 2023. The Image of China as a Destination for Tourist: Translation Strategies of Culture-specific Items in the Chinese-English Food Menus [J/OL]. *SAGE Open* (3): 1-14. <https://doi.org/10.117/21582440231196656>.
- Beller, M. 2007. Perception, Image, Imagology [G]// M. Beller & J. Leerssen. *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters*. Amsterdam: Rodopi, 3-16.
- Beller, M. & J. Leerssen. 2007. *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters* [M]. Amsterdam: Rodopi.
- Cronin, M. 2015. The Moveable Feast: Translation, Ecology and Food [J]. *The Translator* (3): 244-256.
- Huet, M. 2024. It's Not All about the Crime but It's Also about Food: Translating References to French Regional Food in Fred Vargas' Adamsberg Novels [J/OL]. *Perspectives*: 1-17. <https://doi.org/10.1080/0907676x.2024.2384929>.
- Leerssen, J. 2007. Identity/Alterity/Hybridity [G]// M. Beller & J. Leerssen. *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters*. Amsterdam: Rodopi, 335-342.
- Lefevere, A. 2012. *Translating Literature: Practice and Theory in a Comparative Literature Context* [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press.
- Liu, X. 2021. *The Wedding Party* [M]. Trans. J. Tiang. Seattle: Amazon Crossing.
- Marco, J. 2019. The Translation of Food-related Culture-specific Items in the Valencian Corpus of Translated Literature (COVALT) Corpus: A Study of Techniques and Factors [J]. *Perspectives* (1): 20-41.
- Musorrafiti, D. 2018. Interview with Author Jeremy Tiang [J]. *Planet China* (4): 11-12.
- Rossato, L. 2015. Le Grand Culinary Tour: Adaptation and Retranslation of a Gastronomic Journey across Languages and Food Cultures [J]. *The Translator* (3): 271-295.
- Shao, L., B. Zheng & H. Wan. 2025. Translating Food Metaphors in Chinese Literary Discourse: A Case Study of Yu Hua's *The Seventh Day* [J/OL]. *Perspectives*: 1-19. <https://doi.org/10.1080/0907676x.2025.2486162>.
- Sun, J. & Q. Zhang. 2024. The Translation of Food in *Hong Lou Meng*: A Cross-linguistic Study Based on the English and French Versions [J/OL]. *Perspectives*: 1-20. <https://doi.org/10.1080/0907676x.2025.2486162>.
- van Doorslaer, L., P. Flynn & J. Leerssen. 2016. *Interconnecting Translation Studies and Imagology* [M]. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- van Doorslaer, L. 2022. Imagology [G]//F. Zanettin & C. Rundle. *The Routledge Handbook of Translation and Methodology*. London/New York: Routledge, 109-122.
- Wiedenmayer, M. 2016. The Translation of Food in Literature: A Culinary Journey through Time and Genres [J]. *Semiotica* (211): 27-43.
- 贺桂梅. 2004. 20世纪八九十年代的京味小说[J]. 北京社会科学(3): 12-21.
- 梁实秋. 2019. 雅舍谈吃[M]. 南京:江苏凤凰文艺出版社.

- 刘心武. 2016. 钟鼓楼[M]. 南京:译林出版社.
- 刘军茹. 2021. 重读《钟鼓楼》:时空装置、空间焦虑及伦理困境[J]. 北京社会科学(10):28-37.
- 邵璐. 2023. 探析中国当代文学的国际传播——以茅盾文学奖获奖作品英译为例[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版)(9):1-15.
- 邵璐,李伟超. 2024. 文本内外:《钟鼓楼》英译传播多元行为者之“众声”研究[J]. 外国语文(4):118-129.
- 王丹. 2018. 北京味道[M]. 北京:中国人民大学出版社.
- 邹平. 1986. 一部具有社会学价值的当代小说——读刘心武的小说《钟鼓楼》[J]. 当代作家评论(2):110-116.

Food Translation and the Reshaping of Regional Cultural Image: A Case Study of the Translation of *Zhonggulou* into English

SHAO Lu WAN Haiyan

Abstract: Food is embedded in everyday experience and intertwined with urban memory and affect. To a certain extent, as a key constituent of regional cultural image, local food culture and its translation not only convey essential cultural information but also reveal how such images are actively constructed and adjusted within cross-cultural contexts. Building upon this understanding, this article employs the theoretical lens and methodological tools of imagology to examine the translational reconstruction of Beijing's culinary depictions in the English version of *Zhonggulou*, and to explore how such reconstruction contributes to the reshaping of the city's regional cultural image. The translation of Beijing's food elements demonstrates three principal tendencies: (1) simplifying descriptions of taverns and eateries to facilitate narrative progression and to attenuate their historical depth; (2) foregrounding the gustatory details of traditional snacks to align with target readers' sensory expectations and to reconfigure the taste memories they embody; (3) downplaying the ritual symbolism of wedding-banquet offerings to highlight a celebratory atmosphere while diluting their complex cultural connotations. Consequently, the translation constructs a sensorially oriented and increasingly consumer-driven cultural image of Beijing. This reshaping process reveals the agentive mechanisms through which food translation participates in the construction of regional cultural images and illustrates the negotiated emergence of "otherness" in response to target-culture expectations, offering new insights into the cross-cultural dissemination of *Zhonggulou* and contributing to broader discussions on the translation of Chinese regional cultures.

Key words: food translation; regional cultural image; Beijing; image reshaping; *Zhonggulou*

责任编辑:陈宁