

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.04.002

目的论视角下旅游文本中饮食文化负载词的英译策略研究

刘玉雯¹, 姜倩¹

1. 潍坊学院, 山东 潍坊 261061

摘要: 随着中国旅游业国际化程度不断提高, 旅游文本在传播地域文化和旅游信息方面发挥着越来越重要的作用。饮食文化具有鲜明的地域特色和文化内涵, 其中的文化负载词在英译过程中容易出现文化信息缺失、内涵弱化以及目标读者理解困难等问题。目的论强调翻译目的和目标读者需求, 为处理这类词汇提供了较为灵活的思路。饮食文化负载词的翻译不宜机械追求形式对应, 而应结合具体语境和传播需求灵活处理。对于具有较强文化特色的饮食名称, 可以适当保留源语表达; 对于目标读者难以理解的文化信息, 可以通过解释、加注和增译进行补充; 对于普通饮食词汇, 则应更加注重英语表达的自然性和可读性。合理处理文化特色与读者理解之间的关系, 有助于提升旅游文本的传播效果。

关键词: 目的论; 旅游文本; 饮食文化负载词; 英译策略; 跨文化交际

English Translation Strategies for Food-Related Culture-Loaded Words in Tourism Texts from the Perspective of Skopos Theory

LIU Yu-wen¹, JIANG Qian¹

1. Weifang University, Weifang 261061, P. R. China

Correspondence to: JIANG Qian

Abstract: With the increasing internationalization of China's tourism industry, tourism texts have become increasingly important for communicating tourism information and regional culture. Food culture has distinct regional characteristics and rich cultural meanings, while culture-loaded words related to food may cause problems such as loss of cultural information, weakened cultural connotations, and difficulties in understanding for target readers during English translation. Skopos Theory emphasizes the purpose of translation and the needs of target readers, providing a flexible approach to handling such expressions. The translation of food-related culture-loaded words should not mechanically pursue formal equivalence, but should be adjusted according to the specific context and communicative needs. For food names with strong cultural characteristics, source-language expressions can be appropriately retained. When cultural information is difficult for target readers to understand, explanation, annotation, and amplification can be used to provide necessary information. For ordinary food-related words, greater attention should be paid to the naturalness and readability of English expressions. A reasonable balance between cultural characteristics and reader comprehension can help improve the communicative effect of tourism texts.

Key words: Skopos Theory; tourism texts; food-related culture-loaded words; English translation strategies; intercultural communication

引用格式: 刘玉雯, 姜倩. 目的论视角下旅游文本中饮食文化负载词的英译策略研究[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(4): 9-20.

1 引言

1.1 研究背景

近年来,随着中国旅游业不断发展以及国际旅游交流日益频繁,中国旅游资源的国际传播受到越来越多关注。旅游文本作为旅游目的地向外国游客介绍自然景观、人文历史和地方文化的重要媒介,在跨文化传播过程中发挥着重要作用。旅游文本不仅承担着介绍景点、提供旅游信息等基本功能,同时还承担着传播地域文化和塑造旅游形象的功能。因此,旅游文本翻译并不是简单的语言转换,而是不同文化之间的信息传递和意义沟通。

黄金指出,旅游文本既是信息传递的载体,又是文化输出的重要媒介,其翻译质量会直接影响国际游客对中国地方文化的认识以及旅游文化的国际传播效果^[1]。类似地,梁欣怡、苏小燕认为,地方旅游外宣翻译在文旅融合背景下不仅关系到旅游信息的传递,而且与地方文化传播和旅游产业发展密切相关^[2]。由此可见,旅游文本翻译具有明显的文化传播属性。

在众多旅游文化信息中,饮食文化是最具有生活气息和地域特色的组成部分之一。中国地域辽阔,不同地区在饮食材料、制作工艺、饮食习惯、节庆习俗等方面存在明显差异,由此形成了丰富多样的饮食文化。例如,“火锅”“粽子”“腊肉”“年糕”“饺子”等词语表面上只是普通的食物名称,但在特定文化环境中往往还与节日习俗、家庭观念、地域传统和历史文化产生联系。因此,这类词汇不仅具有基本的指称意义,还具有丰富的文化内涵。

这类词语通常被称为文化负载词。陈程、周宇芬指出,中国文化的多样性以及汉语表达的含蓄性增加了旅游文本中文化负载词翻译的难度,文化负载词的翻译效果会直接影响目标读者对中国文化内涵的理解^[3]。张垚也指出,旅游文本中包含大量文化负载词,译者需要根据文化负载程度、目标受众接受预期以及文本交际功能选择恰当的翻译策略^[4]。

1.2 研究目的与意义

本文选择旅游文本中的饮食文化负载词作为研究对象,主要目的在于探讨目的论指导下

不同类型饮食文化负载词的英译策略,并分析不同翻译策略的适用条件。

从理论意义来看,目的论强调翻译行为的目的以及目标读者的需求,为处理文化负载词提供了较为灵活的理论视角。陈程、周宇芬以目的论为基础研究南京地区旅游文本文化负载词,提出可以从“目的性—连贯性—忠实性”三个方面分析旅游文本翻译问题^[5]。本文将这一思路进一步集中到饮食文化负载词上,有助于说明目的论在旅游文化翻译中的应用价值。

从实践意义来看,饮食文化是中国旅游文化对外传播的重要内容。合理处理饮食文化负载词,可以使外国游客更好地理解中国地方饮食特色,从而减少因文化差异产生的误解。同时,本文讨论的音译、直译、意译、加注和增译等方法具有较强的实践操作性,可以为旅游宣传材料、景区介绍、地方旅游网站和导游词等文本的翻译提供一定参考。

2 旅游文本与饮食文化负载词概述

2.1 旅游文本的特点

旅游文本是旅游目的地向游客介绍自然景观、历史文化、民俗风情、地方特色以及旅游服务信息的重要文本形式。常见旅游文本包括景区介绍、旅游宣传册、导游词、旅游网站介绍、博物馆说明以及地方文化读本等。

旅游文本具有较为明显的综合性。首先,它具有信息功能,需要向读者介绍景点的位置、历史、特色以及相关文化知识;其次,它具有宣传功能,需要通过具有吸引力的语言激发读者的旅游兴趣;再次,它具有文化传播功能,需要将具有地方特色的文化内容介绍给不同文化背景的受众。

杨星对《山水安徽》的翻译实践指出,地域文化类读物同时具有信息功能、表达功能和呼唤功能,既需要传递地理和历史信息,也承担着推广地域文化的作用^[6]。这一特点同样适用于旅游文本。因此,旅游文本翻译具有明显的目的导向。译文不仅需要“翻译得对”,还需要“让外国游客看得懂、愿意看”。如果译文严格保留汉语表达形式,却导致目标读者无法理解,则难以实现旅游文本的传播目的。

2.2 文化负载词的概念

文化负载词是指在特定文化环境中产生并具有特殊文化意义的词语。这类词语通常与某一民族或地区的历史、社会、宗教、民俗、生活方式等密切相关。

与普通词汇相比,文化负载词具有明显的文化特异性。普通词汇往往可以在不同语言之间找到较为接近的对应表达,而文化负载词所包含的文化背景可能不存在于目标语文化之中,因此很难实现完全对应。

旅游文本中的文化负载词类型十分丰富,包括历史文化词、地名、民俗词、饮食词、传统技艺词以及具有地方特色的社会文化词等。陈程、周宇芬认为,旅游文本中的文化负载词翻译难度较高,其误译不仅表现为语言形式上的问题,而且与文化信息处理和认知差异有关^[3]。

2.3 饮食文化负载词的特点

饮食文化负载词是文化负载词中的重要组成部分。它们不仅指代某一种食物,还可能体现特定的历史背景、制作工艺、地域特色和文化观念。

2.3.1 地域性

中国不同地区具有不同的饮食习惯。例如川菜、粤菜、鲁菜、湘菜等具有鲜明的地域特征。同一种食材在不同地区可能形成完全不同的烹饪方式。因此,饮食词汇往往能够成为地方文化的重要标志。

2.3.2 民俗性

一些饮食词汇与传统节日和民俗活动密切相关。例如,春节期间食用饺子、端午节食用粽子、中秋节食用月饼等,都不仅是食物行为,还具有一定的文化象征意义。

2.3.3 历史性

部分传统饮食具有较长的历史发展过程。例如某些地方小吃不仅代表一种食物,而且与当地历史人物、历史事件或者商业发展有关。如果翻译时只处理食物本身的含义,可能导致文化背景的丢失。

2.3.4 文化象征性

饮食还可能承载某些文化观念。例如“年

糕”与“年年高”的谐音联系,使其具有吉祥寓意;“鱼”与“余”的谐音关系使鱼在春节饮食文化中具有“年年有余”的象征意义。

3 目的论及其对旅游文本翻译的适用性

3.1 目的论的基本观点

目的论是功能主义翻译理论的重要组成部分。其基本思想是,翻译行为具有明确的目的,译者应根据目标文本的预期功能以及目标读者的需求选择翻译方法。

与强调原文形式对应的传统翻译观相比,目的论更加关注译文在目标文化中的功能。对于旅游文本而言,这种理论具有较强的适用性。

旅游文本的目标读者通常是外国游客,他们与中国读者在历史知识、文化背景以及语言表达习惯方面存在差异。因此,如果译者完全按照中文原文的语言形式进行翻译,可能造成目标读者理解困难。

丁文静在《话说上海·徐汇卷》英译实践中指出,地方文化类文本英译需要在文化忠实与目标读者接受之间进行协调,并认为目的论强调目标读者需求,有助于在文化保留与信息传递之间实现平衡^[7]。

3.2 目的性原则

目的性原则是目的论的核心。简单来说,就是“翻译为什么而进行”。

对于旅游文本而言,其主要目的通常包括以下几个方面:

- 第一,向外国游客提供准确的旅游信息;
- 第二,介绍中国地方文化;
- 第三,激发游客的旅游兴趣;
- 第四,促进不同文化之间的交流。

因此,饮食文化负载词的翻译也应该服务于上述目的。例如,如果某一食物名称具有非常明显的中国文化特色,而旅游宣传文本希望突出中国文化,那么译者可以适当采用音译方式保留文化特色;如果目标是让游客快速了解

这种食物是什么,则可以采用意译或者增译方式提供解释。

3.3 连贯性原则

目的论中的连贯性原则强调译文需要符合目标读者的理解习惯,使译文在目标文化中具有可理解性。

对于饮食文化负载词而言,如果直接将汉语词汇进行拼音化处理,外国游客可能无法判断它究竟是一种食物、饮料还是烹饪方式。因此,在必要情况下需要增加解释信息。

例如,“粽子”如果只译为“zongzi”,虽然保留了中国特色,但不了解中国文化的外国游客可能无法理解其具体所指。如果旅游文本的主要目的是介绍中国饮食文化,则可以使用“zongzi, a traditional glutinous-rice food wrapped in bamboo leaves”等表达,通过适当解释增强译文连贯性。

3.4 忠实性原则

目的论并不意味着完全不考虑原文。译文仍然需要与原文保持一定的语义和文化联系。在旅游文本翻译中,忠实性主要表现为准确传递食物名称、制作方式、文化背景以及象征意义等信息。因此,目的论指导下的“忠实”不是机械复制原文形式,而是在实现译文功能的前提下保持必要的文化信息。

4 旅游文本中饮食文化负载词英译的主要问题

4.1 文化信息缺失

文化信息缺失是饮食文化负载词翻译中最常见的问题之一。

一些饮食词汇本身没有英语对应词。如果译者简单采用拼音音译,就可能只保留词语的声音,而没有传递其文化含义。

例如“粽子”译为“zongzi”可以保留中国特色,但如果旅游文本面向普通外国游客,则可能需要进一步解释其材料、形态以及与端午节的关系。

张莉、李润彤在研究陕西中医药健康旅游

翻译时发现,机器翻译容易出现文化负载词误读问题,因此需要通过音译加注等译后编辑方式补充文化信息^[8]。

4.2 直译造成文化误解

直译是旅游文本中常见的翻译方式,但并非所有饮食文化负载词都适合直接翻译。

例如,一些具有历史典故或者象征意义的食品,如果仅仅翻译字面意义,目标读者可能误解其文化内涵。

潘新淮对东莞龙舟文化负载词的研究表明,单纯直译容易导致技艺属性、民俗场景以及专业属性丢失,因此需要通过分层式翻译补充文化信息^[9]。

虽然该研究对象不是饮食文化,但其观点同样适用于饮食文化负载词:如果词汇背后的文化信息非常重要,就不能仅仅满足于字面对应。

4.3 文化信息过度解释

与文化信息不足相对应的另一个问题是解释过多。

旅游文本具有宣传功能。如果译者为了让外国游客完全理解某一种食物而加入大量历史背景,可能造成译文冗长,影响游客阅读体验。

因此,饮食文化负载词翻译需要在“解释不足”和“解释过度”之间寻找平衡。

《地道风物·闽南》的翻译实践指出,地域文化外宣文本应同时关注文化保真、受众适配和风格统一^[10]。这说明文化信息并不是越多越好,而应该根据目标受众和文本目的进行选择。

4.4 文化特色弱化

如果过度采用归化策略,也可能造成中国饮食文化特色的弱化。例如,将具有中国特色的食品直接替换成英语读者熟悉的食品名称,虽然可能容易理解,但却可能使外国读者无法感受到中国饮食文化的独特性。旅游文本本身具有文化传播功能,因此对于具有较强文化标识性的饮食词汇,应适当保留源语文化特征。

5 目的论视角下饮食文化负载词的

英译策略

5.1 音译法

音译法是文化负载词翻译中较为常见的方法,即按照汉语发音使用英语字母进行转写。

例如:

“饺子”可译为“jiaozi”;

“粽子”可译为“zongzi”;

“馒头”可译为“mantou”。

音译法最大的优势是能够保留中国饮食文化的名称特色。对于具有较强文化独特性的饮食名称,音译法能够避免将其强行纳入西方文化体系。张垚指出,音译法是旅游文本文化负载词翻译中的重要策略,其适用性与文化负载程度和文本交际功能有关^[4]。但是,音译法也存在明显局限。如果目标读者完全不了解中国饮食文化,仅使用音译可能无法使其理解具体含义。因此,在目的论指导下,音译法更适合用于具有明显中国特色且需要突出文化身份的饮食词汇。

5.2 音译加注法

音译加注法是在音译的基础上进一步增加简短解释。

例如:

“粽子”可以译为:

zongzi, a traditional glutinous-rice food wrapped in bamboo leaves

“饺子”可以译为:

jiaozi, a traditional Chinese dumpling

这种方法兼顾了文化保留和信息传递。

对于旅游文本而言,音译加注尤其具有实用价值。一方面,音译可以保留中国特色;另一方面,解释可以帮助外国游客快速了解食物性质。张莉、李润彤在陕西中医药健康旅游翻译研究中指出,面对文化负载词误读,可以采用音译加注等译后编辑策略^[8]。雷杨鑫对《湖南经典导游词》的研究也提出,可以通过音译加注和直译加注处理文化负载词,从而提高文化信息传递效果^[11]。因此,对于目标读者缺乏相关

文化背景知识的饮食文化负载词,音译加注是一种较为稳妥的策略。

5.3 直译法

直译法是按照原文基本意义进行翻译。

例如:

“糖葫芦”可以处理为“candied hawthorn”;

“荷叶饭”可以处理为“lotus-leaf rice”。

直译的优点是结构清晰、信息简洁,适合旅游宣传材料中的一般性介绍。但是,直译需要建立在目标读者能够理解译文的基础上。如果直译后的英语表达本身不能准确传递文化意义,则需要进一步采用加注或意译。因此,直译并不是一种可以机械套用的方法。译者需要首先判断词语的文化负载程度。

5.4 直译加注法

对于具有一定字面意义,同时又具有特殊文化内涵的饮食词汇,可以采用直译加注。

例如:

“年糕”可译为:

rice cake, traditionally associated with the wish for a higher and better year

其中“rice cake”传递基本食物信息,而后面的解释则补充“年糕”在中国文化中的象征意义。这种方法尤其适合具有节日文化意义的饮食词汇。陈盈在《湖北》翻译实践中指出,旅游文本中的文化负载词往往存在语义空缺问题,需要根据具体情境采用增、减、编、述等方式对文化信息进行处理^[12]。

5.5 意译法

意译法强调传递原文意义,而不拘泥于原文形式。当某一饮食词汇的字面形式对于外国游客没有意义,而其基本功能或者性质比较容易解释时,可以使用意译。例如,对于某些地方小吃,可以直接说明其主要原料、制作方式或食用特点。

意译能够提高译文的可读性,使外国游客快速获得信息。不过,如果意译过度,也容易造成文化特色丢失。因此,对于旅游文本中的饮食文化负载词而言,意译尤其需要注意文化保

留问题。李娜、王晨均指出，文化负载词翻译需要避免文化流失，同时保证国际受众准确理解本土文化内涵^[13]。

5.6 增译法

增译法是指在译文中适当增加原文没有直接出现但有助于目标读者理解的信息。

对于饮食文化负载词而言，增译可以补充以下信息：

第一，食物的主要材料；

第二，制作方式；

第三，食物的形态；

第四，食用方式；

第五，与节日或者民俗有关的文化信息。

例如，“豆花”如果只译为“doughua”，可能无法让普通外国游客了解其基本性质。可以根据文本需要处理为：

doughua, a soft tofu pudding commonly served as a snack or dessert

这样既保留了名称，又补充了基本信息。

增译的核心不是增加越多越好，而是补充目标读者真正需要的信息。

5.7 意译与文化补偿相结合

对于文化内涵较为复杂的饮食词汇，可以将意译和文化补偿结合起来。例如，一些节庆食物不仅是一种食品，而且代表某种祝福意义。翻译时可以先说明食品本身，再补充其文化寓意。这种方法特别适合旅游外宣文本。《山水安徽》的翻译实践表明，对于具有文化特质的普通词汇，可以采用意译加注和适当增译的方法，以解决文化缺省问题^[6]。

6 不同类型饮食文化负载词的翻译策略选择

6.1 普通食物名称

对于普通食物名称，翻译目的主要是让游客知道“这是什么”。

因此，可以优先考虑直译或意译。

例如：

“米饭”可译为“rice”；

“面条”可译为“noodles”；

“豆腐”可译为“tofu”。

这类词汇的文化负载程度相对较低，不需要为了保留汉语形式而强行使用音译。

6.2 具有中国特色的传统食品

对于“饺子”“粽子”“月饼”等具有明显中国文化身份的食品，可以考虑音译加注。

例如：

jiaozi, traditional Chinese dumplings

zongzi, glutinous rice wrapped in bamboo leaves

mooncakes, traditional pastries associated with the Mid-Autumn Festival

这样既保留文化名称，又帮助目标读者理解。

6.3 具有节日文化意义的食品

如果食品与中国传统节日密切相关，翻译时不应只介绍食物本身，还需要适当传递节日文化。例如，“年糕”除了表示一种食品，还具有吉祥如意。此时，如果只译为“rice cake”，虽然基本正确，但文化信息并不完整。可以根据旅游文本的篇幅和功能增加解释，使目标读者理解其文化象征。

6.4 具有地方特色的小吃

地方小吃通常是旅游文本的重要内容，也是最容易出现文化空缺的部分。对于外国游客来说，一些地方小吃不仅名称陌生，甚至连食物类型也不容易判断。

因此，可以采用：

音译名称 + 食物类别 + 简短说明

的方式。

例如：

Roujiamo, a traditional Chinese flatbread sandwich filled with seasoned meat

这种表达能够同时解决“名称”和“是什

么”的问题。

6.5 与历史典故相关的饮食词汇

对于具有历史故事或者文化典故的饮食词汇，需要根据旅游文本的传播目的决定解释程度。如果该典故是旅游宣传的重要内容，可以增加较为完整的说明；如果只是普通饮食介绍，则没有必要加入大量历史资料。这体现了目的论的基本思想：翻译策略应当服务于翻译目的，而不是机械追求信息数量。

7 目的论视角下饮食文化负载词翻译的基本原则

7.1 以目标读者为中心

旅游文本的最终读者是游客，而不是原文作者。因此，译者需要考虑外国游客的知识水平和阅读习惯。丁文静指出，地方文化文本英译需要兼顾文化传播和目标读者的接受需求^[7]。因此，对于外国游客完全陌生的饮食文化负载词，应适当提供解释。

7.2 文化保真与语言自然相结合

文化保真并不意味着逐字翻译。如果为了保留文化特色而牺牲英语表达的自然性，则可能影响旅游文本的传播效果。因此，译者需要在文化保真和英语表达自然之间寻找平衡。朱颖欣在闽南地域文化文本翻译研究中提出，应围绕“文化保真、受众适配、风格统一”展开翻译实践^[10]。这一原则对于饮食文化负载词同样适用。

7.3 根据文化负载程度选择策略

并不是所有饮食词汇都需要使用复杂的翻译方法。可以按照文化负载程度进行简单分类：

表 1

类型	主要问题	推荐策略
普通饮食词	中英文存在对应词	直译、意译
中国传统食品	目标语缺少对应概念	音译加注

地方特色小吃	名称和食物性质均陌生	音译+类别说明
节庆食品	包含文化寓意	直译/音译+文化解释
历史典故类饮食词	背后文化信息复杂	意译+增译/注释

这种分类能够帮助译者降低翻译难度。

7.4 避免过度翻译

旅游文本不是学术论文，因此不需要对每一个文化词汇进行百科全书式解释。杨爱妹、胡玢在文旅场馆双语标识研究中指出，文化词的处理需要考虑文化阐释和实际传播功能，避免文化信息处理不当影响传播效果^[14]。因此，饮食文化负载词翻译也应遵循“必要解释、适度解释”的原则。

8 旅游文本饮食文化负载词英译的具体操作流程

为了使目的论真正服务于翻译实践，可以将饮食文化负载词的处理过程简单划分为四个步骤。

8.1 第一步：判断词汇性质

首先判断该词是否属于文化负载词。如果一个词在英语中存在较为稳定的对应词，就不必人为复杂化。例如“茶”“米饭”等词汇通常可以直接使用英语中的对应表达。如果词汇具有明显的中国特色，则需要进一步判断。

8.2 第二步：判断文化负载程度

可以简单将文化负载程度分为低、中、高三个层次。低负载词可以直接翻译；中负载词可以采用直译、意译或者增译；高负载词则可以采用音译加注、直译加注或者文化解释。

8.3 第三步：判断旅游文本的传播目的

如果文本主要介绍旅游信息，应当强调简洁、清晰。如果文本主要进行文化宣传，则可以适当增加文化解释。如果文本属于博物馆或文化遗产介绍，则可以更加重视历史文化信息。

8.4 第四步：检查目标读者是否能够理解

完成翻译后，需要站在外国游客的角度重新阅读。

可以提出三个简单问题：

第一，外国游客知道这是什么吗？

第二，外国游客知道它有什么特点吗？

第三，如果这个词具有特殊文化意义，外国游客能够理解吗？

如果答案是否定的，则需要通过加注、增译或者意译进行调整。

9 案例分析

9.1 “饺子”的翻译

“饺子”是典型的中国传统饮食文化负载词。如果简单译为“dumpling”，目标读者能够理解它属于一种面食，但“dumpling”属于英语文化中的一般食品概念，不能完全体现“饺子”的中国文化身份。如果旅游文本的主要目的是介绍中国传统饮食，可以采用：

jiaozi, traditional Chinese dumplings

这种表达首先保留“jiaozi”，突出中国特色，然后通过“traditional Chinese dumplings”帮助外国游客理解其基本性质。从目的论角度来看，这种译法同时满足了两个目的：一是传播中国饮食文化，二是保证目标读者能够理解。

9.2 “粽子”的翻译

“粽子”具有较强的文化负载性，因为它不仅是一种食物，还与端午节文化密切相关。

如果译为：

zongzi

文化特色得到保留，但信息不足。

如果译为：

rice dumpling

目标读者可能知道它是一种米制食品，但中国文化特色有所弱化。因此，更适合旅游文本的表达可以是：

zongzi, a traditional glutinous-rice food wrapped in bamboo leaves

如果文本正在介绍端午节，则还可以根据上下文补充其节日关联。这一处理方式与旅游翻译中“音译加注”的基本思路相一致。相关研究表明，文化负载词在目标文化中缺少对应概念时，音译结合解释能够有效减少文化信息缺失^{[8][11]}。

9.3 “年糕”的翻译

“年糕”表面上可以译为：

rice cake

这一译法能够传递基本信息，但没有体现“年糕”与春节以及“年年高”的文化联系。如果文本仅介绍食品，则“rice cake”基本可以满足信息功能。如果文本介绍春节饮食文化，则可以适当增加文化信息，例如：

nian gao, a traditional rice cake associated with the hope for prosperity and progress in the new year

这一译法更加符合旅游文化传播的目的。由此可见，同一个文化负载词并不存在唯一的“正确译法”，具体译法需要结合文本目的和语境确定。

9.4 “火锅”的翻译

“火锅”可以直接译为：

hot pot

这一译法在英语中已经具有一定的可理解性。因此，在普通旅游介绍中不需要强行音译为“huoguo”。但是，如果文本强调中国火锅的文化特点，例如强调重庆火锅、四川火锅等地域特色，则可以进一步加入地域信息。

例如：

Chongqing hot pot, a spicy communal dining tradition from Chongqing

这种处理能够避免“hot pot”只体现食物形式，却没有体现地域文化的问题。

9.5 地方特色小吃的翻译

对于地方特色小吃，通常存在两个问题：一是名称陌生；二是食物类型陌生。例如“肉夹馍”如果只音译为“roujiamo”，目标读者可能无法理解。

如果只译为“Chinese hamburger”，虽然容易理解，但可能过度使用西方文化概念替代中国食品。因此，可以采用：

Roujiamo, a traditional Chinese flatbread filled with seasoned meat

这种译法在保留中国特色的同时，提供了基本解释。这与潘新淮所提出的“核心词+特征信息”的分层翻译思路具有一定相似性，即不能只翻译名称，还应根据目标读者需要补充必要属性^[9]。

10. 目的论视角下旅游饮食文化翻译策略的优化

10.1 建立基本的分类意识

译者在处理饮食文化负载词之前，应先进

行分类，而不是看到一个词就立即选择翻译方法。可以建立“普通食品—传统食品—地方小吃—节庆食品—文化象征食品”的基本分类。

10.2 合理运用注释

对于文化背景比较复杂的词汇，可以采用简短注释。封祖明对历史类文本翻译的研究表明，显性注释能够帮助目标读者理解源语文化背景，而增译、释译等隐性方式也可以将必要文化信息自然融入译文^[15]。旅游文本中的注释不宜过长，应当突出最重要的信息。

10.3 统一饮食文化词汇译法

旅游文本中可能多次出现同一种食品。如果前后译法不一致，会降低文本质量。因此，译者可以在翻译前建立一个简单的术语表。

例如：

表 2

中文	推荐译法	说明
饺子	jiaozi / traditional Chinese dumplings	根据语境选择
粽子	zongzi	必要时增加解释
火锅	hot pot	地域特色可增加地域信息
豆腐	tofu	一般无需复杂解释
肉夹馍	roujiamo	建议增加食物性质说明
年糕	nian gao / rice cake	节日语境可增加文化解释

这样能够提高旅游文本翻译的一致性。

10.4 结合人工判断

近年来，人工智能在旅游文本翻译中的应用越来越普遍。韦春阳、刘正喜指出，生成式人工智能在旅游文本基础翻译和文化知识补充方面具有明显优势，但在文化内涵传递和修辞处理方面仍存在局限^[16]。姚青青对豆包和DeepSeek的研究同样发现，人工智能能够在旅游文本翻译中提供一定帮助，但译文仍需要人工修正，以提升准确性和传播效果^[17]。因此，即使使用机器翻译工具，也不能直接接受机器生成的饮食文化负载词译文。对于文化负载较

高的词汇，译者仍然需要进行人工判断。

11 研究发现与讨论

通过上述分析可以发现，旅游文本中的饮食文化负载词具有明显的文化特殊性，其翻译不能简单依赖词典对应关系。

首先，饮食文化负载词的翻译具有明显的目的导向。如果目标文本主要提供旅游信息，则应优先考虑准确和易懂；如果主要进行文化传播，则应适当保留文化特色；如果主要用于旅游宣传，则还需要考虑语言的吸引力和感染力。

其次, 饮食文化负载词不存在一种适用于所有语境的固定翻译策略。音译能够较好地保留中国特色, 但可能造成理解障碍; 直译简单明了, 但可能出现文化信息缺失; 意译具有较强的可读性, 但可能弱化文化特色; 加注和增译可以弥补文化空缺, 但过度使用会增加译文负担。

因此, 目的论真正提供的并不是一个固定的“翻译公式”, 而是一种策略选择思路。

这一观点与已有旅游文本翻译研究基本一致。张垚认为, 文化负载词翻译需要综合考虑文化负载程度、目标读者预期和文本交际功能^[4]。陈程、周宇芬基于目的论研究南京旅游文本时, 也强调目的性、连贯性和忠实性之间的关系^[5]。

再次, 饮食文化翻译需要兼顾文化传播和读者接受。旅游文本的最终目的不是让译文看起来“很中国”, 也不是让英语读者完全按照西方文化理解中国食品, 而是在二者之间找到合理平衡。

这一点也可以从相关地方文化翻译研究中得到印证。吴怡君指出, 地方历史文化文本翻译需要关注文化内涵与地域特色的传达, 并在文化呈现与读者接受之间进行协调^[18]。朱颖欣则强调, 地域文化外宣文本需要同时关注文化保真和受众适配^[10]。因此, 在饮食文化负载词翻译中, “保留什么”和“解释什么”是译者需要重点考虑的问题。

12 结论

本文以目的论为理论基础, 对旅游文本中的饮食文化负载词英译策略进行了探讨。通过分析旅游文本特点、饮食文化负载词的特点以及已有相关研究, 可以得出以下结论。

第一, 旅游文本具有信息传播和文化传播的双重属性。饮食文化负载词作为旅游文本的重要组成部分, 不仅传递食物本身的信息, 还可能承载地域文化、历史传统、节日习俗以及文化象征。因此, 其翻译具有明显的跨文化传播特征。

参考文献:

第二, 目的论能够为旅游文本饮食文化负载词翻译提供较为清晰的理论依据。目的论强调翻译目的和目标读者需求, 能够帮助译者突破机械对应的翻译模式, 根据具体语境灵活选择翻译策略。对于旅游文本而言, 这种以功能和受众为中心的翻译理念具有较强的适用性。

第三, 饮食文化负载词的翻译应根据文化负载程度和文本功能灵活选择策略。对于普通饮食词汇, 可以采用直译或意译; 对于具有鲜明中国特色的传统食品, 可以采用音译或音译加注; 对于具有特殊文化意义的节庆食品, 可以采用直译或音译, 并结合增译和文化解释; 对于地方特色小吃, 则可以使用“名称+食物类别+简要说明”的方式。

第四, 文化保真与目标读者接受并不是完全对立的关系。优秀的旅游文本翻译并不是简单地在“异化”和“归化”之间进行二选一, 而是需要根据翻译目的灵活调整。对于需要突出中国文化身份的词汇, 应适当保留源语文化特色; 对于目标读者难以理解的内容, 则需要进行必要的文化补偿。

第五, 旅游文本翻译还需要重视人工译者的判断。随着人工智能翻译技术的发展, 机器翻译可以提高基础翻译效率, 但在文化负载词处理方面仍然存在一定局限。因此, 在旅游文本翻译过程中, 可以将人工智能作为辅助工具, 但最终仍应由译者根据翻译目的、文化背景和目标读者需求进行判断和修改^[16-17]。

总体而言, 目的论为旅游文本饮食文化负载词英译提供了一种较为灵活、清晰且具有操作性的研究思路。通过合理选择音译、直译、意译、加注和增译等策略, 可以在保留中国饮食文化特色的同时, 提高译文的可理解性和传播效果。对于中国旅游文化“走出去”而言, 饮食文化虽然只是旅游文本中的一个组成部分, 但其背后所承载的地域文化、民俗传统和生活方式具有重要的文化传播价值。因此, 对饮食文化负载词翻译进行进一步研究, 对于提升中国旅游文本的国际传播质量具有一定意义。

- [1] 黄金. 跨文化交际视角下的黄河旅游文本翻译 [J]. 嘉应文学, 2026, (7): 122-124.
- [2] 梁欣怡, 苏小燕. 文旅融合视域下旅游外宣翻译策略研究——以德保矮马王国为例 [J]. 新传奇, 2026, (17): 56-59.
- [3] 陈程, 周宇芬. 基于认知识解视角的旅游文本文化负载词英译研究 [J]. 河北科技师范学院学报 (社会科学版), 2026, 25 (1): 94-100.
- [4] 张垚. 译者行为批评视域下旅游文本文化负载词的翻译策略 [J]. 新传奇, 2026, (21): 45-47.
- [5] 陈程, 周宇芬. 南京地区旅游文本文化负载词英译研究 [J]. 兰州职业技术学院学报, 2026, 42 (2): 21-27 + 60.
- [6] 杨星. 《山水安徽》(1-2 章) 英译实践报告 [D]. 安徽师范大学, 2026.
- [7] 丁文静. 《话说上海·徐汇卷》节选英译实践报告 [D]. 上海师范大学, 2026.
- [8] 张莉, 李润彤. MTPE 模式下陕西中医药健康旅游翻译研究 [J]. 中国科技翻译, 2026, 39 (2): 35-37 + 4.
- [9] 潘新淮. 东莞龙舟文化中文化负载词的英译困境与对策研究 [J]. 宿州职业技术学院学报, 2026, 29 (2): 122-128.
- [10] 朱颖欣. 《地道风物·闽南》翻译实践报告 [D]. 上海师范大学, 2026.
- [11] 雷杨鑫. 纽马克翻译理论指导下《湖南经典导游词》(节选) 英译实践报告 [D]. 上海师范大学, 2026.
- [12] 陈盈. 《湖北》(节选) 汉英翻译实践报告 [D]. 湖北民族大学, 2026.
- [13] 李娜, 王晨均. 纽马克语义翻译理论下中原文化负载词英译研究——以河南文旅宣传片中的文化负载词为例 [J]. 嘉应文学, 2026, (9): 79-81.
- [14] 杨爱妹, 胡玢. 文旅场馆双语标识翻译的语料批评与修辞重构 [J]. 今古文创, 2026, (29): 138-140.
- [15] 封祖明. 深度翻译视角下历史类文本英汉翻译实践报告——以《纽约州的自然面貌：一部帝国州环境史》(第五章) 为例 [D]. 上海师范大学, 2026.
- [16] 韦春阳, 刘正喜. 人工智能赋能旅游文本翻译：潜力、挑战与策略 [J]. 英语广场, 2026, (20): 11-14.
- [17] 姚青青. 基于豆包和 DeepSeek AI 赋能的旅游文本英译顺应性策略研究——以《山水安徽》为例 [J]. 池州学院学报, 2026, 40 (2): 56-61.
- [18] 吴怡君. 文化翻译理论指导下《巴文化遗珍——米仓古道》(节选) 英译实践报告 [D]. 上海师范大学, 2026.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0) 以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见：
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或

编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。