

文化专有项翻译策略在《新疆味道》字幕英译中的适用性研究

努尔斯曼姑丽·马木提, 马 莉

大连理工大学外国语学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2023年5月22日; 录用日期: 2023年7月3日; 发布日期: 2023年7月12日

摘 要

开展中华文化视频字幕英译及研究对我国文化的对外传播起着重要作用, 对视频字幕中的文化专有项进行精准翻译是汉译英过程中关乎文化传播成效的重中之重。本文以艾克西拉的文化专有项翻译策略为指导, 对《新疆味道》(续)视频字幕进行英译, 通过翻译实例分析, 发掘艾克西拉文化专有项翻译策略在中国传统文化英译中的适用性。通过对该字幕翻译实践全过程的实证分析, 并对原语中承载的文化特点的剖析, 探究策略选择的影响因素。

关键词

艾克西拉文化专有项, 中国传统文化翻译, 《新疆味道》, 字幕英译

A Study on the Applicability of Strategies for Translating Culture-Specific Items in the C-E Subtitles Translation of *A Taste of Xinjiang*

Nursimangul Mamut, Li Ma

School of Foreign Languages, Dalian University of Technology, Dalian Liaoning

Received: May 22nd, 2023; accepted: Jul. 3rd, 2023; published: Jul. 12th, 2023

Abstract

The English translation and research of Chinese cultural subtitles play an important role in the external communication of Chinese culture. The accurate translation of Culture-Specific Items (CSIs) in subtitles is a top priority in the process of C-E translation, which is related to the effec-

文章引用: 努尔斯曼姑丽·马木提, 马莉. 文化专有项翻译策略在《新疆味道》字幕英译中的适用性研究[J]. 现代语言学, 2023, 11(7): 2806-2814. DOI: 10.12677/ml.2023.117381

tiveness of cultural transmission. This paper takes Aixelá's strategies for translating CSIs as the theoretical basis and the English translation of *A Taste of Xinjiang* (sequel) subtitles as an example, so as to explore the applicability of Aixelá's strategies in the C-E translation of traditional Chinese culture through the method of case analysis. This paper also explores the influencing factors of strategy selection through the empirical analysis of the whole process of the subtitles translation practice and analysis of the cultural characteristics carried by the source language.

Keywords

Aixelá's Strategies for Translating CSIs, Translation of Chinese Traditional Culture, *A Taste of Xinjiang*, English Translation of Subtitles

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

总书记在中央政治局第三十次集体学习时强调：“要更好推动中华文化走出去，以文载道、以文传声、以文化人，向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化。”[1]当今复杂的国际环境下，不断推进中华文化“走出去”国家战略，增强国家文化软实力，实现从文化大国到文化强国的跨越，是当代中国面临的重大课题。中华文化博大精深，新疆各民族文化作为中华文化不可分割的一部分，丰富中华文化内涵，推动中华文化的发展和对外传播。

《新疆味道》(续)是长达四小时的美食纪录片，其中蕴含着新疆维吾尔族、哈萨克族等十多个民族丰富的饮食、地理、历史等文化信息。如何精准翻译其中所包含的文化词汇和表达，如何选取恰当的翻译策略以及哪些因素如何影响翻译策略的选择正是本文所要研究的问题。本文将在艾克西拉文化专有项翻译策略指导下，分析《新疆味道》(续)视频字幕翻译实践中极具典型性的案例，研究该理论在中国传统文化英译中的应用，并总结该视频字幕的翻译过程中策略选择的影响因素，以求对传播和弘扬优秀的中华优秀传统文化做出一份贡献。

2. 艾克西拉文化专有项翻译策略

2.1. 艾克西拉对文化专有项的定义

西班牙翻译工作者艾克西拉(J. F. Aixelá)在一九九六年给文化专有项下了定义：在原语文本中出现的某些项目，若由于在译语读者的文化系统中不存在对应项目或者与该项目有不同的文本地位，故其在原文中的功能和涵义转移到译文时发生困难，则这类项目被称为文化专有项[2]。根据 Aixelá 的理论，若原语中的任何词汇或表达对目标读者来说是难以理解的，则皆可被视为文化专有项。文化专有项涵盖的是原语文化特有的单词、短语、概念和表达方式[3]。

所谓有不同的文本地位，是指因惯用法或使用频率等方面的差异而有不同的价值。据艾克西拉所述，他提出该定义的目的是要表明，什么是文化专有项，不单取决于项目本身，而且取决于译语文化所理解的该项目在文本中的功能，即凡是译语文化中的一般读者在文化上不可理解或接受的项目，就是文化专有项[2]。而与之类似的“文化负载词”指的是具有某些文化内涵的词汇[4]，其涵盖的是“标志某种文化中特有事物的词、词组和习语等”[5]。文化专有项和文化负载词看似近乎相同，但实际上，二者的涵义

和范畴都具明显区别。

2.2. 艾克西拉文化专有项翻译策略

通过观察美国作家哈米特(Dashiell Hammett)的侦探小说《马耳他猎鹰》(*The Maltese Falcon*)的三个西班牙语译本,艾克西拉于 1996 年得出 11 种处理文化专有项的翻译策略[6]。他将这 11 种策略按由低到高的跨文化操纵程度依次排列,并根据其保留性或替代性分成两大类,即对原文本保留,或者将其替换为其它更易接受的文本。前 5 种属于保留性策略,后 6 种是替代性策略(见表 1):

Table 1. Aixelá's strategies for translating culture-specific items [7]

表 1. 艾克西拉文化专有项翻译策略[7]

翻译策略	定义
重复	照抄文化专有项语言形式
转换拼写	转换字母拼写系统或译音
语言(非文化)翻译	尽可能地保留原文的指示意义
文外注释	在运用前三种翻译策略的同时,加上脚注、尾注等进行解释
文内注释	与前一种策略相同,但将解释放在译文正文中,以免打扰读者
使用同义词	用不同的方式来翻译同一个文化专有项,以避免重复
有限世界化	选用译文读者较熟悉且意思相近的文化专有项来代替另一个原语文化专有项
绝对世界化	选用非文化专有项来翻译原语文化项
同化	以目标文化专有项来代替原语文化专有项
删除	省略或者不译
自创	译者创造新词来代替原语文化专有项

3. 艾克西拉翻译策略在《新疆味道》(续)中的应用

《新疆味道》是国内第一部以饮食为线索的新疆人文地理纪录片。该片分为《新疆味道》和《新疆味道》(续)两个部分,共 13 集。本文选取《新疆味道》(续)字幕为英译对象,观察其中文化专有项,并进行翻译实例分析,以考查艾克西拉文化专有项翻译策略在中国传统文化英译中的适用性。该材料中的文化专有项包括:人名、地名、菜肴、史诗和艺术等项目。根据原文的性质、字幕特点以及文化特征,被采用的文化专有项翻译策略有以下 7 种:转换拼写(音译)、语言(非文化)翻译、文内注释、使用同义词、同化、绝对世界化和删除。以下选取该材料中 10 个极具代表性的案例,说明艾克西拉的翻译策略,并考察其在中国传统文化翻译中的应用。

3.1. 转换拼写

艾克西拉提出的转换拼写翻译策略的初衷是针对拼读式语言——西班牙语而提出的,具体应用于汉译英时,由于中文属于象形文字,因而转换拼写就相当于中英翻译中的音译[8]。根据艾克西拉的分类,人名和地名等文化专有项的跨文化操纵程度较低,应该采用保留性策略来翻译。因此在《新疆味道》(续)中绝大部分人名和地名类项目的翻译均以音译为主。

例 1: 麦西来甫的主办者由村民轮流担任,今年轮到尼亚孜大叔家。

译文: The villagers take turns to be the host of Mashrap. This year, it's Uncle Niyaz's turn.

例 2: **喀什**, 又名“**喀什噶尔**”, 意为玉石集中之地, 自古以来, 就是丝绸之路经济带上一座举足轻重的明珠之城。

译文: **Kashi**, also known as “**Kashgar**”, means a place rich in jade. Since ancient times, it has been a pivotal pearl city on the Silk Road Economic Belt.

例 1 中, “尼亚孜”为新疆维吾尔族男性的名字。由于该人物是普通老百姓, 因此该人名以及原文中的其它类似的人名均采用音译策略。音译必须追寻到原语, 这样才能最大限度地维护原语文化特色并确保文化感染力[9]。因此该人名是以维吾尔语为原语进行翻译的。例 2 中的“喀什”是新疆维吾尔自治区五个地区之一, “喀什噶尔”是其在维吾尔语中的发音。翻译该地名时, 为保留原语文化特色以及原汁原味地传递原语文化, 使用音译策略, 分别选择官方译文“**Kashi**”和“**Kashgar**”来翻译“喀什”和“喀什噶尔”。其中, “喀什”和“喀什噶尔”分别以汉语和维吾尔语为原语来翻译的。

3.2. 语言(非文化)翻译

语言翻译是指译文中尽可能地保留原文的基本意义或者字面意思。采用该翻译策略时, 将相应的原文形式和语义投射到译文中[10]。在许多情况下选择与原文非常接近的指称意义, 并转换为目标语言版本来提高可理解性, 但其“仍然可以被认为是原文本的文化系统”[2]。语言翻译在该视频字幕翻译中常用于食物的翻译当中。

例 3: 2009 年, 他通过对沙湾当地大盘鸡店以及大盘鸡历史与现状的调研, 写作出版了一本《大盘鸡正传》, 专门讲述**大盘鸡**的形成和传播。

译文: In 2009, he wrote and published a book called *The True Story of Big Plate Chicken* introducing the development and spread of **big plate chicken**, based on his investigation of history and current situation of this dish and research in local restaurants in Shawan.

大盘鸡是新疆地区名菜, 其主要用料为鸡块和土豆块, 配皮带面烹制而成。在该视频字幕中关于大盘鸡的原料、制作方法等信息充分, 对该项目的解释已经十分清楚。故在语言翻译策略的指导下, 仅译出“大盘鸡”这一项目的字面意思, 结合充分的字幕解释和清晰的视频画面, 目标受众不难理解该菜品。此外, 考虑到字幕翻译对译文字数、画面效果等方面的要求, 直观、简洁地表达该项目的涵义。

例 4: **红柳烤肉**是罗布人最好的待客礼物。作为沙漠里最常见的植物, 红柳又称红金条, 根系发达, 生命力极强, 也有人将“红柳精神”当作新疆人性格和品行的代名词。

译文: **Red willow barbecue** is the best hospitality gift from people in Lop county. As the most common plant in the desert, red willow is also called red gold bar, with developed roots and strong vitality. In some people's eyes, the “Red Willow Spirit” is a byword for Xinjiang people's character and conduct.

上述案例中的“红柳烤肉”是新疆传统的佳肴, 最早出现在南疆阿克苏, 选用剥皮后的红柳枝穿上羊腿肉和羊排烤制而成。在烤制过程中, 穿上羊肉的红柳枝在炭火的熏陶下, 会散发红柳树特有的香味, 极具地方特色。因此采用语言翻译策略, 将该项目所承载的语言信息投射到译文中, 便能够使观众配合视频图像, 直观地想象红柳木香与羊肉香融合的美味。

3.3. 文内注释

文内注释是指运用重复、转换拼写和语言翻译等三种策略的同时加上解释放置在译文正文中。文内注释可以被称为显性翻译策略, 它使原文中暗含的部分显化, 以消除歧义[2]。该策略类似于增译法中的显性增译, 增加的内容为原语中的暗示部分[11]。在该视频材料中出现的诸多文化专有项, 如天山、马奶子等, 由于对中国人而言是家喻户晓, 因而原文中未做详细的解释, 但它们容易令普通英文观众产生误

解。因此有必要使用文内注释翻译策略来补充暗含在原语中的文化内涵等必要信息, 从而消除理解上的歧义。

例 5: 天山南北的人们, 用火制作出千变万化的美食, 也培养着自己像火一样热情的性格, 如火一般激情燃烧的美好生活。

译文: People in the north and south of **Xinjiang Tianshan Mountain** make a wide variety of foods with fire, and also cultivate their fiery personality and a good life attitude burning like fire.

“天山”一名最早见于《山海经·西山经》, 可以认为“天山”一名源于汉语。天山是世界七大山系之一, 位于欧亚大陆腹地, 东西横跨中国、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦和乌兹别克斯坦四国, 全长约 2500 千米。天山横亘于中国新疆中部的部分是其东段, 也是主体部分, 被称为新疆天山。上述案例中的天山所指的正是新疆天山。故翻译纪录片字幕中的“天山”时, 要以汉语为原语, 并增加“Xinjiang”和“Mountain”, 以补充暗含的内容。

3.4. 使用同义词

使用同义词策略指的是用不同的方式来翻译同一个文化专有项, 以避免重复使用同一个词带来的文字呆板无趣[2]。从语言习惯而言, 汉语中注重重复, 而英语则鼓励多样性, 故该策略在汉译英中尤其适用。

例 6: 那英已经去世的爷爷曾是赫赫有名的蒙古族英雄史诗《江格尔》说唱的传人。如今, 家族中只有甫鲁才仁, 才能完整地将《江格尔》全部说唱下来。

译文: Na Ying's dead grandpa was a descendant of the bards of the famous Mongolian Heroic Epic **Jangar**. Now, only Fulucairen can completely narrate **the story** in this family.

《江格尔》是蒙古族英雄史诗, 主要流传于新疆阿尔泰山一带的蒙古族聚居区。《江格尔》描述了以江格尔为首的 12 名雄狮大将和数千名勇士为保卫家乡而斗争并获胜的故事, 深刻地反映了蒙古族人民的生活理想和美学追求, 具有巨大的艺术价值和对外传播意义。在该案例中, 考虑语言习惯, 并为了避免重复, 选用同义词翻译策略, 在第二次翻译“江格尔”时, 以“the story”来代替“Jangar”。

3.5. 同化

同化策略是指译者选用译语文化专有项来翻译原语文化专有项[2]。新疆与巴基斯坦、印度等多个国家接壤, 因此新疆本地的一些饮食习惯受到各种文化的影响, 比如阿拉伯文化、中亚文化等[12]。在该翻译材料中出现的一些传统菜肴正是因受到其它文化的影响而产生的, 它们大体相同, 但也承载着各自不同的饮食文化。故翻译此类菜肴时, 采用同化策略, 可以使目标读者更容易理解。

例 7: 抓饭之所以能成为新疆最具代表性的美食, 其根源就是融合了众多民族的聪明才智和对生活的无尽热爱。

译文: **Pilaf** became the most representative dish in Xinjiang, because it combines the wisdom of many ethnic groups and their endless love for life.

抓饭是从中亚、西亚等地区传入新疆的菜品, 主要流传于维吾尔、乌兹别克等民族中, 从古至今, 备受新疆各族人民的喜爱。由于抓饭最初是用手抓食的, 故得此名。新疆抓饭大致的做法: 将切成块的牛羊肉、胡萝卜丝、洋葱丝等食材炒至半熟, 加入大米焖熟而成。在此基础上, 勤劳智慧的新疆人民根据当地的饮食习惯, 创造出了千种抓饭。经考证发现抓饭最常见的官方译文是“pilaf”, 其在有道词典中的释义为“A dish in which rice is cooked in a seasoned broth. Depending on the local cuisine, it may also contain meat, vegetables and (dried) fruits.”。可见, “抓饭”和“pilaf”两个文化专有项极其相似, 因此

以同化策略为指导, 将“抓饭”译为“pilaf”。

例 8: 馕的产生据说有两千多年历史, 是从西亚传入新疆的, 然后通过丝绸之路传入中原。

译文: It is said that **naan, Xinjiang's flat bread**, has a history of over two thousand years. It was introduced from West Asia to Xinjiang, and then into Central Plains through the Silk Road.

上述案例中的“馕”是从西亚传入新疆的, 在新疆饮食文化中历史悠久、别具特色的一种面食。该美食是以小麦面粉制成扁平形状, 经过烤制而成。其常见的官方英译文有“naan bread”、“naan”等。

“naan”在牛津词典中的释义为“a type of soft flat South Asian bread”。“馕”和“naan”的原料、做法以及外形都极其相似, 但又各具各自独特的地方特色。故翻译“馕”时, 选择结合使用同化和文内注释策略, 将其译为“naan, Xinjiang's flat bread”, 旨在让目标观众清晰地了解该项目的含义和地域特色, 从而激发他们进一步了解中国文化的兴趣。考虑到字幕翻译的时间和空间因素, 该项目再次出现时, 仅以“naan”来翻译。

3.6. 绝对世界化

绝对世界化翻译策略是指选用目标语中的非文化专有项来翻译原语文化专有项。翻译过程中, 当出现比较模糊或者在文本中的重要程度相对较低的文化专有项时, 使用该策略[2]。

例 9: 这种用骆驼毛织出的“切克曼布”, 是制作克尔克孜族传统服饰“袷袂”的最好面料。

译文: This kind of **cloth** woven from camel hair is the best fabric for making the “**overcoat**”, a traditional clothing of the Kirgiz nationality.

“且克曼布”是一种布料, 是通过一系列传统的工艺织出的新疆本地手工艺品, 已有 3200 年的前史。其出现和发展前史与当地人们的出产、生活、地理环境、风俗习惯等休戚相关。但经观察发现, 视频中未提及更多与该项目有关的信息, 使其在文中显得极其模糊。故该项目在原文中并非是重点。考虑到其在文中的模糊性和重要性, 以绝对世界化策略为指导, 将其翻译成非文化专有项“cloth”。此外, 上述案例中的另一项目“袷袂”在柯尔克孜语中有“外套”之意, 故在该项目的翻译中选用了语言翻译策略, 以便使译文更加简洁通顺。

3.7. 删除

删除翻译策略指的是译文中删除或省略原文中的一些文体上不易被接受、在表达上过于模糊或者不影响目标读者理解的文化专有项[2]。删除策略在该视频材料中主要适用于带有父称的少数民族人名的翻译当中。

例 10: 玛依努尔·苏里坦用鸽子肉作为今天午餐的主料。鸽子汤是喀什美食的一大特色。鸽肉富含谷氨酸, 炖煮后格外鲜美。

译文: **Maynur** used pigeon meat as the main dish for lunch today. Pigeon soup is a typical in Kashi cuisine. Pigeon meat is rich in glutamate, so it is especially delicious after stewing.

新疆少数民族人民的姓名主要由两部分构成, 即自己的名字加上父亲的名字, 前其名, 后其父称。平时称呼时, 直呼其名。故若省略其父称, 不会影响观众理解。因此在该视频字幕中, 考虑到字幕翻译的空间要求、视频画面效果等因素, 省略此类人名的父称, 仅译其名, 使得译文字幕更加简洁精炼。

以上举例并论述了《新疆味道》(续)字幕英译中所运用的 7 种文化专有项翻译策略。其余 4 种策略, 即重复、文外注释、有限世界化和自创未被使用, 主要出于对该视频字幕的性质以及翻译策略本身的特点考虑。①重复是指在译文中照抄原文来再次体现原语。由于中英两种语言的形态差异, 该策略不常用于汉英译当中; ②文外注释与文内注释相同, 但注释以脚注、尾注等方式放置在文外。由于字幕翻译对

时间和空间上的限制,在该视频材料的翻译中,不宜适用文外注释策略;③有限世界化指的是原语中出现较模糊的项目时,选用意思相近又对译文读者来说更熟悉的译语文化专有项来翻译。由于可代替的项目的选择易受主观因素的影响,而且有限世界化和绝对世界化之间难以把握程度,故有限世界化策略的使用频率非常低[6];④自创策略是指引进原文所无的原语文化专有项来代替原文中的项目来翻译[2]。该翻译材料中出现的文化专有项多为传统的文化项目,故未出现可以自创的项目。

4. 文化专有项翻译策略选择的影响因素

通过上文的分析发现,艾克西拉文化专有项翻译策略适用于中国文化英译实践,但同时也存在一些影响策略选择的因素,正如 Lefevere 所述,翻译过程中,策略选择会受到一系列因素的影响[13]。艾克西拉列举并解释了如下四类影响翻译策略选择的因素:

第一、超文本因素,例如目标读者的性质和期望、翻译发起人的性质和目的等。

第二、文本因素,例如与文本配合的影像、已有的译本、原文的经典化程度。

第三、文化专有项的性质,例如对其它文化的指涉、以及有无定译。

第四、文本内因素,例如项目在文本中的重要性和出现次数等[2]。

以艾克西拉所提出的四类制约因素为参照,纪录片《新疆味道》(续)翻译实践中,影响文化专有项翻译策略选择的因素主要有翻译目的、目标语观众及其期待、项目在视频字幕中的重要性和出现频次以及时间和空间。

4.1. 翻译目的

翻译目的在特定历史语境下形成并制约各阶段的翻译选择[14]。中国传统文化的英译目的在发起翻译之初就得到清楚地表达。作为中国传统文化的重要组成部分,《新疆味道》(续)视频字幕的英译目的是有效传播中华传统文化,让目标观众对中国文化有更全面、更深刻的了解,并激发他们对中国文化更多的兴趣,从而使中国文化得到更好的发展。鉴于此,在该视频字幕的英译中,综合采用保留性和替代性策略。例如,在“天山”“大盘鸡”等项目的翻译中,分别采用音译、文内注释和语言翻译等保留性策略,以便让目标观众顺畅地理解字幕中的文化内涵的同时,对中国文化博大精深产生好奇。在翻译“抓饭”“且克曼布”和“江格尔”等项目时,分别采用同化、绝对世界化和使用同义词等替代性策略,旨在实现字幕译文简洁通顺、流畅自然,使其符合英文阅读习惯。

4.2. 目标语观众及其期待

目标观众的接受能力及其期待能够显著地影响翻译策略的选择[15]。《新疆味道》(续)字幕英译是以对中国文化的了解不够全面的西方广大群众为目标观众。其中,儿童和老年人的接受能力可能不如青少年和成年人。因此需要选用同化、绝对世界化等翻译策略,呈现易被接受的译文。此外,翻译中目标观众的期待也需要被重视。由于该视频字幕是以饮食为线索,呈现新疆特有的地域文化,因而目标观众自然就带有了解中国饮食文化的强烈愿望。观众的这种创新期待又使其有可能接受并理解“闻所未闻”的东西[16]。鉴于此,在诸如“红柳烤肉”“袷袂”等项目的翻译中,采用语言翻译策略,使目标观众了解更多中国文化专有项。

4.3. 项目在视频字幕中的重要性和出现频次

文化专有项在视频字幕中的重要性程度和出现次数也会明显地影响翻译策略的选择。翻译中,重要性程度不同的项目被重视的程度也会有所不同。例如,“抓饭”和“馕”在新疆文化中极其重要,并在该视频字幕中分别出现 103 次和 85 次。因此,必须十分重视此类项目的翻译,尽可能地以更高的质量和

效果进行翻译并传达给目标观众。鉴于此,在该翻译实践中,经过反复思考和多次揣摩,使用同化策略以及结合使用同化和文内注释策略。然而,对于重要性程度较低且出现次数较少的项目“且克曼布”的翻译,选择绝对世界化策略。

4.4. 时间和空间

《新疆味道》(续)视频字幕英译中,时间和空间因素对其翻译策略的选择起到主要的制约作用。时间上语言和图像需要同步配合,字幕必须在和原语话语大致相同的时间内完成信息传递。空间指屏幕上可容纳的语言符号数目。能否在有限的时间和空间内配合画面和声音最有效地提供相关性最强的信息是字幕翻译的重要评价标准[17]。因此,在该视频材料的英译中,要注意译文的缩减性、简洁性和直接性,必须选择适当的策略进行翻译,以使译文更简洁精准。如,在“纳仁”等项目的翻译中,译者原本采用文外注释翻译策略,添加脚注,但考虑到字幕翻译的时间和空间因素,最终选择音译策略。此外,在翻译“玛依努尔·苏里坦”等带有父称的少数民族人名时,采用删除策略,省略父称进行翻译,也是考虑到视频字幕对时间和空间的限制。

5. 结语

在翻译理论从规范性研究到文化转向的大背景下,文化专有项策略对中国传统文化翻译实践来说是一种实用性较强的思路,以及对这一领域的研究在方法论上进行的进一步的尝试,有助于更好地处理文化专有项的翻译。在深入分析《新疆味道》(续)字幕翻译实践的基础上得出如下结论:艾克西拉文化专有项翻译策略在中国传统文化英译中具有极强的适用性。同时,艾克西拉的翻译策略也存在一定的局限性。本文还探究在该视频字幕的翻译过程中出现的影响策略选择的因素,为中国传统文化的英译策略寻求合理的解释。

上文以艾克西拉文化专有项策略为基础,通过实例分析的方法,分析《新疆味道》(续)视频字幕中极具代表性的文化专有项的翻译,发掘该理论在中国传统文化英译中的适用性,并探究策略选择的影响因素,从而为中华传统文化外译、中华文化“走出去”和中华文化的提升做出贡献。

基金项目

2021 年度辽宁省社会科学规划基金项目(项目编号: L21BWW004)。

参考文献

- [1] 李潇君. 推动中华文化走出去, 增强国家文化软实力[EB/OL]. http://www.xinhuanet.com/politics/2021-06/16/c_1127566724.htm, 2021-06-16.
- [2] Aixelá, J.F. (1996) Culture-Specific Items in Translation. *Multilingual Matters Ltd., Bristol*, 57-70.
- [3] Amenador, K.B. and Wang, Z. (2022) The Translation of Culture-Specific Items (CSIs) in Chinese-English Food Menu Corpus: A Study of Strategies and Factors. *SAGE Open*, 12, 1-17. <https://doi.org/10.1177/21582440221096649>
- [4] Xu, G. (1980) Culturally Loaded Words and English Language Teaching. *Modern Foreign Languages*, 4, 21-27.
- [5] 任宋莎. 廖七一: 《当代西方翻译理论探索》[J]. 华西语文学刊, 2012(2): 212-215, 250.
- [6] 张南峰. 艾克西拉的文化专有项翻译策略评介[J]. 中国翻译, 2004(1): 20-25.
- [7] 贺紫晗, 詹全旺. 中国文化特色词语翻译——以“蹴鞠”一词为例[J]. 福建师大福清分校学报, 2019(6): 53-58.
- [8] 王素雅. 中国戏剧中文化专有项的翻译策略——以《茶馆》英译本为例[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版), 2019, 40(12): 91-96.
- [9] 王玮. 接受美学视角下的地方饮食翻译方法探究——以《新疆美食》英译为例[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2018.

- [10] Newmark, P. (2001) *Approaches to Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press, Shanghai, 175-176.
- [11] Mossop, B. (2010) *Translating What Might Have Been Written*. In: Baker, M., Olohan, M. & Perez, M., Eds., *Text and Context: Essays on Translation and Interpreting in Honour of Ian Mason*. St. Jerome, Manchester.
- [12] 张戈. 新疆特色食品名称英译现状及其翻译策略[J]. 语言与翻译(汉文版), 2014(4): 71-74.
- [13] Lefevere, A. (1992) *Translation Rewriting & the Manipulation of Literary Fame*. Routledge, London, 98-99.
- [14] 范祥涛, 刘全福. 论翻译选择的的目的性[J]. 中国翻译, 2002, 23(6): 27-30.
- [15] 杨国斌. 《文心雕龙》译后, 想到维特根斯坦[J]. 读书, 1996(1): 84-85.
- [16] 范祥涛. 文化专有项的翻译策略及其制约因素——以汉语典籍《文心雕龙》的英译为例[J]. 外语与外语教学, 2008(6): 61-64.
- [17] 李运兴. 字幕翻译的策略[J]. 中国翻译, 2001, 22(4): 38-40.