

操纵理论视域下的电影名译介研究

毛文俊,付明端

(浙江理工大学外国语学院,杭州 310018)

摘要:电影名译介在翻译策略选择上呈现直译、改译和另译并行的多元化态势。该种译介策略多元化源自主客体因素的叠加操纵。民族文化间的异质性导致电影名在源语和译入语语境下的差异化,这种差异化施加的客体环境操纵,使得译者不得不在电影名译介中进行被动适应,以补偿文化异质性带来的信息流失。同时,译者又可出于自身翻译理念和服务目的,发挥主体性对电影名翻译过程进行一定程度的主动操纵,以充分实现译名的美学、商业和文化价值。主客体因素共同作用,使得电影译名成为外在环境和译者共同创作的再生产物。

关键词:电影名翻译;文化差异性;译者主体性;操纵理论

中图分类号: H059 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-3851(2016)06-0542-05 **引用页码:** 120301

电影兼具艺术性、娱乐性、文学性和商业性,是典型的大众文化产品。一部电影的总文本包括了影片名、原剧本、台词对白、场景叙述等多个部分。其中,电影名是对影片主题内容、风格类型和情感基调的概括与浓缩,起着“导视和促销的作用”。^[1]电影名既是影片制作方和发行方宣传影片,吸引观众观影的标牌,也是观众获取影片初步印象的窗口。出于影片名所负载的该种广告宣传和信息导向作用,电影译名的优劣是影片能否成功实现其价值的前期基础^[2]。

在电影名翻译中,影片名译介策略呈现多元化态势,音译、增译和改译等各式翻译方式百花齐放。现有对于影片名译介策略的研究多以跨文化交流中的文化异同为切入点,进行单一维度的阐述。如有学者将影响电影名翻译的因素概述为思维差异、审美差异、价值观念差异和社会习俗差异等四方面^[3];有学者从英、汉民族的文化、语言和思维异同出发,进行论证^[4]。单以文化异同性为研究点对电影名译介中存在的影响因素进行阐释,这一视角的不足在于忽视了译者主体性对电影名翻译所带来的能动效应。在电影名译介活动中,除外在文化环境带来的

客观操纵外,还存在译者为实现电影名商业和美学价值而进行的主观操纵。为进一步阐明电影名译介过程中存在的该种主客体操纵,本文对2014和2015年的英美影片译名进行了样本调查。基于调查后的统计结果,以文化学派的操纵理论为视角,以旧有经典影片和样本影片的电影名翻译为例,对电影名译介中存在的操纵现象进行了阐释分析。

一、电影译名实证统计

为总结归纳现有电影名译介策略的特点,本文以中国国家新闻出版广播电影电视总局旗下的1905电影网作为统计样本来源,选取了该网站上列出的2014和2015年度国内市场评分在5.0及以上的美国影片作为影片名样本,以Excel2007作为统计工具,对电影名译介策略进行了分类统计。在本次样本选取中所采纳的各部影片,其英文影片名均为美版原名,中文影片名均为国内市场官方发行名。

本次统计的样本容量为106,将总样本中出现的影片名称译介策略划分为直译、改译和另译三大类进行统计。其中,直译包括逐字翻译、语序调整和音译;改译包括意译、增译、套译、删减和部分替换;

另译指完全摒弃原影片名的字面含义,另创译名。统计结果如表1所示。

表1 电影样本影名翻译策略统计

翻译策略	样本数	百分比/%
直译	43	40.57
改译	28	26.41
另译	35	33.02

从上表统计数据中可以看出,统计样本中采用完全忠实于原电影名称的直译策略进行影片名翻译的,占40.57%,不足半数;采用有所偏离于原电影名的改译和另译等创造式翻译策略进行电影名翻译的,占59.43%,比重更大。这一结果在一定程度上表明,对原电影名进行某种程度操纵的改译和另译策略,在电影名翻译中得到更为普遍的应用。此外,本文也对样本的影片译名长度进行了考察,发现使用贴近汉语表达习惯的四字格形式作为译名语言结构的电影有61部,占样本容量的57.55%,这表明译者在将外文电影译介入华语市场时,倾向于操纵译名的诗学表达,以贴近观众的阅读习惯和接受美学。

综上两点可见,相比照本宣科的直接译介,在电影名翻译中译介操纵是更为常见的翻译现象,这种操纵在策略上,既可以是对原文本有所偏离的改译,也可以是完全另起炉灶的另译;而在形式上,既可以是对原影片名称内容的操纵,也可以是对其诗学表达和用词的筛选。

二、影片名翻译中的客体操纵

翻译的操纵学派认为翻译是一种再生产活动^[5],在译本生产过程中无时无刻不存在着翻译主体与翻译要素间的交互作用,这种交互作用涉及到三个层面:源语文化和译入语文化中各种复杂因素对译者活动的客体操纵;译者出于自身翻译理念和翻译目的对译作生产的主体操纵;生产出的译作对源语和译入语文化环境的潜在效用和影响。前两种操纵往往相互叠加,共同影响从原文本选择直到译作完成的整个翻译生产链;后一种操纵则涉及译作评价,并会为后续同类型文本的翻译提供仿用模式。

在电影名翻译中,客体环境所带来的操纵多源于原语和目的语文化间的差异性。各民族在所生活的自然环境和所经历的社会历史发展上存在不同,随之积淀而来的民族文化差异性使得各民族群体在跨文化交流中不得不面对他者文化所带来的异质元素。异质文化元素是特定文化土壤下的积淀产物,为本民族群体广泛接受,但若移植入他者文化环境,

便会因其环境依赖性产生文化不兼容和文化偏离,遭到译入语文化的抵抗。在电影名翻译中,这种不兼容和偏离有三类具体呈现:一是文化概念上的不完全对应;二是旧有文化认知在新语境下的变异;三是文化空缺现象。前两者操纵译者,使其不得不对电影译名进行增删、阐释或部分替换,借助改译(rewriting)的手段,使得电影译名为译入语文化群体所理解、接受;后者则操纵译者摒弃原电影名称的字面含义,根据影片内容和主题立意,另译译名,借助创造性翻译(recreating)来实现电影名价值的有效传达。

(一)文化概念不完全对应

语言文字富含着一个民族特有的文化内涵,给人以特定的文化联想和心理感受^[6]。在电影名翻译中由于民族文化间的差异性,许多文化概念其所指意义虽然相同,但联想意义存在出入甚至是较大背离。此时为了处理该种文化不对应现象,译者便需在原电影名字面含义的基础上,根据影片主题进行适当改译。

动作电影 *Danny the Dog* 其中文名译为《猛虎出笼》,是文化概念不完全对应应在电影名译介处理中的一处实例体现。剧中主人公 Danny 由黑社会头目抚养长大,自幼被锻炼为功夫精湛又忠于命令的杀手,后经失忆等一系列变故,为人与人之间的真善美感动,弃暗投明,成为与反派抗争的骁勇斗士。原影片中 Dog 一词既是对主人公 Danny 了得身手形象比喻,又暗示出其在影片初段为他人控制,奉献愚忠的悲剧性身份。而在汉语文化语境中,虽也存在“狗”这一现实所指,但该喻体形象并不存在骁勇善战的隐喻含义,而一般用来喻指身份低微者或生活不如意者,如国产电影《卡拉是条狗》,其影片名中的“狗”一词既是指代影片主线之一的杂种狗卡拉,也是对剧中主人公浑噩生活的暗喻。因此该处若将 *Danny the Dog* 直译为“丹尼如犬”或“丹尼猎犬”,便会丢失原影片名的喻指信息,并且易给观众造成误解,误以为影片是介绍底层人物生活或讲述宠物丹尼的故事片。而将影片名进行喻体替换,改译为《猛虎出笼》后,“虎”这一喻体复现了对主人公 Danny 勇猛身手的喻指,“笼”这一喻体则点出了主人公初期受他人控制,丧失命运主动权的悲哀境遇。两者结合复写出了原影片名旨在传达的文化联想意义。此外“出笼”这一动词的使用,既点出了影片主打的动作片元素,又可营造出极强的画面感,吸引观众观影。总的来看,将 *Danny the Dog* 中文名译为

《猛虎出笼》,充分再现了原影片名的信息和文化价值,是改译策略在电影名翻译中卓有成效的运用实之一。

(二)旧有文化认知的变异

除了文化概念间的不完全对应外,有些影片名含有的异质文化元素虽在一般语境中已为译入语读者所熟知并接受,但在反映电影内容和主题的影片片名中,却发生了变异,使得其真实所指与观众对该概念的传统认知发生了相悖。此时,译者为妥善处理该类变异概念,使电影译名不被读者所误解,便需采用阐释性翻译等改译手段,进行电影名称的改写。

对英语影片 *Waterloo Bridge* 的影片名翻译是该类被动改译的典型例子。该电影在汉语中译为《魂断蓝桥》。分析来看,“waterloo(滑铁卢)”这一异质文化概念虽已为汉语读者所熟知,但在一般认知图式上,汉语读者将“waterloo(滑铁卢)”理解为对失败的隐喻性表达。因此,若将原影片名直译为“滑铁卢之桥”,很有可能使观众误以为该部电影是与拿破仑相关的战争片或与个人浮沉相关的励志片。而实际上 *Waterloo Bridge* 是一部描写男女主人公间凄婉爱情的爱情片。“Waterloo Bridge”指代的是影片中的滑铁卢大桥,该桥既是男女主人公 Cronin 和 Myra 初次相遇的场所,也是最终 Myra 选择为爱自尽的地点,是贯穿整部影片的关键线索。译者为避免“Waterloo”一词不同指代含义引起观众误解,选择了改译手法,仅保留原影片名中“bridge”的所指,译为《魂断蓝桥》。“蓝桥”一词出自《庄子·盗跖》中“尾生为守信候佳人,而于蓝桥相待,直至大水上涨,自己抱柱而亡”的典故,在汉语文化中喻指为爱殉情,与影片中滑铁卢桥的象征含义异曲同工。此外在影片译名中增译上“魂断”一词,更加直观地点出了男女主人公爱情的悲剧性,不仅能迅速引发观众的观影兴趣,同时可使观众在观影后细细品味,大呼译名的精巧传神。

(三)文化空缺

无论是电影名中文化元素的不完全对应还是其所指含义的变异,都可以通过增删等改译手段予以信息补偿或代换,但对于文化空缺所引起的客体操纵,改译策略难发挥效用,译者只能根据影片内容和主题另译影片名,进行再创造式的翻译。

例如美国影片 *San Andreas* 是以美国圣安德烈亚斯断层带为故事背景的灾难片,该地带是美国的地震多发区。对于美国本土观众而言,不需多加注解,便能从“San Andreas”一名中获知该词所指带的

叙事对象,进而理解到该电影与地震灾难有关。但若在汉语中直译为“圣安德烈亚斯”,汉语读者会如坠五里云雾,难以明确其所指,同时也难以触发观众的观影热情。因此,译者摒弃了原电影名而另起炉灶,新译为《末日崩塌》。该译名贴近电影的地震灾害救援这一故事主线,同时“末日”一词富有噱头,能带来关注效应,激发观众的好奇心和观影兴趣。这种另译手法在近年英语电影名汉译中屡有体现,如英语影片 *Selfless* 另译为《幻体:续命游戏》, *The Gunman* 另译为《使命召唤》, *November Man* 另译为《谍影特工》。在采用另译翻译策略时,译者所遵循的并不是传统意义上的“忠实”,即译者所忠实的对象并非是原电影名称这一直接源语文本,而是原电影名称所扎根的电影内容和文化主题。译者借助该种另译策略实现了对电影内容的忠实概述,从而在电影译名中正确传达出影片所要复写的信息和文化内涵。

简而言之,影片名翻译过程中文化差异性所带来的客体操纵,使得译者面临文化所指不完全对应、不同语境下的文化内涵变异和文化空缺三种语境情况。这种差异性引发的客体操纵使得生产出的译本(即电影译名)会与原作(即原影片名)产生一定程度的偏离。为了补偿甚至消除该种偏离,译者不得不对文化差异性进行被动适应,通过改译和另译的翻译策略,对译名进行操纵,从而关照电影译名信息价值和文化认知价值的实现。

三、影片名翻译中的主体操纵

操纵学派认为意识形态、诗学和赞助人等客体环境因素不可避免地会对翻译活动施加权力影响,但同时译者也可在大文化语境的框架下,发挥自身主观能动性,在一定程度上减缓外界操纵对译本生产的干涉,即外部环境客观操纵译者,译者主观能动操纵文本。

出于对译者主观能动性的强调,在具体翻译实践上操纵学派赞同改写、重写和编译等再创造式的翻译策略,认为翻译活动本质上是文化交流行为,其旨在实行的是文化转化功能,而非仅仅是字面文本上的忠实。该学派代表人物勒菲弗尔(André Lefevere)指出:“译者在处理源文本以及生成目标文本的过程中,为了达到一定的目的,有权对文本进行改写(rewriting),翻译就是对文本在某种形式上的改写。而改写就是对文本的操控,就是使文本按操控者即译者所选择的方式在特定的社会文化里产

生影响和作用^[7]”。具体到电影名译介中,译者在保证电影名称信息价值和文化认知价值充分实现的基础上,可通过对影片名用词风格和修辞手法的操纵,进一步实现影片译名的美学价值、文化认同价值和商业价值。

(一)对电影名美学价值的操纵

译者对影片名美学价值的操纵,往往体现为对译入语诗学传统的顺化表达,即选用易为译入语读者理解并符合其接受美学的修辞进行表达,组织译名语言。外文影片在译介入华语市场时多采用四字格修辞,是译者在翻译电影名称时为实现影片名美学价值而顺化操纵译名诗学语言的典型案例。如在近些年上映的外文电影中, *Insurgent* 汉语片名译为《绝地反击》, *Lost in the Sun* 译为《烈日迷踪》, *Interstellar* 译为《星际穿越》, *Unbroken* 译为《坚不可摧》,都是四字格修辞在电影名称翻译中的灵活应用。上述影片若将其名称分别译为“起义者”、“在烈日中迷失”、“星际”和“硬汉”,虽然也能传递出原电影名旨在实现的信息和文化认知价值,但却流于平淡,很难唤起观众的观影热情。电影译名的美学价值关注译名的语言形式和表达特点,讲究其在译入语群体(观众)中的可接受度和可读性。因此从美学价值出发,电影片名的翻译讲求摆脱原电影名在词语上的束缚,结合译入语的诗学表达传统和读者的美学期待视野,以艺术家的匠心对待原片,进行合理的选词和创造^[8]。即译者应善用本民族语言的表达形式传达出原作在形象、情感和用语上的艺术美,将原电影名所具有的美感传导给译入语读者(观众)。

(二)对电影名文化认同价值的操纵

在操纵译名的文化认同价值上,译者多会在用词上选用贴近译入语读者情感的认知模式,在译入语文化中具有特定象征意义和情感联想的词素或短语,操纵电影译名,以唤起译入语读者的情感和文化认同感,从而充分实现电影名的文化认同价值。例如外文影片 *Gone with the Wind* 改译为《乱世佳人》而非借用原书译名《飘》,便是强化电影译名文化认同价值的鲜明例子。在汉语历史文化语境中,“乱世”和“佳人”往往是凄婉爱情故事中不可或缺的两大元素。“乱世”之下的飘萍命运和无奈抉择,“佳人”喻指的红颜秀丽和佳姝倾城,构成了鲜明的故事矛盾,能给读者留下深刻的情感印象和心灵触动。如《桃花扇》、《拜月亭》等传统中国文学作品都将故事背景放置于乱世时代,描绘才子佳人在乱世浮沉中感人至深的爱情恋曲。将电影名 *Gone with the*

Wind 改译为《乱世佳人》,贴合了汉语观众的文化认同感,可使其迅速联想到中国文学传统中这两个词素所具有的伤感恋情隐喻,从而产生观影热情。

(三)电影名商业价值下的主体操纵

对电影名商业价值的关照,源于其文本宿体电影所具有的商品本质。电影是一种商业牟利目的明确的文化商品,所有电影都有一个共同的场域语境,即商业化,其拍摄和制作带有显著的市场导向痕迹^[9]。虽然作为精神消费品,电影也具有艺术性和创造性,可将其看作各种艺术元素的集合体,但电影的该种艺术创造及其所带给观众的精神享受最终仍是为了服务于商业价值的最大化。特别是对于电影制作方和发行方而言,在当今市场经济体系下,作为产业化经济流水线上制造出的利益导向产品,经济交换价值成为电影的核心价值。

作为电影的文本要素,电影名是影片内容的浓缩和精华,其功能就相当于商品的商标,起着广告宣传和吸引观众的作用,是一种商业目的推动下的市场营销元素^[10]。观众往往从电影片名中获取影片第一印象,推测影片主题和风格,并由此决定是否观影或进行相关消费。因此如何使电影译名富有生趣,吸引更多观众观影,从而实现影片经济效益的最大化,是译者操纵影片译名时的一大考察要素。如将电影 *Good People* 中文名另译为《罪恶赎金》,在点出原影片警匪剧类型的同时,其中文译名中“罪恶”和“赎金”两词间的反差又可带给观众疑问“为什么说赎金是罪恶的”,从而产生一探究竟的兴趣而进行观影。类似的,将电影 *Left Behind* 译为《末日迷踪》, *Momentum* 译为《绝命盗窃》,都借助另译的策略,选用“迷踪”、“绝命”等能激发观众联想和好奇心的词素组织译名,从而刺激观众观影。

总的来看,在遵循电影名基本信息价值和文化认知价值的基础上,译者可发挥自身主体性,对电影译名的用语修辞和美学风格进行某种程度上的主动操纵。该种操纵是译者个人翻译理念和对译作功能定位的体现,往往涉及到译者对观众群体和影片功能的考虑,是译者在电影译名美学价值、文化认同价值和商业价值关照下的主动选择。

四、结 语

在电影名翻译中,译介活动呈现翻译策略多样化,改译和另译策略并相绽放的态势。该结果的产生源于两大类操纵的叠加效应:一是文化差异性主导下的客体环境操纵,二是译者能动性主导下的主

体文本操纵。一方面,客体环境操纵使得译者需正视民族文化间的差异性,通过被动适应来实现电影译名的信息价值和文化认知价值;另一方面,译者也可发挥自身主体性,在大文化语境框架下主动选择翻译策略,对文本进行主体操纵,以更优地实现电影译名的美学价值、文化认同价值和商业价值。文化差异性造成的客体环境操纵和译者译介能动性带来的主体文本操纵共同作用,使得电影译名成为译者被动适应和主动选择共同作用下的再生产物。

参考文献:

- [1] 左义. 电影片名翻译的标准及质量评价[J]. 电影文学, 2011(11):148-149.
- [2] 杨渊. 从中西方文化差异看西方电影名的翻译[J]. 电影文学, 2014(7):150-151.
- [3] 李楠, 刘金铃. 文化视域下的中美电影片名翻译[J]. 电影文学, 2010(13):127-128.
- [4] 徐建国. 从电影片名翻译的角度看英汉翻译中的文化差异及其超越[J]. 外国语文, 2010(6):89-92.
- [5] 张红敏, 张红. 电影名称翻译的基本原则及其误译[J]. 电影评介, 2009(19):69-70.
- [6] HERMANS T. Translation in Systems: Descriptive and Systemic Approaches Explained [M]. Manchester: St. Jerome Publishing, 1999:68.
- [7] LEFEVERE A. A Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004:69.
- [8] 贺莺. 电影片名的翻译理论和方法[J]. 外语教学, 2001(1):56-60.
- [9] 范国文. 商业化语境下英语电影片名翻译原则再探讨[J]. 疯狂英语, 2011(6):180-183.
- [10] 刘亚娥. 基于市场导向的英文电影片名翻译策略[J]. 电影文学, 2012(19):149-150.

Study on the Translation of Film's Title Under the View of Manipulation Theory

MAO Wenjun, FU Mingduan

(School of Foreign Language, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The translation strategies of films' titles present diversification such as literal translation, rewriting and creative translation. Such diversification stems from overlapped manipulations of subjective and objective factors in the translating procedures. The heterogeneity of ethnic culture leads to differences of the film's title in source language and in target language. Such objective environment manipulation resulting from differences makes translators have to passively adapt in the translation of film's title so as to compensate information loss caused by cultural heterogeneity. Meanwhile, based on translators' individual translation views and service purpose, translators can perform subjectivity and to some extent manipulate the translating procedures so as to better fulfill the aesthetic, commercial and cultural values of films' titles. The joint influence of subjective and objective factors makes the translated title of the film a product jointly created by external environment and translators.

Key words: translation of film's title; cultural differences; translator's subjectivity; manipulation theory

(责任编辑:任中峰)