

基于目的论的影视名译入探究与实践

李慧慧

(湖南软件职业学院 经济管理学院, 湖南 湘潭 410111)

[摘要] 片名是影视产品的商标和广告载体,其译入质量直接影响到目标观众对其接受度。以实现影视信息的信息传递,激发观众的观看欲等功能为目的,选取部分传播良好的影视作品作为实例,实践了直译译入、意译译入、补译译入和创译译入四种不同翻译策略。

[关键词] 目的论; 影视名; 译入语观众; 译入实践

[中图分类号] I315.9

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-117X(2013)02-0106-04

Research and Practices of Film Title Translation Based on the Skopos Theory

LI Huihui

(Department of Economics and Management, Hunan Software Vocational Institute, Xiangtan Hunan, 410111 China)

Abstract: The film title is the trademark and advertising carrier of a film product, and its translation quality directly affects the acceptance of the target audience. This paper selects some popular translated films as examples of study and points out that in order to transfer the information of film and arouse the watching desire of target audience, the translators should enforce four tactics in their translation practices, namely literal translation, free translation, complementary translation and creative translation.

Key words: Skopos theory; film title; target audience; translation practice

一直以来,奈达的“等效”理论和严复的“信达雅”等传统翻译理论,受到翻译研究者和实践者的推崇。在《翻译批评的可能性与限定》中,赖斯提出了初步的功能派理论,指出根据翻译具体目标,译文与原文的功能,可能不同,译者应该优先考虑译文的功能,而不是对等原则。赖斯认为翻译行为,不是简单的语境转换,它更是译者目的的实现。在赖斯和弗米尔合著的《普通翻译理论基础》中,以行为理论为基础,把文本的目的作为译入的第一准则,进而提出了翻译目的论。目的论突破了传统的翻译过程准则,提出翻译行为并非单纯的语际转

换,更是译者目的实现,为译入实践指出了全新的实现路径。

一 目的论翻译理论与目的论的三大原则

功能翻译理论最重要的理论是目的论翻译理论(Skopos theory)。弗米尔认为:翻译是人类的一种行为,而人类的一切行为都是有意图,即有目的的。因此,实施翻译行为,也是为了达到目标或某种目的,甚至会对目标语境产生结果和影响。另外,诺德更为直接的指出,所有翻译行为均由翻译的目的决定;依据目的论,所有译入行为的首要法

收稿日期: 2013-01-22

作者简介: 李慧慧(1985-),女,湖南邵阳人,湖南软件职业学院教师,主要从事公共英语及商务英语研究。

则是整个翻译行为的目的,其目的决定了译入方法和译入策略;不同的译入行为有不同的目的,译者应根据特定译入情形的需要,选择不同的目的,并决定译入策略。段自力提出翻译者必须根据翻译目的来制定策略。^[1]由于外语和目标语,在语言和文化方面的差异,译入文和原文的不可能各方面都一致。因此,保留什么,改动什么,或者保留多少,改动多少,则必须视译入的目的而定了。

根据目的论,所有的翻译都应当遵循三大法则。

(一)目的法则。该法则是目的论的首先要遵守的法则。在整个翻译过程中,以及译入方法和译入策略的选择,都是由译入行为所欲达到的目的而决定的。

(二)连贯性法则。该法则是译文必须符合语内连贯。

(三)忠实性法则。该法则认为,忠实的程度和形式是由译文目的,及译者对原文的理解,二者共同决定。

在这三大法则中,目的法则是首要法则,需要首先遵循,而连贯法则和忠实法则是从属,该二者必须服从于目的法则。这个目的法则有三种解释:(1)译者的目的;(2)译文的交际目的;(3)使用某种特殊手段所要达到的目的。在通常的情况下,目的指的是依据译文的交际目的,该目的是由译入过程的发起人所决定的。实际上,译入者并不需要完全的、被动的接受发起人的“译入要求”,译入者可结合目标语读者的社会文化背景,以及对译文的期待和交际需要等因素,与发起人进行协商,共同决定目标语译入文的交际目的。在目的论看来,翻译是一种在一定语境中进行的跨文化交际,即应当把译入行为放在一个宏大的文化语境中去审视。因为,任何跨文化的行为,包括译入行为都得考虑到文化上的差异,显然,不同的文化有不同的人生观、价值观和世界观等,以及不同的行为规范和不同的交际环境。因此,译文必须在目标语文化中有意义,便于被目标语读者所理解和认同。

相比传统的翻译理论,目的论的显著特点是源

语地位的降低。传统翻译理论通常把源语文本放在了至关重要的地位,因此,要求目标语的转换要忠实于原文;而目的论则认为“目的决定手段”,“源语文本已不是译者的首要依据,源语文本只是译者在翻译前需获得的诸多信息的一种”。^[2]在翻译目的论看来,虽然降低了源语文本的重要性,但是译者也不可以抛开源语文本而进行创作。而是,译入者须根据翻译目的和期望译文所体现的功能,可以采取合适的、恰当的翻译方法和策略。

二 影视片名的特点

影视片名是影视产品的商标和广告。影视片名的翻译是文学翻译的一种,但又具有其特殊性,即它具有商业价值。因此译者在译入时不应当受到纯粹的翻译理论或原则的约束,而应该依据译入目的的不同,而采取适当的译入策略。影视片名又属于广告文本,所以影视片名的翻译应偏向于广告翻译。而广告的目的又可分为五种:(一)引人注目(attract attention);(二)唤起兴趣(arouse interest);(三)激发欲望(stimulate desire);(四)令人信服(create conviction);(五)敦促行动(get action)。因此,影视片名的译入,既要反映影视产品的主要内容,和暗示其类别,还需要简短醒目,别出心裁,以便能最大限度地吸引目标语观众,在目标语观众心目中留下难忘的印象,做到先声夺人,从而很好的发挥影视产品的自我宣传作用。因此,翻译影视片名时必须注意运用广告语言的感召力,尽力达到简洁明了、大众化和口语化。同时,译入者要充分考虑影视产品片名的文化性、商业性,以及目标语观众的心理和目标语的社会效应等因素,使影视产品的目标语译文做到文字优美、传情达意、琅琅上口和雅俗共赏。

三 影视片名的翻译策略

影视产品作为一种商业化的产品,其具有其商业价值。译入者在翻译影视片名时必须考虑到影视片名所欲达的目的,也就是译入者期望通过影视片名达成的某种效果,如唤起目标语观众的兴趣,

激发目标语观众的观看欲望等。弗米尔认为,目的论的一大贡献在于目的论为译入者增加了可供选择的翻译策略,替译入者松了绑,让他们不必局限于强加在他们头上的,而常常是毫无意义的直译。^[3]在对影视片名的研究中,吴立莉指出在中国多以能概括全剧内容为目的而确定影视产品的片名,一般实现概括、点题和提炼的作用,以及对影片的大致主题或感情基调的提示;而外国影视产品,则直接采用在剧情中起关键作用的人、物、事等为片名。^[4]傅雷曾说过:“中国人的思想方式和西方人的距离多么远。他们喜欢抽象,长于分析;我们喜欢具体,长于综合。要不在精神上彻底融化,光是硬生生的照字面搬过来,不但原文完全丧失了美感,连意义都晦涩难解,叫读者莫名其妙”。^[5]因此,译者在进行影视片名的译入时,为了达到传递信息、唤起目标语观众兴趣和激发目标语观众的观看欲等目的,采取灵活恰当译入方法。

(一)直译

直译也称之为全译,指在语言共性的基础上,在合乎译文规范和译文语言条件许可时,尽可能地保持原文的表达形式和思想内容,使源语与目标语在功能上达到重和,保持从词汇到语法结构,以及句式大体不变。这样既能保持片名的原汁原味,还能体现其原风原貌。

《保姆日记》,“The Nanny Diaries”。影片讲述一名在纽约大学念儿童教育的女主角,为曼克顿一家有钱人家当4岁男孩保姆的故事,从而数尽纽约市有钱人的嘴脸的故事。直译的方法不仅表明了影片的主要角色,还体现了影片的主题和内容,既忠实了原文也很自然,让观众一目了然。

直译的佳例还有:《丑闻纪事》(Notes on a Scandal)、《卷土重来》(The Comebacks)、《隔山有眼》(The Hills Have Eyes)、《老婆我爱你》(I Think I Love My Wife)、《甜蜜十一月》(Sweet November)、《墨西哥往事》(Once Upon a Time in Mexico)、《我为什么结婚》(Why Did I Get Married?)、《金枝》(The Golden Bough)、《千面英雄》(The Hero with Thousand Faces)、《美国黑帮》(American Gangster)。

(二)意译

不同的民族有不同的思维方式,如果一味直译的话有可能造成生硬和晦涩难懂。因此,在受到目标语社会文化差异的局限时,译入者舍弃原文的字面意思,以求译文与原文的内容相符和主要语言功能相似,以对影片内容的正确把握为根据,抓住原文的意义,抛弃原文的形式。^[6]这就是影视产品片名的意译,意译与直译的区别主要在表达形式方面。

《有完没完》,“Are We Done Yet?”。尼克买下了一处安静的乡间别墅,想逃开大都市的喧嚣和紧张生活,给自己和新婚妻子以及两个继子—琳赛和凯文营造一方更宽敞的空间。但是他的新房子却是一个昂贵的“豆腐渣工程”,上到屋顶下至每个房间几乎是纰漏百出,麻烦不断,而古怪的承包商更让他吃尽苦头。尼克快乐的田园梦变成了一场难以预料的噩梦。这个译名具有较强的幽默效果,既能让潜在的消费者产生很很好的联想,也符合汉语表达的习惯,促使他们走近影院进行的消费欲望。

此外,《大学新生》(Sydney White),《白头偕老》(Never Say Goodbye),《卧底线人》(The Inside Man),《丹的真实生活》(Dan in Real Life),《绿野仙踪》(The Wizard of Oz)等也都是意译的佳作。

(三)补译

外国影视片名习惯用影视作品中的关键的人或事做片名,同时为了追求简洁的效果,有时一个单词就是一个片名。因此,译入者在翻译时需增补片名的信息量,充分表现原片内容,使译品更符合译入语观众的心理接受和文化期待,更匀称和上口,更具有联想美。

《骑士俏佳人》,“La Femme Musketeer”。瓦伦蒂娜作为法国最著名的骑士达塔尼昂之女,她不仅从父亲那儿学会了精湛的剑术,也继承了他对骑士事业的热忱。该影片讲述了瓦伦蒂娜以及新一代的骑士们为了终止法国与西班牙之间的大战,也为了效忠于他们的国王,与主教的守卫们展开了殊死的搏斗的故事。影视原片名为法语,若直译则为《女骑士》。但是《骑士俏佳人》采取了补译的策

略,一个“俏”字就可让观众产生丰富的联想,从而实现其呼唤功能,唤起了观众的兴趣,也吸引了观众的眼球。

同样采取补译的还有:《谍影重重》(The Bourne Ultimatum)、《怪物史莱克》(Shreck)。

(四)创译

创译是对原片名的叛逆,即脱离原片名,根据影片内容另取译入名。当直译,意译和补译,都难以满足片名译入的要求时,译者者可考虑用此创译。但是创译不是任意而为的,它必须紧扣影片内容或思想主题。

《八月迷情》(August Rush),影片讲述了一个具有非凡音乐才能的孤儿利用他的音乐天赋寻找在自己出生之日被迫分离的父母的的故事。“August Rush”是其在纽约街头卖艺为生时取的艺名。有译者将其译为《流浪乐手》《八月急流》。但是这两种译法远没有《八月迷情》翻译的妙。《流浪乐手》虽然会让观众想到街头的流浪艺人,但是该片名的翻译并没有紧扣影片内容所表达的中心思想。直译成《八月急流》的话,会让读者一头雾水。《八月迷情》则不仅体现了小男孩寻找父母时的曲折过程,还激发了观众的联想和兴趣,抒情意味也浓厚,既传情大意,文字也优美。从审美功能来看,译名精练工整,符合目的语规范。

创译的其它佳作还有:《相思成灾》(Love and Other Disasters)、《结婚纠察队》(License to Wed)、《新人恋曲》(Something New)、《奇招出尽》(Anything Else)、《恋恋师情》(Loving Annabelle)、《惊声万圣节》(The Scream Team)、《失踪的宝贝》(Gone Baby Gone)、《最高荣誉》(Someone Was Watching)、《小鬼上路》(Are We There Yet?)。

参考文献:

- [1] 段自力. 翻译目的论介评[J]. 渝州大学学报, 2000, 17(2): 81-84.
- [2] Nord, Christiane. Translation as a Purposeful Activity - Functionalist Approaches Explained[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001: 27-37.
- [3] 张南峰. 中西译学批评[M]. 北京: 清华大学出版社, 2004: 111-136.
- [4] 吴立莉. 从英汉思维差异看电影片名翻译[J]. 安徽警官职业学院学报, 2007, 6(3): 89-91.
- [5] 陈福康. 中国译学理论史稿[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2000: 388-396.
- [6] 陈宏薇. 汉英翻译基础[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1998: 94-102.

责任编辑: 李珂