

翻译与文化研究

Translation and Culture Studies

华先发 杨元刚 主编

第十辑



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

翻译与文化研究

*Translation and
Culture Studies*

第十辑

主 编 华先发 杨元刚
副主编 胡孝申 雷万忠 许明武



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

翻译与文化研究. 第十辑/华先发,杨元刚主编. —武汉:武汉大学出版社,2017.6

ISBN 978-7-307-19377-2

I. 翻… II. ①华… ②杨… III. 翻译—文集 IV. H059-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 130539 号

责任编辑:罗晓华

责任校对:李孟潇

版式设计:韩闻锦

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:虎彩印艺股份有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:30.75 字数:710千字 插页:1

版次:2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷

ISBN 978-7-307-19377-2 定价:68.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

编委会名单

主 编 华先发 杨元刚
副 主 编 胡孝申 雷万忠 许明武
助理编辑 于 弋 张 玲 赵 姗

编委 (按姓氏拼音为序)

曹 曼 (湖北第二师范学院)
杜青钢 (武汉大学)
樊葳葳 (华中科技大学)
甘文平 (武汉理工大学)
胡孝申 (武汉大学)
华先发 (华中师范大学)
雷万忠 (江汉大学)
刘国枝 (湖北大学)
马 萧 (武汉大学)
双文庭 (武汉科技大学)
魏家海 (华中师范大学)
许明武 (华中科技大学)
杨元刚 (湖北大学)
余乘法 (中南民族大学)
余建明 (黄冈师范学院)
张鑫友 (张鑫友语言研究中心)

前 言

今年编撰的《翻译与文化研究》已经是第十辑了，这也标志着本文集已历经十年风雨的洗涤，由一株幼苗长成了一棵参天大树。如今，《翻译与文化研究》在国内已经具有一定的知名度，广大外语教师 and 外语专业研究生已将之视为自己学术肇始和发展的“亲水平台”。这一平台不仅承载着莘莘学子的人生梦想，更是记录着他们专业进步的每一个足迹。这些足迹遍及外国文学、文化、语言、翻译及外语教学等领域，踩出了人生的绚丽轨迹，踏出了学术的满园春花。本着这样的理念、这样的希望，《翻译与文化研究》(第十辑)收录了一百多篇论文，涵盖了“翻译理论研究”、“翻译技巧与方法研究”、“翻译与文化研究”、“文学翻译研究”、“外国文学研究”、“外语教学研究”及“语言与文化研究”。鉴于书名所言，本文集依然聚焦于讨论翻译问题，同时兼顾外国文学、语言学、比较文化及外语教学等问题。尽管讨论翻译问题的文章仍然围绕着“何为译”、“怎样译”、“为何译”这些话题，但认识同一问题的思路是会因时代的变迁而变化的，讨论文学理论或作品、语言学、文化及外语教学也无例外。正所谓“今人不见古时月，今月曾经照古人”。希望本辑的出版能继续传承编者的编辑理念，促进翻译和文化研究领域的学术进步，更希望读者能通过阅读这些文章有所感悟、有所反思、有所收获，在自己的专业领域更上一层楼。最后，本文集能得以顺利编辑出版，我们要感谢全体撰稿人和武汉大学出版社的谢群英老师的热情支持！限于编者的水平及其他客观

因素，本文集中可能存在一些不足之处，希望广大读者批评指正。

华先发

2017年4月

目 录

上 篇 翻 译 研 究

上篇一 翻译理论研究

从纯理功能理论分析英汉广告语篇翻译	张 帆/003
从改写理论看英语新闻的汉译与调整	刘佳音/008
从功能翻译理论角度分析《夏洛的网》的翻译策略	尹书琪/011
从洪堡特语言哲学角度分析翻译现象	
——以 BBC 系列纪录片中国新年为例	谢婧婧/015
从图里翻译规范视角解析庞德《华夏集》的翻译	陈佳珺/019
多元系统理论关照下“五四”时期的翻译文学	朱亚敏/022
翻译美学视角下的散文翻译	
——以“The Fall of the Leaf”的翻译为例	操雪蕾/026
目的论视角下中药说明书的文体特征及其翻译策略	宋雨诗/031
目的论视阈下电影片名翻译之探微	王 敏/036
目的论在新闻标题英译汉中的应用	朱亚敏/039
目的论指导下的广告双关语翻译策略探究	游岚燕/043
从目的论视角分析旅游文化的翻译	
——以武汉东湖宣传册翻译为例	梅 静/048
乔治·斯坦纳阐释学翻译理论观照下的译者主体性研究	
——以《三体 I》英译本为例	刘 畅/052
生态翻译学视角下中国文化特色词的英译研究	杨熹鸣/057
顺应论视角下对莎士比亚戏剧中双关语翻译的探析	邢 颖/062
从社会符号学的角度看欧美流行音乐歌词翻译	刘成成/066

上篇二 翻译技巧与方法研究

内地电视剧名的英译方法及存在的问题	祝慧敏/071
跨文化视角下的隐喻及其翻译策略	王 佳/075
论《骆驼祥子》法译本的翻译策略	吴 妨/079

美剧《权利的游戏》字幕的归化策略	张凌云/083
浅评《北京折叠》英译文的翻译技巧	张 正/087
浅谈菜名英译中的文化缺省与补偿策略	王紫晶/093
浅谈法汉交替传译中的笔记技巧	殷 芹/097
浅析电影片名的翻译原则及方法	邓婕林/101
浅析译作《在亚当之前》中“转换”这一翻译技巧的使用	田 黎/104
浅析具有鲜明中国文化特色的人名的英译方法	朱 喻/109
以目的语为归宿的外宣翻译	

——以《武汉东湖——中国最大的城中湖》翻译为例	谢立雄/115
-------------------------------	---------

文本类型理论指导下的标识语的英译

——以武汉市为例	高小影/121
浅析化妆品品牌名称翻译	贺梦君/126

上篇三 翻译与文化研究

从归化与异化看日本电影名的汉译	王彤欣/130
汉英两种语言中有关“鸡”的表达的联想意义与翻译	张 正/134
从接受美学视角看人名翻译的归化与异化	辛美慧/138
浅谈文化与翻译	

——以《飞鸟集》两个英译本为例	潘梅梅/142
-----------------------	---------

浅谈广告背后的文化价值及翻译技巧	王 婵/147
------------------------	---------

浅析《生活大爆炸》字幕翻译中颜色词的“变色”	马 燕/151
------------------------------	---------

浅析释义理论在字幕翻译中的运用

——以美剧《复仇》为例	徐灵瑶/155
-------------------	---------

浅析文化差异下的英汉颜色词翻译	张雅薇/159
-----------------------	---------

社会变量视角下的商标翻译分析	叶 敏/163
----------------------	---------

英汉网络新词对比与翻译	周 男/167
-------------------	---------

英汉文化差异对中英电影片名翻译的影响	吴曼玉/171
--------------------------	---------

文化差异对翻译的影响

——以廖美珍教授的译本《在亚当之前》为例	代红二/175
----------------------------	---------

女性化妆品商标汉译中的文化意蕴	毛甜宁/179
-----------------------	---------

英汉动物文化比较与翻译	孟金霞/182
-------------------	---------

从中西方“狗”文化差异视角看与“狗”有关的英汉习语互译策略	钟辉兰/187
-------------------------------------	---------

从中西文化角度论“龙”这一意象的翻译	王丽丽/191
--------------------------	---------

从语义范畴看“眼”与“eye”在英汉习语中的互译	张 倩/196
--------------------------------	---------

上篇四 文学翻译研究

<i>The Importance of Being Earnest</i> 余光中与钱之德中译本比较分析	周启琪/201
---	---------

从英汉对比角度看《红楼梦》霍译本中的“变译”	余三三/206
------------------------------	---------

从功能对等视角看廖美珍译作《在亚当之前》中英汉颜色词的翻译	张凌云/211
基于语料库的《我若为王》译本对比分析	徐 玲/215
浅谈文学翻译中译者的隐身	杨 澜/220
浅析合作原则在文学翻译中的应用	周 云/223
认知诗学观照下王维山水田园诗中禅境的英译研究	张 玲/227
译者：中国文学“走出去”的摆渡人	吕 奇 龚佳琪/231
后结构主义视角下的性别与翻译研究	
——以《沉重的翅膀》与《紫色》为例	何晓冰/234
论《阿丽思漫游奇境记》中的双关语翻译策略	
——基于德拉巴斯替塔的双关语翻译理论	向怡丹/239
浅析散文《海上日出》与《离别》中颜色词的翻译	万方梅/243

下 篇 文化研究

下篇一 外国文学研究

“矛盾”的樋口一叶	
——浅谈一叶的斗争意识、妥协意识	汪媛媛/249
《世界尽头与冷酷仙境》中影子的隐喻	李 刚/253
向死而生：论《死者》中加布里埃尔·康洛伊的精神转型	孙思涵/257
《逃离》中的生态女性主义特征	陈凤菊/261
《舞姬》的浪漫主义	
——浅析其不彻底性	高子瑜/265
比较《被遗弃的韦瑟罗尔奶奶》和《献给艾米丽的玫瑰》在人物塑造	
技巧上的异同	瞿 珊/268
从《已故上校的女儿们》看曼斯菲尔德的短篇小说特点	魏田田/271
从空间叙事角度论《黑莓之冬》中主人公的认知成长	熊 森/275
对让·日奈的戏剧《女仆》中三位女性人物的分析	杨敬萱/279
福克纳的历史观	
——从新历史主义批评角度解析《献给艾米丽的玫瑰》	侯 娟/283
福斯特分裂的两个“我”在小说《莫瑞斯》中的投射	王 金/287
关于日本出轨剧的分析	
——以《昼颜》为中心	陈亚楠/291
从空间女性主义视角解读《一个小时的故事》	刘旒媛/296
论《便利店人》中的空间隐喻	郑 格/300
论《秀拉》中的母爱主题	郑庆庆/304

浅谈小说《这里的黎明静悄悄……》的艺术魅力

——对其中几组对立面的研究 袁 圆/307

浅析《源氏物语》中的道教思想 王 辉/311

浅析吉本芭娜娜小说关于女性恋爱的用语表达

——以《湖》为例 葛 桐/314

小说《茫茫藻海》的复调结构 胡 月/318

一样的南方,一样的命运

——《被遗弃的威塞罗尔奶奶》和《献给艾米莉的一朵玫瑰》中的
女性形象比较 魏丹丹/323

异化下的苦歌

——评析《普鲁弗洛克的情歌》 赵 姗/326

《已故上校的女儿们》中的象征意象分析 杨继航/330

下篇二 外语教学研究

创设语言教育多元化的研究生英语课程环境 雷翠芳/334

大学英语教学中对学生跨文化交际能力的培养 黄 薇/338

翻转课堂在大学英语教学中的应用研究 张 翔/341

阅读英文原著提高英语专业学生口语能力的实验研究方案 阮 琳/345

教育国际化背景下学术能力与研究生英语教学整合研究 杨 柳/349

日语词组及句中声调核的改变 叶文杏/352

输出驱动与大学英语微课堂设计 李 敏/357

网络环境下大学生英语学习情感心理现状调查 卢 洁/360

微时代下大学英语微课建设之路径 王 瑰/364

维特根斯坦“语言游戏论”对英语教学的启示 罗云云/367

形成性评价在专业英语教学中的应用与反思 阎 铨/371

影子训练法在日语学习过程中的应用 李 阳/375

阅读中词汇的不同注释方式对英语专业学生词汇附带习得的影响 王静静/379

中村正直の女子教育实践 郭妍琦/384

语音学视野下的中介语石化研究

——基于英语学习者语音规范化的研究 邓元元/388

下篇三 语言与文化研究

从副词看日语拒绝表达的暧昧性 胡芳琪/393

“活下去”以及“怎样活下去”

——《十八岁出门远行》和《我的弟弟康雄》 王大宝/396

奥巴马政治演讲中的对照辞格赏析 赵巧云/401

巴西宗教现状概述 熊芳华/406

从和制汉语与和制英语浅谈日语语言的再生能力 徐心瑶/409

从民间故事看中日两国文化差异	赵晓阳/413
法国对外文化传播的方式	邓毓珂/417
浅析洪堡特语言个性观	丁朝晖/421
流行语流行的模因论分析	
——以 2016 年 U-CAN 新语·流行语为例	占思聪/425
浅谈俄语夸张修辞	陈怡融/429
浅析《你的名字。》中的意象“結び”	王 乐/434
浅析宫崎骏动画中的自然意识	刘婷婷/438
浅析日常会话中沉默的语力	乔 娜/442
浅析事实婚	
——以电视剧《逃げるは恥だが役に立つ》为中心	王 莹/446
人名即是剧名	
——论日剧标题中的主人公意识	李 炎/450
日本江户幕府的“米本位经济”	谭 斌/454
英汉语主要颜色词的象征意义的对比研究	王 丹/459
政治委婉语及其功能分析	毛燕青/463
中日青少年校园欺凌及预防对策	
——以我国校园暴力事件为视角	贾 茹/467
中日妖怪文化比较研究	
——以“蛇”的形象为中心	韩晨煜/470
安阳方言中语气词“不咋”的人际功能解读	张婷娟/474
认知语言学角度下韩语味觉词的隐喻功能	
——以“辣”为例	杨茜雯/479

上 篇

翻 译 研 究



上篇一 翻译理论研究



从纯理功能理论分析英汉广告语篇翻译

张 帆

(华中师范大学外国语学院, 武汉 430079)

一、前言

随着商品经济的发展和大众传媒的普及,广告已经成为现代人生活中必不可少或无法避免的一部分。广告语篇是一种特殊的体裁,它的不同之处在于它的“说服力”。它必须在最短的时间引起受众的共鸣,从而产生购买行为。但到目前为止,广告语篇翻译的研究还不足以顺应广告业发展的需求。本文以韩礼德的系统功能语法的三大纯理功能为理论框架,以书面广告语篇为研究对象,立足在实现广告的劝导说服功能的前提下,分析如何使广告译文更好地实现广告语篇的特征,以探讨广告语篇与最佳翻译之间的动态平衡。广告语篇分析可以从多角度出发,但从功能语法角度更能使我们剖析广告语篇的特点,挖掘广告语言的内涵,并为最终做好广告翻译铺平道路。

二、广告语篇翻译

语篇是一段能形成一个整体的文字,不管是口头的还是书面的,也不管其长度如何(Halliday and Hasan, 2001)。系统功能语法创始人 M. A. K. Halliday 在 *An Introduction to Functional Grammar* 一书中明确指出,构建语法功能的目的是为语篇分析提供一个理论框架,这个框架可以用来分析英语中任何语篇。黄国文(2001)认为,系统功能语法是一个比其他理论更适合于语篇分析的理论,是一种可操作性强、实用性强的语篇分析理论。

20 世纪 80 年代,广告语篇分析开始兴起。许多学者从语言学中的不同角度研究分析广告语篇,包括文体学、语用学、修辞学等。其中研究成果颇为丰富,为后来的研究奠定了坚实的基础。近年来,一些学者从功能语法的角度对广告语篇进行分析,本文将进一步地从这方面对广告语篇的翻译问题探讨。

商业广告语篇的功能不仅仅在于提供信息,更是要影响、说服消费者购买广告中的商品或提供的服务。由此可见,广告翻译在这个过程中起到了相当重要的作用。广告译

文的最终目的不是纯粹的欣赏,而是有效地推销产品、服务(商品广告)或推广某种理念(主要为公益广告)。(李克兴,2010:25)

三、功能语法

纯理功能是韩礼德(Halliday)系统功能语法中的重要组成部分,它包括三种元功能:概念功能(ideational function)、人际功能(interpersonal function)和语篇功能(textual function)。

概念功能(ideational function)表示语言用于表达主客观世界中的过程、事物、现象等以及这些过程、事物和现象之间的并列、从属、线性循环等逻辑关系;人际功能(interpersonal function)表示语言用于人与人之间关系的表达。它表示交际者之间的角色关系、地位和亲疏关系、交际者的口气、态度、对事物出现的可能性和出现频率的评断和估价等;语篇功能(textual function)指说话人把概念功能和人际功能组织成语篇的功能,它使语言内部成为一个语义整体,并使它与语境联系起来,成为语境的一个组成部分。(张德禄、苗兴伟、李学宁,2005;严世清,2005)

四、广告语篇翻译分析

(一)概念功能分析

系统功能语言学中,概念功能包括经验功能和逻辑功能。经验功能指语言对人们在外部世界以及内心世界的各种经验加以表达的功能(Halliday,2000)。逻辑功能表示小句与小句之间关系的机制,以表现为并列关系或从属关系的形式出现。

及物性(transitivity)指的是描述小句的系统,它的构成要件是过程和参与者(participant),在多数情况下还有环境成分(circumstance element)。环境成分表示动作发生的时间、地点和方式等。经验功能主要由及物性来体现。Halliday认为,及物性系统把经验世界分成若干过程类型。他把过程类型分成六种:物质过程(material process)、关系过程(relational process)、心理过程(mental process)、言语过程(verbal process)、行为过程(behavioral process)和存在过程(existential process)。物质过程涉及的是动作(doing),像跑步、玩耍之类的动作过程;关系过程是一个物品与另一个物品的关系,或指一个物品的性质、特征、情形等;心理过程涉及的是“感觉”(perception)、“情感”(affection)和“认知”(cognition),像看、听、喜欢、害怕、认为、理解之类的非动作过程;言语过程是指人们通过说话来交流的过程;存在过程是指某人(物)的存在情况。

要对一个小句进行及物性分析,涉及的主要有四方面的问题:(1)这是什么过程(process)?(2)这个过程要求多少个参与者(participant)?(3)这个(些)参与者在小句中起到什么作用?(4)小句中是否有环境成分(circumstance)?它(们)表示哪方面的意义?

原文:Maybe she's born with it.

Maybe it's Maybelline.

译文:美来自内心

美来自美宝莲

——Maybelline/美宝莲

小句	英语广告原文				中文广告译文			
	过程类型	过程	参与者	环境成分	过程类型	过程	参与者	环境成分
1	关系过程	is born with	she; it	无	关系过程	来自	美; 内心	无
2	关系过程	is	it	无	关系过程	来自	美	无

在这则广告中，小句 1 和小句 2 均属于关系过程。关系过程一般表示描述意义。这说明广告商在叙述时，把自己置于消费者的位置，试图从消费者的角度阐释描述他们想要的，再通过及物性过程将此表现出来。小句 1 中广告原文的参与者是“she”和“it”，译文的参与者是“美”和“内心”，虽然并不对等，但在翻译过程中，笔者认为只要译文能完成广告的目的就是好译文。

(二) 人际功能分析

人际功能指的是人们用语言与其他人交往，用语言来建立和保持人际关系，用语言来影响别人的行为，同时也用语言来表达对世界的看法。

在日常交际过程中，主要有两个言语角色，一个是给予(giving)，另一个是索取(demanding)；交换的既可以是“信息”(information)，也可以是“货物和劳务”(goods-and-services)。如果我们把言语角色和两种交换物组合起来，便构成了给予信息、索取信息、给予货物和劳务、索取货物和劳务这四个言语功能，即“提供”(offer)、“陈述”(statement)、“命令”(command)、“提问”(question)。

这四个言语功能通过语法上的语气(Mood)来体现。从语法的角度看，语气由主语(Subject)和限定成分(Finite)组成。限定成分指小句中动词词组的第一个功能成分。

原文：Our expertise across sectors is unequalled.

That's knowledge you can turn to your own advantage.

译文：荷兰银行丰富的经验遍及各行各业

更重要的是这些经验与知识将助您占尽优势

——ABN · AMRO Bank/荷兰银行

小句	英语广告原文			中文广告译文		
	主语	限定部分	语气	主语	限定部分	语气
1	Our expertise	is	陈述	荷兰银行的经验	遍及	陈述
2	That	is	陈述	这些经验	是	陈述

以上对广告语篇的语气资源分析表明，小句 1 和小句 2 的语气均为陈述语气。这表明广告语篇的发话者是向自己心目中的顾客推销自己的产品——荷兰银行，他所充当的角色是信息的发布者。他既没有向受话者发命令，也没有向受话者提问，从而使得商家与潜在的消费者之间的互动和协商更加容易。译文亦采用陈述语气，改变的地方在于将

“Our expertise”译为“荷兰银行的经验”，而不是“我们的经验”，这样有助于观众更加清楚广告商所推销的商品。

如果交换的商品是信息，那么情态从可能性(probability)或者经常性(usuality)角度来看信息的可靠性程度；如果交换的商品是货物和劳务时，情态则指说话者对交换的最终成功性的自信程度(Thompson, 2000)。小句2中的 you can turn to your own advantage 是 knowledge 的定语从句，其中 can 表示量值(value)较高的可能性，加强了荷兰银行的可靠性。

(三) 语篇功能分析

主位结构(thematic structure)是语篇功能的体现形式之一。主位结构由主位(Theme)和述位(Rheme)构成。主位指小句的第一个成分，是信息的起始点。主位之外的成分是述位。

特殊主位结构表示说话者可以用不同的方式来处理其信息结构以确立特定的信息起点。谓化主位(Predicated Theme)是其中的一种特殊情况，即传统语法所说的强调句。

原文：It's not your car
It's not your friends
It's not your job
It's your watch that tells most about who you are

译文：你的名车爱车
你的名流朋友
你骄傲的工作
都无法代表你自己
唯有你手上的表 是你真正的风采

——Seiko/精工

小 句	英语广告原文	中文广告译文
	主位	主位
1	It's not your car	你的名车爱车
2	It's not your friends	你的名流朋友
3	It's not your job	你骄傲的工作
4	It's your watch	你手上的表

在这则广告中，广告原文与广告译文的主位是一致的。原文中前三句话均为省略句，而省略的部分在最后一句终于陈述出，为“tells most about who you are”。同时，广告商采用强调句的句式去推销商品。他强调“不是……不是……不是……”，而是他推销的商品“tells most about who you are”。先否定再肯定的强调句增加了对比性，也加强了最后肯定强调句的作用。广告译文在翻译过程中，把原文中的省略句补全，翻译出