

语言·文化·传播丛书



外国语言文化研究

(第一辑)

舒笑梅 主编



中国传媒大学出版社

语言·文化·传播丛书



外国语言文化研究

(第一辑)

舒笑梅 主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

外国语言文化研究. 第1辑/舒笑梅主编. —北京: 中国传媒大学出版社,
2010.9

(语言·文化·传播丛书)

ISBN 978-7-5657-0037-8

I. ①外… II. ①舒… III. ①文化语言学—研究—外国

IV. ①H0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 156095 号

外国语言文化研究 (第一辑)

主 编: 舒笑梅

责任编辑: 张 旭 李水仙

责任印制: 曹 辉

封面设计: 大鹏工作室

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 15.75

版 次: 2010年10月第1版 2010年10月第1次印刷

ISBN 978-7-5657-0037-8/H·0037 定价: 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

中国传媒大学作为信息传播研究领域的学术重镇,以培养广播电视领域高层次人才而闻名于海内外,学校在致力于传媒内容和形式创新研究的同时,也积极建设和发展传统学科,外国语言文学学科就一直是我校的支柱学科之一。外国语言文学学科起源于北京广播学院(现中国传媒大学)建校之初的三大系之一——外语系。自建校以来,外国语言文学学科的老师们在这片传媒的土地上默默耕耘,把外国语言文学学科逐渐建设成为中国传媒大学的支柱学科之一,本学科现有21个本科专业,拥有国家级特色专业1个,教育部非通用语本科人才培养基地1个。本学科根据国家发展的需要,重点建设英语语言文学学科,同时大力发展非通用语种,先后开办过斯瓦希里语、孟加拉语、泰米尔语、普什图语、波斯语、葡萄牙语等23个外语专业,在很长时间内曾是国内高校开办外语语种最多的院系,直接为国家的外宣和外交工作培养和输送了大批优秀人才。在长期教学科研实践过程中,本学科凸显四个主要研究方向:现代语言学研究、英美文学研究、翻译理论与影视译制研究和跨文化交际与外语教学研究,产生了大量的创新成果,形成了多语种教学与科研共同发展的学科特色。同时本学科依托学校优势,突出跨学科教学及科研的特色,站在培养国际传播人才的高度,从人文社会科学的广阔视野强化语言、文学和翻译等领域的研究:在现代语言学研究方向,分析语言现象,探讨语言的本质属性,为外语教学提供有力的理论支撑;在英美文学研究方向,将文学普及与文化提高相结合,把影视作品纳入文学研究视野,从中国学者的角度出发,研究英美经典文学;在翻译理论与影视译制方向,以中外影视作品的翻译问题为研究对象,探讨培养影视翻译优质人才的可行之路;在外语教学与跨文化交际研究方向,深入

研究语言对象国的社会文化及表现形式以及语言使用的適切性等问题。“已是花繁树,尤思果满枝”,本学科的教师在承担着繁重全校大学英语公共课和多语种教学任务的同时,在教学之余,努力从事外国语言文化研究,以绿叶的奉献精神,默默地烘托着朵朵美丽的传媒奇葩灿烂绽放。本书收录的就是中国传媒大学外国语学院的部分教师近年来在语言学、文学、文化、翻译等方面研究的一部分比较优秀的学术论文。其内容不仅涉及语言学理论、文学理论和翻译理论研究等,也有语言教学等应用方面的研究。本书以理论篇、学习篇和实践篇为导向,体现了以下两个特点:一是理论与实践相结合。历史证明,任何理论只有与实践相结合才有肥沃的土壤,才能开花结果,否则只能是昙花一现。二是研究角度广、知识面宽、洞察力深的多语种研究。力求发现不同民族、语言和文化的不同特点,进而探索人类认知和语言的普遍特性。它充分体现了我校外国语言文学研究的特色,以外国语言本体研究为基础,语言教学研究、多语种研究和跨学科研究并重,共同支撑中国传媒大学传媒信息等学科领域的健康发展。

感谢中国传媒大学学校领导以及学校相关单位的关怀、支持和大力资助,感谢那些曾经帮助过我们的学界师友,这本书虽然谈不上是什么重要的研究成果,有的文章甚至还存在幼稚之处,但这些都是我们在成长过程中的点滴记载。学无止境,学术研究更无止境,我们深感从事学术研究不是一件容易的事情。然而我们坚信,在学术的道路上,只要持之以恒,不断学习,就会有进步,就会有提高;只要做到心平如镜、淡泊名利,就会有收获。因此我们要一如既往地坚持做下去。

感谢中国传媒大学出版社编辑的热情帮助,她们在本书出版的过程中付出了大量的心血。

由于学术水平的限制,书中不乏不够成熟和偏颇之处,诚恳希望读者对书中的缺点或错误提出批评,以帮助我们进步,继续研究。

李佐文

2010年9月

目 录

序

李佐文 1

理论篇

影视翻译语境论

——对译制问题的语言学思考

麻争旗 1

从单性到双性:格·斯泰因的《埃达》解读

舒笑梅 14

国内 ESP 教学与研究综述

严 玲 20

浅析话语实践分析教学法

李烨辉 30

略论西方女性主义文学批评的缘起及其三大主要流派

付京香 39

英语语言文化教育对二语教学的作用

李 阳 46

英汉翻译中对含义的处理

郭 新 盖梦丽 53

学习篇

论“情境演播”的语用意义

——对促进快速掌握英语语言能力训练法的语用学理论点分析

林海春 60

试析“在”字介词结构全句修饰语的语义虚化	丁维莉 69
浅析小说与自传中议论的合理性问题	凡保轩 81
一语双关,译出灵秀之美	
——例析双关语翻译中等效原则的运用	陆 香 91
对罗伯特·弗罗斯特《修墙》一诗的功能分析	唐惠润 100
论大学英语网络教学的推进及融合	代 芊 109
心理词汇的组织及提取模型探讨	刘 颖 115
法语跨文化教学的输出与引进	尹明明 125
试析法语教师课堂中的元语言行为	张 戈 132
激情和幽默感在大学英语教学中的应用	付 江 144
建设语言实验室教学保障体系为外语教学保驾护航	詹 群 148

实践篇

从色彩的符号意义看东西方文化	
——以紫色为例	盖莲香 张舒阳 153
话语分析在语音教学中的应用	丁硕瑞 161
浅析大学英语教学中的小组活动	杨 峰 169
浅谈大学英语教学中学生跨文化意识的培养	沈玲芬 177
计算机多媒体辅助大学英语教学	
——以美国部分大学的教学实践为例	黄小强 183
多媒体技术在专业法语基础教学中的应用初探	徐海燕 188
交际教学法与葡萄牙语口语教学	张方方 195
日语敬语表现的社会文化特征分析	王玉霞 202
柬埔寨民间故事类型初探	徐 滋 李轩志 208

从归化与异化角度谈意汉熟语翻译及文化差异	杨 柳 214
浅析英意同源词缀在零起点大学意大利语精读教学中的作用	朱益姝 222
中意文化对比	
——以中意广播电视公共服务政策为例	郭彬彬 230
印地语小学期实践教学课程的改革新视角	车子龙 238

理论篇

影视翻译语境论

——对译制问题的语言学思考

麻争旗

内容摘要:译制片在中国是一种特殊的文化产品,因为它是普通大众了解世界的重要窗口。采取某种方式的译制活动对进口的影视作品进行语言转换,其主要目的是方便大多数不懂外语的观众可以像欣赏母语作品那样欣赏国外的作品。这样,经过译制加工的语言本身也就成为作品中的组成部分,成为大众的审美对象,同时也成为语言学研究的对象。那么,影视翻译作为译制过程中语言转换的核心工作有什么特征?或者说,影视翻译受什么样的条件制约,又是依照什么样的原则、通过什么样的手段,使译制片的语言获得独特的审美品质?本文采取语境论的观点,对译制的基本问题加以思考,重点揭示了影视翻译的特殊性,并为影视翻译寻找语言学研究的方法。

关键词:译制语言 影视翻译 语境论

影视翻译研究引起学界越来越多的重视,也取得了一定的成果,这是非常令人欣慰的。但总体来说,更多研究的是“翻译”,并未结合“影视”,因而对影视翻译特殊性的观照不够。比如,配音翻译受哪些条件的制约?字幕翻译有什么特点?这些尚未引起关注的问题恰恰反映的是影视翻译有别于其他翻译形式的特殊性所在。然而,要回答这些问题却并非易事,因为影视翻译不像小说翻译那样,可以由译者独立完成,只要经过编辑把关就可以出版了。影视翻译则从一开始就是一个译制群体工作的组成部分,其一切活动都必须满足译制的要求,不管是配音还是字幕,都不是由译者独立完成,然后交稿了事的。可以说,影视翻译是有特定条件限制的活动(就是“conditioned-translation”,或者叫“contextualized-translation”),这是从译制过程的微观层面上来说的。从宏观上来讲,译制作为一种特殊的文化交流形态,本身就是一个生产、管理和消费系统,这个系

统又是整个影视文化大系统中一个非常重要的子系统,是社会文化的有机组成部分。也就是说,整个译制活动是有条件限制的,因为译制文化必须满足社会的发展需要,不能脱离政治制度、经济生活、时代背景、宗教信仰、民族心理、审美习惯等各种语境的制约。所以,研究影视翻译不仅要抓住翻译的影视特征,而且要把握译制的社会属性,也就是说要把一部作品的语境条件放到整个社会大背景中来考虑。本文将从译制的特征、译制问题语境分析和脚本翻译语境论这三个方面进行分析。

一、译制片的特征

译制片是影视译制的代名词,译制的概念是不断发展的。1949年到1978年间,给外国电影的配音是译制工作的主体。进入80年代,一方面,电影译制走向辉煌,出现了一批译制经典,其中的语言不但引领了时尚,甚至影响着社会观念的变迁;另一方面,电视译制越来越活跃,并逐步成为译制工作的主流,社会话语也从单纯的“电影译制”扩展为既有电影又有电视的“影视译制”;进入网络时代后,字幕组得到迅速成长,对传统的译制观念提出了挑战,引起社会各界的广泛关注。我国是个多民族的国家,为了促进少数民族地区的发展,民族语译制一直是党和政府高度重视的一个重要工程,自然也是我国译制文化建设中的一个重要组成部分。随着国家经济建设的不断进步,对外文化输出具有越来越突出的地位,对外译制成为新时期的一个重大课题。于是,译制的概念也就进一步扩展,从最初的引进译制,发展到既有引进译制、民族语译制,又包括对外译制的三位一体的、具有中国特色的广播影视译制系统,成为国家广播影视文化体系中的一个重要系统。

1. 译制文化

译制片是一种特殊的文化产品,因为它不仅具有艺术性,而且具有很强的技术性和思想性,往往会涉及意识形态的问题。译制工作既是一个系统又是一种文化。之所以是一个系统,是因为译制产品的生产和传播是有组织的活动,既要遵循专门的政策法规、组织管理和运行机制,又要受特定的语言转译、声音创作、社会期待等因素的制约;之所以是一种文化,是因为译制片的传播不仅可以产生娱乐消遣的效果,还具有精神文化的功能。

我国的译制业经过60年的发展,逐渐形成了具有中国特色、适合中国国情的生产方式和运行机制,形成了一个良性循环的有机译制传播生态系统,其中包括专业机构、专职人员梯队、专门的学术团体(包括专门的网站)、大学教育专业课程设置(比如中国传媒大学译制方向本科课程)、发行销售网络,以及一大批支持、热爱译制片的观众群。我们可以把它看做一个有独立话语规则的知识结构和文化体系,或可称之为译制文化圈。在这个系统里,译制既是一门专业技术、一种工作职业,同时也是艺术创造,也正

是这种创造给译制片带来了独特的文化消费价值。

2. 屏幕魅力

译制片能够成为广大观众喜闻乐见的消遣方式,主要原因在于它所带来的“异域风情”。然而,“异域风情”是译制作品的魅力,却不是“译制”的价值。译制工作不是原创,而是对已有的作品进行二度加工,所以是再创作。作为译制的对象,引进的原材料需要经过适当的转译才能使之符合“国情”。这里既有技术的需要(比如录音技术),也有政策上的需要(有关引进的法律法规),同时还有如何转译的艺术要求。可以说,译制的基本矛盾就是既要尊重异域文化的差异性,又要适应本民族的欣赏习惯,更要考虑到国家的文化安全。或者说译制的品质就在于既要还原原作所具有的“异域风情”,同时又要使之符合我国的“基本国情”,并满足技术的、艺术的和政策的要求。

译制人员通过自己的二度创作,克服了语言障碍,使译制片展示出应有的屏幕魅力,译制的价值就在于通过翻译、配音等手段,把大部分观众无法听懂的语言转变成他们不仅可以听得懂,而且可以从中获得美感的译制语言。也就是说,译制创作的结果是赋予译制的语言以独特的审美品质,使之成为译制片中重要的审美因素。看着中文字幕、听着原声是一种享受方式,而欣赏由译制人员演绎的外国嘴“讲的”中国话,则会获得另一种愉悦。不管是字幕还是配音,经过译制加工后的语言都是整个作品中的有机组成部分,成为观众的审美对象。可以说,“带洋味儿的”中国话”反映的正是译制语言的审美特质。

3. 翻译的品质

译制的结果是通过语言的转换来创造屏幕魅力,这就离不开翻译的艺术创作。译制作品的翻译(统称影视翻译,也叫电影翻译、对白翻译、字幕翻译等)不同于普通意义上的翻译,这是因为其工作性质的取向跟翻译者自身的兴趣没有直接的关系,而是主要取决于作品中人物话语的特征、配音创作(或字幕技术)的需要以及受众的要求等几个方面的要素。

仅就配音译制来说,影视翻译的语言是人物对话,具有口语化、生活化、性格化、情绪化等特征,同时,对话语言是有声的话语,而不是无声的文字,所以,这样的“译文”既要让人听得舒服,又要力图产生互动的感染力。这就是说,影视脚本的翻译离话剧近,而离小说远。按照配音的要求,翻译的语言要考虑人物的动作、表情、语气、节奏、发音口型、音节长短等多种因素,这就是所谓的声画对位(声音跟人物的口型对号入座),不能驴唇不对马嘴,这其中还涉及角色差异、地域差异等其他文化要素。由此可以想象,影视脚本的翻译更像作词(平仄押韵的长短句),而不像写散文。再从观众的需要看,翻译还得顾及接受者的欣赏习惯和接受程度(包括在影剧院的听觉效果),一般来说应符合时代的要求,采取大众化、通俗化的策略。总之,正如上海电影译制片厂总结的那

样,脚本翻译要“有味”,配音创作要“传神”。

字幕译制,因为不需要对口型,所以与配音译制相比,可以减少句型化的要求,但是,字幕翻译远不像人们想象的那样容易。仅从技术上就能发现,字幕翻译本身存在着无法克服的缺陷。字幕的功能是让观众通过文字阅读来了解人物话语的意义,这就要求字幕的出现必须跟画面紧密配合。然而,由于人们说话的速度跟阅读的速度不一致,结果,字幕的停留或闪过,往往跟人物的话语发生错位。看过字幕片的朋友都有这样的体会,大概也正因为如此,人们一般也并不指望字幕能跟话语完全同步,只要知道大意就行了。而且,当人物语速很快时,字幕就只能简化,也就是说,字幕比实际话语的内容要少,这也是很常见的现象。可见,字幕翻译要想跟配音那样做到声画对位几乎是不可能的。当然,撇开这一点来说,字幕翻译的特征则跟配音翻译几乎没什么两样,同样要求语言口语化、性格化、情绪化、大众化等。

总之,影视翻译的特征就是,一方面使语言符合影视作品中人物话语的特征,要准确、流畅、生动,或曰“有味”;另一方面还要服从屏幕的需要,要求声画统一,同时还要满足观众的欣赏习惯,使大家觉得自然。由此可见,影视翻译要满足特殊的条件才能做好。而语言要满足各种条件的问题恰恰是语言学中语境理论的重要命题。

二、译制问题的语境分析

从以上分析可以看出,译制片具有文化的意义,因为它涉及思想观念和意识形态;同时,译制的过程是语言的转换,因而也是语言的艺术;而且,译制的过程还需要一定的技术支持,比如录音技术、拷贝技术、网络传输技术等。这就是说,译制的问题既是国家政策问题,又是艺术创作问题,同时也是技术问题,这些便是制约译制活动的基本条件,用语境论的话说,也就是译制的语境条件。

所谓语境,就是指语言环境或言语环境,是社会语言学、语用学、语义学和修辞学等学科中的一个重要概念。按照语境适应论的观点,在运用语言时,人们自觉不自觉地受到语境的制约,或者说人们自觉不自觉地适应着语境。语境适应既包括宏观的要素,又有微观的成分。从宏观上讲,语言或言语必须适应社会政治制度、经济生活方式、时代背景、地域环境、人文地理环境、民族文化心理、不同的思维方式以及宗教信仰等因素;从微观上讲,语言还必须适应语音语境、词汇语境、语义语境以及语法语境等因素。对于译制的语境问题,我们既可以从宏观上进行分析,也可以从微观上加以理解^①。

^① 这里的语境是一个宽泛的概念,是指影响翻译的所有因素,而且涉及译语和译入语两种语言和文化因素。作者研究的重点是解释译制翻译者的思维特征,运用语境的概念是从译者思考、观照的各种因素来考察其应对障碍所采取的策略,因此,这里不对语境概念进行学术界定。

从宏观上讲,译制片是一种宣传还是一种娱乐?是由国家经营还是放之于市场?这就是一个政策问题,它关系到译制片的基本属性。如果从社会语境的角度看,译制概念的内涵是不断变化的,因为译制活动要服从社会发展的需要。

纵观影视译制60年(电视译制只有30年)的历史,可以发现,译制片作为影视系统的一个子系统,跟整个影视业的情况一样,在不同的历史时期扮演着不同的角色。

按照胡智锋教授的观点,中国电视50年的发展,在内容生产方面,可以用“品”字来划分成三个阶段:前20年是以“宣传品”为主导的阶段;后30年又可分为两个时期——以“作品”为主导的阶段和以“产品”为主导的阶段^①。

如果把电视阶段论扩展到影视的大范畴中,那么,我国影视的发展大致也可以分为“宣传品”、“作品”和“产品”这样三个阶段,其特征与电视的各个阶段基本吻合。而译制片的发展恰好也符合这一历史演化的阶段性。比如,我们可以把早期的译制活动(1949~1978)视为“宣传品”阶段,把译制的辉煌期(1978年至20世纪90年代中后期)视为“作品”阶段,把译制的多元化时期(20世纪90年代中后期至今)视为“产品”阶段。译制片的特点基本符合影视各个发展阶段的特点,而这个特点正是各个时期社会语境的反映。“宣传品”的主要属性是服从政治需要,“作品”讲究艺术审美和个性,而“产品”则是市场化、产业化的东西。

比如说,在“宣传品”阶段,译制片几乎完全是国家行为产生的结果。译制片伴随新中国的诞生而诞生。新社会、新气象、百业待兴,人们充满了对党的信任和建设美好家园的激情。译制片是国家的文化事业,一切费用均由国家承担,当然内容、方式等也由国家说了算。从事译制工作是完成党和国家交给的宣传任务,来不得半点马虎。于是译制片以为影片配音的方式从无到有迅速地发展起来。译制工作者对工作也投入了满腔的创作热情,大批内容健康、有很好的艺术性的作品受到了广大老百姓的喜爱。译制片在人们的业余生活中具有特殊的意义和地位,人们从译制片中获得的远不止消遣。经典的台词成为社会的流行语,音乐成为流行乐,有些歌曲和台词至今仍被许多译制爱好者津津乐道。

那时的人们只知道译制片好,而没有人关心外国的电影精品何止只有大家看过的译制片,也不关心为何要配音,为何要那样配音,人们更不可能知道大家看的译制片其

① 从以“宣传品”主导到以“作品”、“产品”为主导,每一发展阶段中,电视节目创新在目标、内容、方式等方面,也呈现出不同的特点。“宣传品”为主导阶段(1958~1978)的特点是多种传媒、艺术样式的借鉴、模仿,“作品”为主导阶段(1978年至20世纪90年代中后期)的特点是形式与观念的探索,而“产品”为主导阶段(20世纪90年代中后期至今)的特点则是市场化、产业化的探索。参见胡智锋、周建新,《从“宣传品”、“作品”到“产品”:中国电视50年节目创新的三个阶段》,《现代传播》,2008年第4期。

实是经过精心挑选的,原则是首先要服从政治的需要。^①

到了20世纪80年代,解放思想、改革开放成为社会的主旋律。译制片是一个开放的窗口,大批外国的优秀作品蜂拥而至,译制片成了真正意义上的了解世界的窗口,看译制片成为社会时尚,因为它不仅带来了新思想、新观念,而且也带来了美的享受。因为这个时期的译制作品有许多经典,具有很高的艺术水准,比如《追捕》、《大篷车》、《虎口脱险》等。出现的经典多还有一个原因,而且这个原因也具有社会性,那就是译制工作者多年积累的创作经验在“文革”中被遮蔽起来,一旦开放,这股创作热情便一下子爆发出来,这成为经典诞生的一个艺术条件。可见,经典的诞生不仅是某个原因的结果,而是由各种社会条件所决定的。

上个世纪90年代中期,我国开始引进分账大片,译制片的辉煌渐渐淡去,过去排着长队去电影院看译制片的情景恐怕不会再有了。人们在怀念昔日美好的同时却不得不面对时代的变迁。改革开放30年,中国的社会已经今非昔比。从媒介生态上讲,传播越来越网络化、全球化、个性化,译制片原先的那种垄断性没有了,而是成了人们多样选择中的一个单项,因此,受到冷遇是时代变迁的必然结果。从政治经济生态环境上来讲,译制片虽然还具有意识形态的属性,但译制生产却不能不讲效益,不能不受市场的影响。跟电影译制比,电视的译制成本很低;跟电视译制比,网络字幕的译制成本更低。看电影要买票,而电视和网络几乎都是免费的。再说,译制总有个周期,而网络在线则是全球同步。许多大片在国内公映之前,不少人已经通过网络在线看过网络字幕版了。而且,通过官方正式渠道引进的毕竟是少数。结果就有了大量喜欢看影视网络版的“美剧迷”、“韩剧迷”、“日剧迷”等。总之,在新的历史背景下,译制片(广义的)是一种产品,是人们茶余饭后娱乐消费的一个可选择项目——不管它是电影的方式,电视的样子,还是网络的姿态。

同样,对于译制的方式是采取配音还是字幕、译制语言的风格是归化还是异化等类似的问题,也可以采取社会语境的分析方法。

比如,1949年初,人们的平均文化程度不高,还有相当数量的文盲和半文盲,看字幕肯定不是一个好方法。事实上,采取配音的方式不仅是正确的,而且是有效的。从思想意识上讲,新政权需要巩固,社会需要稳定,这就需要加强百姓对新制度的认同,译制片选择突出思想性是明智之举,译制风格采取通俗易懂的方式,从传播艺术上讲,则更是一个具有历史意义的创造,因为艺术的手段首先要服从传播的动机。作为我国

① 从片源就可以看出来。比如,在五六十年代,人们看的影片多是苏联的(如《列宁在1918》)、朝鲜的(如《卖花姑娘》)、印度的(如《流浪者》)、巴基斯坦的(如《奴里》),还有东欧国家(阿尔巴尼亚、南斯拉夫、罗马尼亚的),而且不少都是讲反法西斯的(如《伏击战》)、讲社会主义革命的(如《列宁在十月》)。

译制片的先河,《普通一兵》就是一个十分成功的范例,在我国译制历史上是一座不朽的丰碑。东北电影制片厂的译制人员用百姓的语言演绎苏联红军战士的风采,而且配音里多少还带点东北口音,结果受到了社会各界的热烈欢迎。如果撇开当时的社会语境来看,是很难理解的。恰恰因为他们以服务大众为出发点,所以才选择了为大众所喜闻乐见的方式,从而取得了很好的传播效果。

60年后的今天,中国社会发生了翻天覆地的变化,人们的文化水平、审美心理都有了很大的变化,对各种艺术的鉴赏能力也有了很大的提高。这样,译制的样式和风格就必须与时俱进^①。正所谓此一时彼一时。译制工作面对的大众已不是过去的大众,而是中国当代的大众——一个对外面的世界有了很多认识的大众,译制的语言也就必须符合大众在接受心理。^②

总之,社会语境的方法把译制片概念的变化跟社会发展联系起来,从更广泛的社会历史视野中来透视译制活动的性质和特征。

当然,译制的基本问题归根结底是语言的转换问题,而且最终要落实到如何进行翻译的问题上,也就是说译制要解决的基本矛盾是,如何把在一种语境中的意义(原作品中每句话的意思),转换成在另一种语境中可以被解读的意义表达方式(译制的语言)。在这个过程中,获取原话的意义必须联系原话的社会语境,这是一次语境互动;如何让译制的语言在新的社会语境里被接受,这又是一次语境互动。可以说,译制的问题是一个典型的语境适应问题。我们可以把这种对译制问题的语境适应研究称为译制语境论。

三、影视翻译语境论

按照译制语境论的观点,制约影视翻译的各种条件就是翻译所要适应的各种语境因素,影视翻译的特征就是适应语境的具体表现。其中既有涉及社会大背景的宏观要

① 从译制的环境来看,至少有两种变化。其一,为了适应观众的需求,引进大片多有两个版本,一种是原版片打字幕,一种是有中文配音的。于是,人们看大片的方式就跟过去大不相同。原来只能到影院去看,有时候还要排队,而且只有一个配音版;现在则可以自由选择,比如在线影院、网络下载或者买光碟,选择哪种方式完全看个人的需要——想要锻炼英语听力就直接看原版;要是不想练听力,就去网上找字幕;如果着急想看的话,可以从网上下载,如果不着急,那就买光碟攒着。以上是接触媒介的变化。其二,为了满足观众的口味,译制的语言风格也与过去不同。

② 时下常听到“翻译新语言”的说法,笔者对此表示支持。有论坛评论指出,无论是院线进口大片,还是网上的美剧、韩剧和日剧,在对白翻译中都竭尽所能地使用中国的俚语、俏皮话,甚至还大量运用了网络语言和流行语。从信、达、雅的译制原则,到灵活地渗透更多的口语,突出本地化、娱乐化和网络化的新语言——也就是不少人追捧的“翻译新语言”。毫无疑问,生动活泼的现代语言更符合影视娱乐的特征。

素,又有涉及文化观念的中观要素,但最终还是要具体到语音、词汇、语义、语法等话语的表达方式上,这就是话语情景的微观要素。具体来说,就是每个对话场景,每个情景片段中的每一句话该怎么翻译。

译制的过程不仅要涉及原作的情景语境,而且要考虑到译作的接受语境,译者的工作是二度编码,其思维受两种语境的制约。这就是说,影视翻译的语境是一种跨语言的语境。^①

其实,如何把影视作品中的每一句对白翻译出来正是影视翻译的主要任务。当然,译制界和学界的思考和研究也主要集中在这个方面。学术期刊上以“电影翻译”、“对白翻译”、“字幕翻译”,或者“影视翻译”、“译制片翻译”、“配音翻译”等为主题的文章一般都属于这个范畴(其中会涉及跨文化的问题)。其中,关于影视对白的语言特征及其翻译方法的问题已经有不少论述,但是,关于两种语境之间如何互动的研究却不多见。

那么,怎样设定影视翻译的基本原则呢?答案很简单:双语思维。译者要理解原作,必须熟悉原作的语境;而观众要看懂译作,则离不开译语的语境。比如说,配音必须跟人物的口型、表情同步,如果两者错位,听起来肯定别扭,而这只是个技术问题。假如人物的话语跟内心的思想脱节,给人以口是心非或者前言不搭后语的感觉(目前,不少网络字幕翻译就是这个水平),那听起来会更别扭。

鉴于此,我们说检验影视翻译的标准不在于影视语言的一般特征,而在于经过翻译加工的译制的语言能不能被观众理解和接受,而这恰恰体现了以人为本、观众至上的原则。按照这个准则,一段对白翻译必须满足三个基本要素才算合格:一是贴近生活。观众看译制片应该感觉自然,觉得像人们平常说的话,这就是生活的真实感;二是紧扣主题。听完一段话,马上能明白它的意思,不需要停下来思考;三是合乎情理。什么人在什么时候该说什么,该怎么说,必须贴切合理(不管是看字幕还是听配音)。成功的译制片至少要符合这三个要求,而不好的译作肯定是在这几个方面出了问题。下面我们选取三个片段作为具体案例来分析一下译者在双语思维过程中遇到的语境障碍和可能采取的语境转换策略。

① 国内翻译界有不少关于“翻译语境”的论述,也有专门的界说,比如,把“翻译语境”定义为“翻译过程中聚合起来的文化互动的总和”,也就是原文本所有语境因素与译者解读原文本时由原文本的语码和语境激活的相关译语语境因素的总和,是两种语言和文化对比融合的结果。参见彭利元,《语境与翻译关系新探》,载于《株洲工学院学报》,2002年第1期。本文的跨语言语境与此基本同义,因而不加以界定。有关“翻译语境”的进一步讨论可另见李运兴,《论翻译语境》,载于《中国翻译》,2007年第2期;另见彭利元,《再论翻译语境》,载于《中国翻译》,2008年第1期。

片段 1:

Every neighborhood has a woman like Alberta Frome, and every woman like Mrs. Frome has a cat. When she traveled, Mrs. Frome would arrange for friends to look after her beloved pet. This time, however, she was forced to ask her neighbor Susan Mayer. Mrs. Frome liked Susan, but it was common knowledge on Wisteria Lane where Susan Mayer went, bad luck was sure to follow. Her misfortunes ranged from the commonplace... to the unusual... To the truly bizarre. As she waved goodbye, she worried that Susan's streak of bad luck would continue. For that matter, so did her cat.

网络字幕组译文:

①每个社区都会有像 Albert Frome 这样的女人,每个像 Frome 夫人这样的女人都会有只猫。②每次去旅行时,她就会安排她的朋友照看她心爱的猫咪,而这次她只好安排邻居 Susan Mayer。③Frome 夫人很喜欢 Susan,但她的常识告诉她,④当坏运气降临 Susan Mayer 头上时,喝凉水也会塞牙。⑤倒霉的事不断发生:从寻常的地方到非常的场合,什么异乎寻常的事都发生了。⑥当她和 Susan 挥手告别时,她担心 Susan 的坏运气会绵绵不绝,⑦它的猫也因此会沾染不幸。

(美剧《绝望的主妇》第五集)

分析:这段话的意思是弗洛姆太太爱养猫,出门的时候得找人替她看管。有一次,由于没有合适的人选,只好找苏珊帮忙。这是反衬,说明她对苏珊不信任,原因就是这一集的主题:苏珊是个倒霉蛋,所以弗洛姆太太很不放心,而且还夸张地说,连她的猫也很担心。字幕版的译文基本抓住了原话的主题,并且通过关键词“照看”、“坏运气”、“倒霉的事”、“担心”和“不幸”的连贯和呼应表达了这个基本思想。

但是,从翻译方法上讲,译文的缺点很多,其中的主要问题是语言不够生活化,语气不统一,表述不够连贯、流畅,而且有好几处不够准确,结果影响了整体的美感。比如,第一句表述啰嗦,喧宾夺主,不如直接说“弗洛姆太太爱养猫”来得明了;第二句同样啰嗦,结构累赘,不如简化一点,译成“出门的时候得找人替她看管”,这就为下文节约了空间;第三句理解错误,把“小区的人都知道”译成“常识”,丢掉了“苏珊是出了名的 XXX”的重要信息;第四句属于跑题,本来是“不管去哪儿,都遭遇不幸”,结果成了“祸不单行”,两者的含义相差很远,因为“当 XXX 时”是条件句,说明只是偶然的,而且有假设的成分,而原话的意思是常态(sure),用中国话说相当于“扫帚星”,而不是“凉水塞牙”;第五句的“不断发生”缺少关联性,似乎是自然灾害,如果改成“苏珊碰上”或“让她赶上”,则更扣主题,也更连贯;第六句的“绵绵不断”不符合汉语的习惯,不如