

顺应论视角下的民俗形象英译研究——以《四季中国》为例

张鑫, 崔静*, 林锐

齐鲁工业大学(山东省科学院)外国语学院 山东济南

【摘要】中国历史悠久的传统文化孕育了丰富的民俗形象,它是西方世界了解中国的窗口。民俗形象的翻译质量直接影响着西方世界对中国民俗形象的正确认识。本文在维索尔伦语言顺应论的理论指导下,从语言语境和交际语境两个方面出发,对《四季中国》中的民俗形象英译进行分析和评价,主要考察了中国民俗形象英译时在词汇层面与叙事视角层面的语言语境顺应及社交层面、心理层面与文化层面的交际语境顺应。在民俗形象英译过程中,要充分顺应译入语的语用表达与社会环境等,在准确传达民俗形象意义的同时,达到有效传播的目的。中国的民俗形象极具复杂性、多元性与地域性特点,因此在翻译民俗形象时要特别注意民俗文化内涵的传递,采取异化为主、适度归化,音译为辅,多种翻译方法并用的策略。

【关键词】民俗形象英译;语言语境顺应;交际语境顺应

【基金项目】本文系山东省2022年大学生创新训练项目“中国民俗形象的字幕英译研究——以《四季中国》为例”(S202210431010)、山东省高等学校哲学社会科学基金项目“他者视角下的黄河形象建构研究”(2024ZSMS100)、齐鲁工业大学(山东省科学院)2021年校级教学改革项目“翻译课程思政教育融合研究”(2021yb57)的阶段性研究成果。

【收稿日期】2024年11月13日

【出刊日期】2024年12月20日

【DOI】10.12208/j.ssr.20240052

Analysis on translation of folk images under the theory of linguistic adaptation ——Taking *Seasons of China* as an example

Xin Zhang, Jing Cui*, Rui Lin

School of Foreign Languages, Qilu University of Technology (Shandong Academy of Sciences), Jinan, Shandong

【Abstract】 Chinese folk images are bred out of the traditional Chinese culture with a long history, which is a window for the western world to understand China. The translation quality of folk images directly affects the correct understanding of Chinese folk images in the western world. Under the guidance of the Theory of Linguistic Adaptation, this thesis mainly examines the Chinese folk images in the vocabulary level and narrative perspective of language context and in the social, psychological and cultural level as for the communicative context. In the process of translating the Chinese folk images, it is necessary to fully conform to the pragmatic expression and social environment of translation, so as to accurately convey the meaning of folk images and achieve the purpose of effective communication. Chinese folk images are very complex, diversified and regional. Therefore, special attention should be paid to the transmission of folk culture connotation. We should adopt foreignization as the main strategy, domestication as the supplementary together with method of transliteration, and various translation methods should be used in translating folk images if necessary.

【Keywords】 English translation of folk images; Language contextual adaptation; Social contextual adaptation

1 引言

纪录片作为对外传播中国优秀传统文化的重要

作者简介:张鑫、林锐,均为齐鲁工业大学(山东省科学院)在读本科生,研究方向为翻译理论与实践;

*通讯作者:崔静,齐鲁工业大学(山东省科学院)讲师,主要从事翻译学、文化对比与翻译研究。

窗口, 其英译工作受到越来越多的关注。国家也从机制建设、传播渠道拓展等方面加大优秀纪录片外语译制力度, 助推更多反映中国民俗形象的纪录片“走出去”。《四季中国》作为众多优秀外宣纪录片的代表, 由二十四节气引入中国传统习俗介绍, 涵盖了众多中国文化专有项, 涉及丰富的中国民俗形象, 如何使其更好地被英语世界接受者理解接受, 对于推动中国民俗形象“走出去”有着不可忽视的作用。

2 中国民俗形象及语境顺应论

中国幅员辽阔, 有着悠久的历史与文化, 同时孕育了丰富多彩的民俗形象。中国民俗形象深深地根植于中华大地, 是依附人民大众的生活、习惯、情感和信仰而产生的文化(徐雪, 2019)^[1]。中国民俗形象体现了我国物质生产过程、人民精神给养、文学艺术、军事政治、民间习俗等各个层面, 同时又反向影响着我们的话语体系和思维方式。《四季中国》以二十四节气为主体, 探寻华夏各地区传统各种民俗文化, 其中的民俗形象可分为: 物质民俗, 包括饮食养生、民俗物件、景观建筑、中药等, 社会民俗如各类仪式、民俗活动、传统技艺等, 以及可反应中国人思想内核的精神民俗。

著名语言学家 Verschueren (1999)^[2]以达尔文的进化论为基础, 深入阐述了语境顺应理论, 系统地探讨了人类语言运用的动态过程, 并重新梳理了语境的分类, 为翻译学领域注入了新的思想。他认为语言使用是一个持续不断的选择过程。在顺应理论的框架下, 翻译活动双语转换的跨文化交际过程中更为复杂、多层次的选择。这种选择过程不仅具备了单语使用选择的特点, 还展现出翻译活动本身的独特选择性, 体现了其跨学科性质。

根据维索尔伦的语言顺应论, 在传播中国民俗形象的时候, 译者需进行动态的语境顺应, 获得最佳的语境效果, 从而能将原文信息最大程度地传递给目标语受众。我们对民俗形象的描述和解释可以从以下两个方面来入手: 语言语境顺应和交际语境顺应。民俗形象英译过程中语言语境应考虑三个方面的内容: 篇内衔接、篇际制约和线性序列, 而交际语境的顺应要求我们在翻译过程中需注意语言使用者、心理世界、社交世界、物理世界等因素。本文将语境顺应论作为指导理论, 对《四季中国》中有关

中国传统民俗形象的翻译进行分析和研究。

3 《四季中国》中民俗形象英译的语境顺应

作为与世界沟通的桥梁, 中国民俗形象蕴含了丰富的国家和民族特色(李隽, 2023)^[3], 体现了中国历史文化、传达出中国独特的审美标准, 如何在对外传播过程中进行语言语境及交际语境的顺应, 从而使目标语受众更全面、准确地接受, 在加强国际传播能力建设、塑造良好国家形象上升为国家战略的今天起到了至关重要的作用(焦妹, 2015)^[4]。

3.1 民俗形象的语言语境顺应

(1) 词汇顺应

词汇顺应是指由于汉英两种语言在词汇层面的不对等造成翻译过程中的词语空缺而进行的字幕调整, 尤其是对于文化负载词等特定种类的词语, 很难在目的语中找到与其完全对等的词汇, 在《四季中国》中就有许多涉及中国特色传统民俗形象的词汇, 如:

例 1 原文: 天府之国

译文: the land of abundance

“天府”是中国文化中特有的词汇, 它并非是天上的美称, 早在周天子时期曾作为一个官职的名称, 当时的天府掌管着国家稀缺珍贵的财富, 如钱、米、粮、油、金银珠宝等。在古代时期也曾用“天府”来形容繁盛强大的秦国, 后随时间发展, “天府”一词又用来代指四川地区。“天府之国”一词在中文的语境中用来比喻物产富饶的地区, 译者并未将其逐字翻译成 the mansion in heaven 之类的表达, 而是译为 the land of abundance, 能够准确传达原意, 实现了词汇层面的顺应。

(2) 叙述视角顺应

英语和汉语属于两种不同的语言系统, 两种语言的句法规则也不尽相同, 如英语思维表达中经常使用物称主语, 而汉语中人称主语的使用更为常见。

例 2 原文: 人们最重视的就是家庭。

译文: The concept of family is held with utmost importance.

例 2 中原文传达了中国人对家庭的重视, 句子以人称主语“人们”开头, 而英译文中叙述视角发生了变化, 将 The concept of family 作为句子的主语, 强调了中国人重视的内容本身, 表述上更为客观, 顺应了译语的句法表达, 同时也更符合译语读者的

思维习惯与言语表达。

通过这些例子, 我们可以看出两种语言在表达相同意思时所采用的不同策略和叙述角度。每种语言都有其独特的表达习惯和语法规则, 这反映了不同的文化和思维方式, 在进行民俗英译时需考虑语言语境因素并进行相应的选择, 在传意的同时要适应目的与读者的接受。

3.2 民俗形象的交际语境顺应

所谓的交际语境, 就是指与交际双方语言涉及的相关的文化与知识, 其中包括语言使用者的心理世界、社交世界及物理世界(祝慧婷、韩竹林, 2020)^[5]。交际语境顺应要求在保持原本意义的基础上, 通过灵活调整和改变翻译方式, 以适应不同社交环境的规范、角色、文化、情境和权力结构, 实现有效沟通, 有效传达。值得注意的是, 在中国民俗形象英译过程中, 其内容传达需考虑与目标语受众约定俗成道德规范及译入语本地文化相呼应, 以达到充分观众共鸣, 完成制作方目的的目标。

(1) 社交世界的顺应

交际语境顺应要求在保持原本意义的基础上, 通过灵活调整和改变翻译方式, 以适应不同社交环境的规范、角色、文化、情境和权力结构, 实现有效沟通, 有效传达。在此顺应过程中, 我们尤其要注意, 其社交世界的顺应不止包括是纪录片内的真实世界, 也要包含其译文期待读者的社交世界, 这才是完整的社交世界顺应。

例3原文: 猫冬

译文: *hiding in the house*

猫冬一词源自中国寒冷的东北地区, 意思是“猫在屋里渡过漫长的严寒”, “猫”在原文中虽为动词, 但仍可以让人联想到猫在冬天卷缩于一角度日的可爱慵懒状态, 在这里不将猫冬直译出来是考虑到目的语观众的社交习惯。在英语世界里, 猫这一意向往往伴随着贬意或者不好的联想意义, 因此考虑到目标语言读者的文化背景和理解习惯, 在翻译时避开了“猫”这一形象, 而是将该词主要想表达的意思翻译出来, 在这里能够实现社交顺应, 使译语观众能理解, 提升了译文的可接受度与传播效果。

(2) 心理世界的顺应

心理语境顺应是语用学研究中的重要因素, 正如王希杰(1996: 371)^[6]提出, “心理世界语境是

最深层次的语境, 它对交际言语是否得体起着关键的作用”。心理世界的多种认知情感因素如双方性格、情绪、交流意图等都会影响交际过程。而在交际过程中, 语言使用者选择语言的过程是一个双向顺应心理世界的动态历程。而中国民俗形象中所承载的信仰、精神在心理语境顺应下, 会尽可能保留其精神风貌, 减少文化污损。

例4原文: 感觉棒极了。

译文: *There really gets senses to go.*

该句出现在外籍主持人江森海因为肩颈不舒服尝试中草药后的评价当中。主持人受到肩颈疾病的困扰, 由于草药味道浓郁, 刺激到主持人的味蕾和感官, 同时中药另其微微发汗, 肩颈顿觉舒爽, 因此有了这样的评价。但相较于中文更为概括的表述, 英译则更为具体细化, 同时也反映出了中药的效果, 使得译语读者更易理解喝过中药后的真实感受。

例5原文: 门前竹, 千年福。

译文: *Bamboo in front of the gate, prosperity for thousands of years.*

竹子在中国象征着高洁, 谐音为高节, 即节节高升。此处将“门前竹, 千年佛”进行直译, 尽可能保留了中国民俗形象所承载的信仰和精神, 同时也顺应了目的语受众向往异域的情调心理, 不失为一种两全的翻译方法。

(3) 文化世界的顺应

翻译并不仅仅是语言活动, 更是一种文化活动(王东风, 1997)^[7]。中国民俗形象中蕴含了种类繁多的中国优秀传统文化, 在英译时需考虑中西文化差异, 更好地译出源语特有的文化, 同时顺应译语接受者的文化世界。

例6原文: 道士

译文: *Taoist priest*

相较于直译成 *Taoist*, 将道士译为 *Taoist priest* 于目的语观众更容易理解, *priest* 意为牧师, 作为教职人员, 牧师更多的是起到一种抚慰心灵的作用。译为“*Taoist priest*”更容易使目的语观众理解何为“道士”。

4 中国民俗形象翻译原则

中国的民俗形象具有多元性, 复杂性、地域性等特质, 因此, 民俗文化的词类特征决定了在语际翻译过程中要特别注意民俗文化内涵使用的语境。

语用学认为,“语言启动后,需要结合语境,通过相关性(第一)推理,才能获得意义”(熊学亮,1997:75)^[8]。考虑到民俗形象传递的语言语境顺应与交际语境顺应,译者在翻译《四季中国》时主要采用直译、意译、音译等翻译方法。基于对该片中民俗形象语料的统计,采用直译方法民俗形象占比64.5%,意译占20.4%,其他类约占15.1%。可见此纪录片的翻译旨在在准确传达民俗形象意义的前提下,最大限度保留中国民俗传统形象的文化特色。

4.1 异化为主,适度归化

异化和归化这对翻译术语是由美国著名翻译理论学家韦努蒂提出的。根据 Venuti(1995)^[9]的界定,异化法是指译者为了故意对目的语文化的规范进行冲击而保留原作中一些“陌生性”的翻译策略;而归化法是译者为了制造出透明、通顺的译文而将异域文本中的“陌生性”降低到最低程度的翻译策略。在传递中国民俗形象时,如何找到意义传递与受众接受的平衡点对译者来说是具有挑战性的。如纪录片中提到的“太阳糕”,是一种传统的春分时节食品,具有丰富的文化寓意和独特的制作工艺,人们在糕体顶部画上太阳的形状,寓意“太阳高升”,寄托了人们对美好生活的祝愿。将其直译为 sun cakes,采用了直译的方式,最大程度地保留“太阳糕”承载的文化特色。尽管对译语观众来说,这种译文有一定的文化冲击,但同时也适应了译语接受者的心理需求,达到了交际语境顺应的要求。

该纪录片字幕翻译方式虽然以异化为主,但对传统小吃名称这类民俗形象则多用归化方式进行翻译,如“驴打滚”,译为 soybean-flour cakes,意在凸显该传统小吃的制作原材料和性质,能够使对中国传统美食缺乏了解的观众有更直观更深刻的了解,达到了语言与交际的双重顺应。

4.2 音译为辅

在中国传统文化传播过程中,翻译总不可避免遇见“文化缺省”的问题,在在《四季中国》中,有关中药名称的翻译大部分就采用音译的翻译方式,如月风藤译为 Yuefengteng、牛蹄枫译为 Niutifeng、荆芥译为 Jingjie,而这种能够直观传递中医药文化的音译方式,也日益被全球接受。

总之,在民俗形象英译的过程中,为实现特定的翻译目的,译者按照不同的原则,采用了多种翻

译策略。在准确传达纪录片内容的同时,能够保留中华文化的原汁原味,达到外宣文化的目的,增强文化自信及文化软实力,努力做到受众理解和形象传播相统一。

4.3 多种方法结合并用

熊兵(2014)^[10]认为翻译策略是在翻译实践中,为实现特定的翻译目的所依据的原则和所采纳的方案集合,翻译策略分为归化和异化,包含多种翻译方法。《四季中国》中,在准确传达民俗形象时,尽量保留中华文化的原汁原味,达到外宣文化的目的,增强文化自信及文化软实力。如纪录片中“甜糯的雨后春笋,粘糯的驴打滚还有太阳糕都寓意着五谷丰登”,其译文为 Sweet and fresh crisp bamboo shoots, soybean-flour rolls, and sun cakes all symbolize plentiful grain,运用了多种翻译方法,基本保留了中国文化特色,达到受众理解和源语文化传播相统一的目的。

5 结语

本文结合维索尔伦的顺应论,对纪录片《四季中国》中的中国民俗形象翻译进行了分析和研究,从分析的实例可以看出,语言顺应论对民俗形象英译有重要的指导意义。基于顺应理论,选择合适的翻译策略,力求最大限度地满足受众的理解认知和审美需求,对助力中外文化交流有一定的借鉴意义。

参考文献

- [1] 徐雪. 基于城市形象传播的地方民俗文化翻译——以“好心茂名”为例.[J].传播力研究,2019,3(16).
- [2] Verschueren J. Understanding Pragmatics.[M] London: Arnold, 1999.
- [3] 李璐. 论对外传播中的民俗文化与形象塑造.[J]. 新闻研究导刊,2023,14(10).
- [4] 焦妹. 中国国家形象传播研究.[M]. 北京:企业管理出版社,2015.
- [5] 祝慧婷,韩竹林. 交际语境顺应视角下《惊涛》的翻译策略.[J].名作欣赏,2020(23).
- [6] 王希杰. 修辞学通论[M]. 南京:南京大学出版社,1996.
- [7] 王东风. 文化缺省与翻译中的连贯重构.[J]. 外国语(上海外国语大学学报),1997(06).
- [8] 熊学亮. 含义分类标准评析.[J]. 外语教学与研究.1997(02).

- [9] Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. [M]. London: Routledge, 1995.
- [10] 熊兵. 翻译研究中的概念混淆——以“翻译策略”、“翻译方法”和“翻译技巧”为例.[J].中国翻译, 2014, 35(03).

版权声明: ©2024 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

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



OPEN ACCESS