

论美剧汉译字幕归化策略的运用

曾耀农 薛丹

摘要:随着我国对外文化交流的日益频繁,越来越多的美国影视作品被引进中国市场,并且呈现出原声影视作品的数量远大于配音作品的倾向,汉语字幕翻译的美剧作品因而越来越多。汉译字幕在美剧的跨文化传播中发挥着重要的作用,成为沟通的桥梁。美剧字幕翻译的归化策略应以目标语文化为主,发挥字幕翻译者的主体性,恰当地融合中西方文化元素,并关照中国受众的审美体验,最大限度地满足中国观众的欣赏需求。对此,文章提出可以运用网络流行语拉近审美距离、专有名词符合期待视野、成语典故提升文化品位等策略。

关键词:接受美学;美剧;汉译字幕;归化策略;异化策略

作者简介:曾耀农,男,教授,博士。(湖南商学院 文学与新闻传播学院,湖南 长沙,410205)

薛丹,女,研究生。(武汉纺织大学 研究生院,湖北 武汉,430200)

中图分类号: H315.9

文献标识码: A

文章编号: 1008-6552 (2017) 06-0054-05

美国影视作品字幕翻译是一种特殊类型的翻译,它受时间和空间的限制比较大,而且具有极强的综合性。^[1]这便要求美剧字幕翻译者灵活运用归化翻译策略,发挥其二度创造功能,利用自身熟悉中美两国文化的优势,最大程度地将原作品的文化意象、美学追求与艺术意境传达给观众。

一、美国影视作品汉译字幕归化策略运用的原则

在美剧字幕翻译中,译者在以原文为基础的前提下,应充分发挥自己的主体性,考虑中国观众的语言与心理,在文化层面和审美经验上关照目的语读者,提升中国受众的审美体验,灵活地处理文化差异、语言差异、审美差异,运用“似与不似之间”的策略使译文与目的语读者间保持合适的审美距离,唤起观众心中的审美共鸣。

(一) 合理分析美剧字幕源语文本

在美剧作品中,“每一部影片都是一定文化区域历史和社会文化生活的反映。”^[2]接受美学专家姚斯主张文本意义的不确定性与不终结性,字幕翻译者对文本意思的前理解与前解读就显得相当重要,包括该片的相关主题、涉及的专业术语、文本所涉及的七个标准——衔接性、连贯性、意图性、可接受性、信息度、情景性和互文性,以及怎样影响文本结构等。张美芳曾指出,字幕翻译研究需要重点解决的问题包括了意义与其体现方式间的关系、语篇特征、语境与语言选择、语篇体裁与情景语境等问题。^[3]源语文本中会有许多含有特定文化意义的词语,它们为目的语观众所不知,容易产生歧义,甚至难以理解和接受。对于这些文化词语与专用词语的处理,可以运用归化策略。在美剧《别对我撒谎》中,一个女孩说自己经常在潜意识中能看见凶手作案现场,但意识中的事件并没有发生。人们听了之后觉得很不可靠,于是说,“This is a matter for the police or magic 8-ball.”“Magic 8-ball”叫做“幸运八球”,是美国一种流行的游戏,借用球来预测未知的事物。说话者的意图是不必在这件事上浪费时间,或者让幸运八球来决定吧。但中国受众并不熟悉幸运八球,如果用异化策略则限制了中国受众的理解,

字幕翻译者可采用归化策略将这句话翻译成：“这就是警察的事了。或者找幸运8球（占卜术）”。字幕翻译者合理分析源语文本，给“magic 8-ball”加上注释，所要表达的意思等同于中国的“占卜术”，中国受众就不难理解了。一方面，字幕翻译者尽最大可能正确传达源语的内容，确保译文的信息准确无误。另一方面，合理分析源语文本，打破源语形式上的束缚，采用能为目的语观众看懂并易于接受的方式。

（二）发挥美剧字幕翻译者的主观能动性

美国影视作品的汉语字幕翻译者通过对原作品美学特征的发掘和整体艺术的把握，用中文再现出原剧的审美品质。美剧字幕翻译者既是美剧的解释者，在将美剧字幕翻译成汉语时，从一定程度上说，又是一个创造者，这样的双重身份确定了译者在美剧字幕翻译中的主体性。^[4]字幕组在视野融合过程中是积极参与的，任何字幕组都是从自身的期待视野出发，是一种再创造。字幕组对美国影视作品既是理解者，同时又是阐释者，在充分尊重原作的前提下，为达到翻译效果，译者在翻译过程中可以适当发挥自己的主体性与能动性。字幕翻译者的主体性贯穿于美剧字幕翻译活动的全过程。当然，充分发挥字幕翻译者的主体性，不代表译者可以抛开源语自由发挥，而应在以源语为基础的前提下，在运用归化策略时适度地发挥主体性，允许出现“创造性的叛逆”。

在美剧《生活大爆炸》第四季中，谢耳朵被霍华德表演的扑克牌魔术激发了兴趣，也开始研究魔术起来。谢耳朵在表演魔术时说过这样一句话，“Pick a card. Put it back and prepare to be amazed.”美剧字幕翻译者把“prepare to be amazed”用归化策略译成“接下来就是见证奇迹的时刻”。这句话是中国台湾的魔术师刘谦的经典名言。字幕组在这里选取了中国受众熟悉的表达方式，充分发挥了译者的主体性，让谢耳朵的幽默形象深入人心。

（三）观照中国受众的审美体验

由于中美文化的不同，美剧汉译字幕应从受众的角度出发，观照中国受众的接受程度，提升其审美体验，使其更容易理解和接受美国的文化。像《绯闻女孩》《生活大爆炸》这类美剧的场景是反映美国特色文化的，包含美国的历史与艺术，对于这类字幕的翻译，字幕翻译者不能局限于对白内容，还要结合中国的文化背景，发掘其背后的引申意义。^[5]

在美剧《绯闻女孩》第一季中，男主内特因公司上的事情得罪了女友，真诚地向女友解释道，“It was a desperate move to save my company. It was a mistake.”字幕翻译者将“desperate move”——绝望的一步，运用归化策略翻译为“黔驴之技”，表示了自己的无奈，“It was a mistake”直译为“这是一个错误”，而译者巧妙地将“错误”译为“捅了篓子”，观照中国受众的审美体验，考虑了中国人语言表达的习惯，使译文富有生活气息，也更符合口语习惯。

在美剧《生活大爆炸》第七季，谢耳朵揶揄质子教授，“Because a lot of people think that you're a washed-up has been or dead.”字幕组翻译为：“因为很多人都认为你已经死在沙滩上了。”“死在沙滩上”源于“长江后浪推前浪，前浪死在沙滩上”的打油诗，出自作家李敖，后成为大众俗语。

因此，字幕翻译者应以中国受众的理解和接受为基础，在选用翻译策略时，应从文化层面关注中国受众的感受，多运用归化策略。要充分考虑中国受众的文化思维，使译文符合其期待视野，进而促进文化的交流。

二、美剧汉译字幕归化策略运用的技巧

字幕翻译的过程是一个复杂的动态过程，译者应充分认识构成矛盾的各种因素，采取恰当的方式，从受众方面入手，灵活运用翻译归化策略，实现翻译目的。

（一）网络流行用语拉近审美距离

近年来,网络流行语深受广大受众的喜爱,在美剧汉译字幕中运用网络流行语,也逐渐成为一种新的翻译趋势。在美剧字幕翻译的过程中,为了拉近与中国受众的审美距离,译者要充分了解美国影视作品汉译字幕的特点,并根据时代嬗变,巧妙地添加一些网络流行语,为中国观众创造熟悉的语言和文化氛围。^[6]下面以美剧《生活大爆炸》的汉译字幕为例,分析在字幕翻译过程中对网络流行语的运用。佩妮听说谢耳朵新交了一个女友,十分好奇,于是说,“I am so digging the Shamy.”此处,“digging”是挖掘、发掘的意思,译者运用网络流行语译为“八一八”,表示要好好八卦一下他们了。这里译者采用归化策略,借用互联网流行词语“八一八”把“digging”的含义生动形象地展现出来,中国青年受众就能够轻松理解佩妮该句台词的含义。

运用网络流行语进行字幕翻译的相关例子还有很多,出现在美剧汉译字幕中的还有一些热门词汇如“山寨”“坑爹”等。例如,“You should write that down before someone steals it.”此处译者用流行语“山寨”代替“剽窃”,译成:“你应该把这句话写下来,免得被人山寨了。”

译者在美剧字幕翻译中应有高度的受众意识,明确该美剧的受众群体,针对受众群体喜好,运用网络流行语。汉译字幕中像“淡定”“坑爹”“神马”“卖萌”等网络流行语的借用,给美剧增添了不少色彩。《生活大爆炸》这部美剧在中国拥有广阔的市场,一定程度上得益于高质量的翻译,合理借用网络流行语,使中国受众更好地理解该剧中的冷幽默。

(二) 专有名词符合期待视野

在美剧字幕翻译的过程中,一些生僻的名词是英语独有的,而汉语中没有相对应的表达,如果直译出来中国受众会不知所云。译者应参照美剧创作相应的文化和时代背景,注意其语言特点与相关的修辞。在翻译中有些地方涉及地域文化和一些专业名词,语言晦涩难懂,还有个别难以理解的长句等,不仅要理解作者的源语语言所表达的意思,还要试着使用目的语不减风味地将其翻译出来,这就涉及归化时应合理使用专有名词,例如,在美剧《生活大爆炸》中谢耳朵发明了一个机器人,佩妮对着机器人说,“What’s up, Shel-Bot?”“怎么了,谢童木?”“Shel-Bot”是由谢耳朵英文名字“Sheldon”的词首和机器人“robot”的词尾相结合,构成的一个新的专有名词。它的本义是“谢机器人”,译者采用归化策略,拿中国观众熟知的阿童木来代替机器人,译为“谢童木”,给原本没有生命的机器人注入了鲜活的血液,非常形象生动,能使中国受众产生强烈的认同感。

(三) 成语典故提升文化品位

中国观众和美国观众拥有的背景知识不一样,若想要中国受众在欣赏同一部美剧时,达到与美国受众相同的接受效果,汉译字幕起关键作用。^[7]尤其是对一些费解的内容,如果字幕组在翻译后又加了相当数量的注释,观众极有可能来不及看就跳转到下一条了。但如不加注释,观众又难以理解其蕴含的深意,这种情况下就可以运用中国受众熟知的成语典故,提升文化品位,语言也凝练简洁些,易于接受。

在美剧《越狱》中有一个场景是男主角 Michael 好言规劝 Cooper 加入他们的越狱小组,而 Cooper 觉得新来的 Michael 简直是异想天开,于是说,“Three days inside, and he’s already thinking about turning rabbit.”译者把“turning rabbit”归化翻译为“大闹天宫”,灵活运用了成语,可谓雅俗共赏。

在美剧《越狱》的字幕翻译中,译者充分运用了汉语的成语、典故,以观众所能理解和接受的方式来翻译。可见,美剧的字幕翻译要合理地运用归化,尽可能考虑两国的语言与文化差异,使中美观众能拥有基本相同的审美感受和文化体验,并在此基础上兼顾文化品位。

三、美剧汉译字幕归化策略运用中应注意的问题

美剧汉译字幕要充分考虑观众的接受程度及译文的流畅自然,因此,使用归化策略是必然的,但也

要注意下述问题:

(一) 避免失去源语色彩

美剧字幕翻译中过度归化的现象由来已久,在观众喜爱的流行影视剧中常会见到网络流行语被过多运用,汉语观众也常常觉得匪夷所思。^[8]为了吸引眼球、追求喜剧效果,美国影视作品的字幕翻译中大量使用网络流行语,牺牲了源语(英语)的信息,“忠实”让位于“搞笑”。比如,美剧《生活大爆炸》第四季第15集中,Leonard为了争取科研经费,英勇地“被潜规则了”,为科研项目做出了牺牲。在豪车上时,赞助者Mrs. Latham说,“There’s no quid pro quo here.”“Quid pro quo”是一句拉丁语,意为“this for that”,表示“等价的交换”,有其文化内涵。她的意思是无论Leonard怎样,她都会给他赞助费。而字幕组不懂原文的文化特征,翻译成了:“爱情不是我想买,想买就能买”。字幕组借用了流行歌曲《爱情买卖》来解释该句拉丁语,为了把当年那句很火的歌词“爱情不是你想卖,想卖就能卖”套用上去以达到搞笑效果,字幕组不惜牺牲“忠实性”原则,迎合中国观众的大众口味。

(二) 避免过度本土化现象

美国影视作品字幕翻译的过度本土化是指过分使用目的语的语言表达形式和文化意象来阐释和替代源语语言表达形式和文化意象,表面使汉语观众易于理解,实际上造成翻译的交际与功能不对等,具体表现为过度使用中国口语、谚语、方言,过分使用典故、诗词、成语,从而与美剧主题、类型与风格不符,造成中国观众理解上的困难。^[9]在美剧《生活大爆炸》就有很多过度本土化的例子。

例1: Penny is cuckoo for cocoa puffs.

这句话原意为“佩妮喜欢吃可可松饼”,比较容易理解。而字幕组翻译成了“Penny,亲你的次数就跟脑白金广告一样多。”译者滥用文化意象替代,反而使观众难以理解。

例2: Your lack of femininity works to our advantage.

“lack of femininity works”应翻译成“阳刚气质”更妥当,而字幕组翻译成了“你纯爷们的气质对我们很有利”。译者过度使用中国北方俗语,有些不伦不类,因为剧中人物与中国北方人特征并不相符。

例3: This is astonishing.

在这里的“astounding”原意应该是“震惊”,而字幕组将该句翻译成“太让我鸡冻了”,不太符合原文意思。我们支持翻译创新,但过度使用本土网络词汇,篡改原文的本意,改变了原句的风格,反而会影响观众对影片的欣赏。

在美剧《老友记》中也有一些过度本土化的翻译,例如,第七季中,有一个片段是女主角Monica展示自己的厨艺,其中有一道菜叫“ravioli”。美剧字幕翻译者用归化策略把它翻译成我国的“云吞”。其实这是一种概念上的曲解,ravioli其实是一种意大利的方形饺子,一般夹着奶酪馅,通常搭配酱汁食用。不管是制作方法还是外型上,意大利的ravioli都与我国的云吞不太一样。如果字幕组翻译成云吞,可能会使我国受众造成认知上的误解,他们会以为美国人也喜爱中国的云吞。这是字幕翻译过度本土化造成的认知上的错误。

本土化的翻译方式能够较好地弥补中西文化隔阂,达到跨文化交流的目的,但本土化不能被滥用,否则会造成观众的理解偏差,不利于跨文化传播的顺利进行。

(三) 归化与异化相结合

美国影视作品异化翻译作为一种结合地域文化气息的翻译方式,是翻译界的创新,也是一种技巧性较强的翻译方式,能更好地开拓观众的文化视野,拉近两国的文化距离。美剧《生活大爆炸》就有一部分字幕翻译使用了异化策略,在第十集中,霍华德与岳父一家人吃饭前,岳父作祷告,字幕组将祷告词翻译为“主,求你降福我们并降福你惠赐的这次晚餐,我们的主基督,阿门”。基督教作为美国

文化的重要组成部分，体现在生活的方方面面，比如此处的饭前祷告。随着文化交流日益频繁，中国观众对这些仪式也已经有了相当的了解。因此，此处译者采用异化策略十分妥当，更有助于加深中国观众对基督教文化的了解。

对美剧《卡萨布兰卡》中的一段台词，我们可以分别用“异化”与“归化”两种方式翻译，得出两者不同的传播效果。“The drive back to my home in Edmoonton was an endless journey of destructive emotions and thoughts. In a truck-stop restuarant, I sat staring at a glass of cheap red wine. Of all the gin joints in all the towns in all the world, she walks out of mine.”

如果用“异化”的方法来进行翻译：“在我开车回到埃德蒙顿的路上，我陷入了无尽的悲伤之中。随后，我来到一家汽车旅馆，端着一杯廉价红酒出神，觉着这世上有那么多家旅馆，她终究还是走出了我的那一家”。最后一句，会让中国观众难以理解。

如果用“归化”的方法来进行翻译，差别会在最后一句：“弱水三千，终究我已不是她那瓢中的一壶水了。”运用中国成语“弱水三千”，会使中国观众觉得亲切，似乎是身边发生的故事。

由此可见，归化与异化虽是两种不同的翻译策略，但是它们是辩证统一的关系，结合得好将使美剧更具艺术魅力。美国影视作品字幕翻译过分归化会导致文化错位、文化误导的形成；而字幕翻译过分的异化，则会使译文过于生涩难懂，成为一种令人难受的“洋腔洋调”，甚至使作品失去美国的文化特征。在翻译实践中不能只遵循一种原则或采用一种方法，否则，会容易引起理解的歧义。在美剧字幕汉译中不应有完全是以源语文化为归宿，或完全是以目的语文化为归宿的单一翻译方式，过度的异化或归化都有损译文的质量，均不符合跨文化传播规律。因此，在美剧的字幕翻译中应把两者巧妙地统一起来，而统一的“度”则显示了翻译者的语言能力与文化修养。

参考文献：

- [1] 姚洁. 电影字幕翻译中的文化因素传递——基于电影《赤壁上》的个案分析 [J]. 华中师范大学研究生学报, 2010 (17): 20-21.
- [2] 杨群艳. 影视字幕翻译的归化策略 [J]. 电影文学, 2011 (16): 32-34.
- [3] 牛莉莉. 吸血鬼的言辞——从《吸血鬼日记》看字幕翻译的特点 [J]. 海外英语, 2012 (4): 54-55.
- [4] 夏红英. 文化视角下英美影视字幕翻译现状与策略 [J]. 电影文学, 2014 (3): 35-38.
- [5] 张蕊. 我国互联网上民间译制小组研究 [D]. 北京邮电大学硕士学位论文, 2010: 24-27.
- [6] Kendall L. Walton. *Mimesis as Make-Believe* [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990: 22-25.
- [7] Nida, Eugene. *Theory and Practice of Translation* [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004: 32-35.
- [8] Steiner, G. *After Babel: Aspects of Language and Translation* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1975: 41-44.
- [9] Bell, R. T. *Translation and Translating: Theory and Practice* [M]. New York: Longman, 1991: 29-32.

[责任编辑：高辛凡]

On the Skills and Principles of the Domestication of Chinese Subtitles in American TV Dramas

Zeng Yaonong & Xue Dan

As China's international cultural exchanges have become increasingly frequent, more and more American TV series were introduced in the Chinese market, showing a tendency to keep the original sound rather than dubbing. This implied proper domestication strategies into subtitle translation in accordance with the audience's values. These domestication strategies were oriented towards the culture of the target language. The translator of subtitles for American TV series should integrate Chinese and Western cultural elements, taking into consideration the aesthetic experience of the Chinese audience, meeting their requirements. The translator can use network buzzwords to mini-

mize the distance between the Chinese audience and the American TV series, choose proper nouns in line with the expectations of the audience, idioms and allusions to enhance cultural knowledge.