

符号学视阈下电影片名翻译研究

张小林

(成都体育学院 外语系, 成都 610041)

摘要: 电影片名的翻译涉及诸多因素, 是一种复杂的元语言活动。从符号学元语言理论出发, 讨论了元语言在电影片名翻译中的作用, 提出电影片名翻译应将“意图定点”定在大部分接受者能成功解释的某一点, 要充分考虑目标受众所处语境元语言、能力元语言, 结合影片名自身携带的元语言, 通过译名来表达电影作品的情节内容, 吸引观众, 实现电影作品的跨文化传播及商业利益。

关键词: 电影片名; 翻译; 元语言; 意图定点

中图分类号: H315.9

文献标识码: A

文章编号: 1008-6390(2017)05-0055-04

一、引言

对于海外电影而言, 观众首先知道的自然是其电影译名。一个好名字具有瞬间、快速、强烈的广告宣传效果, 能够迅速吸引观众。可以说, 电影译名的优劣在某种程度上直接影响电影的票房收入及其国际传播。电影片名的翻译不仅是商业利益问题, 更是文化交流问题, 是众多学者普遍关注的课题之一。纵观国内电影片名翻译历史, 在过去几十年的变化发展中, 总体来说呈现出两种流派^[1]: 一种是以艺术再创造为基础, 强调神似, 灵活对等, 如将电影 *Gone with the Wind* 译作《乱世佳人》; *You Can't Take It with You* 译作《浮生若梦》; *White Sister* 译作《空门遗恨》; *Cavalcade* 译作《乱世春秋》。另一种是紧扣原文, 强调直译, 形式对等, 如将 *Basic Instinct* 译为《本能》; *Human Factor* 译作《人性因素》; *The Age of Innocence* 译作《纯真年代》。事实上, 电影片名的翻译涉及诸多因素, 除了受到原片名的限制外, 还需考虑到电影观众的理解能力、心理作用等社会因素^[2]。现有相关文献大多从修辞、美学、跨文化、归化和异化翻译策略等角度探讨电影片名的翻译。例如, 苗宁从美学角度探讨了英文电影片名的翻译, 指出电影片名的翻译应具备简约美、通俗美、新奇美、形式美、音韵美和意境美等美学特征^[3]。郑丽君研究了四字格修辞手法在电影这一艺术形式中的作用, 集中探讨了四字格的语言特色、定义、分类及其在电影

片名翻译中的应用^[4]。刘小晨从跨文化视角研究了历史地域差异、文化心理差异以及语言习惯差异对电影片名翻译的影响^[5]。张云勤考察了近年来中外电影交流的历史, 指出电影片名翻译策略呈现出从简单直译到有意识的归化翻译, 再到近年来不断尝试的异化翻译这一趋势^[6]。电影片名的翻译是一种复杂的元语言活动。本文将从符号学元语言理论出发, 探讨元语言在电影片名翻译中的应用, 为电影作品的国际传播提供有益参考。

二、元语言与意图定点

符号学将符号表意中控制文本的意义植入以及解释的意义重建的规则统称为符码, 而符码的集合则被称为元语言, 元语言是能使文本在阐释活动中显现为意义的一整套规则体系^[7]。理解任何符号文本都离不开元语言, 无论是宗教礼仪、民俗传统, 还是音乐舞蹈、体育绘画, 只要被当作意义传播, 就必须依赖于相应的元语言来解释。意义存在的条件就是能够用另一种符号体系(如另一种语言)来解释。元语言是文本完成意义表达的关键。有了元语言的存在, 就意味着整个文本与文本系列是“可翻译的”。而任何“翻译”, 无论是“语际翻译”, 还是“语内翻译”, 都必须依靠元语言, 依靠能使文本在阐释活动中显现为意义的一套规则集合。然而, 对于同一个符号文本, 并不存在一套固定的元语言, 即使同一个人, 其元语言也变动不居。阐释者使用不同的

收稿日期: 2016-12-15

基金项目: 四川省教育厅重点科研项目“外宣话语新动态分析及翻译策略研究”(13SA0179)

作者简介: 张小林(1982—), 男, 四川德阳人, 副教授, 研究方向: 符号学与翻译学。

元语言集合,就会得出不同的意义^[8]。不同的阐释者完全可以采用不同的元语言集合。所以,同一文本能够产生无穷的歧义,正所谓“一千个读者就有一千个哈姆莱特”。不仅如此,即便同一个阐释者也可以前后使用不同的元语言集合,这样其理解也可能会先后不同。比如,同一观众前后几次观看某一部电影,每次理解都会有所不同。

虽然阐释者对文本的解释是变化不定的,但这并不意味着符号发出者的意图意义注定落空。事实上,符号发出者虽然无法控制所有阐释者的解释,却可以设法让大部分接受者的解释落在某一点上。发出者意图中期盼解释的理想暂止点在符号学中称作“意图定点”。“意图定点”不等于意图意义,它是符号发出者认为可以用各种手段达到的一个效果^[7]。符号文本的意图定点往往瞄准特定的接受群体。例如,创作于1965年的大型雕塑群《收租院》是为了当时中国的阶级斗争教育需要,其意图定点不同于2009年重新制作的获得威尼斯双年展大奖的《收租院》泥塑群像,后者瞄准的是“国际解释社群”。要想让符号文本的接受社群大致理解发出者的意图意义,这就需要发出者考虑到目标受众群体的元语言。构成元语言的因素包括社会文化的语境元语言、解释者的能力元语言以及文本的自携元语言^[7]。语境元语言是元语言组成因素的最主要来源,可以称之为符用性元语言,即文本与社会的多种关系引出的文化对信息的处理方式。能力元语言来自解释者的社会成长经历,其记忆积累形成的文化修养、过去的解释经验积累,以及解读过去的相关文本的记忆,都参与构成其能力元语言。符号文本的自携元语言是普遍存在的,是指导文本应该如何解释的元语言^[8]。

三、元语言与电影片名翻译

作为符号文本的电影片名的解释依赖于受众的元语言,这是符号发出者无法控制的。不过,符号发出者可以设法尽可能地让大部分接受者的解释落在其“意图定点”上。电影发行方在敲定电影译名时自然希望目标受众能接收其想要传达的意义,希望电影片名能够激起人们的兴趣,吸引尽可能多的观众,从而获得商业上的成功。鉴于此,在电影片名的翻译中要充分考虑目标受众群的语境元语言、能力元语言以及电影片名的自携元语言,将意图定点落在大多数受众上。

(一) 语境元语言因素

语境元语言涉及文本与社会的多种关系,以及

这些关系所引出的文化对信息的处理方式。在决定符号意义的各因素中,语境是最重要的。同样的符号在不同的语境中会得出完全不同的解释。例如,在中国传统文化中,红色象征着吉祥、喜庆;而在西方文化中,红色却有着强烈的贬义,它让人联想到“火”与“血”,象征着残暴、流血。作为一种跨语境的元语言活动,电影片名翻译需要充分考虑目标受众群所处的语境与电影所展示的社会语境的差异,同一符号在不同语境中的解释是不尽相同的。例如,中国巨力影视于2011年出品的电影《白蛇传说》改编自家喻户晓的民间传说《白蛇传》。该片讲述了蛇精白素贞和凡人许仙之间可歌可泣的爱情故事。在中国传统文化语境中,蛇有时被赋予美好、善良的性格,如上古神话传说中人首蛇身的女媧、伏羲。至今在中国部分地区,蛇还被作为一种图腾为人们所敬奉。在西方神话传说中,蛇大多以负面形象出现,其所伴随的往往是毒辣、阴险、凶恶、狡诈^[9]。希腊神话中的蛇妖美杜莎、圣经中引诱夏娃偷吃伊甸园禁果的蛇尽皆如此。西方人对蛇的恶感比东方人要深得多。所以,如果将该片名译成 *The White Snake*,在西方社会文化语境中,这将导致无法准确传达电影出品方的意图意义,不利于实现满意的商业效果。鉴于此,该片名巧妙地译为 *Its Love*,这样,不仅避免了由于语境元语言不同而带来的歧义,同时也突出了该片的核心理念——白蛇坚贞不屈的爱情。正如该片导演程小东所言:“*Its Love* 的字面意思是‘它的爱’,是白蛇与许仙的爱,是不被法理世道所允许的爱。然而正是因为不被允许,才反衬出这份爱的伟大与坚强。白蛇为了追求爱的自由,不惜一切,甚至搭上自己的修行与性命。这一切,都因为这是 *Its Love*,它的爱,是不同寻常之爱,是超凡脱俗之爱,也是千年来最为独特最为伟大的爱^[10]。”

外语片名翻译的此类例子也不少。例如,由大卫·芬奇执导的好莱坞影片 *Seven* 以罪犯约翰·杜制造的连环杀人案件为线索,从警员沙摩塞和米尔斯的视角出发,讲述了一个和天主教教义“七宗罪”相关的系列谋杀案故事。作为电影片名的数字7在中西方语境中含义大不相同。在西方文化语境中,受基督教文化影响,数字7是一个代表神圣和吉祥的数字,象征着幸运、圆满等意义,人们对它倍加推崇^[11]。如《圣经》中记载上帝用6天创造了世界,第7天休息;上帝用亚当的第7根肋骨创造了夏娃;上帝告诉诺亚:“凡洁净的畜类,你要带七公七母;空中的飞鸟也要带七公七母。这些都可以留种,将来

在地上生殖。”^[12]而中国传统文化受“易生太极,太极生两仪,两仪生四象,四象生八卦,八卦生万物”的哲学思想的影响^[13],对双数偏爱有加,认为“好事成双”。因此在日常生活中,凡事讲究对偶、对称。如“四平八稳”“四通八达”“十全十美”,由此可见人们对于双数的偏爱和崇拜。这种对偶数的偏好在某种程度上来说使汉语文化中对单数7的畏惧多于喜爱^[14]。另外,汉语特殊的发音和构词结构,造就了其丰富的谐音、谐义文化。尤其在使用数字时,人们会自觉地利用谐音、谐义求取平安吉祥,尽可能地避开因发音相同或相似造成不祥意义联想的情况发生。例如,数字“八”谐音“发”,表示发财;“九”谐音“久”,意味着长久。而数字“七”谐音“去”,会使人产生不吉利的联想,从而成为人们“避而远之”的数字。如果将电影片名 *Seven* 直接翻译成《七》,中国的观众可能不知其意,也难以激发观看的兴趣。而该片结合电影情节,将其中文名翻译成《七宗罪》,使片名的意义更加确切,从而有效地避免了受众意义阐释的无限衍义。

(二)能力元语言因素

能力元语言是解释者社会成长经历的总和,包括个人的文化修养、解读过去相关文本的记忆、解释经验的积累^[8]。不同的经历和体验造就了个体不同的能力元语言,进而造就了个体不同的解释结果。例如,在一般人看来杂乱无章的一堆数字,统计学家们却能解释出一些规律。再如欣赏毕加索的画作时,一个对艺术一窍不通的人与一位受过严格美术训练的人所做出的解释是截然不同的。由于能力元语言不同,外行看到的是一幅“三岁小孩的涂鸦”,而专业人士看到的是“用时代最顶尖的绘画技巧去还原最纯粹的内心”的杰作。电影作为一种大众文化形式,其目标受众是普通大众。所以电影片名的翻译应考虑到大部分人的能力元语言。也就是说,应将“意图定点”定在大部分接受者能成功解释的某一点。例如发行方把电影《安娜·卡列尼娜》翻译成《爱比恋更冷》,把意图定点落在不熟悉俄国文学的大多数目标受众身上,效果还不错。再如1975年获得奥斯卡金像奖5项大奖的著名影片 *One Flew Over the Cuckoo's Nest*,电影名来自美国家喻户晓的一首童谣“Wire, briar, limber lock, three geese in a flock. One flew east, and one flew west, and one flew over the cuckoo's nest”。对于熟悉该童谣的美国观众而言,其自身所具备的能力元语言,使其能够充分理解该片名的意义,了解电影的情节与主题。然而,对于中国观众而言,若直译为《飞越杜鹃窝》,则会

让人不知所云。所以,翻译时的意图定点落在大多数不了解这段美国童谣的观众身上,结合 *Cuckoo's Nest* 的引申意义(精神病医院)以及电影故事情节将其翻译成《飞越疯人院》,这样中国观众对影片讲述的故事能有大致地了解。类似的例子还有电影 *Hobson's Choice*,从表面上看,该片名源自电影主角 Hobson。事实上,*Hobson's Choice* 是一个英语成语,表示“没有选择或商量的余地”。该成语源自一个故事。16世纪,英国剑桥地区有一个驿站老板名叫 Hobson,他是一个怪人,总是坚持把马匹按照固定的顺序轮流向顾客出租,顾客到马厩去牵马时,即使不喜欢也只能牵了就走,没有任何商量的余地。后来,*Hobson's Choice* 就演变成了一个英语成语,表示别无选择。电影 *Hobson's Choice* 中的 Hobson 是一家鞋店老板,他不愿意把精明能干的长女玛吉嫁给店里的伙计,结果遭到三个女儿的一致反对,最后他不得不屈从了她们。很显然,如果直译成《霍布逊的选择》,对英语成语不了解的中国观众根本就无法从该片名中解读出“别无选择”这层意义。译成《别无选择》自然更胜一筹。

国内电影在对外翻译中也有不少照顾目标受众能力元语言的典型例子。例如改编自金庸小说《射雕英雄传》的武侠电影《东邪西毒》讲述了西毒欧阳锋的人生经历以及他和黄药师、大嫂、剑客洪七等之间的故事。中文片名源自金庸在其武侠小说中塑造的两个经典人物。对熟悉这一故事的国内观众而言,通过该电影片名就能大致猜出该片所讲述的故事。然而,对于西方观众来说,若直译该片名,由于能力元语言的缺场,自然无法准确理解该符号文本所要传达的意思。由于该片的主题是想告诉观众:“很多东西,只有等到时间流逝,我们才会真切地感受到我们得到了什么,失去了什么,怀念着什么,遗憾着什么。”^[15]所以,将片名译成 *Ashes of Time* 不仅非常契合电影的主题,而且也考虑了绝大多数西方观众能力元语言所及的范围。类似的例子还有许多,如将《唐伯虎点秋香》译成 *Flirting Scholar*;《太极张三丰》译成 *Twin Warriors*;《赵氏孤儿》译成 *Sacrifice*;《荆轲刺秦王》译成 *The Emperor and the Assassin*。这些电影译名都是充分考虑了目标受众能力元语言的翻译佳作。对于那些不熟悉中国文化的西方观众而言,基本上能够成功解释这些电影译名的意义,做到对电影情节的大致了解。

(三)符号文本自携元语言因素

符号文本的自携元语言因素,通常直接要求解释者看到文本的某种意义。例如,文本标明自身所

属体裁,是元语言集合中的一个重要因素。电影中的血腥暴力场面和新闻中的血腥场面虽然文本表现类似,但体裁压力却导致两种完全不同的解释;道士所书的符篆,巫师口中所念的咒语,体裁决定了它们无须一字一句解释其重要意义;一本《水经注》当作文学作品与当作地理教材阅读,体裁不同,导致的解释自然也完全不同^[8]。一个符号文本一旦被当作电影片名解读,那就限定了目标受众对它的解读方式,不会把它简单地和一句普通的话或一个词等同起来,而是会解释出更丰富的意义。所以,电影片名的翻译,有时大可不必过于拘泥,甚至可以大胆发挥。因为哪怕看似最无意义的符号文本,在自携元语言因素的压迫下,也会得出丰富的意义解释。例如,法国导演吕克·贝松执导,好莱坞知名女星斯嘉丽·约翰逊主演的科幻动作片 *Lucy* 在国内上映时被译作《超体》。“超体”这个词对于绝大多数目标受众而言,是一个新事物。这样一个闻所未闻的符号文本既没有现成的语境元语言帮助解释,也超出了大多数目标受众的能力元语言范围。然而,既然它是一部电影的片名,人们自然不会简单地将其视为一个枯燥乏味、无法理解的科学术语。此时,文本自携的元语言因素要求解释者解释出文本所具备的某种意义,比如,这部电影绝不是一部老套的科幻片,而是一个人们所不熟悉的全新的科幻故事。这无疑将勾起目标受众对电影内容的好奇心,进而到电影院一睹为快。类似的例子还有由马克·赫曼执导的电影 *The Boy in the Striped Pajamas*, 该片的中文译名并没有走传统的路子,将其译为惯用的四字格中文片名,而是将原电影片名直译为《穿条纹睡衣的男孩》,这个译名看上去平淡无奇,根本就不像电影片名。然而,文本自携的元语言因素要求解释者把它当作电影片名来解读,这样反而会激起目标受众的好奇心。另一部值得一提的是由詹姆斯·卡梅隆执导的好莱坞大片 *Avatar*。该片名源自梵文,表示“化身”的意思,指由于特殊目的而从较高境界“下降”“转世”。通俗地说,就是天神降临,或者说天神附体。国内曾将该片译作《化身》《天神下凡》,甚至《异次元战神》,最终上映时定名为《阿凡达》。尽管国内大多数观众根本就不明白“阿凡达”一词所谓何意,这样一个脱离了语境元语言的符号文本却硬生生地用其文本自携的元语言因素,迫使能力元语言缺失的受众按照电影片名这个体裁来解释出其可能的意义。虽然阐释者的解释各有不同,但考虑到这部电影所耗的巨资、所花的时间以及执导该片导演的知名度,大多数受众会倾向于相信该

科幻电影肯定有其独到之处,这无疑将勾起受众进一步探知答案的好奇心,想要弄清楚这个“阿凡达”究竟指的是什么,进而购票到电影院一探究竟。

四、结语

符号文本的解释依赖于解释者的元语言,包括语境元语言、解释者能力元语言以及文本自携元语言。电影片名翻译是一种特殊的元语言活动,译者应将“意图定点”定在大部分接受者能成功解释的某一点,要顺应目标受众所处语境元语言,考虑大多数受众的能力元语言,结合电影片名自身携带的元语言,通过译名将电影作品的内容情节表达出来,激起人们的兴趣,吸引观众,达到盈利的商业目的。掌握电影片名翻译的元语言特殊性,有助于电影作品的跨文化传播。

参考文献:

- [1]何宁. 英语电影片名翻译纵横谈[J]. 上海科技翻译, 1998(3):37-38.
- [2]吴敏. 浅谈英语电影片名的翻译[J]. 中国翻译, 1995(5):57-58.
- [3]苗宁. 美学视角下的英文电影片名翻译[J]. 电影文学, 2008(14):71-72.
- [4]郑丽君. 四字格的修辞特点与电影片名翻译[J]. 电影文学, 2013(5):155-156.
- [5]刘小晨. 论跨文化差异的电影片名翻译[J]. 广州大学学报(社会科学版), 2011(7):94-96.
- [6]张云勤. 从跨文化视角看电影片名的异化翻译趋向[J]. 外国语文, 2014(1):123-126.
- [7]赵毅衡. 符号学[M]. 南京:南京大学出版社, 2012.
- [8]赵毅衡, 陆正兰. 元语言冲突与阐释漩涡[J]. 文艺研究, 2009(3):5-12.
- [9]吴立莉, 杨继玲. 东西方蛇文化之比较[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2004(18):115-117.
- [10]《白蛇传说》杀青, Its Love 引发脑震荡[EB/OL]. (2011-01-16) [2016-11-12]. <http://ent.sina.com.cn/m/c/2011-01-16/20403208973.shtml>.
- [11]颜静, 王宜杰. 从数字“七”看中西方文化差异[J]. 科教文汇(上旬刊), 2010(3):51-52.
- [12]圣经[M]. 上海:中国基督教两会, 2011.
- [13]维柯. 新科学[M]. 北京:人民文学出版社, 1987.
- [14]宋阿敏. 数字“7”的英汉文化内涵对比[J]. 现代语文(语言研究版), 2014(12):138-140.
- [15]18年, 酿一坛“醉生梦死”[EB/OL]. (2012-12-15) [2016-11-12]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_66ece4e001017m6i.html.

[责任编辑 亦 筱]