

论电影片名英译汉中的受众文化心理关照

——从电影《当幸福来敲门》谈起

董 琼

(杭州师范大学 外国语学院, 杭州 310036)

摘要: 研究了电影片名英译汉中受众文化心理关照的现象,在阐述文化心理的内涵、意义的基础上,分析电影片名英译汉中作为受众的中国文化心理特征,并通过实例分析翻译中对这些心理特征的关照。认为,电影片名英译汉中对受众文化心理的关照是必要的,有助于提高电影在目的语文化中的可接受性。同时指出,要用发展的眼光看待受众文化心理及其在翻译中的关照。

关键词: 电影片名; 英译汉; 受众文化心理; 关照

中图分类号: H315.9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1009-895X(2012)01-0019-05

On Care for Recipients' Cultural Psychology in English-Chinese Translation of Film Titles

— Inspired by *Pursuit of Happyness*

Dong Qiong

(School of Foreign Languages, Hangzhou Normal University, Hangzhou 310036, China)

Abstract: This paper aims to discuss the care for recipients' cultural psychology in the English-Chinese translation of film titles. Based on an explanation of the meaning and significance of cultural psychology, the researcher makes an analysis of the characteristics of Chinese cultural psychology (as Chinese audience is the recipient in this case) and reveals how these characteristics are cared for in translation through case study. Then the conclusion is drawn that the care for recipients' cultural psychology in translation of film titles is necessary to improve the acceptability of the film among expected audiences in the target culture. Meanwhile, it is pointed out that a developmental view is needed in dealing with cultural psychology as well as its care in translation.

Key words: film title; English-Chinese translation; recipients' cultural psychology; care

随着文化交流的日益频繁,越来越多的英语电影被引进国内。每年都有大量的英语电影同步在国内放映,吸引着大量的中国观众走进影院。然而,能够欣赏原版英语电影的观众为数毕竟不多。在这种背景下,电影的翻译就显得尤为重要,尤其是电影片名的英译汉,更是具有独特的意义。

Pursuit of Happyness(该片名中此处的拼写错

误是有意而为,源于影片中的一个细节,因此笔者沿用这一拼写)是2007年热映的一部美国大片,引入中国后反响不错。其汉语译名为《当幸福来敲门》。比较中英文片名,会发现有趣的反差。这部电影改编自著名投资家Chris Gardener的真实经历。影片描述了他追求幸福的过程中的辛酸经历以及锲而不舍的奋斗历程。除了结尾稍显轻松温馨之外,整

部影片最多的镜头就是威尔史密斯不停的奔跑,从公司跑到收容所,从收容所跑到公司,跑着去争取客户等。影片正是在一次次的奔跑中凸显着“追求”(pursuit)的主题。而汉语的译名给人一种温馨、平和的感觉,似乎主人公所做的不过是等待,等待幸福来敲门而已。那么,究竟是出于何种考虑,译者作此处理呢?谈到影片名的翻译,首先来探讨一下影片名翻译的特点。

一、影片名的特点及翻译

电影片名相比其他翻译文本,有其特殊性。首先,相比其他文本(如书名、文章名),电影片名要求尤为简洁醒目,令观众一望而知其大概内容,或立刻引起观众的兴趣,读来也能琅琅上口。这一要求制约并影响译者翻译策略的选择,比如处理源语独特文化内容的某些翻译手段(如加注)就不适用于电影片名的翻译。

其次,电影片名兼具文化性与商业性。作为一种文化产品,电影从名字到内容,从人物到情节都无疑具有鲜明的特定群体的文化烙印;同时,一部电影要成功地吸引观众走进影院,收回制作成本乃至获得可观利润,就不得不考虑其商业性。文化性和商业性的双重特点要求译者在翻译时,力求能成功传递影片名中的文化内涵,使其在目的语文化语境中能被普遍接受,从而最大限度地发挥电影的商业价值。

鉴于电影片名的特殊性,其可接受性是影响一部影片获得认可及票房成功的重要因素。因此,外语电影在引进与翻译时必然要考虑到影片的译名在受众文化群体中的可接受性。遍观英文电影片名的汉语译名,很多在翻译时选择了改译,与原片名相去甚远。随手举例,如 *Home Alone*(小鬼当家)、*The Great Waltz*(翠堤春晓)、*Penelope*(真爱之吻)、*If the Shoe Fits*(魔鞋,又译:现代灰姑娘)等。究其改译原因,从中可以透视中西文化心理的区别以及影片名翻译者对于受众文化心理的关照。

二、文化心理的内涵

文化心理是与语言相关的文化因素之一,它指的是“同一文化群体的人在内外社会环境、物理环境以及人际关系相互作用影响下形成的整体的心理倾向,它是民族发展的长期积淀物,其内部呈现出一种稳固结构,对外则表现出一种反应程式”^[1]。正如刘宓庆指出的那样,每一个民族都有自己的民族心

理特征,这些特征都是在特定的文化历史传统、地缘经济形态、地缘政治形态和地缘社会形态的环境中形成^[2]。而生活在特定文化群体中的任何个体,其社会化过程都受到其成长的家庭、学校、社会文化及社会价值观的影响。因此,心理发展都受到其所生活的社会环境和文化背景的影响。

特定群体的文化心理特征对于该群体的普通个体来说,更多的是一种隐性的潜意识的表现,他们大多时候意识不到其存在。然而,由于文化心理是在个体特定的成长发展环境中逐渐形成的,对其观念、处世以及行事方式有着潜移默化而根深蒂固的影响。具体表现为:当个体面对符合其群体的文化心理的事物时,便会产生自然的亲切感从而能顺利地接受;反之,一旦面临有悖于其文化心理的事物时便本能地产生抵触、排斥的心理而难以接受。

作为旨在促进不同语言文化群体之间相互交流的翻译活动,不仅是两种语言符号之间的相互转换,更是两种文化的转换与沟通。正如美国著名汉学家李达三(John Deeney)教授指出的那样:“每一种语言都从文化中获得生命和营养,所以我们不能只注意如何将一种语言译成另一种语言,还必须力求表达两种文化在思维方式与表达情感方面的习惯。”^[3]可见翻译活动不只是两种语言之间的转换,更是两种文化的交流与移植。因此,翻译必须要考虑到目的语不同的文化心理的制约与影响。

三、中国文化心理的特征及其在片名翻译中的关照

作为文化性与艺术性相结合的一种商业产品,电影片名的翻译已经不再是简单的文字转换,而必须考虑到对另一种文化中受众的可接受性。因此,电影片名的英译汉必然要考虑到作为受众的中国观众的文化心理,从而对英文片名做出相应的处理以适应中国文化心理,提高可接受性。那么相对于英语民族来说,中国民族的文化心理有哪些特征呢?

(一) 中国人的“和”及圆满崇拜

重视人与自然以及人与人之间的和谐关系,是中国传统文化心理的一个重要部分。道教在我国历史上源远流长,对传统文化的影响深远。道教中天、地、人三道合一的思想,注重的就是“天人合一”,“天地万物化一体”。阴阳五行的概念是“天人合一”思想的机理,在汉语中向来有这样“顺之者昌,逆之

者不死则亡”和“四时之大顺,不可失也”的说法。甚至连历史上众多的起义者,无论造反的理由是多么的名正言顺,也一定要竭力造出虚假的声势,以证明自己的造反当权是“顺应天意”的。即使是在几千年后的现代社会,中华民族也一直崇尚并致力于追求和谐的状态。由此可见,“和”的观念在中国文化心理中是多么根深蒂固。

除了对于“和”的渴望与追求,中国人还表现出一定的圆满崇拜,倾向于对一切的结局,表现出最终“皆大欢喜”的期望。相对于过程,中国人更重视结局是否完美,可以说,中国审美情趣和传统观念中存在着圆满崇拜。不少学者指出,中国传统叙事文学作品中“大团圆”的结尾模式是一个非常普遍的现象。胡适在《文学进化观念及戏剧改良》中曾写到:中国文学最缺乏的是悲剧的观点。无论是戏剧,是小说,总是一个美满的团圆。李渔在《闲情偶寄·词曲部》论“格局”之“大收煞”时,谓之“有团圆之趣”。即使像《窦娥冤》这样的悲剧题材,作者也对其进行了喜剧化处理,给它加上了一个很具有浪漫色彩的“光明的尾巴”。有人说中国文学中没有真正的悲剧,这一说法也不无道理。

中国文化心理中这种对和谐圆满结局的偏爱在电影片名英译汉中也得到了关照,具体表现为,影片相对比较美好的结局常常被突出,放大,甚至片面化,以满足中国人的文化心理。如前文提到的《当幸福来敲门》就是比较典型的例子。比较有代表性的还有 *Ever After* (麻雀变凤凰)、*It Could Happen to You* (倾城佳话)、*Never Been Kissed* (一吻定江山)、*The Parent Trap* (天生一对,又名:亲亲两颗心)。分析这些英文原片名,除了 *Ever After* 由于对“they live happily ever after”这一童话故事惯用结尾的影射而具有一定的喜剧色彩之外,其他片名均无预示圆满结局。如 *The Parent Trap*, 讲的是两个女孩海莉和安妮及她们父母的故事。来自加利福尼亚的海莉与爸爸一起生活,来自伦敦的安妮与妈妈一起生活。她们本来素不相识,偶然夏令营相遇后,她们惊奇地发现两人长得一模一样。原来她们竟是孪生姐妹。她们父母早年由于误会而离婚后各奔东西,分隔于大洋彼岸。姐妹俩决定设计使父母和好。她们偷偷调换身份,海莉和妈妈生活,而安妮则和爸爸生活。经过一个个匪夷所思又温馨浪漫的小插曲,姐妹俩终于使父母尽弃前嫌,重归于好,从此一家四口开始了新的生活。原英文片名 *The Parent Trap* 构思精巧,引人入胜。尤其是其中的“Trap”(圈套)这个词,

巧妙点题,且使人遐想无限。有了姐妹俩给父母精心设下的“圈套”,才有了妙趣横生的情节和顺理成章的大团圆结局。反观其常用的两个中文译名(天生一对、亲亲两颗心),都不约而同地避免了直译而采用改译,省略了曲折有趣的过程而直奔美好的结局。以上所举其他几部亦是如此。这些喜剧性的译名,充分满足了中国观众对于大团圆的心理期望。

出于对这种大团圆的心理期望的关照,译者在影片名翻译时,对于圆满结局的追求有时甚至达到了固执的程度,不惜牺牲原片名的独具匠心而选择千篇一律的“圆满”译名。如中文译名为《麻雀变凤凰》的英语电影,就有 *Ever After*、*Pretty Woman* 和 *Mrs. Winterbourne* 这几部,还有一部 *Maid in Manhattan* 译为极相似的《女仆变凤凰》。由此可见中国文化心理中大团圆的心理期望对于译者选择的影响之大。

(二) 中庸平衡

中庸之道是在中国传统哲学“阴阳五行说”的基础上形成的处世之道。中庸之道要求人们在处行事时,允执厥中,不偏不倚,凡事折中调和,避免过激行为。这一点在中国传统文论中有所体现。如孔子在评说《诗经·关雎》时说“乐而不淫,哀而不伤”。快乐而不过度,哀愁而不悲伤,感情表达不过于热烈,限制在“礼”的范围内,为孔子所称赞。

中国文化心理中这种中庸思想反映在行事方式上,就显得有些被动、消极,缺乏竞争意识和主观积极性。如在汉语中常用的一些俗语:“息事宁人”、“谋事在人,成事在天”等均有所表现。这一点与西方文化心理的积极进取形成明显的反差。西方崇尚挑战,征服自然,通过个人奋斗获得成功而不是等待或依赖“天时地利”。这一点可以追溯到《圣经》创世说以及培根、笛卡尔、歌德关于“力的崇拜”的哲学思想。英语谚语“*There is no such a thing as a free lunch*”、“*God helps those who help themselves*”等都体现了西方文化心理中这一特点^[4]。仍以 *Pursuit of Happiness* 《当幸福来敲门》这部影片为例,片名中的 *Pursuit* 无疑是整部影片的关键词,影片甚至以《独立宣言》中对于人权的阐释作为开头而引入情节。而影片凸显和颂扬的正是主人公这种坚忍不拔,在任何时候都不放弃努力的精神。通过不懈的努力,奔走,最后终于“追求”到了幸福。这部影片反映了典型的积极进取的西方文化心理。而中文译名,则淡化了这种艰辛的追求幸福的过程,

多了一种浓重的中庸和无为而治的中国味道。

中国传统文化的中庸思想的影响,表现在另一个方面就是强调平衡美与和谐感。如汉语成语经常使用的四字结构,就是平衡美的集中体现。它短小精悍,结构严谨,读起来抑扬顿挫,琅琅上口。冯庆华认为,四字结构有三大优点:从内容上讲,它言简意赅;从形式上讲,它结构匀称;从语音上讲,它顺口悦耳^[5]。许渊冲也认为,使用四字结构能够“发挥中文优势”,以少胜多^[6]。因此,四字结构成为影片名汉译中的偏爱。粗略统计显示,四字结构出现频率极高。如一些经典电影的片名翻译:*While You Were Sleeping*(再见钟情)、*Gone with the Wind*(乱世佳人)、*On the Waterfront*(岸上风云)、*Where the Heart Is*(芳心何处)等都选择使用四字结构。一些最新引进的英文电影也不例外,如*Changeling*(换子疑云),*The Curious Case of Benjamin Button*(返老还童)。

这些四字结构的中文译名,在忠实反映电影内容的基础上,发挥了汉语的表达优势,增强了可读性。然而需要指出的是,尽管四字结构有其优势,但也要注意不宜滥用。有些译名过于追求表面上的平衡整齐而忽略了对于原文以及电影内容的忠实,或流于低俗,反而误导观众,令人失去观看的兴趣。

(三) 含蓄内敛

中国传统文化另一个重要特点是含蓄内敛。性在中国历来是一个羞于启齿的话题,在严肃的文学作品中即使偶有涉及,也是一带而过,或者使用含蓄晦涩的隐喻取而代之。现代社会尽管由于观念的发展进步,人们不再对性谈之色变,然而在公众场合还不能坦然谈论。

因此,在影片名的翻译中处理含有性字眼的英语电影片名时,往往采用隐语。如近年来受到中国观众热捧并改编为电影的美国电视剧*Sex and the City*,讲述纽约四个成功的单身女性在这个充满欲望与诱惑的大都市寻求真爱的故事。除了经典剧情,也不乏对于两性关系的理性思考、精辟分析以及幽默的对白。它的汉语译名为《欲望都市》,比起英语原名,则更加含蓄内敛,同时也暗示了剧情内容。如直译为《性和城市》,则显得品味低俗,使人误以为是一部充斥性的色情片。其电影版仍然沿袭了这一中文译名,可见确实是一个成功的译名。类似的例子还有不少,如1982年的美国影片*Midsummer Night's Sex Comedy*。该片是一部轻喜剧,讲述了三

对情侣之间交互错杂的两性关系,其英文片名忠实地反映了内容。这部影片在中国被译为《仲夏夜绮梦》,改译名照顾到中国文化中对性的避讳心理,避免了直译,给该片一种浪漫色彩,同时使人联想到莎士比亚的喜剧《仲夏夜之梦》,与原名有异曲同工之妙,并且更含蓄幽美,可谓是绝佳的译作。

(四) 集体本位

由于中国几千年的历史文化中社会组织结构、国家制度以及伦理道德的特点,中国传统文化重家族轻个人,重群体轻个体,因而总是强调个人在群体中的责任和义务,而忽略了个人在社会中的权利,形成了集体本位的文化心理。集体本位强调统一与和谐,强调牺牲个人利益服从群体利益,强调群体目标而非个人目标。中国集体本位的传统文化曾极端排斥个人主义,甚至在相当长的一段历史时期,“个人主义”在中国被视为洪水猛兽加以批判。

西方文化以个人为本位,信奉个人尊严,鼓励个人自由,推崇个人价值的实现和人格的完整独立。个人价值的极致体现——个人英雄主义,在英语电影中更是发挥得淋漓尽致。个人英雄主义是英语电影中存在的一个极为普遍的现象与模式,那就是在面临巨大危机时,众人都浑然不知或束手无策,只有影片的主人公挺身而出,以一己的力量来挽救形势,拯救世界。这样的情节模式在英语电影中比比皆是,如《爱国者》、《拯救大兵瑞恩》、《蜘蛛侠》,可以说是集中体现了西方文化心理中的个人本位主义。而其反映在电影片名中,不少英语电影都是以人名为片名,体现了主人公个性的张扬和个人主义的倾向。如*Simon Birch*,这是一部讲述一个侏儒儿童尽管受到歧视,却坚持一颗纯真、友爱的童心和信仰,并最终为挽救一车的儿童献出生命的故事。无疑*Simon Birch*无论从身材还是身份来说都是一个卑微的小人物,然而由于他内心的纯净,这个小人物身上闪着高尚的人性光辉。影片以他的名字命名就是这个含义。然而由于文化的差异,汉语很少用人名为影片名,而且这个不为人知的名字也无助于反映影片内容,因此译为汉语时变成了《一路有你》,把着眼点放在主人公与Joe的友情。类似的例子还有:*Thelma and Louise*(末路狂花)、*Jerry Maguire*(甜心先生)等,这些以人名为片名的电影在译为汉语时,出于对中文影片名特点的考虑都摒弃了源文本中的人名而进行了改译。

四、结束语

以上的对比研究,使我们了解到中西文化心理在一些方面的差异以及形成这些差异的原因,并且揭示了译者在翻译英语电影片名时,对于这些差异关照的得与失。固然,正如其他任何形式的翻译一样,影片名的翻译也没有绝对正确和完美的译法,但作为文化载体的电影,翻译时如能关照到受众文化心理的特点,无疑能够提高电影在目的语文化群体中的可接受性,从而更好地发挥电影的商业价值。

值得指出的是,我们应该用发展的眼光来看待中西文化心理的差异。随着文化交流的日益深入,中西文化也在相互影响。在更为宽容开放的现代社会,中国社会也变得更为积极进取,富有竞争力,也更为重视个人价值和个性的张扬,这一趋势在电影片名翻译中也有反映。如近年来的一些电影译名就更多地保留了原来的人名,如 *Forrest Gump* (阿甘正传), *Mr. and Mrs. Smith* (史密斯行动) 等,这也从另一方面体现了电影片名译者在翻译中对于受众文化

心理的关照。

参考文献:

- [1] 王娟. 中西文化心理对礼貌语及行为选择的影响[J]. 四川外国语学院学报, 2006, 22(2): 103-106.
- [2] 刘必庆. 文化翻译论纲[M]. 武汉: 湖北教育出版社, 1999.
- [3] 包惠南. 文化语境与语言翻译[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 2001.
- [4] 卢兆强. 汉英成语和中西民族文化心理[J]. 韶关学院学报, 2002, 23(5): 73-74.
- [5] 冯庆华. 实用翻译教程[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- [6] 许渊冲. 译者前言[C]//许均. 文字·文学·文化——《红与黑》汉译研究. 南京: 南京大学出版社, 1996.

(上接第 18 页)

- [6] Lu Siyuan. Random remarks on the relation of translatology to grammar, rhetoric, pragmatics and other linguistic sciences[J]. Shanghai Journal of Translations for Science and Technology, 1990, (3): 1-6.
- [7] Munday J. Introducing Translation Studies: Theories and Applications[M]. London: Routledge, 2001.
- [8] 卢思源. 要动态对等, 不要形式对应[J]. 大学英语, 1978, (4): 55-59.
- [9] Chomsky N. Syntactic Structures[M]. The Hague: Mouton, 1957.
- [10] Lakoff G, Johnson M. Metaphors We Live by[M]. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.