

# From an Ecological View to See the Translation of the Name of TV Drama

Fanglei Li

School of Foreign Languages and Literatures, Lanzhou University, Lanzhou Gansu  
Email: 15254619936@163.com

Received: July 21<sup>st</sup>, 2019; accepted: August 5<sup>th</sup>, 2019; published: August 12<sup>th</sup>, 2019

---

## Abstract

With the deepening of cultural exchanges between China and foreign countries, more and more foreign TV dramas pour into our country, and some domestic TV dramas also make a hit abroad in recent years. The name of TV drama is the “first card” of a TV drama. A successfully translated name can attract more overseas audiences. Therefore, the translation of the name of TV drama plays an important role in the Chinese-foreign cultural and art communication. Professor Hu Gengshen’s theory of ecological translation encompasses various perspectives of translation studies into a relatively complete ontological ecosystem of translation, emphasizing the translator’s subjective role. Under the guidance of the “three-dimensional” principles of ecological translation, namely, language dimension, cultural dimension and communicative dimension, this paper attempts to explore the translation of the name of Chinese and English TV drama, so as to provide a different perspective and enrich their connotations.

## Keywords

Translation of the Name of TV Drama, Ecological Translation, Language Dimension, Cultural Dimension, Communicative Dimension

---

# 生态翻译学视角下影视剧名翻译

李芳蕾

兰州大学, 甘肃 兰州  
Email: 15254619936@163.com

收稿日期: 2019年7月21日; 录用日期: 2019年8月5日; 发布日期: 2019年8月12日

---

## 摘要

随着中外文化交流的不断加深, 国外影视剧越来越多地涌入我国, 而某些国产剧近年来在国外也斩获好

评。而影视剧名是影视作品的“第一张名片”，成功的译名可以吸引更多的海外观众，所以剧名翻译在中外文化艺术交流中扮演着重要角色。胡庚申教授提出的生态翻译学理论把各翻译研究视角囊括到“一个相对完整的翻译本体生态系统”中，强调译者的主体作用。本文尝试在生态翻译学的“三维”原则即语言维、文化维和交际维的指导下，阐释解读中英影视剧名的译名，为剧名翻译提供一个不同的视角并丰富其内涵。

## 关键词

影视剧名翻译, 生态翻译学, 语言维, 文化维, 交际维

Copyright © 2019 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

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



Open Access

## 1. 引言

在坚持文化产业“引进来”、“走出去”的大背景下，国内外文化交流日益频繁。影视作品作为一个国家社会文化的缩影，折射着当下的社会百态，是文化交流和沟通的一种重要途径，而影视剧名作为影视作品的“招牌”，其翻译的好坏大大影响着海外收视率，以及国际间文化艺术交流。“好的译名能够使佳片锦上添花，使中等质量的影片更上一层楼；同时译名本身也给人以美感，起着‘导看’的作用”。根据生态翻译学，影视剧名翻译是译者适应其翻译生态环境的选择活动，而影视剧名翻译的生态环境有其特殊性，是一个复杂的综合体，体内各因素相互联动。在影视剧名翻译中，译者要从整体翻译生态环境出发，从语言维、文化维、交际维以及美学层面等多维角度进行选择 and 转换，从而使译名能够适者生存，确保影视剧成功地进入国外市场。本文拟从翻译生态学这一新的视角研究影视剧名翻译中的“三维”转换问题，以期对翻译研究者有所裨益。

## 2. 生态翻译学理论回顾

所谓生态翻译学(Eco-translatology)，并不是一个新的独立的学科门类，而是一种生态学的翻译观，或者说是一种生态学的翻译研究途径(ecological approach to translation studies)。它着眼于翻译生态的整体性，从翻译生态环境(translational eco-environment)的视角，解读翻译过程，描述译者与翻译生态环境之间的关系，聚焦译者的生存境遇和翻译能力发展。翻译生态环境指的是原文、原语和译语所呈现的世界，即语言、交际文化、社会，以及作者、读者、委托者等互联互动的整体。翻译生态环境是制约译者最佳适应和优化选择的多种因素的集合[1]。

## 3. 影视剧名翻译的翻译生态环境

影视剧不仅是一种文化载体，同时也是一种商品，而优秀的剧名无疑是一部影视剧最出色的广告。影视剧名翻译有异于一般文学翻译、科技翻译，其翻译生态环境有其独特性。其独特的翻译生态表现在：语言维度上，表达习惯和语言审美等因素的异同；在文化维度上，历史文化、社会心理、信仰、价值观等因素的差异；在交际维度上，传播效果和商业价值等因素。而各个维度和因素并无统一的优先次序，有时无法同时兼顾，需要译者在特定的翻译生态环境内对于不同维度的因素进行选择 and 取舍，以适应其翻译生态环境。所以，影视剧名的翻译生态环境是一个复杂的综合体，影视剧名的翻译往往是译者在各个维度间权衡利弊的结果。

## 4. 影视剧名翻译的“三维”适应性选择转换

胡庚申指出,生态翻译学理论提出的翻译方法是侧重“三维”间的转换:即语言维、文化维和交际维的适应性选择转换。以下举例分析了影视剧名翻译中的“三维”适应性选择转换。

### 4.1. 语言维的适应性选择转换

语言维的适应性选择转换(adaptive transformation from the linguistic dimension),即译者在翻译过程中对语言形式的适应性选择转换。这种语言维的适应性选择转换是在不同方面、不同层次上进行的[1],包括语言、语码和风格,话语构筑要素,话语和话语束,话语构筑原则,选择之间的共同适应关系[2]。

在语言维度上,影视剧名翻译的生态环境集中表现在源语和译语在表达习惯和语言审美等因素的异同。所以,译者更要充分发挥主体作用,如果直译不符合译语观众的表达习惯,不妨摆脱源语在语言形式的束缚,灵活地实现语言维的适应性选择转换。

中文表达常使用四字短语,善用成语,一来它的平仄变化形成抑扬顿挫的音美,符合中文美感,二来它言简意赅、朗朗上口,也方便记忆和传播,所以它在中文中广为使用,在电视剧剧名中更是如此。所以在将国外影视作品翻译成中文时,译者往往利用四字短语来保证译名的美感和接受度。

例如,英国科幻剧 Doctor Who,直译的话,应该是《哪一位博士》,作为影片名,略显平庸。而《神秘博士》译名符合中文四字短语的表达习惯,更为中国观众所接受,同时“神秘”二字不仅译出了“who”未知的意思,还给观众留下丰富的想象空间。

再如 How to Get Away with Murder,如果直译成《如何逃脱凶杀案》就显得冗长,直接套用四字成语译为《逍遥法外》则更为精炼传神。

同类型的例子还有 The Good Wife (《傲骨贤妻》)、Supernatural (《邪恶力量》)、Dexter (《嗜血法医》)、Shameless (《无耻之徒》)、Sense 8 (《超感猎杀》)、The Twilight Zone (《迷离时空》)、Castle (《灵书妙探》)、How to Get Away with Murder (《逍遥法外》)、Lie to Me (《千谎百计》)、Hung (《大器晚成》)等等。

而英文表达崇尚简洁,英文影视作品通常结构简练,语言直白,大多不超过5个单词。在修辞手法上常用押韵,其中押韵主要包括头韵、腹韵和尾韵,以增强剧名的音韵美和节奏感,便于传颂。所以,在翻译国产剧名时,应该考虑到这些因素。

例如,国产影片《杜拉拉升职记》,直译的话,应该是 A Story of Du Lala's Promotion。作为影片名,显得冗长啰嗦,过于平铺直叙,缺乏创造性,远不如 Go Lala Go 的译名前后押韵,富有节奏感和音律美。首先,在称呼上,英语国家习惯直呼人名,显得亲切,而 Lala 这个名字朗朗上口,也更容易为英语观众所接受。另外,Go 有前进的意思,点名了主人公励志的故事,还给观众留下丰富的想象空间。

同样的,将国产剧名翻译成押韵的英文剧名的例子还有很多。比如,押头韵的有 Face To Fate (《布衣神相》)、Vagabond Vigilante (《游剑江湖》)、Best Bet (《迎妻接福》);押腹韵的有 When Rules Turn Loose (《识法代言人》);以及押尾韵的 Wish and Switch (《欢乐无穷》)、Cupid Stupid (《恋爱星求人》)、Riches And Stitches (《凤舞香罗》)。

### 4.2. 文化维的适应性选择转换

文化维的适应性选择转换(adaptive transformation from the cultural dimension),即译者在翻译过程中关注双语文化内涵的传递与阐释。这种文化维的适应性选择转换在于关注原语文化和译语文化在性质和内容上存在的差异,避免从译语文化观点出发曲解原文,译者在进行原语语言转换的同时,关注适应该语言所属的整个文化系统[1]。

剧名是电视剧剧情的浓缩，蕴含着丰富的信息，尤其是文化信息。受众根据自身的认知系统，通过解读剧名，对电视剧的内容进行预测。由于中外受众所掌握的知识不同，所处的文化背景不同，同样的剧名信息，会引起中外观众在认知层面上的差异[3]。这就是当影视作品剧移植国外土壤时，往往会出现“水土不服”的现象的原因。

所以，译者在翻译过程中要“关注双语文化内涵的传递和阐释”。由于原语和译语文化背景截然不同，在翻译剧名的过程中，译者应当考虑到底是选择保留原文文化内涵，采用异化手段；还是采用译语中相对应的文化意象进行替代，进行归化转换[4]。

美剧 *Orange Is The New Black*，其意为“橙色是新的经典色”，在美国文化里，橙色是美国影视剧中常用的囚服颜色，而黑色是时尚界永不过时的经典色“..... is the new black”是美国的常用表达方式，意为“.....现在正流行”。而本剧是以女子监狱为背景的犯罪喜剧，剧中女主角 Piper 本是典型的白人女郎，在纽约过着富裕的生活，时尚对她来说无处不在，而入狱后橙色囚服成了她唯一的时装，同时使其与其他女囚的穿着形成对比，此时她无需再为穿着而绞尽脑汁，这一剧名打趣的形容她的境地，同时交代剧集的背景。但是，中国观众由于文化差异无法理解剧名含意，从橙色不能联想到监狱主题，所以中文译名直接交待该剧背景反而更好。

美剧 *The West Wing*，直译为“白宫西翼”，它是白宫行政中枢所在地，包括总统椭圆形办公室、内阁会议室、战情室以及一些主要顾问的办公室。美国人通过剧名就可以了解该剧是讲白宫里的政治精英的，但中国观众对此地认知仅限于白宫是美国政治中心，但不了解白宫的具体构造，所以相比直译，译为《白宫风云》更佳，且给人以气势磅礴之感。

美剧 *Breaking Bad* 的剧名源于是美国南方的俚语 *break bad*，意思是本性善良的人因为做着坏事而经历内心的挣扎，主要用来描述那些误入歧途的人在正与邪之间挣扎的行为及心情，而本剧正是描写的是男主人公 Walter 由一个正人君子一步步变成一个制毒罪犯的过程。另外，*breaking bad* 二字恰好押头韵，体现了英语的音韵美和节奏感。但是要想让中文观众接受此剧，就得使用异化的手段巧妙地化解掉原名中的文化因素，中文译名《绝命毒师》中的“毒师”二字点名了男主人公的职业——制毒师，而“绝命”二字指的是他身患癌症，人之将死，不但用四字词组交代了本剧剧情，还留给观众悬念和探索的欲望。

美剧 *Sex and City* 如果直译成《性与城市》时，似乎违反中国观众含蓄的道德观，将“性”改为“欲望”则更符合，《欲望都市》可以减少这种文化冲突，让中国观众更易接受。

还有美剧 *The Flash*、*Arrow*、*Daredevil* 的译名《闪电侠》、《绿箭侠》、《超胆侠》，并没有直译为“人”而是转换为“侠”，这就体现了中国文化中的侠义精神，让国人产生亲切感，从而吸引国内观众。

国产电视剧《金粉世家》讲述了一代豪门家族从兴盛到衰弱的故事。随着古代封建集权的发展，人们形成了“黄为贵”的传统观念，黄色和金色被称为正统之色，大多数朝代黄色和金色都为皇亲国戚专用，表示高贵。然而，若选择直译，金和粉在海外无法产生同样的效果，于是译者选择舍弃原文的形式，进行意译，表达出该家族的尊贵，故译为 *The Story of Noble Family*。

以国产剧《甄嬛传》《武媚娘传奇》《琅琊榜》为代表的古装剧，常以中国古代人名或者地名为剧名，然而这些名字往往对国外观众来说是知识盲点，如果将地名音译则无法让外国观众接受，那么就不如根据剧情进行意译，比如，《甄嬛传》的译名 *Empresses in the Palace*，《武媚娘传奇》的译名 *The Empress of China*，而《琅琊榜》的译名 *Nirvana in Fire*，即火中涅槃，概括了该剧的主要剧情，隐喻剧中主人公梅长苏背负着冤案和血海深仇，最后顺利平反冤案、成功扶持新君。*Nirvana* 一词是佛教用语，由梵文音译而来，意为涅槃重生，脱胎换骨。用这个词作为剧名，海外受众可以有效解读信息，并能体验到东方异域风情，保留了其文化内涵。



### 4.3. 交际维的适应性选择转换

交际维的适应性选择转换(adaptive transformation from the communicative dimension),即译者在翻译过程中关注双语交际意图的适应性选择转换。这种交际维的适应性选择转换,要求译者除语言信息的转换和文化内涵的转递之外,把选择转换的侧重点放在交际的层面上,关注原文中的交际意图是否在译文中得以体现[1]。

在交际维度上,影视剧名翻译的生态环境集中表现在源语和译语在传播效果和商业价值等因素。交际维的适应选择转换,即译者在翻译过程中关注双语交际意图的适应性选择转换。这种交际维的适应性选择转换,要求译者除语言信息的转换和文化内涵的转递之外,把选择转换的侧重点放在交际的层面上,关注原文中的交际意图是否在译文中得以体现[5]。不同的影视作品面向的受众不同,不同受众也对不同的影视题材感兴趣。如果译名能吸引相同的目标观众,达到相同的传播效果,发挥相同的商业价值,就达到了交际的意图。

例如,大热律政美剧 *The Good Wife* (《傲骨贤妻》)的衍生剧 *The Good Fight* (《傲骨之战》),其命名也与前者保持高度一致,沿用了前者剧名的前两个词,吸引前者的观众观看此剧,而中文译名也巧妙地保留了前者中文译名的前两个字“傲骨”,同样吸引了国内前者的观众,不但传递了原名的信息,也达到了与原名相同的目的。

同样的例子还有国产古装剧《甄嬛传》大热后,其原班人马打造的同一系列的《芈月传》又掀起另一波热潮,其译名是 *The Legend of Zhenhuan*,直译了前作主人公的名字,使人了解到这是《甄嬛传》同一系列的影视作品,可以借前作的热度直接圈粉海外观众,这部剧同样在国际上也复制了国内的成功。

中国的武侠剧和玄幻剧受海外观众欢迎很大程度上是因为它们满足了海外观众的猎奇心理,所以译名也应该让海外观众一眼就能明白影视作品的题材,吸引他们的眼球,以提高收视率。例如,《仙剑奇侠传》的译名 *Chinese Paladin* 也立刻能抓住喜欢武侠剧的海外观众的眼球。再如,国产剧《鬼吹灯》的剧名就吸引了国内热衷悬疑探险题材的观众,但是如果把剧名直译成 *Ghost Blow Out the Light*,会让海外观众误以为是鬼片,而其译名 *Candle in the Tomb* 既让海外观众立刻就明白是盗墓题材,还保留了原名的神秘色彩,激发观众的探索欲。

## 5. 结语

古人有云:“赐子千金,不如教子一艺;教子一艺,不如赐予好名。”影视作品作为中外交流的文化使者,其剧名的重要性不言而喻,剧名翻译对文化交流和传播有着重要的意义,这是中外影视行业一致认同的观点。译者应该承担起自身应有的责任,在复杂的影视剧名翻译生态环境内,对于不同维度的因素进行权衡利弊,不仅要注意语言层面上的转换,还要实现文化内涵的转载和交际意图的传递。“中华文化能否走出去,能走多远,走出多少在很大程度上取决于翻译工作的力量。”翻译工作任重道远,我们要在引进海外影视剧,吸收国外优秀文化成果的同时,增强国产剧的国际影响力,才能更好地让我们的文化产业“引进来”、“走出去”。

## 参考文献

- [1] 胡庚申. 从术语看译论——翻译适应选择论概观[J]. 上海翻译, 2008(2):1-5.
- [2] 肖华. 论实现“翻译‘多维度适应’”的语用顺应途径[J]. 宜春学院学报, 2011, 33(6): 169-171.
- [3] 陈津. 跨文化传播效果视角下国产剧剧名的翻译策略[J]. 湖北第二师范学院学报, 2017, 34(6): 124-128.
- [4] 成怡. 从生态翻译学看影视剧名的翻译[J]. 南昌教育学院学报, 2011, 26(2): 160-161.
- [5] 陈东成. 从生态翻译学看广告翻译中的“三维”转换[J]. 云梦学刊, 2012, 33(4): 147-151.

### 知网检索的两种方式:

1. 打开知网首页: <http://cnki.net/>, 点击页面中“外文资源总库 CNKI SCHOLAR”, 跳转至: <http://scholar.cnki.net/new>, 搜索框内直接输入文章标题, 即可查询;  
或点击“高级检索”, 下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2330-1708, 即可查询。
2. 通过知网首页 <http://cnki.net/>顶部“旧版入口”进入知网旧版: <http://www.cnki.net/old/>, 左侧选择“国际文献总库”进入, 搜索框直接输入文章标题, 即可查询。

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: [ml@hanspub.org](mailto:ml@hanspub.org)