

译介学视角下文化意象的传递研究——以《茶馆》两个英译本为例

夏悦

上海海事大学外国语学院, 上海

收稿日期: 2023年10月23日; 录用日期: 2023年11月28日; 发布日期: 2023年12月7日

摘要

《茶馆》是老舍于1956年创作的著名话剧, 反映了中国由清末到解放前三个时期的社会变化, 其中蕴含了很多的文化意象。随着译介学的不断发展, 译者更加关注文化差异。本文从译介学的角度, 对《茶馆》英若诚和霍华的英译本为例, 对其中文化意象的传递进行对比分析研究, 来考察这两个英译本是否促进中国文化的传播与交流。本文研究发现, 大部分的译文都能够很好地传播中国文化, 推动世界文化的交流, 并且意识到对文化意象的翻译要充分发挥译者的创造性, 寻求恰当的翻译方法, 这样才能使得译本更好地完成文化传播与交流的任务。

关键词

译介学, 《茶馆》, 文化意象, 对比分析

A Study of Cultural Imagery Transmission in Two English Versions of *Teahouse* from the Perspective of Medio-Translatology

Yue Xia

College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Oct. 23rd, 2023; accepted: Nov. 28th, 2023; published: Dec. 7th, 2023

Abstract

Teahouse is a famous drama by Lao She, which has an extensive influence in China and contains a lot of cultural images. With the development of medio-translatology, translators pay more atten-

tion to cultural differences. From the perspective of medio-translatology, this paper makes a comparative analysis of the transmission of cultural images in Ying Ruocheng's and Howard's translation versions of *Teahouse*, in order to examine whether the two English versions promote the spread and exchange of Chinese cultures. This study finds that most of the translation can spread Chinese cultures and promote the cultural exchange in the world. Through the study, it can be realized that translators should make full use of their creativity and seek appropriate translation methods, so that the translation can better popularize Chinese cultures.

Keywords

Medio-Translatology, *Teahouse*, Cultural Images, Comparative Analysis

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

20 世纪 70 年代末, 随着比较文学在中国的重新崛起, “译介学”这一术语才被学界了解。80 年代, 比较文学界开始关注翻译研究, 其中上海外国语大学谢天振教授陆续撰写出版了《译介学》等专著和个人论文集, 引发了译介学的研究热潮, 译介学由此成为国内比较文学界和翻译研究界的一个引人注目的新领域。

从译介学的角度来看, 传播是翻译的本质, 将中国文学通过翻译推向世界, 而不是简单的文字或文学翻译而是文学译介, 由此看来, “译”即翻译, “介”即传播[1]。从严格意义上来说, 译介学研究是一种文学研究或者文化研究, 注重的是文化信息转换过程中出现的一系列问题, 强调翻译(主要是文学翻译)是具有独特价值和意义的跨文化交流的实践活动[2]。译介学是文学翻译和翻译文学研究的文化视角, 超脱了对表层文字的剖析, 而从更广阔的背景传递原作的精神意蕴, 这样有助于促进不同的文化在世界文化中相互交流、传播[3]。

戏剧《茶馆》通过“裕泰茶馆”在三个时期的变化表现 19 世纪末之后中国的历史变迁, 时间跨度达到半个世纪[4]。虽然篇幅短小, 只有三幕, 但是通过描写底层人民和一个小小茶馆的兴衰, 见证了三个时代社会的变更, 表现出当时社会的黑暗, 底层人民的心酸。话剧中塑造了很多具有中国时代特征的人物形象, 蕴含着丰富的文化信息, 并带有浓厚的民族和地域特色, 为翻译研究中传统文化因素提供了极佳的对象[5]。

国外对《茶馆》英译本的研究较少, 主要是从文学和戏剧的角度探讨其文学地位和艺术价值, 而国内从不同的角度探讨了《茶馆》英译本, 研究结果颇丰。研究聚焦于对比霍华与英若诚的译本, 基本分为三类: 1) 文化视角, 多数学者都是从文化因素入手去分析这两个译本之间的差异。2) 翻译理论视角, 采用不同的翻译理论进行对比分析, 例如目的论、功能对等理论等。3) 语言学角度, 大部分学者从关联理论和隐喻翻译对两个译本进行对比研究[6]。

综上所述, 笔者发现目前还没有从译介学的视角对《茶馆》的英译本进行研究。英若诚和霍华翻译的《茶馆》英译本较有名, 这两位译者采取的翻译原则不同, 对原作的处理各具特色。基于这一点, 笔者选取了这两位译者的《茶馆》英译本, 对其中文化意象的翻译进行对比, 分析这两个译本的译文是否能传播中国文化, 推动世界文化相互交流, 并给译者提出一些翻译方面的建议, 给后续的翻译研究提供新的思路。

2. 文化意象

文化意象由物象和寓意组成，是用具体的物体表现抽象的概念。物象是信息意义的载体，是文化意象的客观部分；而寓意是抽象的思想或情感，是物象在一定的文学语境或是整个文化环境中的引申，是文化意象的主观部分[7]。文化意象有多种表现形式，如植物、动物、成语谚语及典故，或是某种数字等，但由于不同的生存环境、文化传统、价值取向，不同民族间的文化意象也会不同[8]。

古今中外的文学作品中都含有大量的文化意象，这些文化意象与人们的生活息息相关，也满足了人们对于情感的表达和审美心理的需要，人们利用这些文化意象来抒情、叹物、咏志。经过一代又一代人的反复述说，使得这些意象超越本身而上升为拥有特殊含义及情感氛围的意象[9]。因此，解读文化意象能够引起不同民族文化的交流与碰撞。翻译是一种跨文化交流活动，能够让人们了解不同国家和民族的特色文化[10]。所以，解读文化意象和翻译有着紧密的联系，对于文化意象的不同理解能够体现出译者和读者在文化层面上对原作的不同把握。

3. 《茶馆》两个翻译版本中文化意象传递的分析

现代文学家曹禺评价《茶馆》是中国话剧史上的瑰宝。《茶馆》以“裕泰茶馆”的兴衰变迁作为背景，揭示了从维新运动失败后到北洋军阀统治时期再到抗日战争胜利后的三个时期的北京的社会风貌和不同阶层的生活变迁和人物命运。为了更好地在国外表演戏剧《茶馆》，台词需要更加口语化，有利于理解，英若诚在翻译时倾向于意译法，摆脱原文限制，采用增译或省略等技巧，译文更加简练，具有表现力，而霍华是出于热爱中国文化，想要传播中国文化的目的而翻译《茶馆》，因此多采用直译法，译文更加忠实和准确[11]。《茶馆》中提到了很多文化意象，笔者将分析其中比较有代表性的来进行译文对比研究。

3.1. 具有文化意象的物质

例 1: 弄好了，赚个元宝！[12]

英若诚: If all goes well, I may get about twenty taels of silver. [12]

霍华: But if it goes through I'll make a silver ingot. [13]

“元宝”是古代的一种货币，由贵重的黄金或白银制成，一般白银较多见。对中国读者来说，“元宝”象征着财富，是一个文化意象。对于当时的平民百姓来说，这是一笔巨大的财富，尤其是当社会混乱不堪，百姓艰难生活的时候。金银是以“两”为单位，因此，英若诚将“元宝”翻译成“twenty taels of silver”，目标语读者就能理解“元宝”是二十两的银子，直接体现出了大量的财富。霍华则译为“a silver ingot”，因为西方文化中没有“元宝”这一概念，直接将其译成“ingot”，从译介学角度看，他的译法并没有完成翻译作为文化桥梁的任务，“a silver ingot”译者只是从它的外形特征入手来进行翻译，而缺少了文化层面的含义，读者只知道是“一块银锭”而不知道其真正的价值。因此，英若诚在异化的基础上采用了增译的方法，更保留原文文化意象，传播源语言文化，又能为西方读者所接受。

例 2: 李三却还带着小辫儿。[12]

英若诚: Li San, however, still wears his pigtail stipulated by the previous Qing Dynasty. [12]

霍华: Third-born Li still has the queue of Manchu times. [13]

这里的“辫子”指的是清朝男子的牛尾辫发型，是一个文化意象，即腐败清政府的代言词，中国封建社会的象征。“小辫儿”在西方文化中，就只是一个辫子的发型，如果只翻译“辫子”且不加任何的解释，读者就不能体会到“辫子”其实代表着当时的人们对清政府的失望以及他们不知道自己该何去何从的迷茫。因此，英若诚和霍华都翻译“小辫儿”基础上进行增译，都增译了“清朝时期”从而对“辫

子”进行修饰，这样目标语读者就能体会到当时的人们生活在混乱时代的无奈和悲哀。从译介学的角度看，英若诚和霍华的翻译都让读者能够将清朝和辫子联系起来，了解到辫子是清朝的独特文化。

例 3: 小妞的头上插着一根草标。[12]

英若诚: Leading in her hand the Little Girl, with a straw stuck in her hair, indicating that she is for sale. [12]

霍华: The girl has straw stuck in her hair, indicating that she is for sale. [13]

“草标”是自然生长之物，与英语中的“straw”是对应的，但它们的文化意义却截然不同。当其插在所售或待售物品上时，便有了标识意义。“草”表示轻贱，意思是这个东西对卖者来说不“值钱”了，插上草标就要被卖掉了。西方世界缺乏这种文化形象，若仅将“草标”翻译成“straw”会给读者的理解带来障碍，因此英若诚和霍华都对“草标”进行了增译，表明了文中的这位乡妇准备卖她的女儿，这就使得译文连贯、自然，且具有可读性。

以上的三个物质文化意象，英文中都有相似的意象与之呼应，若是直译这些意象就失去了其在原作中的文化含义，但通过英若诚和霍华在直译基础上加上一些注释，就能够让这些文化意象展现出独特的文化意蕴，从而符合创作者的实际情感与思想。翻译这些文化意象时，英译本和霍译本中大部分都采用异化的翻译策略，运用改译或是增译的翻译方法，再加上一定的注释来让读者能够更好地理解原文的含义。从译介学视角来看，他们的译文在一定程度上能够传播中国文化，促进中国文化与世界文化的交流。

3.2. 具有文化意象的成语和俗语

例 4: 咱们就八仙过海，各显其能吧！[12]

英若诚: Let's both try our best, and see what happens! [12]

霍华: Like the Eight Immortals crossing the sea, we each have our own strengths! [13]

划线部分是中国的成语，蕴含了中国特有的文化内涵，具有特殊的文化意义。这个成语源于传说中道家有八大仙人各自想办法渡海去参加王母娘娘的蟠桃会，后来用来比喻做事各有各的一套办法，也比喻各自拿出本领互相比赛。霍华对“八仙过海”采用直译的方法，只翻译出其字面的意思，对于不了解中国文化的目标语读者来说很难明白这句话的意思，会给他们造成理解上的偏差，而英若诚放弃了“八仙”这个意象，通过改译的翻译方法，将其翻译成“both try our best”，使得译文行文流畅，简洁明了，这样使得目标语读者更好地理解原文，能够有效地避免因文化差异而造成的偏差和困惑。但是从译介学的视角看，这样就不利于中国文化的传播，译本就发挥不了跨文化交流的作用。因此，笔者认为这句话的翻译可以在异化的基础上加上注释，既能让“八仙过海”这个文化意象为目标语读者所认识又能让他们知道这个成语的由来从而对中国的传说产生兴趣来推动文化的交流。

例 5: 隔行如隔山。[12]

英若诚: Once in a trade, always in the trade. [12]

霍华译: We just live different sorts of lives. [13]

“隔行如隔山”是中国的一句俗语，意思是不同的行业就好像隔了很多座大山一样，形容不同行业的内容差异甚大。汉语读者熟知这种俗语的意义，但是英语中没有这样的表达，若是直接将“行”译成“trade”，“山”译成“mountain”，目标语读者肯定不理解这两者之间的关系，会感到很困惑。因此，英若诚和霍华都采用了归化的翻译策略，从原文的意义出发进行翻译，但是相比较而言，霍华的译文意义传达更清晰，更容易被目标语读者所接受。

例 6: 化干戈为玉帛。[12]

英若诚: Peace would once more have been restored in the land. [12]

霍华: Hostility transformed to hospitality. [13]

“化干戈为玉帛”是一则来源于历史故事的成语，从字面上来看，干戈指的是古代两种兵器，这里代指战争，玉帛指的是玉器和丝织品，古代诸侯会盟时带的礼物，如今比喻使战争转变为和平、友好。若译者将“化干戈为玉帛”直接翻译成战争转变成玉和丝织品，虽然从语言上来看简练，但不易于目标语读者理解。相比较之下，霍华的译文更加简单明了的表达出了这一句话的意思，从译介学的角度讲，霍华的翻译将“化干戈为玉帛”这句话的真正的含义翻译出来了，使得目标语读者一下子明白这句话的意思，更加有利于他们对译本的理解。

从这三个例子来看，想要翻译好中国的成语和俗语还是比较困难的，需要考虑语境和文化。从英若诚和霍华对成语和俗语的翻译来看，英若诚本身是中国学者对中国文化的理解是很透彻的，他的译文都是在他的理解基础上采用的是归化的翻译策略，这样就能让读者能够更好地理解文章，但是霍华是外国学者，他注重让外国读者了解更多的中国文化，多采用异化的翻译策略，因此在翻译某些成语或者俗语时，没有把其中的意义翻译得透彻。因此，译者在翻译的时候还是要加强对原作品文化背景知识的了解，这样才能更好将原作翻译给读者。

4. 结语

作为文学体裁的一种，话剧有着较高的文学价值。话剧剧本大多数源自于生活，蕴含了大量的文化信息。随着译介学的发展，译者更多地关注到了文化因素，而且文化意象能够体现出民族的特色和深刻的内涵，因此译者要更加注重文化意象的传递。从译介学的视角来看，译本要完成其文化传播与交流的任务，因此译者要尽可能地传播异质因素，尽量地传达异域的文化特色。本文对比分析《茶馆》两个英译本中一些文化意象的翻译，笔者认为翻译文化意象不应该只局限于采用是归化还是异化的翻译策略，应当在这个基础上进行相应的增补或者是删改，要发挥译者的创造性，更好地翻译文化意象，最大限度地帮助读者理解文化内涵，吸引读者的注意，除此之外，译者自身应该加强相关文化背景知识，对源语文化有个更好的了解，从而更好地进行翻译。

参考文献

- [1] 于虹. 译介学与中国现当代文学在美国的翻译与传播[J]. 外语学刊, 2021(2): 112-115.
- [2] 谢天振. 译介学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1999.
- [3] 谢天振. 译介学: 理念创新与学术前景[J]. 外语学刊, 2019(4): 95-102.
- [4] 洪子诚. 中国当代文学史(修订版)[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007.
- [5] 王素雅. 中国戏剧中文化专有项的翻译策略——以《茶馆》英译本为例[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版), 2019, 40(12): 91-96.
- [6] 蔡馥谣, 陈慧祥. 《茶馆》英译本研究现状与分析[J]. 海外英语, 2021(21): 1-3.
- [7] 周凤鸣. 论文化意象在翻译中的处理[J]. 湖北广播电视大学学报, 2003(4): 59-63.
- [8] 胡静. 从译介学角度看文化意象的传递——以《红楼梦》两个英译本为例[J]. 语文学刊(外语教育与教学), 2011(3): 98-99.
- [9] 成滢. 从译介学角度看文学翻译中的几种文化意象[J]. 兰州大学学报, 2006(2): 143-147.
- [10] 王静. 文化意象的解读——谈《汤姆叔叔的小屋》的翻译策略[J]. 语文建设, 2016(33): 79-80.
- [11] 宋文娇. 从跨文化交际角度看中国话剧翻译——以老舍《茶馆》第一幕的两个英译本为例[J]. 海外英语, 2018(22): 31-32.
- [12] 霍华. 茶馆: 汉英对照[M]. 北京: 外文出版社, 2001.
- [13] 英若诚. 茶馆: 汉英对照[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 1999.