

中华茶文化外宣纪录片的生态翻译研究

张阿林

湖北工业大学外国语学院

DOI:10.12238/mef.v7i8.9057

[摘要] 茶是中华文明对世界文明做出的卓越贡献之一。对外传播中华文化一直是央视中文国际频道的重要使命;而质量过硬的双语外宣纪录片是构建国家形象,传播、交流中华文化的重要渠道。本文以中华茶文化的生态翻译为研究视角,将改版后的央视《走遍中国》栏目作为研究对象,具体分析中华茶文化外宣纪录片的翻译原则及翻译方法。

[关键词] 茶文化;生态翻译学;《走遍中国》;纪录片;外宣

中图分类号: G355 **文献标识码:** A

On the Translation of Chinese Tea Culture in CCTV Documentaries From the Perspective of Eco-Translatology

Alin Zhang

Hubei University of Technology

[Abstract] Tea is one of the outstanding contributions of Chinese civilization to world civilization. To boost the dissemination of Chinese culture to the world has always been a vital mission of CCTV's Chinese International Channel. In addition, high-grade bilingual documentary by CCTV is technically instrumental for national image propaganda and cross-culture communication. From the perspective of Eco-Translatology, this paper is supposed to focus on the revised CCTV documentary "Across China" and specifically analyse the translation principles and methods of Chinese tea culture in documentaries.

[Key words] Tea Culture; Eco-Translatology; Across China; Documentary; overseas propaganda

中国人自古将茶视为吐纳天地之气的生命象征。根据汉字的奇妙构造,“茶”是“人”立于草木之间;寓意在自然历史的演进更迭和四季万物的共鸣交感中,人吸收茶之天地至纯,以修身养性。据《三国志》载,吴国国君孙皓“密赐茶笋以代酒”^[1](《三国志·吴志·韦曜传》),是我国“以茶代酒”最早的历史记载。中华茶文化以茶为媒体,构建一方水土的独特人文景观,并与其他各领域文化互为交流、影响,实现水乳交融式发展。中华各地茶文化都带有浓厚的地域色彩,既有与其他国家(地区)茶文化相通之处,又有几千年沉淀下来“天人合一”的精神特质。从世界历史来看,茶一直是古代丝绸之路最重要的商贸物资和文化纽带。继18世纪英国东印度公司首次输茶入英后,英国于19世纪慢慢成为全球最大茶叶进口国。二十世纪前主导国际贸易的中国商品,唯有茶叶被奉为欧洲人社交场合的必备饮品^[2]。“茶”,是中国农业文明对世界的重要贡献;同时,也为我国引进了西方现代工业文明^[3]。

1 国家形象传播与双语外宣纪录片

双语外宣纪录片多采用中英文,宣传历史人文及自然地理资讯,是传播国家形象与促进文化交流的重要手段。在央视中文

国际频道(CCTV-4)第四次改版的《走遍中国》全新推出之后,中国行政地理和人文历史的拼接完成了;节目站在国家高度,构成了一个宏大的历史文化叙事^[4]。

改版后的《走遍中国》力求全面真实地反映中国人当前的生活状态,客观地展现富于创新、充满活力、具有国际视野的当今中国^[5]。这是央视国际频道在外宣力度上的一次华丽转身。不仅重新扛起传播中华优秀传统文化的大旗,还更加注重栏目的地域风格和纪实色彩,突出华夏人文。本论文研究语料选自《走遍中国》近年来的几期中华茶文化系列纪录片。

2 生态翻译学概述

生态翻译学(Eco-translatology)按照自然界的演进规律,将翻译生态圈隐喻类比为一个新的有机系统,对翻译活动进行整体性研究;并特别关注译者与翻译生态环境各要素之间的相互关系^[6]。胡庚申教授所指的翻译生态环境是“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”^[7]。

源语文本内容、文化背景、创作背景包括原作者、原读者,在进入译者视野之前,已经形成一个相对完备的生态系统。为了达到

译者——译作——译作受众“三位一体”的生态平衡,译者需要充分发挥主体作用,掌控翻译行为的合理适度,使译文水到渠成,适应译者所处的翻译生态环境;同时,从译文读者受众群的反拨层面上,又能赢取原作在原读者那里相匹配的地位和可接受度^[8]。

3 中华茶文化外宣纪录片的生态翻译研究

央视CCTV-4《走遍中国》栏目是向海外观众宣传国家形象的窗口,也是研究中华文化外宣纪录片的最佳语料来源。博大精深的中华文明早已构成统一严密的生态系统,它和进入21世纪以来全球不断升温的“汉学热”共同推动了本土外宣纪录片海外受众群的几何式暴增和各种人文双语纪录片出版数量及传播规模的跳跃式发展。本土纪录片的字幕翻译是隶属于我国宏观翻译生态系统内,但又拥有相对独立生态小环境和特殊翻译使命的子翻译系统。

3.1 “译有所为”和“译有所不为”

中华茶文化外宣纪录片的翻译,应遵循“译有所为”和“译有所不为”的翻译原则^[9]。由于中西茶文化的差异,西方人对我国地域性茶文化了解不多,翻译时遇到英语“文化缺省”的信息,应增加简短的背景解释,或增加归化性的套译以填补文化空缺,做到“译有所为”。译者也应了解,汉英外宣文本在文体风格上有显著差异。汉语辞藻趋于华丽,多用铺排句式及多种修辞手段展现文化气场。而英语外宣材料则更趋于写实,多用平白直接的语言表达信息内容。将中华茶文化进行英译时,若盲目照搬各种修辞及华丽的语言风格,会引起国外观众对中华文化的误解,甚至会对我国国家形象产生误读和错判^[10]。

例1 看似寻常的酥油茶,其实里面大有讲究。

译文: Usual as it may seem, buttered tea harbors many secrets.

译者为了适应客观存在的翻译生态环境对译文的遣词造句进行辩证取舍,体现译者在整个翻译过程中的主体作用,这是生态翻译学的核心观点。“其实里面大有讲究”,这样的措辞透露出华夏民族内敛沉静的特质和含蓄隽永的语言风格。“讲究”是一个东方文化负载词,在英语中没有直接与之对应的名词;更何况汉语语境对这个词赋予了更多变化,有时也将它作为动词使用。但从英美本族语者的角度,译者应遵从“适应性选择”的生态翻译理念,做到“译有所为”,用harbor many secrets,将此文化概念具体化,避免了英译中的“文化缺省”。

3.2 语言、文化、交际的三维选择切换

语言维的选择切换是译者在翻译过程中对微观的遣词造句、语法结构进行的适应性选择转换。文化维与交际维的选择切换是译者在更广域的中西方文化差异和思维心理习惯上做出的适应性选择转换。

例2 易武古镇位于云南省西双版纳州勐腊县北部的群山之中,海拔1350米。

译文: With an altitude of 1350 meters, Yiwu Town is located at the mountains in northern part of Mengla County.

生态翻译学中的语言维切换,鼓励译者大胆变革原文的语法框架和句式结构,让源语和译语展现不同的语言风貌,顺应译作受众的语法习惯,增加译作地道感,最终体现的是译者灵活机动的选择性适应能力。本句的译者改变了原文的信息表达顺序,将“with an altitude of 1350 meters”放在译文句首,能够让海外观众最先感受到易武古镇独特、险峻的地理位置,对普洱茶著名产地的憧憬之情油然而生,潜移默化中彰显了我国茶文化的力量。这种语言维的适应性选择切换,被译者巧妙运用起来,以“with”引导的介宾短语作状语放句首,是从尊重译作受众的语法惯例出发;而效果上也实现了文化维和交际维的翻译目的,一举三得。

3.3 “适者生存”的翻译原则

我国茶文化有着强大的生命力,这不仅是其优越性的集中体现,也是世界各国茶文化互相交融的结果。本土纪录片的译者担负着向海外观众推介中华文化的使命。从译入语受众角度来看,只有异域风情的翻译显然不够。有时候,过度渲染异质文化信息只会让英美人士感觉到遥不可及的文化隔阂,本土地道的翻译此时不可或缺。

例3 虽然外观并不起眼,但一泡就要800多块钱。

译文: Although it looks ordinary, a pot of it is worth more than 800 yuan.

“一泡茶”是中华茶文化独有的表达。有此文化背景的观众可以大致推断“一泡茶”大概有多少量,要用什么规格大小的茶具等等。可是英语国家观众多数没有接触更多中华茶文化。如果译者用汉语拼音来强行嫁接“一泡”的概念,只会让海外受众觉得虚无缥缈,难以接受。翻译生态学里“适者生存”的翻译原则,要求译者在适当的翻译情境下,从译入语受众的角度,采取“归化”翻译手法,拉近异域文化概念和他们的距离,尊重译语生态系统的表达惯例。译者采用“a pot of”,模糊的数量瞬间具体化,贴合了原文想要表达的概念。

例4 这是许家的看家本领。

译文: That is the special skill of the Xu Family.

要让译作生命力持久强大,需要译者下一番苦功。“special skill”在英美文化中只相当于求职简历里的“特长”,因此无法传达“看家本领”的内涵,不能让观众感受到此种技艺的无可替代和精湛绝伦。而英语本族语者对于震慑竞争对手的“杀手锏”或“看家本领”一般会用“an ace up one's sleeve”的习语表达,其具体案例在COCA各子语料库中都有收集,是地道英语。

3.4 信息留白的生态翻译原则

文本信息的适度“留白”,也叫“信息留白”,帮助读者发挥文学想象力,用自己的诠释和理解填补文本信息,实现文学意义。读者受众经过译作的激发,能动地参与到作品意义的生成过程中。而茶文化外宣纪录片的译者殊于普通受众的身份,赋予他重新“留白”文本信息或填补意义空白的使命。

例5 夜晚我们借宿在山里一户老农家里。他们谈到了自己

的祖先,谈到了远古时代他们就在梅山深处种茶、采茶,用茶叶来驱赶能够引发瘟疫的山痢瘴气。

译文: Last night we sleep at an old farmer's house. They talk about their ancestors and the ancient times. They were growing and plucking tea in deep Meishan. They used tea leaves to drive away the miasma which can cause epidemic.

华夏祖先在远古时代就已经发现茶叶具有驱邪去疾的功效。“瘴气”是从地面冒出的有毒蒸汽。而“山痢”在新华字典和我国多部中医典籍中并没有统一的解释和说明。这种伤人于无形、神秘玄幻的物质也只能靠汉文化基础强的观众自己意会。译者在处理“山痢瘴气”的翻译时,准确地找到了“瘴气”的专业术语“miasma”;对于模糊的“山痢”,却没有完全放弃,而是用which引导的定语从句来限制修饰中心词“miasma”,让西方观众马上能体会到此物质对人健康的危害类似于现代社会的传染病。作者成功填补“信息留白”,让观众参与文本意义的生成,帮助实现译作—译者—译作受众的整体动态平衡。

4 结语

茶是我国最古老的饮品,它解渴醒神,荡疾祛病,是我国古典文化的魅力所在。“万里茶道”的申遗使中华优秀传统文化进一步具有全球视野和普世高度。在全球一体化进程加快的今天,中华茶文化外宣纪录片的翻译不仅让历史悠久的华夏文明成为全球共享的文化成果,也是树立新世纪国家形象的通道,值得从生态翻译学的宏观面和微观面来研究。

[基金项目]

本文系湖北省教育厅哲学社会科学研究一般项目“新媒体

时代本土纪录片的中华文化专有项英译研究(项目号:20Q043)”的成果之一和湖北工业大学教学研究项目“国产科教纪录片的文化译介与科技翻译课程融合(项目号:校2021029)”的成果之一。

[参考文献]

- [1]陈寿(晋).三国志[M].北京:中华书局,2006.
- [2]焦虎三.茶叶西游记[J].时代教育(先锋国家历史),2008(17):114-117.
- [3]黄芙蓉.“万里茶道”申遗与区域发展传播路径研究[J].学习与实践,2016(11):129-134.
- [4]侯静雯.简析功能翻译理论视角下的《走遍中国》翻译[D].华中师范大学,2014.
- [5]田忠卿.对外文化传播的视野拓展[J].电视研究,2016(5):67-69.
- [6]胡庚申.生态翻译学解读[J].中国翻译,2008(6):11-15.
- [7]胡庚申.生态翻译学:生态理性特征及其对翻译研究的启示[J].中国外语,2011,8(6):96.
- [8]胡庚申.从译文看译论—翻译适应选择论应用例析[J].外语教学,2006,27(4):50.
- [9]蒋晓华,宋志平,孟凡君.生态翻译学理论的新探索[J].中国翻译,2011(1):35.
- [10]段文颇,赵欣.国家形象传播视角下的外宣纪录片翻译浅析[J].长沙理工大学学报(社会科学版),2014(3):116-119.

作者简介:

张阿林(1980--),女,湖北武汉人,硕士,湖北工业大学外国语学院副教授,研究翻译理论与实践。