

# 文化专有项翻译与译者的文化选择 ——以《红楼梦》英译本“红”字的翻译为例

屠国元, 周慧

(中南大学外国语学院, 湖南长沙, 410075)

**摘要:** 文化专有项翻译从来都不是语言层面上的简单转换, 译者在文化专有项翻译活动中表现出文化建构的能动性。如《红楼梦》两个经典英译本中“红”字的翻译, 霍克舍弃了“红”字所包含的文化意象, 将其换成了英语国家人们所熟悉和能接受的“绿色”和“金色”, 而杨氏夫妇在翻译“红”字时基本采用直译来保存“红”字所包含的特有的文化意蕴, 就显示出不同的翻译策略。

**关键词:** 文化专有项翻译; 译者主体性; 译入语文化意识; 读者意识; 《红楼梦》

**中图分类号:** H315.9

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-3104(2008)06-0891-04

## 一、文化专有项与译者主体性

文化专有项又称文化负载词或词汇空缺, 指原语词汇所承载的文化信息在译语中没有对应语<sup>[1](10)</sup>。文化专有项, 简单说来就是那些凡是译语文化中的一般读者或者任何当权者觉得在意识形态或者文化上不可理解或接受的项目<sup>[2]</sup>。哈维·弗朗哥·艾克西拉(Javier Franco Aixelá)认为文化专有项是在文本中出现的某些项目, 由于在译语读者的文化系统中不存在对应项目或者与该项目有不同的文本地位, 因此其在源文中的功能和涵义转移到译文时发生翻译困难。同时, 艾克西拉还提出了四类影响翻译策略选择的因素, 即超文本因素、文本因素、文化专有项的性质和文本内因素<sup>[2]</sup>。布吕奈尔等人说:“在同一个时期古典主义的伏尔泰和浪漫主义的勒图诺尔(Letourneur)在莎士比亚面前不可能有同样的态度。”<sup>[3](144)</sup>可见, 在一定时期内, 除了超文本因素外, 艾克西拉所提出的其他三个因素, 从一定意义上来说, 都是常量。赫曼斯提出:“翻译从来就不是透明的、纯客观的, 它告诉我们更多的是译者的情况, 而不是所译作品的情况。”<sup>[4](11)</sup>许均<sup>[5]</sup>认为在影响翻译具体活动的因素中, 最活跃且起着决定作用的, 是翻译的主体因素, 而译者的翻译动机和翻译观念, 是体现翻译主体因素的重要部分。勒菲弗尔<sup>[6](8)</sup>也指出翻译实际上是译者做出选择的

过程。并又进一步指出:“译者不仅能赋予原作以生命, 他们还能决定赋予它们以何种生命, 以及如何使它们融入译入语文学中。”<sup>[7](47)</sup>所以, 译者在翻译活动中的主体作用不容忽视<sup>[8-11]</sup>。翻译是两种文化间的交流与协商, 文化专有项的翻译更是两种文化的交流与碰撞。所以, 译者在文化专有项翻译活动中的主体作用很大程度上凸现为译者在文化建构领域中的主体能动。

要讨论译者主体性则必须先澄清翻译主体性这个概念。翻译是一项复杂的人类活动, 现代阐释理论认为理解、阐释和再创造构成了翻译活动的循环, 在这一过程中, 原文作者、译者和读者都有着相对独立又相互作用的地位, 由此而形成各种因素起着相互制约作用的活跃的活动场<sup>[10]</sup>。因此, 原文作者、译者和读者都是翻译的主体, 翻译的主体性也即为指译者、原文作者和读者的主体性和他们的主体间性<sup>[9]</sup>。而在此之中, 译者的主体性贯穿于翻译的始终, 且一直都起着最积极的作用<sup>[10]</sup>。查明建、田雨<sup>[9]</sup>在分析了译者主体性后, 将译者主体性这个概念界定为“译者主体性指作为翻译主体的译者在尊重翻译对象的前提下, 为实现翻译目的而在翻译活动中表现出的主观能动性, 其基本特征是翻译主体自觉的文化意识, 人文品格和文化、审美创造性。”译者主体性贯穿于翻译活动的全过程, 它不仅体现在译者对作品的理解、阐释和语言层面上的艺术再创造, 也体现在对翻译文本的选择、翻译的文化目的、翻译策略和在译本序跋中对译作预

收稿日期: 2008-06-02

基金项目: 国家社科基金项目: 译者主体论(07BYY010)

作者简介: 屠国元(1964-), 浙江宁波人, 中南大学外国语学院教授, 博士生导师, 主要研究方向: 翻译理论与实践。

期文化效应的操纵等方面。

## 二、译者的译入语文化意识与翻译策略

玛丽·斯内尔·霍恩比认为翻译是一种“跨文化”活动。王佐良也曾说翻译工作者“处理的是个别词，他面对的却是两大片文化”<sup>[12](500)</sup>。用他的这句话来形容文化专有项的翻译尤为贴切。译者在翻译文化专有项时面对的虽然只是单个词语或句子，但他要协调的却是两种渊源各异的文化——源语文化和译入语文化，译者也无形中成了这两种文化的中介。根据目的论，翻译是一种目的性行为。就文化层面上说，翻译的根本目的在于向本土文化的意识形态输入异域文化的意识形态。译者将一个异域文化的话语所包含的观念引入本土文化时，必然会对这来自译语文化的价值观做出自己的价值判断，然后决定表达策略。翻译行为并非是对原文的简单复制，其目的在于产生一个能为译文读者所接受，并向其传递有用信息的译文。译文的文体和形式必须依译语文化的要求而定<sup>[13](77)</sup>。任何翻译都是出于某种文化目的，译者总是根据自己所意识到的译入语文化需要来确定自己的文化议程，决定自己翻译文本和策略的选择，文化专有项翻译更是如此。

我国佛经翻译史上的“格义佛教”就是当时的佛经译者的译入语文化意识的产物。佛教传入中国初期，受中国传统思想文化制约，流传范围狭小，不被广大民众接受。佛经译者为了求弘扬佛法只得“格义佛教”，比附、援引中国传统文化，糅合佛、道、儒三家思想，来解释佛教义理。如支谦将“般若”(智慧)译为“大明”，把“波罗蜜多”(到彼岸)译成“度无极”，均取自《老子》的“知常曰明”和“复归于无极”<sup>[14]</sup>。译者的这一做法使佛经译本打上了能易于为中国特定群体所接受与理解的语言和文化印记，最终达成了两种文化间的沟通。

译者译入语文化意识的又一表现是读者意识。接受理论认为不同文化背景的接受者，由于自身不同的思维方式、生活风俗和知识结构而有着不同的“期待视野”或“文化先结构”。读者总是按照自身的文化传统、思维方式和知识结构，即读者总是通过自己的“期待视野”去解读另一种文化。现代文学理论认为文本是作者和读者共同参与完成的，文本意义的实现取决于读者的阅读和欣赏<sup>[15]</sup>。所以一部作品的作者在创作前必定会考虑其“意向读者”或“潜在读者”的知识结构和文化经验，以促进作品的接受。“翻译总是一种创造性的叛逆。”<sup>[16](137)</sup>译者为了充分实现其翻译的价值，使译作在译入语文化语境中得到认同或发挥特定的作用，他

在原文选择和翻译过程中必须关注其潜在读者的“期待视野”<sup>[9]</sup>。

如果说“格义佛教”是早期佛经译者翻译成功的关键，那么“格义西学”则是近代严复翻译成功的一个要素。“译才并世数严林”，严复译作等身，影响深远，是我国翻译史上明确提出翻译标准(信、达、雅)的人<sup>[17](377)</sup>。其对“雅”的追求不仅是他译作能成功为当时社会所接受的一个关键因素，也是其读者意识的深刻体现。在《天演论》中，严复将 natural selection 译为“天择”，将 evolution 译为“天演”，这样做是用蕴含中国传统哲学思想的“天”、“演”二字来“格义”西方的进化思想，意在求得其意向读者或目标读者——封建士大夫的接受。严复的“吾译正以待多读古书之人”<sup>[14]</sup>正道出了他期待中的目标读者是“多读古书”的封建精英阶层，而非“市井乡僻之不学”。只有通过“雅”这层“糖衣”，才能让手握封建话语权的士大夫阶层接受西方意识形态这副“苦药”<sup>[18](42)</sup>。正如冯友兰<sup>[19](279-280)</sup>所言：“中国人有个传统是敬重好文章，严复那时候的人更有这样的迷信，就是任何思想，只要能用古文表达出来，这个事实的本身就像中国经典的本身一样地有价值。”

众所周知，翻译由于始终受到三种因素(意识形态、诗学和赞助人)的操纵而无法真实反映原作面貌<sup>[7]</sup>。而从某种程度上讲，译文的读者就构成了制约翻译的这三个因素。译入语文化多元系统中制约文学翻译的种种因素往往都聚集在译者的身上，由译者来做出文化或审美的判断和抉择。而这种判断和抉择的最后结果就体现在他对翻译文本和翻译策略的选择，以及对作品的阐释之上。在文化专有项翻译中，译者为了接近其“意向读者”或“潜在读者”的“期待视野”或是为了取悦译入语文化，他会根据他所意识到的译入语文化的意识和需要来确定最终的翻译策略。下面以《红楼梦》的“红”字的翻译来说明。

《红楼梦》是中华民族的一部稀有的文化小说，是反映中国汉字文学艺术传统与华夏文人文化造诣和修养的集大成之作。从1830年起，陆续有九部《红楼梦》英译本问世，其中以霍译本<sup>[20]</sup>(大卫·霍克斯、约翰·闵福德)和杨译本<sup>[21]</sup>(杨宪益、戴乃迭)两个译本最为全面，最具影响力。

红色是《红楼梦》整部作品的色彩基调，作者曹雪芹在书中为“红”讴歌，为“红”哀悼，为“红”反思，肆意挥洒着他的“恋红情节”。众所周知，《红楼梦》中宝玉以爱红闻名，名仙草曰“绛”珠，石头乃“赤”瑕宫侍者，住处则曰“绛”芸轩，悼“红”轩，别号“绛”洞花主，吃丫鬟金钏嘴上之红，爱袭人妹妹身上之红。“盖红者实乃整部《红楼》的一个聚焦”<sup>[22](83)</sup>。小小的“红”

字背负了作者赋予的太多的涵义,也给这部著作的译者带来了难以克服的困难。在进入具体分析之前,先来看几个译例:

例 1 曹雪芹在悼红轩中批阅十载……(第一回)<sup>[23](5)</sup>

杨译: Later Cao Xunqin in his Mourning-the-Red Studio pored over the book for the years……<sup>[21](11)</sup>

霍译: Cao Xueqin in his Nostalgia Studio worked on it for ten years……<sup>[20](5)</sup>

例 2 说毕,回头命小丫鬟取了《红楼梦》原稿来,递与宝玉。(第五回)<sup>[23](6)</sup>

杨译: With that she turned and ordered a maid to bring the words of the “Dream of Red Mansions” songs. She handed the manuscript to Baoyu……<sup>[21](145)</sup>

霍译: Turning to one of the maids, she ordered her to fetch the manuscript of her libretto of “A Dream of Golden Days” and gave it to Bao-yu to read.<sup>[20](93)</sup>

例 3 “红香绿玉”改作“怡红快绿”,即名曰“怡红院”。(第十八回)<sup>[23](187)</sup>

杨译: “Crimson Fragrance and Green Jade” was changed to “Happy Red and Delightful Green” and also called Happy Red Court.<sup>[21](487)</sup>

霍译: …and she renamed ‘Fragrant Red and Lucent Green’ ‘Crimson Joys and Green Delights’ and named the building in its grounds ‘The House of Green Delights’<sup>[20](319)</sup>

例 4 李纨道:“怡红公子是压尾,你服不服?”(第三十七回)<sup>[23](395)</sup>

杨译: “And the Happy Red Prince last,” said Li Wan. “Agreed?”<sup>[21](1027)</sup>

霍译: “At all events,” said Li Wan, “Green Boy’s is bottom. Do you accept that judgment, Green Boy?”<sup>[20](224)</sup>

从这四个译例可以明显看出两位译者在处理“红”这个字时采取了截然不同的翻译策略。杨氏夫妇在翻译“悼红轩”、“红楼梦”、“怡红院”和“怡红公子”时基本上保留了“红”的意象,将他们分别译为“Mourning-the-Red Studio”、“Dream of Red Mansions”、“Happy Red Court”和“Happy Red Prince”。而霍克斯则采取了替换颜色的方法来翻译红色或干脆在翻译中将这个“红”字省去。他将“悼红轩”译为“Nostalgia Studio”,将“红楼梦”译为“A Dream of Golden Days”,还将“怡红院”和“怡红公子”分别译为“The House of Green Delights”和“Green Boy”。

杨氏和霍氏在“红”字翻译中所表现的不同翻译策

略正是他们各自所持的译入语文化意识和读者意识的表现。

霍氏翻译《红楼梦》纯粹是出于个人爱好,目的是将这部中国小说所带给他的快乐传递给西方读者,而非向西方读者详细介绍中国传统文化。所以在处理“红”字这个在整部小说乃至整个中华文化中占有重要地位的文化专有项时,采用了以“绿”代“红”或者干脆省“红”不译的翻译策略,以增加译本的可读性和和接受性,减少读者的负担——尽管他自始至终所遵守的翻译原则是力求翻译每一样东西,甚至是双关;虽然他吸收了当代红学研究的重要成果,对这个“红”字的分量“烂知于心”。

“有一点比喻,石头记爱好者可能会在我的译本中忽略过去,这就是小说中到处可见的红字。小说标题之一的开头第一个字,就是红字,红是一种象征,它有时代表春天,有时代表青春,有时代表好运或者繁荣,在整个小说中一再出现。不幸,在英文中,红除了代表青年们玫瑰色的脸和朱红色的嘴唇以外,没有那么多的涵义。我觉得,中国的红,可以译成英国的金色和绿色(‘春天,绿色的春天’,‘金色的青年男女’,等等)。我知道这里有一点损失,但我还没有本领采取其他办法”<sup>[20](45)</sup>。霍氏强烈的读者意识使他在翻译中时时考虑西方读者的文化背景和接受能力,并根据他们的需要不惜对译文进行调整改动。自鸦片战争以来,中国文学在西方始终处于边缘地位,西方读者对中国文学也大多只抱以猎奇的心态。霍氏意识到译入语文化对中国的特有文化的需求并不强烈,所以在处理“红”字时霍氏并没有花太大功夫于传递“红”字在中国文化中的价值上面,而是根据译文读者的接受习惯来改造中国的文化词汇。

和霍克斯不同,杨氏夫妇的翻译目的更在于中国文化的输出。杨宪益认为我国人民应该知道外国的文化遗产,外国也应该知道中国有多么丰富的文化遗产。“我重视原文,比较强调‘信’。古人说了三个字:信、达、雅。”“所谓‘信’,就是不能(和原文)走得太远。如外国人觉得‘rose’(玫瑰)很了不起,而中国人觉得牡丹是最好的,把玫瑰翻译成牡丹,这就只做到了‘达’,忽略了‘信’。”<sup>[24]</sup>并且杨氏夫妇的意向读者面要比霍克斯的广泛得多。戴乃迭曾说,“……我们并不只是为美国或澳洲人,而是为所有亚洲及非洲懂英语的人翻译……”<sup>[25](117-118)</sup>所以杨氏夫妇的意向读者是那些对中国文化感兴趣的懂英语的人,他们意识到他们的读者是出于对中国文化和文学的热爱来读《红楼梦》的。因此,他们在翻译《红楼梦》的过程中更注重的是中国文化的输出,尽量保留原文特色和形象,保存

译本的异国情调。在翻译“红”字时,杨氏夫妇就采取了直译的措施以将“红”字中所蕴含的文化价值传递给译本读者,实现文化交流的目的。

#### 参考文献:

- [1] 包惠南,包昂. 中国文化与汉英翻译[M]. 北京: 外文出版社, 2004.
- [2] 张南峰. 艾克西拉的文化专有项翻译策略评介[J]. 中国翻译, 2004, (1): 18-23.
- [3] 谢天振. 译介学[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1999.
- [4] Hermas, Theo. *The Manipulation of Literature: Studies in Literary Translation* [M]. London & Sydney: Groom Helm, 1985.
- [5] 许钧. 翻译动机、翻译观念与翻译活动[J]. 外语研究, 2004, (1): 51-55.
- [6] Bassnett, Susan, Andre Lefevere. *Translation, History and Culture* [M]. London & New York: Pinter Publishers, 1990.
- [7] Lefevere, Andre. *Translation, Rewriting & the Manipulation of Literary Fame* [M]. London & New York: Routledge, 1992.
- [8] 袁莉. 也谈文学翻译之主体意识[J]. 中国翻译, 1996, (3): 4-8.
- [9] 查明建, 田雨. 论译者主体性[J]. 中国翻译, 2003, (1): 19-24.
- [10] 许钧. “创造性叛逆”和翻译主体性的确立[J]. 中国翻译, 2003, (1): 6-11.
- [11] 屠国元, 朱献珑. 译者主体性: 阐释学的阐释[J]. 中国翻译, 2003, (6): 8-14.
- [12] 王佐良. 翻译中的文化比较[C]//王佐良. 王佐良文集. 北京: 外语教学与研究出版社, 1997.
- [13] Munday, Jeremy. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications* [M]. London and New York: Routledge, 2001.
- [14] 王东风. 一只看不见的手[J]. 中国翻译, 2003, (5): 16-23.
- [15] 让·保罗·萨特. 萨特文学论文集[M]. 合肥: 安徽文艺出版社, 1998.
- [16] 罗贝尔·埃斯卡皮. 文学社会学[M]. 合肥: 安徽文艺出版社, 1987.
- [17] 马祖毅. 中国翻译简史[M]. 北京: 中国对外出版公司, 1984.
- [18] 王佐良. 翻译、思考与试笔[C]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1989.
- [19] 冯友兰. 中国哲学简史[M]. 北京: 北京大学出版社, 1996.
- [20] CAO Xueqin. *The Story of the Stone* [M]. London: Penguin Books Ltd, 1977.
- [21] CAO Xueqin. *A Dream of Red Mansions* [M]. Beijing: Foreign Languages Press, 1994.
- [22] 周汝昌. 红楼艺术[M]. 北京: 人民文学出版社, 1995.
- [23] 曹学芹, 高鹗. 红楼梦[M]. 北京: 人民文学出版社, 2000.
- [24] 周谨. 真水无香——记翻译家杨宪益先生[EB/OL]. www.people.com.cn, 2004-03-12.
- [25] 魏芳. 翻译策略: 译者在特定翻译情境下的选择——《红楼梦》两种译本文化内容的翻译策略比较[C]//刘士聪. 红楼译评——《红楼梦》翻译研究论文集. 天津: 南开大学出版社, 2004.

## Culture-specific item translation and the translator's cultural awareness —A case study of the two English versions of the translation of “Red” in *Hong Lou Meng*

TU Guoyuan, ZHOU Hui

(School of Foreign Languages, CSU, Changsha 410075, China)

**Abstract:** The translation of culture-specific items has never been a cut-and-dried matter of simple code-switching between two different languages. It, in fact, embodies the positive role of cultural construction on the part of the translator. And the impact of the translator's cultural awareness and reader's awareness is believed to be pervasive and penetrating. Take the translation of “red” in *Hong Lou Meng* for instance, Hawkes chose to render it into “green” and “golden”, the colors that are more familiar to the English speaking nations, to facilitate the reception of the translation, whereas the Yangs were inclined to resort to literal translation to preserve the unique cultural connotations of “red” to convey a taste of exoticism.

**Key Words:** the translation of culture-specific items; translator's subjectivity; cultural awareness; reader awareness; *Hong Lou Meng*

[编辑: 颜关明]