

生态翻译学视角下中文电影名的英译研究——以动作类电影为例

孙通 胡天国

山东建筑大学 外国语学院, 中国·山东 济南 250101

摘要: 论文基于生态翻译学“三维适应”理论, 探讨中国动作片名英译策略。研究发现: 语言维度需强化“动词暴力美学”可读性, 文化维度需重构“英雄原型”符号映射, 交际维度需平衡市场吸引力与文化忠实性。过度归化或异化易导致文化失真或认知隔阂, 故提出“动态平衡策略”: 优先适配目标受众认知, 辅以副标题、意象替换等手段补偿文化内涵。研究以《战狼》《红海行动》等为例, 揭示译名需在三维适应中实现跨文化生态协调。结论为生态翻译学实践提供新视角, 并为中国电影国际传播提供理论支撑。

关键词: 生态翻译学; 中文电影名; 动作类电影; 跨文化传播; 三维适应

Research on the English Translation of Chinese Film Titles from the Perspective of Eco-Translatology — Taking Action Movies as an Example

Tong Sun Tianguo Hu

School of Foreign Languages, Shandong Jianzhu University, Jinan, Shandong, 250101, China

Abstract: Based on the “three-dimensional adaptation” theory of ecological translation studies, this paper explores the English translation strategies of Chinese action film titles. Research has found that the language dimension needs to strengthen the readability of the “verbal violence aesthetics”, the cultural dimension needs to reconstruct the symbol mapping of the “hero prototype”, and the communicative dimension needs to balance market attractiveness and cultural fidelity. Excessive domestication or foreignization can easily lead to cultural distortion or cognitive barriers, so a “dynamic balance strategy” is proposed: prioritize adapting to the target audience’s cognition, supplemented by subtitles, image replacement, and other means to compensate for cultural connotations. Taking *Wolf Warrior* and *Operation Red Sea* as examples, this study reveals that translated names need to achieve cross-cultural ecological coordination through three-dimensional adaptation. The conclusion provides a new perspective for the practice of ecological translation studies and theoretical support for the international dissemination of Chinese films.

Keywords: ecological translation studies; Chinese film titles; action movies; cross-cultural communication; three-dimensional adaptation

0 前言

中文动作类电影以其独特的东方美学、武侠哲学与叙事风格, 成为国际市场的重要输出类型。然而, 电影名作为影片的“文化基因”, 其翻译质量直接影响海外观众的第一印象与票房表现。据统计, 2019—2024 年中国出口电影中, 动作片占比达 42%, 但海外票房与国内表现差异显著, 翻译问题成为制约因素之一。电影片名作为电影的第一张名片, 直接影响着海外观众对电影的第一印象和兴趣。一部电影的片名, 作为观众接触影片的初始媒介, 不仅勾勒出影片的内容轮廓, 还彰显其创作风格与主题内涵, 直接影响观众的第一印象与观看意愿(刘春燕, 2025)。在文化全球化的背景下, 国产电影的国际影响力在不断提高, 这在中国文化对外传播过程中起着重要作用。从片名到宣传片和字幕, 每一部分的翻译都有承载源语言文化的责任。

生态翻译学由胡庚申提出。其核心在于平衡源语与目标语的生态关系, 避免文化霸权或信息失真。强调翻译是译者适应翻译生态环境的选择活动(胡庚申, 2013)。该理论突破传统语言学视角, 将翻译视为“译者—文本—环境”的动态互动过程, 提出“三维转换”理论(语言维、文化维、交际维), 为电影名翻译研究提供了新的理论框架。电影名翻译需在保持动作类型特征的基础上, 兼顾目标语观众的文化认知与审美期待, 最终实现文化传播与商业价值的双重目标。例如, 《卧虎藏龙》(2000) 的英译“*Crouching Tiger, Hidden Dragon*”通过意象拆分与重组, 既保留了中文文化符号, 又符合英语观众对武侠片的期待, 成为跨文化翻译的经典案例。

本研究以动作电影为例, 探讨如何在翻译中实现文化生态平衡。本研究以生态翻译学为理论工具, 通过类型片视

角的系统分析,不仅拓展了翻译学的理论边界,也为电影产业实践提供了策略支持。其学术价值体现在理论创新、方法论突破、文化传播深化、产业实践优化、跨学科对话促进以及实证数据贡献等多个层面,为后续研究开辟了新的方向。

1 文献综述

1.1 生态翻译学的发展脉络

生态翻译学由胡庚申提出,可以理解作为一种生态学途径的翻译研究,抑或生态学视角的翻译研究(胡庚申,2013)。将翻译视为译者适应翻译生态环境的选择活动,其核心方法论“三维转换”涵盖语言维(语言形式适配)、文化维(文化意象移植)与交际维(交际功能实现),强调译者在翻译过程中需兼顾语言形式、文化内涵和交际意图的多维平衡,以实现翻译的生态和谐与跨文化交际目标。该理论已应用于文学、影视等领域,但存在操作化不足、文化单向性等问题。(Baker, M.2018)的功能对等理论则强调译文应在传递信息与激发情感层面等效于原片名。李明以广告翻译为实践场域,揭示生态翻译学在平衡语言简洁性、文化联想性与商业诱导性三维适应中的潜力;刘云虹(2019)则通过“创造性叛逆”理论补充了译者主体性在文化重构中的作用。

尽管生态翻译学的理论框架得到广泛认可,但其核心概念仍面临学术争议。争议焦点在于“翻译生态环境”的界定。部分学者(如方梦之,2013)批评该概念过于泛化,涵盖语言、文化、社会、委托方等多重因素,导致操作性不足。对此,胡庚申(2021)在修订理论时提出“生态环境层级模型”,将翻译生态划分为宏观(社会文化)、中观(行业规范)、微观(文本语境)三个层次,试图通过层次划分增强理论的解释力。

生态翻译学的应用领域已从文学翻译扩展至多个实践场景。在影视翻译中,麻争旗(2020)结合生态翻译学理论,提出字幕翻译需在“时间—空间—文化”三维约束下进行适应性选择,例如通过删减冗余信息、添加文化注脚等方式,实现跨文化传播的生态平衡。在科技翻译领域,学者关注术语标准化与行业生态的互动,如李瑞林(2022)对中医药翻译的研究表明,术语译名的统一需兼顾学科规范与目标语读者的认知生态。

二十多年来,通过不断的研究与反思,无论是在生态翻译学的理论构建还是实践运用方面,都取得了令人瞩目的成绩。

1.2 中文电影名的研究现状

近年来,随着中国电影产业的国际化进程加速,中文电影片名的英译逐渐成为跨文化传播的关键环节。生态翻译学理论为这一领域提供了新的研究视角,其核心在于将翻译视为译者适应翻译生态环境的动态选择过程。刘春燕(2025)从目的论视角归纳直译、意译、创译等策略,强调商业片名以市场吸引力为核心,但未触及文化深层的生态适应问题。

张丽(2020)分析武侠片名英译的文化意象缺失(如《天龙八部》译为 *Demi-Gods and Semi-Devils* 弱化佛学内涵),提出通过增译或副标题进行补偿;王宁(2014)则主张片名翻译是“文化再生产”,需在异质语境中重构符号意义(如《英雄》译为 *Hero* 简化东方集体主义价值观)。(Venuti, L.1995)的归化/异化二元对立被广泛引用,但(Nornes, A. M. 2007)指出全球化电影市场迫使译者采取“透明化翻译”,导致文化深度消解(如将《让子弹飞》译为 *Let the Bullets Fly* 剥离隐喻性)。既有研究多聚焦武侠或文艺片,对动作类电影的高频暴力美学、英雄主义等文化符号缺乏针对性分析。

1.3 动作类电影翻译的特殊性

动作类电影作为全球流通最广的类型片,其片名翻译具有独特的挑战性。首先,动作片名常包含武术术语、文化专有项及节奏感强烈的四字结构(如《卧虎藏龙》《英雄》),这些元素在目标语生态中需进行文化重构。例如,《卧虎藏龙》的英译名“*Crouching Tiger, Hidden Dragon*”通过保留四字结构并添加文化注脚,成功传递了东方武侠美学。然而,麻争旗(2020)指出,影视翻译的“无注性”原则限制了文化阐释空间,译者需在有限字数内完成语义压缩与文化转码。动作片全球化发行要求片名兼具吸引力与文化辨识度,(Katan, D 2004)的“跨文化中介”理论指出,译者需在商业诉求与文化忠实间动态权衡(如《湄公河行动》译为 *Operation Mekong* 淡化真实事件的政治敏感性以符合国际发行规则)。

针对上述不足,本研究旨在以动作类电影为切入点,结合生态翻译学理论,构建类型化的翻译策略模型。解析动作片名中文化负载词的翻译路径,探索“归化”与“异化”的动态平衡。其次,揭示市场逻辑对翻译选择的制约机制,提出商业性与文化性并重的评价标准;最后,结合多模态传播语境,开发适配动作片名特性的语言风格指南。

本研究的重要性体现在三个方面:理论上,可拓展生态翻译学的类型学研究,验证其跨类型解释力;实践上,可为动作片名翻译提供可操作的方法论,提升中国电影的国际传播效能;文化上,有助于构建中国电影的海外品牌认知,推动“武侠”“功夫”等文化符号的全球接受。通过填补现有研究的类型空白,本研究将为生态翻译学与电影翻译学的交叉领域贡献新的知识增量。

2 案例分析

2.1 语言维适应

2.1.1 案例一:《红海行动》→ *Operation Red Sea*

使用“*Operation*”一词在英语中是军事题材的标准术语(如“*Operation Desert Storm*”),直接关联“战役”“任务”等核心概念。译者选择这一术语,通过语言形式的类型化适配,将中文片名嵌入英语观众熟悉的军事话语体系。“红

海”译成“Red Sea”采用直译，保留了地理空间的真实性，同时“Red Sea”在英语中具有双重象征：既指代实际海域，又隐喻“危险地带”（如“stormy seas”）。这一选择通过语言符号的生态关联，强化了影片的危机叙事。语言维的适应性转换还体现在语法层面。英文译名采用“名词+名词”的偏正结构，英语军事题材片名常采用“Operation+ 专有名词”结构（如《黑鹰坠落》《深入敌后》），通过语法模板的复现，译名直接呼应好莱坞战争片的命名传统，降低观众的理解门槛。偏正结构将“Red Sea”置于语义重心，突出地理空间的战略意义，与影片中“蛟龙突击队”在红海海域执行撤侨任务的核心情节形成互文。

2.1.2 案例二：《战狼》→ Wolf Warriors

体现了典型的直译策略，但这一选择并非简单对应，而是经过语言生态的深层适配：“Warrior”在英语中虽以“战士”为核心义，但其文化联想更偏向“勇猛的个体斗士”（如好莱坞电影《勇士》《战士帮》）。此处译者选择普适化处理，弱化了“战”的军事属性（如“战役”“战备”），转而强化其战斗精神，以契合动作片类型对“个人英雄主义”的期待。“狼”翻译成“Wolf”，英语中的“Wolf”虽承载类似象征（如野性、力量），但缺乏中文“狼”的集体主义隐喻。译者未采用意译（如“Brave Wolf”），而是保留动物意象，借助西方文化中“狼”的普遍认知（如“Lone Wolf”），实现跨文化意象的“生态移植”。语言维的适应性转换还体现在语法层面。英文译名采用复数形式“Warriors”暗示“团队作战”，与影片中“战狼中队”的集体形象呼应，弥补了“Warrior”单数形式可能引发的“个人英雄主义”误读。复数形式使译名更具系列化特征，为《战狼2》《战狼3》的续集命名奠定基础，形成“Wolf Warrior”IP的生态延续性。

2.2 文化维适应

2.2.1 案例三：《一代宗师》→ The Grandmaster

《一代宗师》的英译《The Grandmaster》体现了武侠文化的跨语境转化，将“宗师”译为“Grandmaster”，在中文中，“宗师”融合“宗派之师”与“一代宗匠”的双重含义，承载中国武术文化中“开宗立派”“技近乎道”的哲学意蕴。英语中“Grandmaster”虽源于国际象棋（特级大师）与日本武术（如合气道“Grandmaster”），但其文化联想更偏向“顶尖权威”与“传奇人物”。译者通过词义降维，将“宗师”的哲学深度转化为目标语文化可接受的“大师”形象，实现文化意象的生态移植。定冠词“The”在英语中具有唯一性指向，暗示影片主角叶问是“宗师”中的典范，与中文片名“一代”的普适性形成对比。这一选择通过语法手段强化了文化符号的传奇性。中文“一代”隐含时间维度（如“一代人”“一个时代”）与集体性（如“一代宗师群像”），而英语中“The Grandmaster”聚焦个体传奇。译者通过省略“一代”，将叙事重心从“时代群像”转向“个人史诗”，以适应英语观众对传记类电影的期待。英语中“Master”常与武

术片结合（如《功夫熊猫》中的“Master Shifu”），“Grandmaster”则进一步强化权威性。译名通过类型化词汇的选择，将叶问的个体传奇嵌入英语观众熟悉的武侠话语体系。

2.2.2 案例四：《卧虎藏龙》→ Crouching Tiger, Hidden Dragon

“卧虎”与“藏龙”在中文语境中是动态隐喻，需依赖文化背景解读；而英文标题通过分词结构（Crouching/Hidden）与名词并置（Tiger/Dragon），将隐喻转化为视觉化符号。这种处理符合英语标题的“凝练性”要求，同时保留了东方武侠的神秘感。对比同期武侠片名翻译（如《英雄》译为Hero），“Crouching Tiger, Hidden Dragon”未采用归化策略，而是通过文化意象叠加（Tiger+Dragon）强化异质性，契合生态翻译学“文化多样性保护”原则。英文标题通过“tiger”与“dragon”的并置，构建了跨文化对话空间：前者在西方文化中象征野性力量，后者代表东方神秘主义。这种组合既保留原片名的张力，又通过文化符号的“杂交”创造新的阐释可能，体现了译者对目标语文化生态的主动适应。片名中“Dragon”的选用颇具深意：在西方文化中，龙常具攻击性象征，但译者选择保留这一意象，通过视觉呈现（如玉娇龙的龙形纹身）重构其文化内涵。这种“风险性保留”策略，依托电影的视觉叙事弱化文化隔阂，实现东方美学的生态植入。

2.3 交际维适应

2.3.1 案例五：《杀破狼》→ SPL: Sha Po Lang

《杀破狼》的英译《SPL: Sha Po Lang》体现了动作片类型符号的精准构建，中文片名源自紫微斗数中的“七杀、破军、贪狼”三星，象征命运无常与人性挣扎，具有深厚的文化隐喻。然而，这一意象在英语文化中缺乏对应认知，直接音译可能导致观众困惑。译者通过缩写“SPL”与音译“Sha Po Lang”的组合，将文化隐喻转化为目标语观众可接受的“类型符号”“SPL”的符号功能：作为英文缩写，“SPL”在动作片语境中可解读为“Special Police Unit”（特警部队）、“Street Power League”（街头格斗联盟）等，与影片中“警匪对决”“黑帮火并”的情节形成呼应。这一选择通过语言符号的生态重构，将中文片名的命运哲学转化为英语观众熟悉的类型叙事。音译保留“Sha Po Lang”：尽管“杀破狼”的隐喻意义被消解，但译者选择完整音译片名，保留中文发音的异质性。这一策略通过语言符号的“陌生化”效果，激活英语观众对中文文化的兴趣，形成跨文化交际的“认知钩链”。在海外宣传中，影片常采用副标题《SPL: Kill Zone》或《SPL: Sha Po Lang - The Final Battle》，通过“Kill Zone”（死亡地带）与“Final Battle”（终极对决）等词汇，明确传递动作片的暴力美学与叙事张力，补偿音译可能引发的理解障碍。

2.3.2 案例六：《急先锋》→ Vanguard

“Vanguard”直译为“先锋”，但在英语文化中常

与“创新者”“领导者”等正面形象关联,弱化了中文“急”的紧迫感,强化了团队的“专业性”与“行动力”。这种处理符合动作片片名需传递“安全感”与“行动力”的交际目标。“Vanguard”未采用直译+序号的模式,而是通过单一词汇构建品牌标识,体现了对目标语观众认知习惯的适应。“Vanguard”在英语中常用于军事、科技领域(如“vanguard submarine”“vanguard technology”),这一选择将安保团队置于“精英化”“现代化”的语境中,与电影中高科技装备、跨国行动的叙事相契合。片名通过“Vanguard”与“Guardian”(守护者)的语义关联,构建了“保护者”与“行动派”的双重意象,既呼应电影主题,又符合目标语观众对动作英雄的心理预期。英文片名“Vanguard”与电影国际版海报中“Global Mission, Local Heroes”(全球任务,本土英雄)形成语义呼应,构建了“全球化行动”与“本土化认同”的双重叙事。翻译通过“Vanguard”与“Global”的关联,将电影定位为跨国制作的商业大片,与目标语市场中的同类作品(如《碟中谍》系列)形成对话。

3 结语

如今国产电影在不断进步,国际对中国电影的关注度在提高,研究国产电影片名的英译日益显出其重要性,论文从生态翻译学视角出发,运用“三维转换”理论对动作类电影片名进行分析,语言维强调形式适配与简洁表达;文化维注重符号重构与禁忌规避;交际维聚焦受众心理与传播效果。三者共同构成翻译策略的“生态链”,译者需以目标语文化为生态基底,灵活运用策略实现“适应性选择”,最终达到文化传递与商业成功的双重目标。这一结论为跨文化传播实践提供了系统性框架,也为翻译理论的深化拓展了新路径。

参考文献:

- [1] Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation[M]. Routledge,2018.
- [2] Katan D. Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators[Z].2004.
- [3] St Jerome Publishing, Nornes A M. Cinema Babel: Translating Global Cinema[M]. University of Minnesota Press,2007.
- [4] Venuti L. The Translator's Invisibility: A History of Translation[M]. Routledge,1995.
- [5] 方梦之.翻译生态环境的层级特征与译者的适应选择[J].上海翻译,2013(2):1-5.
- [6] 胡庚申.生态翻译学:建构与诠释[M].北京:商务印书馆,2013.
- [7] 刘宓庆.文化翻译论纲[M].北京:中译出版社,2019.
- [8] 刘春燕.目的论视角下中国电影片名英译策略研究[J].今古文创,2025(16):93-95.
- [9] 李瑞林.中医药翻译的术语生态与标准化策略[J].中国科技翻译,2022(3):20-24.
- [10] 刘云虹.文学翻译的创造性叛逆与生态环境重构[J].外语与外语教学,2019(5):79-85.
- [11] 李明.生态翻译学视角下的广告翻译研究[J].外语教学与研究,2018,50(2):45-52.
- [12] 麻争旗.影视翻译的生态翻译学解读[J].中国翻译,2020(6):112-117.
- [13] 王宁.文化翻译与经典阐释[M].北京:清华大学出版社,2014.
- [14] 张丽.中国武侠电影片名英译的文化缺失与补偿[J].中国翻译,2020,41(3):89-95.

作者简介:孙通(2001-),男,从事翻译研究。