

关于文化负载词的翻译

——以日语“甘え”的汉译为例

陈敏, 周成梅*

广西大学外国语学院, 广西 南宁

收稿日期: 2024年11月9日; 录用日期: 2024年12月2日; 发布日期: 2024年12月12日

摘要

经济全球化的背景下, 文化沟通与交流也日趋频繁。翻译则成为不同语言的国家之间交流的有效手段。而各国文化的差异, 使得一些文化负载词的翻译也变得复杂和饱含争议。本研究以探索文化负载词翻译的最佳方式为目的, 主要通过文献研究法和个案研究法, 以日语中文化负载词“甘え”一词为例, 简要介绍该文化负载词的内涵与意义, 随后重点从读者角度出发, 辨析该词几种汉译版本的优劣。最终以汉斯的目的论为依据, 提出进行翻译活动时首先要慎重考虑自身的翻译目的。并且得出若要促进不同文化间的理解与交流, 翻译文化负载词应以便于读者理解为目的的结论。

关键词

文化负载词, “甘え”, 翻译, 目的论, 汉译, 文化交流

Translation of Cultural-Loaded Words

—A Case Study of the Chinese Translation of “Amae” in Japanese

Min Chen, Chengmei Zhou*

School of Foreign Languages and Literatures, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Nov. 9th, 2024; accepted: Dec. 2nd, 2024; published: Dec. 12th, 2024

Abstract

In the context of economic globalization, cultural communication and exchange are becoming increasingly frequent. Translation has become an effective means of communication between countries of different languages. The cultural differences among different countries make the translation of some cultural-loaded words complex and controversial. The purpose of this study is to explore

*通讯作者。

the best way to translate cultural-loaded words mainly through literature research and case study methods. This article takes the Japanese cultural-loaded word “Amae” as an example, briefly introducing its meaning, and then focusing on the readers’ perspective to analyze the advantages and disadvantages of several Chinese translations of the word. Based on Hans’s Skopos theory, it is proposed that the purpose of translation should be carefully considered when conducting translation activities. It is concluded that in order to promote understanding and communication between different cultures, the translation of culturally-loaded words should aim to facilitate the understanding of readers.

Keywords

Cultural-Loaded Words, “Amae”, Translation, Skopos Theory, Chinese Translation, Cultural Exchange

Copyright © 2024 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

文化负载词是那些在特定文化背景下具有特定含义的词汇。在跨文化交流中,要理解对方的文化少不了对文化负载词的剖析、理解和翻译[1]。另外,理解文化负载词需要从多个方面入手,包括其由来、社会和文化背景以及象征意义等方面。在当今世界,经济全球化不断发展、势头正盛,理解文化负载词对于各国之间的交流非常重要。如果不了解这些词汇的含义,就可能会导致误解甚至冲突。中日两国隔海相望,自古代以来就有交流的史实,不管是从地理分布上还是历史渊源上,相较于欧美国家而言中日两国的关系都是更为紧密的。在当今和平与发展的世界主题下,促进中日两国友好交流是大势所趋。因此本文选取了能够代表日本国民特性的文化负载词“甘え”来进行说明,并对其几种汉译版本进行分析比较,以期得出一个最适合“甘え”一词的汉译版本,并得出笔者对文化负载词应如何翻译的理解。

2. “甘え”的由来及内涵

提出日本人具有“甘え”心理的是日本著名精神病学家土居健郎(1920~2009),他在自己的《「甘え」の構造》(1971)一书中认为“甘え”是最能反映日本人的心理特性的。在日语中,“甘え”是“甘える”一词的名词形式,“甘える”含义为小孩撒娇的意思,土居健郎将《「甘え」の構造》中的“甘え”加了引号“「」”,由此可见此处的“甘え”与其原本的意义并不相同。土居健郎所指的“甘え”心理来源于婴幼儿的心理研究,婴幼儿在初期阶段并没有母亲与自己是不同的个体这样一个概念,随着他们的思维发展,婴幼儿会逐渐认识到自身与母亲是分离的,而此刻他们就会追求母亲、依赖母亲,寻求与母亲的一体感,并从这种行为中获得快感和安全感[2]。“甘え”即指这样的心理活动。换句话说,“甘え”反映了婴幼儿在心理上排斥和否定自己与母亲是独立存在这样一个事实,寻求与母亲的一体感[3]。由“甘え”的心理原型可以得出,日本人的“甘え”心理就是否定人与人之间是独立存在、彼此分离的事实,寻求与其他人的一体感的心理。

单就上述内容可能还是另人费解为什么说“甘え”心理是日本人的心理特性,乍一看似乎“甘え”在日本人的社会生活中无从考究,实则不然,“甘え”贯穿了日本人的社会结构和日常生活。

就日本的社会结构而言,日本著名的社会人类学家中根千枝(1026~2021)认为日本是一个“纵系”社

会, 相较于对等的同级别之间的关系, 日本人更注重上下级的关系。如在公司里, 同级别的人之间需要交流合作的时候, 必须通过他们的上级来进行沟通, 彼此之间通常不会有职务上的来往, 如果是团体性的项目, 也是由他们共同的上级向下级派发不同的指示来进行协调工作[4]。在这样的关系中, “甘え”心理起了极大的作用, 上级通过对下级的依赖使得工作顺利进行并得到发号施令、被尊崇的满足感, 下级通过对上级的依赖来获得一种被关照的安全感[5]。这样的心理同样存在于父母与儿女、老师与学生等的上下级关系中。上级与下级相互的“甘え”心理, 使得在整个纵向的日本社会中, 人与人之间相互依赖、紧紧团结, 笔者认为这也是日本人集体荣誉感很强的一大因素[6]。

就日本人的日常生活而言, 日本人的交际过程中也体现出了“甘え”心理。如日本人在交流的时候十分注重附和语的使用。在对方说话的时候, 如果不附和则会使对方觉得自己说的话没有被认真听。同样在日本听话者不使用附和语会被认为是失礼的行为。手机通话也是一样, 因为看不到对方的脸, 说话者甚至会反复确认对方是否在听[7]。在这其中, 实际上说话者是通过听话者的附和语来寻求说话内容的共鸣和自己被认真倾听、被尊重的快感。换句话说这即是说话者依赖听话者, 想同听话者寻求一体感的“甘え”心理。同样, 听话者也明白说话者的这种心理, 也乐于让其达到自己的目的, 这样听话者自己也能获得与对方一体的快感。另外如日本人在日常交流中所使用的特有的省略表达、授受动词、敬语等, 都能体现其“甘え”心理[8]。

3. “甘え”的不同汉译版本的对比分析与思考

笔者一共搜集到在中文文本中有关“甘え”的六种不同呈现方式, 在这其中有一种是直接将“甘え”原词用在中文文本中, 其他五种是汉译的版本, 分别是“依赖”、“娇宠”、“依爱”、“甘娇”、“甘蕉”。2024年10月, 笔者在知网搜索框输入“甘え”词条时, 发现直接用“甘え”作为题目展示的论文有六篇(个数总共是八篇, 其中有三篇论文题目、内容和作者均相同, 只是数据库来源不同, 故笔者将这三篇论文算为一篇); 输入“日本依赖心理”词条时, 将“甘え”以“依赖”作为题目展示的论文有八篇; 输入“娇宠”词条时, 将“甘え”以“娇宠”作为题目展示的论文有五篇; 分别输入“依爱”、“甘娇”和“甘蕉”词条时, 将“甘え”以“依爱”、“甘娇”或“甘蕉”作为题目展示的论文均为零。以上数据一定程度上说明了在国内将“甘え”翻译成“依赖”、“娇宠”或直接使用原词形式较其他方式更受学者的欢迎; 将“甘え”翻译成“甘娇”、“甘蕉”的观点目前还没有被大多数学者所接受。至于将“甘え”翻译成“依爱”, 实际上这是我国台湾学者的观点, 不过根据词条搜索结果可以得出, 这种观点目前还不为大陆学者所普遍接受。(以上搜索到的论文经笔者确认均是与土居健郎提出的“甘え”心理理论有关。) 以下是笔者就各个版本的分析和思考。

3.1. “甘え”

直接使用“甘え”原词, 保留原词的“原汁原味”, 这在一定程度上可以使读者直接感受到源语言国家的文化氛围, 当然这一点是仅限于懂日语的读者, 若是不懂日语的读者, 那么“甘え”于他(她)而言就是一个文字符号, 并没有任何内涵上的启示作用。而且对于不懂日语的中国读者来说, 由于两国语言都是使用汉字的, 但此处的“甘”字属于两国的语言中同形不同意的汉字, 受母语的影响这反而会导致中国读者对其理解错误。在中文里“甘”表示“甜”, 与“苦”相对, 若一个对日语一窍不通的中国人第一眼看到“甘え”, 他(她)极有可能会下意识地想到母语中“甘”的意思, 将其理解为“甜”, 这反而会阻碍读者对“甘え”的理解。所以单单使用原词是不妥当的。

3.2. 依赖

将“甘え”翻译成“依赖”采取的是意译的方法。通过第一大部分的内容可以明了, “甘え”的内涵

叙述和人与人之间的依赖脱不了关系——父母与儿女间的依赖、上司与下属间的依赖、老师与学生间的依赖等等。产生依赖感与寻求一体感在“甘え”心理活动过程中是相辅相成的。可以说“甘え”心理本质上就是人与人之间的相互依赖、寻求一体感的心理活动。而且在汉语中心理学也确实有“依赖心理”这样的专业术语,将“甘え”翻译为“依赖”,不仅做到了大致语义上的对等,而且对第一眼看到该词的读者有预示其涵义的作用。所以笔者认为将“甘え”翻译成“依赖”有利于中国读者理解,是较为合适的。不过“依赖”与“甘え”一词的表面意思不同,不易建立两词之间的联系。

3.3. 娇宠

将“甘え”翻译成“娇宠”是直译的方法。汉语中,“娇宠”本意为对孩子宠爱放纵,而日语“甘え”的原意是小孩子撒娇。乍一看好像这两个词是对应上的,将“娇宠”加上引号也可以预示这并非原意,跟“甘え”似乎做到了一定程度上的形式对等。但这并不有利于读者理解,相反,看见“娇宠”人们就会下意识想到小孩子的撒娇和大人对其的宠溺,实际上该词是一个贬义词,会给人不好的印象。而“甘え”是中性词,并且它并不单纯指父母与儿女间的依赖心理,也不单单指小儿的“甘え”,它是指存在于整个日本社会中的、包括成人和孩童在内的一切“甘え”心理。使用“娇宠”作为“甘え”的翻译,笔者认为这不仅不利于读者的理解,而且在一定程度上矮化了原词“甘え”的含义。并不是最佳的翻译版本。

3.4. 依爱

如前文所述,将“甘え”翻译成“依爱”的观点是我国台湾学者所主张的。很明显这是采取归化的翻译方法。笔者在台湾学者朱天文所著的小说《荒人手记》第11章中看到过“甘え”理论,这其中“甘え”就被翻译成了“依爱”。不过由于没有相关资料的获取渠道,笔者并不知道将“甘え”翻译成“依爱”的契机与缘由。但笔者猜想“依爱”一词可能取自“依赖”和“宠爱”的合成词。一方面强调“甘え”心理的依赖性,一方面与“甘え”的原意相挂钩。这很好地兼顾了“甘え”的双重含义。另外“依爱”中的“爱”也有可能是指单纯的“爱”,尚会鹏在《土居健郎的“娇宠”理论与日本人和日本社会》(1997)一文中根据土居健郎的著作和土居健郎对他的亲口阐述将“甘え”定义为一种非对象爱,这同欧洲的上帝与人类之间的非对象爱在欧洲社会的地位一样,成为了日本社会的精神支柱[9]。从这个角度来考虑的话,将“甘え”翻译成“依爱”即表明了“甘え”是一种爱,“依”则强调了这种心理的依赖性。可以说“依爱”一词较为全面地概括了“甘え”的内涵。不过中文里是没有“依爱”这个词的,其对于首次看到这个词的读者并不能起到准确预示含义的作用。

3.5. 甘娇、甘蕉

将“甘え”翻译为“甘娇”、“甘蕉”是栗园园在其所作的《日语「甘え」文化的汉译策略》(2016)一文中所主张的观点。在该文中栗园园认为应采取归化的翻译方法,利用汉字表意性强、日汉共同使用汉字这一现实,将“甘甜”与“撒娇”进行重组,将“甘え”译成“甘娇”或“甘蕉”[10]。

虽然取“甘”字重现了日语原词“甘え”中的“甘”,有利于读者在大脑中直接将译文与原文建立联系。但汉字中的“甘”为“甜”的意思,而日语中“甘え”并没有“甜”的意思,“甘”在中日两国的意思是不对等的,所以在这种情况下笔者认为用“甘”字是不可取的。“撒娇”虽然是“甘え”的原意,但土居健郎提出的“甘え”理论早已脱离了原意,所以用“娇”字也并不是很贴切。而且“甘娇”一词并不存在,初次见到该词的读者可能会一头雾水、不知所云。另外“甘蕉”取自“甘娇”的谐音,其本意为“芭蕉”——香蕉的一种。这就更与原词“甘え”的意思相去甚远了,且笔者认为在翻译领域,尤其是翻译本就较为难懂的文化负载词之时,并不需要使用谐音的修辞格来产生辞趣,因为这反而更阻碍读者对原词的理解。

3.6. 总结

从上述内容可以得出, 在“甘え”的翻译版本中, 最有利于读者理解的应是“依赖”; 最与其语义对等的应是“依爱”; 最与其形式对等的应是“娇宠”; 其余版本则在各方面都有待改进。

另外关于土居健郎的“甘え”理论, 有学者提出质疑, 认为这种心理既然来源于普遍的婴幼儿思维发展的过程, 那么其应存在于整个人类社会, 这并不是日本特有的社会现象。笔者对此表示赞同, 例如在中国, 其实也有关系紧密的人彼此相互依靠、寻求一体感的现象。就比如前一段时间抖音热梗“句句有回应”, 指的是关系亲密的人之间用微信聊天, 一方发了很多信息而另一方由于有事没有回, 但等没回的一方一旦闲下来他(她)便会立马回信息, 对对方说的每一句话都依次分别回复, 哪怕是再不值一提的小事, 即“句句有回应”。有人将这种聊天截图发布于抖音, 被广泛关注, 评论区大量评论, 有羡慕的、有赞美的、有拿自己被敷衍的聊天截图反向玩梗的……是以成为了抖音热梗。这种现象的背后实际上也是“甘え”心理在“作祟”, 因为人们对亲近的人有依赖心理, 所以想通过自己的信息“句句有回应”来否定他人与自己的分离, 寻求与他人的一体感。这也是为什么当有人将自己“句句有回应”的聊天截图发布出来会得到评论区大片的羡慕和赞扬的原因。当然尽管在别的国家也存在“甘え”的心理现象, 但土居健郎的“甘え”理论在某种程度上仍是站得住脚的, 因为相较于其他国家, 这种心理现象在日本是典型且普遍的, 可以说日本是将这种心理现象“发扬光大”的国家。所以笔者认为“甘え”心理虽然不是日本社会特有的, 但其在日本社会是独具典型性和普遍性的, 是对日本国民性的塑造起了巨大作用的心理现象。

总之, 日本的“甘え”心理现象并不是中国所缺失的心理现象, 所以在中文中采取意译的方法找到“甘え”心理对应的翻译版本是可行的。而“依赖”便是意译“甘え”较好的结果。由前述可知, 在文化负载词“甘え”的几种汉译版本中, 最有利于读者理解“甘え”心理的翻译版本是“依赖”。不过初次单看“依赖”一词, 是较为难以想起这与日语“甘え”有关的, 所以笔者认为在翻译文化负载词“甘え”的时候, 可以在“依赖”后面加上括号, 将原词“甘え”写入, 即“依赖(甘え)”的形式。“依赖”在前并把“甘え”加上括号, 突出汉译中汉语作为目的语的地位; “依赖”与“甘え”同时出现, 便于读者建立起两词之间的联系, 有利于其对日本文化负载词“甘え”的接收与理解。

4. 文化负载词的翻译

著名的语言学家汉斯·弗米尔(1030~2010)提出了目的论, 他认为翻译活动是以原文为基础的有目的、有结果的行为, 且翻译遵循的第一法则为目的法则。目的论是对“文本中心论的”批判与反驳, “文本中心论”认为在翻译活动中以忠实原文为最高准则, 译者即原文的“奴隶”, 而目的论秉持翻译行为围绕翻译目的而实施的观点则是对这一理论的解构。同时, 相较于注重文本内部结构的“文本中心论”来说, 目的论更强调研究文本的外部环境与条件。翻译发起人、译者的目的、译文服务对象的考虑以及译文所处的宏观语境等都被纳入了考虑范围[11]。就具有特殊文化内涵的文化负载词来说, 在经济全球化的大背景下, 翻译活动不得不重点考虑到该词译文的服务对象以及该词所处的宏观语境。这也就启示我们, 译者需要就目的论原则重新审视自身在翻译文化负载词时所秉持的翻译策略, 这一点对于获得合适的翻译结果尤为重要。

在经济全球化的当今社会, 世界各国交流日趋紧密的背景下, 笔者认为译者在翻译文化负载词时需要熟知: 翻译若仍是仅仅为了学术探讨所用, 那便无法走下学术的“神坛”, 走向更广阔的世界。文化负载词的翻译应该面向公众, 使本国大众也能够理解异国文化与情怀。所谓“知己知彼, 百战不殆”。足够了解, 竞争中方可拔得头筹, 交流与合作也才能更加得心应手。同时现今的网络化时代, 不法分子更易恶意引导舆论, 煽动民愤, 挑起国家间对立, 不利于世界和平与发展。所以更深程度加强各国间的相互了解是时代所需也是时代急需。

因此, 在当下, 对于文化负载词以便于读者更快更好更易理解为目的去进行翻译无疑是顺应时代所需的明智之举。

5. 结语

经济全球化早已成为时代潮流, 跨文化交流的步伐也势不可挡。在此等环境下翻译工作者们的翻译将变得更具影响力, 这一点尤其体现在翻译具有特殊文化涵义的文化负载词时。异文化交流已不可避免, 若翻译者以促进读者的理解为目的, 将文化负载词妥善翻译, 彼时翻译便是促进异文化交流的有力手段。从这一角度说来, 翻译工作者不是顺势而为的被动者, 而是积极进取的弄潮儿。

参考文献

- [1] 林晓琴. 双向视角下的新世纪文化负载词主导译法研究——以外宣报道为例[J]. 福州大学学报(哲学社会科学版), 2011, 25(1): 87-92.
- [2] (日)土居健郎. 「甘え」の構造[M]. 东京都: 弘文堂株式会社, 2004.
- [3] 孙晓柳. 日本人的依赖心理[J]. 齐齐哈尔师范高等专科学校学报, 2011(2): 82-83.
- [4] 韩立红. 日本文化概论[M]. 天津: 南开大学出版社, 2003.
- [5] 罗虹. 试论日本人的“依赖”情结[J]. 四川省干部函授学院学报, 2010(2): 41-43.
- [6] 崔世广. 日本社会结构的变迁前景[J]. 日本学刊, 1999(5): 77-95.
- [7] 李恩, 李美花. 从交际中的表达形式看日本人的“甘え”心理[J]. 中国民族博览, 2022(4): 131-133.
- [8] 李朝晖. 言外之意与日本人的娇宠心理[J]. 社会科学, 2006(3): 73-79.
- [9] 尚会鹏. 土居健郎的“娇宠”理论与日本人和日本社会[J]. 日本学刊, 1997(1): 121-130.
- [10] 栗园园. 日语「甘え」文化的汉译策略[J]. 高教学刊, 2016, 2(11): 265-266.
- [11] 潘平亮. 翻译目的论及其文本意识的弱化倾向[J]. 上海翻译, 2006(1): 13-17.