

新时代中国动画电影的外译研究 (2012-2025)

张珂 王怡然 毛宇娟

吉林大学外国语言文学学院 吉林 130012

【摘要】：自2012年以来，中国动画电影在产业、技术与文化自觉的多重推动下快速发展，诞生了《哪吒之魔童降世》《长安三万里》等一批具有国际影响力的现象级作品。这些作品不仅在国内市场取得了巨大成功，也承载着“文化走出去”的时代使命。外译作为跨文化传播的关键环节，其策略选择与质量直接影响到国际观众的理解与接受程度，是破解“文化折扣”、提升文化软实力的重要手段。本研究以2012—2025年间走向国际市场的中国动画电影为对象，融合翻译学与跨文化传播视角，运用案例研究、语料库分析及定性定量研究等方法，系统考察其外译现状、策略特征，为国产动画电影的跨文化传播提供参考，促进跨文化交流。

【关键词】：中国动画电影；外译策略；字幕翻译；文化负载词；跨文化传播；受众接受

DOI:10.12417/2982-3846.25.05.022

引言

进入21世纪第二个十年，中国动画电影产业在政策扶持、资本投入与技术革新的共同作用下步入高质量发展的“新时代”。以《哪吒之魔童闹海》（2025）为代表的国产动画不仅刷新了国内票房纪录，更在全球市场引发广泛关注，标志着中国动画从“引进来”到“走出去”的战略转型。党的二十大报告明确提出“增强中华文明传播力影响力”，动画电影作为视听兼备、受众广泛的媒介形态，已成为传播中华文化、塑造国家形象的重要载体。

然而，中国动画电影在“出海”过程中，始终面临跨文化传播的挑战。语言与文化的多重差异，使得影片中的神话意象、历史典故、民俗符号等在翻译过程中极易产生意义的流失或扭曲，即所谓“文化折扣”。外译质量的高低，直接影响到国际观众对影片内容的理解、情感的共鸣与文化的认同。因此，系统研究中国动画电影的外译策略与实践，不仅具有重要的理论价值，能为视听翻译、文化翻译等领域提供新的研究案例与视角，也具有紧迫的现实意义，能为提升中国文化国际传播效能、增强国家文化软实力提供学理支撑与策略参考。

1 动画电影翻译

国内研究方面，自21世纪初，随着影视产业国际化进程加速，字幕翻译研究逐渐兴起。早期研究多集中于欧美影视作品的汉译，关注点在于语言转换的技巧与策略（李运兴，2001）。近年来，随着国产影视“出海”热潮，研究方向开始转向中国作品的外译。在动画电影领域，研究议题主要围绕：翻译策略探讨（如王波，2012）、文化负载词处理（张昆鹏、魏天婵，2012）、多模态话语分析（徐嘉，2019）以及技术工具的影响（曹艺馨，2017）。然而，现有研究多为针对单一片例的零散分析，缺乏对中国动画电影外译实践系统性的历时梳理与共时比较，且对海外受众端的接受效果关注不足。

国外研究方面，西方学界在视听翻译（Audiovisual Translation, AVT）领域已建立起较为成熟的理论体系，涵盖字幕、配音、无障碍传播等多个分支。其研究范式强调语境、技术约束与受众接收。然而，针对中国动画电影这一特定对象的研究数量稀少，且多从比较文化或电影研究的角度切入，对翻译行为本身及其传播效力的深入分析明显欠缺（Bruti, 2009; Chen R., 2023）。这种研究空白，既表明中国动画电影在国际学术话语中的能见度有待提高，也凸显了本研究的必要性。

2 理论框架

本研究主要依托以下理论视角构建分析框架：

功能对等理论（Functional Equivalence）：奈达（Nida）的理论强调译文对目标语读者产生的效果应与原文对源语读者产生的效果对等，其核心是译文措辞通顺自然，内容达意传神，读者反映相似（谭载喜，2004）。在动画翻译中，这不仅指语义对等，更包括情感对等、文化对等和审美对等，指导译者灵活采用归化或异化策略，以实现预期的传播功能。

文化翻译理论（Cultural Translation）：该理论将翻译视为跨文化实践，更加侧重翻译活动与目标语社会的意识形态、价值观念、文化、政治的关系，更加注重翻译在目标语社会中的巨大社会影响和作用（张昆鹏、魏天婵，2012）。该理论为本研究分析文化负载词的深层转换机制提供了重要视角。

3 中国动画电影外译现状与策略分析 (2012-2025)

3.1 外译概况与发展阶段

2012年以来，中国动画电影的外译活动可大致分为两个阶段：

初步探索期（2012-2018）：以《大鱼海棠》（2016）、《大圣归来》（2015）等为代表。此阶段外译主要由海外发行

商主导，翻译策略较为保守，多以归化为主，力求语言流畅易懂，但对文化专有项的深度处理不足，传播范围相对有限。

主动出击期（2019-2025）：以《哪吒之魔童降世》（2019）、《姜子牙》（2020）、《长安三万里》（2023）等为标志。随着中国资本与制作方国际合作的深化，外译工作开始前置于制作环节，出现了更多针对国际市场的定制化翻译与本地化营销。翻译策略趋于多元化、精细化，更注重在可接受性与文化保真度之间寻求平衡。

3.2 主要翻译策略类型

通过对代表性影片外译文本的分析，本研究归纳出以下四种主要策略及其应用：

1.直译：主要用于处理具有普世性或不产生强烈文化冲突的概念。其优势在于保留异域色彩，有时却也会使目标语群体感到困惑。例如，影片中的“魔丸”是从混元珠中分离出的一颗亮红色丹丸，译为“the Demon Pill”，保留了“魔”和“丸”各自本身的含义。但“pill”是药丸的意思，影片中的哪吒并不是被吞下去的药丸，他被称作丸则是因为他刚刚出生时是一个球体，形状像药丸。

2.意译/释义是解决文化空缺词最常用的策略。该策略主要通过解释性翻译传达核心含义。如《长安三万里》中“进士”译为“Jinshi (a successful candidate in the highest imperial examinations)”；再如《哪吒之魔童降世》中的“急急如律令”译为“Be quick to obey my command”，该句虽舍弃了原文的咒语明快之感，却暗含拟人的手法，用“obey”表达出“施法者驱动灵力”的仪式感。此策略虽然有时牺牲了形式，但保障了目的语受众能够较好地理解核心含义。

3.创造性改写是一种适应目标语文化语境和观众审美习惯，对原文进行较大幅度的调整，常见于幽默台词、诗词和歌曲的翻译策略。如《哪吒》中“我命由我不由天”的英译“I am the master of my fate”，译者化用英国诗人威廉·亨利的诗句“I am the master of my fate”，巧妙地表达出了哪吒所理解的人与天的关系，且颇有气势，易于引发共鸣。

4.音译、加注是一种保留关键的文化专有名词，主要用于人名、地名、法宝名等的翻译策略，如“哪吒”译为“Nezha”；“龙王三太子”译为“third son of the Loong King”，使用“Loong”而非“dragon”，避免西方“dragon”的负面联想。但有时单纯音译信息量不足，因此常结合画面、对话上下文或字幕注释进行补充。

在实践中，上述四种策略并非孤立运用，而是根据文本类型、文化负载程度及传播目标，形成一种复合使用的混合模式。

具体而言，意译与创造性改写承担着打通文化隔阂、传递

核心情节与情感的功能。当源语中的概念在目标语文化中缺乏直接对应物时，意译通过解释性翻译消解了理解障碍；而在处理幽默、诗歌或情感高潮等需要引发共鸣的场景时，创造性改写则大胆借用目标语文化中的经典表达或修辞习惯，使译文更具感染力和接受度。与此同时，直译与音译则在确保理解的基础上，有策略地保留源语文化的异质性，让观众在异质语境中感受“异域色彩”；避免过度归化导致的文化消音。

因此翻译并非简单地在“归化”与“异化”之间做二元取舍，而是通过策略组合实现动态平衡。在保障观众理解的前提下，尽可能多地保留文化基因；在推动情感共鸣的同时，不抹杀文化差异。最终，这种复合策略不仅服务于单一文本的传播效果，更在长期积累中，为目标语观众建构起一个可识别、可接纳、可延伸的“异文化认知框架”。从这一角度看，翻译策略的选择不仅是语言转换的技术问题，更是文化传播战略的微观实践。

4 文化负载词的翻译难点与对策

4.1 文化意象的翻译：神话、历史与民俗

中国动画电影富含源自神话传说、历史事件和民间习俗的文化意象，构成翻译的最大挑战。

神话意象：如“天庭”、“封神榜”、“元神”等。翻译时常需在“异化”与“归化”间抉择。例如，《姜子牙》中“封神榜”被译为“Fengshen Bang (the List of Deification)”，采用音译加意译，既保留了文化标签，又提供了基本解释。而“元神”有时被归化译为“soul”或“spirit”，虽易懂但损失了道教文化的独特内涵。

历史典故与诗词：《长安三万里》中大量引用唐诗。翻译时不仅需传达字面意义，还需再现诗歌的韵律、意境与文化背景。译者常采用散体意译，并适当补充历史语境，如对“安史之乱”的背景说明。

民俗与语言特色：如方言、俚语、谐音梗等。《哪吒》中太乙真人的“川普”（四川口音普通话）是角色喜剧效果的重要来源，但在外译中几乎无法完全再现，通常只能通过调整台词的口语化和滑稽程度来部分补偿。

4.2 专有名词的翻译策略

人名翻译：主要采用音译（如 Nezha, Jiang Ziya）。但对于在目标语文化中已有既定译名或对应形象的历史神话人物，则沿用旧译（如 Monkey King）。

法术/法宝名翻译：呈现多样化策略。“风火轮”直译为“Wind Fire Wheels”具象易懂；“乾坤圈”意译为“Universe Ring”试图传达其哲学概念；而“混天绫”则音译为“Huntian

Ling”并依赖画面展示其功能。

文化负载词的英译不仅是两种语言的互通,更是两种文化的交流碰撞。由于中西文化的不同,很多汉语文化负载词很难在目标语中找到对应的译语,呈现中国特色,而这种最为本质的文化差异正是译者面临的重要难题(张昆鹏,魏天婵,2012)。在翻译文化负载词时,我们要更加注重“文化等效”,采取异化为主、归化为辅的翻译策略,更加考虑目标语读者的民族心理特征和译文的可接受性。

5 结论与展望

自2012年以来,中国动画电影外译已从初期的被动适应,

发展为积极主动、策略多元的文化输出行为,形成了一套复合型的翻译策略体系。而文化负载词的翻译仍是核心难点,当前实践在“可接受性”与“文化保真度”之间艰难权衡,意译与创造性改写成为文化翻译的主要手段,但文化深意的损耗问题依然存在。

中国动画电影的跨文化之旅方兴未艾,未来研究可进一步思考如何减少中华优秀传统文化在向外传播过程中的损耗,探讨翻译在构建国家形象、进行文化软实力博弈中所扮演的深层角色。只有不断深化对翻译这一关键环节的认识与优化,中国动画才能更好地承载文化使命,真正赢得世界的心。

参考文献:

- [1] Chen R .Appreciation of Movie Subtitle Translation in Chinese Animation Film ---- Take Legend of Sealed Book as an Example[J].Frontiers in Educational Research,2023,6(1):
- [2] Eugene A.Nida. Language, Culture and Translating. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.2008.
- [3] 曹艺馨.网络时代字幕翻译研究方法:现状、反思与展望[J].上海翻译,2017,(05):27-31.
- [4] 李梦洁.译介学视域下的国产电影外译研究——以《哪吒之魔童降世》字幕翻译为例[J].产业与科技论坛,2020,19(10):100-102.
- [5] 李运兴.字幕翻译的策略[J].中国翻译,2001,(04):38-40.
- [6] 司宇.从目的论视角浅析国漫电影《哪吒之魔童闹海》的字幕翻译策略[J].英语广场,2025,(20):37-40.
- [7] 王波.动画电影的制约因素及其配音翻译策略探讨[J].电影文学,2012,(23):151-152.
- [8] 王建国.刘宓庆文化翻译理论简评[J].外语研究,2010,(02):74-76+112.
- [9] 徐嘉.多模态话语分析视角下电影字幕翻译探究——以动画电影《狮子王》为例[J].吉林省教育学院学报,2019,35(05):178-182.
- [10] 张昆鹏,魏天婵.从文化翻译理论看汉语文化负载词汇的英译策略[J].教学与管理,2012,(15):140-141.
- [11] 赵丹丹.浅论奈达的功能对等理论[J].文学教育(中),2011,(03):54-55.