

中国文化外译作品的出版与传播效应^{*}

贾洪伟

(首都师范大学 北京 100048; 泰国西那瓦大学 曼谷 10900)

提 要: 真正制约中国文化传播久远的是出版环节和传播指向。历史经验证明,国内出版的优秀外译作品并未取得预期的传播效应,故当前应该借鉴历史经验,将单一的国内出版、发行和传播的模式转向海外出版为重心的多元互补模式,并以中国文化受众的分布和流动规律为切入点,参考国内出版社定点定额馆配模式,向所在国政府机构、州立大学、社区、儿童图书馆,以及华人华商机构、驻华机构、中国驻外领事馆、孔子学院、中国文化中心等派送各类外译作品,发动来华学习者宣传中国文化,鼓励汉学家写作中国题材作品,建设中国主导性多元化高端文化传播平台等。从出版、传播指向和传播效应 3 方面探讨中国文化外译作品的出版与传播效应最大化和最佳化问题,以期为中国文化外译提供一定的参考。

关键词: 中国文化外译; 传播; 翻译符号学; 国际出版; 效应

中图分类号: H319.5

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2019)06-0113-4

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2019.06.017

Considerations Concerning the Publication and Popularization of Translated Chinese Works

Jia Hong-wei

(Capital Normal University, Beijing 100048, China; Shinawatra University, Bangkok 10900, Thailand)

For the international popularization of Chinese culture, what matters more is international publication and dissemination positioning. Historical facts reveal that those excellent translation works published at home did not successfully reach international audience and failed to gain the expected effects. Therefore, the current projects on translating Chinese works need to draw on the past experiences and transfer from a single-mode of publishing, distributing and disseminating at home, to a pluralist mode of overseas publication, distribution and dissemination. As for the maximum effect of dissemination, the first to be done is to supply the actual required translation works to national libraries, government and institutional libraries, state libraries, college and university libraries, community libraries, libraries for children, overseas Chinese business organizations, Chinese Embassies and consulates, governmental and non-governmental institutions in China, Confucian Institutes, and Chinese Culture Centers, in reference to the distribution and mobility of Chinese cultural audience, and the domestic library book supply mode of fixed quota. Besides, we can make international students immerse in and publicize Chinese culture, encourage sinologists to write about China, and build a diversified high-end cultural communication platform. This research examines how to maximize and optimize the international effects of Chinese translated works by publishing, distributing and disseminating overseas, in order to inspire the translation projects of Chinese culture for the long run.

Key words: translated Chinese works; popularization; translation semiotics; international publication; effect

不论是民族文化作品的创作与出版,还是民族文化作品的翻译与传播,在本质上都是人类符

^{*} 本文系四川外国语大学当代话语体系研究院招标项目“文化符号价值与国家形象研究”(2017SISUHY012)和国家社科基金项目“复合间性视阈下的中国近代间接翻译研究(1898-1937)”(19BYY118)的阶段性成果。

作者电子邮箱: yywhyj@163.com

号活动(sign activity) ,或是符指过程(semiosis) 。海外汉学家以母语或其他外语写作的中国文化题材作品 ,中国本土人士以外语写作中国文化题材的作品 ,中国本土人士以中国文化为底本用外语译写的作品 ,这些均涉及特有的直接或间接符号转换这一符指过程 ,即本质上都属于中国文化的外译范畴。从符号文本的发生和生命延续的角度看 ,符号活动应分为符号生产和符号转换 ,前者包括符号创造与符号文本创作 ,以及符号文本出版与传播两个层面; 后者虽然基于前者的符号创造和符号文本创作 ,因转换这一特有的符号活动和符指过程 ,产生同种语言不同时期同一或不同风格 ,以及不同语言相同或不同时期同一或不同风格的符号文本 ,因而也涉及基于原符号文本的元创作文本及其出版与传播。截止目前(2017 年 10 月 24 日) ,中国知网以“中国文化外译出版”“中国文化外译传播”为搜索主题 ,经手动排歧获得相关数据 11 篇。然而 ,现有成果绝大多数侧重于符号活动转换层面的翻译、出版与传播路径(如廖七一 2012 ,张西平 2015 ,刘红华 2017 ,邱凌 韩婕 2017 ,孙化显 2017 等) ,尚未深入地论及符号生产层面的出版与传播 ,尤其是外译作品的去向 ,虽偶有论及民间力量与政府力量在中国文化外译与传播过程中的作用 ,但还不够深入且系统。

就中国文化外译的出版与传播而言 ,政府力量过于单一 ,不利于民族文化的有效传播 ,故应与民间力量协调运作 ,分工而至。总体来说 ,政府力量是文化传播的旗手、物力财力的保障者 ,应处于文化外译传播过程的宏观调控地位 ,从整体上把握中国文化外译产生与传播的全过程 ,同时借助民间力量弥补政府在传播民族文化过程中各方面的不足 ,减少国外受众对中国文化外译生产与传播所产生的抵制情绪 ,有效地保障中国软实力和形象的提升。因而 ,有必要从民间力量角度探讨中国文化外译作品的出版与传播效应问题。本文拟从符号生产和转换过程的出版与传播层面 ,探讨中国文化外译的效应最大化问题。

1 外译作品的出版

对中国文化外译作品的出版问题 ,有学者将中国文化外译状况归纳为 4 个方面: (1) 文学作品译入与译出失衡 ,中外文学互动不足; (2) 外文主要语种的翻译分布不平衡 ,英文翻译明显偏少; (3) 中国当代文学译介和传播的渠道不畅 ,外国主流出版机构的参与度不高; (4) 中国现当代文学在国外的影响力有限 ,翻译质量尚需提高(高

方 许钧 2010: 5 - 9) 。王莹将中国文化外译作品出版的制约因素归纳为: (1) 国际传播平台和现行西方学术体制的制约; (2) 没有找中外合作的契合点; (3) 缺乏中国主导的传播平台(王莹 2017: 78 - 79) 。上述归纳均有一定的道理 ,但中国文化外译作品的出版问题还应该从符号生产和转换两个层面探讨。

从符号生产角度看 ,海外华人和汉学家以外语写作并出版中国题材作品 ,均以中国文化事实为依托 ,以外语为承载媒介 ,在本质上属于中国文化的外译作品范畴 ,如林语堂的《京华烟云》(1938) 等; 顾彬(Wolfgang Kubin) 的《20 世纪中国文学史》(2008) ; 桑禀华(Sabina Knight) 的《牛津通识读本: 中国文学》(2012) ; 奚如谷(Stephen H. West) 与伊维德(Wilt L. Idema) 合作的《〈赵氏孤儿〉及其他元杂剧: 早期文本》(2014) ; 李惠仪与夏正清和高克毅合写的《哥伦比亚元杂剧选集》(2014) 等。从翻译角度看 ,华裔外国人、海外汉学家、中国译者 ,以及中国译者与中国籍外国人、中国译者与海外汉学家合作 ,以中文底本为依托 ,以外语为媒介出版的中国文化作品 ,是当前中国文化外译的主体范畴 ,如沙博里(S. Shapiro) 译《水浒传》、理雅各(J. Legge) 译《中国经典》、汪榕培译《苏剧精华》、杨宪义与戴乃迭合译《红楼梦》等。从时间和影响上看 ,“当今西方学术界流行的关于中国典籍的译本绝大多数是由汉学家这个群体翻译的 ,中国学者进入这个领域很晚。可以说 ,在中国古代文化典籍的翻译传播方面 ,西方专业汉学家占据主导性地位”(廖七一 2019: 112) 。“在《易经》的翻译中 ,中国学者的译著占到总数的 30% 。”(张西平 2015: 53) 从出版和影响角度看 ,海外华人、海外汉学家、中国译者与汉学家和海外华人的作品绝大多数由西方出版社出版 ,且影响力也远高于国内出版社出版的作品。出现这样的状况在很大程度上是因为: (1) 受众的认同与接受问题; (2) 学术体制制约问题; (3) 读者的定位问题; (4) 中国在国际出版领域的话语权问题; (5) 出版与合作的契合点问题等(贾洪伟 2017a: 111) 。

为解决上述问题 ,管理部门有必要转换视角 ,将原来的国内出版重心转向海外出版 ,以版权转让和代理(目前需要完善现有的版权转让和代理制度 ,确立健全而有效的法律法规) 为前提 ,交由国外出版社、海外华人出版社承办出版和传播业务。与此同时 ,鼓励政府力量和民间力量参与海外出版和传播中国文化外译业务 ,鼓励国有出版

企业在外国设立分社,鼓励具备一定资质和资金实力的个人、社会团体和机构在外国注册出版社,鼓励中外政府力量和民间力量共同出资或合作设立出版机构,将原来单一的出版与传播模式转变为多元互补、共促繁荣的模式。

2 外译作品的传播指向

就中国文化的海外传播而言,外译作品是海外读者接触和了解中国文化的重要途径,因而有必要研究国外受众群体的分布和流动模式,以掌握明确的传播指向。从当前的情况看,中国文化外译作品的受众大多聚集在图书馆、各大学中国文化研究中心和科研院所、中国领/使馆文化处、华人商社和相关机构、孔子学院、中国文化中心等场所。有鉴于此,中国文化外译作品的传播不妨以下列方式布局。

第一,中国文化外译作品的传播有必要借鉴国内出版社针对各层级出版社馆配的形式,采取多途径图书馆指向,协调出版机构,由中国政府出资,给国家图书馆、州立图书馆、政府机构图书馆、大学图书馆、社区图书馆、教会图书馆、儿童专设图书馆等配送具有针对性的定额图书,如给儿童图书馆配送五台山画册、西游记画报等图文并茂的小人书;第二,为各大学东亚、中国学、汉学研究中心和院系配送专业的学术出版物,同时设立中国问题研究和读书奖励机制;第三,向海外孔子学院、中国文化中心派送不同层次的通俗文化读物和中外文参考资料,采取借阅模式,必要时甚至可以采取赠阅模式;第四,给中国领使馆文化处、教育处、外国驻华使领馆及其他驻华机构赠送中国文化外译作品,供办事者等候业务办理或闲暇时阅读用;第五,往华人华商组建的相关机构配送中国政治、经济、文化、科技、建筑、物流等领域的相关中外文资料,这不仅为目标受众提供相关的信息,使其可能参与中国的经济建设,还可推动华人、华裔子女的文化继承事业;第六,为来华留学的外国学生提供各种文化接触便利,尤其是沉浸式体验文化活动,使其发展为宣传和讲述中国故事的文化大使;第七,关注中国外派访学和留学以及自费留学人员,选拔表现优秀者设立各层次的中国文化传播大使,在宣传和展现中国文化的同时,起到约束和监督海外游学和留学群体的行为,为提升中国形象和软实力服务;最后,加大外国人来华游学、访学和留学的资助力度,团结、鼓励和推动外国人和海外华人写作和出版中国题材的作品,最好是能够优先列入大学各项目必读书目和

参考书目的作品。

虽然上述拟定的多元互补、共促繁荣的传播指向未必能够彻底解决中国文化外译作品的传播瓶颈这一难题,但有一点可以确定:这一多元互补的传播指向势必会推动和促进中国文化外译作品向更深和更广的层面延伸。

3 对外译作品传播效应的思考

要使中国文化外译作品的传播效应最大化和最佳化,就要在进一步增强民族文化自信基础上,做到如下 6 点。(1) 中国文化外译工程需以选材与用户实际需求为重要考量点,知晓国外受众当前感兴趣且迫切需求的内容和题材,而不是一味地一厢情愿译介与其兴趣和需求相背离的作品。中共中央办公厅、国务院办公厅于 2017 年 1 月 25 日印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》指出,“支持中华医药、中华烹饪、中华武术、中华典籍、中国文物、中国园林、中国节日等中华传统文化代表性项目走出去。积极宣传推介戏曲、民乐、书法、国画等我国优秀传统文化艺术,让国外民众在审美过程中获得愉悦、感受美丽”还可考虑当前传播比较活跃的网络玄幻小说、中国道术、中国风水等内容和题材。(2) 面对中国经典文献的外译工作,要注意古汉语文本转译的意义流失、内容疏漏和误解误译问题,转译过程中或是遴选最佳白话本,或是白话本与原典对勘,不论哪种方式都要勤加考证。(3) 要充分发挥国际优秀汉学家的专业影响力,或是发动汉学家加入写作中国计划,或是邀请其参与外译项目,抑或是请各领域汉学家作外译顾问,以便保证外译作品的语言质量和传播效应。(4) 外译文本的附(副)文本配置力求最美化和最佳化,还要参考中国文化作品国际畅销书配置附文本的经验。(5) 开拓思路,利用中国在国际社会的经济实力和威信,积极打造以官方力量主导,民间力量执行和推动方式的传播平台,力求在短时间内占据高端文化传播平台。《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》指出,“探索中华文化国际传播与交流新模式,综合运用大众传播、群体传播、人际传播等方式,构建全方位、多层次、宽领域的中华文化传播格局”。(6) 鼓励和建立民间团体和机构,促进国际学术交流,助推中国文化的外译和国际传播(贾洪伟 2017b: 75)。

虽然影视作品和文艺武术展演无需经历出版流程,但公众展演本身就相当于符号文本的出版,因而也纳入本文的视野。策划优秀的影视、音乐、

舞蹈、武术作品的演出,以及书画、文物等作品的展览,突出中华优秀传统文化所具有的普适性价值,积极拓展中华优秀传统文化对外传播的空间。

4 结束语

从符号学有关符号产生和发展(即符号生命)的角度,以符号生产和转换两个层面为切入点,本文探讨广义范畴下的中国文化外译文本(包括异语创作文本和外译文本)的出版与传播问题。基于当前受众认同与接受的差异、学术体制制约、读者定位不明、国际出版话语权羸弱、出版与国际合作契合点不准所引发的出版难和传播效应差这一现状,本文秉持“政府力量主导、民间力量辅助”“政府力量为裁判员、民间力量为运动员”的方针,在出版层面将国内出版为重心转向海外出版为重心,以版权转让和代理为前提,交由外国出版社、海外华人出版社、国有出版社海外分社承办中国文化题材作品的出版和传播业务;鼓励政府力量与民间力量合作,共同参与中国文化的海外出版和传播,将原有单一的出版、发行和传播模式转变为制度健全、多元互补的模式,以促进中国文化作品的国际流通。

参考文献

- 高方 许钧. 现状、问题与建议——关于中国文学走出去的思考[J]. 中国翻译, 2010(6). || Gao, F., Xu, J. Literary Translation and China's "Going-out" Cultural Strategy: Current Situation, Existing Problems, and Suggestions for Improvement[J]. *Chinese Translators' Journal*, 2010(6).
- 贾洪伟. 中华文化典籍外译的推进路径研究[J]. 外语学刊, 2017a(4). || Jia, H.-W. Considerations Concerning the Approaches to Better Spreading and Translating Chinese Cultural Works[J]. *Foreign Language Research*, 2017a(4).
- 贾洪伟. 间隙弥合——古希腊经典翻译之符号学解读[J]. 外文研究, 2017b(1). || Jia, H.-W. Reflections on "Bridging the Gap": A Semiotician's View on Translating the Greek Classics[J]. *Foreign Studies*, 2017b(1).
- 廖七一. 文化典籍的外译与接受语境[J]. 东方翻译, 2012(4). || Liao, Q.-Y. Foreign Translation and Acceptance Context of Cultural Classics[J]. *East Journal of Translation*, 2012(4).
- 廖七一. 译介学与当代中国翻译研究的新发展[J]. 外语学刊, 2019(4). || Liao, Q.-Y. Medio-translatology and the Latest Development of Translation Studies in China[J]. *Foreign Language Research*, 2019(4).
- 刘红华. 中国文学外译模式考[J]. 湖南工业大学学报, 2017(3). || Liu, H.-H. Exploration on the Translation Model of Chinese Literature[J]. *Journal of Hunan University of Technology*, 2017(3).
- 邱凌 韩婕. 网络玄幻小说的文化杂糅及跨文化传播解读[J]. 现代传播, 2017(9). || Qiu, L., Han, J. Interpretation of Cultural Hybridity and Cross-cultural Communication of Internet Fantasy Novels[J]. *Modern Communication*, 2017(9).
- 孙化显. 从电影文本的互文性看《绝地逃亡》的跨文化传播[J]. 当代电影, 2017(5). || Sun, H.-X. On Skiptrace's Transcultural Communications from the Perspective of Film Intertextuality[J]. *Contemporary Cinema*, 2017(5).
- 王莹. 文化自信与中华优秀传统文化的对外传播[J]. 广东社会科学, 2017(5). || Wang, Y. Cultural Confidence and the External Dissemination of Chinese Excellent Traditional Culture[J]. *Social Sciences in Guangdong*, 2017(5).
- 张西平. 关于西方汉学家中国典籍翻译的几点认识[J]. 对外传播, 2015(11). || Zhang, X.-P. On Western Sinologists' Translation of Chinese Classics[J]. *International Communication*, 2015(11).
- 中共中央办公厅 国务院办公厅. 关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见[R]. 北京: 新华社, 2017-01-25. || General Office of the Central Committee of the Communist Party of China, General Office of the State Council. Opinions on Implementing the Project of Inheritance and Development of Chinese Excellent Traditional Culture[R]. Beijing: Xinhua News, 2017-01-25.

定稿日期: 2019-10-10

【责任编辑 王松鹤】