



当前位置: 网站首页 > 当代文坛

中国文学图书版权输出的文化视野

【作者】常聪

作为中国图书“走出去”战略的优先发展方向之一,中国图书国际版权贸易正经历着由被动到主动的历史性转变,中国文学图书的版权输出也在这一过程中逐渐受到关注。版权输出的终极意义是输出中国文化,展示中国形象,促进“以民族文化为主体、吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局”[1]的形成。站在文化战略的高度评析中国文学图书版权输出的价值,需要我们以深沉的文化责任感正视其窘迫的现状,需要从文化运作的过程中探索中国文学图书版权输出的良策。

一、中国文学图书版权输出的现实窘境

由于受到各方面条件的限制,中国文学图书强大的文化外交功能并未得到现实的发挥。必须看到,中国文学图书正处于输出乏力、效果甚微的窘境当中,这突出表现在以下几个方面:

1. 从输出数量看,中国文学图书在中国图书版权贸易数量的总体格局中居于劣势

衡量输出数量的两个必要参照系是中国图书版权贸易出口的品种格局以及文学类图书版权进口与出口的比例。调查表明,中国图书贸易出口的品种结构长期失衡,中医、养生、中餐、武术、中国旅游和汉语学习方面的图书是版权输出的主体,文学类图书所占份额持续偏低。根据国家版权局的统计数据,2005年,中国图书输出版权总计1434种,其中,文学图书的版权只有162种,约为总量的11%。2006年的法兰克福国际书展和北京国际图书博览会上,中国出版代表团分别取得版权输出合同820项和1096项的历史超高成绩,但输出类型以传统文化读本和汉语工具书为主,文学图书特别是当代文学作品的比重依然微弱。输出比重的低下还不足以说明输出数量的大小,如果把出口品种相对单一的结构同中国书业长期的版权贸易赤字结合起来,可以发现,文学类图书版权输出与引入之间的逆差比图书版权贸易总体上的逆差更为悬殊,在这样的对比中,中国文学图书输出的数量之少就显而易见了。

2. 从市场表现看,中国文学图书的国际竞争力严重不足

在覆盖面上,中国对外输出的文学图书大部分流向港澳台地区,以及日本、韩国和东南亚国家,而对于欧美图书市场来说,中国文学图书几乎没有存在感可言。对此,旅日华人作家毛丹青先生这样描述他的直观感受:在罗马、巴黎、柏林、伦敦、纽约和莫斯科等等大城市的大书店中,中国作家的译本通常被“竖列插放”甚至“干脆就找不到”,而“日本的文学作品却享受着平摆陈列的待遇”,并且拥有醒目的“M”标识作为招牌[2]。

在单品销量上,无论国内的原创型畅销文学还是长销文学,都存在国际竞争力薄弱的问题。即使是在中国图书版权输出的集中地,文学图书也并未达到理想的单品销量。畅销书作家余华先生曾经坦言,“自己最好的销量是在韩国,《许三观卖血记》印量有20万册。”但这个没有什么大不了,韩国的严肃作家也能达到这个印数。”至于英语和西班牙语文学占主导地位的西方市场,中国文学图书若有超过万册的销量已经算是非常难得的业绩了。

3. 从影响力上看,中国文学图书处于全球文化视野的边缘

目前,中国文学图书的海外读者集中于两类:一类是海外华人群体,他们本身即为中华文化的母体所孕育,是中华文化的继承者,文学图书的文化外交意义在他们身上并不能得到实质体现;另一类是汉学研究者,主要为一些大学里东亚文化系的教授和学生,中国作家在海外出版作品经常是为学术界提供学习和研究的资料,而这些印数很少的图书只能在狭窄的范围内发挥文化传播的作用。也就是说,真正来自异质文化并且对中国文学有所了解的普通读者少之又少,国外对于中国文学和中国作家仍然普遍缺乏认知。

收藏文章

打印文章

关闭本页

发表评论

阅读量[125]

评论数[0]

一个发人深省的案例是西方主流媒体对于巴金先生辞世表现出的冷漠。根据《国际先驱导报》的消息,在英国《卫报》和BBC,美国《纽约时报》、CNN以及“今日美国”的网站上,关于这一事件的报道踪迹难寻,至多只是小角落里的一则简讯而已[3]。曾经为世界文坛贡献不朽杰作,并且受到中国人民无限敬重和热爱的一代文学巨匠,在西方主流媒体眼中却成了“陌生人”。我们不得不发出感慨:中国文学在世界文化中的形象缺位已经达到令人痛惜的程度。

二、中国文学图书版权输出的文化运作

推动中国文学图书“走出去”,政策的鼓励、资金的支持、市场的运作和文化的运作四者缺一不可。这其中,文化运作的恰当、顺畅与否,必然对图书的输出能力和输出效果产生至关重要的影响。要改变中国文学图书版权输出的窘迫处境,使中国的文学资源真正在全球范围内释放文化能量,必须在文化运作的过程中寻找问题的根源以及解决问题的对策。涉及文化的运作,势必应当加快图书版权贸易专项人才尤其是文学代理人的培养,加强国际图书市场以及细分市场的调查研究,加大中国文学图书海外推介的力度。[4]事实上,中国政府,中国作家协会,中国出版的教育界、理论界和实务界都在为此做着努力。在这里,笔者想要重点探讨的是对于文学图书而言最具针对性、“文化”色彩最为浓厚的两个突出问题,即选题的缺失和翻译的障碍。

1. 选题拓展:着眼于时代感和全球意识

对于选题拓展的强调,源于中国文学图书的输出内容过于贫乏的现状。首先是古典文学与当代文学的比例严重失调,以《论语》、《道德经》和《西游记》为代表的古典文学读物占据多半。其次,输出的当代文学作品不仅数量极其有限,而且大多局限于中国历史和民俗的题材。显然,这并不是中国文学的全部内涵,也远远达不到国外出版商对中国文学图书的期许。这种单调局面不但造成中国文学图书内在的文化竞争力的不足,更与其肩负的文化外交的使命不相称。输出内容的贫乏,暴露出我们在策划外向型选题时存在的盲目性,对于国际市场需求的把握远不够完整,对于选题空间的开掘远不够到位。笔者以为,中国文学图书对外输出的选题在总体上至少缺乏以下两种元素。

一是时代感。古典的、历史的和民俗的情结构成输出选题的整体基调,导致选题的时代感遭到弱化,意味着极少有展示当今中国精神风貌和社会发展的文学作品被译介到国外去。自改革开放以来,中国社会生活的各个领域都在发生复杂而深刻的变化,而这些变化丝毫不能体现在那些热衷于中国历史或民俗符号的作品中。中国的经济奇迹以及综合国力和国际地位的迅速提升,正在使古老的民族呈现全新的魅力。国外的读者希望通过图书了解中国人当下的思想状态和生存状况。不得不承认,他们对当今中国的好奇已经大大超过对传统中国的兴趣。旅居海外多年的中国作家徐星先生指出:“西方媒体越来越多地报道中国,但西方读者无法从过去已经翻译的中国文学作品中得到印证,这就是中国作家的非现实作品并不受西方读者看好的原因,他们更希望读到书写中国当下生活的作品。”事实上,无论是从国际书展上归来的中国出版人,还是长期从事外向型选题策划的资深编辑,抑或那些关注中国书业的国外出版商,都不约而同地表示:“当下的中国”是国外读者最希望在中国文学图书中读到的内容。国际市场阅读需求的变化,为中国文学图书“走出去”带来了新的契机,我们没有理由不将那些与现实中国紧密贴合的优秀文学作品列入中国文学图书海外推介的书单。

二是全球意识。对于古典文学以及民俗题材的过分偏重,或多或少出于我们对中华民族文化特色的极度推崇。然而,我们在刻意渲染本民族文化的同时,已经忽略了那些基于人类普遍价值观的全球性选题。比如,对自由、尊严、福利的肯定,对人类想象力、创造力和情感力量的发掘,对生态灾难的悲悯和反思,对正义与和平的祈愿……具备全球意识的中国文学图书,因为出自中国作家之手而散发中国文化的个性气质,但又将中国式的抒写推上一个世界级的高度进行定位,从而突破了民族本位的视觉桎梏,把握住了中外文化之间的重合之处和人类的共通之处,表现出极具文化穿透力的大人文的情怀。全球性的选题集世界文化的共性与中国文化的个性于一身,它的文化个性能够吸引异域的读者,而它的普适性既为这种吸引破除了文化差异造成的理解障碍,又为选题的吸引力加重了砝码。更为重要的是,体现全球意识的优质作品可以引起异质文化的友好对话和情感共鸣,有益于中外文化的深层交流与和平共处。

如上所述,选题的时代感和全球意识,既符合传播中国形象、输出中国文化的原理,又可以同世界文化市场的需求形成对接,二者理应成为选题拓展的着眼点。需要指出的是,时代感以及全球意识绝非进入国际图书市场的万能通行证,如果不能切实掌握具体输出对象国的读者脉象,如果对各国图书市场一概而论之而不注重市场的细分,即便是具有时代感或者全球意识的选题也极可能遭遇文化差异带来的阻力。因此,在走入异域读者的文化情境、认真做好国际市场调研的基础上,再去开发那些体现时代感、全球意识或者其他蕴藏输出潜力的选题,才是我们以不变应万变的唯一选择。

2. 语言转换:通过信息与选择的双向性开掘海外翻译资源

语言的转换并不是将一种语言翻译成另一种语言的简单问题,而是如何将一种文化转换为另一种

文化表达的复杂过程。这种转换本身并非易事，对于文学图书而言，则是难上加难。文学作品的翻译人员既要通晓两国的语言、了解两国的文化，又要具备一定的文学修养，以保证译稿的艺术特色。学识、技巧以及阅历方面的高要求，使相应的翻译人才非常紧俏，也使翻译费用成为图书贸易中的最大开销。而汉语又是世界上最难把握的语言之一，真正能够胜任中国文学图书翻译工作的人才十分匮乏，至于那些可以将中文转换成漂亮的欧美国家语言的文学翻译人才，可以说是凤毛麟角。

中国许多具备输出潜力的文学作品之所以不能同海外读者尤其是西方读者见面，正是因为翻译人才没有到位。中国许多本应获得世界瞩目的优秀作品之所以未能引起关注，正是因为翻译质量不高，造成阅读的障碍，或者破坏了原作的美感和意蕴。荣获第三届老舍文学奖的长篇小说《受活》，在分别与英国、意大利、法国和日本签订了输出协议后却迟迟未能在四国出版，原因就在于找不到足以胜任的翻译人员而使《受活》译本遭遇难产。第六届茅盾文学奖得主、长篇小说《无字》，也是在经历漫长的翻译难产之后方才盼来意大利版本的“出世”。中国文学图书有关翻译之“痛”的案例不胜枚举。而最让中国文学感到痛心的应该是诺贝尔文学奖评委马悦然先生揭示的那个真实而残酷的道理：“近百年来中国诞生了很多优秀的小说家、诗人，很多人完全有资格拿诺贝尔奖，但或多或少都是因为翻译的原因而未能被西方接受。”

翻译障碍已经成为中国文学图书对外输出过程中最难解决而又必须解决的问题。当务之急是为中国文学图书找到最匹配的翻译人才，推动翻译质量的提高。这就需要从以下两个方面入手：

(1)明确海外汉学界是中国文学图书最重要的翻译资源

早年间中国向外赠送的图书，包括现在一些准备输出的图书，都是中国人自己翻译的，大部分译作语言不够地道，甚至不伦不类，外国人没法看懂，有的最终只能沦为废纸。事实证明，由中国人单方担任翻译是最不明智的做法，极容易造成“返工重译”甚至更大的损失。请海外汉学家来翻译中国书的方式则不同，翻译中的目的语是海外汉学家的母语，同国内翻译人员相比，他们更熟悉自己国家的语言习惯，可以有效避免阅读障碍，这个道理同引进版的图书通常由中国人来翻译是一样的。同时，海外汉学家掌握汉语，研究中国文化，并且具备文学功底。因此，他们是翻译中国文学图书的最佳人选。

当然，若想最大限度地减少语言转换对作品原貌造成的破坏，更好地诠释作品本身的文化内涵，还应该由中国翻译人员的介入，即所谓中外合译。无论如何，有一点应该是明确的：我们必须将翻译的主力确定在国外而不是国内，必须充分开掘海外汉学界这一中国文学图书最重要的翻译资源。

(2)建立同海外翻译界的信息双向流通机制与双向选择机制

国内出版界同海外翻译界的信息流通不畅是翻译问题的关键症结。在进行图书版权贸易洽谈时，中方往往需要向国外出版商提供全部或部分译稿，由于缺乏信息资源，国内许多出版机构无力寻到合适的海外翻译人员，使得一部好书和一位好的译者常常彼此错过，导致好书因为没有好的译本而被国外出版商拒绝。与此相反的一种情形是：某位海外汉学家中意于某部中文版图书，主动联系各方促成海外出版事宜，并承担翻译工作。由此，翻译方的自主选择性得到了突出，容易实现译者的喜好、风格和能力同作品的契合，从而为翻译质量提供一道保障。然而在中国版贸机构采取主动的情况下，能够找到一位懂得中国文化的文学翻译人才就已十分难得，至于这位翻译人员是否同作品自身的特点相适合，则成了不可苛求的事情，这就为最终的翻译效果埋下了一定隐患。中国作协副主席陈建功先生谈到，自己一部作品的法文译本，尽管“由中国翻译家和外国汉学家合译”，“结果仍然没有避免失败的命运”，原因是“那位汉学家用的是上世纪50年代的法语”，使“作品读起来老气横秋”[5]。可见，即使海外汉学家也不能保证理想的翻译效果，唯有尽可能追求译者风格同作品的风格相接近，才是保证翻译质量的稳妥办法。

基于上述分析，改善信息不畅的状况，应当强调“双向性”，确立信息流通的双向机制并由此引入选择的双向机制，凸显后者的优势，降低作品与翻译人员不相适应的巨大风险。一方面，要建立并且不断更新海外翻译人才信息库，整合海外翻译资源，为出版商提供翻译人才的信息指引，拓宽他们的选择空间。这是一项长期且大型的工程，需要中国政府、各级翻译家协会及相关人士的通力合作。另一方面，要使海外翻译人才接触更多中国文学图书的信息，比如通过网络、邮政等等一系列渠道，向海外汉学家传递中国文学图书的推荐翻译书目，由此充分调动他们的自主选择性，让他们自己来判断自己是否适合翻译某部图书。通过信息双向流通机制与双向选择机制的建立，我们可以为一部好书与一位好译者的相遇创造更多的机会，为中国文学图书“走出去”赢取更大的胜算。

【参考文献】

- [1] 国家“十一五”时期文化发展规划纲要[N].光明日报, 2006-09-14.
- [2] 毛丹青.收拢汉学家是中国当代文学走出国门的途径[N].中国图书商报, 2006-12-04.

- [3] 马若芸. 巴金走后外媒冷漠以待不该有的寂静[N]. 国际先驱导报, 2005-10-20.
- [4] 曹雪萍. 中国文学再掀西进风潮[N]. 新京报, 2006-06-09.
- [5] 吴伟. 图书是文化交流的使者[N]. 中国图书商报, 2006-09-13.

【原载】 《编辑之友》20076

关于我们 | 联系方式 | 意见反馈 | 投稿指南 | 法律声明 | 招聘英才 | 欢迎加盟 | 软件下载
永久域名: www.literature.org.cn www.literature.net.cn E-Mail: wenxue@cass.org.cn
版权所有: 中国社会科学院文学研究所 京ICP备05084176号