

doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.2014.01.025

中国文学与翻译

彭 萍

(北京外国语大学 专用英语学院 北京 100089)

摘要: 作为中国文学传播的重要手段,翻译在很长一段时间内没有受到应有的重视。在中国文化“走出去”战略得到更广泛实施的新时期,有必要对中国文学“走出去”过程的翻译进行再认识,包括对翻译的作用的再认识,以及对译介内容、译者选择和翻译策略等方面的再认识,从而更好地促进承载着中国文化的中国文学在国外的传播。

关键词: 中国文学 “走出去”战略;文学翻译

中图分类号: I046

文献标志码: A

文章编号: 1008-5831(2014)01-0157-05

一、引言

近年来,中国正在切实实施文化“走出去”战略。已有不少学者从宏观上探讨中国文化走出去的内容和手段,涉及影视产业、表演艺术、汉语言本身、中国文论、中国文学等。手段涉及制定可行的政策、谋求合作、外贸输出等。毋庸置疑,翻译作为语言文字的转换形式,是中国文化“走出去”战略实施中的重要手段之一。但是,长期以来,翻译没有得到应有的重视,未能在中国文化“走出去”战略中发挥应有的作用。实际上,要实施好中国文化“走出去”战略,既要从思想上认识到翻译的重要性,又要充分发挥翻译的作用,从译介内容、译者选择和翻译策略等方面树立新的认识、作出正确的决策。中国文学是中国文化的重要载体之一,中国文学“走出去”是中国文化“走出去”的重要一环,虽然在过去和现在,不少中国作品都已译介到国外,但是审视中国文学的传播情况,有必要在中国文化“走出去”战略实施中进一步认识促进中国文学“走出去”的重要手段——翻译。

二、重视并发挥翻译在中国文学“走出去”过程中的作用

长期以来,翻译总体上一直受到轻视。例如,国外的一本畅销书介绍到中国,出版社很少宣传译者,给译者的报酬也比较低,译者也根本没有版权可言。译著书脊上一般没有译者的名字,有的译著封皮上也没有译者的名字,到扉页中才出现;选入中小学语文课本中的外国文学作品也很少介绍译者,有些甚至连译者的名字都不出现。正如美国学者韦努蒂指出,译者的存在似乎只是个影子,译文的合法定位显得模糊和不利,译者没有版权,只是原作者的附庸,原作者决定性地控制译文的出版,译者从没有著作权(Venuti)。今天,要充分发挥翻译在中国文化“走出去”战略中的作用,建议采取以下措施,提高对翻译作用和重要性的认识。

第一,翻译协会、翻译组织、出版社乃至高等院校必须加大力度宣传翻译的重

修回日期: 2013-09-19

基金项目: 国家社会科学基金项目; 国家高技术研究发展计划(863计划)

作者简介: 彭萍(1970-),女,江苏连云港人,北京外国语大学专用英语学院副教授,北京大学博士,主要从事英美文学、翻译理论与实践研究。

要性,呼吁全社会重视翻译,尊重译者。翻译协会可以定期出版关于翻译方面的简报,组织德高望重的中国翻译家和国外从事中外翻译的汉学家和翻译家在公开场合(如书店、学校等)发表演讲或举办讲座,增强大众对翻译的认识,尤其是使大众认识到翻译工作的重要性。这样可以使社会认识到翻译的重要性,激励更多的人从事翻译工作,从而吸引更多优秀的译者从事中国文化的翻译工作。高等院校应该重视翻译这一学科在外语专业中的地位,投入足够的财力和人力培养优秀的翻译人才。

第二,出版社和翻译公司应逐步提高译者的报酬和地位。目前,从事文化翻译,尤其是文学翻译的报酬相当低,很多外语专业甚至是翻译专业毕业的学生都不愿从事文学翻译这样收入微薄的工作。其次,出版社要在译作和译著显著的位置标注译者的姓名,即书脊、封皮、扉页上都应该印有译者的名字,并附上译者的简介,这样一方面是对译者的尊重,另一方面也促使译者提高翻译质量,对自己的译作负责。

第三,要从更高层次上关注译者,比如探讨译者的版权和版税等问题。中国历史上著名的翻译家严复曾为译者争取过版权和版税。严复还未完成《原富》的翻译之时,时任商务印书馆编译所所长的张元济就写信给严复请求出版该书,1900年2月《原富》译完后严复写信给张元济,首次提出翻译的版税问题,认为版权保护非常必要。1903年4月严复上书给当时的学部大臣张百熙,说明版权立法保护作者的经济和精神权利的必要性。在严复看来,给予译者版权可以带来以下好处:从精神上来说,著译者劳心劳力,理应得到重视与保护;从经济上说,得到物质奖励的同时,也可以免去著译者的后顾之忧;从国家长远发展的角度来说,著译新书是开启民智、强盛教育的前提,如果著译者因为权利得不到保护而放弃这一工作,那么,对国民教育和国家未来发展都将是严重的阻碍(刘五一)。严复的这一思想产生于一百多年前,但是今日,中国给予译者的权利却少之又少,一般译者只是一次性拿到微薄的翻译费,没有版税、版权可言。如果译界和出版界能够借鉴严复的这一远见卓识,势必会有更多的译者愿意投身于中国文学的翻译传播工作。

总之,在对待翻译的作用和译者的态度方面采取上述策略可以真正使译者从“隐形”变成“显形”,从而调动译者的积极性,更好地发挥翻译的桥梁作用,更好更快地促进中国文学的传播。

三、对中国文学“走出去”过程中翻译内容选择的再认识

在译介中国文学作品时,应特别重视正确处理迎合外国读者的阅读兴趣与传播中国文学之间的关系。一方面,中国文学“走出去”首先应建立在译语读者接受的基础上,因此,应当选择一些迎合外国读者阅读

兴趣的作品。例如,美国汉学家葛浩文(Howard Goldblatt)翻译了大量的中国文学作品,在文本的选译方面,他不仅考虑到自己的兴趣,更重要的是主动迎合了美国读者的阅读兴趣和出版商的出版发行兴趣。他认为,美国读者阅读中国小说,其喜好集中于政治、性和性别方面,甚至是人的本性方面,于是自己翻译了《檀香刑》、《酒国》、《米》等,因为这些作品都是擅于表现人性中黑暗与邪恶一面和色欲与暴力的场景。同时,葛浩文还翻译了聂华苓的《桑青与桃红》、古华的《贞女》以及虹影的《饥饿的女儿》,因为这些作品属第三世界的性别话题,能够赢取英语读者及海外出版商的青睐(胡安江)。葛浩文翻译的作品在美国赢得了较多的读者,对传播中国文学起到了积极的作用。他的翻译实践为译介中国文学的内容选择具有一定的借鉴意义。尤其是莫言于2012年获得了诺贝尔文学奖,而葛浩文又是莫言作品的重要译者之一,因此,中国文学要受到世界更多的关注,选译外国读者感兴趣的内容当然十分重要。

另一方面,在中国文学传播的过程中,也不能一味地迎合外国读者的兴趣而忽视中国文化中的精华。如果仅仅为了迎合西方对中国的想象而只选译表现人性中黑暗与邪恶一面和色欲及暴力的作品,对中国文学和文化“走出去”是有较大负面影响的,长此以往,必定会破坏中国人和中国在外国读者心目中的形象,尤其是那些并没有到过中国的读者如果读到的都是以上内容作品,一定会认为中国到处充满了暴力、黑暗、邪恶和色欲。因此,在适当译介一些迎合外国读者兴趣的作品的基础上,应该更多地译介表现中国人和中国正面形象的作品。

鉴于此,如何选择既能引起外国读者兴趣又能正面传递中国文化精神的作品,需要相关部门、出版社认真研究。从文学的选译内容看,应该更多地译介描写中国社会现实、中国社会进步和含有更多中国文化元素的作品,尤其是刻画中国民族乐观豁达、勤劳善良和幸福生活的作品,让国外的读者能够强烈地感受到中国作为一个泱泱大国所具有的进步和积极意义,吸引更多的读者群,激发读者对中国文化更大、更多的兴趣。

四、对中国文学“走出去”过程中译者选择的再认识

从翻译实践看,译者的身份非常重要。首先,译者要使译语读者有一种身份认同感,更重要的是,译者要了解外语读者的喜好,了解中国的文化如何使外语读者接受。因此,在选择译者方面应该谨慎从事。

中国文学的译介离不开母语为外语的译者,因为他们更了解国外接受者的心理和阅读习惯。例如美国史奈德译出了20首寒山诗,这些英译诗歌首先得到了小说家凯鲁亚克的认同,凯鲁亚克又在自己的自

传体小说《得道的流浪汉》(The Dharma Bums)中讲述自己与史奈德的一段友谊,写自己如何倾听史奈德所译的寒山诗、所讲的寒山精神,并在史奈德引导之下回归山林,得到顿悟。此书一经出版,寒山子与史奈德便双双化为传奇人物,成为年轻人崇拜的偶像(钟玲)。寒山子诗歌的译介不仅是因为诗歌所表现出的境界,更重要的是,史奈德在美国已经成为著名诗人,凯鲁亚克以离经叛道的生活方式与文学主张震撼了20世纪五六十年代美国主流文化的价值观与社会观,尤其是其代表作《在路上》出版后,凯鲁亚克几乎一夜成名,被封为“垮掉派之王”,深受当时美国年轻人的喜爱。因此可以说,史奈德所译寒山诗深受英语读者的喜爱更是因为英语读者对译者具有认同感。霍克思和闵福德两位著名汉学家翻译的《红楼梦》也是英语国家中广受推崇的翻译杰作。金庸的一些作品由英语译者译出后也深受欢迎,如《鹿鼎记》(The Deer and The Cauldron)由英国汉学家闵福德(John Minford)翻译,《书剑恩仇录》(The Book and The Sword)由英国汉学家恩沙(Graham Earnshaw)翻译(闵福德等监修),其中《鹿鼎记》英译本问世后,便获得文艺界高度评价(罗永洲)。最近,中国作家莫言获得了诺贝尔文学奖,外籍翻译者葛浩文等功不可没,因为葛浩文本人也承认自己在翻译的时候除根据自己的爱好外,更重要的是知道该如何根据英语读者的审美情趣对原作进行取舍。

但是,如果完全由母语为外语的译者完成翻译工作,不能保证中国文学承载的文化内涵传递的准确性和全面性。如果没有中国译者的挑选和审视,对中国文学的译介很可能有失偏颇,对中国在国外读者心目中的形象可能会造成损害。当然,不得不承认,中国本土译者目前单独完成翻译工作也有不足,因为有的本土译者虽然对中国文学的理解没有太大问题,但在用外语表达时却存在不少问题,尤其是熟练地用外语表现原文一些文化特色内容或韵律、风格等方面存在问题。耿强指出,中国1981-2007年推出的“熊猫丛书”翻译虽然为中国文学的英译和推介作出了一定的贡献,个别译本在域外也受到了欢迎,销量很好,但正如西方很多汉学家所指出,整体而言丛书译介的效果并不理想,其中一个原因就在于译者多为中国本土译者,虽然他们在原文理解方面毫无障碍,但在将母语翻译成第二外语时,会遇到很多问题,最突出的有俗语的翻译、句式韵律的体验与作品风格的把握。如果译者对英语的掌握达不到精通母语的程度,很可能会造成译文在语言上偏离英美读者的阅读感受。有的西方汉学家就称某些译文读起来荒唐可笑(耿强)。还有一些译者甚至连中国文学本身的内容理解都存在问题,更不用说将其翻译成外文,让外国读者接受。

鉴于此,建议国家应该组建专门的翻译机构或出

台相关的政策,对文学翻译进行统一规划,鼓励翻译机构、出版社以中外译者相结合的方式翻译,甚至提供财力人力的支持使中国本土的译者和海外译者进行合作翻译,这样一方面可以较为全面地介绍中国文化,另一方面又照顾到读者的接受习惯。正如谢天振指出,中国文化和文学的译介,首先要树立一个国际合作的眼光,要积极联合和依靠国外广大从事中译外工作的汉学家、翻译家,加强与他们的交流和合作,还可以在国内选择适当的地方建立中译外的常设基地,邀请国外从事中译外工作的汉学家、翻译家来到基地小住一两个月,在他们驻基地期间,可组织国内相关专家学者和作家与他们见面,共同切磋他们在翻译过程中碰到的问题。谢天振的这一建议非常可取,而且,通过这种合作和交流也会更快地培养一批能够独立承担中国文学外译工作的译者。

五、对中国文学“走出去”过程中翻译策略的再认识

从文化和文学翻译的角度讲,翻译策略不外乎美国学者韦努蒂提出的“异化(foreignizing)”和“归化(domesticating)”策略。前者意指译文故意打破目的语的表达习惯而保留源语的“异国情调(foreignness)”;后者意指翻译中使用透明而又通顺的风格,尽量减少“异国情调”,使译文带有目的语的文化价值,从而使译文读者更好地理解原文(Venuti)。从读者了解异域文化的角度讲,当然选择前者,但是从读者接受译本的角度讲,当然应该是后者。从中国文化传播的历史看,“归化”策略更容易使外国读者接受中国的文化。在中国文化“走出去”战略实施的初期,文学翻译应该更多地迎合读者的口味,更多地采取归化甚至编译的翻译策略。但是随着中国文学的进一步传播,外国接受者对中国文化有所了解后,可以在“归化”的基础上更多地采用“异化”策略,最终让“异化”成为中国文学翻译的主要策略,从而使中国文学更好地“走出去”。具体说来,中国文学的翻译应该采取“分步走”策略。

第一步,翻译策略以“归化”为主。以色列学者伊文-佐哈尔认为,翻译文学的地位也影响着翻译实践。翻译文学处于中心地位时,译作将会接近原作,体现“充分性(adequacy)”;翻译文学处于边缘地位时,译作与原文之间就会产生更大的偏差(Even-Zohar)。这实际上和上文提到的“异化”和“归化”策略有着异曲同工之妙。比如,中国文学目前在西方发达国家处于非中心的位置,所以中国文学的翻译应该尽可能地接近译文,也就是说“归化”的成分会多一些,虽然译文会与原文之间产生很大的偏差,但这样的翻译容易引起外国读者的兴趣。例如,美国当代翻译家雷克思罗斯在翻译中国欧阳修的诗歌时,力求译文一方面保持与读者沟通的语调,一方面让所有诗歌变为

自由诗体,用词浅白,文法简洁。这实际上迎合了20世纪美国诗歌的流行形式。前文提及的汉学家葛浩文虽然说过要尊重原文,要保持原文的准确性,但归化译法几乎见于他的每一部翻译作品(胡安江)。葛浩文在翻译《狼图腾》时就进行了删改。原文中那些不符合英美文化中文类规范的内容自然要删除,这样做的目的无非是为了使这部作品读起来更加流畅和生动,更加小说化(耿强)。另外,葛氏对原文中过多涉及中国历史与文学典故的部分,一律做了删减处理。而在可能妨碍读者接受的地方,葛又有意识地在正文相应部分增补相关背景信息(胡安江)。

第二步,达到“异化”和“归化”的平衡。现在有人认为,在中译外的问题上完全没有必要再次陷入“归化”和“异化”之争,译者应根据文化交融的程度和读者的现实接受能力在归化和异化之间求得平衡。在对话中求融合,在融合中求主宰(罗永洲)。这当然是一种理想状态。但这种理想状态需要时间,不能一蹴而就,要根据中国文学在国外文学中的地位而确定。中国文学经过“归化”在海外传播一段时间以后,尤其是随着中国经济的进一步发展,中国综合国力的进一步提高,中国在国际上的地位进一步提高,中国文学的翻译就可以加进更多“异化”的成分,尽快达到“异化”与“归化”的平衡。

第三步,更多地采用“异化”翻译策略。近年来,中国的国际地位随着中国经济的发展进一步提升,中国会再一次像唐代一样成为东方文明大国,届时中国文学也会更多地成为国外许多读者关注的对象。对于国外文学来说,中国文学作为一种翻译文学最终会在各国文学中占据中心地位,这时便可以考虑伊文·佐哈尔所说的“译作要接近原作”从而体现出“充分性”的策略,也就是韦努蒂所谓的“异化”策略。这种“充分性”或“异化”策略就会有利于中国文学中的更多文化元素译介到国外。

六、结语

总之,中国文学“走出去”战略的实施离不开翻译,要充分发挥翻译在中国文学“走出去”战略中的作用,首先要从思想上认识到翻译的重要性,提高译者的待遇,尊重译者的署名权、版权等;其次,在文本的选择、译者的选择和翻译策略的选择等方面要注意一定的尺度和步骤,这样才能更好使中国文学“走出去”。将上述中国文学“走出去”中对翻译的再认识推广之,可以适用于中国诸多文化方面的“走出去”战略。当然,经济基础决定上层建筑,要使中国文学真正为西方读者接受,使更多的读者对中国文学和文化发生兴趣,还有待于中国经济的进一步发展和综合国力的进一步提高。

参考文献:

- [1] EVEN-ZOHAR. Polysystem Theory [J]. Poetics Today, 1990, 11(1).
- [2] VENUTI L. The translator's invisibility: A history of translation [M]. London and New York: Routledge, 1995.
- [3] 耿强. 文学译介与中国文学“走出去” [J]. 解放军外国语学院学报, 2010(3): 82-87.
- [4] 胡安江. 中国文学“走出去”之译者模式及翻译策略研究——以美国汉学家葛浩文为例 [J]. 中国翻译, 2010(6): 10-15.
- [5] 刘五一. 从《原富》看严复的版权思想 [J]. 编辑之友, 2001(2): 63-64.
- [6] 罗永洲. 金庸小说英译研究——兼论中国文学走出去 [J]. 中国翻译, 2011(3): 51-55.
- [7] 谢天振. 中国文化如何“走出去” [N]. 文汇报, 2008-07-25.
- [8] 钟玲. 美国诗与中国梦: 美国现代诗里的中国文学模式 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2003.

Rethinking Translation in Chinese Literature's "Going Out"

PENG Ping

(School of English for Specific Purposes, Beijing Foreign Studies University, Beijing 100089, P. R. China)

Abstract: As an important means of spreading the Chinese literature, translation has not attracted the attention it deserves for a long time. Today, when China is implementing the cultural “going out” strategy, it is necessary to rethink the importance of translation and the content to be translated, the choice of translators and translation strategies involved in the Chinese literature's “going out”.

Key words: Chinese literature; “going out”; translation; rethinking

(责任编辑 彭建国)