

中国文学“走出去”不只是一个翻译问题

上海外国语大学高级翻译学院 谢天振

自20世纪80年代以来,中国文学“走出去”开始成为中国文学创作界的重要诉求和学界关注的热点。本版所刊发的三篇文章,以新世纪中国文化“走出去”的战略为话语背景,围绕世界文学的理念、中国文学的外译及其海外传播等问题,多维度地阐释了中国文学与世界的错综关系,为我们在新的时代语境下探讨中国文学切实有效地走向世界的问题提供了一些有建设性的视角。

文学、文化的跨语言、跨国界传播是一项牵涉面广、制约因素复杂的活动,决定文学译介效果的原因更是多方面的。

中国文学、文化要切实有效地“走出去”,有三个问题和两个特殊现象必须引起我们的重视。

翻译的目标在于促成相互理解和有效交流

就目前的状况来看,影响中国文学、文化有效“走出去”的,主要有以下几个实质性问题。首先是对翻译的认识有失偏颇,以为只要翻译成外文,中国文学、文化就“走出去”了。所以,长期以来,我们关心的就只是具体的翻译问题,即语言文字的转换,却很少考虑翻译中的其他问题。新中国成立以来,我们推出了英、法文版的《中国文学》杂志和“熊猫丛书”,目前正在做更大规模的《大中华文库》。这些杂志和丛书都把中国文学、文化典籍翻译成了外文,但有关研究表明,除了很小的一部分外,它们并没有促成中国文学、文化切实有效地“走出去”。原因就在于,我们只关注语言文字的转换,却忽视了翻译的任务和目标——促成交际双方的相互理解和有效交流。由于不重视“如何让翻译成外文的文学、文化典籍在译入语环境中被接受、被传播、并产生影响”的问题,我们的外译行为未能取得预期的成功。

其次是未能认清“译入”(in-coming translation)与“译出”(out-going translation)两种翻译行为之间的差别。只看到它们都是两种语言文字之间的转换,却看不到“译入”是建立在一个国家、一个民族内在的对异族他国文学、文化的强烈需求基础上的翻译行为,而“译出”在多数情况下是一个国家、一个民族对外译介自己的文学和文化,对方对此却未必有内在的需求。这样,“译入”活动的发起者和译介者就只需考虑把外来的文学作品、文化典籍译得忠实、准确和流畅即可,译介行为自然就能赢得读者,并产生影响,而“译出”行为不然。由于对方尚未产生内在需求,更未形成比较成熟的接受环境,此时,如果也像“译入”行为一样,只关注翻译本身而不考虑制约和影响翻译活动的因素,诸如读者的阅读习惯、审美趣味,译入国的意识形态、诗学观念以及译介方式、方法、策略等,那么,这样的译介行为就很难奏效。

再次是对文学、文化跨语言传播的译介规律缺乏应有的认识。一般情况下,文化往往从强势文化向弱势文化译介,而且往往由弱势文化国家的译者主动把强势文化译介给自己的国家。历史上,在中华文化处于强势地位时,周边的国家就曾纷纷主动地将中华文化译入;而当西方文化处于强势地位时,譬如在晚清时期,我国知识分子也主动把西方文化译介给我们的读者。在今天的世界文化格局中,西方文化仍处于强势,要让中国文学、文化“走出去”(首先是希望走进英语世界),实际上是一种由弱势文化向强势文化的“逆势”译介行为,那就更不能仅仅停留在把中国文学、文化典籍翻译成外文,而必须从译介学规律的高度全面审时度势,并采取合适的译介方式。

中西文化交流尚存在“时间差”和“语言差”

就中西文化交流而言,还有两个特殊现象必须引起我们的重视,即“时间差”(time gap)和“语言差”(language gap)。

所谓“时间差”,是指从清末民初算起,中国人认识西方文学、文化迄今已有一百多年的历史

史，而西方国家开始有较多人积极主动地关注和了解中国文学、文化则是最近二三十年的事。这种时间上的差别，使得我们拥有较丰厚的西方文化的积累，我们的广大读者能较轻松地阅读和理解译自西方的文学、文化作品，而西方则不具备这样的条件和优势，更缺乏能轻松阅读和理解译自中国的文学、文化作品的读者群。当今西方各国的中国文学、文化作品的读者群体，其接受水平大概相当于我们国家严复、林纾那个年代阅读西方作品的中国读者，这就是为什么当今西方翻译家在翻译中国作品时多采取归化的手法并对原作有所删改的原因。这一现象提醒我们，在积极推进中国文学、文化“走出去”时，现阶段勿贪大求全，编译一本诸如《先秦诸子百家寓言故事选》，也许比花大力气翻译出版一大套诸子百家的全集更受当代西方读者的欢迎。

所谓“语言差”，指的是操汉语的中国人在学习、掌握英语等现代西方语言并理解与之相关的文化方面，比操英语等西方语言的人学习、掌握汉语要容易。这种“语言差”使得我们国家能够有一批精通西方语言并理解相关文化的专家学者，还有一大批粗通这些语言并了解与之相关的民族文化的普通读者，而在西方就没有这么多精通汉语并深谙中国文化的专家学者，更谈不上有一大批能够直接阅读中文、轻松理解中国文化的普通读者。我们应该认识到，在今后相当长的时期内，西方国家的中国文学、文化典籍的读者是有限的，其汉学家、翻译家数量也将有限。为此，我们必须关注的问题是，如何在那里培育中国文学、文化的接受群体，如何扩大国外汉学家、翻译家队伍，以及如何从项目资金到专家咨询、配备翻译合作者等方面为他们提供帮助等。

文学、文化的跨语言、跨国界传播是一项牵涉面广、制约因素复杂的活动，决定文学译介效果的原因更是多方面的，但只要我们树立起正确、全面的翻译理念，切实把握译介的规律，正视中西文化交流中的“语言差”、“时间差”等特殊现象，就一定能切实有效地促成中国文学、文化“走出去”。