

中华典籍海外读者市场的生态解读及启示

——以亚马逊《论语》英译本为例

张 阳

(浙江理工大学外国语学院, 杭州 310018)

摘 要:《论语》作为中华典籍的代表作品之一,迄今出版的英译本多达几十种。读者作为翻译生态学视角下的消费群体对译本有着最终的审美评价和判断,译本是否为广大译入语读者所接受,是译本质量的重要评判价值标准。通过对亚马逊网站上《论语》各译本的数据采样分析研究,整理归纳出在海外阅读市场中,为广大海外读者所关注的10种《论语》英译本,并通过分析其译本的读者阅读评论得出,不同的《论语》英译本有着不同的阅读群体,在典籍的翻译过程中译者应针对不同的读者群体,采取不同的翻译策略。

关键词:《论语》;生态翻译;读者

中图分类号: H315.9 **文献标志码:** A

0 引 言

翻译活动是文化资本传播的重要途径之一。我国最早的翻译活动见诸于佛经翻译,即将外来的佛教典籍译为中文,称为“译入”,而作为翻译这一双向性文化资本传播活动,“译出”则是到了18、19世纪,随着一些西方传教士的进入,才开始逐渐将一些中国的传统典籍译为其他语言,向西方文化及世界传播。这期间不乏一些如辜鸿铭、赵元任等大家和西方汉学家及传教士如理雅各、苏慧廉等翻译的中华典籍。

近二三十年来,伴随着中国改革开放,中国国力不断增强,国家、政府、知识界乃至学术界人士都纷纷意识到:在经济建设不断取得成就的时候也要加强精神文明建设,这其中就包括中华文化的对外传播。如经新闻出版总署批准的列入国家规划的重大出版工程《大中华文库》(汉英对照);由中国人民大学和北京外国语大学联合出版的《百部中国京剧经典剧目英译系列丛书》第1期等,均反映出我国政府

及文化界对系统、全面地向世界推出中华典籍的决心与信心。

从翻译的生态环境而言,典籍英译本的读者是典籍英译的重要建构者之一^[1],同时也是翻译生态系统的重要组成部分。典籍英译的根本目的是向世界传播中国的优秀历史文化,海外读者则构成了中华典籍的主要阅读市场。对中华典籍的海外阅读市场进行调研,了解海外读者市场的阅读情况,为中华典籍的翻译提出可供参考的建设性意见及启示。

1 中华典籍的翻译生态研究

翻译与翻译研究如同一对孪生兄弟,相生相惜。翻译研究以翻译为对象,翻译活动则以翻译研究的标准为参照。当前,无论是对中华文化典籍的翻译实践,还是对其翻译策略的理论探讨都处于方兴未艾之时。从“等值观”到“读者中心论”,再从翻译的“文化中介论”到翻译的“文化转向”,无一不透露出我们对翻译这一实践活动的非单向的、多维度

收稿日期: 2012-11-15

基金项目: 浙江省社科联项目(2011N179)

作者简介: 张 阳(1977-),女,重庆人,讲师,硕士,主要从事典籍翻译的研究。

的全面思考。中华文化典籍作为中华民族优秀传统文化传承的载体,是我们民族所固有的“文化资本”^[2]。而其中的《论语》作为记载先贤孔子言语行事的典籍,有一定的传统文化代表性。

翻译生态学主要研究翻译本体与翻译环境之间的关系,从宏观的角度来考察影响翻译活动的翻译生态环境以及翻译活动对生态环境的反作用^[3]。具体地说,就是将生态学的研究成果引入翻译研究,将翻译及其生态环境相联系,并以其相关关系机理为研究对象进行探究,从而从生态学角度审视翻译和翻译研究,力求对翻译中的多种现象进行剖析和阐释^[4]。鉴于此,我们不再单一地视翻译为译者主观的解码—转码活动,而是将译者的翻译活动纳入到翻译生态系统这一大的宏观条件下,全方位、多维度地审视翻译活动。

翻译生态学采用类比、隐喻的方式将纷繁复杂的翻译活动具体化,条理化。生物的生存、活动、繁殖需要一定的空间、物质与能量。生物在长期进化过程中,逐渐形成对周围环境某些物理条件和化学成分,如空气、光照、水分、热量和无机盐类等的特殊需要。各种生物所需要的物质、能量以及它们所适应的理化条件是不同的,这种特性称为物种的生态特性。而作为翻译活动中的源语文本则是翻译生态系统中最基本的因子,没有源语文本,则整个翻译生态系统不复存在。翻译生态系统的内在功能是“生产”。这一目的是通过翻译生态系统中的3大功能团,即生产者(译者)、消费者(译语读者或听者)和分解者(翻译研究者)的运转和相互作用,从而使能量流、物质流、信息流得到传输和转化,使价值流、知识流、能力流得到富集递增,进而实现“生产”的目的^[4]。在翻译的过程中,译者的主体性无可厚非,但一个译作的好坏,不能单以译者的评判作为标准。译作一旦问世,就像商品进入了消费领域,因此还需接受消费者,即译语读者的检验^[5]。对中华典籍翻译的目的是向世界传递中华优秀文化,在世界范围内实现文化资本的流通。因此,笔者从对翻译生态系统消费者的角度来审视中华典籍英译的读者接受度的研究,通过对具体采样数据的分析得出结论,期望能对今后中华典籍翻译起到一定的借鉴作用。

2 《论语》英译本海外读者市场调查

2.1 《论语》英译本的读者评论调查

《论语》是中华众多典籍中具有代表性的著作,

作为记载先贤孔子言语行事的经典书籍,在国内外喜爱中华传统文化的读者群中深受推崇。其英译本的读者大致可分为两类。一类为国内的英语学者及英语学习者,他们多是对英译本进行译本翻译技巧及译本间的比较研究,或是从语言学习的角度来阅读《论语》的英译本,其阅读研究的最终目的也是为译本提供借鉴意见,提高译本在消费者中的接受度。第二类则是海外对中国文化感兴趣的读者,他们通过阅读《论语》来了解中华传统经典文化,了解中国,了解中华文化。近10年来,越来越多的学者开始关注到《论语》的翻译,尤其是《论语》不同英译本的翻译对比研究。这类研究大多是从译者角度对译作进行的一种翻译价值判断。而从翻译生态系统的角度来看,译作这一生产产品其能量价值是否能得到传输和转化,使之价值流、知识流得以富集递增,归根到底取决于这一产品是否能得到消费者的认可,译作的评价最终要靠读者来完成。全球最大的图书销售网之一的美国亚马逊图书网的全球年访问量至少达61亿次^[1],因此对亚马逊网站上中华典籍《论语》英译本的调查研究数据在一定程度上能说明《论语》在国外阅读市场的情况。

笔者以2012年10月2日亚马逊网站上的数据为对象,以Analects为关键词,按相关度排序,得到搜索结果为简装本(paperback)1486;精装本(hardcover)341;影音版(audible audio edition)2;HTML5。亚马逊以每12个搜索结果为一页,有读者关注度的译本主要集中在前30项,排序越靠后,其读者关注度则逐渐减少,笔者依次搜索了前100项。从整个搜索的结果来看:

a) 论语英译本数量众多,不同译者的译本多达二三十种,在前100项搜索结果中还包括一本法译本和一本日译本;

b) 译者以国内哲学和语言学等方面的学者专家和国外汉学家为主^[6];

c) 搜索结果中不仅包含对论语原著的译本,也包括中华典籍合集、相关研究论文合集,以及论语的节选本和精选本等不同出版物;

d) 在约前30项搜索项中出现的译本都有不同数量的读者评论。

从以上搜索结果可以看出,中华典籍《论语》在海外有着一定的读者受众和阅读市场。在此次搜索结果的基础上,笔者按读者关注度高的前10种论语英译本进行了归纳整理,并按降序排列,结果如表1。

表1 读者参与评论最多的前10《论语》英译本

序号	译者 (英文名)	译者 (中文名)	译本出版 年份	读者 评论
1	Simon Leys	西蒙·利斯	1997	17
2	Arthur Waley	亚瑟·威利	1938	14
3	Roger T. Ames and Henry Rosemont Jr.	安乐哲, 罗思文	1999	13
4	D. C. Lau	刘殿爵	1979	11
5	William Edward Soothill	苏慧廉	1910	8
6	James Legge	理雅各	1893	8
7	Edward Slingerland	森舸澜	2003	5
8	David Hinton	大卫·辛顿	1998	5
9	Chichung Huang	黄继中(音译)	1997	5
10	David H. Li	李大卫	1999	4

备注:(1)读者评论数量一致,按搜索先后顺序排列;(2)同一译者的英译本由于出版年份、版次、简装或精装本、纸本或音像制品的不同,可能出现多次,统计数据以读者评论实际数据为准;(3)论语英译本中较有影响的如 Burton Watson 译本, Raymond Dawson 译本; E. Bruce Brooks and A. Taeko. Brooks 译本等,均未进入前10排名;(4)所用数据均来自亚马逊网站论语英译本搜索网址[OL]: http://www.amazon.com/s/ref=nb_sb_noss?url=search-alias%3Dstripbooks&field-keywords=analects。

2.2 样本读者评论分析

本次数据收集共读者评论90份。亚马逊网站采取五级制评分标准:五星和四星为好评;三星及以下为差评。通过归纳整理这90份读者评论:其中正面评论为67份,负面评论为23份,正面评论达到了74%。

正面评论主要集中在:a)译文通顺,措辞准确,特别是《论语》中涉及了一些中华传统文化价值的词,如仁,礼,义等。对这些文化负载深厚词句的准确翻译,使读者能够更为准确地把握原文所传达的含义。归结起来,译文易懂,读者选择理解译本的可能性就小。信息的易懂性降低了理解成本^[7],接近大众阅读审美倾向的译文更容易受到海外读者的青睐。b)备受读者关注的论语译本均对《论语》产生的年代、孔子的生平以及《论语》在中国传统价值和中华文化中的重要作用做出了详尽的介绍。此类介绍为海外读者进入译文正文阅读提供了背景支持和铺垫,而不是单一地对原文进行翻译。可见,涉及典籍翻译,对其译本的文化关注必不可少。c)在译文中涉及到的一些历史人物、历史背景、历史事件等均有详尽的备注及索引,有助于海外读者全面、详尽地了解中国历史及文化。d)由于每个译者翻译的角度不同,针对的潜在读者群不同,因此而呈现出的翻译风格则会迥异。较有代表性的就是亚瑟·威利的

《论语》英译本较为一般初读《论语》的读者所接受和认可,而从哲学角度解读《论语》的安乐哲,罗思文版本则受到有着更高阅读需求的读者的青睐。因此,不能用单一的翻译评判标准来衡量不同的典籍英译本,而是意识到由于典籍本身所蕴含的深厚文化底蕴,其本身就存在多个层次的解读和诠释,从不同读者阅读需求出发,对同一典籍进行不同角度的翻译,本身亦是无可厚非的。

同时,从23份三星及三星以下的读者评论中也可以看出现有的前10本备受读者关注的译本所存在的不足,主要涉及:a)由于译本年代久远,在语言及措辞上略显陈旧。负面评价可大致分为3类:译文和译者13份;印刷装裱3份;涉及内容价值评判7份。由于印刷装裱为客观因素,对内容价值的判断是由文化差异所造成,暂不纳入翻译评价的范畴。在余下的13份读者评价中,认为由译者或译者的翻译活动所造成的人为因素中,主要涉及到:翻译句法;译文过于突出译者主观价值评判,这在西蒙·利斯译本中尤为突出,如下例:

“学而时习之,不亦说乎?”

(1) To learn something new and then to put it into practice at the right time; is this not a joy? (by Ley)

试比较:

(2) Having studied, to then repeatedly apply what you have learned-is this not a source of pleasure? (by Ames & Rosement)

(3) Is it not pleasure to learn with a constant perseverance and application? (by Legge)

在(1)示例中,西蒙(Ley)过度依赖主观判断对原文进行了自我解读,造成读者在阅读过程的困惑。相比较而言,(2)示例较为忠实于原文;(3)示例中也对原文进行了一定自我解读。

b)缺乏历史、文化、背景等的介绍,使海外读者在阅读过程中造成一定的理解困难,如苏慧廉的《论语》译本。其译本中对一些有争议之处的翻译没有做出适当的诠释和备注,亦缺乏对孔子的生平介绍,《论语》的历史地位及其在中国社会中的重要价值。

2.3 代表译本的出版历史维度考察

根据译本出版时间,可大致分为两个阶段。一是在20世纪初叶,以理雅各为代表的西方(英美)传教士对中华传统典籍《论语》进行的翻译,有3部;另是当代以西蒙·利斯等为代表的西方汉学家对《论语》进行的翻译,共7部。从出版时间不难看出:对

中华传统典籍《论语》的翻译热潮集中在两个较为有鲜明历史时代特点的年代,其根本原因是与这两个历史时期特定的历史、经济大背景密不可分的。

第一阶段,即20世纪初叶,我国经历了两次鸦片战争,承受着战败的巨大创伤,无论在经济、政治、文化上,均处于内弱外强的国际形势中。传统文化不可避免地受到了外来文化的入侵,在文化上属于输入的状态。当时的西方列强在经济上掠夺、政治上挟持的基础上,为了进一步了解中国,从而在思想文化上控制中国,纷纷开始了解中国及其文化,《大清律例》的翻译就是最好的例子。于是一些西方传教士开始翻译中华传统典籍,这其中有以理雅各及苏慧廉为代表翻译的《论语》英译本。在第一阶段的《论语》英译本的集大成者无疑是亚瑟·威利的译本,时至今日,威译《论语》依然在海外读者群中享有较高的声誉。

第二阶段,即20世纪末21世纪初,伴随着我国经济的崛起,中华文化开始面向国际传播,开始步入到文化输出的,向文化强国迈进的转型阶段。从国内而言,这期间比较具有代表性的则是由中国人民大学和北京外国语大学联合出版的《百部中国京剧经典剧目英译系列丛书》第1期;由新闻出版总署批准的列入国家规划的重大出版工程《大中华文库》(汉英对照)等。从世界范围来看,海外的汉学家也开始着力于中华传统典籍的翻译。表1中有7部《论语》英译本都是属于第二阶段的翻译作品,排名第一的就是这一时期西蒙·里斯的译本,获得了较高的读者关注度。出版时间距今最近的英译本为加拿大汉学家森舸澜翻译的,其译本最为显著的特点是在所有的读者评价中获得了一致的好评。在这一大好形势下,海外汉学家及翻译家对中华典籍及文化的关注,都充分说明了我国的传统典籍的文化输出蓄势待发。

2.4 代表译者的文化共性与差异

从受到读者青睐的排名前10的译者来看,有7位译者为西方翻译家或汉学家,3位为中国人,而其中两位是香港人,接受的是西方教育;另一位则是长期旅居在国外的中国学者。总体来看,译者都有着深厚的汉学研究基础,了解、熟悉西方读者及其阅读审美情趣,掌握西方读者的话语习惯等才能使其译作广泛地被海外读者所接受。亦译者在翻译过程中考虑到了读者受众的选择性理解现象^[7],降低了海外读者的理解成本。在排名第三的安乐哲译本中,一些具有东方哲学概念的术语,如“天”,被直接用拼

音tian翻译,这也正印证了西方翻译家在中华典籍翻译中的“东方情调化翻译倾向”^[8],使翻译成为对汉字的直述,成为原文的镜像^[9]。这一异化方式成就了海外读者对外来文化的猎奇心理,感受到了东方文化情调,满足了读者对异族文化的审美。从译者的角度来讲,改变了过去以西方殖民主义文化为核心的文化价值体系,尊重了异族的文化价值观、信仰和语言表达方式。这也是我国翻译者在今后典籍翻译中可以借鉴之处。

3 结 语

中华典籍翻译是一项举世浩大、功德千秋的文化工程。通过对全球最大的亚马逊购书网站上备受读者亲睐的《论语》英译本的数据采样及分析调查,调查结果表明:中华典籍《论语》在海外有一定的读者市场,这与中国不断增强的国力、国际影响力、以及西方文化对中国文化的持续关注是密不可分的,而这一趋势伴随着中国的不断强大,势必会更加欣欣向荣。与此同时,这也对翻译工作者提出了更多、更高的要求。

通过对亚马逊网站上《论语》英译本的调查研究结果,得出如下启示:不同的《论语》英译本有着不同的阅读群体,在典籍的翻译过程中译者应针对不同的读者群体,采取不同的翻译策略。在翻译生态体系中,读者作为翻译生态系统中的消费者,对其消费产品——译文有着绝对的话语权,而译文是否能被其消费市场——读者群所接受是评定一本译作很重要的价值标准。由于典籍翻译的最终目的是进行文化传播,翻译的内容容易被西方读者接受、认可,以达到儒学西传的目的。一种译本,无论译者本人或是译评家评价多高,如果得不到消费群体的认同,也就没有达到翻译最本质的传播功能。所以,在典籍翻译中,译者作为翻译生态群体中的生产者,要想其能量在生态系统中得以循环,就要其产品顺利进入到下一个生态消费系统中,只有这样,才能形成生态系统的良好循环。中华典籍的翻译也应充分考虑到读者受众的接受度和认可度。

参考文献:

- [1] 陈梅,文军. 中国典籍英译国外阅读市场研究及启示[J]. 外语教学, 2011, 32(4): 96-100.
- [2] Richardson J G. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education [M]. New York: Greenwood Press, 1986.

- [3] 刘爱华. 生态视角翻译研究考辨: “生态翻译学”与“翻译生态学”面对面[J]. 西安外国语大学学报: 2010, 18(1): 75-78.
- [4] 许建忠. 翻译生态学[M]. 北京: 中国三峡出版社, 2009.
- [5] 曾清, 刘明东. 毛泽东诗词翻译的生态功能研究[J]. 西安外国语大学学报, 2012, 20(1): 118-121.
- [6] 黄中习. 中国典籍英译事业: 机遇与挑战[J]. 宁夏社会科学, 2008(6): 177-179.
- [7] 陈亚君, 陈永进. 《论语》英译与传播三原则[J]. 广东海洋大学学报, 2011, 3(2): 74-78.
- [8] 蒋晓华. 典籍英译中的“东方情调化翻译倾向”研究[J]. 中国翻译, 2010(4): 40-45.
- [9] 刘禾. 跨语际实践——文学, 民族文化与被译介的现代性: 中国, 1900—1937[M]. 北京: 三联书店, 2008.

Ecological Interpretation and Inspirations of Overseas Reader Market of Ancient Chinese Books ——Take English Versions of *Analects* of Confucius on Amazon for Example

ZHANG Yang

(School of Foreign Languages, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: As one of the representative works of ancient Chinese books, the *Analects* of Confucius has dozens of English versions published so far. As a consumer group under the view of translation ecology, readers have final aesthetic evaluation and judgment for version. Whether a version is accepted by readers of the target language is an important evaluation standard of value of version quality. This paper organizes and summarizes ten English versions of the *Analects* of Confucius concerned by overseas readers in the overseas reading market through data sampling analysis and research of various versions of the *Analects* of Confucius on Amazon; and obtains by analyzing reading comments of readers of these versions that different English versions of the *Analects* of Confucius have different reading groups. In the translation process of ancient books, translators should adopt different translation strategies in allusion to different reader groups.

Key words: The *Analects* of Confucius; ecological translation; readers

(责任编辑: 马春晓)