

国外出版社对中国图书外译项目的贡献

谢雨童¹, 范家尧², 吴碧宇²

¹华东理工大学中德工学院, 上海

²华东理工大学外国语学院, 上海

Email: xytfiona1106@163.com

收稿日期: 2021年4月13日; 录用日期: 2021年5月13日; 发布日期: 2021年5月20日

摘要

文明因多样而交流, 因交流而互鉴, 因互鉴而发展。从文化互鉴论看, 国外出版社在中国图书外译过程中的主要贡献表现在: 创造了“美人之美、美美与共”的社会效应; 赢得了“相互尊重、平等相待”的经济效益; 呈现了“与时俱进、创新发展”的文化传播力。

关键词

文化互鉴论, 国外出版社, 中国图书外译, 贡献

Contributions of Foreign Publishers to Chinese Book Translation

Yutong Xie¹, Jiayao Fan², Biyu Wu²

¹Sino-German College of Technology, East China University of Science and Technology, Shanghai

²School of Foreign Languages, East China University of Science and Technology, Shanghai

Email: xytfiona1106@163.com

Received: Apr. 13th, 2021; accepted: May 13th, 2021; published: May 20th, 2021

Abstract

The diversity of civilizations leads to exchanges, mutual learning and development. From the perspective of mutual learning of culture, the main contributions of foreign publishers in the process of translation of Chinese books are as follows: creating the social effect of “beauty of beauty, beauty and harmony”; winning the economic benefits of “mutual respect and equality”; it shows the cultural transmission power of “keeping pace with the times, innovating and de-

veloping”.

Keywords

Cultural Mutual Learning Theory, Foreign Publishers, Chinese Books Translation, Contribution

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

21 世纪以来, 国家和地方机构先后启动各级各类图书外译项目, 来推动中国文化“走出去”, 包括国家社科基金中华学术外译项目、经典中国国际出版工程和丝路书香重点工程、中国图书对外推广计划项目和中国文化著作翻译出版工程、外国人写作中国计划项目、中国当代作品翻译工程和中国当代少数民族作品翻译工程、对外出版项目、上海翻译出版促进计划、上海市中华学术精品外译项目、北京市提升出版业国际传播力奖励扶持项目库、云南省哲学社会科学学术外译项目。这些项目都要求以外文形式在国外权威出版机构出版并进入国外主流发行传播渠道, 目的是向世界讲述中国故事、传播中国声音。可以看出, 国外出版社也是中国图书外译项目中重要的一环, 发挥着文明交流互鉴的作用。因此, 本文将从文明互鉴理论, 阐释国外出版社在中国图书外译出版中发挥的作用和意义。

2. 文明互鉴论的内核思想

2014 年 3 月 27 日, 习近平首次提出了“文明交流互鉴”的重要理念。他指出: “文明因交流而多彩, 文明因互鉴而丰富。文明交流互鉴, 是推动人类文明进步和世界和平发展的重要动力” [1]。在 2019 年 5 月召开的亚洲文明对话大会上, 他进一步阐明文明交流互鉴的意义及其中国范式, “文明因多样而交流, 因交流而互鉴, 因互鉴而发展。我们要加强世界上不同国家、不同民族、不同文化的交流互鉴, 夯实共建亚洲命运共同体、人类命运共同体的人文基础……交流互鉴是文明发展的本质要求” [2]。文明互鉴论的核心内容包括四点:

一是要坚持相互尊重、平等相待。一个国家、一个民族的文明扎根于自己的生存土壤, 是非凡智慧和精神追求的结晶。习近平指出: “人类只有肤色语言之别, 文明只有姹紫嫣红之别, ……我们应该秉持平等和尊重, 摒弃傲慢和偏见, 加深对自身文明和其他文明差异性的认知, 推动不同文明交流对话、和谐共生。”文明无高低之分, 每一种文明都有其独特的意义和价值。一个民族将其长期发展所得的精神财富累积成自身的文明, 不同文明的差异性构成了世界上博大精深的人类文明。因而面对各种文明形态, 我们应该以相互尊重、平等对待的态度来欣赏和学习, 摒弃傲慢无知的轻视, 推动不同文明的交流与发展。

二是要坚持美人之美、美美与共。习近平指出: “各种文明本没有冲突, 只是要有欣赏所有文明之美的眼睛。我们既要让本国文明充满勃勃生机, 又要为他国文明发展创造条件, 让世界文明百花园群芳竞艳。”哲学、科学、音乐、影视剧等都体现着文明之美, 在如今世界各地百花齐放的大环境下, 我们应当不仅为本国的文明发展奉献自己的一份力量, 而且怀着欣赏他国文明之美的心情来让人们更好地加深对彼此文化的交流与互鉴。我国也先后启动各级各类图书外译项目如国家社科基金中华学术

外译项目、经典中国国际出版工程和丝路书香重点工程等来为“美人之美、美美与共”提供一个更好的传播平台。

三是要坚持开放包容、互学互鉴。一种文明如果长期自我封闭，必将走向衰落。交流互鉴是文明的保鲜剂，习近平说，“交流互鉴是文明发展的本质要求，文明交流互鉴应该是对等的、平等的，应该是多元的、多向的，而不应该是强制的、强迫的，不应该是单一的、单向的。”文明发展需要不断地与他国文明进行交流才能更好发展，长期闭塞、不通往来会让文明逐渐衰落。而文明的交流互鉴需要以人为载体来从人文角度促近各国文明的合作往来。我们要以博大的胸怀和谦虚的态度来兼容并蓄地汲取他国文明的养分，让世界各地的文明在互相交流中共同进步。

四是要坚持与时俱进、创新发展。文明永续发展，既需要薪火相传、代代守护，更需要顺势应势、推陈出新。习近平指出：“任何一种文明都要与时偕行，不断吸纳时代精华。走入不同文明，发现别人的优长，启发自己的思维。”每一种文明都是在时代中不断传承与进步的，也只有与时俱进才能让文明之美持续散发魅力。人们的出境旅游就是促近文明交流互鉴的一个有力方式，能实地了解文化、欣赏风景、享受美食，从而发现不同文明之美，激发对自身文明的创造活力与激情。在创新中不断发展，来让文明之火延续在世界各地。

总之，文明互鉴论作为一种新的文明关系理论的实质和核心，就是要以更加广阔的全球视野与更加开放、包容的胸襟和心态，在与世界其他文明的交往、交流与互鉴中，吸收和借鉴其他文明的优秀成果，以创造出独具特色的文明新形态，在维护人类文明多样性的同时，为人们提供精神支撑和心灵慰藉，携手解决人类共同面临的各种挑战，进而为人类文明的发展与进步做出应有的贡献[3]。

3. 中国图书外译项目对国外出版社的要求

21世纪以来，国家和地方政府启动了各级各类外译项目，中国图书外译项目主要资助代表中国学术水准、体现中华文化精髓、反映中国学术前沿的学术精品。以及资助蕴含中国精神，彰显中国特色、展示中国发展途径，体现人类共同价值追求的外向型图书。要求图书以外文形式在国外权威出版机构出版，并进入国外主流发行传播渠道。旨在向世界展现真实、立体、全面的中国。致力于讲好中国故事，传播中国声音，为提高国家文化软实力和中华文化影响力，促进人类文明交流互鉴发挥积极作用，同时深化中外学术交流和对话，进一步扩大中国学术的国际影响力，提升国际学术话语权。

本文通过解读这些项目的申报书研究这些项目的出版要求以及对出版社的要求，最后根据各项目最新的申报书得到以下结果，可见表1。

从表1可知，中华学术外译项目对出版机构有着具体的限定，而经典中国国际出版工程与丝路书香出版工程对出版社的地域有着具体限定，上海市中华学术精品外译项目于云南省哲学社会科学学术外译项目仅要求为国外权威出版机构，其余项目未写明对出版社的要求。因此本文再着重研究中华学术外译项目指定的出版机构。

通过中华学术外译项目2010~2020年的申报通知书可知：2010~2014年间该项目也仅是要求权威出版社；2015~2016年要求国外出版机构应来自中华学术外译项目暂定的国外出版机构，两年使用的是同一份名录，涉及17个国家，93个出版社；2017~2020年间有正式的指定国外出版机构，涉及的国家与出版社每年略有不同，分布情况可见表2，图1，具体出版社情况可见附录。

2015~2016暂定的国外出版机构指导意义不强，不做过多阐释。由表2和图1可知，2017至2020年采用正式的指定出版机构后，项目指定国外出版社数量整体呈逐年递增趋势，且4年来，美国的出版社数量一直稳居第一，可见美国是中华学术外译项目的重要出版国，此外，英国、德国、俄罗斯、日本、法国、荷兰与印度也相对重要，其余国家对中华学术外译项目在海外的出版影响相对较低。

Table 1. Publication requirements and publishing house requirements of Chinese books translation projects
表 1. 中国图书外译项目出版要求及出版社要求

部门	项目名称	启动时间	项目出版要求	出版社要求	备注
国家 社科 办	中华学术外译项目	2010	以外文形式在国外权威出版机构出版并进入国外主流发行渠道	国外出版机构应来自中华学术外译项目国外出版机构指导目录	2020
	经典中国国际出版工程	2009	向非华语地区版权输出或非华语地区的出版单位合作出版	非华语地区主流出版机构	2020
	丝路书香出版工程	2014	向周边国家和“一带一路”沿线国家出版发行	周边国家和“一带一路”沿线国家出版机构	2020
	外国人写作中国计划	2016	一经立项,需在2年之内通过合作出版等	不限出版社	2019
中 宣 部	两个工程 中国图书对外推广计划	2006	中外出版机构以版权合作方式对外译介	不限出版社	2020
	中国文化著作翻译出版工程	2009			2018
	对外出版和展览项目	2017?	不详		
中国 作家 协会	中国当代作品翻译工程				2020
	中国当代少数民族文学作品对外翻译工程	2013	与国外出版社达成翻译合同后翻译出版	不限出版社	2019年并入中国当代作品翻译工程
地方 项目	上海市中华学术精品外译项目	2013	以外文或中文外文对照形式由国外权威出版机构单独出版或中外出版机构联合出版,并进入国外主流发行传播渠道	权威出版机构	2014年终止
	上海翻译出版促进计划	2015	出版物在世界范围内传播	不限出版机构	2020
	北京市提升出版业国际传播力奖励扶持项目库	2016	获得资助资金后两年内完成	不限出版机构	2020
	云南省哲学社会科学学术外译项目		国外权威出版机构出版并进入国外主流发行传播渠道	国外权威出版机构	2015

Table 2. The number of publishing houses designated by different countries for 2015~2020 Chinese Academic Translation Program

表 2. 2015~2020 中华学术外译项目不同国家指定出版社数量表

国家	年份	2015, 2016	2017	2018	2019	2020
	美国		25	18	20	19
英国		16	7	7	6	6
法国		3	2	2	6	7
德国		6	4	4	4	5
荷兰		4	3	3	4	4
意大利		1	1	1	1	1
俄罗斯		7	6	6	6	6
日本		16	4	4	4	4
韩国		4	2	2	2	3
新加坡		1	1	1	1	1

Continued

印度	3	2	2	2	3
越南	1	1	1	1	2
西班牙	2	1	1	1	1
黎巴嫩	1	1	1	2	2
墨西哥	1	1	1	1	1
土耳其	1	0	0	0	1
古巴	1	0	0	0	0
埃及	0	0	0	1	1
总计	93	54	56	61	66

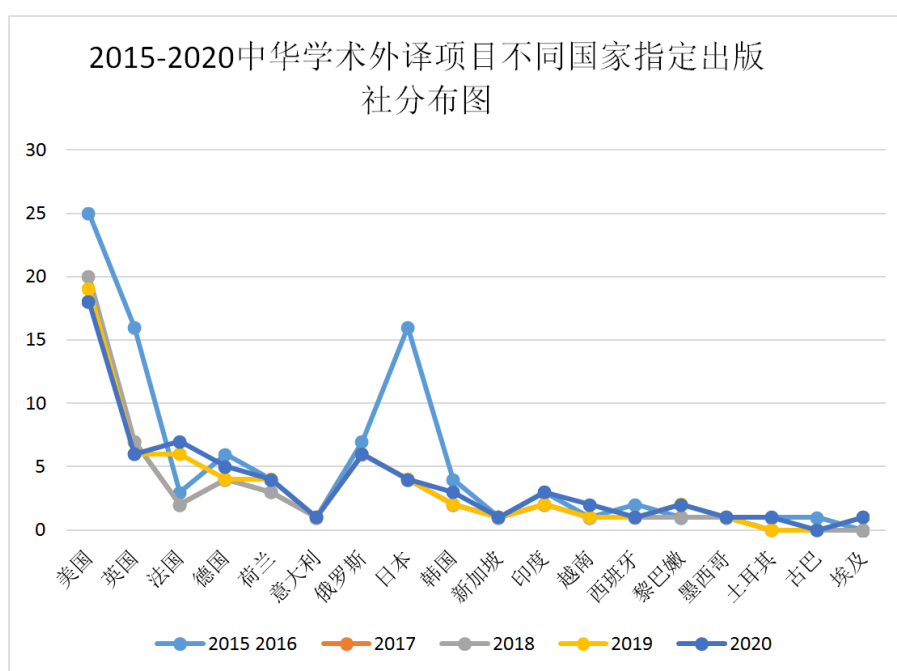


Figure 1. Distribution map of designated publishing houses in different countries for the 2015~2020 Chinese Academic Translation Program

图 1. 2015~2020 中华学术外译项目不同国家指定出版社分布图

4. 国外出版社在中国图书外译过程中的贡献

毫无疑问，国外出版社在中国图书“走出去”的进程中发挥了重要的作用。但是，学界在这一领域的研究却不多，我们在 CNKI 上输入主题“图书外译”，找到 18 篇 CSSCI 检索论文，内容涉及外译策略[4] [5] [6]、图书外译传播路径[7]-[13]、外译评价与分析[14] [15] [16] [17]、外译出版[18] [19] [20] [21]。外译项目关乎我国的国家软实力，全球语境下是否拥有话语权，国际地位及国际形象，和文化安全及文化发展。

外译策略可从译介、精细与传播三个方面来解释。首先，要选取有影响力的译介方式及机构。其次，要在中国图书“走出去”的每一个环节做到精密细致，严格要求，比如文章命名、出版单位及译者的选择、图书主题及内容的选择、翻译原著的选择等。最后，在传播过程中要求真务实、着重细节，借助不

同的驻外机构进行实地调研,找到外译图书输出对象对图书的实际需求;并根据不同地区人们对外译图书的需求,因地制宜,分类策划,来提高当地人民的满意度与认可度;也要注重提高内容的质量,提高对译者的翻译能力、对文化的感悟能力等方面的标准;同时,回顾我国历史上图书对外传播的案例,探索规律积累经验,为今天的中国图书“走出去”打下良好的基础[5]。并且,从外文社的英译四大名著这个经典案例可以发现,中外译者的合作翻译是一种优化方案。中外合作翻译可以实现中国文学出版走进西方读者这一目标,来更好地提高译介效果、减少外译的阻碍。合作翻译不仅要考虑双方的文学修养,而且最好契合合作翻译的应用模型,这不仅有利于中国文学图书的对外传播,并且译者也能在合作过程中提高水平、积累经验[4]。

图书外译传播是公共外交中一种能够影响民众看法与形势舆论的方式。以美国富兰克林图书项目为例,其图书外译传播的公共外交实践包括行动纲领、运作机制和翻译策略这三个方面。当然,不同于美国使用图书外译传播来开展对目的国际的文化侵略与渗透,企图说服当地民众接受其文化内涵和价值观念,我国一直以图书为载体,向世界传播中国故事及中国形象,其中可以借鉴的经验包括实施“垂直化”和“网络化”并存的二元外交模式。而提升传播效果可以从典籍数字化、多语言媒介传播和多种形式跨媒介传播这三个方面入手[12]。基于语料库技术的典籍数字化和互动型传播通过“语料库”来降低受众获取信息的经济成本和时间成本,有利于传播效率的提高;采用多语言版本和多学科交叉可以扩大传播范围、满足受众需求并增加受众可能的受益;多种形式跨媒介传播可以加强传播效果,比如语言上的跨媒介如汉语到外语、技术上的跨媒介如书本到电子版本以及电影、音乐等不同方式[9]。

综上,尽管学者对外译策略和传播路径做了深入研究,但几乎没有探讨国外出版社对中国图书“走出去”的研究文献。鉴于此领域研究的重要性,本文从文明互鉴论,探讨国外出版社对中国图书外译的贡献。国外出版社在促进中国图书“走出去”,促进文明互鉴起到了至关重要的作用。具体包括三点:

其一,创造了“美人之美、美美与共”的社会效应。社会效应指在我们日常生活中比较常见的现象与规律,是某一个人或事物的行为或作用,引起其他人物或事情产生相应变化的因果反应或连锁反应。国外出版社出版发行中国外译图书,彰显出各国人民对文明差异性的尊重与认同,会产生积极的社会效应。习近平指出:文明互鉴要坚持美人之美、美美与共。每一种文明都是美的结晶,都彰显着创造之美。一切美好的事物都是相通的。人们对美好事物的向往,是任何力量都无法阻挡的!各种文明本没有冲突,只是要有欣赏所有文明之美的眼睛。我们既要让本国文明充满勃勃生机,又要为外国文明发展创造条件,让世界文明百花园群芳竞艳。

国外出版社具有国际化的运营经验和能力,在图书销售上宣传和发行上有得天独厚的优势。如企鹅出版社、兰登书屋等都是大型的图书出版和发行企业,接收来自世界各地的图书,国际化的出版发行人才众多,具有成熟的海外市场分销模式,经验丰富,渠道通畅,市场运营能力很强。出版社发行中国外译图,提升了中国外译图书在海外的影响力,能产生比较好的社会效应。

其二,赢得了“相互尊重、平等相待”的经济效益。经济效益,是通过商品和劳动的对外交换所取得的社会劳动节约,即以尽量少的劳动耗费取得尽量多的经营成果,或者以同等的劳动耗费取得更多的经营成果。所谓经济效益好,就是资金占用少,成本支出少,有用成果多。在国外出版中国外译图书,正是秉承资源占用少,成本支出少的原则。国内出版社对海外图书市场及其环境相对陌生,没有稳定的销售市场,发行渠道,不能有效地推广宣传中国图书。国外出版社具有较高的本地读者的认可度,就如同我们在选择图书时会倾向于优先选择国内出版社出版的图书一样,考虑到知名度和影响力等因素,海外读者会更倾向于选择自己比较熟悉的本土出版社。因此,由国外出版社来承担出版和发行工作,在推介中国图书的过程中也收获了经济效益。

其三,呈现了“与时俱进、创新发展”的文化传播力。习近平强调,中国愿同各国开展亚洲文化遗

产保护行动,为更好传承文明提供必要支撑。中华文明是亚洲文明的重要组成部分。当前,世界多极化、经济全球化、文化多样化、社会信息化深入发展,人类社会充满希望。文化传播的视角来看,国外出版社在外译图书方面起到了促进了文明互鉴中的“与时俱进、创新发展”的作用。国外出版社与国内学术界的密切合作,能够做到及时且准确地将现阶段具有时代代表性的高质量内容传播出去,搭建世界范围内不同文明互相交流与沟通的桥梁。

对国外读者而言,中国外译图书是了解中国精神,中国理念、中国方案的主要渠道之一,在国外出版社出版中国外译图书,对传播中国文化有积极作用。人类只有肤色语言之别,文明只有姹紫嫣红之别,但绝无高低优劣之分。我们应该秉持平等和尊重,摒弃傲慢和偏见,加深对自身文明和其他文明差异性的认知,推动不同文明交流对话、和谐共生。“开放包容,互学互鉴”也带动了国外出版社的经济效益。在开放包容的思想下,国外出版社坚持以宽广的胸怀,在不同文明之间相互借鉴,取长补短,推动人类文明共同进步。

5. 结语

国外出版社在中国图书外译过程中的积极作用是举足轻重的。我们应该充分利用这个渠道积极推介中国外译图书。事实上,一本图书成功地“走出去”,除了作品本身之外,还需要有国内编辑的慧眼识珠、版权经理人的大力协助、译者对作品的精彩再现、国外编辑的认可、营销渠道的推广以及全方位的资金支持等。据此,我们提出如下几点建议:

首先,推介代表中国文化和中国学术精髓的图书进行外译,给世界读者呈现一个全新而立体的中国形象。其次,确保翻译质量,译文能符合译入语读者的阅读习惯和思维习惯,从而保证中国图书得到更多读者的喜爱。最后,加大国内外出版社的联动机制,共同承担外译图书的宣传发行工作,保证外译图书在主流渠道发现和销售。

基金项目

2020年大学生创业训练类项目“花梨孔苑坊创业团队”(编号X20365)的阶段性成果;2020年大学生创新训练类项目“21世纪中国图书外译的国家实践”(编号X20300)的阶段性成果;2018年华东理工大学特色人文社会科学学科建设“中华学术外译团队建设项目”(编号ZP1823105)。

参考文献

- [1] 习近平. 习近平谈治国理政[M]. 北京: 外文出版社, 2014.
- [2] 习近平. 深化文明交流互鉴 共建亚洲命运共同体[M]. 北京: 人民出版社, 2019.
- [3] 余卫国. “文明互鉴论”的科学内涵、理论价值和实践意义[J]. 宁夏社会科学, 2017(6): 11-16.
- [4] 史凯, 吕竞男. 文学出版走向世界: 谁来译?——谈中国文学图书翻译的译者主体[J]. 中国出版, 2013(16): 57-60.
- [5] 张淑卿. 中国图书“走出去”: 译介、精细与传播[J]. 学术交流, 2013(12): 211-215.
- [6] 仲伟合, 左岩. 岭南文化精品外译[J]. 学术研究, 2015(4): 154-156+158.
- [7] 贾洪伟. 中华文化典籍外译的推进路径研究[J]. 外语学刊, 2017(4): 110-114.
- [8] 金艳. 1947年版《太极拳》英文本考论[J]. 成都体育学院学报, 2019, 45(6): 74-81.
- [9] 林广云, 王贇, 邵小森. 中国科技典籍译本海外传播情况调研及传播路径构建[J]. 湖北社会科学, 2020(2): 150-161.
- [10] 单宝枝. 中医药图书“走出去”的难点思考[J]. 科技与出版, 2008(9): 19-20.
- [11] 滕梅, 赵瑞芳. 传播好中国声音——从歌德学院谈对外文化机构的图书外译[J]. 上海翻译, 2016(6): 7-12+93.
- [12] 吴贇. 图书外译传播的公共外交实践研究——美国富兰克林图书项目的解析与启示[J]. 外语教学与研究, 2020,

52(4): 594-606+641.

- [13] 闫俊, Pak Soon-Yong. “汉典入韩”的古今译介及当代启示[J]. 出版发行研究, 2020(11): 95-102.
- [14] 黄新炎, 吴迪. 中国优秀典籍外译的传播与思考——以上海外语教育出版社汉英对照版四大名著为例[J]. 出版广角, 2018(21): 64-66.
- [15] 王伟, 杨建林. 人文社会科学外译图书评价指标体系研究[J]. 图书情报工作, 2019, 63(4): 61-69.
- [16] 王伟. 中华学术外译项目成果(2010-2016)引用分析[J]. 情报资料工作, 2019, 40(5): 13-16.
- [17] 姚莉, 陈祖琴. 《国家哲学社会科学成果文库》影响力评价体系研究[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2016, 37(6): 232-236.
- [18] 姜海英. 跨文化传播视域下中文图书外译刍议[J]. 出版广角, 2020(5): 89-91.
- [19] 曲建君, 葛吉艳. 从人文社会科学图书海外传播看中国对外话语体系构建[J]. 出版发行研究, 2020(12): 69-74.
- [20] 赵雅茹. 试论外译出版工作中的工匠精神——以《中国历代政治得失》的英译为例[J]. 中国编辑, 2017(6): 31-34.
- [21] 周粟. 国家社科资助类项目对于学术出版的影响研究——以国家社科基金后期资助项目为例[J]. 编辑之友, 2020(10): 44-50.