

# 互联网语境下的典籍外译探析

张慧玲

北京大学外国语学院

**内容摘要** 互联网大众翻译从译者主体、翻译对象、翻译方式和手段及译本的传播方式等方面“改写”了传统的翻译概念，为典籍翻译提供了崭新的视角。互联网语境下的典籍翻译“集众智汇共识”，为译者和读者提供了直接互动的平台，在提高受众意识、避免意识形态的干扰等方面为典籍翻译摆脱目前的困境提供了新的发展思路。当然也应看到，互联网时代中国典籍翻译的经典内核不能丢，如何与时俱进、创新而不失传统是摆在每一位典籍外译参与者面前的课题。

**关键词** 典籍翻译 中国文化“走出去” 互联网语境

**Abstract:** *The mass translation model on-line has rewritten the traditional concept of translation from the aspects of the translator, the translation object, the translation method and means, and the distribution of versions. It provides a new perspective for the translation of Chinese classics. In the context of the Internet classics translation can converge mass wisdom and consensus, providing a platform for the translator and the reader to interact directly, and a new development idea to increase audience awareness and avoid ideological interference. Of course, we should also see that at Internet era the kernel of the classics' translation cannot be lost, how to keep pace with the times, get innovation and do not lose our tradition is a topic presented to every Chinese classic translator.*

**Key Words:** *Chinese classics' translation Introducing Chinese Culture to the World context of Internet.*

中国文化经典的外译是中国文化进入西方视野，让西方文化了解中国文化这一“他者”的重要途径，其重要性不言而喻。自明末清初以来，西方译者译介中国文化典籍已有400多年的历史，中国学者自觉向西方翻译中国典籍也已有100多年的历史。近年来，我国政府大力提倡中国文化走出去的战略策略，典籍外译作为中国文化走出去的重要组成部分，得到了快速的发展，有越来越多的中国文化典籍被译介成其他语言，对典籍外译的研究也越来越深入。然而这些研究多是对译本、译者、翻译策略等具体现象的研究，对于典籍外译所处的大环境——互联网语境则关注不多。互联网大众翻译的出现“改写”了传统翻译行业的诸多要素，本文试图从这一点出发，分析互联网语境为典籍外译带来的新视野和新思路，及其可能面临的一些问题并提出建议。

## 1. 典籍外译的发展历程及困境

传教士是中国典籍外译的最初主导力量，其主要目的在于“真切把握中国人的思想”，以便在传播教义时能够做到有的放矢，他们的翻译活动“大多是在分散和无序状态下进行的，同时代人之间很少彼此通气，不同时代的人之间也少有承袭关系，因而不但多有重复，而且译文质量因译者水平高下有别而参差不齐”，甚至很多译文停留在手稿状态，只有少数能够在欧洲刊印出版。（许明龙，1999：124页）在具体翻译上，一方面中西文化的最初碰撞下，传教士们对中国文化尚未能深入了解，加上语言水平的制约，再者中国古代典籍文字艰深，而且各种注疏彼此间存在差别，各种原因都造成了翻译的困难与障碍。另一方面，传教士们的主要目的是在中国传播西方教义，因此在翻译过程中，“或是有意对原文作有利于自己的诠释，或是在译文中塞入一些原作所没有的东西，使得译文不能准确地传达原文的思想和精神，导致当时的西译中国典籍存在着许多缺陷”。（许明龙，1999：125）

近代百年中国落后挨打，中国的知识分子为求救国与强国而不断学习西方文化，翻译了大量的西方文、史、哲、政、经、法、数理化等书，也有知识分子抱着使西方了解中国文化的精髓、提高中国国际地位的目的而将中国典籍外译，如辜鸿铭、苏曼殊、林语堂等，然而当时中西方文化地位悬殊，处于弱势地位的中国文化在译介过程中难免受到西方强势文化的意识形态和价值观等影响，译者们在翻译典籍时其文化意图和翻译实践中的价值取向也往往难以保持一致，甚至背道而驰。以清末民初的著名学者辜鸿铭为例。作为儒家思想为核心的中国传统文化的道者，他在翻译《论语》时，目的是“希望用他对中西两种文化的了解，站在中国文化的立场，批判西方资本主义文明所体现出的肤浅和自大，从而捍卫中国文化，拯救中国于危难”。（钟明国，2010：37）然而，在具体的翻译实践中，他却为了消除英语读者的陌生感和怪异感尽可能地除去了原著中的专有名词如孔子的学生的名字和中国地名等，还把颜回比作耶稣的门徒圣约翰，把子路比作圣彼得，把周武王比作所罗门王等，把齐国和鲁国比作英法等，难免令人有面目全非之感。

近现代国外专业汉学家们构成了中国典籍外译的另一大中坚力量，“当今西方学术界流行的关于中国典籍的译本绝大多数是由汉学家这个群体翻译的”，（张西平，2015：53）他们在语言上具有“译入”的天然优势，然而西方汉学家对中国典籍的翻译是将其作为西方汉学的一部分来看待的，其研究目的大于翻译目的，因此往往有“丰厚翻译”（thick translation）之嫌，影响了译文的阅读流畅性，传播范围也较为有限。

新中国成立后，出于新中国外交和对外文化交流的需要，政府成立了专门的机构和对外出版工程来从事中国典籍的外译工作，然而这些翻译着眼于外宣，在书目选择上有较大限制，其出版发行面也较窄，很多典籍译本根本无法进入国际受众市场，只能在国内外语学习者之间传播，自说自话、自娱自乐，达不到走出去的文化战略目标，另一方面因

带有比较强烈的意识形态成分，官方味较浓，往往只是单方面地从自己的角度去宣传，而很少考虑国外受众的感受，使国外读者从一开始就对典籍译本带有偏见，降低了读者对翻译典籍接受度，最终是输出了文本但并未输出影响力。

改革开放以来，随着中国经济的快速崛起，国内对于中国文化“走出去”的呼声愈来愈高，国外也越来越多的聚焦中国，渴望了解中国文化，中国文化典籍的翻译在国内外也迎来了另一个小高潮。然而利益驱动的翻译质量不一，部分译者外语能力和水平有限，达不到翻译典籍的要求，或者对中华优秀传统文化思想了解有限，未能准确传达中华文化的内涵。而国家推动的大规模翻译工程，如1995年开始的《大中华文库》工程首次系统全面地向世界推出外文版中国文化典籍，在中华文化典籍翻译史上具有里程碑式的意义，亦为中外交流史上的盛事。但此类工程规模浩大，耗时耗力，从翻译项目的确立到最终出版发行，往往耗费数年乃至数十年时光。

总之，中国典籍外译虽有较长发展历史，却面临着各种各样的问题：西方译者受西方价值观的影响，难免以西方的价值观去解读和翻译中国文化，不能准确还原中国文化的全貌；中国译者或受时代局限，或受意识形态影响，“墙里开花墙外香”的目的也远未达到。

## 2. 互联网大众翻译对翻译行业的“改写”

21世纪是互联网的时代，互联网改变了人们的生活方式，对许多传统行业带来了冲击，却也为某些行业注入了新的活力，比如翻译这一延续了几千年的古老行业。互联网打破了时间与空间的限制，拉近了各个国家、民族以及人与人之间的距离，而大量信息的跨文化传递必然产生大量的翻译需求——从这个意义上来说，信息时代也是翻译的时代。互联网的出现推动了翻译的发展，使其由原本少数人进行的一个职业变成了一个人人皆可参与的群体性行为，也为典籍外译带来了新视野和新思路。可以说，互联网大众翻译“改写”了传统翻译行业的诸多要素。

### 2.1 非职业化的译者群体

传统的译者主要是由学习外语专业或是从事其他专业但外语水平较好的人组成。而互联网翻译社区的译者绝大多数并非职业译者，而是对外语和翻译感兴趣的网民。他们并不是为了经济利益而从事翻译活动，而是出于个人的兴趣，他们也不一定是语言专业的，也可能是来自其他专业。对于他们来说，网络翻译社区为他们提供了互相交流的平台，他们在这里能找到志同道合的朋友，展示自己的外语能力和技巧，提高自己的语言水平，分享自己喜欢的文章和信息，志愿的翻译能让他们获得社会认可度，满足他们自我实现价值的需求，而且他们大多接受过高等教育，或者是在校的高校学生，能够在互联网环境下工作，群体素质比较高。

## 2.2 读者和译者之间的身份差别模糊化

Web2.0时代的特点之一是用户生产内容（user-generated content），即网络用户出于分享的心态，积极主动地参与网页内容的制作和发布，翻译活动的发起人也因此由传统的出版商转变成在网络社区提交内容的网络用户。用户一方面可以提交自己感兴趣的文章，发出翻译请求，另一方面也可以在网络上选取自己感兴趣的文章进行翻译，或者对其他译文进行补充或修改。如此以来，译者和读者之间的界线被模糊化，用户可以兼具译者和读者双重身份。“而在Web2.0时代之前，网页内容都是由特定的组织如政府、公司或团体针对某些特定的目标人群生产和发布，其内容相对稳定，若有需要，软件本地化服务企业会使用标准的工作流程将它们翻译成多国文字。”（陆艳，2014：6）

## 2.3 翻译的主流对象发生了变化

传统的翻译对象主要有典籍、文学作品、科技文章等文本，而今在全球化背景下，各种商贸合同和信函、政府和国际组织文件、国际会议等成为职业译者的主要服务对象，另外，翻译的文本也不再局限于传统的文字，而是包含了各种符号、表格、图片、音频和视频等多种形式的超文本，无怪乎有专家提出应该把翻译“作为一种跨语言、跨文化的图像阐释”来进行讨论。（王宁，2015:12）

## 2.4 翻译的手段和方式发生了变化

传统翻译主要是译者或项目组在个人的语言和文化素养的基础上，依靠工具书进行翻译，而互联网时代则出现了网络翻译社区，网络用户之间可以利用网络平台互相讨论、彼此协作完成翻译任务；后来又出现了以规模化协作和开放式的工作流程为主要特点的众包翻译模式。翻译由个人的精雕细琢、单独作战变成了规模化的、开放式的群体协作，极大地提高了翻译的效率。另一方面，机器翻译取得了重大进展，各种翻译软件如雨后春笋般涌现，为译者提供了更为便捷的查询方式。

## 2.5 译本的传播方式和阅读方式发生了变化

阿根廷著名作家胡里奥·科塔萨尔（Julio Cortázar）有一部小说《跳房子》（Rayuela），它不像传统小说那样按照线性结构安排故事情节，而是打乱了时间、空间的界限，采取跳跃的方式进行叙述，让读者自行安排阅读顺序，让传统的消极被动地接受和追随故事情节的读者角色转而成为积极的故事创造者。当这部小说问世时，其独特的小说叙事结构在世界文学界引起了强烈反响。而在互联网上，当传统的纸质文本变成了超文本信息，必然要求我们采取适合网络环境的手段来处理、转换、存储和传递这些信息，从而也改变了译本的传播方式和阅读方式。传统译本是通过纸质印刷传播到读者手中，大数据时代的译本则除了纸质印刷之外，还可以以电子数据的方式在互联网上传播，更为迅速高效。传统的纸质印刷作品的阅读大多是从头至尾的顺序、直线式阅

读，而电子书籍的阅读则可以随心所欲地进行相关文本或词汇之间的跳跃，进行横向的、碎片式的阅读。

同传统的翻译方式相比，互联网翻译从目标的选择到翻译的过程和最后的翻译作品的完成和传播，都有了很大的变革。翻译不再是特定的人对特定作品的翻译，而是具有了互联网开放性的特征，从作品到翻译到编辑都成为一个开放的、不固定、群体协作的过程。

### 3. 互联网语境下典籍翻译的新视角

#### 3.1 集众智汇共识

群体协作和开放式翻译提高了翻译的效率和质量。一方面，由于互联网翻译社区译者群体的开放性，国内外译者，无论是教士、汉学家、语言学专家还是普通双语者，皆可参与，对译文提出自己的看法和建议，多元化译者群体共同脑力激荡下的译文使典籍的解读更加符合时代的要求，中西译者的合作也使“译入”更好还是“译出”更好不再成为二元对立的论题，中文专家的解读有助于加深西文译者对典籍原文的理解，减少误译和错译，西文译者对中文译者译文的润色使译文不再佶屈聱牙，翻译腔严重，增加了译文的流畅性和可读性，有助于译文读者更好地跨越阅读典籍翻译时可能会面临的文化障碍。

#### 3.2 “即读即问”带来“边译边改”

互联网为典籍读者和译者之间提供了直接交流的互动平台。传统的典籍翻译过程中，译者虽然也会考虑读者对他者文化的接受水平并为此制定相应的翻译策略和翻译技巧，但是这种考虑只是译者的一种预设，实际上译者并没有机会真正倾听到读者对译本的期望和需求，但在互联网环境下，译者和读者之间可直接交流和互动，译者可以得到读者的迅速反馈，从而针对读者的具体情况提供更有针对性的译文。典籍译者和译文的受众意识得到了提高，翻译的质量必然也会提高。

#### 3.3 翻译流程快捷高效

传统的典籍翻译因受众面小，多需要政府资金和宣传支持，因此其模式多是政府着眼外宣建立项目或学者着眼学术申请项目，须经层层申请和审批手续，从翻译活动的申请到项目的批准，寻找合适的译者，再到最后的付梓出版，需要大量的时间，难以适应信息更新极快甚至要求即时翻译服务的互联网时代。互联网上的典籍翻译则打破了时间和空间的限制，为典籍翻译的需求者和提供者搭建了一个直接交流的平台，翻译发起者和译者可以直接进行双向选择，最后的服务成果也可以在线提交，从而大大简化了服务环节。

#### 3.4 “去中心化”的互联网翻译很大程度上消弭了意识形态的干扰

翻译从来不是象牙塔里的纯文字游戏。相反，现当代翻译理论的论证中心之一就是意识形态对翻译的改写。韦努蒂认为，强势文化在向弱

势文化输出的过程中，往往采取异化的策略翻译，以促使本民族文化的外介，扩大本族文化的影响，传播本民族的语言和价值观，而在将弱势文化输入到本文化中时却往往采取归化的策略，对弱势文化的民族特性和文化价值观进行改写甚至直接抹杀。“在前互联网时代，翻译的权力主要掌握在特定的机构或是译员的手里。译者虽然拥有对原文的翻译权，但是其翻译风格，以及对原文的甄选也要受到意识形态、审核制度、消费市场等方面的约束。这种约束呈现着自上而下的链状特征。虽然译者也可以发挥主观能动性，对诸种限制予以巧妙规避，真是进行自下而上的反抗，其权力关系依然是链状的。”但是在Web2.0时代，网络用户拥有了信息制作和发布权，从翻译的发起者到翻译的内容以及翻译的流程都发生了深刻的变革，互联网的这一“去中心化”特点大大降低了意识形态对译者的制约作用，也降低了受众对典籍的主导政府的抗拒心理。

### 3.5 互联网典籍译本成果超越了时空的限制

翻译不可能有定本。典籍更是随着时代的发展而不断被重新“发现”与阐释，才能接近文本传递的信息。新的翻译可以带来新的阅读和新的可能。但是传统的翻译总是在特定的历史文化环境下发生，必然带上了时代的特征，也正是缘于此，典籍才会一遍又一遍地被复译。另一方面，无论译者和审校再如何仔细认真，译本中也往往会出现这样那样的问题，或者存在误译和错译，或是存在印刷错误，而传统的纸质译本一旦付梓，就失去了修改的机会，所发现的问题只能在下次出版中进行修改。互联网典籍翻译则超越了时代的限制，给了译者可以随时修改和完善的机会，使译本可以永远处于自我更新中。

### 3.6 互联网为典籍外译提供了更多的传播形式和平台

从最初的口头信息的传译，即口译，到后来随着文字的出现而出现的书面语言的翻译，到现今Web2.0时代以数据形式出现的电子信息的传译，翻译对信息的传递经历了三种形式。每一次信息传递形式的变革既是技术进步的结果，也推动了社会文化的巨大进步。互联网时代为典籍译本的传播提供了更加多样化的传播方式和传播平台，除了传统的文本形式，也可以采取图像、音频、视频等各种媒介方式，以便更生动、更多样化地传播中国文化典籍。

## 4. 互联网语境下典籍外译中的问题和建议

互联网给翻译行业带来的改变也为典籍外译提供了新的发展机遇。当然，应清醒地看到，技术的创新并未改变典籍外译作为翻译分支的重要表征问题——“译什么、谁来译、怎么译、给谁看”，这些都是做好典籍外译工作的关键要素。而且互联网语境还给典籍外译的这些要素带来了一些新的问题。

从翻译对象看，需要解决好典籍的经典性与时代性的融合。典籍外译对象必须具备经典型和传承性，对内而言，典籍是中国文化身份的象

征，蕴含着中华民族数千年的文化精髓，对外而言，典籍外译还具有宣示中华文明和价值观的积极作用。但互联网时代求新、求快、求变的特征冲淡了典籍的经典性和传承性，典籍逐渐被淹没于快消费的文化潮流中，如何把握时代脉搏、选择好典籍关系到典籍外译的源头问题。

从译者主体看，需要关注翻译机构和人才的培育与整合。互联网语境下的典籍翻译平台因“官民并举”而获得了新的发展空间。但典籍外译有其特殊性，若无政府和学术机构资金支持，并无盈利性可言。单凭网络公司和网络平台抑或是译者和读者的兴趣与热情，不足以把众多资源集聚到典籍翻译的事业中来。

从翻译效果看，需要规范流程和评估等环节以把控典籍外译的质量。技术创新解放了译者的生产力和想象力，但典籍外译的质量并不会随之自动提高。互联网语境下翻译形式的创新反而对流程和评估提出了更高的要求。Web2.0时代的特点之一是用户生成内容，这使得内容生产者的数量急剧增加，也导致了内容质量的参差不齐，因而大众翻译的质量也难免菁芜并存。

从翻译目的看，互联网大众翻译缺乏明确的目的性。互联网大众翻译仍旧是基于原文的翻译行为，但是翻译过程中并没有明确的协商和执行的步骤，也没有明确的目的和结果。对于译者群来说，翻译的目的可以五花八门，可以是展示自己的翻译技巧，可以宣扬某种价值观，可以批评某种价值观。译者群的目的只能笼统的归结为完成跨文化交流行为。

从受众层面看，互联网给典籍外译的成果转化提供了新平台，但如何扩大受众面、更好地发挥典籍外译的社会效应仍是一项重大课题。微观层面而言，单语种小范围译作并流转，本国读者不认、外国读者不识；宏观层面而言，典籍外译的立项和运作方式仍比较传统，不考虑市场因素，政府宣传部门或学术机构予以资金支持，最后仅供留取资料 and 作为宣传品分发，投入和产出比不高。

鉴于上述问题，笔者对推进和改善互联网语境下典籍翻译提出以下几点建议：首先，以适当方式对典籍外译机构和人才予以资金和技术支持。互联网正在形成一个新的产业，以众包翻译为代表的互联网大众翻译正处于欣欣向荣的状态，对于大量的民营众包翻译企业来说，这是机遇也是挑战。相关机构可通过提供翻译基金、完善翻译人才库等机制培育和鼓励民间和网络翻译机构，为其解决难以兼顾公益性与盈利性的矛盾，促进互联网语境下典籍外译的可持续发展。

其次，想办法做好典籍外译成果的转化。面对互联网文化多元需求和快速消费的特点，建立典籍外译成果转化“旋转门”，如将成果精品从电子文本到印刷文本留存的转化、小众典籍外译到大众共享的转化、单语种典籍外译到多语种典籍外译互鉴等。

最后，充分发挥互联网平台的外宣作用。约瑟夫·奈（Joseph Nye）曾指出，一个国家如果拥有最多的传播渠道，其对问题的解释便会拥有更大的影响力，这也是国家软实力的一个方面。（约瑟夫·奈，2005：153）互联网的普及和信息时代技术的进步为中国文化“走出去”提供了难得的机遇。用足用好互联网平台可极大地增强中国典籍外译的辐射面和影响力。中国中央电视台和新华社等官方媒体都在推特、Facebook等开通了账号，尝试以更为有效的方式利用好网络这个当今社会最具广泛性、最为有影响力的传播平台；文化部中外文化交流中心运营的中国文化译研网也是一个积极尝试。

## 5. 结语

互联网是跨世纪的创新，给众多行业发展带来了颠覆性的改变。互联网语境下的大众翻译表现出诸多新方式、新渠道和新特点，但技术的创新并未改变翻译的基本要素——“译什么、谁来译、怎么译、给谁看”。典籍外译既是翻译行业的重要组成部分，也肩负着中国文化“走出去”的历史使命。中国典籍外译长期曲折的发展历程折射出了中外文化话语权的不均衡，也反映了中国典籍外译自身的不足和局限。互联网语境下，中国典籍翻译迎来了新变化和新发展。“积力所举，则无不胜；众智所为，则无不成”，互联网上聚集了大量的资源和人才，使有界的传统典籍外译变成无界的开放式协作平台，让广大有志于典籍翻译的人才大展身手。当然也应看到，互联网时代中国典籍翻译的经典内核不能丢，如何与时俱进、创新而不失传统是摆在每一位典籍外译参与者面前的课题。

## 参考文献

- [1] 许明龙. 欧洲18世纪“中国热”[M]. 太原：山西教育出版社，1999.
- [2] 钟国明. 典籍翻译中译者文化意图与译作文化取向的差异——以辜鸿铭《论语》英译为例[J]. 重庆电子工程职业学院学报，2010，（4）：37-39.
- [3] 张西平. 关于西方汉学家中国典籍翻译的几点认识[J]. 对外传播，2015，（11）：53-55.
- [4] 陆艳. 网络众包翻译模式研究[M]. 广州：世界图书出版公司，2014.
- [5] 王宁. 重新界定翻译：跨学科和视觉文化的视角[J]. 中国翻译，2015，（3）：12-13.
- [6] 约瑟夫·奈. 软权力与硬权力[M]. 北京：北京大学出版社，2005.





