

浅析中国武侠小说在海外西方国家传播的现状、原因及其出路

——以金庸小说的英译本为例

教育学部 特殊教育 刘畅 201511010155

【摘要】中国武侠小说是中国宝贵的文化财富，多年来深受中国人的喜爱。武侠小说的海外推广有利于展现中华民族的文化自信。但是现实是中国武侠小说的英译本面临着数量少、涉及作家范围小、质量低、竞争力弱、销量差等问题。本文以金庸小说的英译本为例，浅析中国武侠小说在海外西方国家传播的现状及其原因，并尝试提出中国武侠小说向海外传播的出路。

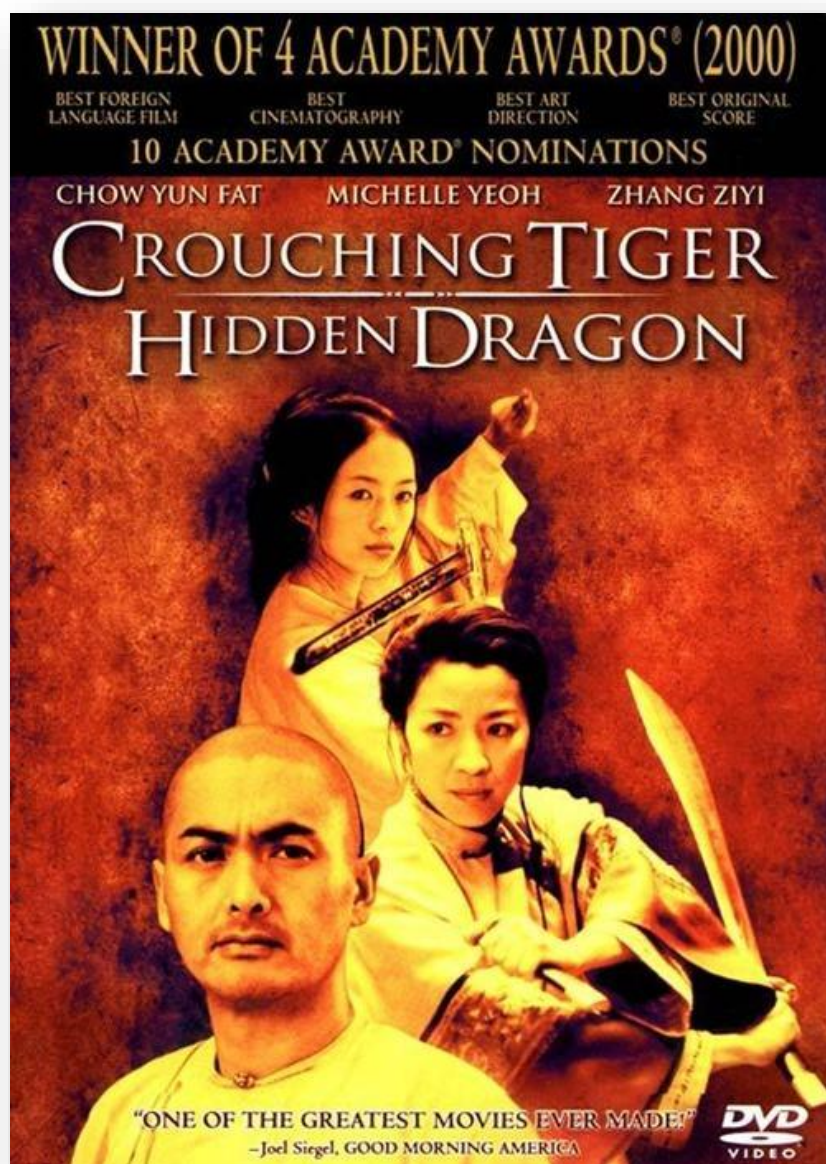
【关键词】中国武侠小说；现状

【英文摘要】 Chinese chivalry novel is one of the greatest cultural treasures of Chinese civilization, which has been deeply loved by Chinese people for many years. The overseas promotion of Chinese chivalry novel will be beneficial to show the cultural confidence of Chinese nation. The reality is that the English version of Chinese chivalry novels are now facing problems of small quantity, few Chinese writers involved, low quality, weak competitiveness, and poor sales. This article takes the Chinese chivalry novel of Jim Yong Kim as an example, analyzing the current situations of Chinese chivalry novels' spreading in western countries and the cause of it, as well as giving some advice on how to promote the spreading of Chinese chivalry novel in western countries.

一、前言

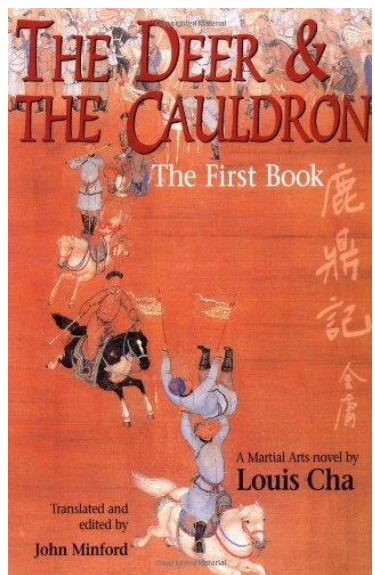
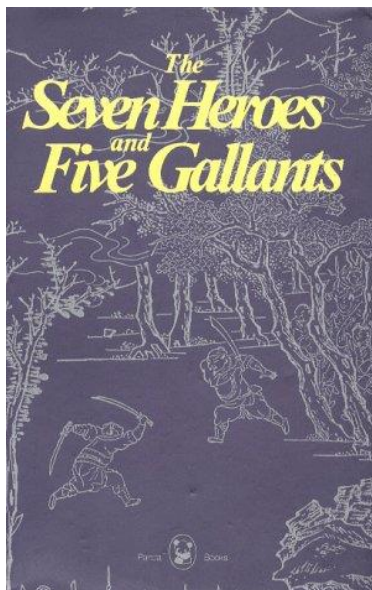
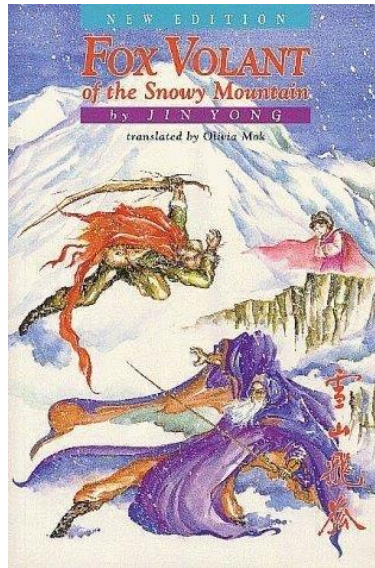
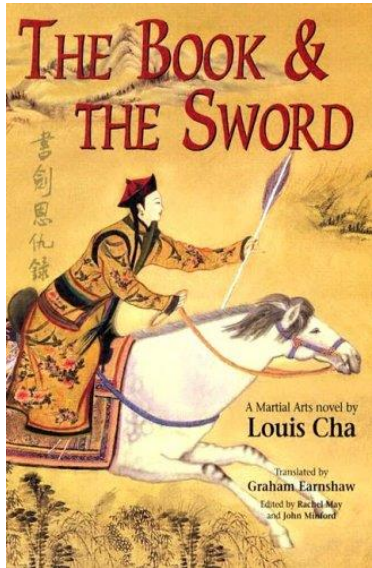
中国武侠文化历史源远流长，不仅对中国人有深刻的影响，而且也逐渐以电影的方式走向海外。从李小龙开始，中国功夫风靡全球，正因如此，Kungfu 一词也被收入英文字典。《卧虎藏龙》、《赤壁》、《英雄》等中国武侠电影创造了全球

票房神话。但是武侠电影的追求越来越趋向于好莱坞式的大片：过分追求华丽的武打动作、铺天盖地的特效以营造的视觉快感，这与中国武侠文化的内涵相背离，容易让海外观众对中国武侠文化产生误解。为了更好的弘扬中国武侠文化的真正内涵，让中国武侠文化真的能走出世界，对中国武侠小说的英译就显得格外重要。



但事实上，由于东西方语言及文化的巨大差异，截至目前只有六本武侠小说被译成英文并正式出版，根据时间顺序分别是《雪山飞狐》(Flying Fox of Snow Mountain, 1972; Fox Volant of the Snowy Mountain, 1994) ; 《柳湖侠隐》(Blades from the Willows, 1991) ; 《三侠五义》(The Seven Heroes and

Five Gallants, 1997; Tales of Magistrate Bao and His Valiant Lieutenants, 1998) ; 《鹿鼎记》 (The Deer and The Cauldron, 1997 — 2002) ; 《书剑恩仇录》 (The Book and The Sword, 2004) ; 《萧十一郎》 (The Eleventh Son: A Novel Of Martial Arts And Tangled Love, 2004) 。



在正式出版的六部中国武侠小说中，其中有三本都是金庸的作品。金庸本名查良镛，是新派武侠小说最杰出的代表作家，被普遍誉为武侠小说史上前无古人后无来者的“绝代宗师”和“北山泰斗”。金庸的武侠小说继承古典武侠小说精华，开创了形式独特、情节曲折、描写细腻且深具人性和豪情侠义的新派武侠小说先河，深受欢迎。本文以金庸小说为例，试探讨中国武侠文学在海外传播的现

状及其成因与其未来出路。

二、中国武侠小说在海外传播现状

（一）全球图书馆馆藏调查

WorldCat 数据库是世界上最大的在线联合目录，由在线电脑图书馆中心（OCLC）所提供，内容涵盖 170 个国家、72,000 所图书馆。WorldCat 目前可以搜索到 112 个国家近 9000 家图书馆的数千万书目数据。有研究者做了这样一个调查：在 2013 年 12 月对 WorldCat 数据库（www.worldcat.com）进行开县搜索统计，结果如下：

| 金庸小说英译本 | 馆藏量 |
|---|-----|
| Flying Fox of Snow Mountain (《雪山飞狐》) | 75 |
| The Deer and The Cauldron (Bk. 1) (《鹿鼎记 1》) | 119 |
| The Deer and The Cauldron (Bk. 2) (《鹿鼎记 2》) | 95 |
| The Deer and The Cauldron (Bk. 3) (《鹿鼎记 3》) | 90 |
| The Book and The Sword (《书剑恩仇录》) | 115 |

从上表我们可以明显地看出，相比于 WorldCat 收录的图书总目数数千万本来说，金庸的武侠小说英译本在世界图书馆的馆藏数量十分稀少。最多的不过在全球总藏量也为 119 本。这可以看出其在西方国家传播效果不佳，出版的英译本全球进馆率低。

（二）亚马逊图书销售调查

亚马逊公司（www.amazon.com）是美国最大的一家网络电子商务公司，总部位于华盛顿州的西雅图，是网络上最早开始经营电子商务的公司之一。其中亚马逊的网上图书商店是世界上线上最大的网络书店之一，该网的书评是监测读者接受图书情况的手段之一，也是了解西方读者对我国武侠文学态度的绝佳平台。因此，笔者在 2017 年 11 月对美国亚马逊网的金庸武侠小说英译本的读者评论进行了在线调查，具体结果见下表：

| 序号 | 金庸小说英译本 | 参评人数 | 读者评分 | 畅销书排行 |
|----|---------|------|------|-------|
|----|---------|------|------|-------|

| | | | | |
|---|-----------------------------------|----|-----|-----------|
| 1 | Flying Fox of Snow Mountain | 14 | 3 | 697,209 |
| 2 | The Book and the Sword | 9 | 4.7 | 934,612 |
| 3 | The Deer and The Cauldron (Bk. 1) | 20 | 4.3 | 1,709,261 |
| 4 | The Deer and The Cauldron (Bk. 2) | 6 | 4.6 | 558,084 |
| 5 | The Deer and The Cauldron (Bk. 3) | 4 | 3.6 | 2,679,787 |

经过在美国亚马逊网的调查之后，有以下几点发现。

一是金庸小说英译本在美国亚马逊网上读者评价非常少，最多参评人数的《鹿鼎记》第一部也才不过 20 人评论，所有评论人数加起来也不过才 53 人。这充分显示出金庸的武侠小说在西方国家遇冷的情况。在畅销书排行中我们也可以看到，排名最前的作品 The Deer and The Cauldron (Bk. 2) 都在 50 万名之后。

二是我们可以发现，金庸武侠小说出版周期过长。《雪山飞狐》是由香港华人莫锦屏 (Olivia Mok) 翻译，由香港中文大学出版社分别于 1993 年与 1996 年出版。《鹿鼎记》由英国汉学家闵福德 (John Minford) 翻译，共三册，由牛津大学出版社分别于 1997 年、1999 年与 2002 年出版。《书剑恩仇录》由英国汉学家恩沙 (Graham Earnshaw) 翻译，由牛津大学出版社于 2004 年出版。以鹿鼎记的翻译出版为例，第一部的出版与第三部的出版之间隔了 5 年之久，长时间的等待消磨了读者的耐心与热情，使读者大量流失。

三金庸小说英译本的潜在市场巨大。通过亚马逊的读者评分我们可以了解到，网友对金庸小说的评价不错，平均得分为 4.04 分，甚至也出现了 4.6、4.7 等较高的分数。可见金庸小说还是比较受美国读者欢迎，潜在市场广阔。

四是通过仔细浏览读者的评论，发现评论大概可以分成几大类。第一，赞赏金庸武侠小说本身极富创造力与想象力，甚至有读者把金庸视为中国的马克吐温与《魔戒》的作者托尔金。第二，大多数读者都认可翻译的质量，但也有读者认为《鹿鼎记》的翻译过多使用俚语，“给人置身中世纪英国的错觉” (The one and

only con I had about this book was the use of English (as in from England) style slang. Such as "Sod you!" "Mum" and just a few others I cant remember. Granted this isnt very often, its mostly near the beginning of the book. But sometimes in the beginning I found myself imagining the setting as Medieval England not China.)。很多读者表达了对《雪山飞狐》翻译质量的不满,认为译者的翻译是不专业的:(As a translator myself, I'm well aware of the pitfalls of trying to translate something as culturally rooted as a wuxia novel. Olivia Mok, apparently, isn't, as this is amongst the worst "professional" translations I've ever seen published. Ideas are completely misrepresented; names of weapons and techniques are rendered anywhere between acceptably to completely incorrectly; and the whole thing is astonishingly lacking in readability, or even fluidity of language.)

综上所述我们可以看出,中国武侠小说虽然已经开始向海外传播,但是其面临着诸如英译数量少、发行周期长、翻译质量良莠不齐等种种问题。中国武侠小说在海外的传播其范围与接受程度都十分有限。

三、中国武侠小说在海外传播的出路

(1) 建立中西合璧团队并建立武侠小说英译术语库

想要让中国武侠小说在海外得到更好的传播,就离不开优秀的英译版。现在有很多优秀的译者都是外国人,如才华横溢的英国汉学家闵福德(John Minford),但毕竟外国人难以熟知中国文化的历史与内涵,所以他们着重对故事情节进行翻译,而简化了武打招式,省略了部分武打场景。鉴于武侠小说融合了大量中国民族文化,翻译难度较高,因此应该引入计算机作为智力参与者,并配合专业的译者团队。

一方面,由中西合璧的译者团队主导武侠小说的英译。国家外文局副局长黄友义曾指出:“最好组成一个包括本国人和外国人的翻译搭档。事实上,中国自己出版的四大名著无一不是中国人和外国人共同完成的。”通过这种方式,能最大程度的优化译文的质量,既有助于再现原著的中国味,又有利于作品顺应西方

的话语范式与阅读习惯。此外，团队合作也将更加有精力与能力对武侠小说的英译进行遴选、翻译与审校，缩短翻译产出周期。

另一方面，应利用计算机辅助构建武侠小说英译术语库。在武侠小说中，武器、招式、穴位、帮派各种名目众多，专业性强，在英语中并没有现成的对应术语。例如“轻功”一词，莫锦屏在《雪山飞狐》译本中译为 levitational arts，闵福德在《鹿鼎记》译本中译为 Art of Flying 无庸赘述，武侠小说的英译实现标准化和规范化，面向翻译的术语库势在必行。可以利用 Trados、Déjà Vu、Wordfast、Transmit 等国际知名计算机辅助翻译软件自带的术语库功能，对武侠小说各种术语的翻译定期检索、分类、存储、更新，甚至预翻译、校对和质量检查，最后，对术语的定义、语境、使用状态、语法信息及其翻译进行匹配、发布和共享。术语库能避免武侠小说特定名词重复翻译的局面，能提升翻译的一致性与准确性，提高翻译效率。

(2) 实施全媒体营销策略

巩固纸媒体营销，拓展出版形式。《鹿鼎记》与《书剑恩仇录》英译本都为精装本，只有《雪山飞狐》为平装本。美国亚马逊图书网显示，《书剑恩仇录》精装本的价格为 134.46 美元，折合人民币大约 889 元。因此建议不仅可以出版精装本，更要更多地推出平装本，拓展出版形式。另外，可以在亚马逊等网站上开设在线阅读或电子书等多种阅读方式，使得武侠小说英译本降低成本与价格，以吸引更多读者。

Hardcover
from \$134.46

9 Used from \$134.46

4 New from \$220.91

1 Collectible from \$225.54

开展多种方式进行产业交互。例如可以踊跃参与各种国际书展，在书展现场举办各种武术表演、普及有关武器、学位等知识，此外还可以召开武侠新书发布

会或参与研讨会，积极将中国武侠文学推向世界，提高其吸引力。第三可以综合运用各种媒体手段，例如借助走向世界的武侠电影等话题带动观众阅读原著的兴趣、举办中国武术表演团的世界巡演、拍摄少林、武当、峨眉等中国功夫的纪录片等，提高中国武侠文化在世界的知名度，以此调动西方读者阅读中国武侠文学的兴趣与积极性，借此促进武侠小说英译本的销售。



参考文献:

- [1] Mok, O. "Translational migration of martial arts fiction East and West." *Target International Journal of Translation Studies* 13.1(2001):81-102.
- [2] Mok, O. "Strategies of Translating Martial Arts Fiction." *Babel: Revue Internationale de la Traduction = International Journal of Translation* 47.1(2001):págs. 1-9.
- [3] Liu, Chingchih. "The Question of Reception: Martial Arts Fiction in English Translation." (1997).
- [4] 陈刚. "归化翻译与文化认同——《鹿鼎记》英译样本研究." *外语与外语教学* 12(2006):43-47.

[5] 罗永洲. “金庸小说英译研究——兼论中国文学走出去.” 中国翻译 3(2011):51-55.

[6] 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.” 中国翻译 6(2010):10-16.