

新时代黄梅戏海外传播中的译介探究

——基于多元系统理论的视角^{*1}

李奕华

(池州学院外国语学院, 安徽池州 247000)

【摘要】: 黄梅戏作为中国传统戏剧之一, 要让世界了解、接受和欣赏, 离不开戏剧译介。传播渠道单一、剧本外文翻译偏少是当前阻碍黄梅戏海外传播的主要原因。从多元系统理论视域观照新时代黄梅戏的对外译介, 应根据黄梅戏在国际文化中的地位, 通过加强中外译者的合作、选择接近海外受众意识形态和诗学观的作品内容、采用归化的翻译策略、充分发挥赞助人作用等路径提高黄梅戏的译介效果。多方合作下多元化、多维度的译介是促使黄梅戏“走出去”的必然路径。

【关键词】: 黄梅戏 海外传播 译介 多元系统理论

【中图分类号】: H059 **【文献标志码】**: A **【文章编号】**: 1001-2435(2019)02-0149-08

中国共产党“十九大”报告提出文化是一个国家、一个民族的灵魂, 指出坚持文化自信, 在加强中外人文交流的同时, 要积极推进国际传播能力的建设, 要讲好中国故事, 提高国家文化软实力。黄梅戏作为徽文化元素之一, 是中国文化不可或缺的一部分, 其蕴含的民间审美文化特质、婉转清新的音乐唱腔、通俗浅显的唱词语言、优美灵活的舞台表演等优势, 值得推介。本文通过梳理黄梅戏的译介历史, 分析其海外传播中面临的现实困境, 从多元系统理论视域观照新时代黄梅戏的对外译介, 提出黄梅戏译介的多元化多维度策略路径, 以便提高其译介效果, 促进其海外传播。

一、黄梅戏海外传播历史和译介现实图景

新中国成立以来, 从赴朝鲜演出到在欧美巡演, 从以电影为媒介的单一传播到演出、电影、唱片、学术交流的多维宣传, 黄梅戏海外传播经历了“梅开三度”的发展阶段。

20世纪50、60年代是黄梅戏“梅开一度”时期。以1953年黄梅戏参加国家艺术团赴朝鲜慰问团演出为开端, 标志着黄梅戏正式走出国门。其后, 黄梅戏经典剧目《天仙配》《女驸马》《牛郎织女》等相继被拍成影片, 或录制唱片, 在东南亚和欧洲等国家

¹*收稿日期: 2018-04-13; 修回日期: 2018-11-26

基金项目: 安徽省高校人文社科重点项目(SK2018A0631); 安徽省教学研究重大项目(2015zdjy166)

作者简介: 李奕华(1970-), 女, 安徽潜山人, 硕士, 副教授, 研究方向为应用语言学、译介学。

上映发行,形成了该时期黄梅戏海外传播以电影为主、唱片为辅的特点。20世纪80年代是黄梅戏“梅开二度”时期。一方面,黄梅戏海外演出和影视推介活动得到加强。1981年,《天仙配》《女驸马》《罗帕记》在香港上演;1986年和1988年,安庆市政府组织黄梅戏剧院和杂技团演员成立访日友好艺术团赴日演出;1987年,《七仙女与董永》等黄梅戏舞台艺术片对外发行;1993年,安徽省黄梅戏剧团赴港、澳演出《红楼梦》,这些活动扩大了黄梅戏在海外的影响。另一方面,学术因素在黄梅戏海外传播中得以彰显。1988年,著名黄梅戏剧作家、曲作家王兆乾先生赴西德讲学,首次以学术交流形式向海外重点推介黄梅戏;同年,罗志豪、吉尔特等汉学家来皖考察黄梅戏学校的戏曲教学,观摩演出,并与中国黄梅戏艺术家们作专题学术交流。由此形成了该时期黄梅戏海外传播以专业剧团赴境外演出为主,以黄梅戏剧作家外出推介、外宾来访考察交流为辅的特点。进入新世纪后是黄梅戏“梅开三度”时期。在安徽省委省政府“唱响黄梅戏”的文化政策指引下,黄梅戏海外传播方式趋于多元化。一是传统戏曲与现代技术相结合,开始了黄梅戏与世界文化对话形式的新探索^[1]。2005年,《天仙配》被摄成VCD,由安徽新华音像出版社出版,向海内外发行。二是黄梅戏传统剧目在海外的演出和影视推介活动持续加强。《天仙配》赴北美、新加坡、希腊和印度演出,《女驸马》赴澳大利亚演出,黄梅戏电视剧《梁山伯与祝英台》《黄梅戏宗师传奇》的摄制和海外上映等活动进一步扩大了黄梅戏在世界上的影响。尤其值得注意的是,2010年安庆黄梅戏访问演出团出访美国,在各高校巡回演出经典剧目,黄梅戏表演艺术家韩再芬出席“为未来记录今天”的黄梅戏入选保存仪式,并接受专家访谈,作学术报告,形成了海外演出与学术推介同时出现的盛况。三是海外华侨和艺术家通力合作,在海外纷纷成立黄梅戏艺术团和黄梅戏协会。如黄梅戏艺术家陈小芳成立的北美小芳黄梅戏艺术团,美国华侨谈成林女士发起成立的美国黄梅戏协会等等,这些机构每年开展各种演出活动,对黄梅戏艺术的海外传播也起着积极作用。

根据现有资料,黄梅戏的外译目前仅限于英译。1987年,吴其云翻译了《天仙配》,这是最早黄梅戏英译本,但未公开出版,主要用于安徽艺术学校师生登台演唱;2008年,《女驸马》和《牛郎织女》入选《中国戏曲海外传播工程丛书》,计划启动出版;2012年,赵一凡先生翻译的《天仙配》英文版由安徽文艺出版社正式出版,但影响甚微,目前各大图书商城均未见销售。2016年,朱小美教授翻译的《天仙配》唱词,在印度“中国旅游年”活动开幕式上得到呈现,收获好评。2016年,朱忠焰教授翻译了黄梅戏经典唱段,其译作《黄梅戏经典唱段》(汉英对照本)由复旦大学出版社出版。迄今为止,虽然已翻译出版一些英文版剧本,然而,笔者在全球最大的图书销售网站——亚马逊网站搜索,未发现一本黄梅戏英文剧本,仅有部分MP3英文唱片和部分中文版的经典黄梅戏。在国内亚马逊、当当图书商城,也仅找到朱忠焰翻译的《黄梅戏经典唱段》(汉英对照本)。由此可见,黄梅戏的外译作品稀少,对外译介力度仍然较弱,海外受众面依然有限。

纵观黄梅戏海外传播历史及译介现状,存在“重介轻译”的现象。所谓“重介”,也只是以专业团体访问演出的形式为主,而以外文剧本、图书、报告会、互联网及其它新媒体推介的形式则很少见,传播渠道较为狭窄;“轻译”则是黄梅戏剧本外文翻译明显偏少。由中国外文局对外传播研究中心发布的“中国国家形象全球调查报告(2016-2017)”^[2](以下简称“报告”),其调查结果显示海外受访者对曲艺杂技等作为中国文化代表元素的认可度明显低于国内受访者,海外受访者仅有16%的人认为“曲艺杂技”是中国文化代表元素,而持有这种观点的中国受访者达到36%。可见,海外群体对中国传统戏曲了解甚少,中国传统戏曲的文化精神及价值导向未在海外得到充分展示。“报告”还显示,海外受访者认为中国媒体海外传播的主要障碍是“不知道看什么中国媒体”和“话语表达方式不地道”。很显然,前者是“介”的问题,后者则是“译”的问题,倘若再考虑到国外“尚未形成对外来文化有强烈需求的接受环境”^[3]影响,这些内外双重不利因素使得中国传统戏剧文化走向世界之路漫长而艰辛,因此加强黄梅戏译介研究是促使其“走出去”的根本。

二、多元系统理论的译介学思想

20世纪70年代初,以色列学者埃文-佐哈尔提出了多元系统理论。该理论将语言、政治、经济、文学、意识形态等各种社会符号现象看作一个系统,并且将此系统视为是由若干不同成分组成的一个开放、多元系统。在此多元系统中,埃文-佐哈尔认为,各系统“互相交叉、部分重叠,在同一时间内各有不同项目可供选择,却又互相依存,并作为一个有组织的整体而运作”^[4],但这不意味各个系统在其间的地位是相互平等的,它们彼此之间往往会永不停歇地斗争,即一个系统可以从中心被赶到边缘,也可以从边缘攻占到中心,从而构成了一个动态的系统共时状态。究其实质,多元系统理论关注的中心在于揭示一个多元文化系统中各个系统之间的关系及其地位的变化,因此,在某种意义上讲,埃氏的多元系统理论为我们描述出的是“一幅大到世界文化、小到国别(民族)

文化的活动图”^{[5]209}。

多元系统理论实质上是多元文化理论,理论本身并非针对翻译,但在社会接受过程中,却最先引起翻译界的关注。作为该理论的继承者和发展者,英国翻译理论家西奥·赫曼斯把上述这种制约系统位置的因素归纳为“意识形态、诗学和赞助人”三种要素。认为文学系统与其他系统(比如意识形态系统)也有着密切关系,而且受诗学(文学理论或文学观念)的影响,从而将翻译文学地位变化的动因解释为文学系统内部需求和政治及意识形态等外部需求。美国的翻译学家勒菲弗尔,其翻译思想与西奥·赫曼斯也较为一致,他将控制文学的因素分为两个部分,一是文学系统之内、控制诗学规范的“专业人士”,如评论家、教师和译者等;二是文学系统之外、控制意识形态规范的“赞助者”,如出版机构、出版商等。^[6]由此可见,在他们的翻译思想中,都共同强调了在跨国别或跨民族的文学(文化)译介活动中,除译者以外,译入语国家的“意识形态、诗学和赞助人”也应该是翻译予以考虑的主要因素^{[5]215}。

译介学认为,文本的翻译只是跨文化传播的一部分,在决定对文本进行译介之前,首先选择“由谁来译”“译什么”“对谁译”,才能决定翻译过程中“如何译”以及翻译之后“如何传播”,其中每个环节都需要进行把关和操控,因为这些环节都会影响译作在异国文化场域的传播和接受效果。^[7]此即文化译介模式的六要素,即“译介主体”“译介内容”“译介受众”“译介策略”“译介途径”和“译介效果”。多元系统理论的文化理论本质,与文本翻译的跨文化传播特质有着高度一致和契合之处,因此,该理论被翻译界广泛应用于翻译研究实践,并指导着具体的翻译活动。

三、多元系统理论视阈下的黄梅戏译介

在文学翻译之有效译介方面,多元系统理论有其特别的解释力和指导性,因为它将译介活动中涉及到的译者、文本诗学、意识形态和其他中介诸因素全部纳入其中,提供了较为完整的翻译文化活动的图。对于黄梅戏译介而言,多元系统理论也可指导我们探索出具体有效的译介主体、译介内容、译介策略和译介途径等。

(一) 译介主体

多元系统理论“将翻译研究直接置于更为广阔的文化活动领域”^[8],在文化的多元系统中考察翻译与译入语文化系统内诸多因素的复杂联系,由此将翻译与广泛的社会文化实践过程连接了起来。在这过程中,译介主体作为沟通源语文化与译入语文化的桥梁,就不仅要熟悉源语文化,还更需要把握译入语国家的文化,只有这样,才能更好地促进两国间的文化交流。

戏剧翻译相对于其他文学翻译有其独特性,现实中“忠实的翻译理念和对戏剧文本翻译独特性的认识不足构成了当前中国戏剧‘走出去’的双重制约”,^[9]前者针对的是中国译者使用的翻译理论,后者则指戏剧文本的独特性。西方戏剧翻译研究常用“可表演性”(performability)来代替“忠实”。戏剧家及翻译家Pvais认为“戏剧翻译是超越戏剧文本的语言转换,真正的翻译应在整个舞台表演的层面上进行”^[9],其原因是“戏剧文本意义的完整呈现需通过演员的表演得以完成,而观众对演员的解读具有即时性的特点”^[9];另外,镶嵌在剧本中的空间语言和手势符号在不同文化中意义也不同。因此,对剧本中语言文化的协调要比单纯的文学文本复杂得多。这样,作为戏剧文本的译者,就应该自觉与努力使自己成为文化沟通和交流的使者,在翻译过程中求同存异,使译本与受众的意识形态、诗学相和谐,尽可能地减少不同文化之间的差异。唯有如此,“译者才有可能使翻译剧本进入译入语国家,进而慢慢产生一定的文化影响力”^[10]。为什么一些国外汉学家的翻译作品,更能切合当地社会受众的需求,根本上就是因为这些汉学家在“意识形态”和“诗学”观上可以和所在国受众达成一致。有研究者认为海外英译本更符合英美读者的阅读审美和阅读期待,如美国汉学家魏丽莎翻译并执导了一系列的京剧作品,在美国产生巨大影响,便是很好的例证。^[7]因此,从多元系统理论视域看,戏剧文本的翻译就是一种“文化外交”,译者在翻译剧本的时候首先要考虑国家的文化战略,既要坚持文化自信,也要考虑海外受众需求。

然而,对中国戏剧尤其是黄梅戏精通的外国汉学家屈指可数,且外国汉学家的翻译不一定符合中国的文化战略,因此完全依

赖外国汉学家翻译是不现实也是行不通的。黄友义认为，“中译外绝对不能个人译，一定要有中外合作”。^[11]笔者认同这种观点。如果中译外译者是中国人，深谙中国文化，但对国外“意识形态”和“诗学”掌握不透，语言表达也不够完美，这就需要请外国学者在语言上帮助润色、在文化上帮助修饰；如果中译外译者是外国汉学家，就要搭配外文基础好的中国人帮助解释戏剧文本中的中国文化。因此，黄梅戏的译介主体，需要中国学者与国外汉学家的合作。

(二) 译介内容

戏剧作品内容与主题思想也是影响译介能否成功的要素，即所选择的译介作品本身不应与受众的主流意识形态、诗学观相悖。通过海外戏剧（如莎士比亚的四大悲剧）在中国的成功译介可以看出，“引进来”的戏剧从内容、情感、价值观及其表达方式等方面均能引起中国受众共鸣。同理，“走出去”的文化也应深入研究其内容、情感和价值观能否征服海外受众。在20世纪50-60年代，中国唐代诗人寒山的译诗集曾在美国广受欢迎，究其原因，正如有关学者所指出的那样，当时美国社会流行的意识形态，如回归自然的呼声、直觉的感性以及反叛的精神正好与寒山诗的一些价值不谋而合。^{[6]215}笔者认为黄梅戏《女附马》之所以入选《中国戏曲海外传播工程丛书》出版剧目也是考虑了这一因素，因其塑造了一个善良、勇敢、聪慧的中国古代少女形象，讽刺了昏庸的皇帝、献媚的宰相及嫌贫爱富的继母，蕴涵了青年女性追求自由、民主、平等、人权、人性等现代价值，与西方主流意识形态相吻合。

例如，《女附马》“我本闺中一钗裙”一幕中冯素珍一段唱词：

“冒犯皇家我知罪，并非蓄意乱朝廷。公主请息雷霆怒，且容民女诉冤情。”

I knew the crime of cheating on the emperor,

but to do so was not my real intention.

Princess, I beg you to calm yourself down,

and let me tell you my wretched story.^{[12]35}

原唱词虽然寥寥数句，但揭示了朝廷等级森严，不可冒犯，公主与民女的地位差异以及善良勇敢的少女为了追求爱情的迫不得已。译本中使用的译词crime, cheating, not my real intention, beg, wretched story等，基本上都对应了上述内容。

美国汉学家葛浩文说：“美国读者更注重眼前的、当代的、改革发展的中国。另外，美国人对讽刺的、批评政府的、唱反调的作品特别感兴趣。”^[13]葛浩文基于对美国社会的熟悉，更了解美国人对中国文化的兴趣与需求。但这里，我们并不是说为了迎合外国受众，就故意唱反调，一味迁就外国受众口味，而是说明在译介内容选择时要考虑原文意识形态，如果选择的文本与译入语社会的意识形态和诗学观念相差甚远，译本很可能与目的语国家受众的阅读审美期待产生较大偏差，这样就导致译本将难以从“边缘”位置走进“中心”，甚至会被挤出“边缘”，走向“死亡”。因此，对于目前百余种黄梅戏剧目，我们可以优先译介那些既弘扬中国传统文化，又与西方主流意识形态不冲突的作品。

(三) 译介策略

多元系统理论指出：“在某些运动中，一个项目（元素或功能）可能从一个系统的边缘转移到同一个多元系统中的相邻系统的边缘，然后可能走进（也可能走不进）后者的中心。”^[4]那么，“项目”怎样才能由“边缘”走向“中心”？多元系统理论在此问题上引申出了翻译文学的地位对翻译策略的影响。翻译文学进入一国，大凡开始时都处在边缘位置，针对这一情形，作为译者，其主要工作就应该“为外国的文本找来最佳的现成二级模式”^{[14]122}，即将翻译嵌入译入语国家文学的固有模式。这种做法的结果虽然导

致“译本的充分性不足”，但利于翻译文学在译入语国家的接受，并促进其逐渐由“边缘”进入“中心”。从某种意义上讲，翻译活动正如赫曼斯所言：“所有的翻译都是出于某种目的而对原文某种程度上的操纵。”^[15]不论其意图如何，实际上都是某种意识形态和诗学的反映。就此而言，说翻译是对文学的操纵，是为权力服务，也未尝不可。例如，林纾在翻译莎士比亚戏剧的时候，翻译文学在中国文学中处于边缘位置。为了将译作套入中国古典小说的现成模式中，译者对原作品进行了大量的增删改写，使得中国人开始“认识”莎士比亚。虽然所认识的莎士比亚仅是“西方大陆上一位神奇超凡的故事大王”，^[16]但这却在相当程度上促成了田汉、梁实秋和朱生豪等人的后续翻译，使作为剧作家的莎士比亚在中国出现。显然，中国黄梅戏目前在海外尚处于“边缘”，要想占据“中心”或向“中心”靠近，翻译时在译入语国家寻找现成的二级模式可视为一种权宜之计；而且，黄梅戏译介针对的是对中国文化有一定兴趣的普通观众，而不是对中国文化充分了解的少数汉学家。所以，当前在翻译黄梅戏剧本时应适度妥协，向译入语受众提供能够让他们容易接受的译本，采取归化策略，在译介内容选择优先的前提下，尽量采用接近译入语国家的主流诗学观，兼顾可表演性和文学性，坚持简明性原则，以短句、普通词汇为主，兼顾韵律。

例如，《女附马》“谁料皇榜中状元”选段中唱词：

“为救李郎离家园，谁料皇榜中状元，中状元，着红袍，帽插宫花好新鲜啊新鲜哪！我也曾赴过琼林宴，我也曾打马御街前，人人夸我潘安貌，谁知纱帽罩婊娟！”

To save Mr. Li, I left home.

I' m astonished at the Champion Scholar I' ve won.

Awarded the great honor, I' m in red gown.

Wearing the red hairpin on the scholar hat is real fun.

I was invited with scholars to the royal feast;

I was riding my horse in the palace street.

Everyone praised me as handsome as Pan An,

But who knows that I am a girl in man' s gown.^[12]³³

该选段中存在大量中国古代民间俗语和文化负载词，如“状元”“宫花”“琼林宴”“潘安”“婊娟”，在目的语中都没有对等词，如果采取异化策略用音译法进行翻译，外国观众将不知所云，会失去兴趣。因此翻译时就只能采用归化策略进行意译，努力从目的语中找到最佳关联词语，以提高受众的接受性。此处将“状元”翻译为Champion Scholar，既传递了源语文化信息，也容易使译入语受众接受。“宫花”指的是古代科举考试中选中的士子在皇帝赐宴时所戴的花，此处用“red hairpin on the scholar hat”做了变通，能够缩小文化差异。“琼林宴”指的是古代皇帝为科举考试中新科进士举行的宴会，译文采用有类似意义的“royal feast”，营造英语国家的文化语境，将信息传递给译语受众。“婊娟”是指美人、美女，与希腊神话美神维纳斯“Venus”有相似之处，此处译为“girl”则忽略这一文化意象，虽然失去文化内涵，但使外国观众能够接受，也未尝不可。唯独将“潘安”采取异化策略音译为Pan An，会增加受众的理解难度。“潘安”是西晋文学家，被誉为古代“第一美男”，如果用希腊神话中王室美男子“Adonis”进行归化翻译，不仅使语言生动，也丰富了文化内涵。此外，上述译文句子简短，词汇普通，同时注意到音韵，如第二、三、四行“won”“gown”“fun”，第五、六行“feast”“street”压尾韵。总之，通过这种变通的归化翻译策略可以使海外读者分阶段、多维度了解黄梅戏。

一旦黄梅戏被越来越多的外国人接受、欣赏,即走进“中心”,译者再慢慢采取异化为主、归化为辅,甚至完全异化的策略。因为此时,译者的主要任务已发生了变化,它不再只是“寻找现成的模式”以便外国受众接受,在已然走进“中心”的情况下,译者即使打破译入国的“传统规范”也是可以的,以保证最大程度地接近原文。显然,在这种情形下,“译文在‘充分性’(即复制原文的主要文本关系)方面接近原文的可能性最大”。^{[14][122]}可以想象,那时中国黄梅戏就不仅是“走出”国门,而是“走进”国际了。

(四) 译介途径

多元系统理论认为“翻译文学不独是任何文学多元系统内自成一体的系统,而且是非常活跃的系统”。^{[14][118]}由于在许多国家或民族的多元文学系统中,翻译文学处于边缘位置,因此当其由“边缘”走向“中心”时,“往往也就意味着翻译文学在该国或该民族被广泛认可,译介也就取得了成功”。^{[5][214]}而在这个过程中,“赞助人”实际上发挥着极大的作用。所谓“赞助人”,勒菲弗尔将其定义为一种“足以促进和妨碍文学的阅读、书写或改写的力量(包括人和机构)”。^[6]它不仅涉及政府或政党等有关行政管理部门或权力机构,同时也包括出版社、大学和大众媒介等在内的团体机构。从广义角度看,“赞助人”可以称作是一种权力话语,利用其话语权直接操纵翻译过程以及翻译文本的接受和传播。从这层意义上,“赞助人”将直接影响黄梅戏的译介效果。

1、出版机构

海外传播的经验告诉我们,来自权威出版社的具有良好品牌的图书往往更能赢得市场,而赢得市场,则意味着译介有可能会获得成功。殷丽认为,“选择海外本土有影响力的出版社有助于我国外译作品很快进入到西方的主流发行渠道,扩大译作的阅读受众,是译作得到有效传播的保证之一。”^[17]这是因为国外本土知名出版社,在译作推介、经销商选择或销售渠道方面都具备得天独厚的优势,能够为快速高效的推介、发行译本提供保障,从而提高译本的市场接受度和学术影响力。然而,在当前文化地位不平衡的情况下,中国戏剧处于边缘位置,国外出版社不可能大量出版中国黄梅戏剧本,因此我们只能主动出击、主动推介。一方面不放弃以自己出版为主,另一方面则加强国内出版社与国外出版社的合作,在条件允许的情况下,还可以考虑到国外办出版社。比如在英国或者美国选择一个出版社作为合作伙伴出版中国的作品,这显然是一种“更好的”的对外传播途径^[10]。在黄梅戏对外传播的进程中,加强与国外著名出版机构和国外书商合作应该是促使其译介取得成功的有效途径。

2、国外高校

与国外高校联合举办中国戏剧专题学术研讨会和演出报告会,探讨中国戏剧,扩大中国戏剧在国外影响、尤其是对青年人的影响。2010年,安庆黄梅戏访问演出团出访美国,韩再芬在美国高校巡回演出,并作报告。在马里兰大学演出后,一名戏剧学院的学生曾现场要求来中国学习黄梅戏,并于次年来到中国安庆拜师学艺。俄国戏剧大师斯坦尼斯拉夫斯基访美演出,其成功译介也是一个极好的范例。斯坦尼从1923年1月到1924年4月在美国12个城市巡演(比梅兰芳早六七年访美),一共演了13个剧目380场。作为演员,斯坦尼的演出虽然不像梅兰芳那样反响强烈,但从他的剧团整体来看,其在美国巡演的城市数量和演出的场次都超过了梅剧团,尤为重要的是,通过这次演出,“他的演剧方法在美国大地上扎了根”。^[18]这其中一个是他的学生泽德尼基提前做了充分准备,如安排讲座、宣传介绍、为百老汇的演员上课和排戏等。此外,斯坦尼在美巡演期间,还应某出版社邀约,写自传《我的艺术生活》对自己的表演体系作了较为详细的解释。这种报告宣讲结合演出的方式引起了美国演员长期学习的浓厚兴趣。由此可见,和国外高校、艺术团体合作,开展报告会,主动宣传介绍黄梅戏英文剧目和剧情既是必要的,也是可行的。宣传者向海外学子介绍自己的翻译研究成果或创作的作品、或与艺术家合作举办黄梅戏研讨会,目的就是向海外读者宣介中国黄梅戏的文化精髓。

目前,我国已在全球范围内建立了很多孔子学院^②,这是宣传中国文化的重要载体。孔子学院为当下中国与世界各国间的文化交流担负着积极的桥梁纽带作用,在戏剧传播方面,亦做出很大贡献。2009年成立的美国宾汉顿大学戏曲孔子学院,就是一个颇为典型的例子。该学院不仅开设汉语、中国音乐等课程,还开设了各种戏曲体验课程,其演员为中国戏曲学院和宾汉顿大学的老师和客座艺术家。他们在宾汉顿地区乃至全美巡回演出中国戏曲,举办中国戏曲讲座、展览、培训以及其他文化活动,成功地中美戏

^②① 截至2017年12月31日,全球146个国家(地区)建立525所孔子学院和1113个孔子课堂。

曲牵线搭桥。孔子学院可以通过这些活动,增添汉外对照的黄梅戏经典选段和VCD唱片,向海外学子介绍中国黄梅戏故事,鼓励他们品读、演唱,激发他们深入了解中国黄梅戏的兴趣。

3、大众媒介

作为“赞助人”之一的大众媒体是黄梅戏成功译介的必要条件。在新时代网络文化强国战略有序实施进程中,“互联网+”的威力正在改变着中国元素,也改变着当今时代中国传统戏剧的传播方式,除了继续发挥传统媒体之外,要特别增加新媒体的传播。所谓新媒体,按照匡文波的看法,“新媒体包括互联网和手机媒体,因为只有此两者才具有真正的互动性”。^[19]在新时代黄梅戏对外译介中,我们要充分发挥互联网和手机媒体的传播优势。

首先,可采用黄梅戏剧院与网站相结合的方式。即由专业剧院向网站提供资源,使之通过所提供的丰富资源进行网站建设,加强网站宣传;另一方面戏曲网站又可为网民提供不受时空限制的丰富节目,方便观众接触欣赏黄梅戏。这种将黄梅戏和现代网站相结合的方式,可以充分发挥两者的优势,彼此达到共赢的目标。其次,黄梅戏推广者可与APP专业技术人员及海外民间黄梅戏剧团、爱好者合作,开发音频、视频、文字、图片等多种栏目的APP,包含黄梅戏知识介绍、艺术家介绍、名段赏析、专家点评、点戏台、戏剧简介等内容。手机APP使用方便、信息量大,可以建立戏剧爱好者与专家学者互动的平台,拉近戏迷与戏曲的距离,不断发现和扩大新的受众,因为海外华人黄梅戏爱好者最了解境外受众的口味和需求。另外,借助APP应用程序,建立微信公众号,将黄梅戏的跨界传播以微信或微视频等新媒体形式进行创新和突破,利用强大的网络媒体用户,扩大黄梅戏的传播地域,从而提升黄梅戏的传播影响力。

当然,大众媒介也只是多元系统元素之一,我们还要联合其他各元素,诸如境内外戏剧艺术家或团体、研究机构、孔子学院、手机APP开发商、软件设计者、出版商、学术会议等,共同发力,以便增强推介效果。

四、结语

“中国戏曲是一种非常复杂的综合表演艺术,它不同于美术、音乐和舞蹈,在中国文化之外的场域传播必然会遇到语言、唱腔、程式化表演等诸多方面的困难和障碍。”^[20]黄梅戏自不例外,近年来,虽然黄梅戏的域外传播出现了新的态势,但总上传播形式较为单一、外译作品不多,在中国文化“走出去”的时代背景下,黄梅戏海外传播如何创新,已成为亟需解决的问题。黄梅戏译介受译者、译入语国家意识形态和诗学、赞助人等多元系统诸多因素影响,应根据黄梅戏在国际文化中的地位,通过加强中外译者的合作、选择接近海外意识形态和诗学观的作品内容、采用归化的翻译策略、充分发挥赞助人作用等策略路径提高黄梅戏的译介效果。因此需要各级政府、戏剧工作者、民间黄梅戏爱好者、新闻传播工作者、软件开发商、外语翻译人员及外国汉学家们多方协作、多管齐下。多元化、多维度的译介是黄梅戏“走出去”的必然途径。

参考文献:

[1] 曹瑞澜.当代黄梅戏海外传播研究[J].江淮论坛,2016(4):145-150.

[2] 中国外文局对外传播研究中心传播战略研究室.中国国家形象全球调查报告(2016-2017)[EB/OL].(2018-01-24)[2018-02-04].<http://www.chinacics.org/achievement/201801/P020180124575867951495.pdf>

[3] 谢天振.中国文学走出去:问题与实质[J].中国比较文学,2014(1):1-10.

[4] 伊塔马.埃文-佐哈尔.多元系统论[J].张南峰,译.中国翻译,2002(4):19-25.

-
- [5] 谢天振. 隐身与现身:从传统译论到现代译论[M]. 北京:北京大学出版社, 2014.
- [6] 查明建. 多元系统理论的整合与翻译文学史研究的拓展[J]. 上海大学学报(社科版), 2015(2):126-139.
- [7] 殷丽. 《黄帝内经》海外译介模式研究与中医药文化“走出去”[J]. 解放军外国语学院学报, 2017, 40(6):53-60.
- [8] 查明建. 论比较文学翻译研究[J]. 同济大学学报(社科版), 2016(4):98-106.
- [9] 吕世生. 中国戏剧外译的双重制约[J]. 中国翻译, 2015(5):83-87.
- [10] 苏凤. 戏曲文本译介:中西方文化的会接[J]. 中国戏曲学院学报, 2016, 31(3):94-98.
- [11] 鲍晓英. 中国文化“走出去”之译介模式探索——中国外文局副局长兼总编辑黄友义访谈录[J]. 中国翻译, 2013(5):62-65.
- [12] 朱忠焰. 黄梅戏经典唱段(汉英对照本)[M]. 上海:复旦大学出版社, 2016.
- [13] 罗屿. 葛浩文:美国人喜欢唱反调的作品[J]. 新世纪周刊, 2008(10):120-121.
- [14] 埃文-佐哈尔. 翻译文学在文学多元系统中的位置[M]//西方翻译理论精选. 庄柔玉, 译. 香港:香港城市大学出版社, 2000.
- [15] Hermans, T. “Introduction: Translation Studies and a New Paradigm” [C]. Theo Hermans ed. *The Manipulation of Literary Translation*. London & Sydney: Croom Helm, 1985.
- [16] 杨全红. 盘点翻译莎士比亚作品的中国牛人[EB/OL]. (2014-04-15) [2018-03-15]. <http://news.Banbijiang.com/dushu/suibi/2014/0415/147945.html>
- [17] 殷丽. 中医药典籍国内英译本海外接受状况调查及启示——以大中华文库“黄帝内经”英译本为例[J]. 外国语, 2017, 40(5):33-42.
- [18] 孙惠柱. 中国戏曲的海外传播与接受之反思[J]. 中国文艺评论, 2016(3):51-59.
- [19] 匡文波. 到底什么是新媒体?[J]. 新闻与写作, 2012(7):24-27.
- [20] 孙玫, 熊贤关. 接触·碰撞·融合——中国戏曲在西方的传播[J]. 艺术百家, 2016(1):189-192.