

# 中国文学走出去：历史与现状

无论是文化势差、民族心理、文化心态，还是所谓的“精英主义”态度和“学院派”作风，它们的合力无疑促成了以英、美为代表的英语世界对于翻译及翻译作品的事实性歧视。而中国文学，尤其是中国现当代文学自20世纪50年代伊始所进行的一系列有关于“走出去”的尝试，则深刻反映了中国文学海外传播过程中所承受的种种现代性焦虑与文化复兴压力。毋庸置疑，对于中国文学走出去的历史与现状的梳理，将有助于我们厘清其间存在的诸多问题与不足，从而为当下多元文化语境下中国文学走出去的探索，奠定实质性的现实基础。

## 第一节 现代性焦虑：中国文学海外传播历程概述

尽管现代性是否肇源于翻译还有待商榷，但翻译始自于对现代性的渴求则是学界共识。至少，“翻译是由译者或者翻译群体对于现代的、新鲜的，或者是对某个文化他者的钦羨与渴望所激发的”（Xie, 2009 : 135）。

回溯中西方之间的交流与融合、翻译与被翻译，或者说中西方在现代性进程中的互动关系，有论者称，“公元1800年以前，中国给予欧洲的，比它从欧洲获得的多得多”（王介南，2011 : 347）。在汉、唐、宋、元、明及清初时期，中华文化无可争议地处于世界文化的中心，对于欧洲的现代性进程以及世界文明发展的影响和贡献深远而重大，尤其是在器物 and 思想方面。然而，在上述历史时期，大部分国与国之间的交流仅限于非官方层面，内容也多局限在贸易、宗教等领域。至于中国文学的海外传播，其情形相对而言则比较惨淡。南北朝时期，中国佛典开始向外译介为梵语和突厥语；明清时期，欧洲传教士对中国古典文学，诸如四书五经、古典诗词、四大名著等进行了译介。除此之外，基本再无可圈可点之处。

换言之，1840年鸦片战争之前的中国人，正如同19世纪中期的法国人和意大利人，对于本国的语言、体制和文化的优越性深信不疑。拜伦（George G. Byron, 1788—1824）曾经描述过当时意大利人的倨傲心理：“外国人如何想象意大利人的形象，他们无所谓。”（Byron, 1959 : 37）而中国人的“上邦”文化心态，恰恰与当时法、意两国人的文化情怀如出一辙。张佩瑶（Martha P. Y. Cheung, 1953—2013）对于周朝人文化心态的描述，颇能代表19世纪中叶之前中国人的集体情怀：“自认为‘文明开化’的周朝人对当时的其他族群没有任何了解的欲望，更别说让他们讲异族的语言了……因而几乎没有人愿意与这些部族和人种进行任何实质性的接触和互动。”（Cheung, 2006 : 44）以至于到了鸦片战争时期，中国人依然蔑称外国商人为“夷商”，称英国人为“英夷”（English barbarian），在当时不可一世的英国人看来，“这种态度跟英国人在世界其他地方进行殖民统治时所遭遇的经历大相径庭”（Lydia, 2004 : 60）。而这一态度在文学上的体现，就是直至晚清，知识精英们仍然普遍认为，夷人除了“船坚炮利”，在文学成就上则是远逊于吾国的。可以说，秉持着“上邦”的“民族心理”和“文化心态”，加之对于“中学为体、西学为用”的民族主义原则的强调与践行，中华文化在直至晚清的漫长历史岁月中，既无“走出去”的客观需求，也无“走出去”的主观努力。

有论者称，中国文学现代性的发生始自20世纪初的中与西、新与旧交汇之际。在寻求民族、国家身份认同的这一进程中，中国文学对于现代性的迫切诉求也臻于巅峰。而所谓的现代性反映在文学发展中，则必然包含着“颠覆传统、重估价值、追求新知、重建秩序等主体动机与客观结果/后果因素”（陈历明, 2014 : 4）。毋庸置疑，翻译作为“秩序重建”和“追求新知”的价值与功能，在此文化转型期必然得到最大程度的伸张与强调。按照谢少波的说法，它“不仅促成而且决定着中国的现代性进程，同时它在中国版现代性的生成方面也功不可没”（Xie, 2009 : 137）。可以说，中国急需通过翻译，向世界展示中国文学和文化发展中的种种现代性探索以及负载于其上的中国形象。于是，种种旨在推动“走出去”的举措纷至沓来。

总体观之，从晚清到“五四”，中国文学的对外译介活动呈散乱零星的势态。自20世纪20年代始，中国现当代文学作品的对外译介才开始慢慢增多。有资料显示，20世纪30年代初，著名翻译家萧乾便在北平帮助美国人安澜（William D. Allen）编辑英文刊物《中国简报》（*China in*

Brief), 并在那时开始翻译介绍鲁迅、郭沫若、茅盾、郁达夫、沈从文、田汉等作家作品(符家钦, 1996: 6)。1935年8月,《天下月刊》(*T'ien Hsia Monthly*)在上海创刊。该刊登载了沈复的《浮生六记》(林语堂译)、沈从文的《翠翠》(项美丽等译)、曹禺的《雷雨》(姚萃农译)、冰心的《第一次宴会》(任玲逊译)等翻译文学作品。而在1937年至1945年的抗日战争期间,由于时局的急剧变化,“各种类型的外国反抗压迫之作品不约而同地出现在中国现代文坛”(王建开, 2003: 213), 因此, 战争题材的译入作品异军突起, 文学的外译与输出则不被重视。

客观而论, 1949年新中国成立以前, 中译外仍然呈现的是以个别译者为主导的零散翻译模式。随着1949年10月中央人民政府新闻总署国际新闻局<sup>1</sup>(外文出版社的前身)的成立, 新中国的外宣工作才被正式提上议事日程, 中国文学的对外译介才开始了由国家机构为主导的、有组织、有计划的文学外译模式。

1951年10月1日,《中国文学》英文版(*Chinese Literature*)创刊是这一时期国家主导的中译外的重要标志性事件。《中国文学》是对外翻译中国文学的专门刊物, 法文版也于1964年问世。英文版在“创刊号”就刊登了著名翻译家杨宪益(1915—2009)、戴乃迭(1919—1999)和沙博理(Sidney Shapiro, 1915—2014)翻译的现当代作家作品, 如袁静、孔厥的长篇小说《新儿女英雄传》、刘白羽的短篇小说《早晨六点钟》、李季的长诗《王贵与李香香》、魏巍的散文《谁是最可爱的人》。1953年,《中国文学》正式以季刊的形式出版发行, 成为中国作家协会的对外刊物。随后, 对外译介了《白毛女》《阿Q正传》《结婚》《登记》《活人塘》《太阳照在桑干河上》等现当代作品。1963年9月,《中国文学》编辑部改为中国文学杂志社。“文化大革命”期间中译外事业再度进入低潮。

1978年12月, 党的十一届三中全会确定了对内改革、对外开放的基本国策, 对外宣传工作得到了党和国家的高度重视。1979年3月, 外文出版发行事业局恢复为国务院直属局, 业务上也由中央宣传部直接领导。面对改革开放对外宣传工作的新形势, 中宣部明确要求对外宣传要“真实地

1 国际新闻局在成立之初的主要任务包括: ①编写新闻及时性通讯稿并用外文向国外发布; ②以“外文出版社”名义出版毛泽东著作等政治书籍和有关中国革命经验的小册子; ③出版《人民中国》英文杂志; ④出版《人民中国报道》世界语杂志; ⑤管理在中国的外国记者; ⑥受中共中央宣传部的委托, 编译欧洲九国共产党情报局机关刊物《争取持久和平, 争取人民民主》周刊中文版(郭选, 1999: 639-640)。

(既不夸大也不缩小)、丰富多彩地(经济、政治、文化、人民生活、科学技术、文艺的以及中央的和地方的)、生动活泼地介绍我国情况。主要是宣传报道新中国”(郭选, 1999: 643)。在新形势下,《中国文学》的翻译出版也步入了黄金发展时期。《中国文学》当时的主编杨宪益 1981 年倡议出版“熊猫丛书”,丛书主要用英、法两种文字出版中国当代、现代和古代的优秀作品,也出版了少量的德、日等文版“熊猫丛书”。由于丛书的作用日益重要,1987 年 2 月国家成立人民文学出版社,继续承担《中国文学》杂志、“熊猫丛书”和中文文学书籍的出版、翻译与宣介工作。到 2000 年底,《中国文学》杂志停刊,“熊猫丛书”也近乎停止出版。此后,该丛书由外文出版社接手出版。至 2009 年底,该丛书共出版英文版图书 149 种,法文版图书 66 种,日文版图书 2 种,德文版图书 1 种及中英法日四文对照版 1 种,共计 200 余种,其中现当代小说多达 97 种(耿强, 2012: 2)。

随着改革开放政策的深入推进,要求了解中国、研究中国的人士逐渐增多,作为新中国国家形象重要载体的中国现当代文学,更是受到了前所未有的关注。事实上,自新中国成立以来,中国作家的创作热情空前高涨,尤其是改革开放以来,按照有关学者的论述,中国文坛经历了一次“井喷”,各种文学流派百花齐放、百家争鸣,涌现出“伤痕文学”“反思文学”“改革文学”“现代派文学”“寻根文学”“先锋文学”和“新写实文学”等不同流派。客观而论,这一时期成就了整个 20 世纪 80 年代中国文学的空前繁荣,而 90 年代仍然续写着中国文学的繁荣。进入 21 世纪以来,中国的文学景象更是让人目不暇接,在数字化和技术化手段的推动下,网络文学异军突起。

不言而喻,自改革开放以来,国内的文学生产迎来空前的发展与繁荣。中译外事业也迎来了前所未有的发展机遇。各种“走出去”的尝试与举措为中国文学在当代寻求“走出去”最优方案积累了宝贵经验。从 20 世纪 50 年代《中国文学》英文版与法文版的创刊以及外文出版社的成立,到 80 年代人民文学出版社的成立以及“熊猫丛书”的诞生,再到世纪之交“大中华文库”项目的设立,直至 21 世纪以来的一系列探索与尝试:2004 年,中国外文局“对外传播研究中心”创设;2006 年,《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》提出要抓好文化“走出去”重大工程;同年,文化部还制定了《文化建设“十一五”规划》,明确中华文化“走出去”战略;2008 年,中国人民大学宣布启动“国剧海外传播工程”;2009 年,国家汉办批准北京师范大学与俄克拉荷马大学孔子学院共同申请的“中国文学海

外传播”工程立项；2010年，中国作家协会启动“中国当代文学百部精品译介工程”；同年，全国哲学社会科学规划办公室批准设立“国家社会科学基金中华学术外译”项目，以及由北京外国语大学承办的“中国文化海外传播动态数据库”建设项目；2011年10月，党的十七届六中全会明确提出“组织对外翻译优秀学术成果和文化精品”；同年11月，《人民文学》推出英文版《路灯》(*Pathlight*)季刊，由20多位英美澳汉学家及中国学者领衔中国文学作品的外译；2013年11月，江苏省委宣传部、江苏省作家协会、江苏凤凰出版传媒股份有限公司、南京师范大学共同筹建的江苏文学翻译与研究中心成立，并于2014年4月推出英文期刊《中华人文》(*Chinese Arts and Letters*)，旨在向海外翻译推介中华文化优秀成果；2014年，由中宣部指导，文化部、国家新闻出版广电总局、中国作家协会等单位联合主办的“中国当代作品翻译工程”正式启动；2016年6月，“CCTSS中国当代文学海外译介推广平台”在北京启动；同年8月，“‘CCTSS—亚马逊’中国当代文学精品翻译合作项目”启动。此外，中国出版业还先后实施了经典中国国际出版工程、中国图书对外推广计划、中外图书互译计划、中国出版物国际营销渠道拓展工程、图书版权输出普遍奖励计划等八大工程，可以说，中国文学从未停止过试图“走出去”的努力与步伐。

然而，我们也注意到，在上述“走出去”的重要举措背后，主要是国家赞助出版发行的传播模式。按照杜博妮的说法：“三十多年来，中国的外文出版社是为政治目的而进行文学翻译的最典型例子。”(McDougall, 2011: 4)然而，耐人寻味的是，通过这些主流渠道主动译介的文学作品在国外图书市场却反响平平。英国新生代汉学家蓝诗玲(Julia Lovell)就曾指出：“‘中国文学作品不具阅读、出版价值’的偏见在从出版商到读者的整个英国图书行业大行其道。”(转引自刘亚猛、朱纯深, 2015: 10)这也间接地解释了，为什么整个20世纪，“中国全盘翻译的西方文史哲政法数理化等书将近10万册，但是西方完整翻译中国的书有多少册呢，不到500册”(王岳川, 2002: 9)。而新中国成立以后，从1950年到2000年，据中国作家协会李朝全的统计，中国当代文学作品在国外的译介出版也仅有1000余部。诚如陈晓明所言：“中国文学与世界当代文学的对话，不管是作家还是批评家，都隔膜得很可以了。”(陈晓明, 2015: 77)虽然他是站在中国文学对于当代世界文学的认知视角来评论的，但是中国文学，尤其是中国现当代文学缺席于当代世界文学殿堂，在世界文学话语场中一直

处于失语状态，却是不争的事实。

除此之外，哈佛大学王德威在接受访谈时还提到了一个更为严峻的现实：“就文学而言，现在（美国）主流的看法仍是：在《红楼梦》以后，中国文学还有什么好看的呢？……随着中国政治地理效应的提升，今日美国学术界的中国研究也受到进一步重视，在中国文学研究方面，对现当代的关注显然超过了中国古典文学。”（李凤亮，2011：93-94）这无疑是一种悖论式的反讽：世界急切地想要了解中国现当代文学，然而我们的文学一方面并没有实质性地“走出去”，另一方面还要面对目标读者的百般诘问与苛刻挑剔。

可以说，近代以来，中华文化逐渐从中心走向边缘，中国现当代文学也难以再续古典文学的传播力与影响力辉煌。在过去的六十多年间，“世界与中国共同见证了中国文学走向世界的每一次不懈尝试，以及这些尝试背后的种种现代性焦虑与文学复兴压力”（胡安江，2010：10）。

### 第二节 事实性歧视：中国文学海外传播现状分析

在谈及英、美两国对于翻译及翻译作品的态度时，英国学者芒迪（Jeremy Munday）有过这样一段发人深省的描述：

正如巴斯奈特指出的那样：这种精英主义态度不仅使翻译的价值大打折扣（因为它让人觉得译文永远也无法达到原文的高度，因此还不如去读原著），而且导致翻译地位的边缘化（译作仅为少数有能力比较源语和目标语，以及有能力赏析这种智力行为的精英分子而作）。甚至，这种态度在当下的英美仍然甚嚣尘上。譬如，人们常常劝阻那些在进入大学之前，甚至正在大学学习语言的学生通过译本获取知识；而且，鲜有大众读物被译成英语；同时，在英美的主流影院及主要的电视频道也较少播放带字幕的外国电影。（Munday，2012：47-48）

不仅如此，有学者还提到这样一个事实：“外文原本可以自由地在英国流通，但它们的译本却不能。譬如，大英博物馆允许将某些外国原著收进藏书目录，但其英文译本却遭到禁止。”（Merkle，2009：87）关于此，美国翻译理论家韦努蒂（Lawrence Venuti）曾从出版业的权力网络以及英语语言的强势地位等视角，深刻剖析了个中缘由。不过，他依然告诫读者要正视这样的事实：“源自20世纪初的出版惯例在很大程度上决定了我们的跨文化

交流形态。而且我相信，它也造成了自第二次世界大战以来英语译本产量惊人低下的现状。按照行业统计，目前这一数字仅占图书年总产量的2%多一点。”（Venuti, 2013 : 158）事实上，对于西方世界的这种歧视，王佐良先生早在20世纪80年代就曾经指出：

〔……〕西方的译者则不免仍受“欧洲中心论”的束缚，对于还未形成时尚的小国远地的文学是不大注意的。影响及于读书界，于是三四流的西方作品在中国也有人知，而第一流的中国作品就在英美的文学爱好者、研究者之间也寂无反响。这当中有其他原因，但西方不够重视翻译以及译品选择上的偏颇也是因素之一。（王佐良，1987 : 2）

毫无疑问，无论是文化势差、民族心理、文化心态，还是上述所谓的“精英主义”态度和“学院做派”，均不约而同地促成了以英、美为代表的英语世界对于翻译及翻译作品的事实性歧视。

那么，中国翻译文学，尤其是中国现当代文学作品在海外的译介现状到底如何呢？事实上，人们很容易为当下中国文学海外传播的表面浮华和虚假繁荣所迷惑，特别是在举国上下都在热议中国文学“走出去”的时候。然而，在2014年4月华东师范大学举办的“镜中之镜：中国当代文学及其译介研讨会”上，著名作家王安忆却指出：“有一种假象，好像全世界都爱我们，不是这样。”（转引自石剑峰，2014）根据王安忆的说法，尽管有那么多年的力推，但是西方读者对于中国文学的兴趣仍然是少而又少。这一说法，其实也可以从国家版权局截至2017年1月20日的版权统计数据中，得到间接的印证。

表 1-1 中国引进 / 输出图书版权量一览表（2008—2015 年）<sup>1</sup>

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
中国引进图书 版权量	美国	4011	4533	5284	4533	4944	5489	4840	4840
	英国	1754	1847	2429	2256	2581	2521	2655	2677
	法国	433	414	737	706	835	772	754	959
中国输出图书 版权量	美国	122	267	1147	766	1021	753	734	887
	英国	45	220	178	422	606	574	410	546
	法国	64	26	121	126	130	184	313	138

1 表 1-1 中的数据均出自中华人民共和国国家版权局官网截至 2017 年 1 月 20 日的统计结果。具体可参考：<http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/channels/9977.html>。[2018-07-11]

从表 1-1 来看, 中国的图书版权贸易逆差清晰可见。以 2015 年为例, 中国购买的美国图书版权总量多达 4840 种, 而美国购买的中国图书版权总量仅为 887 种。也就是说, 中国图书版权的输出仅占中美两国图书版权贸易总量的 15.48%。鉴于此, 有学者指出: “中西之间这种巨大的‘翻译赤字’经常被许多中国学者用来作为西方文化持续保持强势与霸权地位的证据。如何在西方强势文化和霸权话语面前维护文化自主权、文化特色和文化‘深度’已成为许多中国知识分子的敏感话题, 甚至是切肤之痛。”(Xie, 2008 : 26-27) 这一说法有些言过其实, 但“翻译赤字”却是我们必须直面的严峻现实。<sup>1</sup>

此外, 我们仅以美国罗切斯特大学 (University of Rochester) “百分之三”项目 (Three Percent)<sup>2</sup> 近十年的统计数据, 大致勾勒一下中国文学在美国市场的出版与传播图景, 由此管窥中国文学在海外的真实境遇。

表 1-2 美国翻译文学市场排名前三位的翻译语种及翻译数量 (2008—2017 年)

排名	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	法语 60	西班牙语 62	法语 60	法语 63	法语 68	法语 90	法语 107	法语 113	法语 115	法语 132
2	西班牙语 48	法语 54	西班牙语 52	西班牙语 50	西班牙语 58	西班牙语 71	德语 90	德语 74	西班牙语 97	西班牙语 117
3	德语 31	德语 31	德语 35	德语 39	德语 57	德语 58	西班牙语 64	西班牙语 71	德语 52	德语 46

1 近年来, 中国文学的“国际能见度”日益走高, 影响力也逐年提升。有数据显示, 与十年前的逆差数字相比, 中国引进输出比例结构已不断改善优化。在 2017 年的法兰克福国际书展上, 中国图书引进与输出比约为 1 : 1.5; 2017 年的北京图博会达成中外版权贸易协议 5262 项, 同比增长 4.9%, 其中各类版权输出与合作出版协议超 3200 项, 创历史新高, 同比增长 5.5%, 当代原创文学类别都排在输出前列。“2017 中国图书海外馆藏影响力报告”称: 中国当代文学成为海外馆藏最具优势的板块, 海外公共图书馆也已成为中国当代文学图书馆的购买、收藏的大户。党的十九大报告也指出: “文化自信得到彰显, 国家文化软实力和中华文化影响力大幅提升”。

2 “百分之三”项目创立于 2007 年, 项目名称源自下述市场数据: 每年在美国本土出版的翻译文学作品大约仅占文学作品全年出版总量的百分之三。该项目旨在对 2008 年以来首次在美国本土出版或出现的翻译文学作品做出全面而系统的统计数据。表 1-2 和表 1-3 所罗列的统计数据均来源于“百分之三”项目截至 2017 年 8 月 13 日的统计数据。详细数据可参见: Three Percent-Translation Database. <http://www.rochester.edu/College/translation/threepcent/index.php?s=database>. [2018-07-20]

表 1-3 翻译文学作品在美国图书市场的出版情况一览表（2008—2017 年）

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
译作年出版量	360	363	340	370	460	541	600	569	637	536
汉语译作年出版量	13	9	11	12	17	16	27	22	24	26
汉语译作占年译作出版量百分比	3.61%	2.48%	3.24%	3.24%	3.70%	2.96%	4.50%	3.87%	3.77%	4.85%

如表 1-2 所示，美国对于法语、西班牙语和德语文学作品的翻译数量稳居前三位，而汉语翻译文学则基本在第七至第十位间徘徊，2015 年后略有上升，但总体上并无大的突破。可以说，从翻译语种来看，汉语在美国翻译文学市场并不受青睐。而从表 1-3 来看，汉语翻译作品在美国图书市场的年译作出版总量中所占份额也一直徘徊在 3% 左右（2017 年占比较高的原因是因为译作出版总量的数据仅统计至 2017 年 8 月 13 日）。显而易见，汉语翻译作品在美国图书市场的表现应该就是在整个英语世界的缩影。这也基本应验了毕飞宇所言，“汉语作为小语种的命运格局，没有改变”（转引自石剑峰，2014）。

相关统计数据还显示：2008—2017 年十年间，中国文学作品在美国翻译出版共计 159 种，平均每年仅 14.45 种，其中又以小说和诗歌最受欢迎。此外，中国文学典籍作品 19 种，占比 12%，而中国现当代文学作品则有 140 种，占比 88%；这表明英语世界对于中国现当代文学或者说对于现代中国的关注度远高于他们对于中国古典文学和中国文学典籍的兴趣。再者，在英语世界所翻译的中文写作者中，中国内地作家 53 位（其中包括 4 位少数民族作家）、港台作家 18 位、海外写作者 7 位，其中中国内地作家约占 68%。

此外，统计数据还显示：西方世界系统性、持续从事中国文学英译的译者并不多。2008—2018 年十一年间，有过汉语文学英译经历的译者不下 80 位，但其中不止一部汉语文学译作出版的译者则仅有 10 人左右。如表 2-2 所示中国文学英译首屈一指的翻译家非葛浩文、林丽君（夫妇）（Howard Goldblatt & Sylvia Li-chun Lin）莫属，八年间有 17 部译作在美国出版发行，其次是美国汉学家陶忘机（John Balcom）以及英国翻译家韩斌（Nicky Harman），紧随其后的是美国翻译家罗鹏（Carlos Rojas）等人。尽

管上述译者对于汉语文学作品均有持续且具重点性的关注与翻译，然而一个尴尬的事实却是，他们在年龄上普遍偏大，葛浩文更是已年近八旬，汉语文学作品在西方世界的英译者队伍后续乏力。

再者，从出版商方面考察，数据显示：在美国图书市场出版较多翻译文学作品的出版商当中，对汉语文学作品拥有持续关注度的出版商也不多见。创立于2010年、专事翻译出版的Amazon Crossing在2008—2017年间也仅仅出版了10余部译自汉语的文学作品。此外，诸如New Directions、Knopf、Seagull Books、Penguin等较具影响的出版商，在这10年间出版的中国文学作品总数不到20种。除了专门出版诗歌译作的Zephyr Press有20余部汉语译诗集出版，对于中国（现代）诗歌的推介较具持续性以外，其他较大型出版商对于汉语文学作品的译介与推广，几乎都只是它们宏大出版蓝图当中的零星点缀而已。

正如葛浩文在《论巧妇与无米之炊：当代中国小说在西方的特点与展望》（“Of Silk Purses and Sows’ Ears: Features and Prospects of Contemporary Chinese Fictions in the West”）一文中所言：

中国文学翻译没有什么市场……翻译文学在美国并不看好……美国读者普遍对亚洲国家不了解也缺乏兴趣，中国大陆、台湾、香港的小说和诗歌很少能够吸引美国读者的兴趣。一些出版商会对某个健在的中国作家的某本书偶尔表现出兴趣，但是他们通常缺乏热情，也很少对译作进行市场营销。《纽约时报》书评夸张的溢美之词，封底性感的中国女人，或者“中国禁书”的标签，或许可以提升一点销售业绩，但也仅此而已。（Goldblatt, 2000 : 22）

这当然是十余年前中国翻译文学在西方图书市场的接受状况，而近年来随着中国在各方面的不断崛起，这种状况已经有了很大改观。不过，值得注意的是，作为文学多元系统重要组成部分的翻译文学在美国，乃至整个西方世界处于边缘地位，却也是不争的事实。可以说，中国翻译文学在英语世界，仍然处于弱势与边缘的地位。“中国文学所谓‘走出去’，需要相当长的时间，需要耐心，可能需要几十年时间。”（转引自石剑峰，2014）我们以为，这里所谓的“几十年时间”，无疑是出自极其乐观的理想主义情怀了。

# 中国文学走出去：传播力与影响力

传统的翻译研究对于翻译及翻译作品的关注主要集中在翻译过程中的文字转换环节，也就是翻译研究的语言学派所强调的“翻译转换”（translation shifts）层面。然而，众所周知，对于任何一种翻译行为的考量，不仅要考虑“翻译转换”这一过程本身，而且还须考虑翻译行为的“前世”与“来世”。按照本雅明（Walter Benjamin，1892—1940）的说法，翻译赋予了文学作品“来世”（afterlife）；而翻译作品在目标语境中能否拥有它的“来世”，能否实现其经典化了的文学史与文化史地位，则在很大程度上取决于译本的流通、传播与接受状况。因此，从传播学的相关视角考察中国文学走出去，也就显得尤为重要。

### 第一节 拉斯韦尔“5W传播模式”

1948年，被誉为传播学奠基人之一的美国学者哈罗德·拉斯韦尔（Harold D. Lasswell，1902—1978）发表《社会传播的结构与功能》（“The Structure and Function of Communication in Society”）一文。在这篇影响深远的论文当中，他提出了脍炙人口的“5W传播模式”，最早以建立模型的方法对人类社会的传播活动进行了分析。在该文的开篇，拉斯韦尔即提出了他的“5W传播模式”，他认为：“一种描述传播活动的便捷方式就是回答下述问题：谁（Who）、说了什么（Says What）、通过什么渠道（In Which Channel）、说给谁听（To Whom）、产生什么效果（With What Effect?）。”（Lasswell，2007：216）在此基础上，他又进一步提出了针对“谁”的控制分析（control analysis）、针对“说了什么”的内容分析（content analysis）、针对“通过什么渠道”的媒介分析（media analysis）、针对“说给谁听”的受众分析（audience analysis）以及针对“产生什么效果”的效果分析（effect analysis），共五种有关传播活动的研究类别。

具体而论，“谁”指的是传播者，在传播过程中承担着信息收集、加工与传递的任务，传播者既可以是个人，也可以是集体或专门机构。“说什么”指的是传播内容，它是由有意义符号组成的信息组合，符号包括语言符号与非语言符号。“渠道”是信息传递必须经过的中介或势必借助的物质载体，可以是诸如电话、信件等人际媒介，也可以是报纸、电视、广播等大众传播媒介。“对谁”指的是传播受众，如听众、读者、观众等，它是传播的最终对象和目的地。“效果”指的是信息到达受众后在其认知情感、行为各层面所引起的反应，即对信息的接受情况，它是检验传播活动是否成功的重要尺度（郭建斌、吴飞，2005：116-125）。

尽管作为政治学家的拉斯韦尔所提出的“5W 传播模式”被许多研究者认为仅仅是“政治传播的宣传模式”“具有明显的热战背景和冷战背景，其首要关怀是宣传、说服、舆论、民意测验、媒介内容、受众分析和短期效果……其研究对象是宣传、广告和媒体效果，其服务对象是现存的政治体制和商业体制”（何道宽，2008：1）。甚至有学者认为，《社会传播的结构与功能》一文实际上是“传播学的冷战宣言”，而并非“传播学的独立宣言”（高海波，2009：8）。但是，作为一种研究传播活动的有效模型，“5W 传播模式”对于作为一种跨语言、跨文化传播行为的翻译活动的研究，特别是多元文化语境下的中国文学走出去研究，却有着多方面的启示意义。

如果将支撑这一传播模式的五大要素迁移到对于翻译活动的研究当中，可以说，Who 指传播主体，也就是翻译活动最直接的承担者，即译者，以及翻译活动的决策者，即赞助人系统；Says What 指传播内容，即源本与译本；In Which Channel 指传播路径，即译本通过何种媒介向外流通与扩散；To Whom 指传播受众，即译本的目标读者；而 With What Effect 指传播效果，即译本在受众中的接受度与影响力。

拉斯韦尔曾指出：“任何传播过程都可经由两大参照系做出检验：结构和功能。”（Lasswell，2007：216）翻译行为自然也不例外。关于结构，翻译行为具有“传播主体—传播内容—传播途径—传播受众—传播效果”的完整结构链条<sup>1</sup>；而关于功能，拉斯韦尔认为，社会传播具有三

1 传统的翻译研究更多关注译本的生产环节，强调对传播主体与传播内容的研究，而对拉斯韦尔该结构链条上的传播途径、传播受众以及传播效果的关注较少，甚至长期以来严重忽视此三者的重要作用。事实上，对于翻译行为的探讨以及翻译文本的关注，不仅要考察译前环节与生产过程，更要将重心放在对翻译文本的流通、传播与接受环节的考察上。换言之，研究者若要考察一个翻译文本的文本旅行过程，就需要对它的前世、今生和来世（即本雅明所谓的 afterlife）进行全方位的把握。

种功能：守望环境（the surveillance of the environment）、协调社会（the correlation of the parts of society in responding to the environment）、传承文化（the transmission of the social heritage from one generation to the next）。对于翻译行为，“传承文化”无疑是其最显著的功能，尤其是具体到多元文化语境下中国文化的“走出去”战略，这一功能显得格外突出。从2003年12月胡锦涛在全国宣传思想工作会议上首次提出文化产业领域的“走出去”战略开始，到2004年9月党的十六届四中全会通过的《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》中提出的“推动中华文化更好地走向世界，提高国际影响力”，再到2007年10月党的十七大报告强调的“加强对外文化交流，吸收各国优秀文明成果，增强中华文化国际影响力”；直至2011年7月胡锦涛在庆祝中国共产党成立90周年大会上的讲话中进一步强调的“要着眼于推动中华文化走向世界，形成与我国国际地位相对称的文化软实力，提高中华文化国际影响力”等一系列国家层面的倡议与举措，提高中华文化的国际影响力，并由此增强国家的文化软实力，无疑正是我国实施文化“走出去”战略的内涵与实质。而在推进这一文化战略的过程当中，由于语言与文化的天然屏障，翻译无疑成为传承中华文化与重塑中国形象的核心要素之一。

那么，在我们不断寻求“走出去”的进程中，尤其是具体到中国文学的“走出去”进程，作为核心要素之一的翻译，是否充分发挥和实现了其“传承文化”的功能呢？所谓“传承”，亦即传递和承继；唯有不断加强文学向外传播的广度与深度，才有可能形成持续有效的影响力，也才有可能完成中国文学在他国的延续与新生。从此角度出发，考察翻译对于文化传承的功能，事实上也就是考察译本的传播力与影响力。

## 第二节 中国文学海外传播力研究

有关中国文学海外传播力的考察，至少应当包括两方面的考量，即传播的广度和深度。从广度上来看，一方面，根据“2015中国图书世界馆藏影响力调查报告”<sup>1</sup>，截至2014年，进入到全球图书馆系统的中文图书总

1 “中国图书世界馆藏影响力调查报告”由《中国出版传媒商报》主办，2015年度报告的数据来源与往年相同，基础数据为OCLC（Online Computer Library Center）的WORLDCAT全世界图书馆联机书目数据，并以日本的CiNii数据库数据为补充，以弥补OCLC数据偏重欧洲及北美地区的不足。2015年度报告检索中文图书的出版时间是2014年1月至12月，检索对象为中国大陆地区近600家出版社出版的所有中文图书。——参见：“2015中国图书世界馆藏影响力调查报告”发布·中国新闻网·<http://www.chinanews.com/cul/2015/08-27/7493471.shtml>。(2015-08-27) [2016-08-18]

品种达到 46 359 种，比 2013 年的 37 640 种净增加 8719 种，总品种增长比例接近 20%。此外，出版社也比 2013 年的 516 家增加 5 家，达到 521 家，意味着中国大陆出版机构的馆藏国际影响力已初步形成；另一方面，根据国家版权局的统计数据，近年来我国的图书版权输出结构不断得到优化，对美、英、德、法、俄、加、新、日、韩等重点发达国家的版权输出总量增长迅速。<sup>1</sup>可以说从大数据方面来看，中国文学在海外的辐射网络已初具规模，其在海外的传播具有一定的广度。然而我们也必须认识到，传播广度并不代表实际的传播效度。具体而言，首先，囊括于上述数据内的文学作品均为中文版本；其次，囊括于上述数据内的图书馆也多为大学图书馆等学术性、研究性机构，因此它们所指向的读者群体必然是学习或者研究汉语和中国文学的专业读者，而非占据更大多数的普通读者群体。所以，尽管中国文学的海外传播形成了一定的广度，但还只是大数据层面的广，而非实际效度层面的广。是否真正形成了效度，则需进一步考察传播的深度。

在当前的世界文化语境中，中国文学海外传播的深度必然与其译本紧密相关。而衡量译本的传播深度，则需考察与译本相关联的读者群体，译本的读者群体越庞大，其传播才越有可能深入。根据英国学者哈蒂姆（Basil Hatim）的观点，读者类型按照其关注重点可划分为三类：1. 关注语符者（semiotic concerns）；2. 关注语用者（pragmatic concerns）；3. 关注体制及传播者（institutional-communicative concerns）（Hatim, 2001: 169-170）。如果将这一分类标准与中国文学海外传播的实际相结合，诚如有论者所指

1 根据国家版权局的统计数据，2004—2014 年间，我国对主要发达国家的图书版权输出，总量不断增加，结构不断优化。具体如下：2004 年，美国 14、英国 16、德国 20、法国 4、俄罗斯 0、加拿大 0、新加坡 30、日本 22、韩国 114；2005 年，美国 16、英国 74、德国 9、法国 7、俄罗斯 6、加拿大 0、新加坡 43、日本 15、韩国 304；2006 年，美国 2050、英国 147、德国 66、法国 104、俄罗斯 14、加拿大 66、新加坡 25、日本 47、韩国 116；2007 年，无统计数据；2008 年，美国 122、英国 45、德国 96、法国 64、俄罗斯 115、加拿大 29、新加坡 127、日本 56、韩国 303；2009 年，美国 267、英国 220、德国 173、法国 26、俄罗斯 54、加拿大 10、新加坡 60、日本 101、韩国 253；2010 年，美国 1147、英国 178、德国 120、法国 121、俄罗斯 11、加拿大 88、新加坡 375、日本 214、韩国 360；2011 年，美国 766、英国 422、德国 127、法国 126、俄罗斯 40、加拿大 15、新加坡 131、日本 161、韩国 446；2012 年，美国 1021、英国 606、德国 352、法国 130、俄罗斯 104、加拿大 104、新加坡 173、日本 401、韩国 282；2013 年，美国 753、英国 574、德国 328、法国 184、俄罗斯 124、加拿大 46、新加坡 171、日本 292、韩国 656；2014 年，美国 734、英国 410、德国 304、法国 313、俄罗斯 177、加拿大 67、新加坡 248、日本 346、韩国 623。——参见：中华人民共和国国家版权局·版权统计。http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/channels/6468.html。[2016-08-18]

出的，中国文学外译的读者群体同样可以划分为三类：“第一类是专业读者和研究者……第二类是受过一定教育的、对文学感兴趣的普通读者；第三类是对中国怀有浓厚兴趣的人士，渴望了解中国的历史、文化、政治和经济等方面的情况。”（耿强，2010：124）概括地讲，即是译本的专业读者、大众读者与兴趣读者。诚然，中国文学，特别是中国古典文学，在西方学院派，即专业读者群体中，占有一席之地；然而，中国现当代文学在西方世界，尤其是在人数最为广泛的大众读者群体中长期处于失语状态，却也是不争的事实。而造成这一“失语”状态的最直接原因，就是从事中国文学翻译的译者数量极为有限，进而导致中国文学作品的译本数量与出版数量也极为有限。

在“汉学家文学翻译国际研讨会”<sup>1</sup>上，许多从事中国文学翻译的译者都曾直言不讳地谈到这一困境。例如，俄罗斯翻译家罗季奥诺夫（Alexey Rodionov）谈到，俄罗斯最近16年参与中国新时期文学翻译工作的翻译家仅有43人。德国翻译家郝慕天（Martina Ulrike Hasse）指出，在德国翻译中文文学的人并不多，总共可能不到15个人。此外她还谈到，比较各国文学在德国市场的表现，中国文学作品在德国图书市场远远不足。以2011年为例，仅有8部<sup>2</sup>中国文学作品被译介到德国。瑞典翻译家陈安娜（Anna Gustafsson Chen）提到，每年瑞典出版的从中文翻译过来的书也就是2到4本。意大利鸵鸟出版社中国当代文学顾问米塔（Maria Rita Masci）指出，意大利拥有2700家出版社，而其中出版过中国小说的仅有15家左右，比例显然是微乎其微，出版中国小说似乎是偶然的事情。

谈及中国文学在日本的传播情况时，日本学者饭塚容（Iizuka Yutori）指出：“日本的中国文学作品出版可以看到这四种倾向：在中国国内被禁止发行的作品；有着过激性描写的作品；以诺贝尔文学奖为主的文学奖获得者（或候补者）的作品；部分中国电影的原作。这些翻译出版都是零

1 “汉学家文学翻译国际研讨会”由中国作家协会主办，从2010年起每两年举办一次。第一届大会于2010年8月在北京召开，会议主题为“中国文学翻译经验与建议”；第二届大会于2012年8月在北京召开，会议主题为“全球视角下的中国文学翻译”；第三届大会于2014年8月在北京召开，会议主题为“解读中国故事”；第四届大会于2016年8月在长春召开，会议主题为“与中国文学携手同行”。

2 8部作品分别为：虹影的长篇小说《上海王》、藏族作家阿来的中篇小说《遥远的温泉》、廖奕武的《为了一首歌和一百首歌：来自中国监狱见证》《没有敌人，也没有仇恨》、王家新的诗集《哥得兰岛上的黄昏》、张爱玲的中篇小说《金锁记》，以及香港作家陈冠中的长篇小说《盛世：中国，2013年》和台湾作家恩佐的漫画小说《一年甲班34号》。（郝慕天，2012：157）

散的、缺乏系统性的。”（饭塚容，2012：23）不仅仅是在日本，到目前为止，中国文学在各国的译介与传播情况也都大抵如此。中国文学，尤其是现当代文学在海外的传播多是零散的、偶然性的、缺少整体统筹的，因而也是不具传播深度的。

### 第三节 中国文学海外影响力研究

探讨中国文学海外传播的影响力，亦即研究译本的读者接受状况。作为接受理论奠基人之一的沃尔夫冈·伊瑟尔（Wolfgang Iser，1926—2007）认为：“作品的意义只有在阅读过程中才能产生，它是作品和读者相互作用的产物。在接受的过程中，读者使得作品的内容现实化。”（Iser，1987：97）而同样作为该理论创始人之一的汉斯·罗伯特·姚斯（Hans Robert Jauss，1921—1997）也提出：

读者本身就是一种历史的能动构成。文学作品的历史生命如果没有接受者的积极参与是不可想象的。因为只有通过读者的阅读过程，作品才能进入一种连续变化的经验视野之中。（Jauss，1989：43）

可以说，离开了读者受众，作品的传播与影响也就无从谈起。

具体到中国文学海外传播的探讨，自20世纪50年代伊始，中国文学就开始不断地进行着海外传播的种种艰难尝试，上至国家机构，下至出版社与译者，都为此付出了艰苦卓绝的努力。然而，我们的文学如果只是向外译介了，却无法在读者接受的层面有所作为，那么按照谢天振的说法，“脱离了读者接受的翻译就只是一堆废纸，毫无价值可言，因为只有读者的接受中文学翻译才能实现其文学交流的目的，并产生它的影响和作用”（谢天振，2013：127）。

实际上，有关中国文学外译接受度与影响力的研究早已有之。只是，传统的研究往往偏向于专业读者群体的考察，并且通常以图书的出版发行量与销售量作为衡量标准，似乎专业读者群体的认可度越高，纸质书籍的发行与销售量越高，就越可以反映出文学作品在海外的影响力。然而，伴随着文化的不断进步，阅读早已不是只属于一部分专业读者的特权行为，取而代之的是不断扩大的普通大众读者群体；并且，伴随着电子消费时代的迅猛发展，网络电子阅读也在悄然侵蚀着传统纸质图书的阅读市场。我们有理由相信，大众电子阅读的时代正在离我们越来越近。

基于此，拟借助英语世界的著名图书网站 Goodreads 和 Amazon，以

大众读者为考察对象，通过统计数据的分析与比较，更为切实地探讨中国文学的海外影响力问题。

### 一、数据统计

首先，以 Goodreads 为统计对象。该网站类似于一家大型的网络读书社交平台，同时也是迄今为止全球最大的在线读书俱乐部。Goodreads 的注册用户目前已突破 1 000 万，并且还在持续增长，同时该网站每月的独立访客也高达 2 200 万，其中包括大量的非注册用户。Goodreads 的网站设计完美地融合了用户的个人阅读体验，在给予用户良好阅读氛围的同时，也激发了用户彼此间的阅读讨论。当用户创建个人账号之后，网站会即时显示最新的活动列表，包括书评、回复、想要阅读的书单等。此外，用户也可以通过搜索，发现大量的“长尾”<sup>1</sup> 书籍。根据目前的统计数据，Goodreads 用户阅读过、正在阅读或想要阅读的书目总量超过 3.6 亿本，这一庞大的数据基础对于我们的影响力研究无疑意义重大。

在 Goodreads 网站上，评级指标可以在一定程度上直观反映读者个人对于某部作品的关注度、喜爱度及总体评价，进而也可以综合反映出某部作品在读者群体中的影响力。因此，我们以读者评级为依据，选取平均评级相对较高且综合参评人数较多的中国文学作品英译本，罗列如下：

表 2-1 Goodreads 中较具影响力的中国文学作品英译本一览表<sup>2</sup>

序号	书名	作者	译者	出版社	平均评级 <sup>3</sup>	参评人数
1	孙子兵法 <i>The Art of War</i>	孙子 Sun Tzu	Thomas Cleary	Shambhala Publications	3.95	179 138
2	道德经 <i>Tao Te Ching</i>	老子 Lao Tzu	Gia-Fu Feng 等	Vintage	4.31	74 425

1 “长尾”（The Long Tail）这一概念是由《连线》杂志主编 Chris Anderson 在 2004 年 10 月的“长尾”一文中最早提出，用来描述诸如亚马逊和 Netflix 之类网站的商业和经济模式。简单地说，所谓“长尾理论”是指，只要产品的存储和流通的渠道足够大，需求不旺或销量不佳的产品所共同占据的市场份额可以和那些少数热销产品所占据的市场份额相匹敌甚至更大，即众多小市场汇聚成可产生与主流相匹敌的市场能量。也就是说，企业的销售量不在于传统需求曲线上那个代表“畅销商品”的头部，而是那条代表“冷门商品”经常为人遗忘的长尾。参见：长尾理论。https://baike.baidu.com/item/长尾理论/1002?fr=aladdin. [2018-01-18]

2 数据参见：“Popular Chinese Literature Books.” Goodreads. https://www.goodreads.com/shelf/show/chinese-literature. [2016-09-18]

3 Goodreads 的平均评级分为五等，5.0 为最高评级。

(续表)

序号	书名	作者	译者	出版社	平均 评级	参评 人数
3	三体 <i>The Three-Body Problem</i>	刘慈欣 Liu Cixin	Ken Liu	Tor Books	3.97	22 629
4	论语 <i>The Analects</i>	孔子 Confucius	C. Lau	Penguin Books	3.82	11 905
5	西游记 <i>Monkey: The Journey to the West</i>	吴承恩 Wu Cheng'en	Arthur Waley	Grove Press	4.06	4 474
6	上海宝贝 <i>Shanghai Baby</i>	卫慧 Wei Hui	Bruce Humes	Robinson	3.21	3 480
7	红高粱家族 <i>Red Sorghum</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Penguin Books	3.73	3 250
8	活着 <i>To Live</i>	余华 Yu Hua	Michael Berry	Anchor	4.17	2 548
9	红楼梦 <i>The Dream of the Red Chamber</i>	曹雪芹 Cao Xueqin	Chi-chen Wang	Anchor	4.1	2 487
10	三国演义 <i>Three Kingdoms</i>	罗贯中 Luo Guanzhong	Moss Roberts	Foreign Languages Press	4.38	2 474
11	狼图腾 <i>Wolf Totem</i>	姜戎 Jiang Rong	Howard Goldblatt	Penguin Press	3.97	2 303
12	生死疲劳 <i>Life and Death are Wearing Me Out</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	3.93	2 132
13	丰乳肥臀 <i>Big Breasts and Wide Hips</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	3.69	1 523
14	妻妾成群 <i>Raise the Red Lantern</i>	苏童 Su Tong	Michael S. Duke	William Morrow	3.73	1 432
15	天堂蒜薹之歌 <i>The Garlic Ballads</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	3.68	1 424
16	倾城之恋 <i>Love in a Fallen City</i>	张爱玲 Eileen Chang	Karen S. Kingsbury	NYRB Classics	3.89	1 174

(续表)

序号	书名	作者	译者	出版社	平均 评级	参评 人数
17	水浒传 <i>Outlaws of the Marsh</i>	施耐庵 Shi Nai'an	Sidney Shapiro	Foreign Languages Press	4.11	1 072
18	许三观卖血记 <i>Chronicle of a Blood Merchant</i>	余华 Yu Hua	Andrew Jones	Anchor	3.94	954
19	聊斋志异 <i>Strange Tales from a Chinese Studio</i>	蒲松龄 Pu Songling	John Minford	Penguin Classics	4.09	881
20	骆驼祥子 <i>Rickshaw Boy</i>	老舍 Lao She	Howard Goldblatt	Harper Perennial	3.71	829

(注：表中所列作品，不包括港澳台作家作品及华裔作家作品)

从表中可以看出，上述 20 部中国文学作品中，古典文学作品 8 部，占 40%，现当代文学作品则占 60%。而在所译介的 12 位现当代作家中，仅莫言和余华有两部及以上作品在目标读者中具有较好的文学口碑。

其次，以 Amazon（美国）为统计对象。Amazon 是世界上销售量最大的网上书店，它所提供的 310 万册图书，比全球任何一家实体书店的存书量都要高出 15 倍以上。该网站拥有庞大的用户群体，其星级评级，尤其是读者评论，同样可以从一定程度上综合反映出文学作品在该区域的影响力。

表 2-2 Amazon 中较具影响力的中国文学作品英译本一览表<sup>1</sup>

序号	书名	作者	译者	出版社	星级 评级 <sup>2</sup>	参评 人数
1	三体 <i>The Three-Body Problem</i>	刘慈欣 Liu Cixin	Ken Liu	Tor Books	4.2	1 001
2	道德经 <i>Tao Te Ching</i>	老子 Lao Tzu	D. C. Lau	Penguin Classics	4.3	724

1 数据参见：“Bestselling Chinese Literature”. Amazon. [https://www.amazon.com/s/ref=sr\\_pg\\_2?rh=n%3A283155%2Cn%3A17%2Cp\\_20%3AEnglish%2Ck%3AChinese-literature&page=2&sort=salesrank&keywords=chinese-literature&unfiltered=1&ie=UTF8&qid=1474272826](https://www.amazon.com/s/ref=sr_pg_2?rh=n%3A283155%2Cn%3A17%2Cp_20%3AEnglish%2Ck%3AChinese-literature&page=2&sort=salesrank&keywords=chinese-literature&unfiltered=1&ie=UTF8&qid=1474272826). [2016-09-19]

2 Amazon 的星级评级同样分为五等，5.0 为最高评级。

(续表)

序号	书名	作者	译者	出版社	星级 评级	参评 人数
3	解密 <i>Decoded</i>	麦家 Mai Jia	Olivia Milburn & Christopher Payne	Farrar, Straus and Giroux	3.8	150
4	生死疲劳 <i>Life and Death are Wearing Me Out</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	4.0	112
5	十个词汇里的中国 <i>China in Ten Words</i>	余华 Yu Hua	Allan H. Barr	Vintage	4.6	88
6	上海宝贝 <i>Shanghai Baby</i>	卫慧 Wei Hui	Bruce Humes	Robinson	2.6	88
7	西游记 <i>Monkey: The Journey to the West</i>	吴承恩 Wu Cheng'en	Arthur Waley	Grove Press	4.5	82
8	红高粱家族 <i>Red Sorghum</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Penguin Books	3.7	76
9	天堂蒜薹之歌 <i>The Garlic Ballads</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	3.7	75
10	活着 <i>To Live</i>	余华 Yu Hua	Michael Berry	Anchor	4.5	69
11	丰乳肥臀 <i>Big Breasts and Wide Hips</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	3.2	54
12	寒山诗 <i>The Collected Songs of Cold Mountain</i>	寒山 Cold Mountain	Red Pine	Copper Canyon Press	4.7	40
13	师傅越来越幽默 <i>Shifu, You'll Do Anything for a Laugh</i>	莫言 Mo Yan	Howard Goldblatt	Arcade Publishing	4.2	40
14	红楼梦 <i>The Story of the Stone</i>	曹雪芹 Cao Xueqin	David Hawkes	Penguin Classics	4.4	39
15	论语 <i>The Analects</i>	孔子 Confucius	Raymond Dawson	Oxford University Press	4.6	30
16	聊斋志异 <i>Strange Tales from a Chinese Studio</i>	蒲松龄 Pu Songling	John Minford	Penguin Classics	4.7	28