

# “中国文化走出去”背景下陶瓷文化创意产业翻译研究

孙静艺 王伦

(景德镇陶瓷大学 江西景德镇 333403)

摘要: 陶瓷文化创意产业是一种新兴产业, 融合了陶瓷文化与陶瓷创意产业。从事陶瓷文化创意产业翻译的译者要综合考虑翻译的目的和受众, 采用合适的翻译策略, 实现陶瓷信息的有效传递, 促进陶瓷文化创意产业发展和中国陶瓷文化域外传播。

关键词: 陶瓷文化; 文化创意产业; 翻译; 策略

## 1 引言

陶瓷是古代中国劳动人民的伟大发明之一, 陶瓷文化在中国已经有数千年的发展史, 对中国乃至全世界人民的生活水平和艺术水平的提高产生了极大的推动作用。近年来, 通过将创意融入陶瓷文化, 逐渐出现了陶瓷文化创意产业。陶瓷文化创意产业是一种新兴产业, 能源消耗低, 附加值高, 主要致力于陶瓷文化和创意产品的生产及服务的提供<sup>[1]</sup>。大力发展陶瓷文化创意产业, 必须以陶瓷为载体, 文化为基石, 创意为灵魂, 必须以满足人民物质、精神和审美需求为根本目的<sup>[2]</sup>。从本质上讲, 陶瓷文化创意产业是基于创意的陶瓷文化产业化。作为一种存在巨大发展潜能的新型产业类型, 陶瓷文化创意产业必将为中国陶瓷文化的传承与创新、为促进中国陶瓷经济的发展做出重大贡献。

## 2 “中国文化走出去”

2000年10月, 党的十五届五中全会上首次提出了“文化走出去”战略。而后在2004年和2005年, 国家对“文化走出去”战略进行了解释, 即加强中外文化交流, 扩大对外文化贸易, 吸收外国有益文化, 促进中华文化走向世界。随后, 文化部出台的《文化建设“十一五”规划》(2006-2010)提出, 要在未来五至十年内, 推动实施“中华文化走出去战略”。“中华文化走出去战略”的实施目的就是要逐步改变中国文化产品的对外贸易逆差, 建立以中国文化为主体的对外文化开放新格局。

概括来说, 中国文化主要包括两个方面的内容: 一方面, 是指中国文化自诞生以来延续不断的中国传统文化; 另一方面是指从外国传入的, 尤其是近代以来传入中国的, 经过理论和实践检验并本土化了的马克思主义文化<sup>[3]</sup>。这两方面的文化在中国相互交织、互相融合, 最终形成了具有中国特色的社会主义文化。

“文化走出去”战略旨在通过多种形式的对外文化交流, 促进中国文化在世界舞台上的国际竞争力, 从而使中国能够主动参与国际文化的对话与交流。战略的实质是让世界了解中国的价值观念和思想观念, 传播中国“和而不同、求同存异”的伟大胸襟。通过中国文化产品或中国故事的国际推广, 使世界能够提升对中国文化的认知, 从而提升中国的大国形象和文化软实力。

“文化走出去”战略内涵丰富, 它不仅要将中国有形文化符号, 如语言、书法、绘画、音乐、戏剧等传播出去, 而且还要将中国无形文化, 如历史、传统、价值观、生活习惯等传播出去, 让更多的国家了解中国, 从而拓宽与中国的文化往来<sup>[4]</sup>。

## 3 陶瓷文化创意产业

澳大利亚1994年提出“创意之国”的口号之后, 1997年, 英国首次提出了“创意产业”(creative industry)这一术语。当时的英国首相布莱尔建立了创意产业特别工作组, 指导英国创意产业的发展。这个特别工作组于1998年和2001年发布了两次《创意产业图

录报告》, 报告中将创意产业定义为: “源于个体创意、技巧及才干, 通过知识产权的生成与利用, 有潜力地创造财富和就业机会的产业”<sup>[5]</sup>。在工业经济向知识经济转型的时期, 创意产业是新的主导产业, 当今主要发达国家都在竞相大力发展创意产业, 将创意产业作为产业发展的重要趋势<sup>[6]</sup>。创意产业的发展离不开人类知识的进步和创意的开发, 创意产业是当今极具潜力的新型产业, 能够为国民经济带来巨大的经济效益, 能够为世界经济的高速发展提供强劲的动力。

英国提出创意产业概念之后, 世界上很多国家, 尤其是发达国家, 结合本国文化特点提出了自己的创意产业发展计划, 推动本国创意产业的发展。美国学者理查德·佛罗里达(Richard Florid)调研了美国各大城市创意产业的发展状况, 于2010年出版了《创意阶层的崛起》一书。荷兰蒂尔堡大学教授汉斯·莫马斯(Hans Mommaas)提出了荷兰文化创意产业集群发展的策略。受到西方国家文化创意产业发展的影响, 日本和韩国也开始发展文化创意产业, 日本着力发展自己的动漫产业, 而韩国则大力发展影视和游戏产业<sup>[6]</sup>。从2002年开始, 我国的文化创意产业逐渐兴起, 政府出台了相关政策, 并提供了发展文化创意产业的广阔市场, 并为文化创意产业人才提供了很多便利条件。

随着社会和经济的进步, 传统的制瓷业发展遇到了瓶颈, 已经不能满足人们对陶瓷的多样化需求。因此, 要把制瓷业与文化创意相结合, 生产出能够满足当代社会需求的陶瓷产品, 从而为当代制瓷业带来更高的产品价值和经济利益。陶瓷文化创意产业逐渐成为经济增长的新亮点, 成为社会资本积累的强大助推剂。以景德镇为例, 在政府大力建设“景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区”的背景之下, 陶瓷文化创意产业发展迅速, 在景德镇经济中占据了重要地位, 对景德镇的经济发展贡献率逐年提高<sup>[6]</sup>。近年来, 景德镇涌现出一大批知名的陶瓷文化创意产业, 如陶溪川文化创意产业园、建国陶瓷文化创意产业园、御窑厂国家考古公园、珠山市创业园、御窑景巷文化街区、乐天创意集市、三宝陶艺村、名坊园、真如堂、法蓝瓷、九段烧等, 这些陶瓷文化创意产业创造了一大批陶瓷创意产品和品牌, 吸引了国内外众多游客, 大力弘扬了中国陶瓷文化, 促进了文化创意产业的发展, 并为其他地区的文化创意产业发展提供了借鉴和参照。

## 4 “中国文化走出去”背景下的陶瓷文化创意产业翻译

### 4.1 “中国文化走出去”背景下的翻译要求

当前, 我国正在大力推行“文化走出去”战略, 在这一战略的指引下, 各行各业, 尤其是文化创意产业, 要大力弘扬中华文化, 促进中国文化的域外传播。作为国际间文化传播的媒介, 译者在“文化走出去”战略中起着举足轻重的作用。我国有越来越多的译者开始从事文化翻译活动、从事中华文化外译。关于文化翻译的著作和

研讨会越来越多,我国关于文化翻译的理论和实践研究逐渐趋于成熟。

陶瓷起源于中国,陶瓷文化是中国的特色文化之一。中国陶瓷产品和陶瓷艺术在世界上享有很高的声誉,中国陶瓷为世界陶瓷的发展和进步起到了至关重要的作用。然而,目前在世界上很多地方,尤其是在外国普通民众当中,尽管他们在使用中国瓷器,但对中国瓷器中的文化知识和人文精神知之甚少,中国陶瓷文化在外国的传播效果和传播效力明显不足,因此译者要担当起传播中国陶瓷文化的重任,成为促进中外陶瓷文化交流的使者。

#### 4.2 “中国文化走出去”背景下陶瓷文化创意产业翻译策略

陶瓷文化创意产业翻译融合了陶瓷翻译、文化翻译、产业翻译等三个方面的内容,涉及领域广,翻译要求高,属于特殊行业的专业翻译。目前国内关于文化创意产业翻译的专著和论文不多,其中最为突出的是北京第二外国语学院吕和发、周剑波、许庆欣合著的《文化创意产业翻译研究》(2011),书中对文化创意产业翻译进行了分类,是目前比较客观的关于文化创意产业翻译的分类标准。该书指出,文化创意产业可以分为三类:与行业相关的专业翻译、管理经营翻译、产业化营销翻译<sup>[7]</sup>。根据吕和发教授的分类标准,结合陶瓷文化创意产业的特点,可以将陶瓷文化创意产业翻译分为两大类:陶瓷文化创意产业专业翻译、陶瓷文化创意产业营销翻译。

##### 4.2.1 陶瓷文化创意产业专业翻译

陶瓷文化创意产业的专业翻译是关于陶瓷的专业化翻译,主要包括陶瓷术语翻译、陶瓷艺术翻译、陶瓷景观翻译、陶瓷科技翻译、陶瓷文献翻译等几个方面。总之,陶瓷文化创意产业的专业翻译涉及到陶瓷文化的诸多方面,与中国陶瓷文化息息相关,是以翻译为媒介传播中国陶瓷文化的重要方式。

陶瓷文化创意产业的专业翻译不仅要求译者的翻译水平要高,能够胜任文化翻译的要求,更要求译者熟悉中国传统文化和陶瓷文化。译者同时还要善于发现陶瓷中文化元素,要具备较高的跨文化交流能力,要能够胜任中国陶瓷文化域外传播的重任。对于此类翻译,建议译者以功能主义目的论作为翻译策略,将“中国陶瓷文化走出去”作为翻译目的。在这一翻译目的的指引下,译者在大多数情况下要采用直译的方法,因为直译能够尽可能地保留原文的信息,能够将源语中的中国陶瓷文化信息原汁原味地传达给目的语受众。如果在翻译过程中,直译一些中国文化信息会给目的语读者带来理解困难,可以适时辅以注释的翻译方法,译者根据篇幅情况,或在文中注释,或在文末注释。此外,如果译者遇到某些中国特色文化术语,在西方语境中没有对应词,也可以采用音译的方法。

##### 4.2.2 陶瓷文化创意产业营销翻译

陶瓷文化创意产业营销翻译能够通过译者的翻译活动,为翻译委托方带来经济效益。此类翻译既要注重陶瓷文化信息的传播,又要注重经营收益。陶瓷文化创意产业营销翻译一般包括陶瓷文化旅游翻译、陶瓷贸易翻译、陶瓷拍卖会翻译、陶瓷会展翻译等几个方面。

陶瓷文化创意产业营销翻译由于其经营性特点,更多地会涉及到口译活动。口译活动强调翻译的即时性和快速性,因此,译者除了应该具备基本的连续传译和同声传译能力之外,还要有较强的沟通交流能力、谈判能力、团队协作能力,因为译者是经营活动顺利完成的重要一环。

以陶瓷文化旅游翻译为例,译者不仅要掌握陶瓷制作和欣赏的

基本知识,还要熟悉中国的历史和文化知识。译者的译文要易于外国游客理解和接受。只有这样,外国游客才会乐于接受中国陶瓷文化,外国游客才会在回国后成为中国陶瓷文化的传播者,才会使更多的外国游客来到中国了解中国陶瓷文化。这样,通过陶瓷文化旅游翻译,不仅提高了我国的文化旅游收入,而且通过译者的中介作用,在外国游客中形成了中国陶瓷文化传播链条。陶瓷贸易翻译和陶瓷拍卖会翻译中的即时性和实效性更加显著,作为交易双方的重要媒介,译者要有快速反应能力和较高的思辨能力,译者要保证交易活动不能中断,此外,由于贸易和拍卖会经常涉及到数据,译者在翻译的时候一定要仔细认真,确保在翻译中准确无误地传递数据。陶瓷会展翻译主要包括陶瓷展会翻译和陶瓷博览会翻译两个方面。陶瓷展会和陶瓷博览会是传播中国陶瓷文化的重要平台,能够提高展品的艺术和经济价值,推动陶瓷产品的国际交流,促进更过陶瓷产品走出国门。近二十年来,很多陶艺家在国际场合举办陶瓷艺术展览;每年10月,景德镇举办国际陶瓷博览会,已经连续举办了17届。在陶瓷会展翻译中,译者既要关注陶瓷展会和博览会中的陶瓷文化信息,又要通过翻译促进展会和博览会的成功交易。由于展会或博览会都会提供图片或实物,因此译者没有必要将源语一一译出,译文要简洁易懂。因为展品众多,译者要在最短的时间内让观展者了解某个展品或产品的关键信息,迅速抓住观展者的注意力,突出展品或产品的特性,实现展会或博览会的经济收益。

## 5 结论

在“中国文化走出去”战略实施背景下,文化创意产业的发展越来越受到重视。作为新兴产业,文化创意产业在促进国民经济发展中的作用越来越突出。翻译作为跨文化沟通的桥梁,在促进世界经济文化交流中的作用越来越大。陶瓷文化创意产业翻译是促进中国陶瓷文化和中国陶瓷文化创意产业走向世界的重要媒介,译者应该综合利用多种翻译策略,实现陶瓷文化创意产业的营销目的,同时推动中国陶瓷文化走出国门。

## 参考文献:

- [1]刘瑶.景德镇陶瓷文化创意产业发展研究[D].景德镇陶瓷学院,2011.
  - [2]邓保生.加快发展陶瓷文化创意产业[N].学习时报,2012-8-6(10).
  - [3]杨利英.新时期中国文化“走出去”战略的意义[J].人民论坛,2014,(23):186-188.
  - [4]卢宇荣,黄小敏.江西省文化创意产业发展对策研究[J].江西金融职工大学学报,2010,(6):75-78.
  - [5]万洁,陈小青,王彬.景德镇陶瓷文化创意产业发展政策研究[J].黑龙江对外经贸,2009,(2):82-84.
  - [6]熊易龙.景德镇陶瓷文化创意产业发展对策研究[D].南昌大学,2019.
  - [7]吕和发,周剑波,许庆欣.文化创意产业翻译研究[M].北京:外文出版社,2011.
- [作者简介]孙静艺(1977-),女,汉族,河南邓州人,硕士,景德镇陶瓷大学副教授,研究方向:翻译、陶瓷文化传播。  
王伦(1977-),男,汉族,河北保定人,硕士,景德镇陶瓷大学副教授,研究方向:外语教学、陶瓷文化传播。  
基金项目:本文是2019年江西省社会科学规划项目《陶瓷文化创意产业分类及翻译研究》的研究成果,编号:19YY15。