

何惧西天万里遥

——《西游记》在英美的传播研究

王 镇 / 著



人 民 出 版 社



何惧西天万里遥

——《西游记》在英美的传播研究

王 镇 / 著



人 民 出 版 社

责任编辑：刘 畅

装帧设计：周方亚

图书在版编目（CIP）数据

何惧西天万里遥：西游记在英美的传播研究 / 王镇 著. —北京：

人民出版社，2019.5

ISBN 978-7-01-020281-5

I. ①何… II. ①王… III. ①《西游记》研究 IV. ①I207.414

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 004510 号

何惧西天万里遥

HEJUXITIANWANLIYAO

——《西游记》在英美的传播研究

王 镇 著

人民出版社 出版发行

（100706 北京市东城区隆福寺街 99 号）

中煤（北京）印务有限公司印刷 新华书店经销

2019 年 5 月第 1 版 2019 年 5 月北京第 1 次印刷

开本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16 印张：21

字数：253 千字

ISBN 978-7-01-020281-5 定价：59.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话（010）65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书，如有印制质量问题，我社负责调换。

服务电话：（010）65250042

2017 江苏省社会科学基金项目：“《西游记》在英美的传播研究”

（批准号：17WWB006）



序

若干年前的中国古代小说学术研讨会上，通常位列论文目录最后一行的海外传播状况“综述”都是亮点，无论是“……在英美”还是“……在日韩”。《西游记》尤甚。很好理解，都说我们的名著已经是世界文化财富，那我们自然希望把头伸出窗口，看它在全球的文化版图上究竟走了多远。又记得2006年，北京奥运会吉祥物评选揭晓之前，美国《国家地理》预测孙悟空可能入选，于是派记者纽曼——一位五十多岁的女士来中国采访。那次我和她交谈了大约3个小时，在回答完她的问题之后，我也毫不犹豫地反客为主，问了她许多关于《西游记》的问题，比如“普通的美国人了解《西游记》吗？”“美国的书店里能看到出售的《西游记》吗？”“美国人更喜欢《西游记》的哪个版本？”等等。以我的交流水平而言，似乎只能问出这些问题，但看得出来么，这其实是一种更真切的关心。

时至今日，对中国古代小说名著在海外传播状



况的跟踪，已经跨出了由“综述”向“研究”进化的途程，其地位也由各种学术研讨会的点缀升格为具有独立学术身份的著作。开先河者，疑即王镇老师的新著《何惧西天万里遥——〈西游记〉在英美的传播研究》。

跨文化之间的交流基本可以视同自然现象，只要有进化的落差，就会有文化元素的流淌，但要在交流中形成现象级亮点，则需要一些特定的条件。比如四大名著在海外都有传播，但传播的范围和深度显然不同，《三国演义》贴近历史，对中国人尤其是对读书人有一种特殊的吸引力，但对于欧美人来说，列国纷争，诸侯争霸的背景完全是阅读障碍。又比如《平山冷燕》《玉娇梨》和《好逑传》一类，在中国都属于寻常读物，但仅仅是由于被歌德瞄了一眼，就成了中国小说传播出去的经典。这是两方面的例证。

就各方面条件论，得天时、地利、人和者，非《西游记》莫属，拥有外国读者最多，潜在影响力最大。就题材而言，佛教与基督教都是成熟的宗教，有相似的结构、仪式和传播方式，所以唐僧在英文《西游记》里被称为“圣僧”；就主题而言，取经的初心、对理想的坚持，无论哪种文化都可以理解，所以英文《西游记》也很轻松地找到了一个对应词“历险”；就文学语言而言，二元的“神魔”体系几乎通行全球，毫无障碍，所以美国人也能改编《西游记》，还和日本人一样，弄点唐僧谈恋爱的噱头。这些，都给“《西游记》在英美的传播”课题提供了广阔的空间和丰富

的内容。

“一带一路”概念的提出，显然进一步拓宽了我们审察《西游记》文化意义的视野，开掘了《西游记》跨文化交流的意义，使之成为了国家推进对外交流战略的有力抓手。除了纯粹学术方面的意义之外，西游文化传播及其研究的事业显然能更多开拓文化交流中的话语权和文化产业的美好前景，更能为国家培养一批学贯中西、有志担当，能承担起新时代文化学者历史使命的青年学者，王镇老师就是有望跻身其中的一员。他接受了严格而良好的专业教育和学术熏陶，长期从事英美文学和翻译的教学研究，在学术上颇有建树，从他最近几年主持和参与的“西游学”课题来看，他基本上已经形成了一个相对完整、融会贯通、自成一体的学术体系，希望这能帮助他早日成长为“西游文化走出去”事业的有力推动者。

前面说过，我的印象中目前国内对《西游记》在英美的跨文化传播基本上还处于介绍阶段，还没有立足于广泛视野，可以从传播学的角度学术性地阐述《西游记》在英美的传播特点和跨文化交流价值的成果，而这本《〈西游记〉在英美的传播研究》的出现足以弥补这份遗憾。该书讨论的问题涉及训诂学、译介学、比较文学、传播学、文化学、接受美学、跨文化交流等领域，以传播学的核心学说为依据，全面探讨百余年来《西游记》在英美的演变，并着力分析《西游记》的英美本土化这个重要问题。其中通过翔实的文献梳理和事例分析，重在摸索《西游记》在英美传



播中“为什么”“怎么办”“向何处去”的解决方案，难能可贵的是，它借此创造性地提出“缘合”的译介和非译介策略、“西游知识共同体”的概念以及《西游记》“传播之链”的发展路径等，其中有不少“干货”，值得一读。

王镇老师走在了前面，作为他的学术同人，我们由衷高兴，但也希望王镇老师看到，从本书出版之日起，挑战就会接踵而至，任重道远，不断努力，方得学术精髓。

蔡铁鹰

2018年12月

目 录



Contents

序	蔡铁鹰 001
绪 论	001
第一节 《西游记》在英美传播的研究意义	001
第二节 《西游记》在英美传播的国内外研究现状	009
第三节 本书的研究框架	019
第一章 《西游记》在英美的译本传播	023
第一节 片段译介的“概”	024
第二节 章节译介的“简”	030
第三节 全文译介的“详”	034
第四节 译介传播的特点	038
第二章 《西游记》现代改写本在英美的传播	067
第一节 猴王故事的现代阐释	068
第二节 改写本的传播焦点	089



第三章 《西游记》在英美的非文本传播	107
第一节 影视传播	109
第二节 舞台传播	115
第三节 动漫传播	127
第四节 网络传播	132
第五节 非文本传播的特点	136
第四章 《西游记》在英美传播的要素评析	157
第一节 传播目的的定位	159
第二节 传播作者的互动	168
第三节 传播内容的过滤	177
第四节 传播媒介的催化	185
第五节 传播受众的干预	194
第六节 传播效果的评估	221
第五章 《西游记》在英美的“传播之链”的构建	231
第一节 《西游记》中文本的传播价值	234
第二节 《西游记》“缘合”译介的传播意义	263
第三节 《西游记》非译介的传播影响	276
第四节 《西游记》文化体的传播景观	295
结 语	310
参考文献	315
后 记	327

绪 论

第一节 《西游记》在英美传播的研究意义

名列中国四大古典名著之一的《西游记》不仅誉满中国，在海外也广为流传，声望日隆，难怪法国巴黎大学比较文学教授艾提昂伯勒曾经（Rene Etiemble）感言道：“没有读过《西游记》的欧洲人就像没有读过托尔斯泰和陀思妥耶夫斯基的作品一样，不能妄谈世界的小说。”^① 西游故事是凭借《西游记》各种早期版本和外译本传播到异国他乡的，而《西游记》走进英美最早始于 1895 年，此后的百余年间，数十名英籍、美籍以及华裔汉学家先后推出丰富多样的译本，“《西游记》英译本有 64 个版本，其中以 1942 年汉学家亚瑟·韦利的选译本《猴》影响最大，曾由不同的出版社再版 22 次。亚瑟·韦利忠于原著，文笔流畅，使《西游记》中孙悟空、猪八戒、唐僧、沙僧等人物形象在英语世界广为人知”，^② 并由此建立起一个

① 何锡章：《幻象世界中的文化与人生——〈西游记〉》，昆明：云南人民出版社 1999 年，第 246 页。

② 何明星：《〈西游记〉的漫漫“西游”路》，《人民日报》（海外版）2016 年 5 月 19 日第 9 版。



相当庞大的读者群。更令人侧目的是，自 20 世纪下半叶后，种类繁多的《西游记》文本和非文本作品呈雨后春笋之势，在英美的译介、文学、文艺、网络等领域开创了一个美轮美奂的西游世界，并打造出一个风靡全球的中国文化符号和品牌。

传播是“人与人之间，人与他们所属的群体、组织和社会之间，递过有意义的符号（语言符号或非语言符号）所进行的信息传递、接受和反馈的总称”，^①旨在传递一切符号（包括印刷符号、语音和动作等）“背后的含义”，^②即传播作者想表达的真实意思。这从范畴和流程上规定了传播的广义性、复合性和包容性，点明传播不仅要考虑“传”（即传递）的问题，而且要思量“受”（即接受）的作用，“传”与“受”是传播的自有之义，在单个传播过程中是一来一回、两相交织、相辅相成的，接受未必作用于传播的每个符号、每个变化、每个时刻和每个环节，但离开接受的传播显然是毫无意义的，也是不可能成功的。毕竟，《西游记》在英美的传播源头即汉学译者也是中文原本和英美文化的双重接受者，他们接受什么才能传播什么，他们的传播内容取决于接受内容，而传播目的、传播语境和传播受众等决定了英文版《西游记》研究的概念和范畴在本质上不同于中文版《西游记》。既然英美社会这一文化共同体依据迥异于中国的哲学、宗教、思想、礼仪和衣食住行等文化规范和体系来理解、认同和传播《西游记》，那么《西游记》在流传中的异化和变形即是情理之中。所以，要考察《西游记》在英美的传播，就不能忽视传播目的、传播作者、传播内容、传播媒介、传

① 杨秉捷主编：《传播学基础知识》，北京：中国财政经济出版社 1994 年，第 2 页。

② [美] 威尔伯·施拉姆、[美] 威廉·波特著，何道宽译：《传播学概论》（第二版），北京：中国人民大学出版社 2010 年，第 4 页。

播受众等综合要素的角色和作用,甚至用“英美本土化”传播来概括也不为过。对《西游记》在英美的“本土化”传播的探讨无疑弥补了传播学和接受美学之间的环节性空白,实现了二者之间的整合和平衡,并以全新的文艺研究视野和研究方法拓宽了一部文学经典的研究范畴,从而为国内外《西游记》研究带来了一股新的推动力。

从传播学角度来看,任何完整的文学或文化活动要想在异乡别国功成名遂,必然要借助各种传播要素,经历“传”与“受”的过程,也可以简单而直接地用“受”的传播效果来衡量。具体而言,一部作品要实现域外传播,首先需要传播作者等根据传播目的和原文底本选择并勾勒出传播内容,接受并重组他们认为有价值的信息,方才借助传播媒介进入传送环节。只有传播受众读懂表面意义背后的含义即传播作者的真正意思,双方才能产生适切的共鸣,达到“视域融合”的传播效果,该作品才会受到反馈、重视和推广,并在反馈环节上转入下一个生产、传送、接受和反馈的循环,从而保证该作品能吐故纳新,生命长存。如果缺少共鸣或只有单个循环,它往往会丧失传播效果,很快销声匿迹。在作品的每个单循环发展的过程中,“传”可以简单概括为传播的生产环节和传送环节,“受”则可以基本描述为传播的接受环节和反馈环节。当然,每个环节也并非绝对排他的,比如,生产环节就含有传播作者的接受因素,而反馈环节也带有传播受众的传送因素,如此的复杂性加强了各环节的关联性和各传播要素的共生性,使它们自然构成一个连续的功能整体,并在两大知识共同体之间展开跨文化对话和协商,充分彰显传播的意义和价值。

既然传播目的、传播作者、传播内容、传播受众、传播媒介和传播效果等各个传播要素覆盖了一部作品在域外流传的全部环节,能评判该作品的成功与失败,揭示不同知识共同体和文化共同



体的异同，反观该作品的发展环节和影响因素，甚至预测它在域外的动向和未来，并探析“为什么”“怎么办”“向何处去”等问题，那么，从传播的维度探究《西游记》在英美的译介、文学和文化等领域的表现和本质，有助于扩大跨文化研究视野，并以之为纽带把相关知识有机串联起来，厘清该作品在域外流传的演变机制，这也是本书研究的重要依据。因此，本研究拟从传播学的视角出发，结合接受美学的相关理论，通过描述和总结《西游记》在英美的传播状况和特点，揭示“英美本土化”传播流程中的必然和结果，并透视《西游记》在英美的传播要素，以探讨和推演《西游记》在英美的“传播之链”的构建。

毋庸置疑，《西游记》能在英美流传至今，显然是“传”与“受”圆满合体的结果，而“传”的根源与核心就是琳琅满目的译文和译本，这些译作引发了大众的共鸣并广为接受，是《西游记》在英美产生历史生命的源头，是《西游记》扎根英美的根本。由于《西游记》的原著世界与英美读者的经验世界大相径庭，差异性、未定性和陌生性接踵而生，原作者、译者、英语读者的思维、期待、审美、想象、理解等天差地别，这种结构性的失衡和矛盾只能依靠各方的“视域融合”才能建立新的平衡，所以，从传播角度研究《西游记》在英美的演变自然就标明《西游记》首先作为“为重新传递和接受而再度创作”的文学译介而存在，这种“再度创作”的译介绝不是简单比对的纯话语转换活动，而是传播作者结合自身和传播受众的接受能力所权衡而成的传播内容重构，是“选择并加工后”的产品，是各传播要素接力的跨文化结晶。西方式的逻辑性分析和微观优先的思维从根本上决定了英美传播作者习惯于把美猴王的行动和历险视作个体化的个人英雄主义加以传播，而不会像中国传播作者那样倾向于把孙猴子定位成服务于取经大义集体主义精神的象征。因

而，当《西游记》最初以译介形式进入英美世界时，它实际上传播的已不再是中国人熟悉的文本，而是汉学译者为迎合英美“期待视野”所变形后的产物，即一个满足英语传播语境并具有鲜明英美文化气质的作品群。这个译作群是传播要素综合作用的成果，不仅选取和保留了英美民众欣赏的异域风情和人文话题，而且成为深度译介和非译介活动的生成性母体，促使《西游记》的传播出现“由译到创”的局面，在最大限度上发挥了传播的社会功能，进而在译介、文艺、网络等领域演绎出一个精彩纷呈的西游世界，带来了更多的快乐，的确，“《西游记》的乐趣比其他任何一本书都要多”。^①

《西游记》在英美世界的主要传播内容包括文本形式（如译本及现代改写本等）和非文本形式（如影视剧、舞台剧、动漫、音乐、网游等），它们中每个作品的产生都意味着一次意义的重新传播，一种连续性变化，即一次“传”与“受”的单循环过程，这种服务于“英美本土化”的传播最早产生于译介领域，接着扩散到所有文本和非文本形式，彻底重塑了《西游记》在英美的本质和趋向。这样，这种变形体现在语言、内容、形式、题材、主题、意义等多方面，在“传”与“受”之间担当起必不可少的转换和桥梁作用，并始终贯穿于各个作品的传播过程中，目标直指传播受众，以满足传播受众的需求，接受他们的反馈。因此，只要厘清了各个传播要素的角色和作用，就能把握住《西游记》在英美世界流变的脉搏，而“英美本土化”传播几乎涉及《西游记》文本和非文本形式的每个符号、每个对象、每个特点、每个变化、每个环节、每个阶段等，涵盖了《西游记》在英美演变的历时性进程，像一股无形的推动力

① D. E. Pollard. "Review", *Bulletin of the School of Oriental and African Studies*, University of London, Vol. 46, No. 1, 1983: 180.



促成了《西游记》作品在英美的薪火相继，于不知不觉中迎来一个又一个高潮。所以，“英美本土化”传播是英文版《西游记》研究中一个值得深究的课题，是挖掘和领悟“中国文化走出去”的有效手段。

当然，在英美传播语境下，不同的时代需要和传播因素造就了各异的《西游记》文本和非文本形式，它们通常都有各自的传播目的、传播作者、传播内容、传播媒介、传播受众和传播效果等，这些传播要素总体上呈相辅相成之势并反作用于《西游记》的传播，推进其在英美的嬗变和发展。这种发展趋势不仅见证了《西游记》译介的全面开花，也推动了英美世界对译介进行改编和创作的一个个热潮，这也是衡量《西游记》是否成功的绝对指标。从历时性上看，《西游记》在英美世界的传播大致经历了三个历史时期：译介传播期（1895—1941）、译介+研究传播期（1942—1976）和文化传播期（1977年至今）。最早从1895年开始，以美籍在华传教士吴板桥（Samuel I. Woodbridge）仅有16页的片段译文 *The Golden - Horned Dragon King; or, The Emperor's Visit to the Spirit World* 为标志，《西游记》译介主要以片段选译或章节择译的方式走进英美社会，但这些译作的传播受众集中于汉学界，传播内容和范围极其狭窄，导致传播效果一般。从1942年英国汉学家阿瑟·韦利（Arthur Waley）推出 *Monkey*（《猴》）起，《西游记》传播的范围不再仅仅局限于翻译领域，而是同时拓展进学术圈，在范畴、形式、规模、程度上都有起色，《西游记》进入了译介和研究并重的传播期。在这一时期，《猴》走向市场，走向民间，走向各色传播受众，为《西游记》译介进入主流出版界提供了经典样板，也为学术研究铺平了道路。《猴》于1961年被收入象征英语世界文学标准的“企鹅丛书”（*Penguin Classics*），表明《西游记》译作开始符合英语文学认

定的标准性与标识性。紧接着,《猴》又被其他欧洲各国转译成波兰语、丹麦语、德语、法语、捷克语、罗马尼亚语、瑞典语、匈牙利语、西班牙语、意大利语等,显示出不凡的传播效果,也使该译本成为世界文学史上一块难以磨灭的里程碑。同期,《西游记》的译介与研究齐头并进,交相辉映,以1970年英国汉学家杜德桥(Glen Dudbridge)出版的论著《十六世纪中国小说〈西游记〉前身考》(*The Hsi-yu chi: A Study of Antecedents to the Sixteenth-Century Chinese Novel*)为标志,独具西方特色的《西游记》研究的论文和专著在英语世界发表或出版,与《西游记》的大规模传播相得益彰。从1977年开始到现在,随着全球翻译界的“文化转向”思潮、席卷全球的文化浪潮、多媒体普及和信息化应用等风起云涌,西方学界开始“向东看”并从《西游记》的儒释道思想中领会到一些文化滋养和精神慰藉,于是《西游记》的传播迎合着跨文化交流的热点需求,配合英美的文化嬗变,在英美世界的传播效果得到突破性提高。也是在这一时期,《西游记》两大英语全译本面世,《西游记》首次得以向英美世界进行完整、全面的展示,其文化价值和传播意义得到整体性阐释和彰显,对社会宣传、学术探索、理论建树和文艺创作等起到了扩张声势的作用。同期,《西游记》的各种文本和非文本形式,即改编的影视剧、动画片、舞台剧、音乐、网络游戏等艺术作品屡见不鲜,传播内容的数量和质量等大幅提高,传播受众呈几何级增长,撬动了整个红火的《西游记》文化市场。由《西游记》译介衍生出的美国现代小说《孙行者》(*Tripmaster Monkey: His Fake Book*)、《格瑞佛:一个美国猴王在中国》(*Griever: An American Monkey King in China*)、电影《失落的帝国》(*The Lost Empire*)、电影《功夫之王》(*The Forbidden Kingdom*)、音乐剧《美猴王:西游记》(*Monkey: Journey to the West*)等皆在英美世界大获