

從古籍譯註看文化「下海」

● 張 覺

回想幾年前，文人紛紛「下海」而棄文經商，連教授也去賣燒餅了。我則有點「書生氣十足」，捨不得丟掉從事多年的學術研究而去擺地攤。我當時研究的是古漢語語法、訓詁之類，但學術論文的發表談何容易！而論文發表不出來，談何「經濟效益」與「社會效益」！隨着學術論文所受到的冷遇，我不能不轉向了。當然，我並未棄文經商，而是使自己的學術研究去迎合社會、市場的需要。所以也可以說，是讓自己的學術研究「下海」；或者說，讓文化「下海」。

這一戰略性轉移果然有效。在「出書難」的年代裏，我的《韓非子導讀》、《商君書·韓非子》（點校）、《白話搜神記》、《韓非子全譯》、《商君書全譯》、《吳越春秋全譯》、《〈論語〉〈孟子〉精華譯評》、《荀子譯註》等相繼順利出版。雖然我個人所得的經濟回報不甚可觀，但從讀者的來信中可以看出，社會效果還是不錯的。

當然，讓文化「下海」並不只是我的個人行為。我的戰略性轉移之所以能大見成效，實在得力於出版界的「下海」大潮。縱覽當今大陸出版界，對於古籍譯註本的出版可謂趨之若

鶩。即以搞大型古籍今譯叢書的情況來看，起步較早的岳麓書社的「古典名著今譯讀本叢書」已出書二十多種；吉林文史出版社的「中國古代名著今譯叢書」也已出版近二十種；三秦出版社的「中國傳統文化叢書」已出版兩輯，出版古籍譯、註本十六種；中國書店的「先秦諸子白話全譯叢書」已出書八種；巴蜀書社的「中國古代哲學名著全譯叢書」已出書五種；遼寧古籍出版社的「白話精評歷代紀事本末」叢書將歷代紀事本末十一種譯成了白話；北京廣播學院出版社出版了十三經與諸子的「評析本白話」系列，使原有的《十三經註疏》與《諸子集成》有了配套的白話本。規模最大、影響最廣的要算是貴州人民出版社推出的「中國歷代名著全譯叢書」，該叢書第一批五十種已基本出齊，而第二批五十種又上馬了，該社還另外推出了中國歷史名著的全譯叢書，已出版了《史記全譯》與《三國志全譯》。古籍譯註本的出版大潮如此洶湧澎湃，就連一些老牌的、第一流的古籍出版機構也不由得轉身投入這股大潮之中。像中華書局將原有的不成套的古籍譯註本納入「中國古典名

著譯註叢書」重新推出，上海古籍出版社也推出了「中華古籍譯註叢書」以迎頭趕上。以上這些還只是大致羅列了一些大型的古籍譯註叢書的出版情況，至於一些未搞成叢書的古籍譯註本的出版，更是難以一一羅列。如改革出版社推出的文白對照本《資治通鑒》，湖南師範大學出版社出版的《〈三國志〉今註今譯》等等均是其例。從古籍本身考察，有些古籍名著如《史記》、《資治通鑒》、四書、五經等，都有多種今譯本問世。出版《史記》全譯本的就有北京、湖南、貴州、寧夏、陝西等多家出版社；《資治通鑒》的今譯本除貴州出版外，在北京竟有三家出版社競相出版；四書五經的今譯本，北京、上海、吉林、河南、江西、湖南、貴州等地都出版過，而其中的《論語》、《孟子》、《詩經》的今譯版本出得更多。

出版界如此熱衷於古籍名著譯註本的出版，完全打破了全國一盤棋的計劃模式，它顯然不是出於一種主觀的安排，而是出於一種市場的刺激。由於中國古代文化具有無窮的魅力，而大部分的讀者又缺乏相應的閱讀古籍能力，為了全面地了解中國古代文化，讀者們迫切需要古籍今譯本作為憑藉，於是古籍今譯本的銷售便出現了火爆的勢頭。像貴州出版的古代名著全譯本，每種印數多在三萬以上，有些全譯本已重印了一二十萬冊。其影響之大、獲利之多是不言而喻的。

由此可見，出版社要取得較好的社會與經濟效益，不能不適應市場的需要；而個人的學術研究要具有較好的社會效益與經濟效益，也得適應文化市場的需要。學術研究只有適應了市場的需要，才有強大的生命力；文化只有「下海」，才得以繁榮。或者

說，文化產品的生產必須考慮到它的商品屬性，才能受到社會的歡迎而不斷得到發展。所以，認識文化的商品屬性，增強文化生產的商品意識，使文化「下海」，恐怕是社會主義市場經濟體制確立後繁榮文化的必經之路。

但是，文化紛紛「下海」，也難免魚龍混雜、泥沙俱下。前幾年，就有人對古典名著劣質全譯本提出非議。有人甚至說：「今譯出，古籍亡，文化滅。」此言雖危言聳聽，但也可見其後果之嚴重。1994年，國家新聞出版署組織專家學者抽查了九家出版社的九種古籍今譯本，結果發現這些書的平均差錯率（指錯譯）竟高達萬分之六點三，新聞出版署不得不宣布其為不合格產品^①，上述的某些今譯本即在其列。誠然，仔細看看這些被國家新聞出版署列為不合格產品的古籍譯本，主要的問題恐怕不在於作者的水平，而在於他們沒有擺正文化與商品的位置。這些出版社，往往商品意識較濃，文化意識較淡薄；對市場需求較留意，對學術要求較大意。他們往往為了迎合市場的需要，就請個專家作主編，拉一大批能較快完稿的人員趕稿子，以求盡快搶佔市場。據我的切身體會，古籍譯註如果沒有相當的功底與查考的時間是無法圓滿完成的。當然，對於那些編寫者的功底，我們無從知道。但從人之常情而論，由於他們本來就不是甚麼名人，所以也就不必太珍惜自己的名聲；而時間又那麼緊，所以也無暇去查看很多的文獻；更何況有主編把關，所以也就加快生產而不顧質量了。至於主編呢，他的腦子畢竟不及圖書館，而且他的時間與精力也不可能讓他去從容地查閱各種文獻資料來修改編寫者趕出來的「粗」稿。至於出版社呢，反正

有主編把關，也就從速讓這些「粗」稿下廠印刷了。結果這些不合格的產品就問世了。

當然，無論誰，錯誤在所難免，要緊的是應該從中吸取教訓，以免重犯。這裏的教訓是甚麼呢？依我看，主要的還是要端正對文化「下海」的認識。

文化產品具有商品屬性，所以可以而且也應該「下海」。但歸根結底，它畢竟是文化，而不是一般商品，所以不能將它完全商品化。因此，文化產品的生產必須遵循它自己的生產規律，而不能完全等同於一般商品的生產。拿古籍譯註來說，其質量主要取決於初稿。如果初稿的作者沒有下大功夫而質量不過關，那麼即使有再高明的主編或審校者也無濟於事。因為主編與審校者不可能像譯註者那樣去認真查閱各種書籍以推敲修改原稿（如果真是仔細地去查閱大量書籍，他們將花大量的時間與精力，那還不如他們自己去寫了）。所以，我對「主編」古籍譯註一向持有異議。回顧一下文獻研究史與出版史，古籍譯註從來只有「譯註者」而並無甚麼「編者」。即使是集體之作，如台灣的《白話史記》，也只是一種「六十教授合譯」的產品，而不是某人主編的成果。這種「主編」古籍譯註的生產方式，實在是近年來大陸文化「下海」中的「新生事物」。對新生事物，當然不宜過於貶斥，但對此我卻不敢恭維。這類書似乎北京出版較多而上海則少見，這恐怕也是「京派」文化與「海派」文化的差異吧。但這種差異卻實在與原來的「京派」、「海派」的內涵大異其趣。「京派」原來重考據的嚴謹學風似乎被這商品意識甚濃的「主編」譯註之風颳走了，於是也就削弱了人們對京版書的信心。這當然也勢必影響到

這些產品的商品價值，從而使其銷售受到影響，這恐怕不能不說是文化「下海」後應避免的負效應吧。所以，在古籍今譯熱的浪潮中，有人透過其出書繁榮的表象，看到了古籍研究中的學術性衰落，道出「今譯出，文化滅」的箴言，也實在是值得我們深思的啊。

古籍譯註如此，其他文化產品的生產恐怕也不會例外，只有合乎其生產規律的科學生產才能製造出合格的文化產品。如果將它們當作一般商品那樣，不顧其自身的特點，一味搞「流水線」、「大生產」，恐怕只會造成其表面上的繁榮而實際上的衰落。文化產品之所以具有商品屬性，就在於它是一種合乎文化規範的產品。如果它被一味地商品化而成為一種不合文化規範的產品時，也就會成為一種不合格產品而喪失它的商品價值。所以，我們應該強調的是：要重視文化的商品屬性，但不能將它完全商品化而使它喪失了文化規範。喪失了文化規範的「文化」就不是真正的文化，它也必將喪失它應有的商品屬性。文化應該「下海」，但決不能讓它被海浪淹沒。它應該像海上的燈塔那樣，永遠屹立在海浪之中射出那永不迷失方向的文明之光。

註釋

① 詳情可參看國家古籍整理出版規劃小組辦公室編的《古籍整理出版情況簡報》，1994年第9期；及新聞出版署主辦的1994年9月出版的《新聞出版報》。

張 覺 1949年生，復旦大學文學碩士。著作有《韓非子全譯》等，並在海內外刊物上發表文章多篇。