

少数民族史诗典籍对外传播效果：问题与对策^{*}

——以苗族史诗英译本为例

张玲

河南大学外国语学院，开封

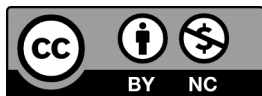
摘要 | 本文探讨了少数民族史诗典籍在海外传播中面临的挑战，并提出了一系列可行性对策。通过采用拉斯韦尔的“5W”传播理论，本研究以苗族史诗为例，深入分析了翻译主体、内容选择、传播渠道、目标受众及接受效果等方面的问题。发现当前少数民族史诗典籍对外传播主要存在外译选材不均、译本学术性与文学性失衡、重出版轻传播的倾向以及传播方式在视觉文化时代的滞后性等问题。针对这些问题，文章提出了遴选传播内容、扩大传播受众、整合传播渠道以及加强官方与民间合作等对策，旨在提升少数民族史诗典籍的国际影响力，促进中外文化交流。

关键词 | 少数民族史诗典籍；对外传播；“5W”传播理论；苗族史诗；文化交流

Copyright © 2024 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



一、引言

少数民族史诗典籍“体现了我国少数民族独特的物质文化和精神文化，蕴含丰富而多样的人文智慧”（梁真惠、李熠莘，2023：42）。在对外讲好中国故事的背景下，少数民族史诗典籍作为中华文化典籍的重要组成部分，其对外传播工作是落实习近平总书记关于“加强和改进国际传播工作”重要讲话精神（2021）、贯彻好文化自信的重要一环。然而，当前很多少数民族史诗典籍在海外的传播效果不尽如人意，对外传播工作仍面临着诸多问题和挑战。本文拟采用拉斯韦尔“5W”传播理论，以

苗族史诗为例，对少数民族史诗对外传播工作中面临的问题进行分析，并在此基础上提出一些具体的可行性对策，从而为民族史诗典籍的译介、出版和对外传播工作提供有益的借鉴和参考。

二、“5W”理论简介

“5W”理论源自拉斯韦尔的传播模型，为理解和分析翻译作为一种跨文化传播形式提供了一个全面的分析框架。通过探讨“谁（Who）进行翻译”“翻译了什么内容（Says What）”“通过哪些渠道（In Which Channel）进行传播”，以及“目标受众是谁（To Whom）”和“译作的接受效果如何

* 基金项目：贵州省哲社办课题“苗族史诗《刻道》的整理、英译和对外传播研究”（编号：20GZYB15）。

(With What Effect)”，该理论框架为译作的传播效果提供了全面的考量视角。

(一) 谁来翻译

研究译者的背景、资历和意图，有助于理解翻译过程中可能的主观倾向和客观限制。译者不仅是语言的转换者，更是文化的传递者和解释者，他们的选择和决策对翻译作品的最终面貌有决定性影响。

(二) 翻译了什么内容

内容分析涉及选择翻译什么材料，这些材料的原始语境和文化价值，以及如何处理原文中的文化特定项和难以翻译的部分。这要求译者不仅精通语言，还要深刻理解两种文化。

(三) 通过哪些渠道进行传播

选择适合的传播渠道对于确保翻译作品达到其目标受众至关重要。这可能包括传统出版物、数字媒体、公开讲座和展览等多种形式，每种渠道都有其独特的优势和限制。

(四) 目标受众是谁

了解目标受众的需求、期望和接受能力，有助于更好地调整翻译和传播策略，使译作更加贴近受众的阅读习惯和文化预期。

(五) 译作的接受效果如何

评估翻译作品的接受效果，包括其在目标文化中的接受度、影响力以及可能产生的误读和争议，这对于完善翻译和传播策略，提高未来翻译作品的传播效果至关重要。

运用这一理论框架进行分析，我们可以更深入地理解和探索少数民族史诗典籍对外传播的复杂过程，并据此提出更加有效的传播对策，以提升这些宝贵文化遗产的国际影响力。

三、少数民族史诗典籍对外传播中的问题

我国民族史诗典籍的对外出版与传播，在推动文化交流、传承文化遗产方面起着至关重要的作用。然而，面对全球化的浪潮，这些宝贵的文化资产在海外的传播仍然面临着诸多问题。

(一) 外译选材不均

首先，我国民族史诗典籍对外传播的一个显著问题是外译选材的不均衡性。一方面，部分民族，

如藏族和蒙古族的史诗典籍由于其深厚的文化底蕴和独特的魅力，获得了较多的关注和翻译机会，成为对外文化传播的重要载体。如藏族史诗《格萨尔王传》、柯尔克孜族史诗《玛纳斯》和蒙古族史诗《江格尔》这三大史诗，很早就被挖掘出来，并英译出版，在国际上获得了较高的知名度。另一方面，一些人口较少或国际知名度不高的民族，如东乡族和土族等，其史诗典籍的挖掘和传播工作则相对滞后，海外出版和传播尚未充分展开。以苗族史诗为例，已发掘发现的史诗有24部，但目前只有5部被译成了英文（分别为《苗族史诗》《苗族迁徙史歌》《金笛》《亚鲁王》《刻道》，后两部暂未公开出版）。这种内部发展不均衡的现象不仅限制了我国多元民族文化的全面展示，也减弱了对外文化传播的多样性和深度。

(二) 译本学术性与文学性失衡

张智中(2022: 14)认为，诗歌翻译策略主要分为学术性翻译和文学性翻译两种类型。学术性翻译致力于满足学术研究的需求，强调对原文内容的忠实传达，不特别追求译文的文学魅力。而文学性翻译则旨在促进文学作品之间的交流，注重保持译文的文学美感和可读性，通过流畅而美妙的语言呈现原作的审美体验。通过对现有的苗族及其他众多少数民族史诗英译本的审视，可以发现多数译本偏重于学术性，而偏重文学性的译本几乎无迹可寻。这就意味着译者在翻译过程中对学术性强调有余而对文学性重视不够，从而造成学术性与文学性之间的失衡。而这种倾向又会使得少数民族史诗典籍的海外受众局限在很小的范围内。以苗族史诗为例，美国俄亥俄州立大学东亚系马克·本德尔教授于2006年在美国出版的Butterfly Mother一书是目前传播成效最佳的苗族史诗英译本，但销量仍然有限，仅几百册，由于该译本是一个典型的学术性译本，其读者群体仅局限在相关领域的学者和选修相关课程的大学生。

(三) 重出版轻传播的倾向

尽管我国民族史诗典籍的英译本数量逐渐增加，取得了一定的进展，但整体上仍然存在重视出版而忽视传播效果的问题。出版社虽然致力于将这些文化宝藏翻译成外文并出版，但在传播策略、渠道选择、市场推广等方面的努力却相对有限。据不完全统计，目前国内公开出版的苗族史诗及相关资料的英译本有五部（其中贵州民族出版社2部，云

南民族出版社、云南人民出版社和武汉大学出版社各1部），但这五部英译本的海外图书馆馆藏数据仅为个位数，其海外影响力几乎可以忽略不计。这种重出版轻传播的倾向导致了诸多优秀作品虽然已译成外文，但在国际上的知名度和影响力却远不如人意。即便是某些国际上广为人知的中国典籍，其海外传播效果也受到流通量小、保有量少等因素的限制。

（四）视觉文化时代传播方式的滞后性

在当前的视觉文化时代，传统的纸质译本已经难以满足人们对图像化阅读的需求。“民族史诗典籍的对外数字化图像出版传播工作的不成熟，是导致传播效果不佳的重要因素”（吴斐，2022：133），也成为制约其海外传播效果的重要原因所在。苗族史诗典籍的文化内涵和艺术魅力往往需要通过图像、视频等多媒体形式更加直观地展现，以吸引更广泛的国际读者。截至目前，我们看到的苗族史诗英译本都只有传统纸质书这一单一载体，鲜见其他新型传播方式。因此，如何有效地将这些深具民族特色的文化遗产通过数字媒体进行创新性展示，以及如何在保持原有文化精神的同时进行适当的视觉再创造，是当前面临的重要挑战。

四、少数民族史诗典籍对外传播效果提升可行性对策

基于以上少数民族史诗典籍对外传播面临的问题，笔者试结合“5W”理论，以苗族史诗为例，从以下四个方面提出少数民族史诗典籍对外传播效果提升的可行性对策。

（一）遴选传播内容

传播内容的选择是对外传播成功的关键。特别是在中国文化对外传播的背景下，挑选既具有深厚文化价值又对目标受众具有吸引力的内容显得尤为重要。以苗族史诗为例，核心内容的精选至关重要，应从中挑选出最能体现苗族文化独特魅力的章节进行翻译和传播，这不仅能展示最引人入胜的内容，也可为未来在国际上更广泛地传播奠定基础。

另外，在对外传播中国少数民族文化、讲述中国少数民族故事时，考虑目标受众的文化接受度至关重要。尽管某些内容在国内被广泛理解，但在不同文化背景下可能引起争议。例如，苗族史诗《金笛》中含有少量暴力情节，可能需要在细节上进行

适当调整或选择性省略，以适应更广泛的受众。同时，苗族史诗《刻道》中有宰牛等少量血腥描写，这些场景也应考虑淡化，确保内容的广泛接受。

最后，理解目标受众的文化背景和兴趣是提高接受度的关键。为了实现苗族史诗在海外的成功传播，我们必须精心挑选、适应文化和处理内容。通过适当的调整和文化适应，确保作品在不同文化背景下都能获得恰当的理解和欣赏。这可能涉及为某些文化元素补充背景知识或解释，以帮助海外受众理解。通过这种细致的处理，我们可以确保作品的完整性得到尊重，同时保证其在各种文化背景中的适当展现和深入理解。这样的策略不仅关乎翻译的准确性，更涉及跨文化的沟通和理解，是实现文化传播目标的重要步骤。

（二）扩大传播受众

在全球化背景下，少数民族史诗典籍的对外传播需采取创新策略，以适应多元文化环境并吸引更多广泛的受众。以下是实现这一目标的关键策略。

首先，针对海外受众的文化背景进行内容的本土化调整是吸引关注的第一步。可以与当地艺术家或文化机构进行合作，通过共同创作或调整，使少数民族史诗典籍能更贴合当地文化审美，增强其跨文化吸引力。其次，利用社交媒体、网络短视频和播客等多样化平台，将史诗的精彩内容通过中英双语字幕快速传播至全球各地，吸引更多的受众。再次，还可以与国外学术和教育机构合作，将苗族史诗在内的少数民族史诗典籍纳入相关课程，通过工作坊和讲座等形式，深化学生和公众对其文化和历史的理解。从次，还可以与不同国家艺术家合作创作，如音乐、舞蹈或戏剧，将少数民族史诗典籍转化为跨文化艺术作品，以艺术的形式吸引更多受众。最后，可探索少数民族史诗典籍内容在电影、戏剧、纪录片等多种艺术形式中的表现，为不同兴趣的受众提供选择。在国内，苗族史诗《刻道》的部分章节已经被改编为儿童绘本出版，我们可以借鉴这一思路，将少数民族史诗里的经典故事改编为绘本并英译出版，将海外受众扩大到儿童群体。除了上述策略之外，还可以在海外组织与少数民族史诗典籍相关的活动，如音乐会、展览等，促进公众参与和体验，增强对少数民族史诗典籍的认识和兴趣。

通过上述策略，不仅可以使少数民族史诗典籍的文化价值和艺术魅力传达给全球受众，还能促进跨文化理解与交流，确保这一中国文化瑰宝在海外

得到广泛认知和欣赏。

（三）整合传播渠道

在当今多元化和快速变化的传媒环境中，文化作品的成功传播依赖于一个多渠道、多策略的传播模式。少数民族史诗典籍不仅承载着少数民族的民族文化，也是中国文化典籍宝库中的瑰宝，其对外传播策略需紧跟时代潮流，确保作品能在全球范围内获得广泛传播与接受。

首先，传统媒体如电视、广播和纸媒仍对特定受众群体产生重大影响。我们可制作纪录片或电视系列，为观众提供深入了解的机会。此外，可与海外的华文媒体或国际知名的主流媒体建立合作关系，可有效拓宽作品的受众基础，确保其在全球范围内获得更广泛的关注。

其次，数字媒体的崛起为少数民族史诗典籍的传播提供了新的平台和可能性。例如，我们可以创建一个以某部苗族史诗（如《亚鲁王》《金笛》《刻道》等）为主题的官方网站，提供全方位体验如在线阅读、视频内容及互动讨论区，为读者创造一个沉浸式的体验空间。此外，可以与Netflix等流媒体平台合作，让史诗更容易触及全球观众。

最后，社交媒体的运用也是不可忽视的传播手段。平台如Facebook, TikTok等拥有庞大的用户群体和强大的互动性。通过发布短视频、微电影、故事片段及创作背后故事，可极大激发公众兴趣。鼓励观众分享感受、互动参与，如评论、转发、在线讨论，强化观众与作品的联系。

综上所述，通过整合传统与新兴媒体渠道，我们可以让少数民族史诗典籍在全球范围内得到更广泛的展示和传播。

（四）加强官方与民间合作

官方与民间资源在海外文化传播中都起着重要作用，在少数民族史诗典籍的对外传播中，双方的紧密协作不仅能够确保资源的有效利用，还能增强传播活动的广泛性和影响力。

官方机构拥有丰富的资源和广泛的网络，包括外交渠道、文化机构和政策支持等，这些都是推动少数民族史诗走向海外的重要力量。官方资源不仅限于提供资金支持，还可为海外少数民族史诗项目提供必要的政策优惠和场地支持（如使馆和文化中心等），有助于作品更便捷地进入国际市场，使之触及更广泛的受众。

民间团体则以其对当地社区的深刻理解和实际执行能力著称，能够更加贴近受众，满足他们的文化需求。通过提供地方化的翻译版本、策划与当地文化结合紧密的活动，民间团体能使少数民族史诗典籍的传播更为生动和具体，促进文化的深入交流。

将官方和民间的优势结合起来，可以实现资源的最大化利用和互补。官方机构可以负责提供资金和政策支持，而民间团体则专注于项目的具体实施和与当地社区的互动，从而产生协同效应。例如，官方可以与民间团体合作，在海外举办“中国苗族文化节”，将苗族史诗作为展示项目之一，既利用了官方的资源优势，又发挥了民间团体的实施和执行能力。

通过官方与民间的合作，不仅能大幅提升少数民族史诗的海外传播效果，还能加深中外文化的相互理解和尊重，建立起中外文化交流的坚实桥梁。

五、结语

本文通过分析少数民族史诗典籍在国际传播过程中遇到的挑战，强调了在全球化背景下对外文化传播的复杂性和多维度需求。苗族史诗的案例展示了传播效果的提升不仅需要关注内容的精准选择和适应性调整，还需利用现代传播渠道的多样性和互动性，以及官方与民间力量的有效结合。本研究提出的对策，不仅为苗族史诗的国际传播提供了具体的方向，也为其他少数民族文化遗产的对外传播提供了参考。实现这些对策需要跨文化理解、政策支持和技术创新的共同努力。通过这些努力，我们不仅能够保护和弘扬宝贵的少数民族文化遗产，还能促进全球文化多样性的理解和尊重，为构建人类命运共同体做出贡献。在未来，期望见证更多少数民族史诗典籍在世界各地获得广泛认知和赞赏，成为连接不同文化和人心的桥梁。

参考文献

- [1] Bender, Mark. *Butterfly Mother: Miao (Hmong) Creation Epics from Guizhou, China* [M]. Indianapolis: Hackett Publishing Company, 2006.
- [2] Wu Fei. A Thick Translation of Hmong Oral Epics from the Perspective of Cultural Anthropology [J]. *Randwick International of Social Sciences Journal*, 2021, 3 (1): 189-198.

- [3] 李昌银, 黄瑛, 彭庆华. 云南少数民族经典作品英译文库: 金笛 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 2018.
- [4] 李敏杰, 朱薇. 模因论视阈下的苗族史诗《亚鲁王》英译策略 [J]. 中南民族大学学报 (人文社会科学版), 2017, 37 (6): 185-188.
- [5] 梁真惠, 李熠莘. 民族典籍翻译中地方性知识的转化: 问题及对策——以《玛纳斯》史诗德译本为例 [J]. 外语电化教学, 2023 (6): 37-42, 111.
- [6] 吴斐, 陈卉. 马克·本德尔《苗族史诗》英译本的民族志式深度翻译研究 [J]. 黑龙江工业学院学报 (综合版), 2021 (12): 141-145.
- [7] 吴斐. 视觉文化时代我国民族史诗典籍对外出版与传播研究 [J]. 贵州民族研究, 2022, 43 (2): 131-137.
- [8] 吴一方. 苗族口传文学经典的跨文化传译——《苗族史诗》三语翻译刍论 [J]. 贵州民族大学学报 (社会科学版), 2013 (4).
- [9] 吴一文, 刘雪芹. 《苗族史诗》汉译与英译的若干问题——《苗族史诗》汉文译注者吴一文教授采访录 [J]. 燕山大学学报 (哲学社会科学版), 2016 (17).
- [10] 习近平总书记在中共中央政治局第三十次集体学习时强调: 加强和改进国际传播工作, 展示真实立体全面的中国 [J]. 中国地市报人, 2021, (6).
- [11] 杨亚东, 杨华献. 苗族迁徙史歌 (苗汉英对照版) [M]. 贵阳: 贵州民族出版社, 2013.
- [12] 张立玉, 张扬扬. 金笛 [M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2019.
- [13] 张智中. 学术性译诗与文学性译诗: 汉诗英译的两种策略 [J]. 语言与文化论坛, 2022 (2): 13-22.
- [14] 周杰, 汤浩. 苗族古歌海外译介效果研究 [J]. 民族翻译, 2022 (1): 43-52.

A Study on the International Communication Effectivity of the Minority Ethnic Epics: Challenges and Countermeasures-Based on the English Version of the Miao Epics

Zhang Ling

College of Foreign languages Henan University, Kaifeng

Abstract: This paper discusses the challenges faced by the overseas dissemination of minority ethnic epics and proposes a series of feasible countermeasures. Employing Lasswell's "5W" communication theory and taking Miao epic as an example, this study deeply analyzes issues related to the translator, content selection, dissemination channels, target audience, and reception effect. It identifies that the current international dissemination of minority ethnic epics primarily faces problems such as uneven selection of materials for translation, imbalance between academic and literary qualities in translations, a tendency to prioritize publication over dissemination, and outdated dissemination methods in the age of visual culture. To address these issues, the article suggests selecting dissemination content carefully, expanding the audience, integrating dissemination channels, and strengthening cooperation between official and non-governmental organizations, aiming to enhance the international influence of minority ethnic epics and promote cultural exchange between China and the world.

Key words: Minority Ethnic Epics; International Dissemination; "5W" Communication Theory; Miao Epic; Cultural Exchange