

由《狼图腾》的世界影响 看中国出版的海外发行体系建设

●何明星

摘要：本文依据《狼图腾》一书中外文版的世界图书馆收藏数据，解读该书近期在海外的传播范围和受众人群出现的结构性变化，由此提出中国图书海外发行体系建设应从增强中文的世界影响力以及强化议程设置等方面着手的建议。

关键词：发行体系 狼图腾 传播能力 受众人群

党的十八大报告明确提出“构建和发展现代传播体系，提高传播能力”，为中国出版“走出去”战略实施的进一步深化提出了更为具体的要求。《狼图腾》一书2004年由长江文艺出版社出版之后，2005年8月31日与企鹅集团签订英文版输出协议。按照协议，《狼图腾》的英文版在全球同步发行，企鹅集团支付10%的版税，并预付10万美元。此后接连输出法文版、德文版、日文版、意大利文版、西班牙文版、荷兰文版、土耳其文版、希腊文版、匈牙利文版、韩文版、泰文版、越南文版等20多个版权。美国《时代周刊》、《纽约时报》，英国《泰晤士报》，法国《世界报》，意大利《意大利邮报》，以及德国《德意志报》等西方主流媒体对此相继做了报道，并刊发了大量评论。《狼图腾》一书以版权输出金额最高、单笔预付版权费最大、首次进入西方主流市场而创下中国出版界的三个第一。^[1]应该说《狼图腾》一书是中国迄今为止在世界上影响最大的图书之一。笔者长期追踪该书在海外的传播范围与传播效果，并致力于海外受众的阅读反馈收集与整理。近期发现，该书在海外的传播范围和受众人群已经开始发生结构性的变化，预示着中国图书开始摆脱边缘化、小众化国际地位。因此，理清《狼图腾》一书获得世界影响的各种因素，对中国图书的海外发行传播体系建设具有一定的借鉴作用。

一、《狼图腾》英文版的传播范围

OCLC (Online Computer Library Center)，即联机计算机图书馆中心，目前为世界上覆盖范围相对较大的公益性组织之一，截至2011年底，加盟图书馆数量已达23815家（公共图书馆5051家、大学图书馆4833家、中小学校图书馆8897家、各类政府图书馆1604家、职业学院和社区学院图书馆1074家、企业图书馆1296家、协会机构图书馆661家，其他图书馆399家），涉及全世界112个国家和地区，470多种语言。依据OCLC的数据基本可以检验出中国图书的世界影响。

依据OCLC的数据显示，《狼图腾》一书英文版世界图书馆收藏数量达到940家，美国纽约企鹅出版社2008年出版的葛浩文译本，是中国文学译作在近十年里世界图书馆收藏排名的第一名。以中国经典文学名著《红楼梦》外译本为例，有杨宪益和戴乃选译的译本，在1980年由北京外文出版社出版，全世界收藏图书馆数量为459家；英国著名汉学家大卫·霍克斯(David Hawkes)译本，由英国企鹅出版集团在1973年至1986年用14年的时间出版完四卷本，其收藏图书馆数量为616家，都没有超过《狼图腾》的数量。

实际上OCLC数据库显示《狼图腾》英文版的收

藏图书馆总量为 942 家, 其中有 2 家为中国图书馆。考察该书的世界影响, 中国本土图书馆的数字应该去掉, 因此实际图书馆数量为 940 家。940 家收藏《狼图腾》英文版的图书馆国别及地区分布为美国 869 家, 加拿大 28 家, 新西兰 16 家, 澳大利亚 12 家, 新加坡 5 家, 中国香港 4 家, 中国台湾 2 家, 德国、以色列、斯洛文尼亚、荷兰各 1 家。

《狼图腾》的外译语种多达 30 多种, 欧洲语言占据绝大多数, 如法译本、意大利语译本、西班牙语译本、瑞典语译本、芬兰语译本、匈牙利语译本等, 但法国、意大利、西班牙、瑞典、芬兰、匈牙利、日本等国家都没有出现, 这显然是 OCLC 书目数据库覆盖范围的局限, 表明《狼图腾》实际的传播范围比 OCLC 数据显示的要大。而最有价值的数据是《狼图腾》英文版在美国的图书馆名单,

美国 50 个州和华盛顿哥伦比亚特区均收藏有《狼图腾》英文版, 以加利福尼亚州最多, 达到 88 家, 其次伊利诺伊州 83 家, 佛罗里达州 50 家, 得克萨斯州 49 家, 纽约州 40 家, 宾夕法尼亚州 36 家, 印第安纳州 33 家, 俄亥俄州 30 家; 收藏最少的州仅有 1 至 2 家图书馆, 仅有 1 家图书馆收藏的州有特拉华州、密西西比州、北达科他州、南达科他州, 2 家图书馆收藏的州有夏威夷州、佛蒙特州、西弗吉尼亚州。其他 36 个州或地区在 2 家至 30 家之间。

众所周知, 加利福尼亚州是美国人口最多的州, 人口达到 3720 万, 图书馆数量最多, 收藏该书的图书馆数量也应该最多; 而怀俄明州的人口最少, 只有 56.4 万, 但收藏图书馆数量也达到 10 家, 按照绝对的人口比例估算, 差不多每 5.6 万人就拥有 1 本英文版《狼图腾》。这个数字显然还不太乐观, 但与中国文学在 20 世纪之前的影响力相比, 已经是一个跨越式的巨大进步。

图书馆的性质决定了图书的阅读人群结构。一般大学、研究机构的图书馆主要面对的是社会上层的少数人群, 而且以学术研究为主要目的; 社区公共图书馆主要面向美国社会的普通人群, 它提供给社区各个层面的人群以不同的服务, 如儿童可以把社区图书馆、公共图书馆当作放学后的安全之所, 社区老人把它当作排解寂寞之处, 成年人把它当作自我完善之

地, 大批来美国的新移民也把它当作融入美国社会的第一课堂。

《狼图腾》英文版在全美国 869 家收藏图书馆中, 社区公共图书馆数量达到了 465 家, 占总体数量的 54%, 超过了大学、研究机构图书馆的 404 家, 这个数字标志着中国文学在海外的阅读人群的结构变化, 即开始摆脱小众化地位, 从传统的大学、研究机构大步深入到美国的主流社会中间, 与普通美国人近距离接触。这是新世纪以来 10 多年间中国当代文学在美国传播范围逐步扩大的一个直接证据, 更是中国当代文学的世界影响扩大到西方社会普通民众中间的一个开始。

二、《狼图腾》中文版的传播范围

依据 OCLC 的数据, 《狼图腾》一书中文版全球收藏图书馆数量是 150 家, 版本为长江文艺出版社 2004 年出版的中文版, 与英文版的排名一样, 同样是中文图书世界图书馆收藏排名的第一名。这 150 家图书馆的国家及地区分布依然是美国最多, 达到 116 家, 其次是澳大利亚 12 家, 再次是加拿大 10 家, 新西兰 5 家, 新加坡、英国和中国香港均为 2 家, 以色列 1 家。

美国 116 家图书馆的州际分布情况为, 加利福尼亚州最多, 为 29 家, 其次是纽约州 13 家, 再次是马萨诸塞州 8 家, 伊利诺依州、宾夕法尼亚州、得克萨斯州均为 6 家, 密歇根州、新泽西州、俄亥俄州均为 5 家, 印第安纳州为 4 家, 康涅狄格州、犹他州为 3 家, 夏威夷州、马里兰州、明尼苏达州、北卡罗来纳州、俄勒冈州均为 2 家, 其他 13 个州均为 1 家。

《狼图腾》中文版的收藏图书馆数据, 也显示了和英文版一样的问题, 那就是在美国这个与中国图书交往最频繁的国家, 中国文学图书的阅读人群与传播范围开始发生结构性的变化, 而中文版《狼图腾》的数据变化可能更具有说服力。

在收藏中文版的 116 家名单中, 有 73 家公共图书馆和 43 家大学图书馆, 公共图书馆比大学图书馆整整多了 30 家, 这是一个令人惊喜的数字。在大学图书馆的名单上有斯坦福大学图书馆、伯克利大学图书馆、麻省理工学院图书馆、克莱蒙特学院等。这些

图书馆都是长期购买中文图书的大学图书馆，其主要目的是用于学术研究。这就是国内学界所说的，中文图书长期处在边缘化、小众化地位的真正含义。

而收藏《狼图腾》中文版的73家公共图书馆，在全美30个州都有分布，每个州至少一家，比如在亚拉巴马州就有美国杰弗逊社区学院图书馆（BIRMINGHAM-JEFFERSON PUB LIBR），加利福尼亚州有弗雷斯诺郡图书馆（FRESNO CNTY FREE LIBR）等17家社区图书馆，在纽约州有纽约公共图书馆（NEW YORK PUB LIBR）等7家，等等。特别值得提出的是73家公共图书馆的名单上还有中学图书馆，如在纽约州有福明顿高中图书馆（FORT HAMILTON HIGH SCH LIBR）。

这是新世纪以来10多年间中国图书在世界上传播范围、传播层次等方面发生的革命性变化，其意义不可小觑。美国的公共图书馆、社区图书馆遍及全美各个社区，星罗棋布、高度发达的社区图书馆是美国普通社区生活的一个中心场所，《狼图腾》这本中文作品能够进入美国公共图书馆系统，标志着中国文学作品开始彻底摆脱小众化地位，从传统的大学、研究机构开始大步深入到美国的主流社会中间，与普通美国人近距离接触。这是中国几代出版人孜孜以求的目标终于得以实现的一个标志性成果。

三、对于中国图书海外发行体系建设的启示

《狼图腾》英文版、中文版的世界图书馆收藏数据表明，该书在全世界的传播范围在美国最广，差不多占据了全世界90%以上的份额；其次是加拿大、澳大利亚和新西兰，东亚的日本、韩国和东南亚的越南；再次是欧洲国家。在西亚、非洲地区除以色列、南非之外，其他地区尚没有数据。受众人群众体结构性变化最让人惊喜，那就是包含中文版在内，《狼图腾》已经进入美国社区图书馆、公共图书馆系统，并且在数量上超过了长期购买中文图书主要用于学术研究的大学图书馆数量。这预示着中国图书在世界文化格局中，已经开始摆脱小众化、边缘化的地位，大步深入西方社会的普通人中间。这对于中国图书海外发行体系的建设具有如下两个层面的启发：

第一是如何提升中文在世界文化格局中的影响力

问题。《狼图腾》一书中文版收藏图书馆数量为150家，仅仅是英文版940家的1/6，这是中文与英文在世界文化格局中的巨大差距的形象化体现，美国各州收藏《狼图腾》英文版、中文版的数据差距也体现了这个问题。

美国收藏《狼图腾》英文版的图书馆有51个州，而中文版仅有30个州，中文版的覆盖范围大体是英文版的60%，这个现状虽然好于世界其他国家，但考虑到美国是中国产品出口额最大、文化交流最为频繁的对象国，这一数字还不太令人乐观。最为值得关注的是还有21个州没有收藏《狼图腾》一书的中文版，笔者目前还没有找到这21个州的各类图书馆为什么只收了《狼图腾》的英文版，但却不收藏中文版的原因，但基本上可以认定，这些州的中文图书阅读人群、中文图书的周转频次肯定远远小于英文图书，因此才可以忽略不计。

众所周知，英语在世界文化格局中的强势地位，是随着冷战结束后经济全球化和信息全球化的到来而逐渐建立起来的，英语使用范围包括政治、经济、贸易、文化、外交、旅游、通讯、自然科学和人文科学的学术研究等各个领域。论及在世界文化格局的影响力，中文与英文还远远不能相比。但《狼图腾》一书外译本多达20多种，除上述美国纽约企鹅出版社2008年出版的英译本收藏图书馆数量为940家、长江文艺出版社2004年的中文版为150家之外，还有英国伦敦汉密尔顿出版社（Hamish Hamilton）2008年的英文版为117家，而其他外译本，如《狼图腾》的法文版、德文版、日文版、意大利文版、西班牙文版、荷兰文版、土耳其文版、希腊文版、匈牙利文版、韩文版、泰文版、越南文版等都在30家以下。这个榜单除再次证明英语的强势地位之外，还意味着中文在世界文化格局中的地位已经超越了一些欧洲语种。在国人心中，法语、德语这些欧洲语言长期是与英语等量齐观的，但从《狼图腾》一书外译作品的馆藏数据来看，其影响并不如中国出版界期待中的那样大。这个判断在莫言作品外译本的研究中也得到了证实。^[2]莫言作品在世界上影响最大的都是英译本，其作品被收藏数量排在前7位的也都是英译本，最高的一本是美国纽约的企鹅集团所属维京出版社（New York :

Viking) 1993年出版的《红高粱》，收藏图书馆数量为644家；排在第8位的是大陆作家出版社2006年出版的《生死疲劳》，收藏图书馆数量为146家，而最先翻译莫言作品的法文版、德文版却难以在图书馆收藏数量的排名中出现。这从另外一个角度提醒中国出版界，在今天真正具有世界级影响力的语言方阵中，传统队形早已经发生变化，中文的世界影响力已经大大提升。

但面向世界推广中文图书，据笔者所知，除一些长期从事对外出版业务的出版社之外，中国出版社还普遍缺乏针对性的海外推广意识，中文图书长期以来缺乏海外宣传推广，甚至可以说根本没有什么海外推广活动，这也是大量高质量中文图书难以进入全球图书馆系统的根本原因。众所周知，中文图书的国内出版发行，近几年一直呈现下滑状态，而面向世界图书馆加强中文图书的定向推广，尤其是面向那些设施优良并坐落在西方社会社区内的图书馆开展一些针对性的营销推广活动，不仅能使国内中文图书出版增量，而且还是与海外读者密切接触，增强中华文化世界影响力的一个针对性举措。因此中国图书的海外发行体系建设，应该首先从如何提升中文在世界文化交流中的使用频次，拓展使用范围、使用人群方面给予设计，这是增强中国文化影响力的百年大计。

第二是如何增强中国出版传媒机构在对外传播中华文化过程中的议程设置能力问题。中国图书的海外发行体系建设是中国文化传播的一个核心环节，而文化传播的关键是议程设置，即决定传播什么、怎么传播、对谁传播，这是文化传播的核心。

《狼图腾》一书从中文版到英文版的转换，与长江文艺出版社借助法兰克福书展、伦敦书展、北京BIBF等国际推广平台不遗余力地推广高度相关。中文版借助英文版进一步得到了世界图书馆系统的认可，因此才大量进入美国公共图书馆、社区图书馆系统。这个超纪录的成绩获得，应该说得益于中国政府、出版机构的大力推动，加上企鹅集团在世界图书市场上的纵横捭阖，中外协力在世界文坛上进行了一次成功的尝试。

但这里有一个大的时代背景，就是中国题材在当代世界的影响力。进入新世纪以来，随着中国经济的崛起，在西方政界、学界以及舆论界，解读“中国崛起”

的图书、电视、网络专栏逐渐增多，凡是和中国相关的图书就能够受到关注，与中国相关的电视专栏就会有收视率，关于“中国崛起”的解读即将成为一场“文化盛宴”。从大众较为容易接受的文学角度理解中国社会，早已经成为世界文坛上一个具有巨大市场潜力的文学主题。这里有一个数字可以对比。企鹅集团在《狼图腾》之后，2011年又推出了美籍华裔学者蔡美儿撰写的《虎妈战歌》，在全世界图书馆收藏的数字为2080家，是《狼图腾》的2.2倍多。当然两者不能简单相比，因为一个是纯文学的作品，一个是涉及面更为广泛的家庭教育题材，但都是中国题材，都是通过企鹅出版社一家来操盘，都是面向英语世界的读者，两本书英文版的图书馆收藏数字有如此之大的差别，说明中国主题的图书在世界市场上的巨大潜力刚刚显露冰山一角，事实上也确实如此。《虎妈战歌》在全世界掀起了一场关于中美教育的世界性大辩论，在东西方网络留言、视频点击留言的人群数量数以亿计，这些都是中国题材巨大市场潜力的证明。与这一场“中国崛起”的文化盛宴相比，来自中国本土出版机构操盘，并进行议程设置的成功案例还太少，因此，中国出版界要加强海外发行体系建设，首先要从如何增强中国出版传媒机构的议程设置能力方面入手，鼓励中国出版传媒机构与世界出版巨头以各种方式携手合作，在提高世界传播能力方面奋起直追。

总之，依据OCLC的世界图书馆收藏数据，可以确定《狼图腾》一书是新世纪以来10年间在世界上影响最大的中国文学作品之一。通过该书成功获得世界影响的路径分析，可以得出这样的结论：从提升中文在世界文化格局中的影响力入手，设计中国出版的海外发行体系，并以文化传播的议程设置为核心，借助中国经济崛起所带来的千载难逢的文化繁荣契机，提高中国出版传媒机构的海外发行能力，这或许是《狼图腾》一书给予业界最为珍贵的启示。

参考文献

[1] 周百义, 章雪峰. 《狼图腾》走向世界的启示 [J]. 中国编辑, 2006 (6).

[2] 何明星. 莫言的世界影响地图——基于全球图书馆收藏数据的视角 [J]. 中国出版, 2012 (11下).

(作者单位: 北京外国语大学中国海外汉学研究中心)