



所谓中国主题图书，是指在内容上涉及中国政治、经济、文化等方面的图书，出版所用文字不仅有中文，也包含用英文、法文、西班牙文等世界通用语和非通用语出版的图书，当然也包括从中文翻译成其他语种的图书；出版机构不仅仅是指中国的出版社，也包括欧美等发达国家的跨国出版集团和“一带一路”发展中国家的中小出版机构等。

本文所说的“阐释中国”，主要指有关中国政治、中国经济、中国文化等相关内容的图书，着眼点在于中国的内容；而“中国阐释”则是站在中国文化、中国价值的逻辑基础上对相关内容进行阐释、说明。除此之外，“中国阐释”还包括对当今世界其他国家和地区所发生的政治、经济、文化现象的解释和说明。因此，“中国阐释”的着眼点在阐释主体，即阐释的理论逻辑一定具有中国特色、中国风格、中国气派。

从“阐释中国”到“中国阐释”的转变，涉及中国哲学、人文社会科学等领域的理论创新，是现阶段中国主题图书“走出去”义不容辞的历史使命。

### 随着中国综合影响力的日益增强，中国主题图书成为世界出版市场的重点和热点

笔者依据世界图书馆数据平台，对近五年来用中文之外的语言出版的有关中国主题图书的品种进行统计发现：2014年为33665种，2015年为34015种，2016年为31916种，2017年为26938种，2018年为22255种，每年均保持在2.2万种以上；对以中文之外的语言出版公布的电子书、研究报告、数据库等互联网资源进行统计发

从“阐释中国”到“中国阐释”

## 中国主题图书“走出去”：70年回顾与展望

何明星

【摘要】中国主题图书“走出去”70年历程所取得的历史成就是巨大的，但挑战也是空前的。从“阐释中国”到“中国阐释”的转变，涉及中国哲学、人文社会科学等领域的理论创新，是现阶段中国主题图书“走出去”义不容辞的历史使命。中国学术界已经历了40多年的对外开放，中国出版界也基本完成了体制、机制的改革，具备了进行“中国阐释”的基本能力。

【关键词】中国主题图书 话语体系 文化自信 翻译出版

【中图分类号】G125 【文献标识码】A

现：2014年为11874种，2015年为11946种，2016年为12276种，2017年为11174种，2018年为8456种，除2018年数量低于万种之外，其余均超过了1万种（检索时间为2019年5月28日）。

这个判断还可以通过近五年来学术研究成果的发表数量得到验证。笔者检索泰勒—弗朗西斯（Taylor & Francis）人文社会科学期刊数据库发现，以“中国”为研究主题的学术期刊文章，2014年为1866篇，2015年为1739篇，2016年为2130篇，2017年为2334篇，2018年达到了2444篇，2019年1月至5月的篇数为1706篇，接近2014年全年的总量（检索时间为2019年5月28日）。该数据库平台有1450余种高质量期刊，其中有626种期刊被SSCI和A&HCI收录，可以看作是欧美主流学术界对于中国研究趋势的晴雨表。

有关中国主题的图书、电子书以及数据库等互联网资源的大量出版，加上逐

年增加的学术论文数量，说明中国主题内容的图书出版与学术研究热度正在持续递增，堪称当今世界的重中之重。

谁在从事中国主题图书的出版、传播？我们可以从中文翻译成其他语种图书的品种数据中找到答案。2014年，笔者曾经委托OCLC数据部整理了2009至2013年五年间从中文翻译成其他语言的图书品种。数据显示，由中文翻译出版的相关学术图书有8752种，其中，除2363种由中国大陆出版机构翻译出版之外，其余70%均由世界其他国家的出版机构出版。这些图书涉及52个语种，以英语翻译出版的品种最多，达4393种，占总数量的70%以上。

除英语之外，还有密克罗尼西亚语、保加利亚语、印度尼西亚语、旁遮普语、古吉拉特语、葡萄牙语、罗马尼亚语、僧伽罗语、斯洛文尼亚语、塞尔维亚语、瑞典语、泰米尔语、泰语、土耳其语等46种非通用语。这些图书出版机构分布在剑桥、伦敦、法兰克福、柏林、汉堡、马德里、罗马、普林斯顿、夏威夷、



纽约、巴黎、洛杉矶、芝加哥、纽黑文、波士顿、华盛顿、科罗拉多、费城、东京、雅加达、吉隆坡、河内、首尔等 40 多个城市，涉及美国、英国、法国、德国、西班牙、捷克、丹麦、荷兰、芬兰、瑞典、以色列、印度、斯里兰卡、土耳其、越南、尼泊尔、日本、韩国、新加坡等 30 多个国家的 200 多家出版机构。这个数据表明，从事中国主题图书出版、传播的机构，规模十分庞大，并主要集中在英语文化区内。

### 中国主题图书出版与传播的三大特点

一是紧随中国热点以及现实性、针对性问题，出版迅速、传播广泛。如 2018 年中美贸易摩擦以来，相关内容的研究报告以纸介图书和电子书、研究报告、数据库等多种媒介形式迅速对外出版发布，传播广泛。如 2017 年、2018 年，美国参议院举行了一系列有关中国的听证会，其成果都由美国参议院常设调查小组委员会、国土安全委员

会和政府事务委员会等相关机构以美国政府出版物的形式对外发布。有关中美贸易摩擦相关内容的出版和传播成为世界出版界、学术界高度关注的热点，也成为全球主要机构用户，如政府、大学、媒体、商界等相关机构用户不惜重金购买收藏的资源。这些关于中国的专项研究评估报告，每一种在全世界图书馆的收藏数量都很多，有的在一两个月内就超过了 200 家，其传播之迅速、广泛可见一斑。

二是欧美各个大学、专业中国研究机构的出版社成为中国主题图书出版与传播的主体。近十年间，欧美各个大学、专业中国研究机构的出版社逐渐成为中国主题图书出版与传播的主体，可与世界跨国出版集团的出版活动相媲美。在 2014 年 OCLC 数据库提供的数据库中，组织翻译中文学术图书的大学出版社就有以剑桥大学出版社、普林斯顿大学出版社、夏威夷大学出版社、肯塔基大学出版社等为代表的 30 多家大学出版机构，而且这个名单还在逐步增

加。此外，近些年还出现了澳大利亚、加拿大等大学的出版社，如澳洲国立大学出版社组织世界各地从事中国研究的学者编辑出版了一套关于中国的系列丛书，每年一个主题。如 2017 年为《中国制造 2017 年鉴：镀金年代》(Made in China Yearbook 2017, Gilded Age)，由澳洲国立大学长期从事中国社会研究的亚太政治学院教授 Ivan Franceschini 和瑞典隆德大学从事中国乡村社会经济研究的学者 Nicholas Loubere 等多人编写；2018 年以劳动者权利保护为主题，澳洲国立大学出版社出版了《中国制造 2018 年鉴：狗年》(Made in China Yearbook 2018, Dog Days)，同样是由 Ivan Franceschini 和 Nicholas Loubere 等学者编写，主要是关注了经济快速发展的中国社会中关于劳动者、公民权利等相关内容，全世界收藏该书的图书馆超过 490 家；2019 年推出《中国故事年鉴：权威势力》(China Story Yearbook, Power)，领衔作者是曾经在澳大利亚联邦银行就职，现任教于澳洲国立大学的著名经济学家 Jane Golley，该书主要从历史、文化和社会角度解读了中国在世界的影响力，以及中国经济在与美国爆发贸易摩擦情况下所面临的挑战。自 2019 年 4 月出版以来，在不足一个月的时间内，全世界收藏该书的图书馆就已经超过了 500 多家。

三是有关中国主题的图书普遍存在意识形态特征。这些由欧美大学、专业研究机构组织编写的中国主题图书，带有明显的意识形态倾向性。学术界阐释中国的相关理论、观点，凭借欧美主流大众传媒的传播进一步放大，最后影响读者的阅读选择。从学术界、媒体界，到出版界，再到读者，形成了一个关



于中国主题图书编辑、出版、传播的链条。这种意识形态性突出表现在一些标签化概念上,如以“专制”“人权”“自由”等为主题的图书往往有着较高的关注度,一些借助敏感事件竞相炒作的“中国禁书”,尽管毫无学术价值,但却可以堂而皇之地进入大学课堂。特别是在2018年中美贸易摩擦爆发后,美国政界、学界以及媒体界所表现出的基于西方中心主义思想基础的“文明冲突论”“冷战思维”甚至是“种族主义”言论,进一步凸显了这种广泛存在的意识形态特征。受欧美主流学术界、出版界、媒体界的影响,一些文化发展水平不高的发展中国家也自觉不自觉地接受了这种对于中国阐释的意识形态判断,从而导致其对中国道路、中国方案、中国智慧的误读和曲解。

要改变欧美世界对于中国道路、中国智慧、中国方案的错误阐释,纠正一些国家对于中国的误读,就必须加快从“阐释中国”到“中国阐释”的转变步伐。可以说,世界有关中国主题图书的关注度越高、品种越多,从“阐释中国”转变到“中国阐释”的迫切性就越强。

## 从“前三十年”到“后三十年”:中国主题图书“走出去”的嬗变历程

中国主题图书“走出去”最直接、最有效的方式就是对外翻译出版,中国对外翻译出版的历史就是中国主题图书“走出去”的历史。自1949年至2019年的70年间,中国主题图书“走出去”大体经历了如下三个历史阶段:

第一阶段,也称“前三十年”,侧重反映的是新中国“站起来”的历程和经验。在1949年至1978年的三十年间,我国累计翻译出版了约1万种外文图

书,涉及44个语种,内容大约有几类:第一类为马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论,该类图书品种最多,超过了3000种;第二类为中国政治、法律类,为2800多种;第三类为中国文化、科学、教育、体育类,三十年间出版的种类为1400种;其他为社会科学总论类,如中国文学类、中国艺术类、中国历史地理类、中国哲学宗教类、中国医药类、中国经济类、中国语言文字类等。前三十年基本没有科学技术类图书的对外翻译。<sup>①</sup>

前三十年的时代背景是:以美国为首的西方资本主义国家对于新中国采取全面的政治孤立和经济封锁政策,为了突破这种封锁,中国主题图书的对外翻译出版承担了向全世界人民宣传解释我国政治、经济、文化理念及主张的历史重任。因此,在12个大类中,毛泽东著作的对外翻译、出版和发行在前三十年里占据了绝大部分比重。据中国国际图书贸易总公司统计,1949年至1993年间,毛泽东著作对外、境外发行了39种文版,2300多种,3447万多册,发行到世界的182个国家和地区。在中译外的2800多种政治、法律类文献中,包括中华人民共和国宪法、土地法、中国共产党党章、党代会文件、政治会议决议、历次人民代表大会文件,等等,这两类内容占据了前三十年中国对外翻译出版总品种的62%,体现了前三十年间中国主题图书的文化特征,主要是以介绍、说明和展示中国的新面貌为主。

第二阶段,也称“后三十年”,以反映中国改革开放为主,侧重“富起来”的发展历程。依据《全国总书目》的统计,笔者发现,在1980年至2009年的三十年里,我国累计对外翻译出版了9763种图书,总量上与前三十年接近,

但外译语种仅有25种,较前三十年减少了19种。从翻译出版的内容分类来看,品种最多的一类是中国历史地理类,达到2426种;位列第二的依然是中国政治、法律类图书,为2079种;其他为中国艺术类、中国文化科学教育体育类、中国文学类、中国经济类、中国语言文字类、中医药类、中国社会科学总论类等。前三十年较多的马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论等类别的内容,在后三十年里数量有所减少,仅有48种。<sup>②</sup>出现这一变化的原因不难理解,即在中国改革开放的大背景下,对外翻译承担了向世界全面介绍中国特有的自然风光、历史遗迹和地方资源的中介职能,从对历史地理的介绍开始,逐步深入到对外招商引资文件、地方法律法规等有利于经济建设为相关的主要内容。

“后三十年”的翻译出版有两个特点,一是随着改革开放事业的逐步推进,相关中国法律法规类的图书逐步由专业、权威的中国大陆专业出版机构面向全世界出版、发行,改变了前三十年统一由外文出版社对外出版发行的局面;二是由世界知名出版机构单独出版或与中国出版机构联合对外发布的中国主题图书逐年增多,由外国人、外籍专业人士直接用外文撰写,主题包括中国政治、经济、文化等,这一形式日益成为中国主题图书“走出去”的一种模式。

第三阶段,即2010年至今的新时期,这一时期也是侧重“中国阐释”的新阶段。无论是前三十年“站起来”的奋斗经验,还是后三十年“富起来”的发展历程,中国主题图书对外翻译内容的侧重点都在于“阐释中国”。随着中国国际影响力的日益增强,我们亟待从中国悠久的历史传统和丰富的文化资源出发,对于中国“站起来”“富起来”

的伟大历史实践给予更加充分的论证、阐发，而不是利用西方文化理论体系、学术话语削足适履，这是新时期中国主题图书“走出去”所面临的巨大挑战。

## 新时代中国主题图书“走出去”成就显著，从“阐释中国”到“中国阐释”的转变已经开始

为适应新时代新要求，相关部门推出了一系列支持中国主题图书“走出去”的重大工程、计划，如2004年启动的“中国图书对外推广计划”，2009年启动的“中国文化著作翻译出版工程”以及“经典中国国际出版工程”，2010年设立的“国家社科基金中华学术外译项目”等，均对那些反映当代中国社会、政治、经济、文化内容的图书给予了大力支持，并特别强调要反映中国特色社会主义理论体系研究成果，反映中国道路、中国经验，体现中国社会科学前沿最新研究成果，突出了“中国阐释”的目标与要求。这一时期虽然时间不长，但成就很大，其突出特点有三：

一是基本形成了输出版权、联合出版、海外出版等多种中国主题图书“走出去”的形式。在相关工程的引领下，中国主题图书形成了输出版权、联合出版等多种形式，特别是一批中国大陆出版社在海外设立子公司、分公司，甚至参股、购买海外出版机构。随着这些出版社在海外的出版活动日益增多，中国主题图书无论是在译者水平、出版质量，还是发行传播范围等方面，均取得了突出成绩。可见，中国大陆出版机构已经成为中国主题图书“走出去”的真正主力。

二是出现了一批引领性、品牌性的中国主题图书。如外文出版社2014年面向海内外出版发行了《习近平谈治国

理政》（第一卷）的英、法、俄、阿、西等二十多个语种，集中介绍了新时期中国的发展理念。截至2017年下半年，该书已发行了642万册。根据全世界最大的图书馆平台（OCLC数据库）显示，截至2017年12月底，该书英文版已经进入了全世界245家图书馆。2017年11月，外文出版社又发行了《习近平谈治国理政》（第二卷）中文版。在该书的引领下，一大批反映中国道路、中国智慧、中国方案等内容的电子书、影像产品和互联网在线资源迅速推出，丰富了中国主题图书“走出去”的内容和形式，扩大了传播覆盖范围。

三是“中国阐释”等中国主题图书崭露头角，从“阐释中国”到“中国阐释”的转变已经开始。早在2007年，荷兰博睿（Brill）学术出版社就组织编写了一套“博睿中国人文书丛”（Brill's Humanities in China Library），这套丛书包括洪子诚、陈平原、骆玉明、荣新江、葛兆光等中国知名学者的著作，但仍然是从历史、文化的角度进行解释和说明。近些年，一些基于中国文化、中国价值、中国哲学理论视野回答世界普遍关注的热点问题的学术图书逐年增多，如中国社会科学院研究员赵汀阳的《天下体系》《天下的当代性》等学术图书，侧重于“中国阐释”，获得了世界学术界的广泛关注和讨论。除了这种哲学层面的“中国阐释”之外，我国也开始出现与西方针锋相对的学术专著。如清华大学阎学通教授用英文撰写的《领导力与大国兴起》（Leadership and the Rise of Great Powers），2019年4月由普林斯顿大学出版社出版，并在北京举办了新书发布会。该书指出，以“道义”为核心的政治领导力才是国家实力的关键所在，中国过去四十多年取得非凡成

就，逐渐缩小与美国综合国力的差距，靠的是中国领导人的政治领导力。该书直接质疑了美国白宫前首席战略分析师史蒂夫·班农的所谓中美之争是“模式之争”的观点，获得了中外媒体的广泛关注，在发布不足一个月的时间内，全世界收藏图书馆已经超过了200家。

在中国主题图书“走出去”的70年历程中，我们所取得的历史成就是巨大的，但面临的挑战也是空前的。从游击战争思想、农村包围城市思想，到改革开放事业中的“经济特区”“一国两制”等体制创新，都是中国共产党领导中国人民进行的前无古人的伟大实践。对这些成就进行合理的逻辑阐释，必须基于中华文明和社会主义核心价值观的基础之上。同时，21世纪的中国在政治、经济、文化等领域的全面崛起，必然会面临已经主导了世界500年发展进程的西方文化体系的全面竞争。因此，中国主题图书“走出去”，并在文化竞争中完成中国人文社会科学的理论创新，难度之大、挑战之巨可想而知。

但是，中国学术界已经历了40多年的对外开放，中国出版界也基本完成了体制、机制的改革，已经具备了进行“中国阐释”的基本能力。我们相信，经历过五千年历史风浪冲刷的中华文化，一定能在未来人类社会的发展进程中交出一份漂亮的答卷。人民论坛  
（作者为北京外国语大学教授，中国文化走出去效果评估中心执行主任）

### 【注释】

①何明星：《中华人民共和国外文图书出版发行编年史（1949—1979）》（序言），北京：学习出版社，2013年，第1—3页。

②何明星：《中国文化对外翻译出版与国际传播调研报告（1949—2014）》，北京：新华出版社，2016年，第27页。

责编/王妍卓 美编/杨玲玲