

# 再探「轉譯」

「拾藏」的文學想像、實驗與前瞻

文——鄭清鴻 前衛／草根出版社主編、「拾藏」計畫主持人

圖——鄭宏斌 「拾藏」計畫專員

臺灣文學館著力於「拾藏」團隊經營，核心目標就是，因應當代多元的生活環境，把臺灣文學藏品導入商品開發、影像製作、遊戲模組，並累積循環鏈上的人才。這項工作不僅集合了分層次的組織部門，更是文學知識和新的工序的融合。



「拾藏」嚐試連結臺灣文學的精神風貌。



拾藏「台文天文台」在第二季首次以專題形式推出藏品文章。

### 迎向「大轉譯時代」

近年來，隨著全世界智慧財產（IP，Intellectual Property）經濟的興起，臺灣的文學、動漫、影視、遊戲等原創內容，在主題取材、創作方式及商品衍生（改編、再創作）方面，受到許多正面的啟發和影響。諸如 HBO Asia 首部與公視合作的《通靈少女》，充滿濃烈的臺灣民俗元素；臺日合作的霹靂布袋戲《東離劍遊紀》，將布袋戲融合動漫要素展現出另一種跨界風貌，這些成功案例不只引起國內外的熱烈迴響，同時也讓我們回頭思考：除了這些個案以外，其他的文化藝術領域及其文化商品，應該如何在全球化的市場當中，突顯屬於臺灣的特色與賣點，將臺灣行銷國際？而官方和民間，又應如何保存、應用珍貴的文化資產，並形成完善的產業生態，並逐步促進文化消費的認同感？

為了回應這樣的文化與市場趨勢，文化部積極努力推動相關計畫，除了挹注資源鼓勵相關產業健全發展以外，也藉由博物館的研典、展教機能，推行典藏資料的近用。例如文化部於 2018 年啟動的「臺灣行卷—博物館示範計畫」，以重要空間與博物館典藏品為基礎，透過研究與詮釋，轉化成為通

俗易懂之故事或文字與大眾連結，促進資料的近用與公共服務，即是一例。

而國立臺灣文學館作為示範館所之一，則以「藏品故事轉化行銷計畫」進行文學資料的轉化工程。在臺文館與草根出版的合作之下，本計畫號召臺灣文學系所相關背景的新生代作家、研究生與相關工作者組成轉譯與商品開發團隊，共同規劃文學品牌「拾藏：臺灣文學物語」，透過通俗易懂的藏品故事，以及根據藏品故事開發而成的體驗式文學精品，讓社會大眾在日常生活中能有更多親近臺灣文學的機會，並由此開發各種潛在 IP，以及跨領域、跨產業的合作網絡。



「拾藏」第一期開發概念商品。

延續第一期的成果，目前本計畫已經進入第二期，有關「轉譯」的討論與實作也將有越來越多累積。不只如此，回顧近兩年來各種以推廣臺灣文學為目的，兼具文學教育與生活品味所延伸出來的出版品或文學商品，也已有相當厚實的成果。諸如蘇碩斌教授所帶領的非虛構寫作計畫《終戰那一天：臺灣戰爭世代的故事》、李時雍主編專欄《百年降生：1900-2000 臺灣文學故事》、賴香吟《天亮之前的戀愛：日治台灣小說風景》等各種不同類型的「文普」（文學普及）寫作，以及文學桌遊、實境遊戲的開發，各種分頭並進，或部分相關、重疊、連帶的計畫推陳出新。或許可以這麼說：一個比過往更加意識到學院之外文學推廣、跨領域「轉譯」重要性並投身嘗試的世代群像已經出現，臺灣文學隱然迎來「大轉譯時代」。

### 在「轉譯」的眾聲喧嘩之間

如前所述，近年的臺灣文學「文普」表現相對亮眼，在可預見的未來，也將會是臺文館、臺文系所跨領域、跨出學院與社會對話的重點工作。然而，「轉譯」作為實踐的範疇，在臺灣文學領域當中，似乎還沒有較具系統性的討論和概念的討論。以我個人而言，在執行計畫最初搜尋到的「轉譯」（translation）是直接連結到遺傳學的專有名詞，雖然在「解碼—重排序列」的提示中，可以隱約想像得到「轉譯」的語言變化過程和形式，但顯然離文學創作或研究的「轉譯」還有些距離。

進一步再查找更多文學文化研究領域的「轉譯」，會得到各種看起來意義接近，但因領域或主題不同而有所差異的變體。例如「翻譯」之間的語種變換，某概念在不同文化語境當中的（不可）詮

釋、不同文本形式／載體的轉換等等。

所以，適用於藏品行銷、故事寫作的「轉譯」會是哪一種？目標是什麼，又要如何做「轉譯」？

平心而論，「拾藏」的藏品故事寫作並非首創，臺文館過往在展教推廣活動當中所完成的各項展覽或活動的文字內容，師友們在各類媒體或通識課程當中進行的詮釋或描述，多少都有這方面的設計或考量。但從過去到現在，各種「面對大眾」的素樸想像和嘗試，「把文章內容寫得簡單」、「讓大眾看得懂」、「內容或風格有趣」等寫作原則或想像，以及不同媒介、形式的試驗，長期以來都是分散、零碎、個人化的實踐，難以策略性的複製、教學，並擴大參與。

因此，「拾藏」團隊首先必須嘗試確立的，就是在歷來各種不同形式的「文普」作品和書寫路線當中，我們將「轉譯」作為一種書寫策略的方法和原則應該是什麼？以及以「知識性散文」作為「轉譯」的形式，有什麼具體的效果或功能？

具體而言，要理解這裡的「轉譯」，我們需要的或許不是和翻譯相關的內緣解釋，因為它並不是A語到B語之間的「翻譯」，而更像是一種基於「溝通技術」而發生的「文學語言設計」。這方面透過社會學或人類學的討論，尤其是關於布魯諾·拉圖（Bruno Latour）的理論探討，反而已經有相對清晰的參照。例如楊弘任老師認為，拉圖將實驗室當中的科學知識轉化為常民社會所關注的事物或興趣之所在，這樣的「轉譯」，簡而言之就是「以自己的語言說出對方的興趣」，將病菌研究轉譯為農民所關心的炭疽病牛隻的病情，並在實驗室與常民領域之間位移。<sup>1</sup>「百工裡的人類學家」宋世祥老師更是直接把拉圖的「行動者網絡理論」（Actor-

Network Theory) 視為當今新創團隊都應該要懂的商業策略，來加以描述和詮釋。<sup>2</sup>

然而，從臺灣文學的歷史和現況來看，基於歷史經驗的斷裂、晚近而不完備的體制化、臺灣文學系統性教育長期缺席等因素，整個社會的文學經驗與記憶非常匱乏。所有的展示、教育、推廣活動，乃至於商品設計，幾乎都是一次全新的啟蒙，我們並沒有一個穩固可供參照的讀者／消費者市場進行 IP 經濟的測試和產值轉換。在文學市場低迷，共同話題不多的當下，「以自己的語言說出對方興趣」的轉譯原則已然不夠，我們要如何進一步透過轉譯去「創造對方的興趣」，甚至「創造需求」並「解決問題」？

因此，基於以上有關轉譯的摸索與歷史回顧，「拾藏」的戰略位置與實驗方式逐漸浮現：「拾藏」現階段會是一個結合「知識內容」與「商品開發」的品牌，在知識轉譯方面，選擇以散文來呈現，大部分的藏品故事都由藏品資訊重新剪裁，但是盡可能在當代的情境當中，賦予藏品或文本新的詮釋和觀點，藉由作者個人的研究與風格表現，藉以培力更多作者品牌，作為未來各項跨領域轉譯的中介者。商品部分則以實用為主，透過轉譯故事抽取適切的文學符號搭載其上，以物品進行文本轉譯，在日常生活中引發同情共感，散播臺灣文學的種子。

換句話說，如今推廣「文學」固然重要，但「文學」未必先行。因為「文青」並不如我們想像



臺文館與「拾藏」團隊致力於賦予藏品或文本新的詮釋和觀點，藉由作者個人的研究與風格表現，藉以培力更多作者品牌，作為未來各項跨領域轉譯的中介者。(圖為「拾藏」轉譯討論會議於嶺南文庫召開情形)



臺文館期待成為文學與跨領域、跨產業交流的知識平臺，尋找更多連結的可能。圖為2019臺灣文博會臺南館（左）和工藝館（右）展場現場，兩館連結眾多產業品牌，將地方文化與技藝透過不同概念，連結創新，製造熱點。

得那樣多，況且對一般消費者或讀者而言，各項商品或服務的品質與內容獨到之處才是最重要的。其次才是「文學」在商品或服務中扮演的角色或加值之處。考量臺灣特殊的歷史和文學環境，以及納入商業行銷的策略，這或許才是「轉譯」的巧妙或幽微之處，同時也是「拾藏」運作至今，一路對故事和商品「轉譯」的想像和實驗結果。

### 成為「文策院」的文學隊

今年初，《文化內容策進院設置條例》已經由總統公布生效，相關開辦預算也於5月底解凍並正式成立「文化內容策進院」（簡稱文策院），文策

院被定位為「中介組織」，作為連結政府與民間產業的橋樑，接合文化創作內容與產業。獲提名為文策院首任董事長的前文化部次長丁曉菁曾在訪談中表示：「文化的影響力在資本主義當代社會中，往往透過市場機制快速擴散，關鍵還是在於故事說得夠不夠好，文化性和市場性不見得互斥，產業生態系中大家努力做出好的作品，也要找得到作品的目標觀眾，形成正向循環。」<sup>3</sup>

所謂「文化性」和「市場性」的拉扯，在文學領域當中，其實就體現於我們面對並設定轉譯故事寫作的諸多難點：如何把藏品和臺灣文學的故事說好，而且是在讀者的語境或流行趨勢當中，把文學



故事說得精彩，正是「拾藏」的主要課題。至於在內容與產業之間的跨領域，「拾藏」也已經透過商品開發、影像、遊戲等人才的累積，逐漸摸索出一條可行的道路，甚至我們正在培育新一批具備研究能力，並能跨領域、跨產業溝通的中介者，游移於領域之間，尋找更多連結的可能。

「文策院」是國家隊，而國家隊當中的新生代文學隊伍，或許已經悄悄在臺文館近年的努力之中孕育而生。這是臺文館身為文學博物館的使命，也是「拾藏」的前瞻，更是新年度「拾藏」的自我期許。文

- 楊弘任，〈社區如何動起來？：黑珍珠之鄉的派系、在地師傅與社區總體營造（增訂版）〉（台北：群學，2014），頁15。
- 宋世祥，〈轉譯、位移與結盟：從「行動者網絡理論」與《巴斯德實驗室》學習「商業策略」〉，網址：[https://www.facebook.com/notes/百工裡的人類學家/轉譯位移與結盟從行動者網絡理論與巴斯德實驗室學習商業策略/1128939663891600/](https://www.facebook.com/notes/%E6%97%B9%E5%B7%A8%E5%AD%A6%E5%BB%A3%E5%B7%B1%E5%B7%B9%E5%B7%B7%E5%B7%B5%E5%B7%B3%E5%B7%B1%E5%B7%B0%E5%B7%AF%E5%B7%AE%E5%B7%AC%E5%B7%AA%E5%B7%A8%E5%B7%A6%E5%B7%A4%E5%B7%A2%E5%B7%A0%E5%B7%9F%E5%B7%9D%E5%B7%9B%E5%B7%9A%E5%B7%98%E5%B7%96%E5%B7%94%E5%B7%92%E5%B7%90%E5%B7%8F%E5%B7%8D%E5%B7%8B%E5%B7%8A%E5%B7%88%E5%B7%86%E5%B7%84%E5%B7%82%E5%B7%80%E5%B7%7F%E5%B7%7D%E5%B7%7B%E5%B7%7A%E5%B7%78%E5%B7%76%E5%B7%74%E5%B7%72%E5%B7%70%E5%B7%6F%E5%B7%6D%E5%B7%6B%E5%B7%6A%E5%B7%68%E5%B7%66%E5%B7%64%E5%B7%62%E5%B7%60%E5%B7%5F%E5%B7%5D%E5%B7%5B%E5%B7%5A%E5%B7%58%E5%B7%56%E5%B7%54%E5%B7%52%E5%B7%50%E5%B7%4F%E5%B7%4D%E5%B7%4B%E5%B7%4A%E5%B7%48%E5%B7%46%E5%B7%44%E5%B7%42%E5%B7%40%E5%B7%3F%E5%B7%3D%E5%B7%3B%E5%B7%3A%E5%B7%38%E5%B7%36%E5%B7%34%E5%B7%32%E5%B7%30%E5%B7%2F%E5%B7%2D%E5%B7%2B%E5%B7%2A%E5%B7%28%E5%B7%26%E5%B7%24%E5%B7%22%E5%B7%20%E5%B7%1F%E5%B7%1D%E5%B7%1B%E5%B7%1A%E5%B7%18%E5%B7%16%E5%B7%14%E5%B7%12%E5%B7%10%E5%B7%0F%E5%B7%0D%E5%B7%0B%E5%B7%0A%E5%B7%08%E5%B7%06%E5%B7%04%E5%B7%02%E5%B7%00%E5%B7%FF%E5%B7%FD%E5%B7%FB%E5%B7%FA%E5%B7%F8%E5%B7%F6%E5%B7%F4%E5%B7%F2%E5%B7%F0%E5%B7%EF%E5%B7%ED%E5%B7%EB%E5%B7%EA%E5%B7%E8%E5%B7%E6%E5%B7%E4%E5%B7%E2%E5%B7%D0%E5%B7%CF%E5%B7%CD%E5%B7%CB%E5%B7%CA%E5%B7%C8%E5%B7>C6%E5>B7>C4>E5>B7>C2>E5>B7>C0)，使用日期：2019/5/21。
- 張玉音，〈【文策院專題】所有重要的事情都不會是容易的：丁曉菁談文策院如何助攻內容產業〉，網址：[https://artouch.com/people/content-11217.html?fbclid=IwAR3Nu0daC1ROM6vOzndLlemqDeYwDO0aZspg4GzJsO066ufh3p1c2wsxFs\\_](https://artouch.com/people/content-11217.html?fbclid=IwAR3Nu0daC1ROM6vOzndLlemqDeYwDO0aZspg4GzJsO066ufh3p1c2wsxFs_)，使用日期：2019/5/21。