



鲁迅小说英译中的赞助权力话语及其副文本操纵

毛文俊,付明端,薛玉凤

(浙江理工大学外国语学院,杭州 310018)

摘要: 对出版机构赞助权力话语的考察有助于辩证地认识文学翻译的出版路径,描写翻译的社会交际属性和生产属性。从赞助人框架出发,对比考察鲁迅小说不同英译本的出版主体及其在副文本层面的权力话语书写与操纵。外宣译出路径赞助下的杨宪益、戴乃迭译本,其赞助主体在副文本中显身外叙,同期译者隐身。学术译入路径赞助下的莱尔(Lyell)译本,其赞助主体在副文本中有限介入,协力译者的学术诠释。商业译入路径赞助下的蓝诗玲译本,其赞助主体与译者在副文本中共同显身,协调互动,形成同一导向的副文本话语,以吸引大众读者。三个译本不同的副文本话语反映出三类中国文学翻译出版路径的各自优势。外宣译出路径保障了译本话语叙事与中国文化形象构建的真实,学术译入路径通过话语诠释构建了中国文学在海外专业读者群中的声名,商业译入路径通过引导性的副文本话语帮助打开大众读者市场。这种不同赞助主体施为路径的特征与优势启示中国文学对外翻译守正创新,协调各类路径以多元的话语叙事形式共促中国文化对外传播。

关键词: 出版机构;文学翻译;鲁迅小说;赞助;副文本

中图分类号: H059

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851 (2023) 10-0549-10

Power discourse and paratext manipulation of patronage in English translations of Lu Xun's novels

MAO Wenjun, FU Mingduan, XUE Yufeng

(School of Foreign Language Studies, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China)

Abstract: The study on patronage's power discourse of different publishing institutions would be helpful to dialectically understand paths of literary translation and profile the social communication attribute and production attribute of translation. From the perspective of patronage framework, the study compares publishing bodies conducting in different English versions of Lu Xun's novels, as well as their power discourse and manipulation featured in paratexts. Translation by Yang Xianyi and Gladys B. Tayler belongs to the path of publicity translating in which patronages explicitly narrate their discourse while the translator is invisible. Translation by William A. Lyell belongs to the path of academic translating in which patronages mainly support the translator to narrate academic discourses. Translation by Julia Lovell belongs to the path of commercial translating in which patronages and the translator get coordinated in narrating paratext discourses so as to fully attract public readers. The paratext discourses of three translations reflect the respective advantages of different paths paths of Chines literature translating and publishing. The publicity translating path ensures the truth of discourse narrative and the construction of Chinese cultural image. The academic translation path constructs the reputation of Chinese literature

收稿日期:2022-12-17 网络出版日期:2023-04-25

基金项目:浙江省哲学社会科学规划课题一般项目(21HQZZ014YB)

作者简介:毛文俊(1993—),男,浙江衢州人,实习研究员,硕士,主要从事文学翻译方面的研究。

通信作者:付明端, E-mail: fumingduan@aliyun.com

among overseas professional readers via discourse interpretation. The commercial translating path helps to open up the mass reader market through guiding paratext discourse. The characteristics and advantages of translating paths with different patronages enlighten Chinese literature translation to uphold fundamental principles, break new ground and promote overseas communication of Chinese culture via diversified discourse narrative methods.

Key words: publishing institutions; literary translating; novels by Lu Xun; patronage; paratexts

鲁迅创作的小说作品脍炙人口,是中国现代文学的经典佳作,不仅享誉国内,亦在海外被广泛译介,作品译本已覆盖“50多种语言”^[1],是中国文学域外传播的热点文本。学界对鲁迅小说的翻译研究持续保持旺盛活力,并逐步由纯粹语言视角向文化和社会综合视角跨学科延伸,老树新枝,研究内涵更为丰富。如王瑞等^[2]从翻译社会学视角考察了译者在鲁迅小说早期经典化过程中所扮演的角色;王树槐^[3]基于现象学文论视角探讨了鲁迅小说不同英译本折射出的译者隐蔽价值观及观念成因。但遗憾的是,现有鲁迅小说翻译研究仍聚焦于原作、译者、读者等行动对象,而对以出版机构为代表的赞助人关注不足。赞助人作为“在促进或阻止文学阅读、写作和改写上持有权力的个人或机构”^[4],对文学发起、生产与传播有着重大影响,特别是在民族文学以翻译为途径向世界文学迈进的质量转变过程中,它是不可或缺的支撑要素与在场力量。

出版机构作为活跃的赞助施为体和翻译活动中的资本优势方,与其他翻译活动行动者的接触最为紧密、频繁,影响着翻译自发起到译本传播的各个环节,是不可忽视的权力主体。基于此,本文从赞助人框架出发,对鲁迅小说的杨宪益和戴乃迭译本、威廉·莱尔(Lyell)译本和蓝诗玲译本中的出版赞助主体及由其主导的路径体系加以对比考察,并以副文本为案例,一窥出版机构在译本中的赞助话语与副文本操纵。鲁迅小说的杨戴译本、莱尔译本和蓝诗玲译本是海外读者市场中流通的主流英文全译本,备受学界关注。本文对翻译活动中不同赞助主体行为特质与施为路径的考察,将赞助人这一被忽视的间性主体置于翻译研究的视野中心,有助于描写翻译的社会交际属性和社会生产属性,帮助辨析不同赞助模式的中国文学外译路径及其特质,为如何发挥不同类别赞助主体的优势、认识并推动赞助机构对文学外译的良性哺育提供新的观测点。

一、以书为媒:外宣译出路径下的杨戴译本

(一)赞助出版背景

杨宪益、戴乃迭译本 *Selected Stories of Lu Hsun* 于1954年由外文出版社出版发行。外文出版社是中国外文出版发行事业局(前身为中华人民共和国中央人民政府新闻总署国际新闻局)下属的官方综合性、专业化、外向型国际传播机构,自成立以来长期承担着国家对外翻译出版任务,是“我国对外翻译出版事业的主力军和国家队”^[5]之一。在杨戴译本的翻译出版时期,中国国内的文艺生产以服务国家政治事业为核心,政治生活原则、对外交往标准和阶级斗争叙事指导着文艺生产与文化主题。这使得该时期的文艺叙述、外宣叙述高度统一于政治叙述,形成协调一致的内外话语。文艺生活中,文艺产出突出革命性、人民性和无产阶级性,重视文艺作品的红色基因、革命启示和思想站位。反映在文学外译上,基于社会主义诗学、现实主义诗学的左翼文学作品被有计划地对外译介,成为时代翻译出版主题。此时国家赞助下的文学译出旨在以文艺交往为突破口,通过文学译出带来的中外交往联动“促进国际宣传,打破国际交流对象上的局限性”,同时发挥作品的先进革命性和启示价值“配合国家外交斗争,促进世界革命事业”^[6],从而打破国际封锁,赢得国际支持。鲁迅小说杨戴译本的翻译出版便是我国主动作为的文化外宣典例。鲁迅的文艺作品兼具革命性、文学性,契合时代文艺生产主题、社会话语叙事流向和国家对外宣传主旨。同时,鲁迅本人作为无产阶级革命家、中国文化变革旗手和中国左翼文学代表人物,进一步赋予了作品符号价值和象征意义。此种作品、作者与时代话语的高度价值耦合,使得鲁迅作品作为人民文学的代表佳作映入文学对外翻译选题视域。

(二)路径核心:制度化文化外宣

新中国成立后,我国构建了国家统筹、政府推动、国有出版机构为赞助施为主体,社会各方为重要参与力量的制度化文学译出路径,改变了近代至新

中国成立前依赖个体施为的碎片化、离散化文学译出,扭转了中国文学在世界文学舞台失声的局面。制度化文学译出路径的本质是国家赞助下主动而为的外宣译出,是一类“以信息文化交流为核心的公共外交手段”^[7]。文学翻译的国家赞助模式以代表国家意志和服务国家利益为特征,以一定国家资源为基本依托和保障,在国家制度化规范和行为准则的统一指导下,自上而下形成原则明确、标准统一的生产及传播体系链,以赞助文学翻译出版为重要方式来实现基于国家意识形态的意志叙事与话语表达。这一翻译出版路径在党和政府的引领下有力促成了集中力量办大事的拳头效应,有效发挥了国家赞助系统的体量优势及系统象征资本带来的辐射效应,保障了翻译出版生产要素的畅通流转,通过最优化的人力、物力、资源调度与配置形成机制化、规模化、连续化的文学对外翻译出版,促进了中国文化的求真表达和中国形象的真实建构。

同时,因其赞助背景的国家属性和文化外交特质,国家赞助的翻译出版物在文化亲缘性强、历史渊源深厚、有着良好政治交往和民间交往基础的海外国家和地区往往更易传播并被接受,在文化根源疏离、交往基础薄弱、彼此有着特殊历史过往的海外国家和地区则易被功利化地打上政治标签,而遭遇出版发行杯葛和基于民族狂热的非理性批判。在杨戴译本翻译出版时期,受制于冷战政治气候和紧张的中西国际关系,国家赞助出版的中国文学作品在海外特别是欧美市场的发行一度受限。海外发行与销售集中于中国国际书店及各国共产党、共运组织、左翼民主党派经营的书店及贸易机构。为弥补不足、提升后劲、拓展渠道、扩大受众,向海外图书馆、学术机构、社会组织和民间团体捐赠,在外交或文化活动中赠刊等公益性传播方式成为海外发行的有力补充途径。

(三) 路径特点

1. 中国共产党的坚实领导

由国家赞助并主导的文学译出路径,因国家上层建筑和经济基础的属性差异,表现出不同的体系特征。西方各国采用该种路径,如美国的基金会模式、欧洲各国的文化部门模式,常常表现出倾向头部阶级利益和迷信自由市场的行为倾向。这使得其路径体系极易被特定阶层群体控制,表现出骑墙摇摆性。同时,体系抗市场流变的韧性减弱,极易被经济浪潮裹挟。我国制度化文学译出路径有别于西方体系的先进性,主要表现为始终坚持党的坚实领导和

思想引领。这保障了我国制度化文学译出路径在建设及施为上具有稳定的基础和不竭的动力,以书为媒赋能文化对外传播。作为党领导下文化建设与对外传播事业的重要组成,我国翻译出版活动以国家意志为内核,在国家顶层结构统筹和设计下,始终立足于维护国家利益,服务国家战略,担负国家使命,满足国家建设需求,面向市场但不任由市场操纵,在把文化效益、社会效益放在首位的前提下努力实现其与经济效益的共赢。

2. 场域话语协调、统一

在该路径的运作过程中,国家意识形态话语和社会生活主流话语与翻译赞助者和行动者话语高度同构。路径的赞助施为体系以权力资本为统辖,全面有效地整合并掌握了与翻译出版相关的经济资本、社会资本和象征资本。这保障了翻译系统和社会其他领域系统之间、翻译系统和母系统文艺生产系统之间、翻译系统内部各子系统之间、翻译赞助系统内部各行为主体之间,在意识形态、话语叙事、行为目标、指导原则和核心规范上的高度统一。在杨戴译本的文本书写上,无论是作为译者的杨宪益、戴乃迭,还是相关编者,个人话语的介入都是审慎克制的。杨宪益、戴乃迭更多地以直译方式翻译原文,在段落和篇章结构上忠实于原作,处于译者隐身。出版机构亦以原作内容为核心提供和展示信息。

3. 译事的组织性和工程性

在该路径的塔式结构中,国家意识形态是翻译生产的定义者和诠释者,绘制对外翻译蓝图,确立翻译生产的规划布局、施为原则和评价标准。包括译者和赞助人在内的翻译、出版、发行各系统行为主体,是具体文艺生产活动的执行者、责任人和利益关联者,确保生产规划作为国家文化生产的有机组成按照既定原则和标准落实。这使得译事表现出明确的组织性和程序性。在原作选材上,纳入翻译赞助计划的作品须经过责任部门系统规划、周密论证,原作选材的偶发性、随意性小。翻译出版的长线布局以服务国家政治、文化、外交各项事业建设为宗旨,短期计划则基于实际,实事求是,随世情需求设置。译者主要根据政治和文艺双重考核标准招募和选派,既充分考虑业务能力,又高度重视译者的政治站位、责任感、使命感和文化担当。杨宪益胞妹杨苡^[8]曾回忆杨宪益、戴乃迭的翻译“不能说全是兴趣出发”,更是因为“这是需要对外介绍的”,是中国的优秀文学、优秀文化。

二、文学阐释:学术译入路径下的莱尔译本

(一)赞助出版背景

威廉·莱尔译本 *Diary of a Madman and Other Stories* 于1990年由夏威夷大学出版社出版发行。夏威夷大学出版社是美国知名的大学出版机构,其对翻译出版以中国为代表的亚太国家和地区的自然科学、人文社科作品情有独钟。根据曾玲^[9]对1979—2017年中国当代小说在英美市场出版情况的统计,在英美大学出版社中,夏威夷大学出版的中国当代小说译著数量以16部位居第二,仅次于哥伦比亚大学出版社。莱尔译本出版发行的20世纪90年代恰处海外新一轮中国研究热潮肇始之际。伴随着中西关系回暖和中国对外开放的深入推进,西方世界对中国不再一味抵触,中学西传重燃勃勃生机。面对中国逐渐崛起的现实和中国市场的巨大吸引力,西方世界了解中国并与中国在各层次交流合作的需求和兴趣与日俱增,但由于历史性原因,其对中国的既有了解相对匮乏。这一尖锐矛盾促进了新一轮中国研究热潮的兴起,在文学领域表现为以西方大学出版社为主体的学术型出版机构有计划地开展中国文学翻译出版,在文学作品的选材上也更看重作品的学术价值、典型性和社会性。莱尔译本的翻译出版帮助鲁迅小说进一步步入西方读者市场,特别是以利益关联读者(如中国研究学者、中国文学或语言学习者)为代表的专业读者市场。

(二)路径核心:文学的社会符号化

莱尔译本的翻译出版属于西方大学出版社赞助下的中国文学海外学术译入。国外社会,特别是西方社会,对中国文学长期呈现出以诠释、解读、旁证为特征的文学社会符号化倾向。中国文学常被视作抽离的社会现实或盆景化的历史生态,即一种中国现实的时代镜像或历史镜像。中国研究需求和中国文史的泛社会化阅读需求激发了中国文学在海外的学术译入路径。

在该路径中,翻译文学作为异域文明窗口的社会棱镜与文化透射功能被重视。路径中的赞助主体关注原著的研究价值和其作为某种生态镜像的典型性,在服务国外社会对中国文学的泛社会化阅读需求的同时,通过赞助翻译活动为自身积累象征资本。译者和专业读者尝试通过诠释作品的本体内涵来构建中国的符号模型,站在政治学、社会学、历史学或文化学角度,解读文学作品折射出的历史语境下的中国政治、社会、文化生态,辨析中国人的思维观念、

精神心理和行为逻辑,达成符合本国社会文化可接受度的认知衍生和自洽。读者在阅读中试图由旁证己,以异域国度的相似状况解释自身所经历的物质现实与精神现实,寻求一种群体性的心理慰藉和创伤疗愈,哪怕这种慰藉和疗愈只是某种基于浪漫想象的自我满足与自我感动。

西方学术译入路径下产出的莱译本,漂浮于赞助资本所需、译者自我言说和需求读者阅读视野交织而成的翻译空间。译本中,翻译话语与诠释话语深度融合,以实现各方诉求的共赢,作品的中国镜像作用被关照和书写,存在的西方批判被淡化和削弱,形成了作品文艺自叙、机构价值自叙、译者学术自叙、读者期待他叙的话语重构。例如,莱尔将《阿Q正传》中主人公阿Q的人生悲剧归结为其对自身社会角色定位的不满及由此产生的个人利益与社会价值观的冲突,认为阿Q精神虽不道德但在心理上是一种合理的、积极的逃避^[10]。因此,莱尔译本弱化了原作对阿Q形象的负面塑造,将阿Q话语中的弱语气词译为英文中的强语气词,将一些负面情感色彩的表达替换为中性情感色彩的表达,在人物的动作和体态描写上增译了幽默元素。这种处理使得莱尔译本笔下的阿Q从一个逃避者成了一个行为举止诙谐、游走在生存与反抗之间的中间者。这与原作想要表达的对阿Q一类愚昧、麻木、懦弱病态国民及其可悲奴性思想的批判截然不同。

(三)路径特点

1. 学术渊源领航出版结构

大学出版社的出版活动一般立足于源头高等学府的教科研资源、学科特色和人才储备,在传统综合性图书出版业务之外,通过学术引领和教育教学资源编纂形成自身富有代表性的出版结构,培育主题品牌。大学出版社的出版活动有内外双向的服务功能:向内构建专业平台,以图书馆、高校等为常规流向,满足了专业读者的学术阅读需求;向外服务社会,为需求读者提供了各个方向的高质量读物和学习资源。莱尔译本的策划、出版在很大程度上与夏威夷大学出版社的学术背景相关。夏威夷大学出版社所依托的夏威夷大学,是美国较早系统地开展中国研究的高等教育学府,该校下属的东亚系和亚太研究院一直致力于持续推进以中国研究为代表的亚洲研究项目和太平洋区域研究项目。由此构建的专业队伍和产生的内向教科研需求,推动了夏威夷大学出版社先后推出“现代中国小说丛书系列”等中国读物。

2. 学术资本哺育象征资本

以大学出版社为代表的学术型出版机构,处于学术资本和文化资本引导下的“受限制生产子场域”,希冀通过出版活动建立“象征资本、认可资本”^[11],巩固或提升业内地位。该场域下的翻译出版路径建基于出版机构和受赞助译者彼此之间在教研志趣、学术话语和专业积累上的一致。双方视角相通,需求同趋,利益同一,都需要将自身的既有学术资本和文化资本兑现为其他的利益资本,建立专业口碑,获得社会认可。大学出版社依托所持的学术资本和文化资本提供专业资源,发挥其在业界风尚上的话语引领作用,取得在读者群中发行、流通的印象优势,形成较为稳定的分发渠道和沉淀的需求群体。译者发挥长期积累的文化资本和学术资本构建译本,以此为砖石扩充自身的衍生学术资本、文化资本和象征资本,建构学界声誉。在莱尔译本的翻译出版中,双方在兑现学术资本上的一致极大促成了彼此间的融洽合作,“夏威夷大学出版社的学术高度促使莱尔以独特的学术视角来翻译鲁迅的小说作品”^[12],为莱尔的学术性翻译提供了充分的能动空间。

3. 译者高度介入风格书写

在文学的学术译入路径中,受赞助译者多具有与出版任务契合的学术背景,在文学或相近学科领域内有一定的学术积累和知识储备,在某种程度需要相应的平台资源和文本资料来服务自身学术兴趣,丰富学术资本。译者在翻译过程中,积极介入译本书写,以翻译实践为一大途径对外叙述学术话语,阐释自身专业见解。这使得译本显化地融入了译者的学术观点、文笔风格和文本解读,译本语言呈现出译、写、研、释的多重建构。译者威廉·莱尔是美国著名的鲁迅研究学者,先后推出了 *The Short Story Theatre of Lu Hsün*、*Lu Hsün's Vision of Reality* 等鲁迅研究著作。他对鲁迅作品的翻译既是文学翻译行为,也是对鲁迅研究活动的补充和外叙。莱尔认为“中英语言如此不同,过度寻求在其中一种语言的真,也意味着在另一种语言上的误”^{[13]xl},因此他在翻译时运用了多种改写策略,如文风夸张化、更改原文时态等,这样的翻译书写“使鲁迅半当代化和美国化”^[14],译本表现出浓烈的译者个人风格。此外,莱尔在译本中多次表达了自身对于鲁迅及其文学创作的学术见解,比如,他认为鲁迅在中国社会被过度符号化、偶像化,“具有讽刺意味”^{[13]xxx}。

三、调试改写:商业译入路径下的蓝诗玲译本

(一) 赞助出版背景

蓝诗玲译本 *The Real Story of Ah-Q and Other Tales of China* 于2009年由企鹅出版集团(Penguin Group)出版发行,是企鹅经典文库作品之一。企鹅出版集团是经营国际化综合性图书出版业务的大型跨国商业集团,在国际图书出版市场,特别是英美图书出版市场,具有巨大的影响力和号召力。企鹅出版集团的市场嗅觉敏锐,较早将目光投向中国文学市场,发掘中国文学作品在英美读者市场的适销潜力,先后将不少中国文学作品引入旗下企鹅经典、企鹅文库系列品牌,出版主题涵盖了中国古典文学和现当代文学。以其1979—2007年对中国当代文学的译介出版数量为例,在西方商业出版机构中,企鹅出版集团的中国当代文学译介出版数量仅次于兰登书屋,大幅领先于哈珀柯林斯等其他西方大型商业出版集团^[9]。蓝诗玲和企鹅出版社之间的合作颇为成功。蓝诗玲充分发挥了其在中国现当代文学上的教育训练积淀和翻译实践经验。企鹅出版集团通过专业化的译事管理和商业运营为蓝诗玲的翻译提供了诸多帮助。双方的合作助力了鲁迅小说英译本进入海外大众读者市场。

(二) 路径核心:经济利益本位

蓝诗玲译本的翻译出版路径是海外市场资本运作下的文学商业译入路径。西方商业出版社对中国文学的译入出版,本质上是以经济效益为核心内驱力的市场经营性文化贸易行为。在该翻译出版路径中,商业场域高度介入文学场域,经济因素贯穿实践全过程,市场资本权力全方位配置翻译生产、出版、发行要素。文学翻译的发起源于商业出版社及其利益相关体的经济利益需求和市场姿态需求。在路径形态上,译事管理表现出市场机制主导下的精细分工、标准流程和风险管控。译后出版发行程式化,伴有成熟的市场反馈与销量跟踪机制,以便及时根据收益情况决定出版物的后续经营策略。

西方商业出版社在赞助施为过程中,经济利益本位,遵循商业逻辑和企业思维运作中国文学进入海外读者市场。在这一过程中,中国文学被视为具有潜在利润空间的原体素材,面向海外读者市场特别是海外大众读者市场调试、加工、販售,从海外文化资源被商品化、产业化为舶来文化产品。无论是寻求直接经济回报,抑或是期待展示市场姿态获得隐性市场红利,商业赞助主体始终试图寻求最短经济路径,谋求最高效的产品市场占有、流通与传播,

最大限度兑现原体文学资源的文化产能,以获得回报。在市场潜能和经济效益为导向的赞助逻辑主导下,出版物的潜在市场前景和预估经济效益成为商业出版机构出版决策的关键因素。为提升译本的可读性进而“向中国研究专家圈子以外的读者解释鲁迅在中国的经典性”^{[15]xlv},吸引大众读者购买,蓝诗玲在翻译过程中尝试通过信息增补来减少读者的阅读困难,如通过增加尾注补充文本背景信息,在副文本中添加对汉语拼音的说明来帮助读者理解人名、地名等专有名词的音译。

(三) 路径特点

1. 原作选材现实、功利

由于文化亲缘性、历史亲和力、诗学结构等多方面存在的距离感和差异性,相对母语文学,翻译文学在域外图书市场所占体量偏小,获得稳定市场份额、赢得长期读者青睐的难度更大。出于风险管控,海外商业出版机构对翻译文学的经营在原作选材上表现出审慎的控制性筛选。这使得译入文学的出版结构固化,出版主题集中。已有传统声名积淀、权威奖项加成或业界主流认可的作家及其作品,更易映入翻译选材视域。在同类语系或相近文化背景国家和地区经市场检验、建立正向市场反馈的文学作品,更易通过重译、转译、代理发行等方式被引入第三方市场。具体到对中国现当代文学的甄选,作品的“可译性”及其“与西方文学的相似性”^[16]是西方商业出版机构遴选原作的最基本标准。从可译性角度来看,前期在西方发行出版的杨戴译本、王际真译本、莱尔译本,为蓝诗玲译本的翻译出版提供了丰富的平行文本资源,并构建了鲁迅文学这一翻译出版主题在西方读者市场的预期受众。从文学相似性来看,鲁迅小说的内容书写在某种程度上与西方传统讽喻文学有相合之处,故事内容符合西方大众读者对近现代中国的阅读想象,辛辣的文笔风格、突出的人物塑造和多元的异质元素亦契合西方读者的文化期待。

2. 译事切分精细、单元化

翻译文学的商业出版路径倾向于通过高度精细化的人员分工形成单元化、标准化的译事管理与文本生产流程,以此落实责任,提升品控,加强赞助主体对翻译活动的掌控。作为译事施为主体的译者,是文学商品生产链中的契约行为者之一。商业出版机构向译者提供经济保障与译事支持。译者遵循劳务契约,满足出版赞助主体在翻译周期、译本风格、行文格式等各式层面上的要求。在这一路径中,文学经纪、策划、编辑、美工、宣发等译稿生产链内部人

士的参与度显著提升。同时,以特定领域专家和邀约评论者为代表的外部行动者被引入译事流程。前者担负起解疑答惑者的角色,为译者的翻译实践和出版社的出版发行提供专项服务。后者往往通过撰写前言或后记、发表文评、活动站台等形式介入译事,以自身声名资源、象征资本或在特定领域内的优势为译作造势。在蓝诗玲译本的翻译中,这种精细分工下的多元角色参与模式,在文字润色、文化考究、人物解读等多方面为蓝诗玲提供了帮助。

3. 以大众读者为文学销售基本盘

在预期读者层面,出于对经济效益的考虑,商业出版机构往往以大众读者作为主受众群体,构建文学销售基本盘,扩大发行辐射面,获取尽可能多的经济收益。在文学译入的商业路径中,赞助主体通过研究、判断并回应大众读者的阅读期待、文学视野和文化心理来调试文学作品,以此提升译作与域外文学世界的契合度,加强作品的可读性、适销性,兑现文学原作的盈利潜能,实现自身的经济诉求。此外,为吸引大众读者,商业出版机构会根据不同国家和地区、不同阶层大众读者的经济水平、文化距离、教育程度、读本需求、阅读习惯等,以平价书、精装书、有声书、电子书等不同制式的载体发行翻译文学读物,提供多元选择。企鹅集团对蓝诗玲译本的市场定位是面向西方大众读者市场的中国文学读物,旨在向大众读者提供轻松、舒适的域外经典文学阅读体验。为服务于此,蓝诗玲采用了大量的翻译改写以消解原作中不易为西方读者理解或接受的内容,用轻快、简洁的行文提升作品语言的流畅性和情节的连贯性。如在处理《阿Q正传》时,蓝诗玲压缩了原作的序言章节,以避免故事铺垫过长降低读者的阅读热情。

四、译本副文本中的赞助话语

副文本是“环绕于正文本周围的语言或非语言伴随形式”^{[17]1},按照与正文本的位置关系分为“内副文本”和“外副文本”^{[17]5}。内副文本与正文处于同一位置空间,包括封面、扉页、前言、序跋、注释、后记等。外副文本是正文在外部时空的延展,包括评论、广告、采访、翻译手札、读者反馈等。二者“都对正文本的呈现和接受有影响”^{[17]7}。作为“为文本有意识打造的门槛”^[18],副文本概念打破了文本内部要素和外部存在之间横亘的阈限隔阂,对于拓展文学研究的边界与视野具有重要意义。翻译文学的副文本作为“正文本的强化和伴随形式”^[19],通过“阐

释、商业和导航”^[20]三大基本功能的发挥“丰富、诠释、细化、回验了正文本文意义”^[21],是翻译文本完整意义不可或缺的有机组成。译本副文本的施为主体主要包括译者和出版方,副文本不仅是译者声音的体现,亦是赞助者声音的体现。翻译活动的完整施行离不开出版方的赞助施为,出版方的赞助话语与权力渗透或隐或现于翻译闭环链的各个环节。副文本既是出版方文本介入程度几何的直观体现,亦是“出版方在目标文化中阐释翻译文学文本的一个主要方式”^[22]。鲁迅小说三大英文全译本的出版方不同,形成了相异的翻译出版路径。这种赞助施为主体的差异鲜明表现于以封面和序跋为代表的译本副文本中,表现出不同的赞助话语特征。

(一)封面话语:铭印首因效应

图书封面是读者在选购图书时首先接触到的文本视觉元素,对触发阅读首因效应、激发读者消费兴趣具有前导作用,在一定程度上影响着读者对译本的前置阅读印象。图书封面的装帧设计通常由出版社负责,出版社的赞助权力可直接介入译本的该生产环节。不同译本殊异的封面设计,折射出各出版社对翻译文本不同的产品定位、读者预设与出版态度。

杨戴译本的封面如图1所示。外文出版社作为国有出版机构,其文学出版物的封面设计契合时代下的社会主义文艺叙事与审美标准,特别是在新中国成立前17年的文艺生产中表现出简明朴素的文艺设计风格及凸显时代人物的话语书写特征。1954年版杨戴译本的封面,以鲁迅先生素描肖像为主视图,书名以大号字体居中书写,封面背景色为黄色,整个封面构图与配色表现出庄重正式的设计风格。与主构图对原作者鲁迅的凸显不同,书籍译名并未突出特定的小说篇目,封面亦未标注译者信息。可见杨戴译本作为国家赞助下、国有出版机构施为的文化工程译本,更为关注原作者的身份意义,在读者首因效应的营造上更注重展示译本的正式性。

莱尔译本的封面如图2所示。夏威夷大学出版社对莱尔译本的封面设计呈现一种冷色调下的水墨背景与文字书写,这与彼时西方文艺领域对中国传统文化的固有印象契合。同时有别于杨戴译本和蓝诗玲译本,莱尔译本的译者信息直接呈现于封面之上,这源于译本学术型翻译本质下的译者自叙需求,即直观地展示译者的文本介入,从而为译者自身积累学术资本。此外,莱尔译本的书名突出了小说选篇《狂人日记》,这是因为《狂人日记》中对旧中国吃

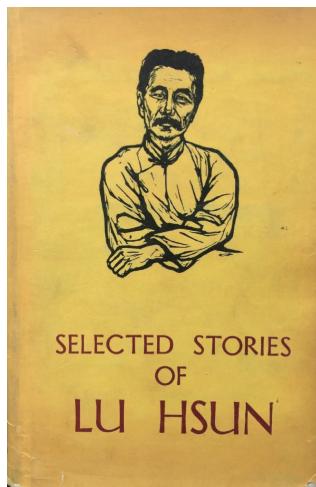


图1 外文出版社1954年版杨戴译本鲁迅小说封面^①

人社会、食人盛宴和虚伪封建道德谎言的辛辣讽刺契合莱尔译本基于社会学视角阐释中国历史与国民人性的学术翻译目的,也符合彼时西方读者的阅读期待。

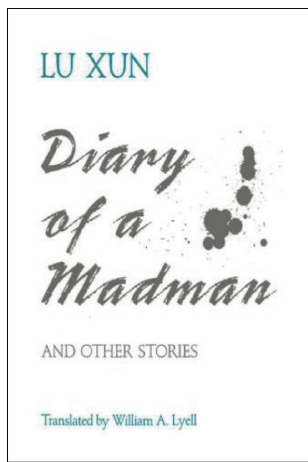


图2 夏威夷大学出版社1990年版鲁迅小说莱尔译本封面^[13]

蓝诗玲译本的封面如图3所示。企鹅出版社的封面设计充分体现了西方商业出版社在系列读物运作上的商业品牌意识与程式化模式。蓝译本的封面设计遵循企鹅经典文库企划系列的统一设计,以封面配图、企鹅集团Logo、书名呈现三段式层次设计,配色亦为该系列统一的黑色底色、橙色作者名和白色书名的配色方式。这种封面设计的延续性提升了读物的品牌辨识度,能帮助西方消费者获得产品和品牌之间的图示联想,增强读物的视觉亲切感,从而促进宣发。封面配图呈现了立于中国石桥上、撑着油纸伞、扎着鼠尾辫的中国青年,这一配图刻意迎合

① 图片来源:Lu X. Selected Stories of Lu Hsun [M]. Yang Hsien-yi and Gladys Yang, trans. Beijing: Foreign Language Press, 1954.

了西方固有认知中的清末民初中国人物与物件形象,配合西方既有的中华文化印象和对中国他族特征的异域想象,以攫取眼球效应,第一时间吸引读者目光,增加读者兴趣。此外,译本书名突出了故事性强的鲁迅长篇小说《阿Q正传》,这也暗合于译本以大众读者为预设受众、提供适读文学读物的定位。

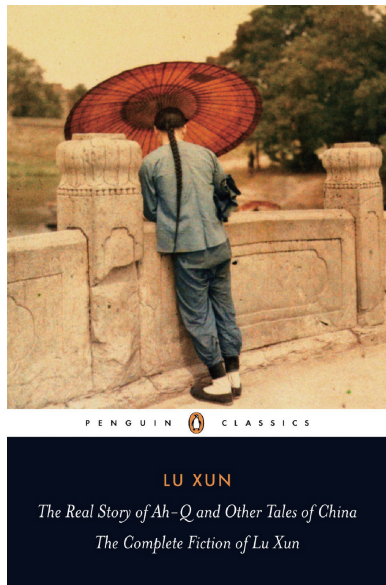


图3 企鹅出版集团2009年版鲁迅小说蓝诗玲译本封面^[15]

(二)序跋话语:书写阅读前见

序跋是出版者或译者的意志话语、意图彰显与文本诠释,是其介入文本意义传达和价值建构的有力渠道。鲁迅小说杨戴译本、莱尔译本和蓝诗玲译本的序跋话语与封面话语均高度一致,形成了副文本间的互文,但三者各自的赞助话语表现和副文本施为存在不同。作为国家赞助下的文化工程型译本,杨戴译本的序跋表现出副文本体量小、赞助者显身而译者隐匿、叙事话语突出原作者三大特征。首先,在体量规模上,杨戴译本的前、后副本文数量远少于莱尔译本和蓝译本,1954年首版和后续再版版本的副文本基本都由出版前言和代序组成,1972年版本甚至删除了序跋。其次,在撰写者层面,出版者显身、译者隐匿,序跋基本由出版社责任编辑和邀约的文联专家负责,而无译者序言。如1954年首版序跋和1980版序跋都援引自鲁迅好友、左翼文艺理论家冯雪峰所作的《鲁迅的生平和思想》,1960年再版序跋为作协专家叶以群创作的《鲁迅的生平和小说》。可见,在杨戴译本的创作中,译者介入更多局限于正文翻译部分,译者话语并未延展到前、后副文本。最后,杨戴译本序跋在叙事话语上重点突出鲁迅,这与封面装帧体现出的画面话语高度一致。前

后几个版本的外文出版社出版前言都侧重介绍鲁迅生平经历、革命历程及其文艺创作在反帝反封建上的革命性,通过对原作者身份的展现,辅助对作品革命性和思想性价值的叙述。

相对于杨戴译本,莱尔译本序跋的文本体量更大,内容更为丰富。在序跋中,赞助者支持译者居于副文本中心对外言说,序跋体现出西方固有中国印象影响下、基于社会学阐述与诠释的学术话语特征。译本的序跋主要由译者威廉·莱尔撰写的原作者小传、原作介绍和译作导言组成,且译者在序跋中的显身外叙强势,观点鲜明。夏威夷大学出版社则主要负责文字编辑和译事协力。在副文本话语上,莱尔译本的序跋表现出译者学术视角下的文本阐述与话语诠释,序跋中大量融入了莱尔对鲁迅其人其事和鲁迅文学作品的学术诠释与价值解读。莱尔译本的序跋更关注鲁迅作为社会思想家对近现代中国社会问题的人文关怀,认为鲁迅是介乎传统与现代间的“中间型的知识分子”^{[13]vii},在摧毁旧有腐朽秩序中尝试探寻“基于真诚、同情、正直和爱”^{[13]vii}的社会新路。而鲁迅小说恰是鲁迅基于自身人生经历对“中国性格最大不足”^{[13]xxxi}社会思考的文学呈现,反映了彼时中国社会等级制度导致的中国人“缺乏爱、同情、真诚和正直”^{[13]xxxi}。莱尔译本序跋呈现的学术观点和营造的文本阅读前见与西方社会对中国文学的泛社会化解读和西方式历史政治批判风潮相一致,将中国文学特别是现当代文学视作中国社会的镜像折射,并以西方的社会文化视角加以阐释。

在三个英文全译本中,蓝诗玲译本的副文本内容最为丰富,包括出版前言、版权页、致谢、人物年表、前序、阅读参考书目、译者自序等多种类型,参与主体包括企鹅出版社、译者和邀约评论者,以此向西方读者提供阅读前导和背景信息。在出版前言和封底文案中,企鹅出版社的叙事话语并不单独围绕原作者鲁迅展开,而是分别着墨于鲁迅、译者蓝诗玲和后记编者李翊云,形成了三元中心。在对鲁迅的介绍上,企鹅出版社的前言更偏重于介绍鲁迅的文学家身份及其文学贡献,以此彰显作品的文学艺术性和独到之处。其对译者蓝诗玲和后记编者李翊云的介绍,重点叙述了两人的文学经历和代表佳作,旨在通过展示译者和后记编者的专业性及文学涵养从而表现作品的质量可信度和文学价值。企鹅出版社对原作者、译者和编者的副文本叙述,其内核目的都旨在通过彰显文本书写者的文化资本、学术资本和象征资本来促进译作的声名构建和市场吸引力营造,

从而激发大众读者的阅读兴趣,提升译本在翻译图书市场的竞争力,促进销售。这种文学性导读也体现在蓝诗玲所作的前序中。译者所作序言中,蓝诗玲着重强调了鲁迅小说的文学价值和文艺手法,在蓝诗玲看来,鲁迅文学的价值在于作品体现的“创伤社会转型时代下作家道德责任的焦虑”^{[15] xxxiii} 和“其文学格调掌控力、不懈的文学创作实验及严肃而又富有激情的文学创作目的”^{[15] xxxvii},这种价值对于中国文学和中国文化有着持续影响力。

五、结 语

现有鲁迅小说英文全译本由不同的赞助主体赞助出版,这种赞助主体差异带来的权力话语操纵鲜明体现于译本的副文本。杨戴译本由外文出版社出版发行,属于国家赞助下、以国有出版机构为施为主体的外宣译出路径,译本话语高度统一于国家意识形态话语。这种话语特征在副文本层面表现为封面话语和序跋话语重点突出原作者鲁迅及其作品的革命性,国有出版机构和译者的个性话语书写自矜审慎。莱尔译本由夏威夷大学出版社出版发行,属于西方学术场域驱动下、以大学出版社为施为主体的学术译入路径,译本话语体现出鲜明的学术诠释与社会学符号化。在副文本层面,大学出版社委派译者于前台发声,通过译者的话语言说兑现学术资本,封面话语和序跋话语呈现夹叙夹议、学术发散的阐释特征。蓝诗玲译本由企鹅出版集团出版发行,属于西方商业图书市场驱动下、以商业出版机构为施为主体的商业译入路径,译本话语面向大众读者市场加以本地化调试,以契合大众读者的普遍阅读心理。在副文本层面,商业出版社和译者达成话语叙事默契,共同显身外叙。

现今,中国文学翻译出版的时代任务已由如何从国内走出去,逐步过渡到如何在海外世界走进来、留下来,保质、扩容、提效,发挥文化影响力。本文以鲁迅小说外译为比较案例,考察了中国文学外译的三类传统路径及各路径在副文本层面的话语书写与操纵。从中可见,外宣译出路径通过话语书写的统一,保障了对外文化传播的规模性、持续性和真实性。学术译入路径有助于译本在专业读者群中的流通与传播,通过学术话语的诠释构建中国文化的海外声名,但存在解读视角西化的弊端,传播体量亦有限。商业译入路径帮助译本进入广阔的海外大众读者市场,扩大了对外传播的辐射面,但该路径在译本话语的书写上功利倾向明显,易受到市场资本影响,

造成文化话语的变形。这启发我们在坚定文化自信、坚守文化立场的前提下守正创新,以外宣译出路径为基点,不断夯实和发展图书对外翻译出版的中国力量;同时,要辩证看待学术译入路径和商业译入路径,通过多元合作发挥这两类路径的优势,使其成为中国文化对外传播的助力。如何在新的时代主题下更好地调动不同赞助主体在中国文学翻译出版中的能动作用,发挥各类翻译出版路径的潜力,扬长避短,互惠多赢,为中国文化对外传播筑基赋能,仍有待后续研究进一步考察,并于实践中检验。

参考文献:

- [1] 蔡瑞珍. 文学场中鲁迅小说在美国的译介与研究[J]. 中国翻译, 2015, 36(2): 37-41.
- [2] 王瑞, 黄立波. 《阿Q正传》在世界文学中早期经典化的翻译社会学解读[J]. 外语教学, 2022, 43(5): 77-84.
- [3] 王树槐. 从定点具体化看鲁迅小说四个译本译者的隐蔽价值观[J]. 解放军外国语学院学报, 2021, 44(3): 120-128.
- [4] Lefevere A. Translation, Rewriting, and the Manipulation of Literary Fame[M]. London: Routledge, 1992.
- [5] 黄友义, 黄长奇. 党领导下的新中国对外翻译出版事业发展回顾: 以中国外文局为例[J]. 中国翻译, 2021, 42(3): 28-35.
- [6] 曹健飞. 中国国际图书贸易总公司40周年纪念文集: 史论集[M]. 北京: 外文印刷厂, 1989: 37-43.
- [7] 吴赞, 姜智威. 公共外交视域下中国对外翻译的历时考察[J]. 上海翻译, 2021(2): 25-29.
- [8] 杨苡. 杨宪益与翻译[J]. 中国翻译, 1986, 7(5): 40-41.
- [9] 曾玲玲. 英美出版场域中的中国当代小说(1979—2017)[J]. 出版发行研究, 2019(4): 62-67.
- [10] Lyell W A. Lu Hsün's Vision of Reality [M]. Berkeley: University of California Press, 1976.
- [11] Bourdieu P, Johnson R. The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature [M]. New York: Columbia University Press, 1993.
- [12] 米亚宁. 鲁迅短篇小说翻译中的社会性特征: 评莱尔译《阿Q正传》主体间视域融合[J]. 中国翻译, 2020, 41(6): 99-106.
- [13] Lu X. Diary of A Madman and Other Stories [M]. Lyell W A, trans. Honolulu: University of Hawaii Press, 1990.
- [14] Tambling J. Madmen and Other Survivors: Reading Lu Xun's Fiction[M]. Hong Kong, China: Hong Kong University Press, 2007.
- [15] Lu X. The Real Story of Ah-Q and Other Tales of

China; The Complete Fiction of Lu Xun[M]. Lovell J, trans. London, New York: Penguin Books, 2009.

[16] 钱梦涵, 张威. 中国现代文学在英语世界的经典化译介: 张爱玲个案研究[J]. 外语研究, 2021, 38(6): 66-71.

[17] Genette G, Lewin J E. Paratexts: Thresholds of Interpretation [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

[18] Batchelor K. Translation and Paratexts [M]. Abingdon, Oxon: Routledge, 2018.

[19] 胡业爽. 副文本在文学外译中的文化调节研究[J]. 外语学刊, 2020(3): 81-87.

[20] Birke D, Christ B. Paratext and digitized narrative: Mapping the field[J]. Narrative, 2013, 21(1): 65-87.

[21] Pellatt V. Text, Extratext, Metatext and Paratext in Translation [M]. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2013.

[22] 邵璐, 周以. 翻译中的副文本策略和读者接受: 以余华作品在美国的译介为例[J]. 外国语文, 2022, 38(1): 10-19.

(责任编辑:柯 丹)