

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

邵璐¹ 周以²

(1. 中山大学 外国语学院, 广东 广州 510275; 2. 内江师范学院 外国语学院, 四川 内江 641000)

摘 要:在中国文化走向世界的当下,将民族文学置于世界文学语境中考察促成了文学研究的“世界”转向。通过梳理美国出版余华作品的副文本材料,文章探讨了世界文学背景下美国出版方针对中国文学采取的副文本策略,以及相关策略下目标语读者对翻译作品的接受状况。企鹅兰登书屋主要采用了强调地域他者和诗学共性两种策略以呈现余华英译作品,使其参与目标文化市场流通。对读者接受的研究进一步发现,上述策略基本符合目标读者群对余华作品的期待视野。余华作品在美国的成功译介揭示,在促进翻译文学在目标文化市场的有效传播方面,副文本策略具有重要作用。

关键词:副文本;读者接受;余华作品英译;世界文学

中图分类号:H315.9 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-6414(2022)01-0010-10

0 引言

在全球化浪潮下的今天,人们了解不同地域文化的愿望越发迫切,方式也日趋多元化。随着这样的潮流,作为民族文化重要载体的文学作品频繁流通,扩大了世界文学的研究视野。世界文学语境下,翻译文学被认为是民族文学在传播过程中,经过目标文化介质椭圆折射(elliptical refraction)后形成的第二焦点,呈现出不同于原作本来的面目(Damrosch, 2003: 281)。因此,在目标文化中得以面世的译文,总会被赋予不同于源文化的新事物;而目标文化中作为主要“赞助者”之一的出版方,在这一环节中起着关键作用。产出兼具营销功能和文学价值的副文本,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。出版方利用这些副文本展示作品相关信息的同时,也是重构该作品在目标文化中的形象和意义的过程,进而影响目标读者对作品的体验与接受。若要了解民族文学经目标文化折射后形成的新形象,分析出版方对文学作品所创建的副文本就显得尤为重要。

余华是具有国际影响力的中国当代作家之一。“余华小说英译本运用独特的视角和声音,在英语世界中讲述了中国世俗文化中的人与事,重构出多元差异化的‘中国故事’”(邵璐等, 2020: 103)。其多部作品的译本在美国、法国、意大利、德国等国提名或荣获重要文学奖项^①。美国是余华作品传播最为广泛、最具影响力的国家之一。余华作品英文版甚至收录在美国图书馆的“美国文学”分类条目下,使其成为“目标语文

收稿日期: 2021-09-20

基金项目: 国家社会科学基金项目“‘茅盾文学奖’作品英译与国际传播研究”(21BYY008)的阶段性成果

作者简介: 邵璐,女,中山大学外国语学院教授,博士,博士生导师,博士后合作导师,主要从事文学翻译、翻译理论、翻译批评研究。

周以,女,内江师范学院外国语学院教师,硕士,主要从事中国当代文学外译研究。

引用格式: 邵璐,周以. 2022. 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(1): 10-19.

①《活着》译本获 1998 年意大利格林扎纳·卡佛文学奖, 2014 年意大利朱塞佩阿切利文学奖;《往事与刑罚》译本获 2002 年澳大利亚乔伊斯基金悬念句子文学奖;《许三观卖血记》译本获 2004 年美国巴恩斯·诺贝尔新发现图书奖;《兄弟》译本获 2008 年法国首届《国际信使》周刊外国小说奖, 同年入围美国英仕曼亚洲文学奖;《十个词汇里的中国》译本入围 2012 年亚洲协会伯纳德施瓦茨图书奖;《第七天》译本获 2018 年意大利 Bottari Lattes Grinzane 文学奖。由于余华杰出的文学贡献,法国政府于 2004 年授予其文学艺术骑士勋章。

化体系中的一个文化事实”(Toury, 1995:24-25)。余华作品在美国等主要西方国家的顺利流通体现了其世界文学的特质。基于此,本文以美国企鹅兰登书屋(Penguin Random House)出版的余华英译作品为案例,考察余华作品在进入目标文化的过程中,出版方采用何种副文本策略来建构^①作品形象和意义,使其符合读者的期待视野,为中国文学在海外的传播提供参考。此外,文章还对余华作品在美国的读者接受进行描述研究,尽可能客观地呈现中国当代文学在美国国家文学场域的接受现状。

1 副文本与翻译研究

世界文学语境下,译文的出版总是附加有一定程度上的目标文化主导价值观。因为翻译总是需要某种程度的挪用(appropriation)。副文本的创建可视为广义的翻译过程,在此过程中,出版方对原文进行调整,以适应其所预期的目标文化系统的需求和期望。

“副文本”一词最早由法国文学批评家热奈特(Genette)于20世纪70年代末提出。副文本可以是书籍本身的一部分(如标题、封面、摘要、序言、插图),也可以是书籍外部的延伸部分(如广告和采访评论)。热奈特将前者定义为内副文本(peritext),后者为外副文本(epitext),并区分了作者和出版方创作的副文本(Genette, 1997:10-14)。他认为出版方创作的外副文本只具有纯粹的宣传功能,不具有同内副文本一样的文学研究价值(Genette, 1997:318-319)。柯瓦拉(Kovala, 1996)、塔希尔-盖利亚拉尔(Tahir-Gürçağlar, 2002)和哈维(Harvey, 2003)的研究聚焦了译本的副文本材料,使得副文本逐渐引起了翻译学者们的兴趣。柯瓦拉指出,译本的副文本尤为有趣,因为“鉴于翻译文学在历史和文化上往往离目标语接受者过于遥远,对译文的调解需求自然比原文更为迫切”(Kovala, 1996:120)。萨皮罗倡导从社会学角度进行翻译研究。她强调文本的意义是由接收方语境提供,“出版商、书籍系列、序言、对文本及其作者的介绍以及翻译行为本身,所有这些要素赋予了翻译文本的意义”(Sapiro, 2008:163)。巴彻勒对翻译的副文本研究更为全面深入,在她看来,一个译本应该被视为独立的文本,有自己的副文本。她将副文本定义为“为一则文本有意识打造的门槛,这一门槛对这则文本的接受有潜在的影响”(Batchelor, 2018:142-143)。上述定义不指定副文本创造者,不区分内副文本和外副文本,使得作者、译者和目标文化其他赞助人产出的副文本都能纳入研究范围。本文依据巴彻勒的副文本定义,描述企鹅兰登书屋针对余华作品采取的副文本策略,探讨这些策略对推动中国文学在美国图书市场的流通所起的作用,以及美国文学系统对文化他者形象可能存在的阐释模式。

2 余华作品在美国翻译出版的副文本策略

除早期小说集《往事与刑罚》英译本外,余华在美国出版的所有作品均出自企鹅兰登书屋旗下的神殿(Pantheon Books)和铁锚(Anchor Books)出版社。企鹅兰登书屋是全球最大的大众平装书出版集团,于2013年与企鹅出版集团合并,成为企鹅兰登书屋出版集团的一部分。本节用于文本分析的材料来源于以下两方面:一是企鹅兰登书屋出版集团网站上发布的余华作品信息,包括作品介绍和书评摘录等副文本资料;二是由企鹅兰登书屋出版的余华作品封面和内页的副文本资料。研究发现,企鹅兰登书屋对余华作品所采用的副文本策略主要有两种:一是强调作品中不为目标读者熟知的异国风情;二是关注作品中符合目标读者审美的诗学。

2.1 强调地域他者:来自中国作家创办的中国故事

企鹅兰登书屋官网发布的余华作品简介、作品封面设计和内页等副文本材料均直接或间接地突出了

^① 巴彻勒认为在翻译研究的副文本研究中,架构的定义应采用传播学观点,即架构是指在一个给定的现有框架内呈现某个事件的过程,或建立一个新的框架使要呈现的事件能被理解的过程(Batchelor, 2018:146)。

“中国”这一国家地理概念,体现了出版方对作品地域性的强调。

首先,在企鹅兰登书屋官网所发布的余华作品简介的首句中(见表1)^①,指代中国地域特征的表达(见表内粗体文字)是必备关键词。这些表达旨在提醒读者,余华作品承载了中国独有的社会历史文化和人文景观,通过阅读这些作品,能获取相关信息。

表 1 企鹅兰登书屋网站对余华作品的介绍

序号	目标文本(源文本)	作品简介
1	<i>To Live: A Novel</i> (《活着》)	来自《兄弟》和《十个词汇里的中国》的作者:这本著名的 当代中国文学经典 曾被张艺谋改编成电影
2	<i>Chronicle of a Blood Merchant</i> (《许三观卖血记》)	来自《兄弟》《十个词汇里的中国》的著名作者:这是余华对 毛主席时期 人民生活毫不畏惧的剖析
3	<i>Cries in the Drizzle: A Novel</i> (《在细雨中呼喊》)	余华的小说《在细雨中呼喊》美丽而令人心碎,讲述了一个年轻的 中国男孩 在毛主席时期度过其童年和青春期的故事
4	<i>Brothers: A Novel</i> 《兄弟》	来自中国 的一本畅销书,《兄弟》是一部史诗般狂野错乱的黑色喜剧,描写了失控的 现代中国社会
5	<i>China in Ten Word</i> (《十个词汇里的中国》)	来自 中国 最著名的作家之一:对过去几十年的 中国人 经历独特而私密的审视
6	<i>Boy in the Twilight: Stories of the Hidden China</i> (《黄昏里的男孩》)	余华的平民主义声音和精妙的机智使他成为 中国最著名和最畅销的作家之一
7	<i>The Seventh Day: A Novel</i> (《七天》)	杨飞出生在一辆穿越 中国乡村 的火车上
8	<i>The April 3rd Incident</i> (《四月三日事件》)	1980 年代末和 1990 年代初,在他著名的小说《活着》使其在国际上声名鹊起之前,余华和其他年轻的 中国作家 ,与传统的现实主义背道而驰……

其次,余华作品封面设计均采用具有辨识度的中国元素,直观地传达了中国地域文化信息(见图1—图8)。可以发现,企鹅兰登书屋出版的余华作品封面主要呈现以下三方面特点:(1)充分运用代表中国的黄色和红色为封面底色或对比色(图2、4、5、6、7、8);(2)频繁借用中国人物形象,如身着盘扣长袍马褂的男人(图1)、眼露胆怯的黑发平头男孩(图3)、穿戴中式军装军帽的黑色单眼皮男孩(图4)、黑发平头男孩肖像画(图6)以及黑发男性和长辫女性背影(图7);(3)使用中国特色物件或中文,如涂有红色土漆的方桌、青花陶瓷碗(图2)、以汉字注音写法来设计的汉英词汇(图5)、中国皇历截图(图8)。

再者,企鹅兰登书屋所出版的余华作品的扉页或末页均附有作者简介,并且都以“余华现居北京”结尾。《国家邮报》在评论《十个词汇里的中国》英译本时曾写道:“(余华)住在北京,这个细节很重要,因为有很多重要的中国作家背井离乡,客居北京,只有在那里他们才能自由写作。”在部分美国读者的认知中,北京具有特殊含义,这就迎合了他们对中国政治文化的偏见。大部分余华英译作品中,企鹅兰登书屋还选用了译者撰写的序或编后记等副文本材料。余华作品英译者均为从事中国文学或文化研究的学者^②,他们所创建的副文本内容丰富,尤其对作品涉及的中国社会历史文化作了大量补充性论述。例如,在《活着》英译本的编后记中,译者开篇将余华与其老乡鲁迅生活的时代背景作对比,结尾指出该小说是现代中国最动荡不安的时代的现实反映,对中国社会的剖析贯穿全文。在《兄弟》英译本译者序中,译者历数了 2008 年中国发生的

① 本文摘录的英文引用均由本文作者自译,案例分析部分之粗体为本文作者所加。本文选用的文本为企鹅兰登书屋迄今出版的所有作品。
② 余华作品英译本目前有五位译者:从事中国明清文学研究的白亚仁(Allan H. Barr);从事现代中国文学和文化研究的琼斯(Andrew Jones);从事当代中国文化研究的白睿文(Michael Berry);从事中国文学和文化研究的罗鹏(Carols Rojas)、周成荫(Elieen Cheng-yin Chow)夫妇。

重大社会事件,将汶川地震的大悲和北京奥运会成功举办的大喜,类比为过去几十年中国社会的剧变带给人们情绪的极端变幻,并认为这正是该作品所投射的中国社会现实。《许三观卖血记》英译本译者后记中,译者将该作品视为中国农村卖血经济亚文化圈的真实写照,认为由于该作品出版几年后,中国媒体便报道了由于村民卖血挣钱,导致血液交叉感染,疫情蔓延全村的事件,这显示了余华作品具有惊人的写实性和预言性。

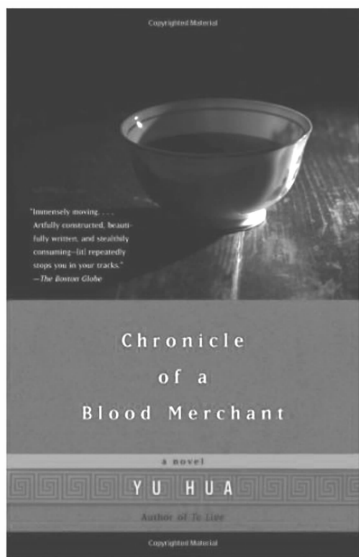


图 1 《活着》英译本封面

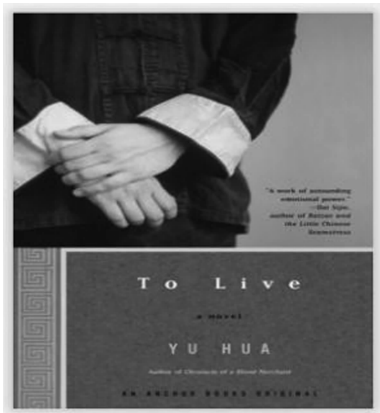


图 2 《许三观卖血记》英译本封面

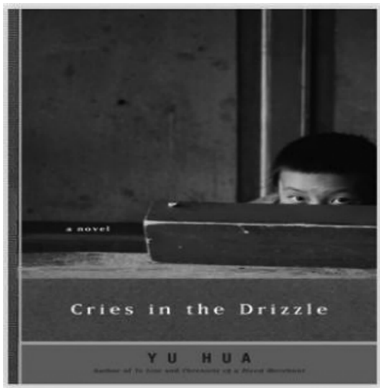


图 3 《在细雨中呼喊》英译本封面



图 4 《兄弟》英译本封面

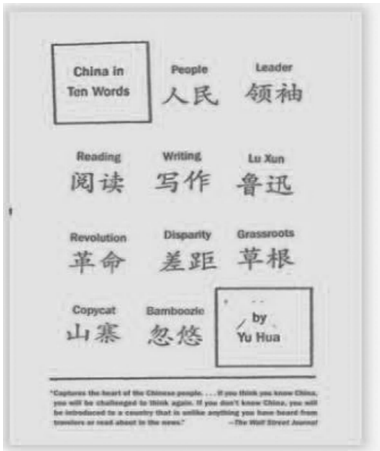


图 5 《十个词汇里的中国》英译本封面

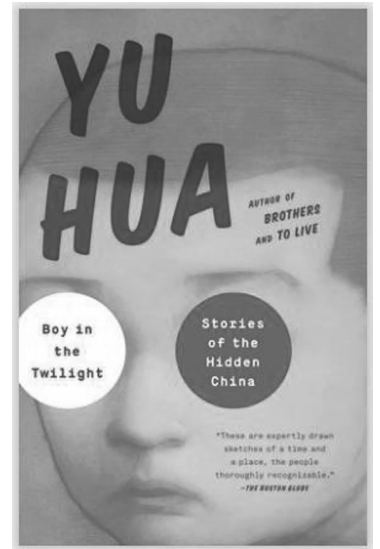


图 6 《黄昏里的男孩》英译本封面

上述分析显示,通过对作品简介、封面设计、作者介绍、译者序、译者后记等副文本材料的创建,体现了企鵝兰登书屋对余华作品的异域性全方位、多角度的强调。在达姆罗什看来,如果不诉诸挪用策略,译文就可能不被出版,异域元素兴许就是这种挪用的体现 (Damrosch,2002:113)。即是说,美国读者通常希望能阅读到异域元素:他们将外国文学视为异域地理文化、社会现实和历史发展的直接信息来源,期望通过阅读该类作品了解相关信息,满足自我对异地他国的想象。可见,外国文学的与众不同正是美国读者的阅读兴趣所在。因此,要回应目标文化读者对外国文学文本的期待视野,出版方就必然会赋予民族文学所属地域空

间强烈关注,使其以他者的质性定位参与本国文学市场流通。

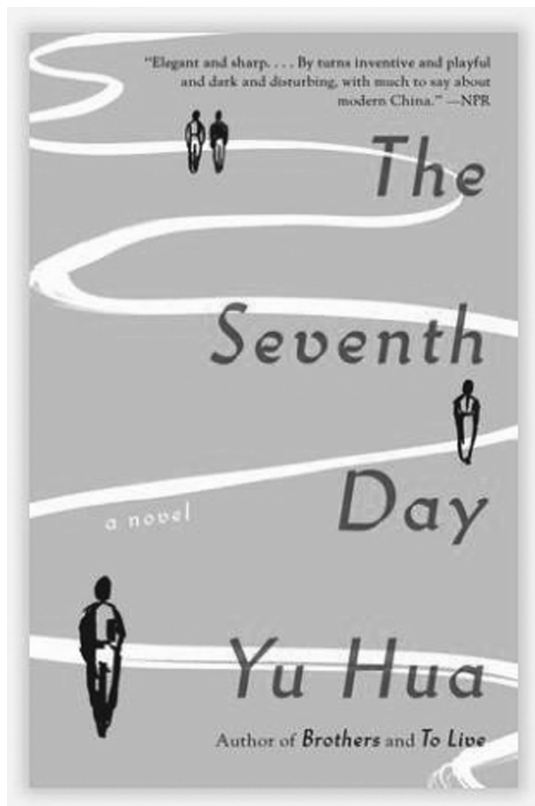


图7 《七天》英译本封面



图8 《四月三日事件》英译本封面

2.2 关注诗学共性:西方诗学框架内人性主题的中国叙事

中国现当代小说是中国语境下的一种“全球本土化”产物(王宁,2018:118)。余华从不掩饰西方文学经典对其创作的影响。在《温暖的旅程:影响我的十部短篇小说》中,余华提及对其影响至深的作品,除了鲁迅的《孔乙己》,其他均来自西方文学大师;在美国出版的首部长篇小说《活着》英译本中,余华专门撰写了作者后记,提到小说的创作灵感源于美国民歌《老黑乔》(Old Black Joe),并指出文学的奇迹在于“使得我——一个远在世界另一端的中国读者,通过阅读霍桑、福克纳和托妮·莫里森,能够发现自我”(Yu,2003:150)。余华作品客观上对西方文学传统的发展创新,以及作者主观上对西方文化的认可,有利于赞助者将其作品置于目标文化主流文学系统的框架内,拉近作品与目标读者的距离。企鹅兰登书屋选用了大量突显诗学要素的专业书评,用作余华作品的广告宣传。这些书评主要涉及作品的普遍性主题、西化的叙事技巧以及写作风格方面。以下案例摘自余华作品英译本封面、封底以及企鹅兰登书屋官网发布的作品介绍。

(1)余华作品的主题获得关注。《活着》(To Live: A Novel)的主题尤其引发了广泛共情:作家邝丽莎指出“(作品)……触及到人之所以为人的核心”,作家哈金评价道“……尽管是中文表述,但却引起了普遍共鸣”,作家陈泰伦(Terrence Cheng)认为该作品是“……有关人类精神救赎的故事,这在情感深度上具有普遍性”。

(2)余华作品的写作风格受到肯定。如《许三观卖血记》英译本,《华盛顿邮报图书世界》认为“这部史诗……提供了难忘的有关残忍和善良的形象”,《时代周刊(亚洲版)》认为该作品“严肃诚实”“有可怕的先见之明”并且“以契科夫式的同情心加以调和”。此外,对于广受美国读者好评的《十个词汇里的中国》英译

本,作家米勒(Laura Miller)认为该作品风格使余华给人以“大卫·赛德瑞斯(David Sedaris)和查尔斯·柯瑞尔特(Charles Kuralt)亚洲融合体”的印象^①。

(3)余华作品的叙事技巧得到认可。譬如《黄昏里的男孩》英译本,《图书馆期刊》大力推荐该书并表示“……喜欢爱玛·多诺霍(Emma Donoghue)的《迷途》和小川洋子(Yoko Ogawa)的《复仇》的读者会喜欢这本书”^②。又如《七天》与《兄弟》英译本,《纽约日报书评》认为前者具有“超现实主义”,《华盛顿邮报》则认为后者是“余华的史诗般的小说”“具有超级写实主义,同时又虚幻难辨”。再如《四月三日事件》英译本,美国国家公共电台认为其独特叙事技巧确定了余华作为“中国实验文学运动主要成员”的地位;《锡达拉皮兹公报》则认为该作品“讨喜又强大……受到了卡夫卡和博尔赫斯等实验作家的启发……展示了超现实主义作为一种抗议形式的力量”。

由此可见,作为中国实验文学的代表作家,余华善于通过史诗体裁,利用超现实主义与现实主义手法,探讨有关人性的共同主题,给西方读者带来苦乐交织的情感共鸣。余华作品既继承博尔赫斯、卡夫卡等经典大师的诗学传统,又显示出多诺霍、小川洋子等当代畅销书作家作品的阅读情趣,广受美国专业文学评论家推崇。正如勒弗菲尔所言,文学系统内的专业人员处在权利位置上,和文学系统外的赞助者一起,是操纵大众消费的人,能够决定翻译的功能(Lefevere, 1992: 2)。企鹅兰登书屋选用专业书评作为余华英译作品的宣传语,旨在以目标文化文学审美为标准,架构余华作品的诗学特征,让来自中国的翻译文学向美国主流诗学系统靠近,从而降低读者阅读门槛,以期获取他们对翻译文学的认可。这正是文学系统内外联合的体现。

综上所述,为了调解以余华作品为代表的中国当代文学在美国文化图书市场的形象,以企鹅兰登书屋为代表的美国出版方主要采取以下举措:强调作品的地域他者和诗学同一性。尽管上述两种策略看似互相矛盾,但实际上相辅相成,均为西方中心主义的体现:对地域特征的挪用,意味着阅读翻译过的文学作品,西方读者能透视该书源文化的信息,进一步暗示了这些书在“宿主”文化中被赋予的教导功能;对诗学特征的挪用,则淡化了以文学特征为代表的实际文化差异。出版方的副文本策略最终会使上述翻译作品成为带有意识形态和文化、政治动机的文本网,这些文本网又起到了为西方中心主义服务的作用。可见,具有宣传作用的副文本同时具有重要的文学功能,它们从文本外的社会语境范围内来架构文学作品的意义。

3 余华作品在美国的读者接受

企鹅兰登出版社采取上述副文本策略所创建的“门槛”能否有效吸引读者?余华哪些作品更受读者青睐?读者评论中对作品的关注点主要有哪些?通过搜集余华作品在亚马逊网站读者评论区的相关数据,结合典型的读者评论观点,本节试图对以上问题作出回答。表2搜集了余华主要作品英译本^③在美国亚马逊网站上的评论数量和评分数据,直观展示其在目标文化市场的读者接受情况。

① 赛德瑞斯是当今美国最受欢迎的幽默作家之一,由于擅长机智的反讽和敏锐的社会批判,被认为是讽刺文学大师。柯瑞尔特是20世纪美国著名电视节目主持人、作家和演员,作品风格幽默写实。

② 多诺霍是爱尔兰裔加拿大人,小说家、编剧,多部作品获得重要文学奖。《迷途》(Astray)被列入2012年年度伊森爱尔兰年度小说书单。小川洋子是日本作家,其作品囊括了芥川奖等日本各大主流文学奖项,被日媒评为“最可能获诺奖的日本作家TOP3”。《复仇:十一个暗黑故事》(Revenge: Eleven Dark Tales)入围英国独立报外国小说奖终审名单。

③ 截至本文撰稿时,《四月三日事件》英译本处于预售阶段,因此该作品不在该部分讨论范围之内。

表 2 余华作品在亚马逊网站的评论数量和评级数据

书名	评论数量	平均评级
<i>China in Ten Words</i>	118	4.5
<i>To Live: A Novel</i>	93	4.5
<i>The Seventh Day: A Novel</i>	39	4
<i>Brothers: A Novel</i>	36	4
<i>Chronicle of a Blood Merchant</i>	22	4
<i>Boy in the Twilight: Stories of the Hidden China</i>	34	3.5
<i>Cries in the Drizzle: A Novel</i>	9	3

表 2 显示,亚马逊网站上较受关注的余华作品为《十个词汇里的中国》和《活着》英译本,评论数量分别为 118 和 93,评级均为 4.5,关注度较低的是《黄昏里的男孩》和《在细雨中呼喊》英译本,评论数量分别为 34 和 9,评级分别为 3.5 和 3^①。本节主要以这四部作品为例,结合上述出版方副文本策略,描述余华作品在美国的读者接受状况,并对相关原因作出探讨。

《十个词汇里的中国》英译本最受读者欢迎。好评观点认为,该作品叙事视角新颖、简洁深刻、自然流畅、幽默风趣,以喜闻乐见的形式评价了当代中国社会各个方面,通过阅读获得乐趣的同时了解异国文化。以下评论较为典型:“内容丰富,寓教于乐,加上一些非常富有诗意的写法……对中国‘发展’感兴趣的美国读者来说,这是‘必读书目’”,“写作的节奏确实很棒。叙述非常有趣也有深度。是了解中国及其文化的好方法”,“一种独特的回忆录写作方……余华的作品简洁又富有讽刺性的幽默感”。

《活着》英译本可以说是美国读者最为熟悉的余华作品,经过翻译后在西方世界获得了“持续的生命”。这要部分归功于张艺谋以该作品为剧本成功改编的同名电影^②,为作品“走进”美国文化场域积累了丰厚象征资本。不少读者表示,出于对同名电影的喜爱或是由于课程学习需要而购书,但最终却被作品的文学性打动。如,读者评论道“我女朋友让我看了《活着》这部电影,很有意思,所以我买了这本书……”也有读者说到“我买这本书是当代世界小说课程的需要,但这是我们读过的很好的作品之一……写作风格混合了不动声色的幽默、直击人心的感情主义、对悲剧和荒诞的平淡接受。我爱所有的角色……”可见,读者对《活着》英文版的评论采取的是文学审美视角,而非针对外国文学惯用的地缘政治视角,体现了该作品得到了读者的积极接受,可以说是余华作品最接近美国主流文学系统的一次尝试。

《在细雨中呼喊》和《黄昏里的男孩》英译本两部作品在美国读者中遭到冷遇的原因不尽相同。在国内,《在细雨中呼喊》《活着》《许三观卖血记》被称为余华代表作“三部曲”,其英译本却未能在美国市场受到同样追捧。出版方副文本策略和读者评论揭示以下可能原因:其一,这是唯一一本没有延续余华作品宣传模式的书。作品网页上无书评摘语,封面未附书评宣传,权威书评杂志《出版人周刊》和《柯克斯书评》(*Kirkus Review*)评价都不高。前者认为作品“结构混乱脱节”,后者认为作品的蒙太奇手法“粗糙”。市场宣传的无力和阅读引导性的缺席未能激发读者购买欲。其二,低分评论让潜在读者望而却步,进一步使得作品无人

① 亚马逊网站采用 5 星级制评分标准,4 星及以上为好评,3 星及以下为差评。
② 该影片在 1994 年第 47 届戛纳电影节上斩获多项大奖,1995 年获得全美国影评人协会最佳外语片,洛杉矶影评人协会最佳外语片,并获得第 52 届美国电影金球奖最佳外语片提名。

问津。读者主要认为“他们说这是余华最不为人知的一本小说。这是委婉地指这本书毫无特色吧……”针对《在细雨中呼喊》英译本的最新评论停留在2015年,可以预见,该作品难逃被市场洪流所淹没的命运。

反之,通过增加副标题、采用独特的封面设计以及在作品网页发布多达14条的书评摘要,《黄昏里的男孩》英译本得到出版方大力推广。专业书评也对该书青睐有加。《出版人周刊》将其作为“本周书单”(PW Picks: Book of the Week)推荐,著名文学期刊《今日世界文学》(*World Literature Today*)将其列入2014年75部优秀译作书单。然而,在亚马逊网站上,读者却给出了3星的评分,这体现了出版商副文本策略与读者期待之间不总是对称的。大多数给出低分的读者表示,他们不能接受该作品太过悲剧的感情基调。残忍、阴郁、焦虑、压抑、丑陋、暗黑、恐怖是读者评论中出现的高频词。读者评论道:“……(书)读到一半,开始感觉到所有故事几乎都一样,你基本能预料余华在故事中会用到哪种‘悲剧’类型来使你不好过……。”还有不少读者不满于出版方添加的副标题 *Stories of the Hidden China*,认为作品中的恶是人性普遍的恶,不应针对中国。如,有读者认为:“……感觉是要让读者相信这些令人震惊的故事是中国‘隐秘’的现实,尽管我在中国旅游多次,从未经历过这些事,……为什么只拿中国说事?这些关于人类存在的丑陋故事是普遍的。”可见,过度的编辑行为可能弄巧成拙,出版方“一厢情愿”的副文本策略并未起到预期效果。

总体来看,企鹅兰登书屋采取的副文本策略基本能满足美国读者对中国文学的期待,余华作品在美国读者群中获得了一定的辨识度和认可度。大部分读者在评论中表明,购买余华作品主要是两方面兴趣使然:一是余华作为中国著名作家的名气;二是新中国成立前后40年的故事背景。然而,当作品“走进”读者后,文学性成为读者阅读体验的重点,读者以此为依据来对作品好坏作出评判。可见,出版社的副文本策略对翻译作品在目标文化中的读者接受能起到促进作用,但翻译文学得以在目标文化语境中成功流通,作品文学性本身获得读者认可才是关键。然而读者评论分析同样揭示,出版方的副文本策略不总是能满足读者的期待,而名不副实的宣传或完全不进行宣传,都会导致作品在市场流通中受阻。

除了诗学特征,美国读者对余华作品译文质量也给予了不少关注。读者倾向于将可读性和文学性,如节奏、风格方面的问题归咎于翻译,也有读者将愉快的阅读体验归功于翻译,认为翻译切合了原文,尽管他们可能并非双语读者。以获得专业评论追捧的《兄弟》英译本为例,其翻译质量遭到诟病。不少读者认为:“英语翻译水平一般……有时候,简洁流畅的语句读起来令人心旷神怡,精神振奋,而有时候,我又不得不强迫自己阅读,感觉很吃力才能读完一章,毫无乐趣可言。文章的流畅性会被粗糙的译文干扰。”即便是获得读者青睐的《活着》英译本,其翻译质量同样难逃非议。有读者直言“整本书语言稀疏、有着不和谐的直率,加上有些蹩脚的翻译,使读者质疑原文内容在语言转换中丢失了多少”。而总体获得差评的《在细雨中呼喊》英译本,其翻译质量却得到读者不少好评,认为“这是一本非常好看的短篇小说集。翻译清晰,非常流畅,没有从中文翻译成英文导致的普遍笨拙尴尬”。

值得注意的是,读者对翻译质量的关注并未得到出版方的足够重视。这体现在出版方选取的书评很少涉及翻译质量的评价,而译者序或译者编后记中,译者对翻译策略和翻译理念的阐述或是一笔带过,或是略过不谈,导致作品翻译质量缺乏权威解释和认可,很大程度上加深了读者对译文质量的质疑,进而影响读者对作品整体的客观评价。美国翻译研究学者韦努蒂虽然极力反对民族中心主义语境下的翻译暴力,提倡异化的翻译原则,然而韦努蒂也公开表示:绝大多数出版商、书评者和读者认可的译本,无论是诗歌还是散文,小说还是非虚构文学,都是那些读起来流畅的文本(Venuti, 1995: 1)。余华英译本主要译者之一白亚仁认

为,一本不完美的译作(如《活着》英文版)可能拥有广泛的读者,但好的译作对读者的吸引力更大,本身成为经典作品的潜力也更大(Wang et al., 2020:12)。中国文学外译的初衷,是要获得目标文化大众读者的积极接受。提高译本质量,加强对译文质量的宣传,是增加英语国家读者对翻译文学的信心,改变翻译文学在英语国家文化中的地位的关键。

4 结语

鉴于美国图书市场对翻译文学本能的抵制心态(朱安博等,2017:120),为了推动余华作品在美国图书市场的顺利流通,企鹅兰登书屋出版集团主要通过强调地域他者和诗学共性两项举措来架构余华英译作品的形象。一方面突显作品地域因素的他者身份,强调其必读性,以满足读者对未知东方世界的好奇心、激发读者的购买欲,让书籍顺利进入市场;另一方面突显作品具有的西方诗学因素共性,强调其可读性,以减弱读者对阅读翻译文学的戒备心,推动作品顺利“走进”目标文化。基于亚马逊网站的读者评论分析证明,上述策略基本符合读者的期待视野,有助于余华作品在美国图书市场的成功流通。大部分读者视余华作品为“了解中国的窗口”,评价内容主要涉及作品诗学特征和翻译质量两方面。但从读者对不同作品的评分状况来看,出版方的副文本策略不总是能取得预期效果,此外,读者对作品翻译质量的关注也并未引起出版方重视。

余华作品在美国的成功译介为实现中国文学“世界化”愿景提供了以下启示。首先,要促进民族文学在目标文化市场中的顺利流通,出版方的副文本策略能起到不可或缺的助力作用。如前所述,余华作品在美直接出版商为神殿和铁锚出版社。神殿出版社主要出版高品质翻译文学;铁锚出版社则旨在推广现代文学经典,在美国有着最悠久的平装书出版史。因此,以大型、权威、专业的文学出版社为依托,借助有效的副文本策略,是余华作品得以在美国获得广泛传播的有效途径。应该意识到,大型商业出版社倾向于进行系统化、模式化的副文本构建,这有利于培养读者对作品所属类型或系列的总体期待。

其次,要重视英语世界读者对于翻译文学的排斥和质疑心理。以译本只占出版市场份额3%的美国为例,增加目标文化市场对译本的接受性是当务之急。遵循归化的翻译原则,采取跨文化阐释的方法也许才是明智之举。然而,以世界文学为前提的翻译文学,又不能忽视民族文学的异质性和多样性。鉴于此,在体现原文异质性和目标读者的可懂性(intelligibility)和可读性(readability)中找到一个最佳平衡点就显得尤为重要(孙艺风,2019:15)。此外,出版方若能重视读者对翻译质量的需求,在副文本策略中提高译本质量的宣传,有助于打消读者顾虑。

最后,文学创作者要置身于全球化语境和世界文学视野之中,以独特的个人体验和民族文学的特殊性来书写能够引发读者共情的主题。余华在作品中不乏对人性的探讨,这是其作品在海外得以广受关注的原因之一。余华的创作哲学强调生活体验比文化差异更重要,其作品富含包容的精神,不涉及超验主义、美学和伦理学(Shao, 2021:141)。著名汉学家兼翻译家杜博妮认为,中国文学已经是世界文学和全球文化的一部分,关于其接受的问题实际在于中国文学地位的问题,在于中国文学推广者有多大的意愿将其推向世界,以及民族文学作者对文学共性和地方特色的理解(McDougall, 2014:52)。至于前者,中国政府、国内外相关学术机构以及国外主要赞助者等正在积极推进;而后者,则需要中国作家的努力,创作出经得起时间变迁和空间转换所检验的优秀作品,为世界文学共同体增色添彩。

参考文献:

- Batchelor, K. 2018. *Translation and Paratexts* [M]. London and New York: Routledge.
- Damrosch, D. 2003. *What is World Literature?* [M]. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Genette, G. 1997. *Paratexts: Thresholds of Interpretation* [M]. J. E. Lewin (trans.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Harvey, K. 2003. “Events” and “Horizons”: Reading Ideology in the “Bindings” of Translations [G] // M. C. Pérez. *Apropos of Ideology*. London and New York: Routledge.
- Kovala, U. 1996. Translations, Paratextual Mediation, and Ideological Closure [J]. *Target* (1): 119-147.
- Lefevere, A. 1992. *Translation, Rewriting, and the Manipulation of Literary Fame* [M]. London and New York: Routledge.
- Medougall, B. S. 2014. World literature, Global Culture and Contemporary Chinese Literature in Translation [J]. *International Communication of Chinese Culture*, 1 (1-2): 47-64.
- Sapiro, G. 2008. Translation and the Field of Publishing: A Commentary on Pierre Bourdieu’s “A Conservative Revolution in Publishing” [J]. *Translation Studies* (2): 154-166.
- Shao, L. 2021. The Rationale of Realism in Yu Hua’s *To Live* (1993) [J]. *Journal of Modern Literature* (2): 134-152.
- Toury, G. 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond* [M]. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Tahir-Gucaglar, Ş. 2002. What Texts Don’t Tell: The Uses of Paratexts in Translation Research [G] // Hermans, T. *Crosscultural Transgressions*. London and New York: Routledge.
- Venuti, L. 1995. *The Translator’s Invisibility: A History of Translation* [M]. London and New York: Routledge.
- Wang, B. R. & A. H. Barr. 2020. Yu Hua’s Works in English Translation: An Interview with Allan H. Barr [J]. *Asia Pacific Translation and Intercultural Studies* (1): 84-97.
- Yu, H. 2003. *To Live* [M]. Trans. Michael Berry. New York: Anchor Books.
- 邵璐, 王琼. 2020. 余华小说的英语译介及其“中国当代性”重构 [J]. *小说评论* (3): 97-104.
- 孙艺凤. 2019. 翻译研究与世界文学 [J]. *中国翻译* (1): 5-18, 189.
- 王宁. 2018. 中国现当代小说与世界文学 [J]. *中国文学批评* (2): 118-127, 159-160.
- 朱安博, 顾彬. 2017. 中国文学的“世界化”愿景——德国汉学家顾彬访谈录 [J]. *吉首大学学报(社会科学版)* (3): 118-124.

Paratext Strategies and Reader Reception in Translation: Exemplified by Dissemination of Yu Hua’s Works in America

SHAO Lu ZHOU Yi

Abstract: In the current stage of Chinese culture’s “going out” strategy, studying national literature in the world literature context becomes a focus. By sorting out the paratext materials of Yu Hua’s works published by Penguin Random House, the present paper explores the paratext strategies adopted by America publishers in presenting Chinese literature, as well as the reader reception of the translated Chinese literature in the country. This study finds that, to promote a successful circulation of Yu Hua’s works, the publishers mainly adopt two strategies, namely, emphasizing the geographical other and the poetic universalism. It also finds that the paratext strategies are basically in line with the target readers’ expectation for translation literature. The successful translation and introduction of Yu Hua’s works in America can provide useful enlightenment for the effective dissemination of Chinese literature in the world.

Key words: paratexts; reader reception; English translation of Yu Hua’s works; world literature

责任编辑:冯革