

皖北乡土与经典西行——论赛珍珠《水浒传》首个英文全译本

王启伟 北京外国语大学博士研究生,淮北师范大学教授

今淮北市区向东,过闸河,经符离集方向,便进入旧属宿州(今宿州市埇桥区)的地界。1917年至1921年间,美国作家赛珍珠(Pearl S. Buck)寓居于此。她在启秀女子学校执教之余,随丈夫——农学家卜凯深入皖北乡野,足迹常至周边的睢溪集镇。正是在这宿州麦浪与皖北乡音中,赛珍珠体悟到中国农民“人类最纯真的感情”,这份体认不仅催生了其诺贝尔文学奖代表作《大地》,更为她日后翻译中国古典小说巅峰之作《水浒传》奠定了坚实的精神底色。

在赛珍珠之前,《水浒传》虽已有德、法等语种之节译本,但她于1933年在纽约推出的 All Men Are Brothers (《四海之内皆兄弟》),确系这部中国古典名著问世数百年来首个英文全译

本。这一译本的诞生,是皖北乡土经验与西方现代出版视野的一次深度结合。

一、译介缘起:从宿州体悟到南京落笔

赛珍珠自幼深受中国古典文学熏陶,尤偏爱《水浒传》。1921年离开宿州后,她任教于金陵大学(今南京大学前身)。1927年至1932年,她耗时五年,以金圣叹七十一回本《水浒传》为底本,开启了浩大的翻译工程。

值得注意的是,赛珍珠的翻译策略深受其在皖北生活经历的影响。她在译者序中坦言,梁山好汉“八方共域,异姓一家”的聚义精神,与她在宿州农村观察到的乡民重义轻利、抱团互助的生存伦理隐隐相通。这种基于田野调查的文化理解,使其译文并未停留在字面转换,而是充满了人类学

意义上的温度。

翻译过程中,她采取了近乎“直译”的异化策略。她请金陵神学院学者龙墨步逐字朗读原文,自己边听边译,再逐句核对。书中人物绰号多保留字面意象,如“及时雨”译为 The Opportune Rain,“豹子头”译为 The Leopard Head。原书第一回《张天师祈禳瘟疫,洪太尉误走妖魔》被并入“引言”,正文从第二回起算,故七十一回本在英译本中呈现为七十回。对于大量游离于叙事主线的诗词,她基于传播效率考量予以略译,仅保留了与情节推进密切相关的韵文。

二、定名与出版:学术考量与市场抉择

“水浒”二字在西文中难以传达其文化意蕴。赛珍珠曾考虑过 The Ban-

dits (《强盗》)或 Heroes of the Marsh (《草莽英雄》)等译名,均觉未能涵盖全书侠义精神。直至出版前夕,她从《论语·颜渊》“四海之内,皆兄弟也”中取意,定书名为 All Men Are Brothers。

1933年,该译本由纽约约翰·戴公司(The John Day Company)首版,同期在英国伦敦发行,全书分上、下两卷,正文千余页,六十余万字,是《水浒传》首个英文全译本。该译本初版即入选美国“每月一书俱乐部”推荐书目,引发欧美阅读热潮。此后,该书于1937年、1948年(增补林语堂序言及插图)、1957年、1968年等多次再版,并被转译为德、法、瑞典等多种文字,成为西方世界认知中国古典小说的核心文本。

三、接受史中的回响与争议
赛珍珠在译者序末尾声明:“我翻

译它不是出于学术考订,只因它是一个讲得极美妙的故事……我尽可能直译,希望不懂中文的读者产生在读原著的幻觉。”这种追求“信”与“直”的翻译观,在当时及后世引发了双重回响。

一方面,该译本极大地推动了《水浒传》在西方的传播。1938年,赛珍珠在斯德哥尔摩诺贝尔文学奖颁奖典礼上发表专题演讲《中国小说》,隆重推介《水浒传》《三国演义》《红楼梦》,将中国古典小说提升到世界文学的高度。林语堂在1948年版序言中盛赞:“Pearl Buck's translation brings the vitality of the Chinese novel to English readers for the first time in its true spirit.”另一方面,鲁迅先生曾对书名提出异议。1934年3月24日致姚克信中,鲁迅指出:“近布克夫人译《水浒》……

书名取‘皆兄弟也’之意,便不确,因为山泊中人,是并不将一切人们都作兄弟看的。”这一批评指出了书名理想化色彩过浓的问题,成为翻译接受史上的一段公案。

四、结语

今日回望,赛珍珠在宿州的生活经历,如同一条隐秘的伏脉,贯穿于这部英文全译本的始终。从皖北乡土的麦浪,到英语世界的书架,赛珍珠的《水浒传》英文全译本,不仅是一座沟通东西方的“桥梁”,更是淮北地域文化参与构建世界文学版图的有力见证。它提醒我们,经典的西行之路,往往始于译者脚下的土地与心中的温情。

(项目:安徽省社会科学创新发展研究课题“安徽现代翻译史稿”(2021CX185))

新型消费升级的优化进阶

李阿姣 淮北师范大学经济与管理学院(商学院)副教授; 刘钧 安徽口子酒营销有限公司财务部经理

《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》指出,“十五五”期间要深入实施提振消费专项行动。自2025年政府工作报告将加快新型消费发展作为提振消费专项行动的重要内容以来,多项重要政策文件均反复提及新型消费。新型消费是以新技术、新业态、新模式为支撑的消费形式。新型消费成为消费升级的重要方向和引领。促进新型消费升级,既是今后一个时期扩大内需、加快构建新发展格局的关键支撑,又是释放消费潜力、提升人民幸福感和幸福指数、实现共同富裕的落脚点和着力点。“十五五”开局之年,亟需准确把握新型消费的新特点和新要求,促进新型消费升级。

(一)新型消费的新特点

新型消费将呈现出新特点。一是消费内容多样化。数字消费、绿色消费和智能消费是“十四五”时期新型消费的重点,且均呈现较为明显的增长。其中,数字消费扩量提质,内容形态多元化;绿色消费实现从理念到实践的跨越,市场潜力快速释放;智能消费强势增长,应用场景持续拓宽。情绪消费、低空消费、首发消费、银发消费等消费业态不断涌现,在“十五五”时期将成为新型消费的新的增长点。二是新型消费集成性。未来的新型消费体现高度集成性,这种集成可以是消费新场景的集成,表现为文化、旅游、体育、健康和商业的融合;还将是消费内容的集成,表现为数字消费、绿色消费和情绪消费的集成、首发消费

和智能消费的集成、银发消费和智能消费的集成等,也将是新技术的集成,表现为人工智能技术、大数据技术、区块链技术等数字技术的集成。三是新型消费者显性化。未来消费产生的并非价值耗散而是价值创造,消费行为是融合价值共创、文化积累与技术赋能的复合经济行为。新型消费者不再是被动的效用实现者,而是通过生成内容、参与式设计与空间互动,成为生产性消费者的过程。消费者与生产者的边界变得模糊,消费者以生产性消费者的角色嵌入商品或服务价值链,实现商品或服务的价值增值。

(二)新型消费的新要求

面对新型消费呈现的消费内容多样化、消费集成性、消费者显性化三大结构性特征,新型消费在经济、社会、数字技术维度体现出新的要求,为释放新型消费潜力、驱动新型消费升级指明了方向。

从经济维度看,消费内容多样化要求优化供给,供给体系需具备动态调试能力。传统的大规模标准化生产已无法满足快速迭代的新兴消费的需求,新型消费品要从供应链到产业链进行改造升级。产业链要实现柔性化改造,支持小批量、定制化、个性化生产;企业区域消费布局要转向定位精准和品质精细,避免低水平同质化竞争。消费集成性要求基础设施实现一体化贯通。线上线下融合、多业态交叉、产业链融合的特征,倒逼数字基础设施打破行业壁垒与区域分割。要建立跨行业消费数据共享机制,实现交

通、文旅、商业、健康等领域数据互联互通;要优化冷链物流、及时配送、低空物流网络层级结构,应对时效敏感型新业态的兴起。政策工具要强化居民端赋能。消费者显性化同时改变了企业端的生产函数,使传统面向企业端的补贴模式成效递减。要完善居民收入支撑体系,通过转移支付、税收优惠等财政政策提升消费能力;要适时清理制约消费的不合时宜的行政管制,增强消费者信心。

从社会维度看,消费内容多样化要求建立包容性治理框架,允许多元文化产品和服务之间的互动与碰撞,要强化文化价值引领,抵制低俗化与过度商业化,守护真文化本性;防范新兴服务领域的商业伦理风险,压实平台企业主体和商家的社会责任担当,赋予消费者更多的知情权和选择权。消费集成性要求规范引导消费新业务和新模式的发展,协调多个部门之间的政策制定,统筹各个部门之间的资源,保证政策有效落地;推进基本公共服务均等化,保持基本公共服务在城市与乡村之间、青年群体与老年群体之间的平衡,维护社会包容性。消费者显性化要求建立消费者与生产者、平台之间的互动机制,允许消费者更多参与到商品或者服务的生产与销售过程中,赋予其较多的参与权;保障消费者权益的代际公平,协调Z世代与老年群体的消费权益,消除年龄歧视与数字排斥。

从数字技术维度看,消费内容多样化要求提高数据资源使用效率,用

于消费者识别多口径、不同来源、不同标准的数据,同时,多种产品和服务的出现也对数据资源使用效率提出了更高的要求;防范数据风险,加强对于数据安全的监管,完善相关政策法规,切实保障消费者安全权的实现。消费集成性要求系统规划数字基础设施,重点提升农村网络覆盖率与网络质量,实现网络层深覆盖、低时延、高可靠和场景化,夯实数字技术基础;完善数据确权分层制度,对行为数据、公共数据和运营数据等实行差异化权属界定。消费者显性化要求强化算法治理,防范新型消费过程中出现的技术伦理问题,确立人本化底线;正视数字技术的使用,数字技术既能赋能消费者尽快融入消费新业态和新场景,又能“负能”,让威胁产生速度加快,钓鱼邮件模板更具迷惑性,使消费者不易甄别,要防止数字技术滥用,防范网络安全风险。

(三)新型消费升级进阶

鉴于新型消费的新要求,着眼于新型消费高质量发展,可以从以下几个方面着手。

构建弹性响应与一体化赋能体系。第一,推动企业端柔性化改造。鼓励行业协会联合头部企业共建新兴消费品动态目录,对疗愈消费、虚拟商品、数字艺术等新兴消费品实行分类管理,缩短其从创新到进入市场的周期;引导金融机构开发消费创新贷,对于首次进入动态目录的企业给予政策支持,降低企业试错成本。第二,打通跨行业数据孤岛和物流断点。建立省

级消费大数据平台,统一交通、文旅、商业、健康等领域数据接口标准,实现需求端和供给端产品和服务的实时匹配;在重点城市、乡镇及农村布局综合集散中心,优化物流网络节点。第三,强化需求端政策工具创新。提高养老金、医保补助和低保标准,增强中低收入群体消费能力,同时,提高劳动报酬在初次分配中的比重,完善个人所得税专项附加扣除项目,扩大中等收入群体规模;有序取消行政性汽车限购,因城施策取消或优化住房限购,探索“以旧换新”政策在新型消费领域延伸,如健身会员以旧换新、文旅年卡以旧换新。

打造包容性治理与回应性服务生态。第一,以中华优秀传统文化为引领,特别是在传统与现代交融的情境中,开发中华优秀传统文化IP产品,要以中华优秀传统文化符号为基础,融入现代审美设计和表达方式;明确沉浸式体验、情绪消费等领域的准入资质与执业标准,构建企业的社会责任审查机制,明确对电商平台、短视频平台等中介机构的监管责任,防范商业伦理风险。第二,营造积极市场环境。优化新型消费市场主体的营商环境,推动各类资源向新型消费服务市场合理流动,精简市场准入的行政审批手续,加强跨部门、跨系统数据共享;保留必要线下服务渠道,推广大字版界面、语音导购等适老化改造,强化农村与老年群体数字包容。第三,建立消费者需求表达的制度化渠道。倡导企业强化数据要素运用,构建消费

者反馈数据采集与分析体系,识别新型消费品的功能特征与市场热点,持续优化产品性能,提高其市场竞争能力;加强法律法规体系建设,明确经营者不得因消费者年龄而设定不合理交易条件,实现多元主体共建共治。

强化技术创新引领与人本化治理。第一,健全数据交互使用制度体系。完善数据治理的法律框架,明确数据共享、开放、流通与安全保护的边界,在保障合规的前提下释放数据要素市场化价值,并对侵犯隐私、滥用数据等行为依法严惩。第二,夯实数字底座,赋能城市治理现代化。加速布局5G、互联网、人工智能等新型信息基础设施,推动市政设施智能化改造,构建全域覆盖、万物互联的城市数字孪生体;健全分类分级的确权授权机制,将行为数据、运营数据合理划分为企业数据、公共数据或个人数据,实施差异化确权策略。建立全国统一的数据产权登记制度,明确登记各类数据产权的取得、变更、消灭等事项。第三,坚持技术伦理规范。建立平台算法技术伦理审核机制,通过前置审查、动态监测、问责与纠错,避免由于数字技术滥用导致的消费者心理操控。培养新型消费者的数字素养,提升消费者技术辨识能力、理性决策能力和参与式监督能力,强化数字安全意识。

(本文系安徽省哲学社会科学规划项目“个人所得税改革对安徽省居民消费的影响研究”(AHS-KQ2021D175)阶段性成果)

关于刊登各类公告、声明的说明

淮北市传媒中心《淮北日报》窗口服务主要办理登报遗失声明、登报声明、各类公告(注销公告、减资公告、解除劳动合同公告等)。

地址:

淮北市古城路153号(二马路淮北日报社旧址一楼)

淮北市南湖路198号(淮北市传媒中心广告经营部)

咨询电话:3053810 18656109035

