

Research on the Translation and Introduction Mode of Chinese Literature “Going Out” — Taking Yu Hua’s Translation in the United States as an Example

Man Yao Wei Sun

Anhui Xinhua University, Hefei, Anhui, 230000, China

Abstract

With the deepening of globalization, the “going out” of Chinese literature has become an important part of China’s current cultural strategy. This strategy aims to bring China’s best literary works to the world stage and promote cultural exchanges and mutual understanding. By translating and spreading Chinese literary works, it can show the unique charm and values of Chinese culture, and enhance the national image and soft power. At the same time, it can also satisfy foreign readers’ thirst for and curiosity for Chinese culture, and enhance the friendship and understanding between Chinese and foreign people. Taking the translation of Yu Hua’s translated works in the United States as an example, this paper discusses the translation mode of “going out” of Chinese literature, and analyzes its influencing factors in the process of translation, dissemination and acceptance, in order to provide reference and inspiration for the translation of Chinese literature and international communication.

Keywords

Chinese literature; going out; translation mode; Yu Hua

中国文学“走出去”译介模式研究——以余华英译作品美国译介为例

姚曼 孙伟

安徽新华学院, 中国·安徽 合肥 230000

摘要

随着全球化的不断深入, 中国文学“走出去”已经成为当前中国文化战略的重要组成部分。这一战略旨在将中国优秀的文学作品推向世界舞台, 促进文化交流和相互理解。通过翻译和传播中国文学作品, 可以展示中国文化的独特魅力和价值, 增强国家形象和软实力。同时, 也可以满足国外读者对中国文化的渴求和好奇心, 增进中外人民之间的友谊和理解。论文以余华英译作品在美国的译介为例, 探讨中国文学“走出去”的译介模式, 分析其在翻译、传播和接受过程中的影响因素, 以期为中国文学翻译和国际传播提供借鉴和启示。

关键词

中国文学; 走出去; 译介模式; 余华

1 引言

近年来, 中国政府高度重视文化“走出去”战略的实施, 作为中国文学在世界舞台上的重要传播途径, 译介模式的研究具有重要的理论和实践意义。论文选取余华的英译作品在

美国的译介为研究对象, 分析其在美国的传播过程, 以期为中国文学“走出去”提供有益的借鉴。

2 余华英译作品在美国的译介历程

2.1 翻译阶段

2.1.1 译者的选择

余华的文学作品在准备进入美国市场之前, 面临着诸多挑战, 其中最为重要的一环就是翻译问题。翻译不仅仅是语言之间的转换, 更是文化和思想之间的桥梁。因此, 选择一位具有国际影响力的译者成为关键的一步。以莫言的作品《红高粱》为例, 其英文版译者葛浩文以其精湛的翻译水平和广泛的国际影响力, 为余华作品在美国的传播奠定了坚实的基础。葛浩文是一位资深的文学翻译家, 他的翻译作品涵

【基金项目】安徽新华学院2022年度校级人文社会/自然科学研究项目《中国文学“走出去”译介模式研究——以余华英译作品美国译介为例》(项目编号: 2022rw011)。

【作者简介】姚曼(1993-), 女, 中国安徽合肥人, 硕士, 助教, 从事英语翻译、文学研究。

盖了众多中国现代和当代作家，如莫言、余华、贾平凹等。他的翻译作品质量高、影响广泛，为西方读者打开了一扇了解中国当代文学的窗户。余华选择葛浩文作为其作品的英译者，无疑是看中了葛浩文在国际文学翻译领域的声望和经验。葛浩文的翻译水平和经验为余华作品在美国的传播提供了可靠的保障。通过选择具有国际影响力的译者，余华的文学作品得以更好地进入美国市场，为更多的美国读者所了解和接受。这也为余华作品在国际文学舞台上的发展提供了有力的支持。在推动中国文学“走出去”的过程中，选择具有国际影响力的译者是至关重要的一步。这不仅可以提高翻译质量，还可以为作品在国际市场上的传播和接受提供有力的帮助^[1]。

2.1.2 翻译策略

在翻译过程中，译者需要充分考虑目的语读者的接受程度，采取适当的翻译策略，以确保作品能够符合美国市场的需求。译者可以采用归化的翻译策略。归化是指在翻译过程中将原文的语言和文化特征转化为目的语读者更容易理解和接受的形式。在余华英译作品中，译者可以通过使用符合英语表达习惯的语言、采用西方文学修辞手法等手段，使作品更贴近美国读者的阅读习惯和文化背景。译者可以采用异化的翻译策略。异化是指在翻译过程中保留原文的语言和文化特征，将读者带到原作的文化背景中。在余华英译作品中，译者可以通过保留原作中的独特表达方式、使用准确的词汇和句式等手段，展现原作独特的文学风格和思想内涵。此外，在翻译过程中，译者还需要注意一些细节问题。例如，在处理人名、地名、历史背景等文化元素时，需要考虑到美国读者的文化背景和价值观念等因素，进行适当的调整和改段。同时，还需要关注语言表达的准确性和流畅性，避免出现语法错误、表达不清等问题。在翻译过程中，译者需要充分考虑目的语读者的接受程度，采取适当的翻译策略和手段，使作品更符合美国市场的需求。只有这样才能真正实现中国文学“走出去”的战略目标。

2.2 传播阶段

2.2.1 出版社的选择

选择具有声誉和影响力的出版社是作品传播的关键，对于中国文学“走出去”来说也不例外。在美国市场，选择一家有实力和知名度的出版社能够为作品提供更广泛的传播渠道和更高效的宣传推广。以余华的作品为例，他的《活着》和《许三观卖血记》分别由著名的美国出版社 Grove Press 和 Hill and Wang 出版。这两家出版社在美国文学界都享有很高的声誉，他们的出版物往往具有较高的文化价值和市场价值。通过与这些知名出版社合作，余华的作品得以更好地进入美国主流文学市场，为更多的读者所了解和阅读。这些具有声誉和影响力的出版社通常拥有丰富的编辑资源和完善的营销网络，能够为作品提供专业的编辑和校对服务，确保翻译质量和文本的准确性。同时，他们还能够在美

国市场上为作品进行有针对性的宣传和推广，提高作品的知名度和影响力。通过与知名出版社的合作，余华的作品得以在美国市场上获得更好的传播效果。这对于中国文学“走出去”来说是非常重要的，不仅能够提高中国文学在国际舞台上的地位和影响力，也能够为中外文化交流和友谊搭建起更加坚实的桥梁^[2]。

2.2.2 推广活动

在作品出版后，出版社和译者需要共同参与推广活动，以扩大作品的知名度和读者群体。出版社可以组织一系列的推广活动，如讲座、研讨会、签售会等，邀请译者参加，与读者面对面交流，提高作品的知名度。这些活动不仅能够吸引更多的读者关注作品，也能够为作品带来更多的曝光机会，如受到书评家、媒体等的关注和评价。译者也可以积极参与到推广活动中来。例如，可以在社交媒体上分享作品的精彩片段、推荐作品的理由等，吸引读者的关注。此外，还可以通过参加读书俱乐部、组织读书分享会等方式，向读者介绍作品，提高作品的知名度。此外，还可以通过与相关机构合作来推广作品^[3]。例如，可以与美国的文化机构、图书馆、大学等合作，通过这些场所举办讲座、读书会等形式，向更多的读者推广中国文学作品。出版社和译者需要共同努力，通过多种形式的推广活动来提高作品的知名度，扩大读者群体。只有这样才能更好地实现中国文学“走出去”的战略目标。

2.3 接受阶段

2.3.1 读者反馈

在美国市场，余华的文学作品确实受到了一定程度的关注和好评。他的作品以其深刻的思考和独特的文风，吸引了大量读者的关注。其中，《活着》和《许三观卖血记》是余华的代表作，这两部作品都被翻译成英语并由著名的出版社推出。这些出版社拥有广泛的读者群体和强大的推广能力，这为余华的作品在美国的传播提供了有力的支持。除了出版业的好评，余华的部分作品还被改编成电影、戏剧等形式。这些改编作品进一步扩大了余华的知名度，让更多的人了解了他的作品。电影和戏剧是一种更为直观的艺术形式，它们通过影像和表演将文学作品呈现给观众，使观众能够更深入地理解和感受作品所表达的情感和思想。这些改编作品的推出，不仅证明了余华作品的价值和影响力，也为文学作品的传播提供了新的途径。通过电影和戏剧等媒介的传播，余华的作品得以更好地走向世界，为更多的人所了解和喜爱。余华的文学作品在美国市场受到了一定程度的关注和好评，这得益于优秀的翻译、出版社的推广以及改编成其他艺术形式等因素^[4]。这些因素共同为余华作品在美国的传播和接受提供了有力的支持，进一步推动了中国文学“走出去”的战略目标。

2.3.2 批评家评价

美国批评家对余华的作品评价非常高，甚至将他的作

品与诺贝尔文学奖得主马尔克斯的经典之作《百年孤独》相提并论。例如,《活着》被誉为“中国的《百年孤独》”,这无疑是对余华作品的高度肯定和赞扬。这一评价不仅突显了余华作品的艺术价值,也提升了它们在美国市场的地位。这些评价对于美国读者来说具有很高的参考价值,因为它们为读者提供了对余华作品的深入理解和鉴赏指导。当读者了解到余华的作品被赞誉为“中国的《百年孤独》”时,他们可能会对作品产生更高的期待和兴趣。这些评价还有助于推动余华作品在美国市场的传播和推广。当出版社和推广机构了解到批评家对余华作品的赞誉时,它们会更有信心地推广这些作品,并可能会将它们作为重点图书进行宣传和推广。美国批评家对余华作品的评价对于提升作品在美国市场的地位起到了积极的推动作用。这些评价不仅肯定了余华的作品价值,还为美国读者提供了鉴赏指导,并为作品的传播和推广提供了有力的支持^[1]。

3 中国文学“走出去”的译介模式探讨

3.1 充分发挥译者的作用

为了确保中国文学作品在美国市场的质量,提高译者的地位和待遇并选拔具有国际影响力的译者进行翻译是至关重要的。提高译者的地位和待遇是必要的。过去,由于多种原因,译者的地位和待遇往往被忽视或被视为次要的因素。然而,为了推动中国文学在美国市场的发展,必须更加重视译者的作用。优秀的翻译是作品在美国市场成功的关键之一,因此应该为译者提供更好的待遇和机会,以吸引更多优秀的译者参与中国文学的翻译工作。选拔具有国际影响力的译者进行翻译是确保作品质量的关键。具有国际影响力的译者不仅具备丰富的翻译经验,还具备广泛的国际视野和深厚的文化素养。他们能够更好地理解中国文学作品的文化背景和内涵,并能够用流畅、准确的英语进行表达。通过选拔具有国际影响力的译者进行翻译,可以确保作品的质量达到更高的水平,并帮助中国文学作品在美国市场上获得更多的关注和认可。此外,为了确保作品质量,还可以采取其他措施。例如,建立完善的翻译审校制度,确保翻译的质量达到一定的标准;加强与海外出版社的合作,共同进行作品的编辑、校对和推广工作;提供翻译培训和进修机会,不断提高译者的翻译水平和专业素养等。提高译者的地位和待遇,选拔具有国际影响力的译者进行翻译,是确保中国文学作品在美国市场质量的重要措施^[1]。

3.2 注重文化传播策略

除了翻译和出版环节,作品传播还需要出版社、译者

和作家共同参与,利用各种渠道扩大作品知名度。出版社在作品传播中扮演着重要的角色。他们不仅负责作品的编辑、设计和推广,还拥有丰富的发行渠道和营销资源,能够将作品推向更广泛的读者群体。为了扩大作品知名度,出版社可以积极利用自身的渠道和资源,如与书店、图书馆等合作,组织签售活动、读书分享会等,同时也可以通过网络营销、社交媒体等手段进行宣传推广。译者在作品传播中发挥着至关重要的作用。他们不仅是翻译者,还是作品与读者之间的桥梁。因此,在作品翻译完成后,译者应该积极参与到作品的传播中来。他们可以通过参加讲座、研讨会、读书俱乐部等活动中介绍和推荐作品,与读者进行互动交流,分享自己的翻译心得和体验。此外,他们还可以利用社交媒体等渠道分享作品的精彩片段、推荐理由等,吸引更多读者的关注。

3.3 适应目标市场需求

在翻译、传播和接受过程中,充分考虑目标市场读者的文化背景和审美习惯,采用适当的翻译策略是非常重要的。在翻译过程中,译者需要关注目标市场读者的文化背景。不同的文化背景可能导致读者对某些表达方式或文化元素的理解产生差异。因此,为了确保作品能够被目标市场的读者理解和接受,译者需要了解并考虑目标市场的文化特点,采用适当的翻译策略。在传播过程中,出版社和推广机构需要考虑目标市场读者的审美习惯。不同市场的读者对于文学作品的喜好和阅读习惯可能存在差异。因此,在作品推广过程中,需要针对目标市场的读者特点进行有针对性的宣传和推广。例如,对于喜欢浪漫主义的读者,可以重点突出作品中的情感描写;对于喜欢冒险的读者,可以强调作品中的紧张刺激情节。

4 结语

通过对余华英译作品在美国的译介研究,论文总结了“走出去”的译介模式,并提出了相关建议。希望这一研究能为中国文学翻译和国际传播提供借鉴,推动更多中国文学作品走进国际市场。

参考文献

- [1] 赵朝永. 社会翻译学视域下中国文学译介研究新进阶——中国文学译介与传播模式研究——以英译现当代小说为中心评介[J]. 燕山大学学报(哲学社会科学版), 2022, 23(4): 37-44.
- [2] 韩名利, 陈德用. 《三国演义》译介模式与中国文学典籍之“走出去”[J]. 哈尔滨学院学报, 2021, 42(3): 115-118.
- [3] 葛珊. 复杂性思维视域下中国当代文学对外译介模式研究——基于Goodreads和Amazon网站数据统计分析[J]. 湖北第二师范学院学报, 2022, 39(9): 87-94.