

# The Path of “Going Global” in Contemporary Chinese Literature—Taking the International Promotion of *To Live* as an Example

Man Yao Wei Sun

Anhui Xinhua University, Hefei, Anhui, 230088, China

## Abstract

With the deepening development of globalization, the international communication of Chinese literature has become an important way to enhance the soft power of national culture. As a literary work that deeply reflects the changes in Chinese society and the resilience of human nature, *To Live* has successfully crossed national borders and gained widespread recognition from international readers through various means such as multilingual translation, international publication, and cultural exchange. The paper explores the process of contemporary Chinese literature “going global”, taking the international promotion of Yu Hua’s work *To Live* as an example, analyzing the strategies and influences behind its success, aiming to summarize the experience of international promotion of *To Live* and provide reference and inspiration for contemporary Chinese literature to better go global.

## Keywords

contemporary Chinese literature; international promotion; *To Live*

# 中国当代文学的“走出去”之路——以《活着》的国际化推广为例

姚曼 孙伟

安徽新华学院, 中国·安徽 合肥 230088

## 摘要

随着全球化的深入发展, 中国文学的国际传播成为提升国家文化软实力的重要途径。《活着》作为一部深刻反映中国社会变迁与人性坚韧的文学作品, 通过多语种翻译、国际出版、文化交流等多种方式, 成功跨越国界, 赢得国际读者的广泛认可。论文探讨中国当代文学“走出去”的历程, 以余华作品《活着》的国际化推广为例, 分析其成功背后的策略与影响, 旨在总结《活着》国际化推广的经验, 为中国当代文学更好地走向世界提供借鉴与启示。

## 关键词

中国当代文学; 国际化推广; 《活着》

## 1 引言

中国当代文学作为展现中国独特文化视角与情感深度的载体, 在国际文化交流中占据举足轻重的地位。《活着》作为这一领域的杰出代表, 其深刻的生命哲学与普世情感共鸣, 在国际推广中展现非凡的穿透力, 成为连接不同文化背景的桥梁。论文旨在剖析《活着》国际化推广的成功之道,

【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。

提炼其跨越国界的策略与智慧, 为中国当代文学“走出去”的战略布局提供宝贵借鉴, 助力更多优秀作品走向世界舞台, 促进全球文化的理解与尊重。

## 2 中国当代文学“走出去”的背景与现状

### 2.1 历史底蕴与全球视野的融合

中国文学, 源远流长, 从《诗经》的淳朴自然到唐诗宋词的华丽璀璨, 再到近现代文学的多元探索, 每一阶段都留下不朽的篇章。这些经典作品不仅是中国人民的宝贵精神财富, 也是世界文学宝库中的璀璨明珠。它们所蕴含的思想深度、艺术成就和文化价值, 为中国当代文学“走出去”提供坚实的基础和丰富的资源。中国当代文学作为中华文化的重要组成部分, 凭借其独特的视角、深刻的主题和丰富的表现形式, 吸引越来越多国际读者的关注。通过翻译出版、文

学节、书展、国际奖项评选等多种渠道和平台，中国当代文学作品得以跨越语言和文化的界限，与全球读者分享中国故事，传递中国声音<sup>[1]</sup>。

## 2.2 挑战与机遇并存的国际舞台

在当前国际文学交流的广阔舞台上，中国当代文学正面临着前所未有的挑战与机遇交织，尽管中国文学在国际上的传播已经取得一定成绩，但其全球化之路仍布满荆棘。语言障碍如同一道难以逾越的鸿沟，使得许多优秀作品难以被国际读者直接理解和欣赏；文化差异则如同一层隐形的屏障，影响着作品在不同文化背景下的接受度与解读方式。随着中国国际影响力的扩大，国际社会对中国的关注度日益提升，对中国文化的兴趣也日益浓厚，这为中国文学在国际舞台上的展示提供更多的机会和平台。同时，中国政府高度重视文化交流与合作，通过一系列政策措施积极推动中国文化的国际传播，为中国文学“走出去”提供坚实的政策保障和有力的支持。因此，在挑战与机遇并存的国际现状下，中国当代文学正以前所未有的勇气和决心，积极寻求在国际文学舞台上展现自己独特魅力的机会和途径。

## 2.3 现状稳步前行与持续创新

近年来，越来越多的中国文学作品跨越语言与文化的界限，被译成多种语言，成功触达并赢得全球读者的心。这些作品以其独特的文化内涵、深刻的情感表达和艺术创新，赢得国际社会的广泛赞誉，一些中国作家更是在国际文学界声名鹊起，荣获多项国际大奖的认可，为中国文学赢得国际声誉。与此同时，中国当代文学在持续创新中焕发着勃勃生机<sup>[2]</sup>。作家们勇于突破传统框架，积极探索新的题材领域和写作手法，使作品更加贴近国际读者的审美趣味和阅读习惯。这种创新不仅体现在文学内容的丰富性和多样性上，还反映在文学形式的实验与融合之中。此外，出版机构也紧跟时代步伐，加强与国际出版商的合作与交流，共同探索中国文学国际传播的新路径，推动中国文学更加广泛、深入地走向世界。在稳步前行与持续创新的双重驱动下，中国当代文学正以更加自信和开放的姿态，迈向国际文学交流的新高度。

# 3 《活着》的国际化推广策略

## 3.1 精准定位与翻译：跨越语言的桥梁

在《活着》的国际化推广征途中，精准定位与高质量的翻译策略成为其跨越语言与文化障碍、触及全球读者的关键。为确保这部作品能在国际舞台上绽放异彩，推广团队首先进行深入的市场调研与数据分析，精准把握不同国家读者的阅读偏好与接受度。通过细致入微的洞察，明确目标读者群体，为后续的传播策略奠定坚实基础。在此基础上，翻译团队承担起至关重要的桥梁作用。他们深知翻译不仅是文字的简单转换，更是文化与情感的传递。《活着》的翻译团队采用归化与异化并蓄的翻译策略，既忠实于原作的文化精髓

与独特风格，又巧妙地将这些元素融入目标语言的文化语境之中，使得译文既能准确传达原文的意思，又能让国际读者在阅读中感受到原作的文化魅力与审美韵味。先通过深入的市场调研与数据分析，精准定位不同国家读者的阅读习惯、偏好及对中国文学的接受度，明确以关注社会现实、人性与命运，以及对中国文化感兴趣的国际读者为核心目标群体。随后，组建由资深翻译家、汉学家及本土语言专家构成的专业翻译团队，他们灵活运用归化与异化相结合的翻译策略，既保留原作的文化特色与审美风格，又使译文符合目标语言的表达习惯，确保文化意象的准确传递与审美风格的原汁原味。同时，密切关注翻译过程中的每一处细节，从方言、俗语的恰当转译到节日习俗的生动再现，都力求让国际读者在阅读中感受到原作的文化深度与艺术魅力。此外还通过试读、读者反馈等机制不断优化译文，确保最终呈现给国际读者的，是一部既忠实于原作又易于理解的文学佳作<sup>[3]</sup>。这一系列精准定位与高质量翻译的实施策略，共同构建《活着》跨越语言与文化障碍、触达全球读者的坚实桥梁。

## 3.2 多元渠道与平台构建：拓宽传播路径

为将《活着》这部深刻描绘人性与命运的文学作品推向世界舞台，采取多元渠道与平台构建的方法，积极寻求与国际知名出版社的紧密合作，如企鹅兰登书屋等，这些出版巨头拥有广泛的品牌影响力和成熟的全球发行网络，能够确保《活着》在多个国家和地区同步上市，迅速覆盖更广泛的读者群体，并与合作伙伴共同策划市场推广活动，如作者签售会、读者见面会等，增强作品与读者的互动，提升其在国际市场的知名度和吸引力。

通过出版合作，不仅获得专业的编辑、设计支持，还借助合作方的市场资源，有效提升作品的国际知名度和影响力。充分利用现代媒介技术的力量，构建一个多元化的传播平台矩阵。在社交媒体上，开设官方账号，定期发布与《活着》相关的内容，包括精彩片段、深度解读、作者访谈等，以吸引并留住国际读者的关注。积极与社交媒体意见领袖合作，邀请他们撰写书评或进行推荐，借助其影响力扩大作品的传播范围。此外，还与主流网站、地方知名媒体等建立良好的合作关系，通过新闻稿发布、专题报道、访谈节目等形式，为《活着》营造良好的舆论环境，提升其国际曝光度<sup>[4]</sup>。此外，与影视制作公司合作，将《活着》改编成影视作品，通过视觉和听觉的双重冲击，让国际观众更直观地感受到作品的魅力。同时，还开发与作品相关的周边产品，如书籍周边、文化衍生品等，以满足不同读者的需求，延长作品的生命周期。这些多元化的传播方式相互补充、相互促进，共同推动《活着》在全球范围内的广泛传播和深远影响。通过多平台、多维度的传播，进一步拓宽作品的国际传播路径，让《活着》的故事跨越语言和文化的界限，触达更多国际读者的心灵深处。

### 3.3 文化共鸣与情感连接：触动国际读者的心灵

在《活着》的国际化推广过程中，深刻认识到文化共鸣与情感连接对于触动国际读者心灵的重要性。这部作品以其对普通人在极端困境中坚韧生存与不懈追求的深刻描绘，展现人类共有的情感与命运，跨越语言和文化的界限，激发全球读者的共鸣。采取多种具体实施方式与国际知名文学机构、大学合作，如哈佛燕京学社、牛津大学中文系等。定期举办《活着》专题研讨会，邀请中外学者、作家进行深度对话，探讨作品中蕴含的文化价值、人性光辉及普遍主题。通过学术交流，提升作品在国际文学界的地位，增强文化共鸣的深度与广度。主办方先策划一系列文化活动，旨在挖掘并强化《活着》中的文化共鸣点。通过组织国际文学研讨会、主题讲座和圆桌对话，邀请知名学者、作家和评论家从不同角度解读作品，揭示其蕴含的人性光辉与普遍价值，引导国际读者深入思考生命的意义、家庭的责任以及社会的变迁。建设由资深翻译家、汉学家及本土语言专家组成的翻译团队，确保译文的准确性和文化适应性。针对英语、法语、西班牙语、阿拉伯语等主要国际语言推出高质量译本，覆盖更广泛的读者群体。通过国际书展、文学节等活动，展示多语种译本，促进不同文化背景下的读者共同体验作品魅力。同时高度重视与读者的情感连接，通过线上线下相结合的方式，搭建起作者与读者之间的桥梁。例如，安排作者余华在国际主要城市进行巡回讲座，包括纽约、伦敦、巴黎、开罗等；分享创作背景、灵感来源及写作过程中的心路历程，与读者进行面对面交流；设置 Q&A 环节，鼓励读者提问，增强与读者的情感互动和连接。这些精心策划读者见面会、签售会等互动活动，让作者直接面对国际读者，分享创作背后的故事与心路历程，进一步拉近作品与读者之间的距离。在线上，利用社交媒体平台，鼓励读者分享自己的阅读感悟和生活经历，形成积极向上的阅读社群；在 Facebook、Twitter、Instagram 等社交媒体上建立官方账号，定期发布与《活着》相关的内容，如作者访谈、读者心得、书评等；组织线上读书会、读者分享会等活动，鼓励读者分享自己的阅读体验和感悟，形成积极向上的阅读社群氛围；与国际公益组织合作，开展以“活着”为主题的公益活动，如贫困地区教育支持、心理健康援助等；通过实际行动传递作品中的正能量和人文关怀，加深读者对作品情感层面的理解和认同<sup>[9]</sup>。此外，还注重利用情感共鸣的力量，推动《活着》在更广泛的社会层面产生

影响，通过与教育机构、图书馆、文化中心等合作，将作品引入校园、社区和公共阅读空间，让更多国际读者有机会接触并感受到这部作品的魅力。同时，也鼓励和支持将《活着》改编成影视作品、舞台剧等其他艺术形式，通过多元化的表现形式，让作品的情感与力量更加直观地触达国际观众的心灵，如可以与国际知名影视制作公司 Netflix、BBC 洽谈合作等。确保影视作品忠实于原著精神，同时注重国际观众的审美习惯，提升作品的全球吸引力，进一步利用影视作品的影响力，通过预告片、海报、访谈等多种形式进行宣传，吸引更多国际观众关注原著。另外，还可以开发周边，如蕴含深刻寓意的书签、展现书中经典场景的明信片，以及装帧精美的限量版书籍等。这些衍生品不仅是对原著精神的延续，更是读者表达喜爱与收藏之情的理想选择。充分利用线上电商平台，如亚马逊、当当国际等，以及全球实体书店网络，确保产品能够便捷地触达国际读者。同时，与国际合作伙伴紧密合作，通过他们的渠道资源，进一步拓宽销售市场，满足不同国家和地区读者的多样化需求，让《活着》的故事以更加多元化的形式在世界各地延续和传承。

## 4 结语

《活着》的国际化推广不仅是中国当代文学“走出去”的成功典范，更是文化软实力提升的重要体现。它证明优秀文学作品具有跨越国界、触动人心的力量，能够成为连接不同文化、增进相互理解的桥梁。通过精准的策略与不懈的努力，该作品在国际舞台上赢得广泛赞誉，为中国文学走向世界树立标杆。

### 参考文献

- [1] 苏静.文化“走出去”背景下中国当代文学在法国的译介与传播路径探索[J].传播与版权,2024(1):75-77.
- [2] 摆贵勤.中国当代文学走出去与“一带一路”传播媒介分析[J].中华文化与传播研究,2022(2):13-24.
- [3] 摆贵勤,孙宜学.中国当代文学在“一带一路”何为?为何?——评《“一带一路”与中国当代文学走出去》[J].中国比较文学,2020(4):206-210.
- [4] 伍晓莉.动态全球语境下中国现当代文学的对话与交流——评《多元文化语境下的中国文学走出去研究》[J].中国教育学刊,2020(9):116.
- [5] 吕铁金,刘丹.中国当代文学英译出版“走出去”策略研究[J].绥化学院学报,2018,38(5):109-110.