

《活着》英译本在美国的译介效果研究

周小玲 何思慧

(华南师范大学 外国语言文化学院, 广东 广州 510631)

摘要: 图书馆馆藏量、销量、学术被引量和读者评论构成一部作品的译介效果评价体系。白睿文(Michael Berry)英译的《活着》(*To Live: A Novel*)在美国的传播范围较广,受到了广大读者的青睐。然而,该译本的学术被引量较少,反映其学术影响力有待提高。在读者评论方面,专业读者和普通读者整体上对该译本持正向情感,两类读者均对作品的人文主题给予了肯定。专业读者的评论主要聚焦作品主题,普通读者则更关注人物形象。就译文质量而言,读者评论以正向情感为主,但有少量负向情感评论指出译文在遣词造句和语言流畅度上需要进一步提升。基于《活着》英译本在美国的译介效果,笔者为中国文学译作的海外传播提出了建议。

关键词: 《活着》; 译介效果评价体系; 美国读者评论; 情感分析

中图分类号: H315.9 **文献标志码:** A **文章编号:** 1674-6414(2024)04-0130-14

0 引言

余华的小说《活着》通过主人公徐福贵的自述,生动形象地描写了一个普通人在大时代背景下,在内战、“大跃进”、人民公社等社会变革中的生活经历。从亲人的相继离世,到最后孤身一人与一头老牛相依为命,在读者看来,福贵的一生充满了苦难与坎坷,然而在福贵自述中流露的幸福与喜悦,不禁引发读者对生活、苦难和人生的思考。《活着》荣获了意大利格林扎纳·卡佛文学奖(Grinzane Cavour Prize)(1998年)和中华图书特殊贡献奖(2005年)等国内外奖项,其同名电影《活着》在1994年戛纳电影节上斩获了多个大奖,这些奖项无形中提升了《活着》的知名度。2003年,白睿文(Michael Berry)英译的《活着》(*To Live: A Novel*)由美国铁锚出版社(Anchor Books)出版。20年来,该译本受到了广泛的关注,可以说“美国是余华作品传播最为广泛、最具影响力的国家之一”(邵璐等,2022:10),但是鲜有学者对该译本在海外的译介效果进行全面的考察。因此,本文采用定量和定性相结合的方法,考察该译本在美国的图书馆馆藏量、销量、学术被引量和读者评论,并借助语

收稿日期:2024-02-10

基金项目:国家社会科学基金中华学术外译项目“论中国乡村变迁”(21WSHB004)的阶段性成果

作者简介:周小玲,女,华南师范大学外国语言文化学院副教授,博士,主要从事翻译理论与实践、语料库翻译学研究。

何思慧,女,华南师范大学外国语言文化学院硕士研究生,主要从事翻译理论与实践、语料库翻译学研究。

引用格式:周小玲,何思慧.《活着》英译本在美国的译介效果研究[J].外国语文,2024(4):130-143.

料库工具、词云图和 Python 情感分析技术对专业读者和普通读者的评论进行量化评价和情感倾向分析,探究不同类型读者的情感态度和关注焦点,以期全面、科学地评价《活着》英译本在美国的译介效果,为中国文学作品更好地走向世界提供借鉴和参考。

1 余华作品英译本的译介效果研究文献回顾

“译介效果是指翻译作品在流通的过程中借由读者的阅读与分享等一系列行为,收获的对其审美趣味和价值体系的接受度。”(傅悦等,2021:35)考察中国文学译作在海外的译介效果,有利于了解海外读者对译作的情感态度与关注焦点,是我们推广中国文学作品外译不可忽视的一环。目前,学界对余华作品英译本译介效果的研究主要分为两类:(1)对余华全套作品英译本进行研究。例如,傅悦等(2021)主要通过分析馆藏量、销量和读者评论考察了余华整套作品英译本在美国的译介效果。邵璐等(2022)探究了美国企鹅兰登书屋在余华全套作品上运用的副文本策略,并基于读者评论考察余华作品在美国的接受情况。(2)考察余华单部作品英译本的译介效果。该类研究主要围绕《兄弟》英译本(*Brothers*)和《活着》英译本展开。例如,汪宝荣等(2015)分析了有关《兄弟》英译本的29篇英文书评,指出英美媒体和文艺批评界普遍认可《兄弟》英译本的文学性与社会批判性,并对译文的质量和语言风格给予了肯定。刘中望等(2020)分析了国内外读者对《兄弟》英译本的评论,指出中外普通读者的评论具有显著的趋同性,普通读者的评论反映了更直观和纯粹的阅读体验。张丽芳(2020)运用布迪厄(Bourdieu)社会学理论分析了《活着》英译本以及影响该译本在美国接受的因素。总体而言,以往研究对余华作品英译本译介效果的考察主要涵盖了译本的馆藏量、销量和读者评论三个维度。此外,还有研究从译作的被引频次评价其译介效果,认为该指标“一定程度上反映了其在学界的影响力和知名度”(张晓雪,2019:71)。

由此可见,对译作译介效果的评价涉及众多因素,译介效果并非只考虑译文的语言质量,还需要考察译作的馆藏量、销量、学术被引量 and 读者评论等。这些因素不仅展示了一部译作在异域国家从出版到流通,再到读者手中的完整生命历程,全面反映了译作的传播情况,而且还体现了译作商业价值、学术研究价值和阅读价值等多元价值的实现。目前,“国内对中国文化译作的传播效果研究比较薄弱”(王燕等,2022:117),中国文学译作的译介效果研究仍处于探索阶段,尚未形成统一的译介效果评价体系。因此,本研究在前人研究的基础上进行改进和深化,构建了基于馆藏量、销量、学术被引量 and 读者评论的译介效果评价体系,对相关数据进行定量和定性分析,试图回答以下三个问题:(1)白睿文英译的《活着》在美国的译介效果如何?(2)专业读者与普通读者对该译本的接受有何异同?(3)白睿文英译的《活着》在美国的译介效果对中国文学译作的海外传播有何启发?

2 研究设计

2.1 研究路径

本研究构建了基于译作的馆藏量、销量、学术被引量和读者评论的译介效果评价体系(图1),并以此考察白睿文英译的《活着》在美国的译介效果。在区分读者类型的基础上,即把读者分为专业读者——以主流媒体和文艺批评家等为代表、普通读者——以在亚马逊和好读网(Goodreads)上发表评论的读者为代表,本研究借助语料库工具、词云图和 Python 情感分析技术对两类读者的评论进行量化评价和文本细读分析,旨在更加细致深入地探析不同读者群体对译作的情感态度和关注焦点,全面、科学地探究《活着》英译本在美国的译介效果。

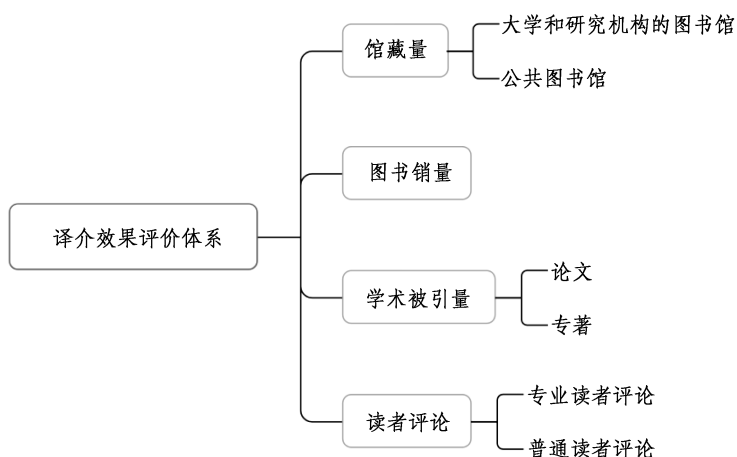


图1 译介效果评价体系

2.2 研究工具

本研究使用的工具为 Microsoft Excel、Microsoft Word、AntConc3.5.8 和 Python 的文本处理库 TextBlob。TextBlob 可以完成词性标注和情感分析等自然语言处理任务。其中,情感分析是一项分析文本观点和情感极性(sentiment polarity)的技术,根据文本的颗粒度大小,可以从篇章、句子和词汇三个层面进行文本情感识别与分析。目前,文本情感分析的方法“主要可以归纳为两大类:一类是基于情感词的方法,另一类是机器学习方法”(杨立公等,2013:1576)。Python 的文本处理库 TextBlob 包含 Pattern Analyzer 和 Naïve Bayes Analyzer 两种情感分析器。Pattern Analyzer 是基于情感词典对已赋值的词汇与目标文本进行匹配,分析目标文本的情感极性值。然而,“基于机器学习的 Naive Bayes Analyzer 常常不能有效地分析长文本,对于篇幅较长的单条评论来说,容易得出完全积极或完全消极的情感值”(石春让等,2020:93),从而影响分析结果。因此,本研究采用 Pattern Analyzer 对读者评论进行分析,情感极性值的范围为-1到1,当该值为-1到0时表示负向情感,0到1

时表示正向情感,0则表示中性情感。

2.3 研究流程

(1)收集馆藏数据。在全球图书馆联机数据库 OCLC WorldCat 中检索《活着》英译本在美国图书馆的馆藏量,并与余华其他作品英译本和其他出版时间相近的中国现当代小说英译本的馆藏量进行对比。

(2)收集图书销量数据。在亚马逊检索《活着》英译本的销量排名,并与余华其他作品英译本和其他出版时间相近的中国现当代小说英译本的销量进行对比。

(3)收集学术被引数据。在 Google Scholar 中检索引用了《活着》英译本的文献,并在译学研究数据库 BITRA (Bibliography of Interpreting and Translation) 和 TSB (Translation Studies Bibliography) 中检索《活着》英译本的被引量,三个数据来源相互补充,保障数据收集的完整性。

(4)收集读者评论并进行预处理。专业读者评论方面,检索 ProQuest、JSTOR、EBSCO 数据库和各权威书评期刊关于《活着》英译本的评论,共收集到八篇评论(表 1)。普通读者评论方面,分别从亚马逊美国和好读网上爬取《活着》英译本的英文评论,共收集亚马逊评论 113 条,好读网评论 600 条。首先,检查所有内容,剔除无效评论;随后,对文本进行降噪,删除无法被 Python 识别的字符,修改拼写错误等,以提高分析结果的准确度;最后,得到有效亚马逊评论 101 条,好读网评论 577 条。以上馆藏量、图书销量、学术被引量和读者评论数据收集完成于 2022 年 6 月 26 日。

表 1 《活着》英译本的专业读者评论

编号	来源	数量
1	《柯克斯书评》 <i>Kirkus Reviews</i>	1
2	《图书馆学刊》 <i>Library Journal</i>	1
3	《书单》 <i>Booklist</i>	1
4	《亚马逊在线书评》 <i>Amazon.com Reviews</i>	5
5	总数	8

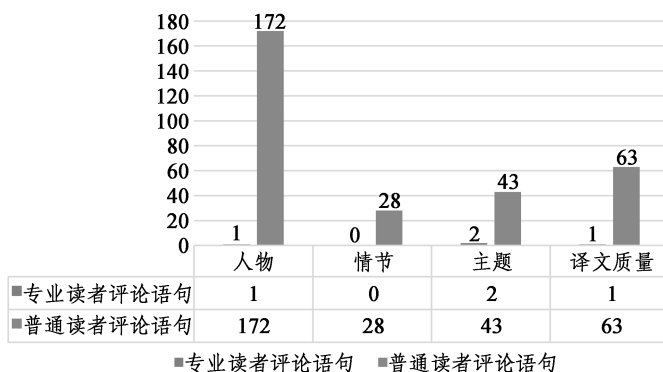


图 2 人物、情节、主题和译文质量相关评论语句的数量

(5) 建立读者评论语料库。分别建立专业读者评论语料库 PRR (Professional Reader's Review) 和普通读者评论语料库 CRR (Common Reader's Review)。

(6) 运用 TextBlob 对读者评论进行情感分析。首先,对专业读者和普通读者的评论进行篇章级情感分析,考察两类读者评论整体的情感倾向。但是篇章级的文本情感分析结果“不一定能与评论中某个属性的情感倾向保持一致,需要进行细粒度分析,即对属性的观点进一步挖掘”(李洁等,2022:146)。人物、情节和主题等是小说的关键要素,也是考察读者对小说理解的重要维度。因此,本研究收集含有“character”“plot”(或“storyline”)、“theme”(或“story”)和“translat *”的评论,筛选出相关评论语句(图2),进行句子级情感分析,从人物、情节、主题和译文质量四个维度考察读者的情感倾向和关注焦点。

(7) 制作词云图。运用 Microsoft Word 分析专业读者评论、普通读者正向情感评论和负向情感评论,以前 50 个高频词为标准制作词云图,在语料库中对高频词进行检索,并进行文本细读分析。

3 研究结果与讨论

3.1 美国图书馆馆藏量

全球图书馆联机数据库 OCLC 检索结果显示,美国有 441 家图书馆收藏了《活着》的英译本,该馆藏量在余华作品英译本在美国的馆藏量排名(表2)和中国现当代小说英译本在美国的馆藏量排名(表3)中均位列第三。此外,收藏该译本的 441 家美国图书馆中,大学和研究机构的图书馆有 302 家,占比 68.5%,公共图书馆有 139 家,占比 31.5%。综合来看,《活着》英译本在美国的图书馆馆藏量处于中上水平,译作的流通范围较广,说明该译本在美国享有一定的知名度,美国读者较为认可该译本的语言质量和思想价值。

表2 余华作品英译本在美国的馆藏量排名

排名	中文作品名	作品英文名	译者	出版社	出版年份	馆藏量
1	《往事与刑罚》	<i>The Past and the Punishments: Eight Stories</i>	Andrew F. Jones	Honolulu: University of Hawaii Press	1996	669
2	《兄弟》	<i>Brothers: A Novel</i>	Eileen Cheng-yin Chow; Carlos Rojas	New York: Anchor Books	2009	447
3	《活着》	<i>To Live: A Novel</i>	Michael Berry	New York: Anchor Books	2003	441
4	《第七天》	<i>The Seventh Day: A Novel</i>	Allan H. Barr	New York: Pantheon Books	2014	333
5	《黄昏里的男孩》	<i>Boy in the Twilight: Stories of the Hidden China</i>	Allan H. Barr	New York: Pantheon Books	2013	275

表 3 中国现当代小说英译本在美国的馆藏量排名

排名	中文作品名	作品英文名	译者	出版社	出版年份	馆藏量
1	《生死疲劳》	<i>Life and Death Are Wearing Me Out: A Novel</i>	作者:莫言 译者:葛浩文	New York: Arcade Publishing	2008	648
2	《狼图腾》	<i>Wolf Totem</i>	作者:姜戎 译者:葛浩文	New York: Penguin Press	2008	505
3	《活着》	<i>To Live: A Novel</i>	作者:余华 译者:Michael Berry	New York: Anchor Books	2003	441
4	《酒国》	<i>The Republic of Wine: A Novel</i>	作者:莫言 译者:葛浩文	New York: Arcade Publishing	2000	432
5	《师傅越来越幽默》	<i>Shifu, You'll Do Anything for a Laugh</i>	作者:莫言 译者:葛浩文	New York: Arcade Publishing	2001	386

3.2 图书销量

数据显示,在美国亚马逊的销量排行榜中,《活着》英译本的销量与余华其他作品英译本和中国现当代小说英译本的销量相比,位列第一。《活着》英译本的销量遥遥领先,一定程度上说明该译本的质量较高,受到美国读者的青睐。表 4 和表 5 分别是余华作品英译本和中国现当代小说英译本在美国亚马逊的销量排名。

表 4 余华作品英译本在美国亚马逊的纸质书销量排名

排名	中文作品名	作品英文名	销量排名
1	《活着》	<i>To Live: A Novel</i>	61,453
2	《第七天》	<i>The Seventh Day: A Novel</i>	319,772
3	《兄弟》	<i>Brothers: A Novel</i>	774,028
4	《许三观卖血记》	<i>Chronicle of a Blood Merchant</i>	1,257,022
5	《在细雨中呼喊》	<i>Cries in the Drizzle</i>	2,206,891

表 5 中国现当代小说英译本在美国亚马逊的纸质书销量排名

排名	中文作品名	作品英文名	销量排名
1	《活着》	<i>To Live: A Novel</i>	61,453
2	《倾城之恋》	<i>Love in a Fallen City</i>	443,856
3	《狼图腾》	<i>Wolf Totem</i>	543,252
4	《生死疲劳》	<i>Life and Death Are Wearing Me Out: A Novel</i>	687,755
5	《酒国》	<i>The Republic of Wine: A Novel</i>	802,361

3.3 学术被引量

Google Scholar 的检索结果显示,共有 13 个文献或专著引用了《活着》的英译本,研究内容主要涵盖了中国文学理论与实践、伤痕文学等。此外,检索译学研究数据库 BITRA 和 TSB 均无发现相关数据。总体而言,《活着》英译本相关的学术研究较少,学界对其接受度

以及该译本的学术影响力有待进一步提升。

3.4 美国读者对《活着》英译本的评价

本文从读者评价星级和评论的情感倾向两个方面探讨了读者对《活着》英译本的接受度。在评价星级方面(图3),亚马逊上有353名美国读者对其评分,总评分为4.5/5,其中五星和四星评分占比88%;好读网上共有12,827名读者对其进行评分,总评分为4.34/5,其中五星和四星评分占比86%;尽管好读网上没有单独统计美国读者的评分,而是统计全球各地读者的数据,但总体而言,评分结果反映了大部分读者对《活着》英译本持肯定态度。

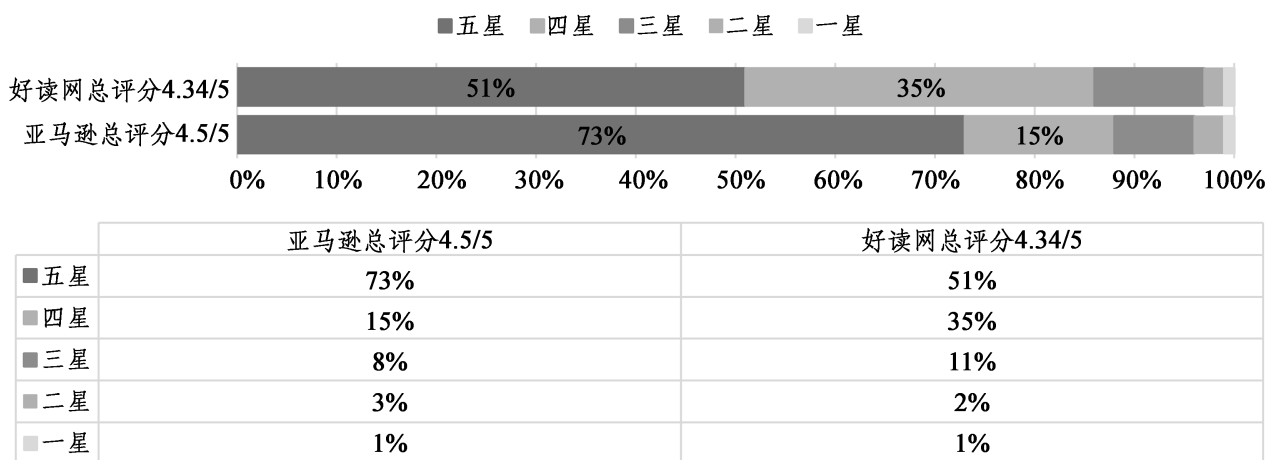


图3 亚马逊和好读网读者的评价星级分布和占比

3.4.1 《活着》英译本读者评论的篇章级情感分析

Python情感分析结果显示(图4),8篇专业读者评论中,正向情感评论有七篇,占比88%,负向情感评论有一篇,占比12%。678条普通读者评论中,正向情感评论有534条,占比79%,中性情感评论有37条,占比5%,负向情感评论有107条,占比16%。图5词云图显示,“Yu Hua”“Fugui”“China”“life”“work”“story”“human”和“translation”等词较为突出。在AntConc中根据高频词进行检索并细读评论发现,大多数专业读者认为《活着》反映了一种世界性的、普遍的人文精神,因此能引起读者广泛的共鸣。但有个别读者对翻译质量提出了质疑,认为译文在遣词造句方面有较大的提升空间(Kirkus Reviews,2010)。

普通读者评论方面,图6正向情感评论的词云图显示,比较突出的词汇有“book”“story”“life”“Fugui”“China”“culture”“revolution”“translation”和“written”等。在AntConc中根据高频词进行检索并细读评论发现,读者的正向情感评论主要表达了以下观点:(1)对小说主人公福贵的蜕变及其乐观、坚毅的精神表示赞赏;(2)认为小说中展现的中国元素有利于加深他们对中国历史文化的了解;(3)肯定译文,认为译文忠于原文,语言流畅,完美地再现了原文的情感。

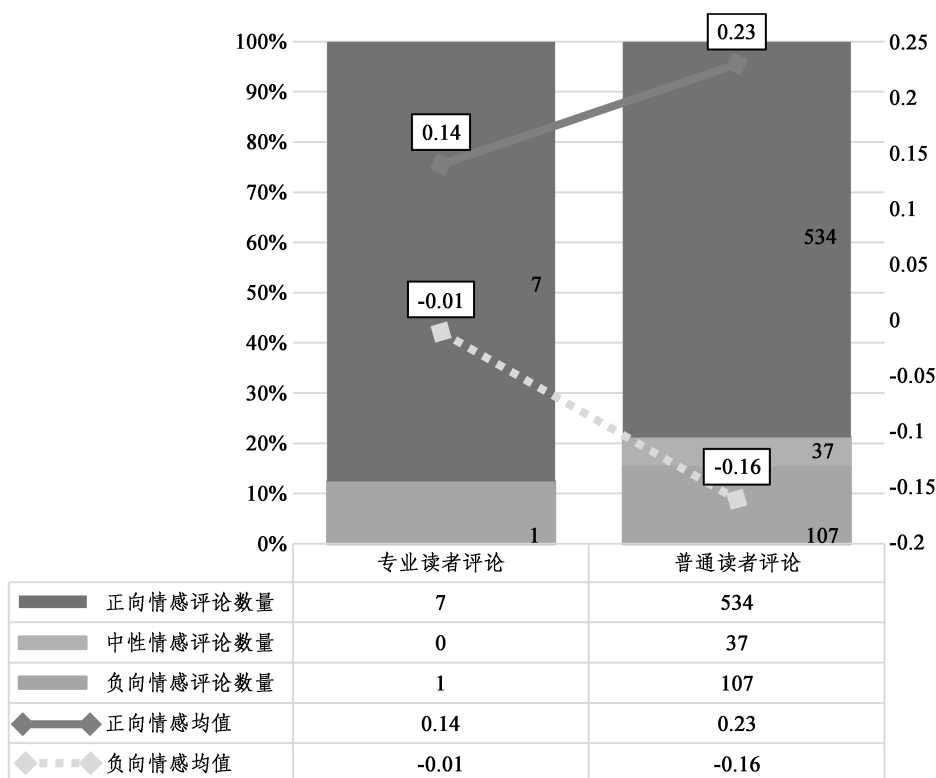


图4 专业读者和普通读者评论篇章级情感分析的情感分布和情感得分均值



图5 《活着》英译本专业读者评论前50个高频词的词云图

此外,研究发现,在正向情感评论中,“Job”出现了12次,“Good Earth”出现了7次。Job是《圣经》中的人物约伯,他虽然历经失去财产、家园和家人等种种苦难,却依然信奉上帝。在读者看来,福贵就像是“中国版的约伯”(Bruno, 2018)。此外,《大地》(*The Good Earth*)是美国作家赛珍珠(Pearl S. Buck)于1931年出版的作品,该作品于1938年获得诺贝尔文学奖,在美国享有较高的知名度。小说讲述了旧中国农民王龙依靠土地发家致富的故事。读者表示,尽管《大地》和《活着》都是以中国农民为题材,但是与《大地》相比,《活着》以主人公自述的形式呈现出来,更显亲切自然,也少了许多说教的意味(Michael, 2016)。可见,《活着》中这些能引起读者共鸣的内容有利于加深读者对该书情节和人物的

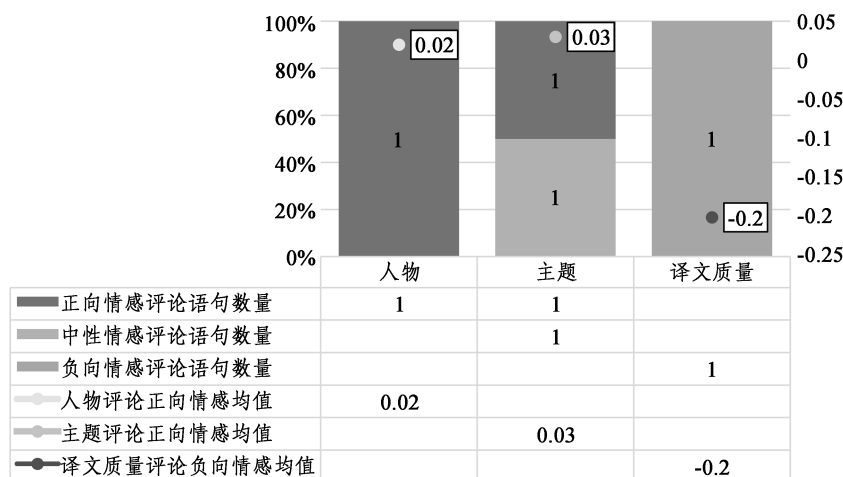


图8 专业读者人物、主题和译文质量评论句子级情感分析的情感分布和情感得分均值

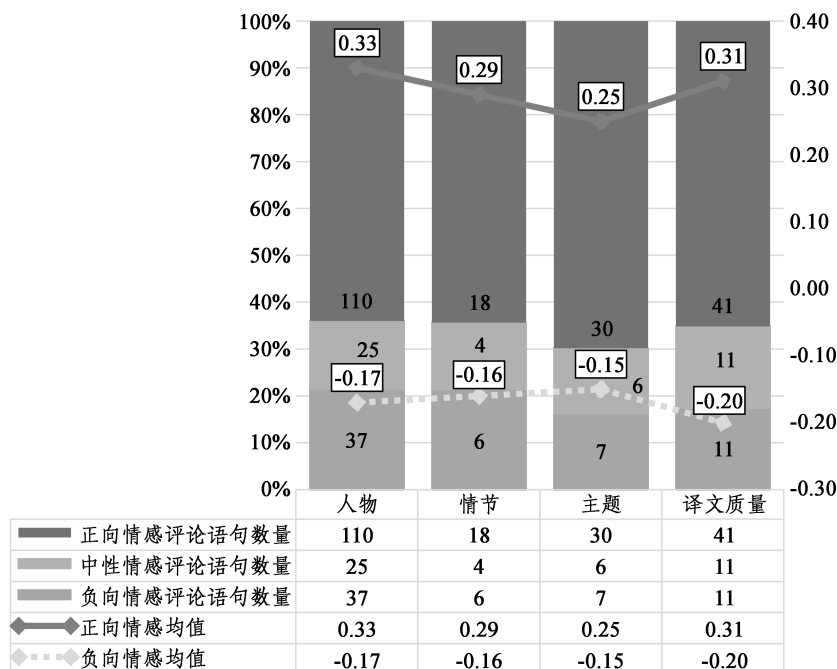


图9 普通读者人物、情节、主题和译文质量评论句子级情感分析的情感分布和情感得分均值

在人物方面,作家陈泰伦(Terrence Cheng)认为余华小说中的人物之所以深受读者喜爱,是因为余华塑造的这些人物并不完美,他们生动、真实且情感丰富。而普通读者对译本人物评论的情感分析结果也印证了上述观点。其中,正向情感评论占比64%,均值为0.33。许多读者表示,小说的人物形象非常生动,给他们留下了深刻的印象。小说的主人公福贵从一个骄纵堕落的纨绔子弟蜕变成一个懂得为家庭付出、富有同情心的人,充分体现了人物的成长(Lauren, 2011)。负向情感评论占比15%,均值为-0.17。读者表示,尽管自己一开始并不喜欢福贵,但是随着情节的发展,发现自己也融入了福贵和他家人的生活中,对他们的悲惨遭遇感同身受(Justin, 2011)。另外,有少数读者认为小说的人物形象比较单薄,人物发展不够充分(Kailey, 2021)。

在情节方面,普通读者的正向情感评论占比 64%,均值为 0.29。大多数读者对本书的情节设定表示喜爱,认为小说的情节富有戏剧性(Wong,2021)。另外,有读者表示,小说以中国的历史事件为线索推动情节的发展,能让读者更深入地了解当时的中国(Icih,2019)。另一方面,负向情感评论占比 14%,均值为-0.16。个别读者表示小说的情节单调乏味,认为小说的情节发展基本就是由接二连三的不幸和死亡推动的(Aron,2020),情节发展具有可预见性(Clinton,2013),一定程度上影响了读者的阅读感受。

在主题方面,专业读者评论主要表达了中性和正向情感,认为《活着》体现了人类坚韧不拔的精神(Seaman,2003),是一个在情感层面上具有普遍意义的故事。大部分普通读者也表达了类似的观点,对本书的主题给予了肯定。多位读者表示,小说以一系列中国历史事件为背景,向读者传达了关于希望、爱与磨难等普遍主题(Wong,2013),引发了读者对生活的思考与感悟。此外,还有读者表示非常欣赏小说中“福祸相依”的道家思想等中国文化元素(Amazon customer,2018)。尽管大部分普通读者的评论表达了正向情感,但仍有少数读者评论表达了负向情感,认为小说中的苦难和人物的去世让读者感到不安(Xu,2020)。尽管小说中人物的遭遇或许让部分读者感到压抑,然而这并不是作者的本意。余华在 2003 年的一次访谈中提及了《活着》的创作过程:“当你用第三人称写作时,你只是在记录福贵的生活,所以你只能看到他的不幸。然而,换作是福贵讲述自己的故事时,你能感受到他生活中的希望。”(Finken,2003:21)因此,倘若读者尝试用福贵的角度去感受,或许能体会到苦难之外那些美好的事物。

在译文质量方面,普通读者评论中有 41 条正向情感评论,占比 66%,情感均值为 0.31。多位读者表示译文忠实流畅,表达优美,易于理解。有读者认为该书是作者和译者无缝合作的结晶(Jo,2014)。此外,还有评论指出译文传神地表达了原作的主旨,道出了一个普通人在动荡的时代中生活的真谛(Kennedy,2021)。尽管正面评论占大多数,但仍有少数负面评论。有专业读者指出:“译文中充斥着不恰当的措辞(或许是作者的)、松散的句子、空洞的修辞和美国俚语。”(Kirkus Reviews,2010)此外,普通读者的负向情感评论有 11 条,占比 17%,均值为-0.20。这些负向情感评论的形容词主要有“sketchy”“coarse”和“crass”,意思是语言生硬、粗糙。细读评论发现,较多读者反映译文在词汇和短语的选择上不太恰当,并且存在过度使用美国俚语的问题(Song,2014)。可见,负面评论主要关注译文的遣词造句以及语言的流畅度。余华其他作品的英译者白亚仁(Allan H. Barr)认为,余华的写作风格简洁朴实,句子通常比较简短。然而,“简洁或简单也会造成翻译的困难,余华写得不一定很具体,如果不小心处理,平易近人有可能就会变成平淡无奇”(白亚仁等,2019:20)。其次,“余华小说的很多句子没有清晰的语法结构,因为叙述者往往不是文学家,而是像《活着》中福贵那样的农民”(白亚仁等,2019:20)。因此,译者需要进行加工,

使译文符合英语读者的阅读习惯。可见,余华小说的英译并非易事。

3.5 讨论

综合《活着》英译本在美国的馆藏量、销量、学术被引量 and 读者评论的分析结果来看,《活着》英译本在美国的馆藏量处于中上水平,传播范围较广,该译本的语言质量和思想价值受到了美国读者的认可。该译本的销量与同类小说英译本的销量相比处于领先地位,受到读者的欢迎。但是,该译本的学术被引量较少,学术影响力有较大的提升空间。就读者评论而言,超过70%的专业读者和普通读者对作品持正向情感,主要原因在于《活着》英译本较好地传达了原作关于人性、生活、苦难与命运等普遍主题。作者将这些世界性的主题置于近代中国的叙事中,通过人物的成长与情节的发展体现出来,引起读者广泛的共鸣,激发读者对中国文化与历史的兴趣,受到众多美国读者的青睐。但也有少数普通读者对《活着》英译本持保留意见,主要原因在于小说情节重复、气氛过于压抑,以及译文的质量有待提高;此外,专业读者中也出现了质疑译文质量的评论。尽管个别评论可能不具有代表性,但对于在英语世界中处于弱势地位的翻译文学来说,专业评论对译文的否定可能会给译作的宣传推广造成一定阻碍。在评论句子级的情感分析结果方面,专业读者和普通读者对作品人物、情节、主题和译文质量四个维度的评论均以正向情感为主,专业读者的评论主要聚焦作品主题,普通读者则更关注人物形象,作品主题是读者好感度最集中的评论内容。在译文质量方面,专业读者和普通读者的评论均以正向情感为主,有少量负向情感评论指出译文在遣词造句和语言流畅度上需要进一步提升。

总体而言,《活着》英译本在美国的译介效果较为理想。尽管该译本的学术研究价值有待进一步挖掘,但是其在美国的传播范围较广,受到了广大读者的喜爱,体现了一部译作在异域国家商业价值和阅读价值的实现。因此,《活着》英译本在美国译介的经验为中国文学译作的海外传播提供了以下启示。

首先,文学翻译作品的选材要坚持共性与个性的统一,作品中应既包含能引发读者共鸣的世界性主题,又包含能激发读者阅读兴趣的民族性要素。但最重要的是,作品要有其独特的文学魅力,例如新颖的题材、丰富的想象力、作者独到的见解等。《活着》这部作品为读者看待生活和苦难提供了不同的思考角度,而且该作品中鲜明的中国元素给读者带来了别样的文化体验,因此受到了广大读者的青睐。

其次,充分发挥翻译在原作与译作之间的桥梁作用,提升译文质量,减少译入语读者的阅读障碍。“一般而言,人们更属意可读性强的翻译,这类翻译接受度更高。”(孙艺风,2019:7)《活着》的英译者白睿文表示:“我会在正式翻译前做一些实验,去看看哪种时态、哪种语气、哪种词汇最符合原作精神,最能够显现原作风格。”他希望通过翻译,“原作可以在英语环境中开口说话,来表达原作的精神世界”(吴贇,2014:49)。此外,有需要时白睿

文也会和原作者沟通。因此,在条件允许的情况下,这也不失为一种“在体现原文异质性和实现目标读者可懂性(intelligibility)和可读性(readability)中找到最佳平衡点”的方法(孙艺风,2019:15)。

此外,除了提升译文质量,还应对读者的心理预期进行有效管理,尤其在译文质量方面。“权威性期刊的评价直接主导中国文学译作在异域的舆论走向,影响并引领译本受众群体的阅读选择与价值判断。”(梁红涛,2020:89)因此,在图书封面和权威期刊充分展示认可译文质量的评论,有利于增强读者对翻译文学的信心,让读者迈出阅读的第一步。此外,在译者序中适当增加译者对作品翻译理念、翻译策略或某些疑难点的阐述,展现译者严谨治学、开放交流的姿态,也有助于加强读者对译者选择的理解,调节读者对译文质量的心理预期,避免产生较大的心理落差。

4 结语

随着越来越多的中国文学作品走向世界,考察中国文学译作在海外的译介效果,了解专业读者和普通读者的情感倾向和关注焦点,对中国文学译作的海外传播具有重要参考意义。本研究基于译介效果评价体系,运用定量和定性相结合的方法,全方位地考察了《活着》英译本在美国的译介效果。研究的创新之处在于,构建了基于馆藏量、销量、学术被引量和读者评论的译介效果评价体系,为全面、科学地评价翻译作品的译介效果提供了一种思路,为后续研究提供了借鉴和参考。此外,本研究将专业读者评论与普通读者评论进行对比考察,充分运用语料库、词云图和 Python 情感分析技术,对读者评论进行篇章级和句子级的情感分析,更加细致地了解读者对作品的看法,并从翻译作品的选材、翻译质量和读者心理预期管理三个方面对中国文学译作的海外传播提出了建议。然而,本研究仍存在一些不足,如只考察了余华单部作品的英译本在美国的译介效果,难以全面地了解余华全部作品的英译本在美国和其他国家的译介效果,未来研究可以在本研究的基础上进行扩充和完善。实现中国文学作品外译的长足发展,实现中国文学的“全球化”,需要我们持之以恒地探索和实践。希望本研究对中国文学译作的海外传播有所启示,让更多的海外读者阅读中国文学,了解真实的中国。

参考文献:

- Amanda. 2018. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/924223596>.
- Amazon customer. 2018. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. https://www.amazon.com/gp/customer-reviews/R1N5POPXCJK32J/ref=cm_cr_getr_d_rvw_ttl?ie=UTF8&ASIN=1400031869.
- Aron, R. 2020. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/3142005484>.
- Bruno, B. 2018. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. https://www.amazon.com/gp/customer-reviews/R3K72JCB7K3QPI/ref=cm_cr_getr_d_rvw_ttl?ie=UTF8&ASIN=1400031869.
- Clinton, M. 2013. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/495408437>.

- Finken H. 2003. EAA Interview with Yu Hua, the author of *To Live* (Huo Zhe) [J]. *Education about Asia*(8):20-22.
- Icih. 2019. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/3048557405>.
- Justin. 2011. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/14192171>.
- Jo. 2014. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/1133712843>.
- Kailey. 2021. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/4424706274>.
- Kennedy, T. 2021. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/2729706745>.
- Kirkus Reviews. 2010. [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.kirkusreviews.com/book-reviews/yu-hua-2/to-live/>.
- Lauren. 2011. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/239135747>.
- Michael. 2016. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/1678394273>.
- Seaman, D. 2003. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <http://www-proquest-com-s.libvnp.scnu.edu.cn/docview/235531832/EE9A17087DA1435CPQ/12?accountid=13741>.
- Song, R. 2013. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/575506060>.
- Wong, D. 2013. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/584367672>.
- Wong, M. 2021. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/4247157383>.
- Xu, K. 2020. Customer Review [EB/OL]. [2022-06-26]. <https://www.goodreads.com/review/show/3346631847>.
- Yu, H. 2003. *To Live; A Novel* [M]. Trans. Michael Berry. New York: Anchor Books.
- 白亚仁,杨平. 2019. 美国汉学家白亚仁谈中国小说在英美的翻译与传播 [J]. *国际汉学*(4): 18-24.
- 傅悦,吴赞. 2021. 语料库辅助下余华小说在美国的译介效果研究 [J]. *安徽大学学报(哲学社会科学版)*(2): 34-45.
- 李浩,魏家海. 2022. 基于在线书评的《生死疲劳》英译本海外接受研究 [J]. *解放军外国语学院学报*(3): 144-151.
- 梁红涛. 2020. 贾平凹《高兴》英译本海外接受效度研究 [J]. *西安外国语大学学报*(3): 88-92.
- 刘中望,费振华. 2020. 论余华小说《兄弟》的接受及其异质性 [J]. *湖南大学学报(社会科学版)*(5): 78-85.
- 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.
- 石春让,邓林. 2020. 基于情感分析技术的莫言小说英译本在西方的接受程度研究 [J]. *外国语文*(3):91-96.
- 孙艺风. 2019. 翻译研究与世界文学 [J]. *中国翻译*(1):5-18+189.
- 汪宝荣,全瑜彬. 2015. 《兄弟》英译本在英语世界的评价与接受——基于全套英文书评的考察 [J]. *外国语文*(4): 65-71.
- 王燕,邵溢. 2022. 基于 Python 的中国典籍对外翻译传播效果研究——以《孙子兵法》英译本为例 [J]. *外国语文*(3): 116-129.
- 吴赞. 2014. 中国当代文学的翻译、传播与接受——白睿文访谈录 [J]. *南方文坛*(6):48-53.
- 杨立公,朱俭等. 2013. 文本情感分析综述 [J]. *计算机应用*(6):1574-1578+1607.
- 余华. 2012. *活着* [M]. 3版. 北京:作家出版社.
- 张丽芳. 2020. 布迪厄社会学理论视角下《活着》白睿文英译本翻译和接受研究 [D]. 西安:西安外国语大学.
- 张晓雪. 2019. 翻译说服论视角下《论语》英译本接受效果分析——以 Google Scholar 被引统计为依据 [J]. *出版发行研究*(3):70-76+95.

A Study of the Reception of *To Live; A Novel* in the United States

ZHOU Xiaoling HE Sihui

Abstract: Library collections, sales, academic citations and readers' reviews together constitute an evaluation system of the reception of translated works. Michael Berry's English translation of *To Live; A Novel* is widely circulated in America and is popular among readers. However, the academic citations of the book are not very encouraging, implying that the academic impact of the book needs to be enhanced. As for the readers' reviews, both professional readers and common readers have positive attitudes towards the English translation of *To Live* on the whole. Both of them recognize the human spirit presented in the book. Besides, professional readers' reviews focus more on the themes of the work, while common readers pay more attention to the characters. In terms of the quality of the translation, most readers make positive comments, but there are still a small number of negative comments indicating that the translation needs to be improved in phrasing and fluency. In light of the reception of the English translation of *To Live* in America, this paper puts forward suggestions for the global dissemination of translated Chinese literary works.

Key words: *To Live; A Novel*; an evaluation system of the reception of translated works; American reader's review; sentiment analysis

责任编辑:陈宁