

中国经典文学形象国际传播路径研究——以《西游记》为例

欧亚丽¹, 吴为民²

¹ 长安大学外国语学院 陕西西安

² 西安电子科技大学外国语学院 陕西西安

【摘要】 在全球化背景下, 中国文化产业积极拓展国际市场, 中国经典文学形象的国际传播成为文化输出的关键部分。本文以《西游记》为例, 深入探讨其国际传播路径, 针对其国际传播中存在的受众群体有限、翻译偏误、传播渠道单一的问题, 提出相应的解决策略: 开发面向低阅读水平海外读者的阅读资源, 拓宽受众群体, 提高译本质量和可读性, 降低传播门槛, 拓宽传播渠道, 开发新形态教学资源, 将现代技术与历史文化相结合, 推动中国文化和思想的传播, 旨在为中国经典文学形象的国际传播提供参考, 助力中国文化更好地走向世界。

【关键词】 中国经典文学形象; 国际传播; 国际中文教育; 《西游记》

【基金项目】 长安大学 2023 年度高等教育教学改革研究项目: “一带一路”背景下大学英语教学中的全球胜任力培养模式改革与实践(项目编号: ZY202361)

【收稿日期】 2025 年 1 月 24 日

【出刊日期】 2025 年 3 月 22 日

【DOI】 10.12208/j.ije.20250085

A study on the international communication pathways of Chinese classic literary images --- A case study of *Journey to the West*

Yali Ou¹, Weimin Wu²

¹ School of Foreign Studies, Chang'an University, Xi'an, Shaanxi

² School of Foreign Languages, Xidian University, Xi'an, Shaanxi

【Abstract】 With the advancing of globalization, China's cultural industry has been actively expanding its international market, and the international communication of Chinese classic literary images has become a key part of cultural export. Taking *Journey to the West* as an example, this paper discusses its international communication path in depth. Aiming at solving the problems of limited audience, translation errors and single communication channels in its international communication, it puts forward corresponding solutions: to develop reading resources for overseas readers with low reading level to broaden the audience group; to improve the translation quality and readability, and lower the transmission threshold; to expand communication channels, develop new forms of teaching resources, combine modern technology with history and culture, and promote the communication of Chinese culture and ideas. By doing so, the research provides references for the international communication of the images of Chinese classic literature, and enables Chinese culture to be more successfully exported to the world

【Keywords】 Chinese classic literature image; International communication; International Chinese education; *Journey to the West*

1 研究背景

全球化背景下, 中国文化产业正积极拓展国际市场, 其中动画电影《哪吒》系列在国内收获了极高的票房与口碑, 随着海外发行, 也引发了国际观众对中国动

画电影的广泛关注, 为中国文化“走出去”提供了新的契机。源自明代神魔小说《封神演义》的哪吒, 成为继孙悟空的成功出海后, 中国经典文学形象对外文化传播的又一成功案例。

第一作者简介: 欧亚丽(1986)女, 汉族, 四川广安人, 硕士, 讲师, 主要研究方向: 外语教育、二语习得
第二作者简介: 吴为民(1982)男, 汉族, 湖北大冶人, 博士, 讲师, 主要研究方向: 国际中文教育

然而,“急急如律令”“乾坤圈”“混天绫”这类具有深厚中国文化负载的台词英文翻译,如果翻译不能精准传达其内涵,会让外国观众难以理解其中蕴含的文化意义,造成文化传播的障碍。因此本文将以《西游记》人物形象为切入点,从国际传播和国际中文教育角度探讨中国古典文学形象的有效传播路径,旨在为解决中国文化产业国际传播过程中的问题提供参考,助力中国文化更好地走向世界。

2 《西游记》的传播价值

《西游记》从明朝流传至今,已被译成十余种语言,受众广泛,自1895年的首次英译开始,其英译片段和改编多达60多个版本(王镇,2017)^[1]。季红琴、彭杨晖(2022)对中国典籍海外知名度的研究显示,来自16个国家的216名受访者中听说过《西游记》的有135人(占比62.5%),明显超过《红楼梦》、《三国演义》、《水浒传》、《论语》、《中庸》、《道德经》、《孙子兵法》等其他中国典籍的译本。因此,《西游记》是中国文化走向世界的重要使者,在推动中国经典文学著作的对外传播和国际中文教育的发展方面能发挥重要作用。

此外,其受众群体不受年龄、学历、职业、国籍的限制。魔幻曲折的故事情节和丰富且富有童趣的人物形象能在不同国家和不同文化背景的读者中引起高度情感共鸣,在青少年读者群中的接受度远超其他中国古代文学作品,尤其是孙悟空,作为最受欢迎的中国艺术形象之一,更受到了世界人民的喜爱,他体现的不屈不挠、勇往直前、积极向上的精神正是中华民族需要向世界展示的优秀品质。同时,《西游记》故事独立性高,人物关系简单,故事主线突出,便于节选片段作为阅读材料和教材,且符合中外青少年读者的认知心理规律。

因此,《西游记》极高的国际认可度、广泛的阅读群体、多样的传播形式和便于节选的特点,是编写面向海外汉语学习者的阅读教材、数字教材的理想资源。

3 《西游记》英译和海外传播存在的问题

《西游记》的海外译本涵盖了全译本、节译本、儿童文学改编本等多种类型。但面向低阅读水平读者的《西游记》英译文本较少。在中国发行的面向青少年读者群体的《西游记》英译本有五洲传播出版社2010年引进的加拿大华人潘允中(Pan Yun-chong)编译的Journey to the West With the Stone Monkey^[2];海外的《西游记》青少年英译本有:美国Shirley Chiang和Christine Sun编译的Journey to the West和Ying Ping Low编译的Journey to the West: The Complete Set (Pop! Lit it for

Kids)等版本^{[3][4]};韩国线上英语动画图书馆Little Fox推出的动画片和英语绘本Journey to the West受到了国内读者的较高关注^[5]。但有些英译本存在翻译的分歧和偏误,使孙悟空这一形象失去了原本的文化负载。

《西游记》国际传播渠道单一,且效果不理想,其极高的海外知名度和实际传播质量不匹配。季红琴、彭杨晖(2022)对来自16个国家216名受访者的问卷调查显示,海外读者主要通过互联网(占比72.6%)和周围的人(58.5%)了解到《西游记》,听说过《西游记》的135中仅有51人(占比37.8%)实际阅读过《西游记》,且其中近86.9%的调查对象认为其译本晦涩难懂^[6]。

4 中国经典文学的国际传播路径

基于《西游记》国际传播中存在的受众群体有限、翻译偏误、传播渠道单一、阅读门槛高等问题,本文提出以下中国经典文学形象的国际传播路径。

第一,积极开发面向海外中小學生等低阅读水平读者的阅读资源,拓宽受众群体。

编写面向中小学国际汉语学习者的中国文学双语读物、绘本等,并将相关教学资源引入海外学校和图书馆,能有效拓宽传播途径,扩大受众面,打破中国典籍仅限于图书馆、书店等常规场所的宣传渠道,提供受众面广且稳定的新渠道——教室和学校,同时开展阅读分享会、文化体验活动等,将中国典籍和国际中文教育课堂相连接,打通传播渠道,让中国优秀古代文学作品走出去,同时新时代中国核心价值观、中国声音也得到有效且广泛的传播。

为了适应低阅读水平读者,教材难度可参照《国际中文教育中文水平等级标准》,对照语言量化指标总表中三级至四级水平的标准,遵循语言学习规律,着力培养学生阅读三级到四级范围内(300-400汉字以内)的篇章,理解文章大意、细节信息、简单复句并读懂叙述性的语言材料,掌握略读和跳读的阅读技能^[7]。

在教材内容的编写上,节选作品中具有代表性且传播最广泛的故事,编写中英对照阅读教材,在“以教师为主导、以学生为主体”的教学理念指导下,结合中小学生的心理特征、学习特点,设计讨论式、探究式和项目式的学习活动。同时,提炼故事中能引起中外读者共鸣的、激发文化认同的中国思想内涵和价值观,在译介的同时传播中国价值观,让世界读懂中国。

第二,提高译本质量和可读性,降低传播门槛。

《西游记》在英语世界的译介,最早可追溯到1854年英国传教士艾约瑟(Jose Edkins, 1823-1905)在《北

华捷报》(The North China Herald)上发表的介绍《西游记》的文章,其正式英译始于1884年,美国传教士小波乃耶(J. Dyer Ball, 1847-1919)整理并加注其父亲的节译作品,最终发表在《中国评论》(The China Review)上。在200多年的翻译和传播过程中,影响

最大的要数余国藩(1977)和詹纳尔(1982)的两个全译本和Arthur Waley(1942)的节译本。但这些译本大多晦涩难懂,阅读门槛高,不利于其在海外青少年群体中的传播,本文选取三个受众群体为青少年的《西游记》英译版本进行对比,整理出部分译文偏误如下:

原文	译文	来源	偏误	更正建议
花果山	Fruit and Flower Mountain	Little Fox	误译,不忠实于原文	Flower and Fruit Mountain
	Mountain	潘允中	省译,删除了重要信息	Flower and Fruit Mountain
红孩儿	Red Infant	潘允中	误译,“infant”指2岁以下的婴儿,与红孩儿形象不符	Red Boy
雷公	Grandpa Thunder ^[8]	詹纳尔	译文没有体现出原文“公”和“母”的对等关系	Grandpa Thunder
电母	Mother Lightning	詹纳尔		Grandma Lightning
牛魔王	Buffalo King	潘允中	漏译,漏掉了义项“魔”	Bull Demon King
镇元大仙	God of Universe's Origin	潘允中	误译,据牛津英语词典(在线)“god”指 a being or spirit who is believed to have power over a particular part of nature or who is believed to represent a particular quality,凸显出“神/仙”对人类和自然的统治,而“immortal”强调长生不老,不朽的意思,更符合汉语中“神/仙”的含义 ^[9]	Zhenyuan Immortal
蝎子精	Scorpion Spirit	Little Fox	误译,汉语中的“精”含贬义,泛指妖精、鬼怪,而“spirit”在英语中是中性词,指精灵、仙子等,不能准确传达原文感情色彩,导致读者理解偏误	Scorpion Fiend

翻译不仅要实现语言之间的转换,更要注重文化信息的传递。对于具有独特中国文化内涵的文化负载词汇和表达,需要译者深入理解其文化背景,运用恰当的翻译策略,在保留文化特色的同时,确保译文的可读性与可理解性。译者应提高译文质量、文化承载力和传播力,打破中国经典文学作品外译传播过程中的可读性低的障碍。

第三,拓宽传播渠道,开发新形态教学资源。

通过社交媒体宣传、建设在线课程等新渠道的开发,提高海外民众的参与度,开发在线数字资源和数字课程,打破地理障碍,提高传播效率和速度,能有效激发读者间的自发性传播效应。此外,还可通过直播课程、数字课程等方式,与西安历史建筑、现代唐文化传承相结合,通过直播、录制视频、虚拟仿真等数智教学模式,让海外读者走进大雁塔、大雁塔广场、大慈恩寺、玄奘三藏院等历史建筑、文物,让《西游记》活起来,让中文学习者在丰富的生活场景中了解《西游记》及其文化内涵,保证了中国文化和中国思想的深度有效传播。同时,还可以通过电视、电影、动漫、戏剧、游戏、玩具、非遗艺术品(皮影、糖人)等多种现代艺术形式在

国际上传播,同时也为国际中文教育和学习提供丰富的课外教学和学习资源。

5 结语

中国经典文学作品中的形象是中国文化内涵的生动载体。孙悟空追求自由、反抗权威,唐僧慈悲为怀、坚守正道,哪吒对抗命运、突破自我。这些形象通过精彩的故事展现出来,让海外受众能直观感受到中国文化的多元与深邃,这些人类所共有的情感和价值观,能够跨越文化界限引发广泛的情感共鸣。通过探索多渠道、多维度的国际传播路径,中国古典文学形象能够更广泛地、更快地、更容易地在海外传播,增进中国与世界的文化交流 and 理解。

参考文献

- [1] 王镇,译介和变形:《西游记》在英美的接受研究[D],南京:南京师范大学外国语学院,2017.
- [2] Pan Yun-chon 潘允中(加), Journey to the West With the Stone Monkey [M], China International Press(五洲传播出版社), 2010.

- [3] Chiang, Shirley; Christine Sun, Journey to the West [M], Real Read, 2012.
- [4] Low, Ying Ping, Journey to the West: The Complete Set (Pop! Lit it for Kids) [M], WS Education, 2022.
- [5] Little Fox Co., Ltd., Journey to the West [Z/OL], Little Fox Co., Ltd., 2015.
- [6] 季红琴, 彭杨晖, 5 W 模式下《西游记》英译本海外传播研究——基于海外读者线上问卷调查的分析 [J], 华北理工大学学报 (社会科学版), 2022, 22(4).
- [7] 《国际中文教育中文水平等级标准》[M], 教育部中外语言交流合作中心、教育部语言文字信息管理司, 2021 年 3 月 24 日.
- [8] Jenner, W.J.F., Journey to the West [M], Foreign Language Press (外文出版社), 1905/2014.
- [9] 牛津高阶英汉双解词典(在线)[Z/OL], <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS