

## 基于读者反馈的《西游记》 英译版海外传播研究

余承法, 郑剑委

**摘要:**以《西游记》余国藩英译版的读者反馈为研究对象,采用情感分析、内容分析等方法,从文学、翻译、传播三个维度考察该版本的海外传播效果。研究发现,该版本在过去10年间(2011—2020年)的读者评论热度呈曲中上升态势,表明其海外传播效果较好,具体表现在:在文学维中,人物维与叙事维的读者评论情感分值相对较低,而格调维和素材维相对较高,这是因为人物性格缺乏动态发展,部分情节存在复述,而幽默格调、文化素材是小说的特色和亮点。在翻译维中,译者的翻译技艺获得读者高度赞赏,大多数读者欣赏诗歌的全译以及增加的副文本。在传播维中,不少读者反馈,他们是通过《西游记》的多模态作品接触小说英译版,阅读小说带来他们的心理变化、推荐意向、阅读行为甚至创作行为。翻译传播者应该在遵循译语习惯和诗学范式的前提下尽力再现这些特色,并进行渐进式、多模态的跨文化传播。

**关键词:**读者反馈;传播效果;《西游记》余译版;跨文化传播

**作者简介:**余承法,湖南师范大学外国语学院、湖南师范大学翻译传播研究所教授,博士生导师(湖南长沙410081)

郑剑委,湖南师范大学外国语学院博士研究生,武汉工程大学外语学院讲师(湖南长沙410081)

### 引言

文学传播是指文学语言、文学形象等相关信息通过媒介的传递、接受和反馈<sup>[1]</sup>,包括文学作品的出版、发行、推广、接受等主要环节,将作家的个人创作成果转化为社会的某种共享资源,但传播方式的改变在很大程度上影响其范围和效果,影响文学接受系统的性质与结构。近年来,学界不仅重视文学作品的同语传播,即某作品在同一语言内部不同时空和读者之间的信息交流,也开始关注异语传播,即“异语场景中人类借助翻译实现的信息传递”,又称翻译传播<sup>[2]</sup>。翻译界多关注作品选择、翻译模式、翻译策略/方法、译者风格等,而传播界聚焦传播的方式、内容、渠道和效果等。文学翻译传播不能只关注翻译质量而不考虑传播媒介和效果,也不能过分强调传播效果而忽视翻译质量,而需要整合翻译和传播“两张皮”,尤其需要通过收集读者反馈来考察传播效果。在中华文化“走出去”和“一带一路”建设的背景下,基于受众反馈的文学翻译传播研究对于提高中国文学翻译质量、提升“中国故事、国际表达”的传播效果,具有现实价值和深远意义。

**基金项目:**湖南省社会科学基金智库专项重点项目“打造马栏山文化品牌 推进新时代湖湘文化交流与传播研究”(19ZWB54);湖南省社会科学基金项目“新时代湖湘文化走出去策略研究”(18YBA291)

## 一、《西游记》海外传播研究概览

《西游记》是中国古代神魔小说的巅峰之作,传播到东方的时间远远早于西方,在明代传入日本<sup>[3]</sup>,在1895年开始传播至英美,英译版达64种之多<sup>[4]</sup>。《西游记》的海外传播研究以国内为主,主要包括:不同语种和模态的版本考述,聚焦地域为欧美和东南亚,如英国<sup>[4][5]</sup>、美国<sup>[5][6][7]</sup>、德国<sup>[8][9]</sup>、泰国<sup>[10][11]</sup>、印度尼西亚<sup>[12]</sup>、缅甸<sup>[13]</sup>等,涉及的传播时间从晚清到当代,关注新闻报道、图书、宗教、影视等多种传播媒介。这些研究充分利用文本、电子、音视频等多种资源,考察《西游记》翻译传播的历程、动机、主体、路径等,分析《西游记》在海外以不同媒介存在的翻译客体,勾画《西游记》在不同语言文化中的形象。

然而,以不同媒介形式存在的传播客体并不完全等于实际的传播效果。传播效果既指“带有说服动机的传播行为在受传者身上心理、态度和行为的变化”,也指大众传播媒介活动“对受传者和社会所产生的一切影响和结果的总和”<sup>[14]</sup>,最真实的表现来自受传者的反馈。反馈作为传播过程中的重要环节,是检验传播效果最直接、最有效、最真实的依据。对于文学翻译传播而言,考察读者反馈有助于深入了解译语世界的阅读习惯和偏好,反思翻译传播的得失,为文学翻译传播实践提供参考,为相关决策提供事实依据。目前国内以读者反馈为对象的《西游记》翻译传播研究较少,仅有三项相关成果:李文婷结合销售量和评论界反馈指出,《西游记》余译版深受读者好评的原因在于译者在翻译过程中表现出来的受众意识<sup>[15]</sup>;王镇根据英美汉学家在译著序跋、论文和著述中的评论以及 Goodreads 平台、亚马逊网站的英美读者评论,考察了专家读者与普通读者对《西游记》的评价<sup>[4]</sup>;Wang、Humble 分析了亚马逊网站英语读者对《西游记》英译版的反馈<sup>[6]</sup>。这三项研究关注普通读者群体的反馈,但随意抽取读者评论进行内容分析缺乏系统性,研究结果缺乏很强的说服力。鉴于此,本文以《西游记》余国藩(Anthony C. Yu, 1938—2015)英译版(*The Journey to the West*,以下简称“《西游记》余译版”或“余译版”)为例,基于 Goodreads 平台上有关该版本的读者评论,对反馈数据进行情感分析和内容分析,考察其传播效果,以期为中国文学作品的翻译传播效果研究提供新模式新路径。

## 二、研究方法

《西游记》英译版众多,选取余译版是因为它被视为“二十世纪的伟大人文成就”<sup>[17]</sup>，“在所有译本中最具可读性,同时保持了高度忠实性”<sup>[18]</sup>,以译本忠实、情节完整、注释详实享誉英语世界。若不局限于音韵特征、字词对应、语句调整等语言翻译层面的讨论,而是以该版本的读者评论为依据考察海外读者的接受反馈,则更能揭示深层次的文学翻译传播问题,研究结果也将更具代表性、说服力和启发性。

本文选取、收集、整理全球最大书评网站 Goodreads 平台(该平台系统呈现读者的自发性评论,可为文学传播效果研究提供充足的分析数据)上《西游记》余国藩英译版近十年(2011—2020年)的读者反馈,统计、描述读者评论数量的历时变化和维度分布,对评论文本进行情感分析和内容分析,考察该译本的海外传播效果。

首先,采用爬虫软件收集 Goodreads 平台上余译版的读者评论数据,清洗无效的读者评论,获得读者评论数据库。接着,利用 Nvivo 软件对评论文本逐条标注分析维度。采用 Nvivo 软件标注维度更加直观、规范和系统,可避免标注的重复或遗漏,方便校正错误标注,相同内容也可进行多个维度标注(因为同一内容可能属于不同维度的评价),并自动统计维度条目数。然后,按照各个维度抽取每条评论内已标注的内容,采用基于 Python 的 NLTK 情感分析工具包,逐一测定每个条目的情感分值。采用 NLTK 情感分析工具包是因为该工具包经过大量评论语料训练,具有良好的情感分析效度,已被广泛运用于文本情感分析。最后,结合评论内容,按不同维度进行解析。采用分维度的情感分值而非已有的读者星级打分,是因为星级打分只是整体的印象打分,无法反映读者对各个具体维度的评价。

### 三、基于读者评论数据的传播效果分析

整理在 Goodreads 平台获得的 1033 条读者打分评论数据,并绘制曲线图(见图 1),描述《西游记》余译版的历时打分评论次数,以反映该版本在英语世界的阅读热度。图 1 显示,余译版在英语世界近十年的评论热度总体呈上升趋势,2012 年达到小高峰,随后热度减缓,2017 年达到高潮,2018 年回落,随后又开始上升。这可能与中国的经济发展和文化输出活动存在相关性。一方面,中国 2010 年的国民生产总值超过日本,从此成为全球第二大经济体,中国经济活动在文化领域的溢出效应备受关注。另一方面,随着中华文化“走出去”战略的实施,我国启动了一系列对外翻译出版工程,如 2009 年“中国文化著作翻译出版工程”“经典中国国际出版工程”、2013 年“中国当代作品翻译工程”、2014 年“丝路书香工程”等,中国文学名著日益引起海外读者的兴趣。

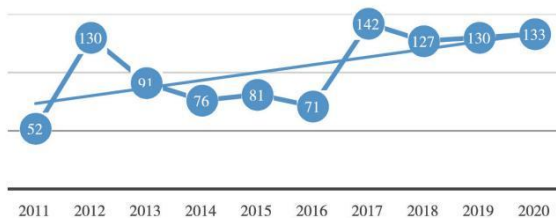


图 1 Goodreads 中《西游记》余译版历时(2011—2020 年)打分评论数

搜集、清洗、整理《西游记》余译版的读者评论数据,共获得 109 条读者评论文本(因为大多数读者只有打分,没有文字评论)。采用 Nvivo 标注了读者对译本的整体评价,即读者从整体上评价阅读体验或感受,共计 59 个评论条目。接着,按照 3 个一级维度、10 个二级维度、3 个三级维度分别标注读者评论,共计 191 个评论条目(见表 1)。

表 1 《西游记》余译版的评论维度条目分布

一级	二级	三级	评论条目(个)	条目小计(个)	内容占比
文学维	人物		20	105	16.26%
	叙事		46		
	格调		18		
	文化素材		12		
	素材	成人素材	3		
		具象素材	6		
翻译维	译者		11	39	4.49%
	诗歌		15		
	副文本		13		
传播维	渠道		5	47	4.2%
	效果		42		

如表 1 所示,我们在标注读者评论的反馈信息时,区分了文学维、翻译维和传播维三个维度。就小说而言,文学批评主要关注情节、人物和故事背景三个方面<sup>[10]</sup>,而情节和故事背景可以合称为叙事,叙事就可确定为文学维的一个二级维度。格调反映不同作家或不同作品的艺术风格的总体特征,素材是文艺创作最基本的原始材料,成为作家提炼和加工的现实生活对象,二者可视为文学维的两个二级维度。就《西游记》而言,素材主要包括三种:文化素材主要指《西游记》反映的佛、道等精神文化,成人素材指书中暴力和色情描述,具象素材包括兵器、打斗、山水等。因此,文学维包括人物、叙述、格调和素材四个二级维度。译者是翻译行为的主体,译者维是翻译维的一个重要二级维度。将诗歌翻译纳入翻译维是因为诗歌的语

言附属性极强,具有很大的不可译性<sup>[20]</sup>,而诗歌翻译水平直接决定译文质量和传播效果。副文本是“在正文和读者之间发挥协调作用、展示作品的一切言语和非言语的材料”<sup>[21]</sup>,包括封面、作者姓名、主副标题、题词、序言、前言、注释、插图、附录、索引、跋/后记、出版信息等,译作中的副文本还包括译者的姓名、前言/序言、注释等,为读者理解译作的生成与接受具有重要的参考价值,通常被纳入翻译研究范畴,因此本文将其归入翻译维。在拉斯韦尔的5W传播要素即主体、客体、受众、渠道和效果中,我们发现读者评论主要涉及对渠道和效果的反馈,因此提炼出包括渠道和效果的传播维,分别考察读者反馈中提及阅读《西游记》的途径和感受,而这是现有读者评论研究中往往忽视的内容。

表1显示,英语读者主要关注余译版的文学维,评论条目小计最多(105个),内容占比最大(16.26%),这表明英语读者比较注重故事情节、人物刻画和素材三个方面。在翻译维中,诗歌引起的读者关注最多(15个评论条目),其次是副文本(13个评论条目)。统计显示,传播维的读者反馈主要为接受效果反馈,共42个评论条目,多于翻译维的评论条目(共39个),这间接反映读者阅读《西游记》英译版时拥有丰富体验,受到深刻影响,进而在Goodreads平台上分享其阅读感受。

#### 四、基于读者评论文本的传播效果分析

利用NLTK情感分析工具测定不同维度每个条目的情感分值,然后综合各条目的情感分值,获得每个维度的平均情感分值(见图2)。情感分值幅度由-1.0到1.0归一化为-5.0到5.0之间,以对比书评网站的5分制打分。分值越高,情感态度越积极;分值越低,情感态度越消极。为验证情感分析的可靠性,我们对每条评论的情感分值与其相应的星级打分进行相关性分析。Pearson相关性分析显示,情感分值与星级打分的相关性系数为4.5,显著性水平为0.001( $p < 0.01$ ),这表明两者成显著正相关,情感分析方法具有可靠性。

整体的情感分值为3.8,表明读者对译本的评价较高。通过整体评论文本的词频统计和逐一核实,发现频率最高的五个评价性形容词依次是:great(“很棒”,6次)、best(“最好”,5次)、classic(“经典”,4次)、enjoyable(“令人愉快的”,4次)、engrossing(“引人入胜的”,4次),均为褒义形容词。这两项统计说明,余译版的读者认可度较高,传播效果较好。下面从翻译维、文学维和传播维来分析读者评论文本。

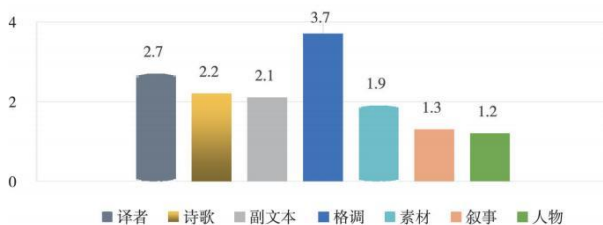


图2 《西游记》余译版读者评论文本中翻译维和文学维二级维度的情感分值

##### (一) 翻译维的读者评论文本分析

如图2所示,翻译维的3个二级维度即译者、诗歌、副文本的情感分值均在2以上。

标注统计发现,译者维仅有1个消极评论条目,其余评论条目的情感分值均为正。如读者Yoshinga指出,“My rating for this book is purely based on the beautiful job that Anthony Yu did in translating it. He did not lose the original sentiment while making it actually make sense in English.”(我对本书好评完全是因为余国藩很棒的翻译。他不仅没有丢失原著表达的情感,反而在英语中进行了很好的传达。)这与文学批评学者John Marney的观点一致,他认为《西游记》余译版是翻译技术和艺术的典范<sup>[22]</sup>。

诗歌翻译维的情感分值为2.2,表明《西游记》余译版的诗歌翻译在整体上获得英语读者的好评。如Bujold评论道,“The translator’s English prose is smooth and clever, and he does an elegant job on the many interspersed poems.”(译者的英译流畅、娴熟,穿插其中的诗歌也翻译得很优美。)Luke认为,“On

top of that, this book has the interesting quality of describing various people, places, and fights in descriptive poems.”(最重要的是,本书采用叙述诗歌描写了大量人物、地点和打斗场景,这一特色引人入胜。)但 Cleopatra, Pennybags, Chris 等3位读者认为诗歌过多,影响了故事的流畅性。其实,余国藩考虑过诗歌的存留问题,但他最终选择了全部翻译。他认为,《西游记》威利英译版(即 Arthur Waley 的变译本 *Monkey*, 1943年由美国 The John Day Company 出版——笔者注)的最大遗憾是删除了原著的750多首诗,而这些诗是原著的基本文学形式,也是原著叙事活力和描述能量的体现,这些文学形式应该翻译出来,帮助英语读者理解和鉴赏原著的魅力<sup>[23]</sup>。诗词全译是余译本的整体价值评判的关键参数,帮助英语读者在阅读译著时跟主人公一起体验降妖伏魔的奇幻之旅,并通过诗词全译体味这部文学名著的思想内涵<sup>[24]</sup>。有些译者因为担心受众缺乏足够的文化理解能力,就一味迎合读者,刻意抹除原著的文学特色,但这可能导致译本的读者接受度不高、传播效果不佳。

余国藩的副文本策略包括前言、注释和索引表,英语读者称赞余国藩借助注释解释中国文化表达的做法,如 Burgundy 评论道,“Luckily this translation includes an extensive explanation of certain Chinese terms along with footnotes that help understand some of the terms.”(幸运的是,该译本包含对中国特色术语的大量解释以及有助于理解的很多脚注。)

## (二)文学维的读者评论文本分析

文学维的四个二级维度的情感分值依次排序为:格调维(3.7)>素材维(1.9)>叙事维(1.3)>人物维(1.2)。

格调维的读者评价最高,83%的评论条目的情感分值为正值。读者尤其喜欢《西游记》的幽默格调,这与上一节传播维中有关心理变化的发现是一致的。Mary S. Lee 指出:“It was neither dry, nor dense, nor inscrutable. To my surprise, it appears to have been intended to be fun, and, despite the intervening centuries, I often found it such. Although there is a great deal of violence, the tone is very light... Suffice it to say, I didn't expect a Chinese classic to contain a scene where three of the heroes pass off their piss as holy water.”(该书不干涩、不紧张,也不高深莫测。让我惊讶的是,此书似乎故意采用风趣的格调,尽管相隔几百年,仍然让我有如此感受。尽管有一些暴力场面,但格调还是很轻松……一言以蔽之,我没想到一部中国经典还有3位英雄将撒尿当做圣水[给妖怪喝的桥段。])例如,余国藩对原著一段场景的翻译基本上再现了幽默效果:“那白马认得是八戒,忽然口吐人言,叫声:‘师兄!’这呆子吓了一跳,扒起来往外要走,被那马探身,一口咬住皂衣,道:‘哥啊,你莫怕我。’八戒战兢兢的道:‘兄弟,你怎么今日说起话来?你但说话,必有大不祥之事。’”虽然“兄弟”(brother)“口吐人言”(assuming human speech suddenly)“吓了一跳”(so shaken that he fell on the ground)的译法稍欠生动,但译者基本上将其中的言语幽默和形象幽默传达给英语读者,令人捧腹大笑。

素材维的3个三级维度的情感分值依次排序为:文化素材(3.8分)>具象素材(2.5分)>成人素材(-0.6分),文化素材的情感分值在所有维度中最高。英语读者对书中的道教、佛教等文化素材比较感兴趣,如 Liralen 评价:“The journey itself really reminded me a lot of old Taoist and Buddhist myth and legend and well... feel... that I got from my childhood.”(《西游记》帮助我回忆小时候学到的道教和佛教知识);Aubrey 评价:“There were further intriguing glimpses of religious clashes, including a very intense one between Buddhists and Taoists.”(“还有一些有趣的宗教冲突,包括佛教和道教之间的激烈冲突。”)在具象素材维的评论中,值得注意的是有人提到该书对女性低俗行为的描述(读者 Aubrey),主要是指女妖形象:她们充满食欲和性欲,作恶多端,负罪累累。其实,作者将这些践踏礼教的行为加在女妖身上,是为了“突出她们的妖性”,将其区别于凡间良女和天上女神<sup>[25]</sup>。成人素材的分值最低,可能跟书中的血腥和色情描写有关,如:第17回悟空打死苍狼、第30回黄袍怪饮酒吃人、第75回狮驼岭死人堆,色情场景如第27回白骨精化身凡女、第54回女儿国国王挑逗三藏、第72回盘丝洞女妖洗浴描写,等等,几位读者反映这些场景描写不适宜少年儿童阅读。《西游记》余译版的词汇明晰、语言流畅、可读性高,少年阅读理解并不成问题,但因为是成人素材,加上诗歌难懂,佛道文化晦涩,的确不适合儿童阅读。

叙事维的评价偏低,消极评论集中在故事结局的可预测性(如 Letitia 的评论)、降妖模式的重复性(如

Mary 的评论)、人物对话中的情节复述(如 Hopp、Michael 的评论)。7 位读者反映角色有时复述故事情节,而未采用诸如“将上项事说了一遍”的手法。如第 30 回,三藏被黄袍怪变成老虎,白龙马变成宫娥刺杀黄袍怪,由于法力不济被砍伤,而后逃脱,八戒回到宝象国都时遇到白龙马,白龙马又繁琐地把前后经过复述一遍,即“你与沙僧在皇帝面前弄了本事……那妖精变做一个俊俏文人……只得化龙身去救……把我后腿上着了一下”。《西游记》原著复述某些情节,原因在于:最初从说书话本整理加工而来,每次说书都有时间间隔,观众可能不同,有必要重复上次说书相关的故事梗概。书中的很多复述并不在章回的开头,而是在中间。此处,白龙马战败后的附诗“意马心猿都失散,金公木母尽凋零。黄婆伤损通分别,道义消疏怎得成!”属于前文内容,与“且不言三藏逢灾,小龙败战”之类的后文内容可能是两次说书,经吴承恩整理成一个章回。这种情节复述在余译版中都得到了忠实再现,可能影响读者阅读时的流畅度。

人物维的情感分值最低,主要是因为不少读者认为《西游记》中人物性格的变化很小,唯一受到肯定和欢迎的角色是孙悟空,但其魅力随着剧情的发展而逐渐减弱(如 Sarah 和 Bibler 的评论)。Melanie 抱怨道,“I'm fed up with Sanzang's stupidity (because, seriously, I would find it acceptable for a person to commit the same mistakes twice or thrice in a book, but the stupid monk just keeps doing it all over again!), with Pig's ill intentions and with Friar Sand's uselessness. Well, at least Wukong is evolving in terms of personality. In a VERY, VERY subtle way, but at least he is the only one that looks like he's at least TRYING to be a better being.”(我受够了玄奘的愚钝(一个人可能犯两三次错误,但这个蠢和尚一遍遍犯错)、八戒的坏心眼和沙僧的无用。悟空的性格发生了变化,但以极其微妙的方式,至少他是唯一想变好的人。)

### (三) 传播维的读者评论本文分析

传播维而言,5 位读者反馈他们通过接触《西游记》的漫画书、影视剧或游戏开始阅读英译版,这与《三国演义》海外网络游戏(Dynasty Warriors)的改编传播带动书籍阅读的模式相似,与卢颖楨有关印度尼西亚受众主要通过影视剧了解《西游记》的研究发现<sup>[12]</sup>是一致的。英语读者阅读余译版之后,产生了如下四种反应:1)心理变化:除了两位读者产生无聊感(如 Melanie 和 Kloud),23 位读者表示阅读带来愉悦感(如 Sarah、Timothy 的“joy”以及 Allister、Yahr 的“amusement”),Wendy 认识到团队合作和拒绝诱惑的重要性,Raditya 意识到人们要为过去的错误和罪恶忏悔;2)推荐意向:基于书中的道教文化、中医知识、冒险故事等因素,7 位读者表示会向他人推荐《西游记》;3)阅读行为:Alex、Sturgis、McGinnity 等 7 位读者表示将重读或读下一卷本《西游记》,如 Burgendy 评论道,“I can't wait to read the next volume to it.”(我等不及要读下一卷);4)创作行为:Sheppard 指出,“The Journey to the West influenced the composition of my own latest work *Spiritus Mundi*.”(《西游记》激发我创作了《世界魂》。)总之,英语读者在阅读过程中了解了中国文化知识,体验了精神爽点,获得了心灵感悟,内化为认知的一部分,并借鉴、运用到自己的创作中,这表明《西游记》给英语读者带来多元价值。

## 结语

《西游记》有两个英文全译本,余译版在 Goodreads 上的年平均打分评论数为 103 条,詹纳尔(W. J. F. Jenner)英译版为 101 条,合计打分评论数高于《红楼梦》四个英文全文版的年平均数(180 条),但两者均远低于世界经典小说的英译版,如日语名著《源氏物语》的 2003 年英译版 *The Tale of Genji* 的年平均打分数据为 760 条,西班牙语名著《堂吉珂德》的 2003 年英译版 *Don Quijote* 为 21000 条,俄罗斯语名著《战争与和平》的 1998 年英译版 *War and Peace* 为 25000 条。这表明《西游记》英译版在英语读者群中的传播范围有限,这也是中国文学海外传播必须面临的现实。

郭光华曾指出,国际传播能力评估要综合考虑传播方与接受方,要结合定量与定性测量,不能忽视受众的传播效果<sup>[26]</sup>。本文正是基于读者反馈,采用分维标注、情感分析、相关分析等定性定量相结合的研究方法,探析中国文学经典《西游记》英译本的海外传播效果,以为文学作品的翻译传播研究提供科学、客观、可行的分析路径。在人物、叙事、素材、格调等维度得到再现的前提下,译文的文笔和风格可能显著区

别于原文;文学作品的受众存在显著差异,译语受众与原语受众的文学审美可能相差甚远。可见,对于相同的文学作品,异语传播与同语传播的效果可能大相径庭,基于受众反馈的接受效果研究将为揭示文学的翻译传播效果提供有益启迪和可行路径。

《西游记》余译版中幽默风趣的笔调(格调维)让读者体验到趣味和愉悦(效果维),注释(副文本维)文化词(文化素材维)以帮助读者理解,全译诗歌并兼顾传意和格律(诗歌维),译者力图以柔性再现而非省略或明晰化的方式(译者维)将《西游记》所蕴含的文学特色传译给英语读者,诗歌全译、幽默格调再现、副文本阐释都得到了海外英语读者的高度肯定。还有不少读者反馈说他们通过漫画、影视剧和游戏等多模态形式接触《西游记》。这些至少带来以下两点启迪:1)文学翻译传播必须考虑读者分层,确定翻译传播的主要内容和价值如《西游记》原著中体现的勇敢、正义、勤劳、善良等普世价值观,采取合适的翻译策略和方法如《西游记》余译版的学术性全译和威利改编版的变译,适时调整传播媒介、路径和方式,以满足特定条件下特定受众的特殊需要,以便切实提高传播效果;2)文学翻译传播需要尽量保持原著的文学特色,同时适应译语世界的诗学规范和语言习惯,兼顾原著文化价值与受众体验反馈,并采用渐进式、多模态的跨传播策略,先引发感官体验,然后引向经典阅读,再推动译本接受,最后缔结文学文化因缘。

#### 参考文献:

- [1]王颖. 新媒体语境中文学传播的路径与价值嬗变[D]. 吉林大学博士学位论文, 2015: 13.
- [2]尹飞舟, 余承法. 翻译传播学论纲[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2020(5): 170-176.
- [3]李舜华. 东方与西方: 异域视野中的《西游记》[J]. 学术交流, 2001(1): 110-115.
- [4]王镇. 何惧西天万里遥——《西游记》在英美的传播研究[M]. 北京: 人民出版社, 2019.
- [5]刘君. 文化寄生: 一种跨文化传播的变异范式——《西游记》跨境传播的视觉重构与异域想象[J]. 东南学术, 2010(6): 163-171.
- [6]朱明胜, 范圣宇.《西游记》故事在美国的传播与接受——基于对《纽约时报》猴王故事报道的分析[J]. 中国文化研究, 2017(3): 161-169.
- [7]赵敏. 文化主体的自证: 美版《西游记》电影的改编创意和对话机制[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019(12): 91-96.
- [8]李双志.《西游记》之“西游记”[J]. 上海文化, 2017(7): 114-119.
- [9]滕硕, 王学博. 布迪厄场域理论视角下《西游记》在德语区的译介与传播研究[J]. 解放军外国语学院学报, 2019(6): 124-131.
- [10]张充.《西游记》在泰国传播态势分析——以对泰国曼谷纪伊国屋书店的调查为例[J]. 出版广角, 2014(12): 19-20.
- [11]谢玉冰.《西游记》在泰国的传播、再现与衍生[J]. 国际汉学, 2018(2): 74-82.
- [12]卢颖.《西游记》在印度尼西亚的传播研究[D]. 广东外语外贸大学硕士学位论文, 2017.
- [13]黄秋秋, 崔玉可, 张聪. 中国电视剧走出去的效度与对策研究——以 86 版《西游记》在缅甸的传播为个案[J]. 传媒, 2018(22): 37-40.
- [14]郭庆光. 传播学教程(第二版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 172.
- [15]李文婷. 西方修辞学认同论对英译典籍受众意识的观照——以余国藩版《西游记》英文全译本为例[J]. 外国语文, 2016(5): 118-123.
- [16]Wang, Feng and Humblé, Philippe. Readers' perceptions of Anthony Yu's self-retranslation of The Journey to the West [J]. Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice, 2020(5): 756-776.
- [17]Robinson, James T. and Rosengarten, Richard A. In Memoriam: Anthony C. Yu [J]. The Journal of Religion, 2016(1): 1.
- [18]Martinson, Paul V. Review of Buddhist Pilgrim, Immortal Beast [J]. The Journal of Religion, 1985(3): 378-385.
- [19]Hewson, Lance. An Approach to Translation Criticism: Emma and Madame Bovary in Translation [M]. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2011: 10.
- [20]Landers, C. E. Literary Translation: A Practical Guide [M]. Clevedon/Buffalo/Toronto/Sydney: Multilingual Matters LTD., 2001: 98.
- [21]Genette, G. Paratexts: Thresholds of Interpretation [M]. Translated by Jane E. Lewin. Cambridge: Cambridge University Press, 1997: 1.

- [22] Marney, John. Review of *The Journey to the West* [J]. *Chinese Literature: Essays, Articles, Reviews (CLEAR)*, 1980 (1): 153-154.
- [23] Yu, Anthony C. *The Journey to the West* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1979: Preface.
- [24] 苏艳.《西游记》余国藩英译本中诗词全译的策略及意义[J]. *外语研究*, 2009(2): 82-86.
- [25] 张红霞. 女性“缺席”的判决:论《西游记》中的女性形象塑造[J]. *明清小说研究*, 2004(2): 67-77.
- [26] 郭光华. 我国新闻媒体国际传播能力评估体系研究[J]. *湖南师范大学社会科学学报*, 2017(4): 147-151.

### Overseas Communication Effect of *The Journey to the West*: A Study Based on Readers' Feedbacks

**Abstract:** Taking as the research object the English readers' feedbacks of *The Journey to the West*, Anthony C. Yu's English version of *Xi You Ji*, this paper attempts to explore its overseas reception effect by sentiment analysis and content analysis of the readers' comments, which are labelled into three dimensions of literature, translation and communication. It is found that the number of readers' feedbacks in the past decade (2011-2020) have been on the rise on the whole despite one or two downs in between, reflecting an overall good overseas communication effect which is demonstrated as follows. First, character and narration in literary dimension are valued relatively low whereas tone and theme score high according to sentiment analysis, due to the relatively static nature of character development, partial repetitiveness of narration and the intrigue and charm of its rich humorous tone and cultural theme. Second, in the dimension of translation, Yu's translation technique is highly praised by readers, most of whom also appreciate his complete translation of poems and explanation of cultural contents in the form of paratext. Third, in the dimension of communication, some readers attribute their reading of Yu's version to their previous access to the novel's multimodal products, which results in their change of thinking, recommendation of the novel to others, re-reading or further reading, and even their own creation. It thus follows that, since literary features of literary classics such as humorous tone, cultural theme and complete translation of poem are the exact charms attracting foreign readers, translator-communicators need to do their utmost to reproduce such characteristics on the condition of adapting to the language habitat and poetical norms in the target culture and conduct progressive multi-modal cross-cultural communication.

**Key words:** readers' feedbacks; communication effect; *The Journey to the West* translated by Anthony C. Yu; cross-cultural communication

(责任编辑:文晶)