

中国典籍

英译作品对外传播现状  
及对策研究

季红琴——著

湖南大学出版社

非外借

## 内 容 简 介

本书以读者接受理论为指导,以中国文化典籍英译本为研究对象,采取实证研究的方法,对海外外国读者和来华外国读者开展问卷调查,以及对英语国家主要线上图书销售平台上中国典籍英译本销量和读者评价等进行统计和分析。研究呈现了中国典籍英译作品的对外传播现状,并揭示了中国典籍在英译与传播中存在的问题,进而从翻译视角和传播视角提出了促进中国典籍英译作品“走出去”的策略。

---

### 图书在版编目(CIP)数据

中国典籍英译作品对外传播现状及对策研究/季红琴著. —长沙:湖南大学出版社, 2022. 8

ISBN 978-7-5667-2545-5

I. ①中… II. ①季… III. ①古籍—英语—翻译—文化传播—研究—中国  
IV. ①H315.9 ②G125

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第130095号

---

## 中国典籍英译作品对外传播现状及对策研究

ZHONGGUO DIANJI YINGYI ZUOPIN DUIWAI CHUANBO XIANZHUANG JI DUICE YANJIU

---

著 者:季红琴

责任编辑:邓素平

印 装:广东虎彩云印刷有限公司

开 本:710 mm×1000 mm 1/16 印 张:4.75 字 数:258千字

版 次:2022年8月第1版 印 次:2022年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-2545-5

定 价:68.00元

---

出 版 人:李文邦

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(营销部), 88821327(编辑室), 88821006(出版部)

传 真:0731-88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com>

电子邮箱:820178310@qq.com

---

版权所有,盗版必究  
图书凡有印装差错,请与营销部联系

# 目次

<b>第 1 章 绪 论</b> .....	1
1.1 研究背景 .....	2
1.2 研究意义与创新 .....	4
1.3 研究的主要内容 .....	7
<b>第 2 章 中国典籍对外传播及读者接受理论</b> .....	11
2.1 典籍及其范畴.....	12
2.2 接受理论.....	15
2.3 文化对外传播.....	22
<b>第 3 章 中国典籍翻译概况</b> .....	25
3.1 中国典籍翻译历史简述.....	26
3.2 中国典籍翻译对象.....	28
3.3 中国典籍翻译主体.....	41
3.4 当前中国典籍翻译与研究现状.....	42

---

<b>第 4 章 海外外国读者中国典籍英译作品接受调查研究</b> ·····	45
4.1 中国典籍英译作品在美国的读者接受调查研究·····	48
4.2 中国典籍英译作品在英联邦国家的读者接受调查研究·····	62
4.3 中国典籍英译作品在西共体国家的读者接受调查研究·····	75
4.4 基于问卷调查的思考与总结·····	89
<b>第 5 章 来华外国读者中国典籍英译作品接受调查研究</b> ·····	93
5.1 在湘留学人员中国典籍英译作品读者接受调查研究·····	94
5.2 在湘高校外籍教师中国典籍英译作品读者接受调查研究·····	105
5.3 基于问卷调查的思考与总结·····	114
<b>第 6 章 中国典籍英译作品网络读者接受市场调查研究</b> ·····	117
6.1 《论语》英译本网络读者接受市场调查研究·····	119
6.2 《孙子兵法》英译本网络读者接受阅读市场调查研究·····	131
6.3 基于读者阅读市场调查的思考与总结·····	138
<b>第 7 章 基于读者接受调查的中国典籍外译之道</b> ·····	141
7.1 读者的审判·····	142
7.2 经典中的经典·····	150
7.3 “博弈”中的平衡——折中路线的选择·····	162
7.4 基于翻译策略的总结与启示·····	167

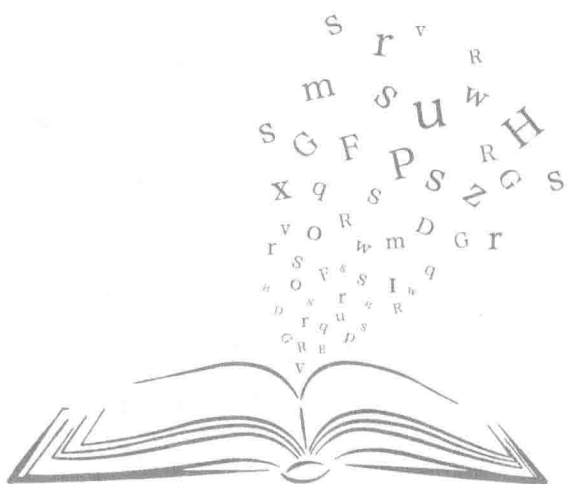
---

第 8 章 基于读者接受调查的中国典籍传播之道 .....	171
8.1 传播内容的选择——寻文化共性，异中求同 .....	174
8.2 传播对象的选择——走上层传播路线，事半功倍 .....	181
8.3 传播方式的选择——采用“适应性”传播，寻求接受 .....	189
8.4 传播平台的运用——利用孔子学院，增强传播效果 .....	195
8.5 基于传播策略的总结与启示 .....	200
参考文献 .....	203
附录 读者调查问卷 .....	213
后记 .....	223

第 1 章

绪

论



## 1.1 研究背景

中国文化博大精深，凝聚了中国人民数千年的智慧，蕴含了五千年灿烂的中华文明。中华文明是世界上为数不多的没有间断的文明，它对东方文明，甚至世界文明均产生了重要的影响，是世界文明不可分割的重要组成部分。在世界文化多元化的今天，中国文化的对外传播既符合世界人民了解中国文化的需要，也符合我国“走出去”的国家战略。

(一) 中国国际文化话语权的提升需要中国传统文化的支撑。文化话语权是“一个国家自主提出、表达、传播本国文化话语、维护本国文化安全、主导本国文化发展、维护本国文化权益和根本利益的权利和权力”（骆郁廷、史姗姗，2014：66）。在国际关系中“一个国家达到其世界政治中所期望的结果，可能因为其他国家希望追随它，羡慕其价值观，以其为榜样，渴望达到其繁荣和开放的水平等”（奈，2005：153）。因此，谋求文化话语权的提升需要优秀的文化作为支撑。中国典籍是中国数千年文明的积累，蕴含了中国传统文化的精华，中国典籍能作为中国国际文化话语权提升的重要支撑。

(二) 世界对中国文化的需求与日俱增。近40年来，中国经济快速发展，已成为世界第二大经济体，中国的政治地位也得到了明显提升。面对中国的发展，世界各国表现出了了解中国的强烈愿望，据教育部官方网站的统计，近十年来，每年来华留学人员多达几十万人；而据孔子学院官方统计，截至2020年12月，全球五大洲146个国家（地区）共有548个孔子学院和1193个孔子课堂；据世界汉语教学学会统计，截至2019年12月，该学会累计会员5108位，遍布全球79个国家和地区。由此可知，世界对中国文化的需求与日俱增，在此环境下，中国典籍的对外翻译与传播变得现实可行，且令人充满期待。

(三) 世界文化多元化为中国文化对外传播带来了机遇。文化多元化指一个国家或一个民族在社会发展的过程中,在继承本民族优秀文化的基础上,兼收其他国家或民族的优秀文化。随着全球化的发展,以及科技、通信、媒介等的进步,西方文化“一枝独秀”的局面被打破,“西方文化既不是人类发展的终点或者是顶峰,另外一种文化的开端也不一定意味着会倒退到中世纪”(马雷施,2009:3),世界各国的文化交流变得空前活跃,“文化多元共存是当下世界的基本样态”(李云霞,2016),世界文化的多元化同样需要中国文化的交流。

(四) 世界对中国文化的需求与中国文化对外传播之间存在一定的差距。近年来随着中国在世界影响力的增加以及海外孔子学院的迅速拓展,世界各国了解中国文化的需求快速扩大,但另一方面中国文化对外传播却相对滞后,文化传播效果不甚理想,“中国文化在‘走出去’的历史进程中一直是步履蹒跚”(胡安江,2010:11),无法满足大量增加的文化需求。中国文学典籍十分丰富,是中国文化的重要组成部分,“中国文学译介是完成中国文化‘走出去’使命的重要途径之一”(黄友义,2008:9)。此外,由于中国典籍覆盖面广、体系丰富,包括哲学、医学、科技、军事、语言文学等众多学科,富含中国哲学思想、价值观念、审美情趣、医学精华、军事智慧、伦理思想等,根据世界需求,有选择有重点地翻译与传播中国典籍,能有效地化解当前日益增长的中国文化传播需求与相对落后的文化输出之间的矛盾。

(五) 党和国家对文化发展与繁荣高度重视。增强国家文化软实力、推动中华文化走出去已经成为党和国家的一致愿望。2000年中国共产党第十五届中央委员会第五次全体会议明确提出了实施“走出去”的战略;2002年党的十六大报告中再次强调实施“走出去”战略是对外开放新阶段的重大措施;2007年党的第十七次全国代表大会明确提出要加强对外文化交流,吸收各国优秀文明成果,增强中华文化的国际影响力;2011年党的第十七届六中全会

通过了《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》；2012年党的第十八次代表大会则提出实现中华民族的伟大复兴，必须推动社会主义文化大发展大繁荣，必须提高国家文化软实力，必须加强重大公共文化工程和文化项目建设……构建和发展现代传播体系，提高传播能力。党的十八大报告确立了“建设社会主义文化强国”的宏伟目标，明确要“增强文化整体实力和竞争力”，要“建设优秀传统文化传承体系，弘扬中华优秀传统文化”。2016年，党中央颁布了《关于进一步加强和改进中华文化走出去工作的指导意见》，吹响新时代加快文化软实力建设的号角。2021年5月31日，习近平在主持中共中央政治局第三十次集体学习时强调，要构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。要实现这一目标，需要一大批深受中华文化熏陶，具有较强跨文化交流能力的高素质专门人才（即“文化摆渡者”<sup>①</sup>）。我国根据文化“走出去”战略部署，在国务院新闻办公室与新闻出版总署的支持下，分别于1995年立项了“大中华文库”（汉英对照）工程、2004年启动了“中国图书对外推广计划”、2009年启动了“中国文化著作翻译出版工程”等。

## 1.2 研究意义与创新

中国典籍是中华传统文化的精华，是民族智慧的结晶。随着社会的发展与人类的进步，以及全球化趋势的加剧，包括中国典籍对外传播在内的文化对外传播变得现实而有意义。

<sup>①</sup> 长沙理工大学从2008年起设立“文化摆渡者”项目。

中国典籍的翻译与传播历史悠久，但典籍翻译一直是我国翻译领域的弱项，典籍的传播效果也不尽如人意。多年来我国典籍的翻译与传播并没有从根本上改变它们在国内外的翻译与传播现状，中国典籍在国内外的知名度，以及外国读者对中国典籍的接受等都还十分有限，这样的现状不利于我国民族文化的传承、交流与发展。

纵观历史，中国典籍翻译与传播多采用“由内向外”的路线，即以源语文本、源语文化和源语传播主体意志为中心的翻译与传播。本研究将摒弃传统的“由内向外”的路线，采用“由外向内”的翻译与传播路线，从目的语读者接受的视野来审视中国典籍的翻译与对外传播，寻找更加有效的翻译与传播之道。

本研究的意义主要体现在以下几个方面。

一是有利于提升文化软实力，实现中国梦。文化软实力是指“一个国家或地区基于文化而具有的凝聚力、生命力、创新力和传播力，以及由此而产生的感召力和影响力”<sup>①</sup>。以意识形态为支撑的文化软实力虽然无形，但其作用却无处不在。在改革开放的大潮中，我国经济建设取得了可喜的成绩，政治影响力日趋增强，文化软实力提升的重要性逐渐凸显。“实现中华民族伟大复兴的中国梦，不仅需要经济、科技和军事等强大硬实力的支撑，更需要文化、思想和价值观等软实力的积淀。”（冯留建、王炳林，2014：74）文化软实力为实现中国梦提供精神动力，提升文化软实力是“国家富强”的重要目标。中国典籍是中国本土文化的汇集，是中国传统文化的精华，能为中国文化软实力的提升提供思想源泉。

二是有利于树立良好的国家形象，扩大我国文化的国际影响力。国家形象反映着国家的政治、经济、物质、精神、民族和社会的综合面貌，是国家客观

---

<sup>①</sup> 软实力也是硬道理：为什么要推进文化创新和深化文化体制改革 [N]. 光明日报，2008-07-30 (3).

状态在公众舆论中的投影。国家形象的建立更多依赖国家间的相互集体认同。通过各种方法和渠道,将代表我国民族精神和优良历史传统的民族文化对外传播,使他国政府和人们更好地了解我国的社会风貌、思维方式和民族性格,了解中华民族在世界文明进化中的巨大贡献,能更好地树立我国的良好国际形象。但在中国政治、经济、军事地位日益提升的今天,中国文化的国际影响力却相对较弱。语言是文化的重要组成部分,遍布全球的孔子学院(课堂)为中国文化国际影响力的提升打下了良好的基础,但我们更需要向国际社会介绍和推广中国典籍所蕴含的优秀文化,大力增强中国文化被世界认同的深度和广度,扩大中国文化在世界上的影响力。

三是有利于减少文化“逆差”,化解文化需求与输出的矛盾。“我们中华民族有着五千多年的悠久历史和光辉灿烂的文化遗产……令我们不安的是,普通西方人对中国的了解程度却达到近乎无知的境地……正是这种中外文化和文学史上的‘逆差’导致了西方人对东方以及中国及其古老文明和文化几乎一无所知。”(王宁、钱林森、马树德,1999:25)我国文化输出虽经历了较长的历史,但由于各方面的原因,我国文化输出与输入严重不对等,“逆差”存续多年。与此同时,近年来,随着孔子学院(课堂)在全球“遍地开花”,汉语热持续升温,世界对中国文化的需求不断扩大。中国典籍的对外翻译与传播不仅有利于减少我国当前的文化“逆差”,也将在一定程度上化解我国文化输出与国外对中国文化需求之间的矛盾。

四是有利于弘扬中国典籍所蕴含的中华传统文化,使人类共同的精神财富为更多的人所分享。中国典籍蕴含丰富的中国传统文化,是中华本土文化的荟萃,且覆盖面广。中国典籍所包含的核心价值、民族精神、民族文化等是中华民族的灵魂。将译者主体、国家意志与读者需求相结合,以合适、有效的方式翻译和传播中国典籍,推动中国典籍“走出去”,使更多的外国读者有机会了解和阅读中国典籍,中国的文化瑰宝才能得到分享和弘扬。

五是有利于改变中国典籍翻译与传播的经验模式。中国典籍翻译与传播研究随着中国典籍翻译与传播活动的产生而出现,但较多中国典籍的翻译与传播研究多具经验式和随想式的特点,本研究紧扣时代背景,通过实证研究来得出读者接受的客观数据与现实,更加客观、科学地探讨中国典籍翻译及其传播的有效范式,为中国典籍的对外翻译与传播研究开创了另一种思路。

本研究具有一定的创新性,主要体现在以下三个方面。

研究方法:目前翻译和传播学领域的中国典籍翻译与传播研究主观性较强,大都为描写和点评。本研究以读者面对面问卷调查和阅读平台真实数据与评论为研究依据,论据客观真实,论证方法科学合理,论证结果客观。通过实证研究来研究中国的典籍翻译与传播,从现有的中国典籍翻译与传播研究来看,具有创新性。

研究角度:中国典籍翻译研究多从“由内向外”的角度进行,通过翻译主体、翻译方法以及译作评论等探讨利于读者接受的译作,本研究却从“由外向内”的角度进行,从读者接受的角度来评价已有译本,进而探讨典籍的翻译与研究。

研究面:现有典籍翻译与传播研究通常集中在某一方面,或集中在某一特定译本。本研究从文化“走出去”战略出发,研究的典籍文本范围较广,不限于某一文本,将读者接受、典籍翻译与对外传播相结合,既有客观数据又有经验总结,既有点又有面,既有微观分析又有宏观把握,既有理论思考又有实践范式,更加全面系统。

### 1.3 研究的主要内容

中国典籍是中华民族丰硕文化成果的记载,是中华民族智慧的结晶,蕴含

了丰富的中华传统文化。在中西文化交流中，中国典籍的价值巨大。自公元5世纪中国典籍被译为外文以来，中国典籍的翻译与传播从未停止。时至今日，已经有上千部典籍被翻译成几十种外文，部分典籍甚至有上百个不同译者的同一语种译本。随着中国文化“走出去”战略的实施，中国典籍翻译得到了空前发展，译本种类得到了极大的丰富，但研究发现，外国读者对中国典籍的接受却十分有限，中国典籍翻译与传播出现了“内热外冷”的现象，传播效果不如人意。鉴于现有的困境，本研究立足于中国文化“走出去”的战略背景，以中国典籍译本为研究对象，以中国文化典籍英译与传播为研究重点，通过外国读者译本接受调查和读者阅读市场调查，掌握外国读者对中国典籍译本接受的客观数据和事实，找出中国文化典籍翻译与传播中存在的问题，并深入分析问题存在的根源，在此基础上寻找中国典籍翻译与传播的有效范式。

本研究主要围绕以下三个方面的问题进行：一是中国文化典籍外译及传播的现状如何；二是从翻译层面研究如何将中国文化典籍外译与外国读者需求相结合；三是从文化传播层面研究如何有效促进中国文化典籍的对外推广与传播。基于这三个方面的问题，本研究主要从以下几个方面开展研究。

一是总结和梳理中国典籍翻译的历史。主要包括三个方面：①不同历史时期中国文化典籍的外译与传播对象、外译与传播主体、有影响力的译者及其译本；②历史上中国文化典籍外译与传播的高峰；③中国文化典籍外译与传播的规律及特点。本部分通过文献综述法对相关文献进行搜集、鉴别、整理，在此基础上进行系统的梳理和分析；并运用文本分析法对搜集到的中国文化典籍译本从语言、内容、形式、译者、出版社等多方面进行分析，挖掘背后的深层意义。

二是针对外国读者开展问卷调查。通过读者问卷调查，掌握外国读者对中国文化典籍的认知及译本的接受情况。研究分别对海外外国读者、来华外国读者开展面对面问卷调查，获取外国读者对中国典籍的认知，以及对中国典籍译

本的接受。主要包括两个方面。①海外外国读者接受调查：强势文化国家读者对中国文化典籍译本的接受情况、文化较为发达国家读者对中国文化典籍译本的接受情况、弱势文化国家读者对中国文化典籍译本的接受情况；②来华外国读者接受调查：来华留学人员对中国文化典籍译本的接受情况、来华外籍教师对中国文化典籍译本的接受情况。本部分通过问卷调查法，以书面问卷形式对读者进行抽样问卷调查，了解问卷调查对象对中国文化典籍现有译本的接受，以及对译本的期待，并通过统计分析法从纵向和横向两个维度分别对外国读者问卷调查数据进行统计分析。

三是对读者阅读市场进行调查研究。通过全球具有影响力的图书销售网站，掌握中国文化典籍译本海外销售实况及读者评价。通过筛选译本最齐全、销售量最大的网上图书销售平台，对译本数量、销量、读者评价等开展统计与研究，掌握实际读者对中国典籍译本的接受实况。具体包括四个方面：①中国典籍译本网络销售量调查；②有购买记录的外国读者对已购买译本的星级评价与言语评价研究；③外国读者对中国典籍译本的建议；④外国读者对中国典籍译本的需求。本部分通过统计分析法，分别对亚马逊网络读者购买和评价数据进行统计分析，获取网络读者阅读市场对现有中国文化典籍译本接受和期待的客观信息。

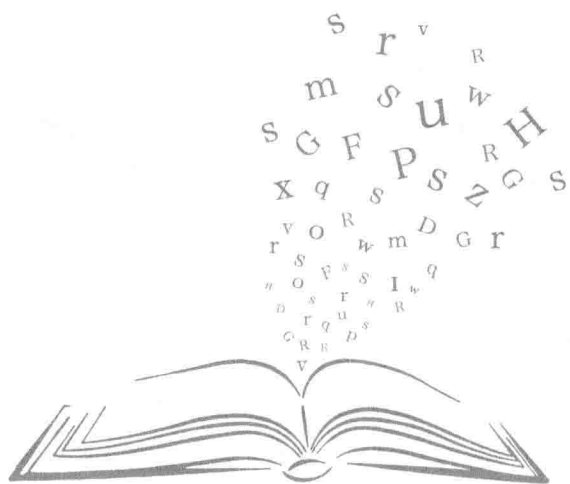
四是总结中国典籍的英译与传播之道。研究根据调查数据，找出中国文化典籍英译与传播中存在的根本问题，并通过传播较为成功的译本总结经验，结合问题与经验寻找中国典籍翻译与传播的有效范式。具体包括三个方面：①将译本与读者形成一个相互关联体，分析译本对读者的文化传播以及读者对译本所传文化的接受与反馈；②将文本、译者、译本和读者置于国际文化大环境，分析环境的影响与作用；③综合以上结果，总结规律与路线。本部分运用跨学科研究法，综合运用翻译学和传播学的知识，研究如何有效提升中国文化典籍“走出去”的效率和效果，并通过归纳总结，获取理论和实践上的经验和启迪，

通过对问卷和调查数据的归纳总结,提出中国文化典籍英译的翻译范式及译本对外传播的模式。在此过程中,本研究通过个案分析法,研究从调查所知的受众接受度较高的中国文化典籍英译本,通过读者接受与传播的信息统计,从读者身份、翻译目的、译本优点和特点等多方面进行对比分析,为文化典籍外译提供模式参考和启发借鉴。

第 2 章

中国典籍对外传播及读者

接受理论



中国典籍的对外翻译与传播是一个跨学科的研究议题，涉及汉语言文学、外国语言文学和新闻传播学等多学科领域的相关知识。为了厘清错综复杂的研究关系，本章将对本研究中的重要概念和理论等进行阐释。

## 2.1 典籍及其范畴

中国典籍历史悠久、源远流长，具体起源并没有翔实的史料记载。有以“河图”“洛书”来解说典籍起源的传说；也有以三皇五帝时代的《三坟》《五典》《八索》《九丘》为典籍之始的说法，但均无法得到有效论证。根据《尚书伪孔序》的记载以及孔子整理典籍的事实，大致可推断出中国典籍起源于春秋末期以前，约公元前 551 年。孔子诞生之前，中国古代正式典籍已经产生。

中国典籍承载了数千年的中国传统文化，其含义随着历史的沉积而逐步形成。“典”字最早见于甲骨文和金文。《说文解字》曰：“典，五帝之书也”；《尚书·尧典》记录“典”为君王训臣民之语或治国之法，意为“记载法则、制度等的重要文献”。“籍”字出现较晚，甲骨文和金文均未见该字。《说文解字》曰：“籍，簿也，从竹藉声”，意思为“簿册、书册，以竹制成，与藉同声”。“典”和“籍”合为词语始于战国时期。“典籍”一词最早出现于《孟子》，《孟子·告子下》曰：“诸侯之地方百里；不百里，不足以守宗庙之典籍”，但“典籍”在当时并不特指书册典籍，而是泛指文献，至汉代“典籍”概念发生变化，逐渐泛指典册书籍、载籍等，如《尚书伪孔序》曰：“秦始皇灭先代典籍，焚书坑儒”，《后汉书·崔寔传》称“少沉静，好典籍”，《左传·昭公十五年》有“昔尔高祖伯廛，司晋之典籍，以为大政，故曰籍氏”等。

辞海版《古代汉语大词典》将典籍定义为“国家重要文献”“统称各种典册、书籍”（梁建民，2007：325）。《辞海》定义典籍为“国家重要文献”（《辞