

新时代背景下《论语》翻译对外传播途径研究

辛闻¹ 李文斌²

1 中国矿业大学徐海学院 江苏 徐州 221000; 2 中国矿业大学马克思主义学院 江苏 徐州 221000

【摘要】近年来关于《论语》翻译对外传播历程的研究层出不穷,而基于新时代背景下,有关《论语》外译传播途径的探究少之又少,结合新时代我国文化传播的使命与任务,本文针对《论语》外译的传播策略、传播方式、传播媒介等途径提出了几点思考,旨在寻求海外读者接受的传播之道,为《论语》翻译的对外传播提供新的视角。

【关键词】新时代;《论语》;对外传播;途径

新时代背景下,推动中国文化“走出去”,增强传统典籍的对外传播效果,成为新时代我国文化建设的使命与任务。将中国文化传播到海外,讲好中国故事,让世界对中国几千年文明所沉淀的优秀文化有所了解,是一项声势浩大的国家工程。《论语》被称作儒家典籍之精华,其外译成功传播的实现依赖于海外读者的接受程度,翻译是传播的前提,传播是翻译的延续,在新时代注重思考《论语》翻译的对外传播路径,有助于促进中国典籍的海外传播,为中国典籍翻译与接受研究提供借鉴与参考。《论语》作为儒家经典如何更好地走向世界,除了要总结译者主体性及传播内容缺乏创新等制约因素,《论语》对外传播的途径也应该成为亟待思考的核心问题,译本传播的研究必然要立足于读者接受的研究。探究《论语》翻译海外接受研究及对外传播路径,应围绕传播策略、传播方式、传播媒介等传播途径开展,以便寻求海外读者接受的传播之道。

1 传播策略——尊重传播规律,保持本土文化主体地位

《论语》对外传播既要尊重传播规律,又要具有自己的特性,保持中国文化主体地位,译者应立足文化战略的高度来选择传播策略。《论语》对外传播属于异质文化传播,由于中西方文化在异质文化传播中所体现的价值观、方法论差异很大,《论语》的对外传播势必会受到文化冲击与碰撞,因而对外传播具有难度大、障碍多等特点。《论语》的对外传播必须以尊重翻译传播的客观规律为前提,全面分析翻译传播历程,围绕儒家现代哲学重新阐释《论语》翻译对外传播利与弊,努力实现文化共享的传播策略。翻译传播规律是客观存在的法则,是译者主体和受众在翻译传播过程中的一种互动。

理雅各一直努力寻求中国儒教与西方基督教的联系,起初对儒家持批判态度,在研读博大精深的儒家典籍后,理雅各最终意识到儒教与基督教思想有诸多共性,并努力在翻译中实现儒教和基督教的沟通。理雅各将大量的基督教概念和术语用于《论语》翻译中,在《论语》与《圣经》的译本中寻求到了相互呼应的和谐点,从而促进了东方典籍与西方经典的融会贯通。儒学经典思想丰富,自身洋溢着良好的普世价值。因而,译者不仅要尊重翻译传播的客观规律,还应立足于儒家哲学最具普世性的价值观,寻求《论语》对外传播的途径及国外读者的接受与认同。

新时代背景下,中外文化交流日益频繁,保持中国文化主体地位,重新诠释现代儒家哲学,是儒家典籍翻译对外传播的核心策略。习近平总书记指出,弘扬传统文化要与发展现实文化有机统一,结合新的实践和时代要求进行正确取舍,坚持古为今用、以古鉴今,努力实现传统文化的创造性转化、创新性发展,赋予传统文化新的时代内涵。结合新时代的文化使命与责任,“讲好中国故事,传播好中国文化”成为增强国家文化软实力的良剂。《论语》在跨文化传播中有着双重目标,不仅要符合世界的普适性,更重要的是能够体现中华民族的精神与特色。为此,《论语》翻译传播过程中,提升对外传播要立足本国文化,保持本民族文化的主体地位,推动儒家文化传播话语体系的重构。保持中国文化的主体地位,译者要以传达核心概念的己任,以点带面带动儒家典籍的传播。核心概念是儒家典籍的精华,如《论语》中“仁”“义”“礼”等核心词汇既体现了孔子的核心思想,又是海外读者理解把握《论语》要义的钥匙,这就要求译者需做最大程度的翻译传递,对核心概念进行准确的解读,传达好中国文化的精髓。

2 传播方式——关注不同的受众，寻求传播适应性

译本对外传播中，目的语读者被视为受众体，享有主观能动地位，只有实现目的语读者的共享，译本的对外传播才能达到效果、凸显价值。在《论语》对外传播过程中，文化共性和目的语读者二者都是文化对外传播的重要因素。顺应《论语》儒家文化“走出去”的新时代潮流，需要关注不同受众，寻求传播适应性，适应新时代的要求，实现译文对外传播效果的最优化。目的语读者的接受情况是判断《论语》翻译对外传播效果的重要标准，关注不同受众体的接受情况，借助定量定性分析研究方法，调查受众体接受度较高的译本，获得目的语读者的一手资料，更新以经验和推论为主的原始接受度研究，可以真正实现《论语》翻译对外传播的异域接受，在新时代全球文化多元化语境背景下，促进世界文化趋同化与本土化的互动与认同。

《论语》蕴含着儒家文化的精髓，具有中国本土化特征，但对外传播中译作似乎尚未走向读者，很多在国内受到专家学者的高度认可，但目前海外读者的接受度并不高。目的语读者接受度高与不高，不仅要看《论语》翻译传播的广泛度，还需看传播出去的是否保持了中国特色本土文化精神，有没有歪曲与误解。很多中国传统文化译本成为畅销书，在海外传播中的确得到了理想的关注度，但只顾迎合西方的口味，违背了新时代儒家典籍对外传播的初衷。

目前《论语》英译本研究极其丰富，然而基于目的语读者接受度的研究颇少，其中目的语读者的文化差异或空白也是影响着其海外传播与接受的重要因素。因此，新时代《论语》的外译仍要以寻求读者的适用性为传播主流。新时代背景下，儒学的未来与命运取决于儒学对新时代的适应，即能否适应新时代社会需求，解决新时代社会问题。因此，寻求适应性，解决现实问题成为《论语》对外传播的主要方式。译本必须与读者的审美和期待相呼应，才会促进优秀译著的落地，译者想有足够的生存空间，除了注重自身的翻译能力，更要认真地研究目的语读者的适应性。作为儒家经典，《论语》的思想体系较为完善。在《论语》翻译对外传播中，挖掘文本中对新时代有实用价值的哲学思想，寻求解决实际问题的途径，将孔子思想与现实世界需求融合，以实用性为传播导向，促进《论语》对现代读者现实生活的指导，提高《论语》对外传播的空间，对《论语》对外传播效果的提高具有着良好的现实意义。注重适应新时代读者要求，围绕儒家哲学重新阐述现实问题，成为众多学者助力《论语》中的哲学底蕴在异质文化中传播与接受的核心动力。

3 传播媒介——推动译本营销，增强传播平台功能

加大《论语》营销力度，增强传播平台功能是实现《论语》对外传播效果最优化的有力保障。早期《论语》翻译的对外传播十分有限，在新时代背景下，图书市场各国书目琳琅满目，海外图书市场商业性强、注重营销，通过海外读者对典籍接受度的研究发现，很多读者对亚洲图书兴趣度并不高，因而，《论语》对外传播要开拓创新性传播路径，挖掘吸引读者的译本，积极联系具有权威话语权的海外相关领域专家，探究成功的译文营销模式，以此带动《论语》译本畅销。《论语》翻译的对外传播与接受要借助营销载体助力与译本可获得性的提升。虽然当前出版行业在新时代“走出去”战略指导下，在图书出口、版权输出等已取得进展，如上海外语教育出版社设置了海外北美分社，但典籍翻译的出版发行要更加了解海外读者的阅读习惯于需求，还要积极联合海外权威的出版界，加大与海外影响力较大的图书馆出版社的合作力度，建设海外建设图书销售合作网点，从而能够有助于准确瞄准潜在的新时代读者群，助力《论语》翻译迅速进入海外的主流销售渠道，提升《论语》的海外接受效果。中外译者进行合作也是多模式推动《论语》对外传播的有利途径，也可使译文既能够忠实于源语，保持本土文化的精神与特色，又能够对目的语读者负责，营销与传播路径自然也会相对简单。同时，新时代背景下，在信息大爆炸时代的今天，我们可以借助现代技术手段，充分运用互联网传播媒介，建构互联网交流平台，推行数字出版产品，通过外语《论语》专题网站、图书、影片等打造《论语》文化市场格局，充分发挥现代社交媒体在《论语》翻译对外传播中的重要作用，也是《论语》等典籍走出去的有效手段。可见，推动译本营销，增强翻译传播平台功能是助力《论语》对外传播途径的有效渠道。

结语

《论语》外译由来已久，从语言、历史、文化各个角度的研究层出不穷，译本如果既能尊重历史本原，保持中国本土文化的独特性，又能兼顾中西方文化差异，关注海外读者的阅读习惯与审美，运用“互联网+”的新时代模式，推动译本海外营销，将达到《论语》对外传播的最优化境界。在尊重《论语》翻译对外传播规律的基础上，顺应发展动向，创新传播路径，多途径、全方位地建构传播能力，既要加强《论语》对外传播话语体系，又要关注《论语》翻译对外传播的适应性，增强传播媒介功能，让中国儒学文化价值观得到世界的认同，促进传统文化的精要远播于世，推动中国真正成为文化意义的强国，使中华优秀传统文化走向世界。

【参考文献】

- [1] 陈梅, 文军. 中国典籍英译国外阅读市场研究及启示——亚马逊图书网上中国典籍英译本的调查 [J]. 外语教学, 2011(4):96-100.
- [2] 方允仲. 中国出版“走出去”的困扰和反思 [J]. 中国出版, 2009(4):20-23.
- [3] 傅莹. 讲好中国故事, 改进国际传播 [N]. 参考消息, 2018.03.
- [4] 金学勤. 《论语》注疏之西方传承: 从理雅各到森舸澜 [J]. 四川大学学报 (哲学社会科学版), 2015(3):58-65.
- [5] 王宏印. 《中国文化典型英译》[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2009.
- [6] 习近平, 习近平谈治国理政 (第二卷) [M]. 北京: 外文出版社, 2017.
- [7] 张天飞. 国内典籍译介背景下“《论语》英译”学术活动调查研究 [J]. 海外英语, 2018(10).

本文系江苏省高校哲学社会科学研究项目“基于读者接受的《论语》英译及传播研究”(2017SJB2158)阶段性成果; 中国矿业大学徐海学院首批课程思政教学改革研究课题“独立学院大学英语课程思政构建”(YA1913)研究成果