

《晏子春秋》外传的多维分析与传播策略探究

刘翰卿¹, 郭凤娇¹, 苏莹莹¹, 李宇涵¹, 孙奕婷², 张继尧³, 杜庆龙^{1*}

1. 济南大学外国语学院, 山东 济南 250022

2. 济南大学文学院, 山东 济南 250022

3. 济南大学信息学院, 山东 济南 250022

摘 要： 本文聚焦于《晏子春秋》海外传播的多元维度，通过深入分析其传播内容、主体、受众等核心要素，结合现代传播渠道与效果评估，揭示了该典籍在全球文化交流中的独特价值与传播路径。《晏子春秋》以其丰富的哲学思想与人文内涵，吸引了多元化的传播主体与广泛的国际受众。通过提出的传播策略，优化其海外传播路径，为中华典籍的海外传播提供了新视角。

关 键 词： 《晏子春秋》海外传播；多元维度；传播策略；国际影响力

Multi-dimensional Analysis and Dissemination Strategy Exploration of the Stories of "Yanzi Chunqiu"

Liu Hanqing¹, Guo Fengjiao¹, Su Yingying¹, Li Yuhan¹, Sun Yiting², Zhang Jiyao³, Du Qinglong^{1*}

1. School of Foreign Languages, University of Jinan, Jinan, Shandong 250022

2. School of Literature, University of Jinan, Jinan, Shandong 250022

3. School of Information, University of Jinan, Jinan, Shandong 250022

Abstract： This article focuses on the multiple dimensions of the overseas dissemination of "Yanzi Chunqiu". Through in-depth analysis of its core elements such as dissemination content, subjects, and audiences, combined with modern dissemination channels and effect evaluations, it reveals the unique value and dissemination path of this classic in global cultural exchanges. With its rich philosophical thoughts and humanistic connotations, "The Spring and Autumn of Yanzi" has attracted diverse communication subjects and a wide international audience. Through the proposed dissemination strategy, the overseas dissemination path is optimized, providing a new perspective for the overseas dissemination of Chinese classics.

Keywords： overseas dissemination of "Yanzi Chunqiu"; multiple dimensions; communication strategy; international influence

引言

《晏子春秋》作为中国古代经典文献，承载着丰富的哲学思想与人文内涵，展现了春秋时期齐国政治家晏婴的智慧与德行。自 19 世纪起，它逐渐受到海外学术界关注，成为研究中国古代文化的重要文本。在全球对中国传统文化兴趣日益增长的背景下，其海外传播面临着多元化的机遇与挑战。

本文深入探讨《晏子春秋》在海外传播的多元维度，分析传播主体、受众特征、传播内容，结合现代传播渠道与效果评估，揭示其在全球文化交流中的独特价值与传播路径，并提出创新传播策略，旨在优化其海外传播路径，提升国际影响力，为中华典籍海外传播提供新视角，推动中华文化的国际传播与交流。

一、传播主体

在《晏子春秋》海外传播进程中，传播主体及翻译项目的发起者、执行者共同构建起传播网络。深入探究这些主体，有助于

理解传播机制。

（一）多元传播主体

1. 学术机构与学者

学术机构在《晏子春秋》海外传播中发挥关键作用。特拉维

课题项目：山东省大学生创新创业训练计划项目“‘中国文化走出去’背景下《晏子春秋》的英译与传播研究”（S202410427009）的研究成果。

夫大学的欧永福教授完成《晏子春秋》英译,并通过学术研讨会剖析其学术价值。普林斯顿大学、剑桥大学、宾州大学等美国顶尖学府的学者也深入研究传播,拓展其国际影响力。中国社会科学院和中国文化遗产研究院分别凭借在先秦典籍研究和文化遗产保护研究方面的积累,为《晏子春秋》传播提供学术支撑。哈佛燕京图书馆珍藏《晏子春秋》等古籍,通过开放馆藏、支持学术研究推动传播。不过,众多海外图书馆在古籍编目整理上存在困难,传播合作有待加强^[1]。

学者群体同样不可或缺。国内常州工学院刘文斌教授专注《晏子春秋》研究,发表多篇论文并出版专著。吴则虞先生的《晏子春秋集释》校勘注释全面细致,为后世研究奠定基础。梁启超、刘师培等历代学者的研究成果丰富了该领域知识体系。海外的欧永福教授翻译注释的《晏子春秋》入选“大中华文库”,英国汉学家米欧敏也翻译了该书,他们的研究翻译推动了《晏子春秋》的学术发展与中外文化交流。

2. 出版机构

中国人民大学出版社2018年出版的《晏子春秋(大中华文库(汉英对照))》,由欧永福教授导言、注释并翻译,记载晏婴言行,包含内、外八篇共二百一十五章,涉及晏婴劝君主勤政、爱民、任贤等事例。

3. 文化组织与个人爱好者

海外文化组织、孔子学院等通过文化活动、展览、讲座介绍《晏子春秋》,搭建文化传播桥梁。海外个人爱好者利用社交媒体、博客分享心得^[2]。

(二) 翻译项目相关方

学术机构、学者、出版机构因学术研究、文化交流或市场需求发起翻译项目,特定情况下政府或国际组织也会成为发起者。译者作为翻译项目的核心,需具备深厚的中外文功底与中国文化知识。编辑团队负责审校、润色、排版,出版机构负责出版、发行、推广,各方紧密配合完成项目。

二、传播受众

依据传播学5W模式的受众分析理论,考虑国外受众与国内受众的差异,对《晏子春秋》英译本受众按兴趣和需求分类意义重大。

对中国古代文化感兴趣的普通大众,缺乏专业历史文化知识,因好奇中国古代文化魅力而阅读,希望扩充知识面,但易被高深理论劝退。有历史知识的海外教育行业从业者,如历史教师、学者等,因《晏子春秋》的智慧思想具有教育启发作用而学习并用于教学,他们还在社交媒体推广,兼具接受者和传播者的身份。海外研究中国古代文化的学者和学生是英译本的主要受众和消费群体,他们兴趣浓厚、有历史知识,阅读需求明确,注重理论与实践结合,渴望专业知识和学术指导。研究中国古代文化的学界人士,如历史学家、汉学家等,学术背景深厚,部分杰出者翻译的英文书籍在海外影响广泛,像欧永福教授遵循语言学原则进行学术翻译,米欧敏教授译者增加注释和背景知识,助力读者

深入理解^[3]。

传播受众视角对文化译介至关重要。当前中国文化译介效果不佳,原因之一是传播主体忽视受众要素。翻译策略影响传播效果,异化翻译保留文化特色,归化翻译注重译文可读性,译者需根据文本类型、读者群体、翻译目的选择合适策略。

三、传播内容

(一) 译本传播

19世纪,西方传教士和汉学家的研究使《晏子春秋》进入欧美学者视野。20世纪以来,欧美汉学家对其进行系统研究,通过翻译、注释和分析将其介绍给西方读者,欧美高校相关系也将其纳入教学内容。目前,英语国家中米欧敏与欧永福的英译本最为著名。米欧敏是《晏子春秋》全本的首位英译者,推动了其在英语国家的学术研究。欧永福教授参与英译并与人合作出版汉英对照版,被列入“大中华文库”,附有详细注释和导言,便于读者理解^[4]。

(二) 思想传播

1. 政治思想

《晏子春秋》体现了以民为本、君臣关系等政治思想。书中多次记载晏子劝谏齐景公减轻赋税的故事,如《卷七外篇篇二》《卷七外篇篇七》中晏子指出景公的不当行为给百姓带来的负担。在君臣关系方面,晏子认为君主要严于律己、选贤任能,臣子要忠君爱国、守正清廉,如《卷六内篇篇二十五》中晏子对君臣关系的论述。

2. 外交思想

晏子善辩,其外交思想可概括为独立自主、和平共处。他认为国家要有尊严,反对依附大国和接受羞辱要求,在与楚王的对话中,晏子以“橘生淮南则为橘,生于淮北则为枳”维护了齐国尊严。同时,他反对通过战争树立齐国威信,如在《卷三内篇篇三》中劝阻景公伐鲁。

3. 道德思想

晏子提倡廉洁奉公、厉行节俭。“廉政”一词最早出自《晏子春秋》,晏子一生以廉为标准约束自己,如《卷六内篇篇十二》中描述他衣着朴素、生活简朴^[5]。

(三) 文学价值传播

1. 叙事风格

《晏子春秋》采用记言和记事相结合的方式,记事部分采用“三段式”叙事模式,在较短篇幅内讲述事件的起因、发展和结果,结构层层递进,逻辑性强,通过生动故事展现晏子的形象和思想,如《卷七外篇篇二》中景公与晏子的故事。

2. 高超的写人手法

通过细节描写、对比手法和语言描写丰富人物形象。细节描写如描写晏子“弊裘羸马”体现其廉洁奉公;对比手法如侍从的悲伤与晏子的笑形成对比,突出晏子以国家和人民利益为重的品质;语言描写展现不同人物的个性,如晏子的语言简洁明了、富有智慧,佞臣的语言谄媚。

3. 对后世写作的影响

《晏子春秋》为后世人物传记写作提供范例，影响了司马迁撰写《史记》等纪传体史书。它也可看作是中国最早的短篇小说集之一，为后世短篇小说创作提供借鉴，如《世说新语》在体裁形式上与之有相似之处。此外，它还贡献了许多典故，成为新的创作素材，如折冲樽俎、二桃杀三士、社鼠猛狗等^[6]。

（四）文化价值传播

《晏子春秋》是研究春秋后期齐国社会历史风貌的重要史料，记载了齐国的政治、经济、文化等多方面情况，可与其他历史文献对比分析，对历史事件起到证伪作用。晏子作为春秋时期儒家代表之一，其主张的以民为本、为政以德等观点，是了解儒家创立之初思想的重要材料。书中对“和”与“同”的辨析体现了中华民族的辩证思维，对中国哲学思想发展具有启示作用^[7]。

四、传播渠道

（一）出版社

出版社在《晏子春秋》传播中具有重要作用。其优势在于内容权威，能系统全面呈现原文内容，如中华书局等出版社的版本。纸质书籍适合深度阅读与研究，且在国外，纸质书仍受很多人喜爱，如德国、法国、美国等国家购买纸质书的比率较高。但出版社也存在局限性，如流通受限，受地域、物流因素影响，偏远地区获取书籍困难；成本较高，影响传播广泛性；还可能受到政治与意识形态因素的影响，中国典籍在国外更依赖国外出版社，可能存在文化差异与意识形态方面的问题。

（二）网络平台

网络平台是书籍传播的重要潮流。其优势在于传播途径多元，可通过网上书店、搜索引擎、社交媒体等渠道传播，如亚马逊网上书店、谷歌搜索引擎、脸书社交媒体平台等。传播范围广，打破空间界限，如《三体》通过电子书平台在全球传播。书籍数据库强大，方便查找。然而，网络平台存在版权保护问题，非法出版物和盗版书籍可能传播。内容准确性参差不齐，中国古典名著在网络上可能存在错误解读。阅读深度不足，网络阅读多为碎片化阅读，不利于领会名著内涵。

（三）文化活动

文化活动如学术交流会与图书展，能增强体验感，加深对书籍内容内涵的认识，如讲座、展览、读书会等活动可吸引对传统文化感兴趣的人群。营造文化氛围，激发读者对传统文化的兴趣和热爱。促进文化交流，彰显国家文化软实力。但文化活动受到时间、场地、资金等因素限制，活动频率和规模有限。受众参与度不稳定，受活动主题、宣传力度等因素影响。受众影响力不足，学术交流会与讲座的受众主要局限于学术圈，普通大众接触较少，只能作为辅助传播手段^[8]。

（四）影视改编与传播

名著改编成影视作品具有可行性，因为文学名著与影视作品都注重故事性讲述，且都能雅俗共赏。影视改编的优势在于形象

直观，吸引观众，能跨越语言和文化障碍，如老版《三国演义》电视剧在海外的受欢迎程度。但影视改编需要较高制作成本和专业化制作团队，且要在尊重原著的基础上创新，难度较大。不同国家和地区的影视审查标准和观众喜好存在差异，可能影响作品接受度，质量不高还可能负面影响原著文化形象。

五、传播效果

（一）总体传播效果概述

近年来，《晏子春秋》因富含智慧和哲理受到国外学者关注与研究。以《晏子春秋》为主题的学术传播效果呈现国际化特点，如2018年中国人民大学出版社举办的学术研讨会，促进了中外学者交流，推动了研究的国际化进程^[9]。

（二）《晏子春秋》的国内传播效果

在国内，《晏子春秋》研究多聚焦于本体研究，涉及学派归属、成书作者、校刊注释、词汇、思想等多方面内容。在文学价值与传播上，其生动的人物刻画、精辟的政治见解和深刻的哲理思考对后世文学产生影响，如“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”等故事广为人知，其叙事技巧和人物塑造手法被后世借鉴。在思想教育作用上，书中的政治智慧和伦理道德观，如仁政爱民、节俭谦逊等思想，在古代社会起到道德规范作用，在现代教育中也常被用作培养品德修养和公民意识的教材。在社会影响与文化传播上，其“礼治”理念影响中国古代社会治理模式，人文关怀精神促进儒家仁爱思想传播，还对东亚其他国家文化产生辐射效应。

（三）《晏子春秋》的国外传播效果

西方最早译介《晏子春秋》始于1867年，欧永福教授和米欧敏女士的英文版翻译促进了中国古代文学和哲学思想的国际传播，提升了典籍的国际影响力，但目前传播效果并非十分理想。国外《晏子春秋》翻译语料库尚未建立，研究起步较晚，对其翻译及研究仍需深入。虽然国外学者注重语料库建设，但涉及《晏子春秋》的双语语料库尚未出现。国外研究者多从语言、政治、历史等角度研究，文化思想传递的变异研究不足，翻译和传播方面有待进一步探索。不过，《晏子春秋》在国际国内学术界的研究呈现多元化趋势，随着大数据时代到来，典籍研究与新技术结合以及多语种译本的出现将是未来研究发展方向。

六、传播策略

（一）创新传播形式，更新传播技术

出版机构应探索新出版模式，推出“数字翻译图书”项目，将《晏子春秋》以电子书、有声书、视频书等形式呈现，利用社交媒体、在线阅读平台推广销售。同时，树立品牌意识，打造翻译图书精品，如推出限量版精装译本，配以精美插图和详细解读。

（二）划分传播对象，满足不同偏好

根据彼得·纽马克对读者的分类，针对不同读者提供不同版

本的《晏子春秋》。对于儿童和青少年，提供插入丰富插图和漫画的简单有趣版本，如以漫画形式呈现晏子使楚的故事。对于专家，提供原文及详尽注释，展示最新学术成果，附上研究论文索引等学术工具。对于对中国文化有一定了解并持续感兴趣的人群，提供多语种版本，并加入与其他传统文化经典的比较阅读，如对比《晏子春秋》与《论语》的治国理政思想。

（三）提升译者能力创作优秀译本

强化译者专业素养与文化敏感性，通过组织翻译工作坊、邀请资深翻译家分享经验等方式提升译者技能。注重原作精神与风格的忠实传达，深入研究原作，准确传达晏子言辞中的机智、幽默和深刻思想。

（四）教育合作推广以教学促文化

与海外教育机构、学校合作，将《晏子春秋》纳入教育课程或文化体验项目。为低年级学生编写配有彩色插图的故事读本，为高年级学生组织专题讲座、开展文化工作坊，还可设立“晏子

文化交流奖学金”，鼓励海外学生深入学习研究。

（五）善于借助网络打造文化 IP

制作关于《晏子春秋》及其历史背景的纪录片和专题片，展示其独特魅力和深厚底蕴。与国际广播电台合作推出广播节目或专题节目，制作有声书版本。在慕课平台开设在线课程，举办线上讲座和研讨会，设置互动环节，增强学习效果^[10]。

七、结语

通过对《晏子春秋》海外传播的多元维度进行深入剖析，本文通过分析海外的受众特点与传播渠道的优劣分析；提出了四点创新传播的策略，可以进一步优化《晏子春秋》的海外传播路径，提升其国际影响力，为中华文化的国际传播与交流贡献更多力量。

参考文献

[1]李媛媛.《晏子春秋》的政治观念及其当代价值[J].青岛职业技术学院学报,2023(4):75-82.
[2]曹明芝.《晏子春秋》文本研究[D].山东大学,2022.
[3]贾海鹏.《晏子春秋》思想研究[D].华中师范大学,2017.
[4]柴楠,王泽皓,刘珊.中华典籍英译研究的可视化分析(2013-2022)[J].外语学刊,2024(2):58-66.
[5]季红琴,刘海.《论语》英译本对外传播现状及策略研究[J].许昌学院学报,2023(3):43-51.
[6]欧永福(yoavariel).晏子春秋[M].北京:中国人民大学出版社,2018.
[7]苗贵松.取精用弘自成一家——刘文斌《〈晏子春秋〉研究史》的学术贡献[J].图书情报工作,2016,60(s1):55-58.
[8]吴则虞.晏子春秋集释[M].中华书局,1962.
[9]刘涛,季珊宇.中国古典文学名著的现代传播途径[J].名作欣赏,2020,(33):16-18.
[10]许峰;尹玉珊.《晏子春秋》文体辨正.广西师范学院学报(哲学社会科学版),2013(02):144-165.