

目次

第 1 章 绪 论	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
第 2 章 中国典籍对外传播及读者接受理论	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
第 3 章 中国典籍翻译概况	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

第 4 章	海外外国读者中国典籍英译作品接受调查研究	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
第 5 章	来华外国读者中国典籍英译作品接受调查研究	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
第 6 章	中国典籍英译作品网络读者接受市场调查研究	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
第 7 章	基于读者接受调查的中国典籍外译之道	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