

讲好中国故事视域下的中国文化元素对外翻译研究

陈爱芳, 邓李肇*

广西财经学院 广西南宁

【摘要】讲好中国故事的本质就是中国故事的全球传播,而传播的本质是意义的共享与情感的共鸣。翻译作为跨文化传播的核心环节,其终极目标并非语言符号的简单转换,而是实现文化意义的跨语境迁移,使目标受众理解、共鸣与接受。中国文化元素是中国故事的重要成分,因此向世界讲述中国故事时,要将中国文化符号进行共情化转译,转变叙事视角将中国文化进行共情化重构,使目标受众从认知上完成文化语义的解码理解,情感上实现文化价值的共情共鸣,行为上推动文化实践的接纳认同。

【关键词】讲好中国故事; 中国文化元素; 共情; 翻译策略; 翻译原则

【基金项目】广西哲学社会科学“外语学科专项课题”(24WYL002):“‘一带一路’背景下助力中国企业出海东盟的语言服务研究”

【收稿日期】2026 年 8 月 5 日

【出刊日期】2026 年 9 月 7 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20260291

On translating Chinese cultural elements into English in the context of “Telling Chinese Stories Well”

Aifang Chen, Lizhao Deng*

Guangxi University of Finance and Economics, Nanning, Guangxi

【Abstract】In essence, telling Chinese stories well to the world is a global communication of those Chinese narratives, and the nature of communication lies in meaning sharing and emotional resonance. As the core of cross-cultural communication, translation does not deal with the mere conversion of linguistic symbols, but the cross-contextual transference of cultural meanings, which facilitates audiences' comprehension, resonance, and acceptance. As the key components of Chinese stories, Chinese cultural elements should be rendered empathically, with empathetic narrative reconstruction integrated into the process of telling Chinese stories. This approach helps decode and interpret the cultural meanings of Chinese elements, evoke a response from audience and enable them to embrace Chinese culture.

【Keywords】Telling Chinese Stories Well; Chinese cultural elements; Empathy; Translation strategy; Translation principles

1 引言

党的二十大明确提出,要讲好中国故事,向世界传播中国文化、分享中国经验、传递中国智慧,增强中华文明传播力影响力。随着“一带一路”倡议的实施和人类命运共同体的构建,翻译和传播中国文化,讲好中国故事已成为一项紧迫的时代课题,这对中国文化、治国理政的理念方案、企业及产品等出海具有重要意义。

中国文化元素是中国故事的重要成分,讲好中国故事绕不开文化元素的翻译和传播。长期以来,由于文化差异等原因,中国文化的外译存在核心内涵传递偏差、文化符号错位、语义不对应等问题,严重制约了中

国故事对外传播的效果。本文从讲好中国故事这个时代背景出发,以共情传播理论为基础,针对中国文化元素翻译与传播存在的问题,提出翻译原则、策略与方法,以期提升受众对中国文化、中国智慧和中国方案的理解、认同与接受,促进中外文明交流互鉴。

2 中国文化元素的内涵及分类

2.1 中国文化元素的内涵

文化是一个国家、一个民族的灵魂,是人民的精神家园。中华优秀传统文化历经数千年的发展,是文化之瑰宝,更是中华民族的精神命脉^[1]。那么,什么是文化呢?不同学科的学者观点各异,仁者见仁,智者见智。

作者简介:陈爱芳(1994-)女,广西来宾人,英语 MTI 研究生,主要研究方向为翻译理论与实践;

*通讯作者:邓李肇(1976-)男,广西合浦人,硕士,副教授,主要从事西方修辞学、翻译理论与实践、翻译教学等研究。

人类学家泰勒认为,文化,或文明,就其广泛的民族学意义来说,是包括知识、信仰、艺术、法律、道德、风俗以及作为社会的一员所掌握的任何其他能力和习惯的复合总体^[2]。19世纪德国的阿德伦、克莱姆和法国的赫里奥特等学者提出了历史学的文化概念。他们认为,文化指的是人类创造性所积累下来的财富:书籍、绘画、建筑物之类;为适应我们周围的人类的和自然的环境的调节方式的知识;语言、风俗以及长期以来形成的礼节、伦理、宗教和道德的体系^[3]。这两个定义表述不同,但对文化的基本构成要素观点几乎一致。

因此,基于以上文化概念本文中的中国文化元素是指中华民族几千年来形成的哲学思想、价值观念、审美情趣、宗教信仰、伦理道德、政策法规、琴棋书画、语言文学、风俗习惯、工程建设等各种物质和非物质的符号集合。

2.2 中国传统文化元素的分类

按文化元素的内容分,可分为思想哲学、艺术美学、民俗节庆、建筑工艺、音乐舞蹈、语言文字等六大类,每大类又包含若干小类。按文化元素的存在形态与载体特征分,又可以分为物质文化类(如瓷器、传统建筑、传统服饰等)、制度礼仪类(如二十四节气、宗法制、科举制等)、精神文化元素(如儒家思想、阴阳五行、中庸等),各类型之间并非截然分离,而是存在交叉与互通。

3 中国文化元素翻译与传播的问题与困境

当前,中国文化外译实践中存在的问题主要是译文质量与传播双重维度的综合性困境,未能达成有效的跨文化理解和认同。

3.1 核心内涵传递偏差

很多中国传统哲学思想概念的内涵在外译过程中存在文化误读或内涵传递偏差的问题。如“天人合一”的“天”被译为“Heaven”,“合一”被译为“union with”或“in harmony with”。“这种译法虽力求准确,但牢牢锚定在西方读者熟悉的宗教哲学话语体系上,其生态意涵是潜在的而非显在的。”^[4]儒家思想的“仁”被简单译为“benevolence”,仅传递了“仁慈”的表层含义,内涵传达不充分。

3.2 文化符号错位

中华民族最具代表性的文化符号与精神象征——“龙”曾长期被译为“dragon”。在基督教文化中,“dragon”是邪恶、贪婪的象征,这样翻译会让西方读者将中国龙与邪恶形象挂钩,导致他们对中国文化象征的误解,严重扭曲文化内涵。

3.3 语境适配缺失

典故往往承载着历史背景、价值观念、民族心理等隐性信息,这些信息依赖特定的文化语境才能被理解。语境缺失就会导致受众无法理解典故的文化内涵,自然无法产生共鸣,传播效果就会打折扣。如典故“项庄舞剑,意在沛公”,比喻表面做某事,实则另有图谋。缺乏楚汉相争的历史背景,直译为“Xiang Zhuang dances with a sword, aiming at Pei Gong”会让受众完全无法理解其深层含义。

3.4 语义不对应

语义不对应的问题往往是源于翻译时“望文生义”。如古诗句“独自莫凭栏”中的“凭栏”常被译为“lean on the railing/balustrade”。“凭栏”不仅是“倚靠栏杆”的动作描述,更承载了思念、惆怅、家国情怀等复杂情感,按字面意思直译完全消解了其背后的情感与文化意境。又如成语“七月流火”原意是指夏去秋来,天气转凉,但常被错译为“The seventh lunar month brings scorching heat”(七月的天气很炎热)。

3.5 传播效能不佳

传播效能不佳有多方面的原因:内容方面,很多仍以“展示成就”为核心,而非从海外受众的文化需求出发,导致内容缺乏情感共鸣点。传播范围方面,目前仍主要局限于学术界与汉学研究圈,尚未能有效触达西方公众与更广泛的知识界,导致中国智慧难以真正参与塑造国际大众的文化认知^[5]。传播渠道方面,没有针对当地用户的语言习惯、传播节奏、平台规则进行适配等。

4 讲好中国故事与中国文化元素翻译

4.1 讲好中国故事的本质

“讲好中国故事”就是立足中国、着眼世界,以充沛的中国故事资源为题材,向全球传播中国故事,充分展示中国文化的内涵与魅力,有效提升中国的文化软实力^[6]。从更深层次来看,有效提升中国文化软实力就是将中国文化从“‘地方性知识’转化为具有‘世界性意义’的人类共同财富”;“‘世界性意义’则强调中国[文化]经典在跨文化传播过程中,被不同文明理解、接受与再阐释,并最终参与塑造人类共同价值体系的历史进程与现实影响”^[5]。

换句话说,讲好中国故事最终目的是通过构建兼具中国特色与人类共同价值的话语体系,在全球传播格局中,以共情性叙事传递中国文化内涵及发展的内在逻辑,推动形成对中国文化和发展模式的理性认知与价值共鸣。

4.2 理论基础

讲好中国故事的本质就是中国故事的全球传播,而传播的本质是意义的共享与情感的共鸣。因此,受众对中国故事从“认知理解”到“情感共鸣”再到“行动认同”的过程就是“共情”的过程。

“共情”(Empathy),这一概念是1909年美国心理学家Edward B. Titchener将德语“Einfühlung”翻译为英语“empathy”正式引入心理学领域。此后,医学、传播学等众多学科都将其引入各自的研究领域。学者赵建国认为,共情接近于情感共振、情感共鸣,即是产生了相同或相似的情感、情绪,共情形成过程就是一个交流、沟通、传播过程,离开了交流、沟通、传播就难以形成共情。共情传播就是共同或相似情绪、情感的形成过程和传递、扩散过程。共情与传播效果分认知、情感态度、行为三个层面,三者既相互独立又紧密关联、动态递进:认知变化会引发情感态度联动,情感态度认同又会深化认知共识;当认知趋同与情感价值认同形成合力时,最终会指向一致行动^[7]。

4.3 中国文化元素对外翻译的策略选择

美国翻译理论家Venuti提出了异化/归化的翻译策略。他认为异化即偏离目标语文化当前的主流价值观,对本土典律排除在外的原文进行恢复,以边缘文化抵制、修正占统治地位的文化;归化即遵守目标语文化主流价值观,对原文进行保守的同化,使其迎合本土典律、出版潮流和政治需求^[8]。换言之,异化是以源语文化为中心,保留源语的语言特色和文化元素,让读者感受到异质文化的独特性,促进文化交流和理解^[9]。归化是以目标语文化为中心,采用目标语读者熟悉的表达方式和文化语境进行翻译,消除文化差异,降低读者的理解难度。

就讲好中国故事而言,译者就要根据故事内容和目标受众的情况选择中国文化元素在翻译中是“隐身”还是“显形”,是融入对方还是保留自我特色。不管归化还是异化,翻译策略选择的依归均为共情化转译,实现情感共鸣。

4.4 讲好中国故事的文化元素翻译原则

要讲好中国故事,译者就必须处理好跨文化信息传递的准确性与受众接受度的平衡问题。翻译时,译者应遵循以下原则:

4.4.1 文化保真与功能对等动态平衡原则

文化元素是一个民族的身份符号,其独特性构成了文明多样性的基础。讲好中国故事,传播中国文化,文化元素翻译首要原则是保留其文化基因,避免过度

归化导致文化消解。如“科举”译为“Keju Examination”而非“civil service exam”,以保留中国古代选官制度的独特性。同时,我们也要根据翻译目的、目标读者和文化元素的类型,灵活平衡文化保真与功能等效的权重,以实现跨文化沟通与传播的最终目的。如谚语“说曹操曹操到”可套译为“speak of the devil, and he appears.”,虽然变换了文化意象,但语义相同,异曲同工。

4.4.2 受众导向与分众传播精准适配原则

讲好中国故事和翻译都是一种跨社会、跨文化的交际与传播行为,其效果取决于目标读者的理解与接受程度。因此,中国文化元素翻译都必须坚持受众导向,充分考虑目标读者的文化背景、认知水平和阅读习惯等选择翻译策略及方法,使译文符合受众的表达习惯,引起受众的情感共鸣。如中国哲学概念“阴阳”,面向西方普通读者时,可采用“直译+注释”的方式译为“yin and yang, the two opposing yet complementary forces in traditional Chinese philosophy”,以帮助他们认识和理解这一哲学概念的内涵;而面向专门研究中国文化的汉学家,直接译为“yin and yang”即可,无需加注解。

同时,不同的目标受众对翻译的需求和接受度存在差异,必须实施分众传播策略才能与受众共情与共鸣。针对学术领域,宜采用严谨的学术翻译,通过学术期刊、专业书籍等渠道传播;文学领域就采用文学性强的翻译,通过文学出版物、文学节等传播;大众文化领域采用通俗易懂的翻译,通过电影、电视剧、社交媒体等传播。

4.4.3 话语创新与文明互鉴双向赋能原则

讲好中国故事不仅是文化的传递,更是话语的建构。在全球化背景下,讲好中国故事让中国文化走向世界,必须构建具有中国特色的国际话语体系,打破西方学界长期以其哲学框架对中国经典进行切割与标签化阐释的话语霸权^[10]。如创新性地提出“人类命运共同体”这一概念并译为“a community with a shared future for mankind”,构建了全新的国际政治话语。“一带一路”译为“the Belt and Road”也是一种表达创新,简洁明了,易于传播。

讲好中国故事的过程,也是中西方文化相互交流、相互借鉴的过程。通过翻译,我们可以向世界展示中国文化的独特魅力,同时也可以吸收西方文化的优秀成果,促进中西方文化的相互理解、相互尊重、相互融合和共同发展,双向赋能。

4.5 中国文化元素的翻译方法

4.5.1 物质文化元素

物质文化是人类在生产生活中创造出的有形、可触摸的文化载体,是文化的物质表现形式,承载着特定群体的生活方式、价值观念与历史记忆,包括瓷器、建筑、服饰、饮食等。这类文化元素的翻译主要采取异化翻译策略,必要时辅以归化,用直译、音译+注释等译法,最大程度保留文化独特性。

例 1 原文:坎儿井是新疆各民族智慧的结晶,体现了人与自然和谐相处的理念,2006 年被列入国家级非物质文化遗产名录。

译文: As a crystallization of the wisdom of all ethnic groups in Xinjiang, Karez (an underground irrigation system in Xinjiang) embodies the concept of living in harmony with nature. It was added to China's National Intangible Cultural Heritage List in 2006.

分析: 翻译中国特有的地理概念和工程名称主要采用异化策略,原文中的“坎儿井”用“音译+注释”的方法译为“Karez (an underground irrigation system in Xinjiang)”。 “音译”保留了坎儿井的文化独特性,避免意译造成的文化内涵丢失;“注释”是叙事策略的共情化重构,将中国故事嵌入目标受众熟悉的生活场景,便于读者不需要相关背景知识就能理解新疆地区特有的地下水利灌溉系统。

例 2 原文:旗袍是中国服饰文化的杰出代表,其设计融合了东西方服饰元素,体现了中国女性的柔美与端庄,成为中国文化的重要符号。

译文: Qipao, an outstanding representative of Chinese clothing culture, blends Eastern and Western fashion elements in its design. It showcases the tenderness and elegance of Chinese women and has become a significant symbol of Chinese culture.

分析: 中国特有的服饰“旗袍”翻译时采用了异化策略,直接音译为“Qipao”,保留中国文化的特性;同时调整句法进行共情化叙事策略重构,将第一个分句的内容译出作为“Qipao”的同位语,对其进行补充说明,有助于读者对“旗袍”这种中国服装的认知与理解。

例 3 原文:腊八粥的起源可以追溯到先秦时期。古人每年农历十二月初八举行腊祭,以五谷煮粥祭祀祖先与神灵,祈求丰收避疫。

译文: The origin of Laba Porridge can be traced back to the Pre-Qin period (c. 2100–221 BCE). On the 8th day of the 12th lunar month, ancient Chinese people used to hold an annual “Laji” (sacrifice rituals) to honor their ancestors and deities with congee made with assorted

grains as a sacred tribute, praying for good harvests and health.

分析: 文化术语“腊八粥”和“先秦时期”采用“异化为主,辅以归化”的翻译策略。“腊八”音译为“Laba”,传递中国传统节日文化;“粥”归化使用目标受众熟悉的英文通用术语“Porridge”,构建情感融通,帮助受众理解腊八粥的内涵。“先秦时期”译为“Pre-Qin period (c. 2100–221 BCE)”,加注说明时间范围,降低受众理解难度。“腊祭”采用“音译+注释”的方法译为“Laji”(sacrifice rituals),保留文化特异性的同时补充解释将中国文化内容嵌入到受众熟悉的祭祀生活场景,进行共情化叙事重构,帮助受众理解中国传统习俗。“五谷”归化使用英文常用来描述精心搭配食材组合的“assorted”翻译,既突出古人精心搭配五谷杂粮的饮食智慧,又能与受众融通共情。

4.5.2 制度文化元素

制度文化是人类社会在长期实践中构建的规范体系,以正式规则与非正式习俗为双重载体,承担着维系社会秩序、传承价值观念与协调群体行为的核心功能,是连接物质文化与精神文化的关键中介。翻译制度文化元素时,要根据具体的情况灵活采用不同的翻译策略与方法。

例子 1 原文:在婚礼上,新人要拜天地、拜父母和相互对拜,然后设宴招待宾客,并向宾客敬酒致谢。今天,许多年轻人依然钟情于传统的中式婚礼,体验独特而美好的中国式浪漫。^[11]

译文: In the wedding, the couple bows to Heaven and Earth, their parents, and then to each other. This is followed by a banquet to entertain guests, during which the couple toasts and thanks the guests. Today, many young people still favor traditional Chinese weddings, so as to experience the unique and beautiful Chinese-style romance.^[11]

分析: 中国传统婚礼仪式“拜天地”的翻译采用“归化+异化”的策略。“拜”归化意译为“bow to”,“天地”异化直译为“Heaven and Earth”,既保留中国传统文化特色,又向受众介绍中国人对天地的敬畏及体现婚姻的合法性和神圣性。这一点与西方婚礼向上帝宣誓,借助神圣力量赋予婚姻神圣性和约束力的习俗相似,这种文化符号的共情化转译提升了译文的可读性和接受度,有利于中国故事的传播和引发受众的共鸣。

例子 2 原文:“中国梦”在促进自身发展的同时,积极推动不同文明之间的交流互鉴,倡导尊重各国主

权和领土完整、平等互利、共同发展。

译文: As it pursues its own growth, the Chinese Dream (a concept proposed by Xi Jinping in 2012, referring to the great rejuvenation of the Chinese nation, which includes national prosperity, rejuvenation, and people's happiness) actively fosters exchanges and mutual learning between different civilizations, and advocates respecting sovereignty and territorial integrity of every country, as well as promoting equality, mutual benefit, and common development.

分析: “中国梦”的翻译采用“直译+注释”的方法, 直译翻译“中国梦”术语本身, 加注释补充“中国梦”的核心内涵。这种将中国故事嵌入目标受众熟悉的场景, 与目标受众对国家的繁荣、人民幸福等现实的利益挂钩的共情化叙事, 使目标受众更容易理解、接受和共鸣, 更有利于中国故事的传播。

例子 3 原文: 改革开放是中国现代史上最重要的事件之一, 始于 1978 年。改革开放的政策包括对内改革和对外开放两个方面。对内改革首先从农村开始, 实行家庭联产承包责任制, 极大地提高了农民的生产积极性。对外开放政策吸引了大量外资, 促进了中国经济的快速发展。(节选自 2018 年 12 月英语六级真题)

译文: Reform and opening-up is one of the most significant events in China's modern history, which began in 1978. The reform and opening-up policy includes domestic reform and opening-up to the outside world. Domestic reform first started in rural areas, with the household contract responsibility system implemented, which greatly enhanced farmers' enthusiasm for production. The opening-up policy attracted a large amount of foreign capital and promoted the rapid development of China's economy.

分析: 例子中的中国制度文化概念采用了异化翻译策略, “改革开放”直译为“reform and opening-up”,

“家庭联产承包责任制”直译为“the household contract responsibility system”, 既做到文化保真, 又实现国际话语的构建与创新。“家庭联产承包责任制”没有加注释对其内涵进行补充说明, 而是通过运用定语从句“which greatly enhanced farmers' enthusiasm for production”这种叙事策略补充说明这种制度的实施效果, 让目标受众理解这是一种激发农民积极性的制度即可。“外资”则用英语已有的经济学术语“foreign capital”进行归化翻译。这样叙事方式让“世界读懂中

国”与“保持中国话语主体性”之间取得了平衡, 也让目标受众理解了中国快速发展的秘诀, 将中国故事与目标受众密的现实利益关联起来, 他们更容易理解和接受。

4.5.3 精神文化元素

精神文化是人类在长期社会生活中形成的、反映群体精神特质的无形要素集合, 是文化的核心层, 是一个群体区别于其他群体的精神标识, 主要包括哲学思想、价值观念、宗教信仰、审美情趣等内容。精神文化元素的翻译策略通常是异化为主、归化为辅, 运用“音译+注释”、直译等翻译方法。

例子 1 原文: 构建人类命运共同体, 需要各国秉持“仁者爱人”的理念, 相互尊重、互利共赢。

译文: Building a community with a shared future for humanity requires all countries to uphold the Confucian concept of “ren zhe ai ren” (loving others as oneself) and adhere to mutual respect and win-win cooperation.

分析: “仁者爱人”是儒家思想的核心内容之一, 翻译时增补“Confucian”文化背景, 再音译为“ren zhe ai ren”并加注释“loving others as oneself”。这种处理方法精准传递了“仁者爱人”中推己及人的核心内涵, 让受众能直观理解儒家“仁爱”不是单向的付出, 而是基于同理心的对等关爱。这种中国文化符号的共情化转译正好与西方文化中“己所欲, 施于人”(Do as you would be done by) 的黄金法则吻合, 与受众的情感通融、共鸣。

例子 2 原文: 春节年画和剪纸是中国的传统民俗艺术, 比如“福”字、“喜”字、生肖图案等。这些民俗艺术不仅是节日的装饰, 更是中国人对喜庆、吉祥的审美追求和对美好生活的向往。

译文: Chinese New Year (Spring Festival) paintings and paper-cutting, such as Chinese characters “Fu” (blessing), “Xi” (joy), and zodiac animal patterns, are traditional Chinese folk arts which are not just festive decorations, but also symbols of Chinese people's pursuit of happiness and good luck, as well as their aspiration for a better life.

分析: “春节年画”意译为“Chinese New Year (Spring Festival) paintings”, 准确传达了年画的节日属性和文化内涵。“剪纸”直译为“paper-cutting”, 保留了这一中国传统民间艺术的独特性, 避免了意译可能带来的文化内涵缺失。“福”和“喜”用“音译+注释”的方法译为“Fu (blessing)”和“Xi (joy)”, 既保留了中

文化元素的独特性, 又通过注释帮助英语世界读者理解它们的基本含义。“生肖图案”将“生肖”归化译为“zodiac”, 利用英语世界读者熟悉的“指黄道十二宫”概念来共情化转译中国的生肖系统, 同时在“zodiac”后面加上“animal”, 明确这是中国特有的生肖系统, 保留了中国文化的独特性。这些中国文化概念的翻译既做到了中国文化的保真, 又能将中国文化符号进行共情化转译, 便于国际受众的理解、接受与传播。

例子 3 原文: 在中医理论中, 阴阳平衡是维持人体健康的基础, 增强免疫力、改善心理状态、促进疾病康复、延缓衰老进程等。

译文: In Traditional Chinese Medicine, the balance of Yin and Yang (the two opposing yet complementary forces in traditional Chinese philosophy) is key to staying healthy. It helps boost your immune system, improve your mental well-being, speed up recovery from illness, and slow down aging.

分析: “阴阳”这一中国哲学概念采用了异化翻译策略, “音译”保留中国文化意象, “注释”对中国特有的文化进行共情化处理, 便于目标受众理解和接受。在叙事上重点介绍“阴阳平衡”功能, 将中国故事嵌入目标受众的身体健康等现实利益, 链接人类注重健康的共通情感, 更能引发目标受众的认同感, 有利中医文化的传播与接受, 促进文明互鉴、双向赋能。

5 结语

“译出”不等于“传出”, 中国故事要讲得好、中国声音要传播得好, 需要翻译与传播双重维度都要做好, 受众才能够理解和共鸣。中国文化元素翻译要根据文化负载度和受众的实际情况, 灵活运用恰当的翻译策略及方法将中国特有的文化概念进行共情化转译; 叙事策略上, 要转变视角将中国故事嵌入目标受众熟悉的场景或将中国文化与目标受众的现实利益挂钩, 进行共情化重构, 避免陷入“自说自话”的困境。只有这样, 才能将博大精深的中华优秀传统文化转化为世界能够听懂、愿意倾听、进而理解与欣赏的“中国故事”, 为增进文明互鉴做出应有的贡献。

参考文献

- [1] 夏巍. 文化重要性的历史唯物主义阐释——兼论中华优秀传统文化的当代意义与传承[J]. 江海学刊, 2026(02): 112-120+255.
- [2] 转引自高丙中. 从文化的代表性意涵理解世界文化遗产[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2017(05): 40-48+196.
- [3] 闵家胤. 西方文化概念面面观[J]. 国外社会科学, 1995(02): 64-69.
- [4] 吕世生. “天人合一”的西方生态阐释与意义重构: 一种文明互鉴的个案研究[J]. 世界社会科学, 2026(01): 174-181.
- [5] 黄振华. 超越文化边界: 中国经典作为人类共同财富的传播历程与世界性意义[J]. 世界社会科学, 2026(01): 182-188.
- [6] 吴赞, 牟宜武. 中国故事的多模态国家翻译策略研究[J]. 外语教学, 2022(01): 76-82.
- [7] 赵建国. 论共情传播[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021(06): 47-52.
- [8] 张丹丹, 刘泽权. 异化/归化与显化/隐化对应关系量化考察——以《红楼梦》官称英译为例[J]. 外国语(上海外国语大学学报), 2024(05): 103-113.
- [9] 宋文娟. 归化还是异化: 文化专有项翻译策略浅论[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2009(12): 108-109.
- [10] 王学典、孟巍隆. 西方儒学研究新动向[N]. 光明日报, 2015-09-21.
- [11] 百文网. 2024 年 6 月英语六级翻译真题及答案[EB/OL]. (2024-06)[2026]. <https://www.oh100.com>.

版权声明: ©2026 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS