

基于语料库的《陕西：中华文明的肇始之地》 英译文本中的陕西形象研究

张泽轩¹, 杨婉琳¹, 孙雨昕²

¹上海海事大学外国语学院翻译系, 上海

²上海海事大学外国语学院商务英语系, 上海

收稿日期: 2025年4月22日; 录用日期: 2025年6月17日; 发布日期: 2025年6月27日

摘 要

基于自建《陕西：中华文明的肇始之地》汉英双语平行语料库，本文从高频实词、文化负载词等角度系统探究陕西地方形象建构及其背后成因与文化传播效能。研究发现：1) 《陕西：中华文明的肇始之地》英译本塑造的陕西形象主要表现为兼收并蓄、天人合一、踏实勤劳的积极正面形象。2) 译文传递了陕西文化的历史纵深性，有效实现了跨文化形象传播。该研究从语料库翻译学视角揭示了地方形象的再塑造路径，为新时代中国地方形象对外传播提供参考。

关键词

形象塑造, 陕西, 地方形象, 文化传播, 语料库

A Corpus-Based Study of Shaanxi Image in the English Translation of “*Shaanxi: A Cradle of Chinese Civilization*”

Zexuan Zhang¹, Wanlin Yang¹, Yuxin Sun²

¹Translation Department of College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai

²Business English Department of College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Apr. 22nd, 2025; accepted: Jun. 17th, 2025; published: Jun. 27th, 2025

Abstract

This analysis is grounded in a self-built Chinese-English bilingual parallel corpus of “*Shaanxi: A*

文章引用: 张泽轩, 杨婉琳, 孙雨昕. 基于语料库的《陕西：中华文明的肇始之地》英译文本中的陕西形象研究[J]. 现代语言学, 2025, 13(6): 771-779. DOI: 10.12677/ml.2025.136655

Cradle of Chinese Civilization". This study, which examines the construction of Shaanxi's image in the English translation, employs a multifaceted approach that incorporates the analysis of high-frequency content words and culture-loaded words. It delves further into the underlying causes and cross-cultural efficacy of this translation movement. The findings reveal that: 1) the English version of *"Shaanxi: A Cradle of Chinese Civilization"* portrays Shaanxi with a predominantly positive image characterized by inclusiveness, harmony between human and nature, and practicality and diligence; 2) the translation successfully conveys the profound cultural heritage of Shaanxi, thereby achieving effective cross-cultural image dissemination. This study may provide significant insights for promoting the international communication of Chinese local images.

Keywords

Image Construction, Shaanxi, Local Image, Cultural Communication, Corpus

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

党的二十大报告指出：“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”。在对外传播实践中，翻译作用不容忽视，因此，对外翻译已从单纯的语言转换升维为文化软实力建构的关键性工程，在全球化语境中承担着国家形象与意识形态话语权建构的双重使命。

“故事里的中国”系列丛书项目于2023年启动，由教育部中外语言交流合作中心联合新航道国际教育集团共同策划，以中国34个省级行政区为分卷主题，分中英两版，面对海内外青少年读者，旨在用讲故事的方式为读者呈现一个鲜活立体的中国[1]。其中，《陕西：中华文明的肇始之地》(以下简称《陕西》)作为丛书首卷，以陕西地域文化为切入点，通过微观叙事解码中华文明的演进密码，创新性构建地方形象。其英译本在跨文化语境下如何实现形象重构与传播，亟待学理层面的深度阐释。

语言符号的能指与所指关系(Ogden & Richards, 1923) [2]决定了翻译不仅是语言转换，更是文化意象的再编码过程。本研究基于自建《陕西》汉英双语平行语料库，采用计量语言学研究范式，从高频词、文化负载词等角度进行量化统计分析，系统考察《陕西》英译本的翻译策略及其形象形塑机制，以期为中国地方形象的外宣译介体系构建提供实践参考。

2. 文献综述

2017年，陕西省对陕西新形象重新进行定位，确定“了解中国从陕西开始”为海外推广语。学界关于陕西形象的研究多集中于新闻领域，且以国内报道新闻居多。李忠昌(2016) [3]以《人民日报》2011~2015年间涉陕新闻报道为研究样本，通过量化手段分析了陕西的政治形象、经济形象和文化形象。也有学者基于外媒“一带一路”涉陕新闻报道，借助内容分析法和框架分析探究国际媒体中的陕西形象表现为内陆枢纽与历史文化之乡(王贵斌、赵璇, 2023) [4]。影视符号学视域下，陈理慧、贺文静(2016) [5]指出电影《白鹿原》从风景、风俗、风情三个维度建构了一个雄壮、厚重、苍凉的文化陕西形象。相较而言，文学译介维度的陕西形象建构研究从文学作品角度讨论陕西形象的有关研究少之又少。

中国地方形象研究与陕西形象研究现状大同小异，但个别城市如上海、北京等由于自身经济中心或

政治中心的属性使得有关形象研究更加丰富，尤其在国际形象的塑造与传播方面有所建树。费雯俪、童兵(2021) [6]采用内容框架分析法，量化分析西方时尚媒体所报道的海派时尚文化，并进一步讨论上海城市形象对外传播的优化路径。

尽管目前有关中国地方形象的研究有一定进展，但透露出一些共性问题。1) 研究文本相对单一，地方的国际形象研究文本多为被动的新闻报道，鲜少有主动的外译实践研究；2) 研究方法以定性分析为主。个别研究涉及数据分析，但对于一些主题分类和情感判断剖析不够深入；3) 地方形象关注度较低。形象塑造多集中于国家形象等宏观形象，在地方形象塑造方面投入有所不足。

以上问题使得部分有关地方文化符号译介的讨论在系统性方面有所欠缺，形象塑造尤其是国际形象建构方面主动的外宣实践较少，未能充分发挥区域文化独特性在跨文化传播与中国整体形象塑造方面的价值。因此，本研究以地方形象塑造为切入点，借助语料库分析《陕西》英译本这一主动外宣陕西文化的翻译实践，旨在探讨英译本塑造了何种陕西形象以及背后成因，以期翻译在新时代中国文化、地方形象进一步传播中提供实践参考。

3. 研究设计

3.1. 语料库建设

《陕西》汉语语料从风物、习俗、艺术、人物、成就和精神六个方面介绍陕西的古往今来与厚重文化，英译语料遵循原文基本框架，试图再现原文风貌，塑造陕西形象。本研究以自建的《陕西》汉英双语平行语料库为研究平台。该语料库由《陕西》汉语语料子库和《陕西》英译语料子库组成。研究选取《陕西》中英双语图书作为原始语料，研究团队采用 OCR 技术扫描图书，分别以 TXT 格式存储汉语原文和英语译文，并去除图书信息、目录、图注等副文本信息，人工校对后，利用 Abbyy_Aligner2 工具进行汉英句子对齐。语料库具体信息如下表所示。

由表 1 可知，《陕西》英语译本的标准化合类符形符比(STTR)一定程度上低于原文，反映出译文的词汇丰富度较原文低。某种意义上可看出，译文有可能更频繁地使用一些常用英语表述进行翻译，能在一定程度上提高译文可读性。

Table 1. Composition of the Shaanxi bilingual parallel corpus (Chinese-English)

表 1. 《陕西》汉英双语平行语料库构成

语料	类符	形符	类符形符比	标准化类符形符比
汉语原文	8284	33,093	25.0%	57.53%
英语译文	6562	41,358	15.9%	46.16%

3.2. 研究步骤与方法

首先，研究团队对汉语语料进行分词处理，通过 AntConc 4.3.1 制作了两个子库的高频词表，选取位居前 20 的高频实词，进行比较分析。同时，利用 AntConc 4.3.1 的索引功能获取原文与译文中有一定差异特征的词汇所在的上下文语境，分析译者对源语文化意象的转换策略及其对地域形象表征的影响。

其次，针对英文译本单独提取前 20 位高频名词制作词表，探究文本主题倾向，选取部分名词进行索引性分析，进一步剖析陕西形象的塑造。

最后，综合定量数据与质性分析，讨论《陕西》英译这一话语实践与社会文化之间的联系，并从不同角度挖掘英译本陕西形象背后成因。

4. 结果与讨论

我们采用 AntConc4.3.1 分别制作了《陕西》汉语和《陕西》英译的词表，并选取位居前 20 位的高频实词进行分析，具体情况如表 2 所示。

Table 2. Top 20 most frequent lexical items in the Chinese and English versions of *Shaanxi*
表 2. 《陕西》汉语原文与英译本前 20 位高频实词词表

序号	《陕西》汉语原文			《陕西》英译本		
	高频实词	频次	频率(%)	高频实词	频次	频率(%)
1	是	224	0.6769	was	502	1.2138
2	陕西	155	0.4684	Shaanxi	221	0.5344
3	年	147	0.4442	people	211	0.5102
4	人	142	0.4291	emperor	155	0.3748
5	中国	114	0.3445	Chinese	138	0.3337
6	大	99	0.2992	not	132	0.3192
7	都	90	0.2720	China	113	0.2732
8	王	85	0.2569	dynasty	93	0.2249
9	不	76	0.2297	king	92	0.2224
10	说	69	0.2085	Li	90	0.2176
11	生活	60	0.1813	Zhou	85	0.2055
12	能	59	0.1783	time	84	0.2031
13	西安	56	0.1692	Han	82	0.1983
14	后来	55	0.1662	Zhang	79	0.1910
15	还	53	0.1602	years	76	0.1837
16	面	53	0.1602	yellow	71	0.1717
17	成为	50	0.1511	Qin	69	0.1668
18	今	48	0.1450	Xi'an	66	0.1596
19	历史	47	0.1420	life	66	0.1596
20	人们	46	0.1390	great	64	0.1547

由表 2 可知，中文文本的高频话题围绕“陕西”“陕西人”“中国”“西安”“生活”“历史”等展开；英译文本中除“Shaanxi”(陕西)、“China”(中国)、“Xi'an”(西安)等高频实词外，还较频繁地提及“Zhou”(周)、“Han”(汉)、“Qin”(秦)中国等朝代名称以及“emperor”(皇帝)、“king”(王)等中华文化负载词。为了更具体了解这些高频实词的应用，我们分别对上述汉语词语进行索引行分析。

4.1. 中文高频动词英译本中的陕西形象

动词的使用往往能反映行为人的情感态度，是价值观与形象的外在表现形式，因此选取动词进行分析有助于我们把握陕西人的价值取向和情感认同，进一步挖掘陕西形象。对比中英文高频实词后，本文

选取较之译文原文比较高频出现的“说”与“成为”两词作为案例进行阐释。

我们利用 AntConc 4.3.1 的索引功能,以“说”为节点词,搜索出“说”的索引行,并分析其英译,发现“说”一词分别译为“say”(47次)、“未译”(6次)、“reply”(2次)、“think”(2次)、“exclaim”(2次)、“guess”、“spread”、“tell”、“comment”、“dub”、“remind”、“find”、“talk”、“believe”、“ask”各出现一次。可见,在英译本中,中文的“说”对应译文灵活多变,根据不同语境,会揣摩原文人物情感态度,企图最大化呈现原文意象,具体如以下例子所示。

例 1:

原文:后来,很多人都对他们夫妇说:“太吃亏了,保留到现在的话,那两件房子不是很值钱吗?”但是陈学俊却说:“既然要去西安扎根,就不要再牵挂房子了,那些都是身外之物,不值得去计较。”

译文: People said, “It’s too great a loss. If you keep it, aren’t those two rooms worth a lot?” Chen replied, “Since we are going to lay down roots in Xi’an, we should stop worrying about the house back in Shanghai, which is extraneous and not worth the trouble.”

原文中第一个“说”是正常交流,而第二个“说”明显带有回复意味,译者敏锐地把握到这一点,将第二个“说”处理为“reply”。原文中“身外之物”是汉语成语,《中华成语大词典》解释为“自己身体以外的东西。泛指财物。含有无足轻重、轻视的意思”[7]。译文采用归化策略,巧妙利用“extraneous”一词来解释原文成语隐喻。“extraneous”一词《牛津词典》解释为“not directly connected with the particular situation you are in or the subject you are dealing with”[8],即与当前情况不直接相关的,以此来强化陈学俊认为钱财、房子等皆与为祖国建设无关这一价值认同,再紧接后半句“not worth the trouble”,不仅无关,甚至会带来麻烦,影响其一心一意向西安去扎根学术、作出贡献。回答内容从侧面反映出陈学俊本人淡泊名利,不畏艰苦,一心国家建设,译文很好地解码文化负载词,再现了人物的积极正面形象。

例 2:

原文:林哥听了白娃对西安房子的描述,也十分向往。就在两人一拍即合之际,林哥突然脸色为难地对白娃说:“这年头我们烧火的柴火都不好找,去哪找这么多木头呢?”

译文: Baiwa’s description of the houses in Xi’an also attracted Lin. Although they were in agreement about what ought to be done, Lin couldn’t help reminding Baiwa, “It’s even hard to find firewood these days. Where can we find so much high-quality wood to build a house?”

原文中的“说”带有提醒含义,旨在说明当前问题,译文抓住这一点,选择“remind”一词,进行显化处理。原文中“脸色为难”带有遇到困难时的犯难情绪,略显消极,译文规避了这一情感,转为“couldn’t help but”这一人物主动的提醒话语,以此说明“林哥”这一人物虽然向往“白娃”所描述的房子,但同时对现实问题有深刻认识,反映出其脚踏实地、不空谈理想的负责任形象。译文通过显化与转化策略,使得形象更加鲜明,从而对陕西形象塑造有促进作用。

类似地,“成为”一词在英译本中也呈现多样化的译文。语料统计显示,其英译以“become”(34次)为主,另有“is”(4次)、“serve as”(2次)、“develop into”(2次)低频译法,以及“evolve into”,“convert into”,“be considered by”,“as a force of”,“blossoming”,“appoint sb to”,“set the standard for”仅出现一次的特定表达。这一现象反映了语境对翻译选词的显著影响。典型案例分折如下所示。

例 3:

原文:五颜六色的花格子手帕,是勤劳质朴的陕西妇女对美好青春的眷恋,对甜蜜爱情的向往,对幸福婚姻的憧憬,更是对美好生活的期待。戴着手帕的女人,成为关中平原上一道独特亮丽的风景线。

译文: Colorful, plaid handkerchiefs embody hardworking Shaanxi women’s nostalgia for their youth, desire for romantic love, longing for a happy marriage and expectation of a joyous life. Women wearing handkerchiefs

is an eye-catching feature of the Guanzhong Plain.

原文中动态动词“成为”在译文中被转换为静态系动词“is”，这一翻译将女性与地理景观的关系固化为一种文化符号的恒常性存在，呼应关文化中“天人合一”的哲学内核。此译法通过消解动词的能动性，凸显了女性群体的集体身份与自然环境的共生关系。此外，针对原文“独特亮丽的风景线”，中文语境中隐含了对本土文化景观正面的审美评价，译文中使用“eye-catching feature”将其扭转为一种中性的视觉吸引，而不是使用“beautiful/charming”等主观审美词汇，并且抛弃了“亮丽”(radiant beauty)这一色彩隐喻，使得焦点从客体审美价值转向主体存在状态，进一步突出陕西女人的勤劳质朴，积极乐观。

例 4:

原文：王杰就如同他终日喜食的油泼辣子一样刚正不阿、坚毅顽强。如今，这一碗油泼辣子，早已成为陕西人离不开的美味，是陕西餐桌的灵魂所在。那油汪汪、红亮亮的颜色，像永不消逝的阳光，照亮陕西人的生活。

译文：Wang Jie was upright and resolute, just like his favorite food—Chinese chili with hot vegetable oil. To this day, chili oil is considered by many to be an absolute necessity and is seen as the heart and soul of Shaanxi cuisine. The bright and refreshing red color of this delicacy, like sunshine that never fades, continues to brighten the lives of Shaanxi people.

油泼辣子属于特有的中国美食词汇，此处译为“Chinese chili with hot vegetable oil”既点明了这种辣椒是中国的专属特色，也说明其制作原料的特别之处，通俗易懂，很好地消解了食物名词解码传播造成的困难。“成为”一词的处理由主动变为被动“is considered by”，强调了人民对于辣子的高度认同，而这种认同也是陕西人民对“upright and resolute”这两种精神品质的认同，塑造了陕西人民的正直果敢形象。

例 5:

原文：丝绸之路以如今陕西省西安市为起点，经河西走廊到新疆，再由新疆到中亚、西亚，最终抵达地中海各国。这条连接了东方和西方、蜿蜒曲折的道路，成为东西方文明沟通交流的桥梁和纽带，增强了中华文明与世界文明的交往和联系，为文明的互鉴发展发挥了重要作用。

译文：The Silk Road's starting point was what is now Xi'an, Shaanxi. It extended along the Hexi Corridor to today's Xinjiang Uygur autonomous region, Central Asia and West Asia, and finally to the Mediterranean. This winding road, a connector between the East and the West, became a bridge between the great civilization, enhancing the interaction between China and the rest of the world and playing an important role in the mutual learning and development of human society.

作为古代丝绸之路的历史起点，陕西在数千年的跨文化交流中始终扮演着枢纽角色。长期的多元文化实践赋予该地域双重文化使命——既要向外弘扬本土文明精华，亦需对内吸纳异域文化养分。这种“兼收并蓄”的特质，正如译文所言“a connector between the East and the West”，既是历史实践的自然产物，更由其地理文明坐标的先天属性所决定。因此，陕西“兼收并蓄”的形象呼之欲出。

4.2. 英译本中高频名词与陕西形象

我们还选取了英文高频词表中位居前 20 位的高频名词，如表 3 所示。高频名词能体现文本有关主题，有利于探究文本侧重点与意识构建。分析发现，高频名词中，“emperor”(皇帝)、“dynasty”(朝代)、“king”(王)、“Zhou(周)”、“Han(汉)”、“Qin(秦)”、“Tang(唐)”等与中国古代文化有关的词语较频繁地出现，说明陕西自身历史悠久厚重、文化积淀广博深厚。谈陕西不能不谈其辉煌的历史脉络，而这种历史价值深刻影响着陕西人民，陕西人民敬畏传统又推陈出新，王朝兴亡、朝代更迭，陕西人民

处变不惊，坚毅淡然的形象跃然纸上。此外，“life”(生活)和“world”(世界)分别出现了 66 和 49 次。对此，我们进行索引性分析，选取部分案例进行阐释。

Table 3. Top 20 high-frequency nouns in the English translation of *Shaanxi*

表 3. 《陕西》英译本前 20 位高频名词词表

序号	高频名词	频次	频率(%)
1	Shaanxi	221	0.5344
2	people	211	0.5102
3	emperor	155	0.3748
4	Chinese	138	0.3337
5	China	113	0.2732
6	dynasty	93	0.2249
7	king	92	0.2224
8	Zhou	85	0.2055
9	Han	83	0.2007
10	years	76	0.1838
11	Qin	69	0.1668
12	Xi'an	67	0.1620
13	life	66	0.1596
14	day	58	0.1402
15	city	57	0.1378
16	Tang	54	0.1306
17	river	53	0.1281
18	mountain	51	0.1233
19	Guanzhong	49	0.1185
20	world	49	0.1185

例 6:

原文：人们都说，当你亲眼看到它们时，就会不禁发出感叹，那种由生活事物所构成的画面里，能看到一种热爱生活、热情高亢的人生态度。

译文：People often say that when you see it with your own eyes you can't help but sigh with admiration—these pictures, comprising living things, radiate with a love of life and a spirited embrace of humankind.

文中提及画面为陕西独有艺术形式——郿邑农民画。物作主语时，radiate 指向各个方向释放热量、光线等，此处译为“radiate with a love of life...”，说明农民画洋溢着对生活的热爱，较之原文，强化了农民画与热爱生活之间的联系，突出了陕西人民热爱生活的形象。此外，译文中“a spirited embrace of humankind”值得推敲，原文只说明是一种“热情高亢的人生态度”，而译文有所发挥，将人生态度扩展至对全人类的热情拥抱，展现出更加开放包容的人类情怀，陕西的热情友好形象得以建构。

例 7:

原文: 而今, “一带一路”下的陕西同世界的联系, 脱贫攻坚下老秦人的奋斗, 大美西安留给世人的精彩, 无不闪烁着自强不息、开拓前行的耀眼光彩。

译文: Today, Shaanxi is more globally linked through the Belt and Road Initiative and its people are working hard to alleviate poverty, impressing the rest of the world with both its traditional and modern charm.

首先, 原文中的“老秦人”处理为“its people”, 抹去了原文的文化负载, 使得译文更加流畅同时不失原意。其次, “大美西安”并未直接翻译, 而是概化为所有陕西人民努力给世人以精彩, 突出了陕西人民整体的积极形象。最后, “无不闪烁着自强不息、开拓前行的耀眼光彩”简化处理为“with both of its traditional and modern charm”, 旨在表达陕西不论过去还是现在都魅力十足, 都积极拥抱世界, 呼应前文“一带一路”的思想, 深化陕西从古至今与世界的联系。

例 8:

原文: 在秦岭太白山下, 他“俯而读, 仰而思”“半夜坐起, 取烛以书”, 与天地心灵对话, 最终创立了“关学”, 被世人尊称为“横渠先生”。

译文: Under Taibai Mountain in the Qinling Range, he devoted all his effort to learning. It was said of him that if you saw him with his head down, he must be reading, while with his head up, he must be thinking. In addition to reading during the day, he would often rise at midnight to read in dim candlelight, probing into his inner world and the law of cosmos, and eventually founded the Guanzhong School.

原文“与天地心灵对话”若直译, 则容易让外国读者不知所云。译文进行解释说明“probing into his inner world and the law of cosmos”, 再一次解释关学不仅是内修, 也要关注外部世界, 显化人物活动并突出了关学的思想内涵, 使得译文更加直接明白, 也强调了陕西崇尚内外兼修的形象。

由以上分析可得出, 陕西人民热爱日常生活, 与此同时, 陕西人民关注外部世界, 不固步自封, 注重自身与外界的交流, “天人合一”是其不变的思想。

5. 动因分析

陕西文化悠久厚重, 书中许多故事文化色彩鲜明独特, 翻译时如何实现有效的文化传播极其重要。书中多数文化负载词采用音译, 保留文化意象, 同时进行适当解释, 确保文章可读性与行文流畅。值得一提的是, 书中多次出现省译, 如例 7 中“被世人尊称为‘横渠先生’”选择不译, 一是降低文章阅读难度, 二来可以让读者更加关注人物本身与其思想, 不使头衔称号迷人眼, 从而达到更好的传播效果。

译文也对原文的部分形象进行了妥善转化, 消除潜在消极隐喻, 暗合新时代文化传播目的。如例 4 中“坚毅顽强”译为“resolute”, 若将顽强本义翻译出来, 容易营造人物在遭受磨难的潜在语境, 而选择“resolute”更侧重人物自身的品格特质, 弱化了原文的不利语境。无独有偶, 例 6 中“热情高亢的人生态度”译为“a spirited embrace of humankind”, 暗合了“一带一路”所倡导的人类命运共同体理念, 强调陕西在“一带一路”, 在与世界各国合作交流中利益共存、同舟共济, 刻画了开放合作的陕西形象。

6. 结语

本研究基于自建《陕西》汉英双语平行语料库, 从高频词、文化负载词等角度分析文本, 并对典型翻译案例进行深入讨论, 探讨得出此书英译本塑造了陕西天人合一、踏实勤劳、兼收并蓄的积极正面形象, 并指出背后原因在于文化传播考量与政治因素影响。基于语料库的定量分析法, 可系统捕捉高频词群与文化负载词等在形象塑造中的权重分布, 典型案例分析则能挖掘外译实践中地方形象塑造机制, 二者结合可为其他地方形象研究提供借鉴意义。需要指出, 本研究仅从词汇与句法层面对于翻译在形象塑

造方面的影响进行了讨论。然而,形象的塑造还可以从语篇等角度切入。不仅如此,未来研究还可关注中国不同地方外宣翻译实践中的地方形象塑造,展开横向对比与讨论。

致 谢

特别感谢上海海事大学刘慧丹博士对本论文提供的指导与帮助。

基金项目

本文为上海海事大学 2024 年度大学生创新创业训练计划项目“基于语料库的‘用英语讲好中国故事’话语研究——以汉英双语‘故事里的中国’系列丛书为例”(项目编号: S20240806)的阶段性成果。

参考文献

- [1] Ogden, C.K. and Richards, I.A. (1923) *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Thought and of the Science of Symbolism*. 1st Edition, Harcourt, Brace & World Inc, 185-208.
- [2] 中国日报网. “故事里的中国”丛书编写全面启动, 推动中华文化走向世界[EB/OL]. <https://caijing.chinadaily.com.cn/a/202303/14/WS64103f9ba3102ada8b233903.html>, 2023-03-14
- [3] 李忠昌. 主流媒体视角下的陕西形象——以《人民日报》(2011-2015)报道为例[J]. 商洛学院学报, 2016, 30(6): 92-96.
- [4] 王贵斌, 赵璇. 国际传播中的地方形象: 基于外媒“一带一路”涉陕新闻报道的分析[J]. 榆林学院学报, 2023, 33(3): 50-55.
- [5] 陈理慧, 贺文静. 浅析电影《白鹿原》中的陕西形象建构[J]. 戏剧之家, 2016(5): 127-128.
- [6] 费雯俐, 童兵. “海派时尚文化”的媒介镜像: 上海城市形象对外传播的优化策略[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(9): 28-33.
- [7] 郑微莉, 周谦. 中华成语大词典[M]. 北京: 商务印书馆国际有限公司, 2016: 1276.
- [8] Lea, D. and Bradbery, J. (2020) *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 10th Edition, Oxford University Press, 550.