

“可译”与“不可译”的动态边界： 流行新词的翻译策略研究

李娜, 杜铭洋, 何天乐

东北电力大学外国语学院, 吉林 吉林

收稿日期: 2025年11月7日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2026年1月6日

摘要

流行新词(Neologism)作为时代发展的语言镜像, 不仅是语言的创新, 也是社会群体性情绪的符号化表达与文化变迁的共鸣反映。本文以Ronald W. Langacker认知语法的识解(construal)为理论框架, 深入分析流行新词在翻译过程中的选择性语义“突显”现象, 并以此探讨其“可译”与“不可译”的动态边界特征及相应的翻译策略。

关键词

流行新词, 认知识解, 突显, 可译性, 翻译策略

The Dynamic Boundary between “Translatability” and “Untranslatability”: A Study on Translation Strategies for Neologisms

Na Li, Mingyang Du, Tianle He

School of Foreign Language, Northeast Electric Power University, Jilin Jilin

Received: November 7, 2025; accepted: December 26, 2025; published: January 6, 2026

Abstract

As linguistic reflections of societal evolution, neologisms not only represent linguistic innovation but also serve as symbolic expressions of collective social sentiments and resonances of cultural

shifts. Grounded in Ronald W. Langacker's Cognitive Grammar framework, this study employs the concept of construal to analyze the selective semantic prominence in the translation process of popular neologisms. It further explores the dynamic boundary between "translatability" and "untranslatability" features and proposes corresponding translation strategies.

Keywords

Neologisms, Cognitive Construal, Prominence, Translatability, Translation Strategies

Copyright © 2026 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

流行新词是互联网时代语言生态中迅猛发展的产物，以其独特的创造性、时效性与广泛的传播力，生动记录了社会变迁、群体心态与文化潮流。然而，这类词汇往往具有高度的时效性、创新性与文化根植性，使得“可译”与“不可译”的语义边界问题尤为突出。传统的翻译理论，如 Peter Newmark 的交际/语义翻译二分法和 Javier Franco Aixela 的文化特定项归类法等策略，但多从文本对等或文化层面入手，未深入分析译者翻译决策背后的认知机制。为弥补这一不足，本文引入 Langacker 认知语法中的核心概念——“识解”(Construal)，并聚焦该理论的“突显”(Prominence)维度，旨在为流行新词的翻译研究提供一个更有解释力的分析框架。

2. 相关研究综述

2.1. 流行新词及其翻译策略研究

流行新词是指在某一时期被广泛使用并迅速传播的新创词语或获得新义的旧词，具有时效性、创新性和高频度的特点。

关于流行新词翻译策略的研究，学界已积累了丰富成果，其研究主要聚焦于如何准确传达或翻译新词的语义、文化内涵及情感色彩。研究普遍认为，流行新词是语言创新与高效沟通的体现，因其生成机制、文化背景特殊性与社会功能，翻译时不能简单采用单一策略，而应灵活运用多种方法以适应目标语言文化环境。具体研究涵盖多个维度，例如从模因论视角分析“X 控”等词族性质和能产性[1]，考察“怼”的方言源流及其在网络语境下的语义流变[2]，阐释“又双叒”的形式特征、流行原因和语义内涵[3]，以及从归化角度探讨“浅 X 一下”的形义特征与翻译策略[4]。此外，也有研究关注新词翻译的可接受性问题，探讨目标语读者对译文的接受程度，从而反思翻译策略的有效性[5]。同时，青少年流行语作为新词的重要组成部分，其意义生成机制与文化意涵也得到了深入的社会学考察，为理解新词的文化属性提供了理论支撑[6]。更有研究从不同视角解析了“盘他”等网络新语的形成机理与文化功能[7]、网络流行语的发展历程与社会变迁[8]以及“吐槽”的语义泛化等具体案例[9]，揭示了新词在社会文化语境下的演变规律与翻译挑战。这些研究从不同层面揭示了流行新词的形成机制、语义特征与翻译方法，为深入理解其语义功能与社会文化基础提供了重要参考。

为了更深入地探究译者在翻译决策背后的认知机制，以及流行新词独特的生成和传播方式，本文引入了 Ronald W. Langacker 的认知语法理论。在此基础上，我们注意到，认知语言学的其他分支理论，如概念隐喻(Conceptual Metaphor Theory) [10]和概念融合(Conceptual Blending Theory) [11]，也为理解流行新

词的创造性生成机制提供了重要视角。流行新词往往是新的概念隐喻的产物，或者通过概念领域的融合创造出新义。上述概念工具(概念隐喻和概念融合)在增强译者对源语意义的深层认知理解以及实现目标语语境下的意义重构具有关键作用。因此，译者在翻译流行新词时，需要识别并深刻理解这些潜在的认知结构，从而在目标语中找到能够复现相似认知效果的表达，这不仅要求译者具备基本的语言能力，更需要一定的认知语言学素养。

此外，近年来认知翻译学(Cognitive Translation Studies, CTS)的兴起，为深入理解新词翻译的内在机制提供了重要的学科背景和对话基础。CTS 研究将翻译视为一种信息加工过程，强调译者在面对源语信息时，如何通过注意力分配、概念整合以及工作记忆等认知过程来理解和重构意义[12]。对于流行新词这类具有高度创新性和文化根植性的语言现象，译者对新词意义的识别、激活和在目标语中的重构，直接关系到其“可译性”。因此，从认知层面分析译者的决策过程，并结合其对新词背后认知结构的理解，有助于我们更全面地理解新词翻译的挑战。

2.2. 认知识解

认知语法框架中的语义并非对客观世界的直接镜像，而是人类根据注意力分配、语境需求和交际意图对某概念进行选择、重组与呈现的过程，即“识解”(Construal)。在“识解”的诸多维度中，“突显”(prominence)是识解的核心机制之一，指人们在构建或理解语言时，并非均衡地激活所有语义成分，而是有选择地聚焦突显某些元素为认知焦点，同时弱化其他元素，这一整体过程主要通过聚焦核心特征的“轮廓化”(profiling)和定位主次关系的“图形-背景”(figure-ground)两种机制实现。简言之，这两种机制相互配合，“轮廓化”确定“选什么”为语义焦点，而“图形-背景”确定“怎么排”语义要素的主次顺序，二者共同构成突显的核心运行机制。

认知语法中的“突显”机制与翻译实践中的可译性和不可译性存在着密切关联。“突显”反映了语义理解的选择性聚焦，即：哪些元素在心智模型中被赋予显著地位、哪些退居背景，这些特性在翻译过程中表现出不同程度的可译与不可译性。可见，“可译”与“不可译”是具有动态边界的，该边界并非绝对，“可译”不仅取决于词汇对应，更在于两种语言是否能够在认知层面复现相似的突显分布，既要能传递源词的核心信息，又要能被目标受众所认知和接受。以“佛系”为例，其词义内涵包含“佛教文化、清修理念”等背景知识，而在大众普遍接受的流行语境中，其“轮廓化”并非宗教教义相关的内容，而是衍生出的一种“不争不抢、随遇而安”的佛系处世哲学，其蕴含着“图形-背景”关系，形成“一种对快节奏社会(背景)的消极抵抗态度(图形)”，因此，在翻译时需传递出这种特定的“图形-背景”关系，以突显其语义精髓。

3. 典型案例分析

本部分基于 Langacker 认知语法中的“识解”观，聚焦于“突显”建构维度，选取针对流行新词的三个主要类型及典型案例，对其“可译”与“不可译”的相关问题进行深入分析与探讨。

3.1. 语义泛化类

此类词汇在流行过程中意义发生了抽象化或扩展，使得原有具体指称减弱。其翻译的关键在于深刻理解语义泛化后词汇的语义内涵，正确选择轮廓化焦点，以形成趋向“可译”边界的“图形-背景”关系，最大程度的保证功能对等性与交际性。

例 1

原文：大家常常感叹“太内卷了”，于是选择“不卷”了。

译文 1: People often sigh about the intense involution, and thus choose to stop involuting. (参见《经济学人》对“内卷”的早期学术性引述, 多采用此译法)

译文 2: People often complain about the exhausting rat race, and decide to opt out of it. (参见 BBC News 对普遍社会竞争现象的报道中常用“rat race”一词)

译文 3: People frequently lament being caught in a race-to-the-bottom competition, and end up refusing to join the race. (借鉴了《纽约时报》等媒体在描述非理性内部竞争时使用的“race to the bottom”概念, 并进行了适应性组合)

源文本核心词“内卷”原意译为 *involution*, 相当于 *an inward curvature or penetration* 即“向内卷曲”, 语义泛化后的核心含义指过于激烈的竞争, 也指伴随同行之间竞相付出更多努力以争夺有限资源, 同时整合疲惫、焦虑、无意义等多领域概念, 因此“卷”突显了语义集合中的竞争元素, 其他要素则降级为认知背景。

译文 1 直译为 *involution*, 其基本含义是“系统内部精细化过程”, 未能体现流行语中“非理性竞争”的轮廓化焦点。在英语认知系统中, *involution* 的“竞争”要素仅作为背景存在, 导致原文中“竞争”被弱化, 未能体现流行语的语义内涵, 翻译趋向“不可译”; 译文 2 以“老鼠徒劳奔跑”为意象, 用 *rat race* 隐喻重构了突显结构, 其轮廓化焦点直接指向“无休止的、令人疲惫的竞争”, 描述其“永无止境”的内耗状态, 与“内卷”的“非理性内部消耗”高度吻合, 但是译文仅突显了竞争强度, 其“内部性”(如同一系统内的竞争)未能完全体现, 而是更偏向社会层面的普遍竞争, 可译性不强; 译文 3 通过复合名词 *race-to-the-bottom competition* 将“竞争导致共同恶化”轮廓化为“图形”, 不仅突显了“同一系统内的竞争”这一基本内涵, 其中 *bottom* 还突显了恶性循环的结果, 体现了“非理性内部消耗”, 精准匹配“内卷”的负面评价色彩, 可译性显著提高。

例 2

原文: 吃饭时刷的短视频, 就是我每天的“电子榨菜”。

译文 1: The short videos I watch while eating are my daily electronic pickles. (直译, 常见于网络社区或字幕组的初次尝试翻译)

译文 2: The short videos I watch while eating are my daily digital comfort snacks. (借鉴了“comfort food”的概念, 应用于数字领域, 见于 Sixth Tone 等聚焦中国社会文化的英文媒体评论)

译文 3: The short videos I browse during meals serve as my daily mental palate cleansers (often called “electronic pickles” in Chinese). (“mental palate cleanser”为基于“palate cleanser”的创造性译法, 辅以文化注记, 类似策略见于 Global Times 等对文化特定项的报道风格)

“电子榨菜”是近年出现的高频流行词, “榨菜”原意是一种佐餐的开胃菜。该词在网络传播中发生了语义泛化, 不再指具体食物, 而是喻指那些在用餐时观看的、能带来轻松愉悦感的短视频或碎片化内容, 其功能类似于榨菜“下饭”, 即提升用餐体验。从认知视角看, 该词的语义核心在于“辅助正餐(图形)”与“带来简单快乐(背景)”的关系。

译文 1 直译为 *electronic pickles*, 虽保留了“电子榨菜”的字面意象, 但对于不熟悉该网络流行语的读者而言, 其无法使读者联想到“佐餐娱乐内容”的语义内涵, 其轮廓化的焦点模糊, 可能导致理解障碍, 可译性较低。译文 2 意译为 *digital comfort snacks*, 其中 *comfort snacks* 轮廓化了“电子榨菜”语义泛化后的核心内涵——提供即时、轻松的愉悦感(图形), 而 *digital* 则点明了其媒介属性。此译法交际流畅度高, 但弱化了源词独特的饮食文化隐喻。译文 3 译为 *mental palate cleansers*(精神味蕾清洁剂/开胃菜)来轮廓化其刷新感官、提升用餐体验的核心内涵, 随后在括号中补充 *electronic pickles* 进行文化标注。该译法

确保了语义泛化后核心语义内涵的传递,确保了交际性的同时,通过注释突显了文化身份,翻译趋向“可译”边界。

基于上述案例分析,对于语义泛化类流行新词,可译性的边界取决于在深刻分析语义泛化后核心内涵的同时,重构轮廓化焦点,并正确选词打破认知壁垒,以实现交际性,这不是简单的词汇对应可以实现的。与此同时也要注意流行新词在源文化中是否有独特的文化身份,如果有可选择性的进行突显,这也考验译者在翻译过程中的选择与取舍能力。总之,符合语义泛化类流行新词的译文需在目标语认知系统中重建等效的轮廓化焦点与“图形-背景”秩序,以实现功能对等。

3.2. 文化特定项类

此类词汇深深植根于源语言文化,在目标语中存在认知空缺,其翻译的核心挑战在于,如何在突显其独特的文化身份与实现跨文化交际功能之间进行平衡。所以在翻译过程中,需要在“突显其文化身份”与“实现交际功能(弥补认知空缺)”之间权衡。

例 3

原文:这款手机是山寨版,但功能齐全,价格只有名牌的一半。

译文 1: This mobile phone is a shanzhai version, but it has all the functions and costs only half the price of a brand-name one. (音译策略,早期多见于《中国日报》等外宣媒体对“山寨”文化的直接引入)

译文 2: This mobile phone is a knockoff, but it has all the functions and costs only half the price of a brand-name one. (使用英语中对应“仿制品”的常用词“knockoff”,语义翻译,参考了美联社等国际通讯社对类似产品的描述)

译文 3: This mobile phone is a low-cost imitation (often dubbed shanzhai in China), but it has all the functions and costs only half the price of a brand-name one. (释义加文化注记的混合策略,参考了学术期刊如“Translation Spaces”中处理文化负载词的常见方法)

“山寨”一词源于对南方偏远地区筑垒村落(山寨)的指称,后演变为指代那些模仿知名品牌、成本低廉、涉及侵权的产品,其核心语义包含“模仿”、“低成本”、“快速生产”、“草根创新”乃至“侵权”等多重含义。当人们使用该词时,可能轮廓化的焦点是“非正品的性质”(图形),或者是“对主流品牌的戏谑性颠覆”(图形)。

译文 1 音译 shanzhai 直接将源语的文化标签引入目标语,但对于不熟悉中国社会文化的英语读者而言只是一个无意义的语音符号,使得交际功能难以实现,翻译趋向“不可译”边界;译文 2 使用 knockoff,该词的语义是 a copy that sells for less than the original,其轮廓化的焦点清晰地指向“对知名设计的廉价模仿”,实现了认知功能上的对等,实现了核心的交际功能,但其并没有突显“山寨”一词独特的文化身份;译文 3 通过“释义+文化注记”,用 low-cost imitation 轮廓化出核心的语义功能,随后通过插入同位语 often dubbed shanzhai in China 将“文化身份”本身突显,既传递了核心内涵,又保留了文化身份标识。

例 4

原文:这个夏天,“村超”成为了最火热的文化现象。

译文 1: This summer, “Cunchao” became the hottest cultural phenomenon. (纯音译,见于路透社等通讯社在事件报道初期采用的名称)

译文 2: This summer, the “Village Super League” became the hottest cultural phenomenon. (意译,采用类比“Premier League”的译法,被新华社英文版等国内权威媒体广泛使用)

译文 3: This summer, the grassroots soccer tournament, known in China as “Village Super League (Cunchao)”, became

the hottest cultural phenomenon. (综合译法, 结合了意译与音译注释, 参考了《南华早报》等深度报道中平衡文化身份与交际功能的处理方式)

“村超”是2023年起源于贵州榕江县的本土足球赛事, 其名称本身即承载着深厚的中国文化内涵。“村”指向其草根性、乡土性, “超”则借用了“超级联赛”的商业赛事概念, 二者结合形成了一种“草根与精英”、“乡土与现代”的独特文化张力。该词轮廓化的焦点不仅是足球比赛本身(图形), 更是其背后所体现的“民间自发组织”、“全民参与”和“乡土文化自豪感”(背景)。

译文1采用音译 Cunchao, 虽然完整保留了源词的文化标签, 但对目标语读者而言, 其无法激活任何与足球或草根赛事相关的语义认知, 轮廓化的焦点缺失, 导致交际功能受阻, 翻译趋向“不可译”边界。译文2意译为 Village Super League, 通过类比英语中熟知的 Premier League(英超)等赛事名称, 轮廓化了“民间足球联赛”这一核心语义(图形), 使目标语读者能迅速理解其基本属性, 保证了交际的流畅性。然而, 此译法将独特的中国乡土文化场景归化为普通的“乡村联赛”, 弱化了“村超”所特有的基于特定地域文化背景的“文化身份突显”。译文3采用 grassroots soccer tournament 准确轮廓化出该赛事的草根本质, 同时通过同位语 known in China as Village Super League (Cunchao)既保留了 Village Super League 的类比优势, 又通过括号标注 Cunchao 保留了文化标签, 既确保了核心语义的准确传递, 又最大限度地保留了文化特异性, 在交际功能与文化身份之间实现了最优平衡。

基于上述案例分析, 对于文化特定项流行新词, 其可译性取决于译者在目标语认知系统中, 既要突显出流行新词的核心语义, 即正确选择轮廓化焦点以实现功能对等的“图形-背景”秩序, 又要最大程度保留其文化特异性。总之译者要学会如何在“文化身份突显”与“语义功能突显”之间找到当前语境下的最优平衡点。

3.3. 形式创新类

此类词汇在形式上有独特的创造性, 或者是兼具语义、文化等多重难以剥离的特征。其翻译的难点在于, 如何解决源语中高度突显、无法直接移植的语义趣味与必须传达的语义内容之间的矛盾。

例5

原文: 那只小猫歪着头的样子真是萌翻了。

译文1: The way that kitten tilts its head is so moe. (直接借用日语罗马音, 常见于动漫爱好者社群及相关字幕翻译)

译文2: The way that kitten tilts its head is so heart-meltingly cute. (意译, 采用英语中表达强烈可爱情感的常见短语, 广泛见于社交媒体的非正式翻译)

译文3: The way that kitten tilts its head fill me with “meng”—a burst of adorableness, like catching sight of spring’s first sprout: tender and heart-meltingly cute. (基于音译的创造性阐释, 融合了意象传递, 其补偿性翻译思路可参考“The Translator”期刊中关于可译性边界的讨论)

“萌”原指“植物发芽”。在现代中文网络语境中, 指的是日本御宅文化术语“萌え”(moe), 意指对动漫、游戏中角色或现实中人事物产生的一种极度喜爱、怜爱的心情。然而, 在中文的认知系统中, “萌”已经脱离了日语的直接关联, 其字形“艹”(草)与“明”(明亮)本身在中文使用者理解中轮廓化出一种“如草木初生般明亮、清新、惹人怜爱”的意象, 所以其突显的焦点不仅是“可爱”(cuteness)的情感, 更是“击中内心柔软之处”、引发保护欲的瞬间触动。

译文1直接借用日语发音 moe。对于不熟悉御宅文化的英语读者而言, moe 是一个完全陌生的词汇, 无法激活任何有效语义认知网络, 其轮廓化的焦点模糊不清, “图形-背景”关系无法建立, 导致交际

功能受阻, 翻译趋向“不可译”。译文2采用解释性译法 heart-meltingly cute, 轮廓化出一种“因强烈情感而内心软化”的焦点, 这与“萌”所蕴含的“被瞬间击中”的核心体验高度吻合, 但它丢失了“萌”在汉语中的文化特异性。译文3运用音译加注的混合策略, 音译 meng 突显了其外来词的身份, 而随后的解释 a burst of adorableness, like catching sight of spring's first sprout: tender and heart-meltingly cute 轮廓化出了该词的核心情感特征, 也体现出了该词在形式上特有的“如草木初生般明亮、清新、惹人怜爱”的意象, 突出了文化特异性, 可译性较强。

例6

原文: 看到这个结果, 我真的栓Q了

译文1: Seeing this result, I'm really shuan Q. (纯拼音转写, 常见于网络社区的直译尝试)

译文2: Seeing this result, I'm really “thank you” (with mixed feelings). (直译加注, 体现了对字面义和语境义的简单结合, 多见于网络词典的初步释义)

译文3: Seeing this result, I'm really shuan-Q (a blend of “thank you” and helpless resignation). (音译加阐释, 试图捕捉谐音双关, 其处理语言游戏的方法可关联到 Delabastita 在《翻译与文字游戏》中提出的相关策略)

“栓Q”作为网络流行语, 其形式创新体现在谐音双关与中英文混杂的独特组合。“栓”是 thank 的谐音, Q 是 you 的谐音缩写, 但“栓”字本身在中文中具有“拴住、束缚”的意象, 这种形式上的创造性使得该词在表达感谢的同时, 更突显了一种“无奈、无语、被束缚”的复杂情感。其轮廓化的焦点不仅是字面的“感谢”(图形), 更是那种“不得不感谢”的无奈感和戏谑态度(背景)。

译文1直接拼音化处理为 shuan Q, 虽然保留了源词的发音形式, 但对英语读者而言完全无法理解其语义内涵, 形式与语义的关联被割裂, 轮廓化焦点缺失, 交际性降低, 翻译趋向不可译。译文2通过直译加注的方式, 直译成 thank you, 并加注 with mixed feelings, 虽然传达了基本语义, 但完全丢失了中文谐音带来的形式趣味和那种独特的戏谑语气, 源词形式上的创新突显被弱化。译文3采用 shuan Q 的音译形式保留发音特征, 并通过括号内的解释 a blend of “thank you” and helpless resignation 同时突显了三个层面: 既说明了其语言来源, 又揭示了中英文谐音的特殊形式, 还准确捕捉了那种“无奈感谢”的情感色彩。这种翻译较好地再现了源词在形式与语义上的双重突显, 在可读性与形式趣味的保留之间取得了平衡, 可译性较强。

基于以上分析, 对于形式创新类流行新词, 当词汇的形式本身是意义突显的重要组成部分时, 可译性不仅在于实现语义对等, 更在于认知效果的对等再造, 翻译需在传达形式趣味与语义内涵之间寻找平衡点, 使翻译趋向“可译”边界。当然, 如果形式本身无法移植, 译者应深刻理解语义内涵, 正确选择轮廓化焦点, 致力于在目标语系统中, 寻找或创造能够激发读者相似认知反应的语言手段。

4. 结论

本文基于认知语法中的识解理论, 重点探讨了“突显”机制针对流行新词的翻译策略, 以及流行新词的“可译”与“不可译”问题。通过以上案例分析, 可得出结论, 对于不同类型的流行新词, 其翻译的核心挑战均在于如何在目标语的认知系统中, 重建源语通过“轮廓化”与“图形-背景”机制所确立的语义焦点与主次关系。流行新词翻译的可译与不可译性, 很大程度上取决于译者是否能理解流行新词在传播过程中所表现的语义内涵, 并选择正确的轮廓化焦点, 实现两种语言之间的功能对等, 打破作者与读者之间的认知壁垒。由此可见, 突显不仅关联词汇、句法与语义的选择, 更揭示了语言结构服务于人类对经验的选择性注意与意义构建。通过以上分析和讨论, 希望本文对后续新词的相关翻译研究具有一定的借鉴和指导。

基金项目

吉林省教育厅一般科研项目 JJKH20230095SK。

参考文献

- [1] 雷冬平. 附缀式网络新词族“X 控”探析[J]. 贵州社会科学, 2011(10): 108-114.
- [2] 杨绪明, 陈晓. “怼”的来源、语义及方言词语网络流变规律[J]. 语言文字应用, 2019(2): 76-83.
- [3] 涂加胜. 也说“又双叒叕”[J]. 语文建设, 2018(14): 55-56.
- [4] 钱治方, 房战峰. 网络流行语“浅 X 一下”的形义特征和汉英翻译策略研究[J]. 汉字文化, 2024(20): 177-179.
- [5] 窦卫霖, 杜海紫. 中国当下流行新词翻译的可接受性研究[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2018, 50(6): 65-71+174.
- [6] 何祎金. 意义世界与文化结晶: 青少年流行语的社会学考察[J]. 中国青年研究, 2018(8): 10-16.
- [7] 金华. 解析流行词“盘他”[J]. 语文建设, 2019(8): 76-78.
- [8] 李香玲, 陈晶晶. 论网络新语的形成机理与文化功能[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2025, 65(3): 93-100+154-155.
- [9] 张萌. 网络流行语的发展历程与社会变迁[J]. 青年记者, 2022(1): 73-75.
- [10] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- [11] Fauconnier, G. and Turner, M. (2002) *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. Basic Books.
- [12] Alves, F. and Santos, D. (2017) *Cognitive Aspects of Translation*. Routledge.