

翻译传播学视阈下《中国奇谭》 中文化信息的跨域转换

黄露苗

四川大学外国语学院, 四川 成都

收稿日期: 2026年4月12日; 录用日期: 2026年5月6日; 发布日期: 2026年5月20日

摘要

带有中国民族特色的动画片翻译是一种特殊的翻译活动。作品的民族风格之下深藏着文化底蕴, 同时字幕翻译又受到音画符号与文字符号适配等多模态体系约束, 因此将影片中的文化信息进行外语转译, 向来是翻译的重点与难点。现有研究多从语言视角探讨字幕翻译策略, 视角较为单一。本文以翻译学与传播学理论为指导, 依托把关人、噪音、受众及翻译动机、译者主体性等概念, 采用文献研究法, 以上美影厂与Bilibili联合出品的《中国奇谭》为个案, 探索符合传播学原则的文化信息翻译路径。研究旨在突破单一语言视角的局限, 为国产民族动画的跨文化传播提供可操作的路径参考, 助力中国动画文化符号的输出与国际认同构建。

关键词

文化信息, 字幕翻译, 翻译传播学, 跨域转换, 《中国奇谭》

On Cross-Domain Transfer of Culture-Specific Information in “Yao-Chinese Folktale” from the Perspective of Translation as Communication

Lumiao Huang

School of Foreign Studies, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: April 12, 2026; accepted: May 6, 2026; published: May 20, 2026

Abstract

The translation of animated films with distinct Chinese national characteristics constitutes a specialized form of translational activity. Beneath their national styles lie profound cultural deposits, and subtitle translation is further constrained by the multimodal system featuring the coordination of audio-visual signs and linguistic signs. As such, the foreign-language transcoding of cultural information in such films has long been a core focus and difficulty in translation practice. Existing studies mostly explore subtitle translation strategies from a purely linguistic perspective, which is relatively monodimensional. Guided by theories of translation studies and communication studies, and drawing on concepts including gatekeeper, noise, audience, translation motivation and translator's subjectivity, this paper adopts the literature research method and takes Yao-Chinese Folktales (co-produced by Shanghai Animation Film Studio and Bilibili) as a case study to explore pathways for translating cultural information in accordance with communication principles. This research aims to transcend the limitations of the single linguistic perspective, provide actionable references for the cross-cultural communication of domestic national animations, and boost the export of Chinese animated cultural symbols and the construction of international recognition.

Keywords

Culture-Specific Information, Subtitle Translation, Translation Communication, Cross-Domain Transfer, "Yao-Chinese Folktale"

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

在全球化进程不断加快的背景下，中国与世界各国的文化交流与传播日益深入，其中承载着特定民族传统、价值观念、意识形态与语言表达的文化专有信息，是中国在全球范围内传播国家形象的重要根基。为顺应与世界各国更广泛、更紧密的文化交流趋势，国内涌现出大量承载中国文化专有信息的动画作品，其创作核心目标便是更好地展现与传播中国文化。国漫在国内获得了广泛的大众认同，但在跨域传播的语境下，中国动画的国际传播仍面临着文化缺省的困境。这种困境源于传播双方在交流过程中，因共享的背景知识与文化专有信息缺失而产生的理解壁垒。因此，选择恰当的翻译策略、方法与技巧，弥补文化缺省，更好地推动中国动画的国际传播，具有重要的研究价值。

当前，翻译学界的多数研究，大多仅从单一的语言视角分析字幕翻译的策略与翻译目的。但翻译本质上是一种跨文化传播行为，信息交换始终发生在跨文化的语境之中，译者在翻译过程中不可避免地需要处理文化差异带来的障碍。不同民族的文化信息，折射出其独有的文化特质，而这些文化专有信息背后的特殊文化内涵，往往构成了翻译的难点，成为信息传递与传播的壁垒。此外，翻译具备传播学的一般属性，涉及传播者、传播渠道、受传者等核心要素。因此，在探讨翻译策略、方法与技巧时，采用翻译学与传播学交叉的跨学科视角，具备充分的理论合理性。本文以翻译学与传播学融合的视角，系统分析《中国奇谭》字幕翻译活动中的传播者、传播渠道、受传者，以及传播效果的强化与衰减规律，研究以传播效果与传播效度为导向的文化专有信息翻译策略与方法选择。《中国奇谭》是近年来深度植根于中国传统文化的中式奇幻动画短片集，其蕴含的丰富文化专有信息与内核中的中国哲学思想，使其具备极

高的研究价值。从翻译传播学的视角,探究影视作品中文化专有信息的翻译策略,能够帮助我们不断总结翻译思路与策略,引导我们在翻译实践中更加重视传播效度,进而加快影视作品中文化专有信息的对外传播进程。

2. 文化专有信息的翻译

2.1. 文化专有信息概述

文化专有信息,指的是某一文化中独有的、在其他文化中不存在直接对等表达的文化内容,其涵盖范围极广,包括习俗、传统、行为模式、意识形态、语义内涵等诸多文化要素,通常以短语、习语、谚语、特定句式或特殊表达的形式呈现。文化专有信息的核心是传递特定的文化观念与行为范式,在一般的翻译活动中,往往需要通过对文化信息进行补充解释或作出相应本地化调整,才能让来自不同文化背景的受众理解其内涵。

2.2. 多模态话语体系下文化专有信息的翻译

文化特色鲜明的字幕翻译,既要着力弥合文化信息在目标语境中的缺省,也需兼顾字幕与音画构成的多模态话语约束,而后者的落脚点在于“语言、图像、声音等多种模态资源的协同建构意义过程”[1]。因此开展影视字幕翻译时,必须将影片整体或特定片段中的多模态表意要素与文化形态相结合并作出最终考量,包括音像、文字等多模态符号之下的情感内涵、深层寓意、作品的雅俗艺术定位、目标受众的认知与接受特征等。译者需在客观尊重原作创作思想的基础上,主观统筹翻译动机、字幕文本特征、受众解码习惯与多模态符号协同等多重因素。总而言之,译者需立足多模态话语翻译的整体要求,综合权衡各类约束与表意需求,做出适配跨文化传播、兼顾视听协同的最优翻译决策。

3. 翻译传播学视域下的文化信息跨域转换

3.1. 传播学的核心概念

传播学作为一门独立学科,聚焦于信息传播的过程与效果。传播是一个社会学概念,在社会传播学研究中拥有其特定内涵。传播学研究的是个体与其所属的群体、组织与社会之间的“信息共享”关系,可以说“没有社会,就没有传播活动。传播是社会的根本属性”[2]。因此,传播学是“研究人类信息交流的科学,也可以表述为,它是研究人类传播活动的发生、发展及其规律的科学”[3],是“从心理学、社会学、新闻学和政治学等学科派生出来的一门综合性学科”[4]。

简言之,传播是一个包含信源、信息、信道、信宿的开放、综合、动态且具备实践性的完整系统,其运行过程与翻译活动高度相似,后者同样包含翻译行为发起者,即作者与译者、译文、翻译过程与译入语读者。此外,传播与翻译两大行为,都以每一次传播或翻译行为的最终效度为目标,翻译“应是属于传播学的一个分支,是传播学中的一个有一定特殊性质的领域。”[5]。

3.2. 跨域转换与传播效度的三个维度

第一个维度是作为传播者与把关人的译者。“所谓的把关人,就是指具有让某一东西进来或出去之决定权的个人或团体”[6]。在传播领域,媒体是最典型的把关人,其对传递给公众的信息进行控制、筛选与制作,既是信息的接收者,也是信息的传递者,最终决定了受众能够接收到的内容。而在翻译领域,译者可被视为翻译活动的把关人。他们既是原文的读者,也是译文的创作者。作为翻译活动的主体,译者有权也有责任精准把握翻译动机,选择具备翻译价值的文本,采用能够体现文本价值的翻译策略与方法。作为翻译活动的主体,把关人面临着两级传播过程,即解码过程与编码过程。解码过程是译者理解

原文的过程,译者对原文的解码与理解必然涉及多个维度,其中就包括“文本体现的个人风格;由题材与时代决定的源语语法结构与用词习惯;植根于源语文化的独特词汇表达;文本的特定体裁;源语所传递的、反映民族、政治、道德、宗教、社会与性别偏见的特定概念等”[7]。第二阶段是编码过程。“作为信息的发送者,译者必须将经过解码处理而获得的原文信息进行整理、选择、加工,然后进行编码”[8],这一过程本质上就是译入语文本的生成与向目标读者传递的过程。作为把关人,译者在翻译活动中做出的决策,在一定程度上决定了最终的翻译传播效度。

第二个维度是传播过程中的噪音。“噪音”这一术语,最早由香农引入传播学学科,用于指代影响信号传输质量的各种因素。约翰·罗伯特·比特纳首次将“噪音”术语正式应用于传播学研究,将传播分为人内传播、人际传播与大众传播,同时将噪音划分为内部噪音、外部噪音与语义噪音。在社会传播中,噪音主要可分为物理噪音、语义噪音与差异噪音。物理噪音,指的是传播活动发生的实际环境中的噪音;语义噪音,由词汇含义的差异引发;而差异噪音,则源于传播参与者之间社会地位、性别、职业、政治立场、行为动机的差异。翻译中的“噪音”,不仅停留在语言层面,同时涵盖跨语言、跨文化传播中的各类要素,包括生理、心理、语言、社会等多个维度。例如,译者因紧张导致翻译失误,属于心理“噪音”;拼写、用词问题导致读者产生理解障碍,属于语言“噪音”,总的来说“对有效传播的任何干扰都可称为噪音”。传播对象并非被动接收传播者发送的信息,而是会通过自身的注意力、理解与记忆机制,过滤掉大量自身不感兴趣、无法接受的内容,这一过程会影响信息传递,进而产生传播噪音。从这一维度出发,字幕翻译中译文字词偏差引发理解障碍亦属于语言噪音,文化专有信息造成的解码障碍属于语义文化噪音,而字幕与画面、配乐信息冲突则形成模态协同噪音。简言之,一切阻碍多模态信息有效传递的干扰均可称为噪音。同时,传播对象并非被动接收信息,而是会依据自身的多模态解码习惯过滤、筛选内容,这一过程会进一步放大传播噪音。为最大限度降低噪音对翻译活动的影响,实现文化外宣的传播目标,译者可选择抵消冗余信息、规避噪音源等翻译策略与方法。

第三个维度是目标受众的反馈。拉斯韦尔在其传播学经典著作中,将传播过程总结为五个相互作用的要素与环节,即“5W模式”——“谁(Who),说什么(Say What),通过什么渠道(In Which Channel),对谁说(To Whom),产生什么效果(With What Effect)。它包括了传播主体、传播内容、传播渠道、传播对象和传播效果等五个方面的内容”[9]。梅尔文·德弗勒提出的个体差异理论认为,人的性格、特质、能力与需求存在显著差异,没有两个完全相同的个体,每个人都拥有独特的个性、气质、动机、能力与偏好。这些差异,会影响人们的行为、思考、感受与行为表现,也会影响其接收信息时的反应。与受众固有观念相符的信息,会获得其关注与理解;而与之不符的信息,则会被忽视或扭曲,直至与其原有立场保持一致。这与段连城教授的观点不谋而合,即在对外宣传中,传播对象并非被动接收传播者发送的信息,而是会通过自身的注意力、理解与记忆机制,过滤掉大量自身不感兴趣、无法接受的内容。从翻译视角来看,更贴近原文的直译更受研究者青睐,通俗易懂的意译则更受普通读者的欢迎。而《中国奇谭》的创作旨在“找一个平衡点,既要实现艺术上的探索,又要顾及到大众的理解和接受程度”[10]。因此,作为把关人的译者,需要采用恰当的翻译策略与方法,最大限度降低外语受众所处环境、文化背景等不同噪音因素对内容理解的影响,从而满足目标读者的阅读期待,确保译文的整体语言风格与影片“艺术性”相契合的同时,实现雅俗共赏的传播效果。

3.3. 传播学视域下的翻译研究

过往学界关于翻译本质的争论,都反映了“把翻译看成是科学还是艺术的不同观点”[8]。这场争论始终缺乏一个统一的理论基础,即语言学家探讨的是通用翻译原则,而文学研究者探讨的是具体翻译原则。此外,二者的研究侧重点也截然不同,语言学家聚焦于客体要素,而文学研究者则聚焦于主体与接

受者要素。这场争论，也与后续对等理论与等效效果理论的争论一脉相承。而翻译科学之所以发展缓慢，“根源在于人们尚未明确，应当遵循何种研究范式、按照何种顺序开展翻译学研究”[11]。为应对这场长期争论，需要寻找一个更宏大的理论框架，来统摄翻译活动中涉及的各类要素。翻译学是一门系统整合各类要素的新兴学科，翻译活动需要一个完整的理论框架涵盖所有相关要素，而这些要素也能在这一理论框架中形成有机整体，发挥协同作用。

在此，传播学已为信息传递研究构建了丰富成熟的理论框架。若研究者将翻译视为一种特殊的信息传递模式，便能够运用传播学的研究成果对其进行全面分析，拓宽翻译研究的视野。同时，结合跨文化翻译的特殊性，创造性地应用传播学的研究结论亦能够为翻译学科奠定坚实的理论基础。“译文与译文接受者之间的关系，应当与原文和原文接受者之间的关系基本一致”[12]。基于奈达的这一观点，以及香农的信息理论，译者可以从传递负荷、信道容量、噪音、冗余度四个维度，在生成译入语文本的过程中，实现源语与译入语之间语义与效果的基本对等。翻译活动是动态的信息传递过程，而非源语与译入语之间的静态转换，这也证明翻译具备传播学的一般属性，能够适配传播学的理论框架与研究模型。

4. 《中国奇谭》中文化信息的翻译策略与方法

在翻译传播学视阈下，有三个相互关联的核心维度，共同决定了文化专有信息的翻译方法选择，即作为传播者与把关人的译者、传播过程中的噪音、目标受众的反馈与翻译传播效率。作为传播者与把关人的译者，有责任在选择翻译方法前，充分考量影片的语言风格、字幕限制、作者与导演的创作意图，进而决定采用增补、省略或转换等翻译方法。译者还必须考量影片传播过程中的噪音，包括传播过载，即原文中的特殊构词、独特句式、生僻词汇、罕见搭配、复杂内涵等，以及狭窄的信道容量，如多模态语系下读者的理解能力与解码能力等。为应对上述噪音，译者可通过增补法补充冗余信息，缓解传播过载；也可补充相关文化背景信息，实现传播过载与信道容量之间的平衡，提升读者的理解与解码能力。此外，结合影片音像符号本身提供的冗余信息补充，译者可采用转换法与省略法，契合读者的阅读期待与阅读习惯。同时，读者也可基于自身的知识与文化背景，对翻译结果给出反馈，进一步提升翻译传播效率。此外，译者在翻译过程中对误译的核查与规避，同样能够强化传播效率。

4.1. 增补法

针对噪音带来的传播过载与信道容量狭窄问题，译者采用增补法补充文化信息背景，帮助读者理解原文内涵。

例 1: 玄奘法师鼎鼎大名啊

译文: **Eminent Monk Xuan Zang from Tang dynasty!** That is known to everybody.

解析：“玄奘法师”属于中国佛教文化与历史文化专有信息，西方受众普遍缺乏相关文化背景，易产生文化缺省与语义噪音。译者作为翻译活动的把关人，在直译姓名“Xuan Zang”的基础上，增补了“Eminent Monk”与“Tang dynasty”两项关键信息，明确其身份属性与历史背景，帮助目标受众快速完成信息解码，既弥补了受众信道容量不足的问题，又符合字幕翻译的时效性与空间限制，在不破坏画面节奏的前提下提升了文化信息的传播效率，实现文化保真与受众理解的双重平衡。

例 2: 银叉玉爪唰唰唰

译文: The silver fork and the jade rake **are forging with shua, shua, shua!**

解析：“银叉玉爪唰唰唰”是具有中式民俗特色的童谣文化信息，包含传统器物意象与拟声韵律，受众因文化背景差异难以判断器物与声音之间的行为关联，易出现文化缺省与语义模糊，影响信息的有

效传播。译者作为翻译活动的把关人，在保留器物核心意象“silver fork”“jade rake”与拟声词“shua, shua, shua”的基础上，增译了动作结构“are forging with”，为器物与拟声词补充了明确的行为逻辑，清晰呈现器物伴随节奏发出声响的动态画面。这一增补有效填补了原文隐含的动作信息，弥补了受众信道容量不足的问题，降低跨文化传播中的语义噪音。同时，增译内容简洁紧凑，严格契合字幕时效性、同步性与空间要素等多模态符号限制，在不破坏画面节奏与童谣韵律等视听符号的前提下提升传播效度，既保留中式文化意象与艺术美感，又实现文化信息的清晰传递，充分体现以传播效果为导向的翻译原则。

例 3: 白山黑水，濯我**红心**

译文: White Mountain and Black Water, washing my **innocent heart**.

解析：“白山黑水”是中国东北地域文化代称，承载自然崇拜与民族文化内涵。“红心”则象征赤诚本心，二者均属于典型文化专有信息。译者以传播效度为导向，增补“innocent”一词，将道家文化中“返璞归真”内涵转化为可理解的情感语义，避免直译导致的误解。译者在有限字幕空间内完成文化解码与再编码，有效规避地域文化差异带来的差异噪音，帮助受众理解角色情感与文化内核，实现跨文化传播的顺畅传递。

4.2. 省略法

结合影片画面本身提供的语境信息，译者采用省略法，删减造成信息过载的噪音内容，同时不损害观众对内容的理解，最终实现传播过载与信道容量之间的平衡。

例 4: 我家**嫦娥仙子**外出多年

译文: My **master** went out many years ago.

解析：“嫦娥仙子”是中国古代“嫦娥奔月”神话体系的重要文化符号，承载着中国传统神话、民间信仰与审美文化的多重内涵，对于西方受众而言，属于强文化噪音信息，且字幕受音画同步等多模态限制无法展开完整的文化背景解释。译者作为把关人，以传播效度为导向，省略了“嫦娥”这一文化专有名词，仅保留核心身份关系“my master”。此举删减了易造成理解障碍的文化负载信息，避免了传播过载，同时完全不影响剧情核心信息的传递，符合动画字幕简洁性、时效性的核心要求。省略处理大幅降低了受众的解码负担，提升了信息传播效率，同时保留了角色对主人的尊崇语气，实现了剧情连贯性与文化适配性的统一，为动画中神话类文化信息的翻译提供了实用的策略参考。

例 5: **三爷爷**，你知道山上那个山洞里有没有妖怪呀？

译文: **Grandpa**, do you know whether there is a monster in that cave?

解析：作为翻译活动的把关人，译者在翻译“三爷爷”这一称谓时，省略了“三”，并未直译为“Three Grandpa”，而是译为“Grandpa”。中国有着严格的辈分称谓体系，对父辈兄弟的称呼，会根据其在家族中的年龄与排行发生变化。多数西方国家没有根据年龄差异对长辈进行区分称谓的严格传统，祖辈的长辈通常被统称为“grandpa”，或直称其名，无需使用敬语。考虑到中西方在长辈称谓上的文化差异，译者省略“三”这一概念，避免给目标受众造成困惑。此外，“三”这一排行，在影片的结构与内容中均不属于核心信息，同时考虑到字幕翻译的时空限制，也不宜在影片中展开解释“三爷爷”究竟是何种排行的祖辈。因此，作为把关人，译者在该语境下做出了合理的省略决策。

例 6: 这可都是**抬头不见低头见**的老熟人儿了

译文: We're all **old friends** of yours.

解析：“抬头不见低头见”是极具中国乡土社会特色的俗语，指邻里间朝夕相处、关系紧密的生活状态，承载着中国传统熟人社会的文化内涵。若直译会造成冗长且语义混乱，形成语言噪音。译者省略俗语的形象表达，仅提炼核心语义“old friends”，既符合英文表达习惯，又契合字幕时空限制。作为把关人，译者以传播效度为优先，删减文化负载过重的表达，确保受众快速理解角色关系与场景氛围，实现信息有效传递。

4.3. 语义转换法

为契合外国观众的阅读习惯，弥补其信道容量狭窄的问题，译者在以下案例中采用了语义转换法进行翻译。

例 7：哟哥四个又挨这**遛食儿**呐

译文：You just **chilling** here?

解析：“遛食儿”是中国北方方言，指饭后散步消食，属于地域民俗文化信息，西方受众无对应生活经验，接受信道容量狭窄。译者将其转换为英语日常口语“chilling here”，贴合西方受众日常表达习惯。译者作为把关人，通过语义转换弥补目标接收者信道容量狭窄的问题，同时保持角色口语化、生活化的语言风格，满足受众阅读期待，提升传播自然度与接受度。

例 8：嘿耗子**成精**了

译文：What the heck?! The rat is **talking**!

解析：“成精”是中国民间文化概念，指动物通过修炼获得灵性、拥有人形或超能力，属于独特的文化专有信息。视觉层面，作为把关人的译者依托画面中“老鼠开口说话”的视觉冗余信息，将“成精”的抽象文化概念转换为具象的“is talking”，消除了因跨文化信道容量狭窄造成的理解壁垒，同时符合西方受众对奇幻动画的认知逻辑，提升了传播效度。这一语义转换严格遵循字幕时效性要求，简洁有力，与视听符号适配，完整保留了角色的惊讶语气同时符合目标读者的阅读习惯。

例 9：**懒驴上磨屎尿多** 快去快回

译文：**Drop away at critical moment!** Go back quickly!

解析：“懒驴上磨屎尿多”是中国俗语，用于讽刺人关键时刻偷懒推脱，文化意象独特。译者舍弃俗语形象，转换为英文常用表达“Drop away at critical moment”，传达责备语气与含义的同时，有效弥补目标读者因文化差异导致的信道容量狭窄的问题。作为把关人，译者通过语义转换消除文化噪音，使角色情绪与语境清晰传递，符合多模态语系下的字幕时效性、同步性要求，实现跨文化传播的效果。

5. 结语

中国动画中文化信息的翻译，涉及复杂多元的文化因素，同时需要兼顾字幕的自身特征，是一个极具复杂性、值得深入探讨与研究的领域。本文通过对动画《中国奇谭》字幕翻译的分析，从传播学视角出发，结合传播学领域的把关人、噪音、受众意识等核心要素，探究了适配中国动画的翻译方法与技巧。在纪录片的跨文化传播中，译者作为把关人，决定着哪些信息能够通过传播渠道进行传递。译者的控制权并非无限制的，而是需要基于传播目的，考量信息的删减与保留。信息传递过程中，始终面临着噪音的干扰。不同文化语境下的受众，在深层心理、价值观念、语言符号、接受习惯、文化背景知识等方面存在显著差异。要将源语文本引入译入语文化，就需要通过增补、注释等方式创造冗余信息，从而帮助受众准确接收信息。而从字幕翻译的音像、视听等多模态体系角度出发，复杂的文化信息在传递过程中

同时应当转换降低噪音,达到目标读者在短时间内易于理解的效果。受众意识体现了现代传播的双向性。受众并非被动的接收者,而是潜在的协同参与者,能够通过反馈,帮助译者消除或改进译文的不足。受众的作用贯穿于译前、译中、译后的全流程。部分目标观众在观看影片之前,就已经对展现中国传统文化特质的画面与台词形成了既定的审美期待与文化预设。为满足这类受众的期待,译者需要注重运用语义转换等翻译技巧,让语言更贴合书面语体,与画面形成协同,契合影片雅俗共赏的特质。从传播学角度分析翻译问题,有助于突破传统语言学范式局限,揭示译者在跨文化语境中的动态调适机制,达到有效的跨文化传播目的。

参考文献

- [1] 王伊蕾,冯德正.多模态内容分析法的缘起、设计与应用[J].*外国语*,2026,49(2):2-11.
- [2] Verderber, K.S. (2010) *Communicate!* Cengage Learning.
- [3] 田中阳,肖燕雄.传播学基础[M].长沙:岳麓书社,2009:1-2.
- [4] 段连城.对外传播学初探[M].北京:五洲传播出版社,2004:1-2.
- [5] 吕俊,侯向群.元翻译学的思考与翻译的多元性研究[J].*外国语*,1999,22(5):56-61.
- [6] 黄旦.“把关人”研究及其演变[J].*国际新闻界*,1996(4):27-31.
- [7] Newmark, P. (1981) *Approaches to Translation*. Pergamon Press.
- [8] 廖七一.翻译与信息理论[J].*四川外国语学报*,1997(3):82-86.
- [9] 吕俊.翻译学——传播学的一个特殊领域[J].*外国语*,1997,20(2):40-45.
- [10] 陈廖宇,於水,陈莲华,姜申,刘梦雅,孙楚莽.《中国奇谭》创作谈[J].*当代动画*,2023(2):6-18.
- [11] Wilss, W. (1982) *Science of Translation: Problems and Methods*. John Benjamins Publishing.
- [12] Nida, E.A. (1964) *Toward a Science of Translating*. Brill Publishers.