

数智赋能浙东名人文化遗产的多模态翻译与对外传播

韦纹静, 孙 维*

宁波工程学院人文与国际传播学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2026年6月23日; 录用日期: 2026年8月14日; 发布日期: 2026年8月28日

摘 要

针对浙东名人文化遗产对外传播中长期面临的叙事形态单一、受众互动不足、传播渠道固化等瓶颈, 本文以王阳明、屠呦呦等具有跨时代影响力的浙东名人为切入点, 探讨如何借助多模态翻译与数字技术手段, 实现其文化价值的当代阐释与国际传达。在融合社交媒体平台、可视化呈现与交互式内容载体的基础上, 提出一套兼具文化适应性、受众参与性与实践可操作性的传播思路, 在全球化语境中推动浙东文化从区域资源向共享话语转化, 为区域性文化遗产的国际传播提供可参考的创新范式。

关键词

多模态翻译, 对外传播, 浙东名人, 数字媒介, 社交媒体

Digital Intelligence-Enabled Multimodal Translation and International Dissemination of the Cultural Heritage of Eastern Zhejiang Celebrities

Wenjing Wei, Wei Sun*

School of Humanities and International Communication, Ningbo University of Technology, Ningbo Zhejiang

Received: June 23, 2026; accepted: August 14, 2026; published: August 28, 2026

Abstract

Against the bottlenecks in the international dissemination of Eastern Zhejiang celebrity cultural

*通讯作者。

文章引用: 韦纹静, 孙维. 数智赋能浙东名人文化遗产的多模态翻译与对外传播[J]. 现代语言学, 2026, 14(8): 1029-1037. DOI: 10.12677/ml.2026.148871

heritage, such as monotonous narrative forms, insufficient audience interaction and rigid communication channels, this paper takes Eastern Zhejiang celebrities with cross-era influence, including Wang Yangming and Tu Youyou, as the entry point. It explores how to realize the contemporary interpretation and international communication of their cultural values by means of multimodal translation and digital technologies. On the basis of integrating social media platforms, visual presentation and interactive content carriers, this paper proposes a communication strategy featuring cultural adaptability, audience participation and practical operability. It promotes the transformation of Eastern Zhejiang culture from regional resources to shared discourse in the global context, and provides an innovative paradigm for reference in the international communication of regional cultural heritage.

Keywords

Multimodal Translation, International Dissemination, Eastern Zhejiang Celebrities, Digital Media, Social Media

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

作为中国传统文化的组成部分, 浙江东部历史人物文化拥有深厚的思想遗产、杰出的文学成就和宝贵的科学价值, 体现了跨区域和永恒的文化意义。自南宋以来, 浙江东部产生了王阳明、黄宗羲和全祖望等著名思想家和历史学家。他们的学术思想深刻地塑造了宋元明清晚期中华文明的发展, 并对东亚甚至全球文明产生了深远的影响。王阳明的心即理和知行合一的哲学命题继续影响着包括哲学、心理学和管理在内的学科, 而东浙的经世致用为跨文化历史研究提供了一个独特的范式。然而, 尽管有丰富的文化资源, 但浙江东部的名人文化并没有获得广泛的国际认可, 也没有发展成为全球有影响力的文化符号, 这反映了中国传统文化全球传播中的共同困境, 这些困境主要表现在三个方面。

首先是停滞不前的叙事交流。目前的文化传播仍然较多的依赖文本形式, 如学术专著、地方编年史, 这些严谨的材料却缺乏引人入胜的故事情节和情感共鸣, 这使得它们难以吸引国际观众, 特别是非专业读者。同样汤佳雯[1] (2023)也认为, 过度依赖经典翻译和密集的学术注释往往剥夺了跨文化交流的人性温暖。

其次, 在当代媒体平台上缺乏存在感。正如严雯婷和裴丽云[2] (2025)所指出的, 到 2025 年 7 月, 中国有超过 12 亿短视频用户, 数字生态系统正在通过短视频、算法推荐和在线社交互动来重塑文化交流。即便如此, 浙东名人遗产仍然在很大程度上依赖于传统媒体和线下活动。流媒体平台上的互动数字内容明显短缺, 阻碍了其进入主流国际通信电路。

第三, 观众的参与度下降。现有的沟通在很大程度上仍然是单向的, 很少有深入研究从文化心理学、审美偏好和价值取向的角度审视海外观众, 特别是 Z 世代。因此, 从业人员努力弥合从仅仅信息传递到真正的文化认同的差距。

为破解上述传播困境, 飞速发展的数字技术为浙东历史名人文化的国际传播开辟了全新路径。王梦、李元天[3] (2024)提出, 应当跳出传统文本翻译的单一模式, 运用多模态翻译理论融合文字、图像、听觉符号, 实现文化内涵的完整、协调传递。丁秋玲、张劲松[4] (2020)则指出, 区域文化对外交流需要贴合海外受众的认知逻辑, 依托故事化叙事、通俗化表达提升文化吸引力。李雪娇[5] (2022)进一步强调,

要顺应数字媒体传播规律,整合短视频、交互式新媒体、沉浸式数字展厅等载体,以此强化传统文化数字化传播效能。

整体来看,现有研究分别从翻译策略、传播内容、媒介形态三个维度,为浙东历史名人文化的海外传播提供了重要参考,也印证了多模态表达、数字化媒介融合、受众导向传播是中华传统文化走向全球的核心发展方向。

但当前相关研究仍存在较为明显的短板。其一,多数成果仅聚焦翻译、叙事或媒介等单一维度,缺少覆盖文化资源挖掘、内容生产、媒介投放、受众反馈全链条的系统性研究,尚未搭建起完整的国际传播综合框架;其二,现有研究偏向理论层面,针对如何将多模态翻译融入数字叙事、各类数字平台如何联动运营、怎样搭建可复制的传播运行机制等实操问题,给出的落地指导十分有限。除此之外,生成式人工智能技术发展迅猛,其在文化内容创作、跨语言沟通、个性化精准传播领域的应用潜力尚未被充分挖掘,现有研究难以适配持续迭代升级的数字传播生态。

基于此,本文提出浙东名人文化国际传播应以数字叙事为引领,以多模态翻译为实现路径,推动文化资源向数字内容的创造性转化;依托数字人文与整合传播理念,构建涵盖短视频、社交互动、沉浸式展览、双语语料库等多种形态的数字传播体系,提高跨文化传播效率和个性化适配能力(杨博[6],2024)。相较于已有研究侧重单一策略或局部优化,本文尝试构建“数字叙事-多模态翻译-整合传播-人工智能赋能”四位一体的国际传播框架,实现从文化资源开发、数字内容生产到国际传播和受众反馈的全链条贯通,为浙东名人文化乃至同类地域文化遗产的国际传播提供兼具理论创新与实践价值的系统方案。

2. 多模态翻译与数字传播

多模态翻译突破了传统语言文字转换的局限,强调在跨文化传播中综合运用文字、图像、声音、影像及数字技术等多种符号资源,实现文化意义的多维表达与有效传递。其理论基础源于 Jakobson[7](1959)的“符际翻译”概念,并在多模态话语分析(Kress & Van Leeuwen, 2001)[8]、符号学研究(Sebeok, 1994)[9]以及媒介转向理论(Littau, 2011)[10]的推动下不断发展。王宁[11](2015)提出翻译研究应突破单一语言范式,郭磊、吴赟以及牟宜武[12](2021)进一步探讨了媒介转向背景下多模态翻译的实践路径,为传统文化资源的数字化传播提供了理论支撑。

多模态翻译在文化传播过程中,不只是改变传播的载体,更在于重构文化符号、革新叙事方式。具体而言,多模态传播可以依托图像、短视频、数字展馆、虚拟交互等媒介,将历史名人的人生经历、哲学理念与价值内核转化为直观、可互动、沉浸式的数字化内容[3][13]。但多模态传播想要落地,不能只靠媒介形式的创新,还需要在对外传播时,尽量贴合海外受众的文化认知,消解文化隔阂;而社交互动机制可以推动受众从被动接收信息变成主动参与文化故事的再创作,这样便可以进一步强化文化传播的效果与长效影响力。

3. 浙东名人文化的多模态翻译传播路径

3.1. 基于多模态翻译的内容转化策略

文化遗产的传播仍受到文本叙述的限制,而本研究以“浙江东部著名历史人物的故事”为例,根据哲学、科学和文学这三种不同类别的浙东名人的不同特征,提出具有差异化的多模态转化策略。这些策略以将历史记忆转化为当代话语为目的,并为地区名人文化的保存和传播提供一条途径。

策略一: 哲学思想的视觉化翻译

直观的视觉符号可以将抽象的哲学思想具体化,而这就需要使用适合数字时代快节奏的沟通环境的视觉。这种方法可以使哲学思想被重建为可感知的、互动的和多模态的叙事。以王阳明的知行统一为例,

知与行之间的内在关系可以通过动态的螺旋符号来表示：在数字故事讲述中，这个符号可以设计成一个交互式界面：当用户滑动屏幕时，知的一端螺线照亮或生成理论内容，而另一端行同时产生相应的现实生活场景或操作说明。这种可以直接被看到的视觉符号使观众能够直观地理解知识是行动的开始，行动是知识的完成的这一深刻含义，能够完全理解王阳明知行统一的哲学概念。通过这样做，它促进了哲学思想从文本到图像、从静态表示到动态互动的转变。

策略二：科技成就的故事化翻译

科学名人文化的多模态翻译，本质是从单一展示科研成果，转向以叙事为核心、完整再现科研探索过程。通过挖掘科学发现背后的科研精神、人文思辨与集体智慧，并依托多模态话语协同机制，可将抽象冰冷的科研成果，转化为富有感染力、情感共鸣与传播效力的多模态文化文本。以屠呦呦发现青蒿素的传播实践为例，可通过三组互补的多模态协同策略，构建五分钟手绘动画叙事短片。在“古籍溯源、古方启智”阶段，将东晋葛洪所著《肘后备急方》的古籍影像与现代实验室场景叠合呈现，搭配清雅的古筝配乐与沉稳旁白，通过视听符号的解释性协同，直观展现传统中医药智慧对现代药理学研究的启发价值。在后续“屡败屡试、突破瓶颈”叙事段落，影片视觉色调由沉静的灰蓝逐步过渡为明亮金黄，背景音乐由低沉舒缓转为昂扬奋进，旁白语速同步递进加速，通过多模态符号联动放大情绪张力，生动还原科研探索过程中的曲折与坚守，强化叙事感染力。同时，全片关键科学术语均采用双语字幕对照呈现，实现精准跨语言传递。例如核心成果名词统一标注为 Artemisinin (青蒿素)。针对古籍经典引文，原文采用繁体古籍字体呈现：“青蒿一握，以水二升渍，绞取汁，尽服之”，并搭配权威英文释义：“Take a handful of sweet wormwood, soak it in two liters of water, squeeze out the juice and consume it entirely.” 实现传统医学文本的精准、合规跨文化转译。通过语际翻译与视觉叙事的结合，让传统医学智慧为全球观众所理解。在“团队协作”部分，以科研人员互动动画、闪烁数据图表搭配集体攻关的英文解说，形成互补型协同，完整呈现科研的集体属性。同时，该策略需同时满足科普短视频传播的三个条件：美学呈现、情感共鸣与社会议题关联，并通过“印象最深的失败瞬间”等开放式提问设计互动环节，激发用户评论与再传播。这种翻译方式让科技名人故事超越科研成果本身，成为展现中国科学家精神、传统智慧现代转化的生动载体，实现科学精神与人文情感的双重传递。

策略三、文学经典的场景化翻译

文学类名人的多模态翻译以“场景化”为核心，通过构建可交互、可沉浸的数字体验环境，将静态的文学文本转化为动态多维的感知场景，回应数字时代受众的参与性需求，实现文学遗产的创造性转化。以鲁迅笔下的绍兴风情传播为例，可设计“线上数字漫步”H5交互页面，用户点击虚拟地图中的咸亨酒店、百草园等地点，即可触发作品片段、方言朗读、老照片今昔对比等内容，让文学文本成为可漫游、可探索的文化景观。具体构建需兼顾技术应用与人文内涵：先对文学文本进行地理信息与人文意象的数据化标注，建立“地点-文本-意象-声音-图像”的多模态关联数据库；再运用H5交互引擎与轻量化三维建模技术，打造基于真实历史地图的虚拟漫游空间，兼顾移动端访问流畅度与沉浸式体验；最后通过点击、滑动等交互行为，让经典文本片段随场景唤起，配合方言诵读、历史影像，形成跨越时空的叙事张力。

实施过程中需警惕“数字幻象”“信息孤岛”问题，避免重技术展示、轻文化诠释，摒弃“地点+文本”的简单堆砌，打造兼具叙事连续性与意义开放性的体验脉络，搭建古今对话的数字文化空间。同时，还需进一步完善数字基础设施建设，对文学领域多元、零散且形式各异资料进行规范化采集与整理，借助知识图谱技术搭建起条理清晰、结构完整的文化数据资源体系；建立跨学科、跨领域的协同合作机制，严格把控文化内容的真实性与准确性；打通各类传播平台的信息隔阂，构建起能够实现资源共享、支持二次创作的数字文化传播载体。最终让文学名人笔下的世界成为全球读者可抵达、可互动的共

有文化景观, 以技术赋能人文传播, 拓展文化认同边界。

3.2. 面向对外传播的分层精准策略

在跨文化传播过程中, 借助社交媒体开展名人相关的多元叙事, 能够更有针对性地触达不同受众。本文提出分层传播思路: 根据受众类型, 将其划分为专业研究者、文化爱好者和普通互动人群, 分别在微信视频号、微博国际版、YouTube、Bilibili 国际版以及抖音、TikTok 等平台投放差异化内容。同时, 围绕“浙东人文故事”搭建多语种账号体系, 联合高校留学生、孔子学院以及国内外友好城市开展联动传播, 形成官方主导、社会各界共同参与的传播模式, 从而增强国际传播的影响力与认可度。

3.2.1. 平台选择与受众匹配

在社交媒体渠道重构中, 平台选择与受众匹配构成分层精准传播策略的基础。不同平台因其用户画像、内容形态与交互逻辑的差异, 形成独特的传播生态。严雯婷、裴丽云[2] (2025)指出, 数字技术的爆发式发展重构了文化传播的底层逻辑, 短视频平台凭借其“短平快”的传播特性与智能化的技术支撑, 已成为公众获取文化信息的主渠道。因此, 多模态文化传播需根据平台属性与用户习惯, 实施针对性适配。

可针对知识理解型、兴趣拓展型、社交互动型三类受众的不同特征, 结合对应平台特性开展分层传播。面向具备高教育背景、有深度认知需求的知识理解型受众, 在 LinkedIn 投放名人思想长文分析、学术讲座精剪视频等逻辑严谨、有跨文化阐释深度的内容, 满足其系统性认知需求; 面向关注内容启发性、故事性与视觉吸引力的兴趣拓展型受众, 在 YouTube 与 B 站国际版推出 5~15 分钟的系列微纪录片、手绘动画故事等叙事性内容, 兼顾叙事完整与观看耐性; 面向内容消费呈碎片化、视觉化与情感化特征的社交互动型受众, 在 Instagram 与抖音创作名人名言视觉海报、60 秒情景短剧、互动挑战话题等强吸引力内容, 借助平台社交属性将文化传播转化为社交行为。这种分层匹配的传播策略, 能让不同受众在适配的媒介场景中接触、理解并认同浙东名人文化, 实现从广泛触达到深度认同的传播跃升。

3.2.2. “社交账号 + 矩阵分发”的模式

以运营“Zhejiang East Legends”(浙东先贤)社交媒体账号为例, 该账号可承担“品牌建构、内容整合与资源协同”的功能。该账号可常态化输出覆盖哲学、科学、文学等领域的浙东名人文化多模态内容, 通过持续性、体系化的内容生产, 逐步打造专业化、权威化、一体化的浙东文化国际传播品牌。唐子禹[14] (2025)指出, 数字人文研究为跨文化传播搭建了更开放、沉浸式、交互化的传播载体, 同时凸显了用户参与在文化理解、意义共建过程中的核心价值。由此可见, 该社交媒体账号不应局限于单一的内容输出功能, 更应进一步升级为跨文化受众的交流枢纽, 持续推动不同文明语境下的文化互动与价值对话。基于此, 该账号不应仅定位为文化内容传播平台, 而应进一步发展为连接不同文化背景受众、促进交流互动的文化枢纽。例如, 可定期开展“Zhejiang East Legends”(浙东先贤)线上活动, 邀请相关领域学者参与直播, 围绕国际受众关注的问题展开交流, 这样便可以增强受众参与感与文化认同。

与此同时, 矩阵化传播的有效实现依赖于核心账号与高校留学生社团、海外汉学爱好者社群等关键节点组织之间建立稳定的内容共创与协同传播机制。在具体实践中, 可推动海外高校中国学生学者联合会围绕王阳明“知行合一”思想开展本土化阐释与交流互动, 结合当地传播语境制作多语种短视频内容; 与海外汉学社团合作, 将浙东名人思想观点与经典语录转化为符合不同文化群体审美习惯的视觉传播产品; 同时, 可邀请国际受众参与“数字漫步绍兴”H5 项目的内容共创, 通过征集其视角下的绍兴城市影像与文化体验, 形成多元主体参与的跨文化叙事空间。

由此可见, “中心辐射 + 节点共创”的传播模式能够有效突破传统文化传播中的信息孤岛困境, 提升传播体系的协同性与开放性。其中, 核心账号负责提供权威性的内容供给与品牌价值支撑, 节点社群

则承担文化转译、关系连接与圈层扩散功能,二者共同构建兼具文化深度与传播弹性的跨文化传播网络,推动浙东名人文化国际传播由单向度的文化输出逐步转向多主体参与、多向互动的交流模式,见图1。

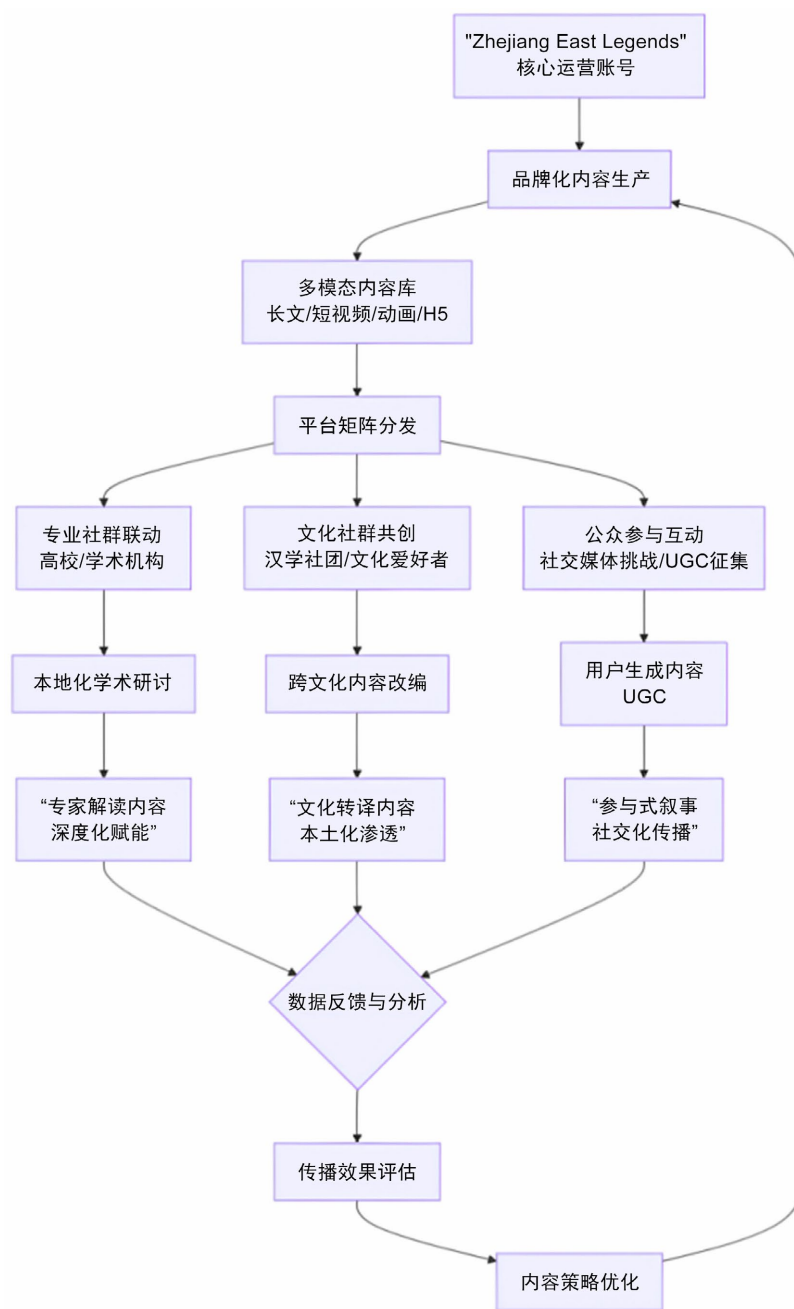


Figure 1. Flowchart of the “social media account + matrix distribution” model
图 1. “社交账号 + 矩阵分布” 模式流程图

4. 多模态翻译传播方案的评估与可持续性

4.1. 效果评估体系

在数字技术和文化交流深度融合的背景下,著名历史人物文化的多模式传播不仅需要创新战略和交

流渠道，还需要系统评估框架和可持续发展模式。薛轶[15](2017)认为，在多模态话语系统中，意义是通过语言和非语言符号共同构建的，多模态资源已成为现代交流和学习的重要工具。这一观点为项目评估和可持续性提供了理论基础：应根据多模式内容的综合影响来评估沟通效果，而可持续发展取决于跨部门合作和建立模块化内容生态系统。本章以“王阳明‘心学’国际青年传播计划”为试点项目，解释了如何通过分阶段和多模式内容整合建立以参与为中心的评估框架。它进一步探索基于大学、地方机构和其他利益相关者之间的合作的可持续运营路径，从而创建一个完整的闭环系统，将实践与反馈联系起来，将个人项目与更广泛的沟通生态系统联系起来。

4.1.1. 评估指标：以参与度为核心的分层体系

在多模态文化传播的评估实践中，应建立以“参与度”为核心的复合型评估体系，超越传统传播以曝光量为单一导向的局限。薛轶指出，多模态话语的意义由多种符号资源协同构建，这启示我们，传播效果的评估不应仅关注内容抵达的广度，更应考察不同模态在受众认知、情感与行为层面激发的深度参与。因此，本方案围绕“播放量、点赞、评论、分享、用户生成内容数量”等关键指标，构建能够反映多模态互动效能与意义共建程度的评估框架，见表 1 如下。

Table 1. Evaluation dimensions
表 1. 评估维度

评估维度	权重	核心指标
传播触达度	20%	播放量、覆盖范围、粉丝增长
互动参与度	30%	点赞、评论、分享、互动深度
内容共创度	25%	UGC 数量、多语种创作、本土化表达
文化认同度	15%	文化理解、情感认同、持续关注
文化认同度	10%	活动参与、国际影响

4.1.2. 数据整合与策略优化

应整合和分析不同级别收集的参与度数据，以揭示不同模式、内容格式和受众参与模式之间的关系。例如，如果一部动画短片产生了大量的分享，但深入的评论相对较少，其哲学解释的清晰度可能需要提高。同样，如果照片收藏活动吸引了国际青年的热情参与，但他们的解释偏离了预期的核心概念，则应更加强调活动指导和说明性示例的设计。通过持续的监测和迭代的完善，该评估框架不仅用于评估项目的有效性，还为优化多模式沟通策略提供实证据。它建立了一个包含“设计 - 实施 - 评估 - 优化”的闭环管理机制，从而实现了薛轶倡导的“多模态话语在意义共同构建中的动态适应性”。

4.2. 可持续发展机制

文化遗产国际传播的可持续发展，并不依赖单一传播项目的短期落地成效，而取决于能否构建一个以多元主体协同、长效内容生产、技术动态优化为核心的系统化传播生态。依据多模态话语理论，文化意义始终依托语言、视觉、听觉等多元符号资源的交互作用动态生成，这意味着有效的跨文化传播机制必须具备持续适配、迭代更新的能力。为实现浙东名人文化的长效国际传播，需要整合高校科研力量、地方文化机构、政府职能部门与海外文化社群的多方优势，搭建一体化协同传播网络。在该体系中，高校承担人才培育与内容创新的核心职能，地方机构提供原生文化资源与政策支撑，海外社群负责文化转译与本地化适配传播，由此将传统单向的文化输出模式，转化为多方参与、双向互动、多元共建的立体化传播格局。

在内容建设层面, 需建立可持续的内容生产机制, 搭建数字化文化资源库, 对多模态传播素材进行模块化开发。将浙东历史名人的生平事迹、哲学思想、文化叙事转化为可复用、可迭代的数字资源, 既能够提升内容生产效率与传播模式的可复制性, 也可以有效规避单次性传播碎片化、短效化的局限。在技术赋能层面, 可依托人工智能与大数据分析技术搭建智能化优化体系, 精准捕捉海外受众反馈, 动态调整传播内容与叙事表达, 形成“内容生产-全域传播-受众反馈-智能优化”的闭环迭代机制。同时, 将文化传播成果纳入区域文化品牌建设与国际文化交流体系, 推动传统文化价值长效转化为社会价值与国际传播价值。

通过主体协同、内容深耕、技术赋能三重路径, 能够推动浙东名人文化的国际传播从碎片化的项目式运营, 升级为体系化的生态化运营模式。多方联动的协作机制、常态化的内容创新、智能化的技术驱动, 共同保障区域文化遗产国际传播的稳定性、持续性与全球影响力。

5. 结语

在当今这个数字化时代, 将当地文化遗产传播至世界范围已经不再是简单的将中文翻译成英语。它已成为一项涉及更新文化形态、使用新媒体形式以及与观众建立关系的新型翻译。

而此研究以多模态翻译理论和数字交流原则为理论基础, 并以浙东著名历史人物所创造的文化遗产为例子, 探索如何将本来只属于当地的文化资源转化为全世界人民可以享受和学习的東西。为此, 该研究提出了一个将文化资源进行转换和传播的框架。多模式翻译可以重建文化意义, 并且能够跨越不同的媒体和文化背景, 这是它能够超越传统文本翻译的原因。基于这一观点, 浙东文化遗产的国际传播就应该从单纯的将文化资源展示出来转向主动地、积极地创造新意义。例如讲述数字故事可以使文化内容更容易被理解, 社交媒体可以鼓励观众的互动和参与。这些方法都有助于将当地知识转化为全球共享的文化资源。

当然, 新形态的内容只是多模态传播的一部分, 建立一个明确的评估系统和可持续的运营机制能够将文化资源的传播常态化。通过使用涉及受众的评估模型, 并开发将大学、政府、文化机构和国际社会聚集在一起的交流平台, 文化传播可以从短期项目发展成为持久的文化生态系统。这种方法为在国际上分享当地文化遗产提供了新的理论观点和实践模式。

但不可否认的是, 这项研究也有局限性。首先, 它只研究了浙东的知名历史人物, 没有关注其他地区和其他形式的文化。其次是一系列在翻译过程中产生的新问题, 例如用人工智能创建的内容的伦理问题以及跨文化受众是如何接收信息的, 这些都要通过现实世界的案例研究来进一步研究。

数字时代的文化交流需要在使用技术和尊重文化之间取得平衡。随着人工智能和全球通信网络的不断发展, 当地文化遗产被共享至国际平台, 我们要加强与其他学科领域的合作, 并改善个别文化的交流方式。如此在多模态翻译和传播的帮助下, 中国伟大的传统文化会有更多的机会在全球文化舞台上成长和传播。

参考文献

- [1] 汤佳雯. 国际中文教学中中国传统思想传播与教学设计研究: 以王阳明思想为例[D]: [硕士学位论文]. 绍兴大学, 2023.
- [2] 严雯婷, 裴丽云. 数字时代下短视频平台的传统文化传播机制与创新路径研究[J]. 人像摄影, 2025(14): 196-197.
- [3] 王孟, 李远天. 多模态翻译视阈下的殷商文化传播研究[J]. 上海翻译, 2024(4): 40-45.
- [4] 丁秋玲, 张劲松. 融媒体视域下对外讲好中国故事的叙事建构[J]. 学习论坛, 2020(12): 12-19.
- [5] 李雪娇, 胡泳. 听觉复兴: 从“媒介四定律”看中文播客的解构与重构[J]. 中国编辑, 2022(12): 77-81+91.
- [6] 杨博. 数字化赋能红色文化对外传播多模态双语平行语料库建设及应用研究[J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(35): 46-50.

-
- [7] Jakobson, R. (1959) *On Linguistic Aspects of Translation*. Harvard University Press.
- [8] Kress, G. and van Leeuwen, T. (2001) *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold.
- [9] Sebeok, T.A. (1994) *Translation and Semiotics*. University of Toronto Press.
- [10] Littau, K. (2011) First Steps Towards a Media History of Translation. *Translation Studies*, 4, 261-281.
<https://doi.org/10.1080/14781700.2011.589651>
- [11] 王宁. 翻译与跨文化阐释[J]. 中国翻译, 2014, 35(2): 5-13+127.
- [12] 郭磊, 吴赞, 牟宜武. 中国红色文化的多模态翻译传播研究[J]. 兰州交通大学学报, 2021, 40(3): 116-123.
- [13] 胡富茂, 宋江文, 王文静. 多模态旅游翻译语料库建设与应用研究[J]. 上海翻译, 2022(5): 26-31.
- [14] 唐子禹. 数字人文视角下跨文化交流的新范式研究——以数字文化遗产项目为例[J]. 新闻传播, 2025(22): 36-38.
- [15] 薛轶. 多模态外语教学模式的反思——评《多模态话语分析理论与外语教学》[J]. 中国教育学刊, 2017(3): 112.