



# 说唱领域的翻译与传播研究

——以《越剧双语精选》中的《红楼梦》为例

◎张迪青

## 1 前言

在 2018 年全国宣传思想工作会议上，习近平总书记做了重要发言，提出推动中华文化“走出去”。中国传统戏曲正是中华传统文化的载体和缩影，向全世界推介中国传统戏曲，可以增强我国的文化软实力。

那么，如何消除语言障碍来讲“中国故事”，传播“中国声音”呢？成功的文化传播和翻译的质量密不可分。正如赵瑶瑶、尹雪琳所言，高质量的译文才是中国戏剧对外传播、世界了解中国戏剧的必经之路。（2015：26）越剧作为浙江的文化金名片，在浙江文化“走出去”中占有重要的地位。本文以谢屏、赵志义编译的《越剧双语精选》中《红楼梦》英译剧本为例，基于翻译传播研究理论，分析越剧剧本唱词的翻译策略、方法和技巧，并提出多模态的越剧传播途径，以期促进越剧的对外翻译和跨文化传播。

## 2 翻译传播：一种新的研究领域

20 世纪 60 年代，尤金·A. 奈达把传播论和信息论的成果开始应用于翻译研究。奈达认为，如果译文起不到传播和交际作用，不能够被译文读者理解或接受的话，就没有价值。（刘安洪、谢柯，2014：18）德国翻译理论家沃尔夫拉姆·威尔斯（Wolfram Wilss）在《翻译学：问题与方法》一书中谈到，翻译是一种和语言行为、抉择紧密相关的用来传递语际信息的特殊方式。跨文化交际传播的本质其实就是翻译，只不过翻译涉及两种语言罢了。（祝江、周漠智，1998）

吕俊（1997：39）也认为翻译具备传播的一般性质，其本质就是传播。同时，他指出翻译是社会信息的一种传递，是通过传播者、传播渠道和受信者之间的关系来体现的。任何一种形式的翻译最终要完成的任务便是信息的传播。因而，我们可以把翻译视作一种用来交流和交换跨文化信息的活动。姚亮生（2004：135）提出：“从传播学的角度来审视翻译活动，我们就可以将翻译过程引入深层次的理论探讨，从理论上解释翻



译实践中出现的种种翻译现象和问题。”此外,还有一些国内学者尝试将“翻译”和“传播”相结合,以创建一门新的学科体系,如张生祥(2013:116)从控制研究、文本分析、媒介和受众研究以及效果研究等几个方面入手,研究翻译传播学的理论建构和学科空间;谢柯和廖雪汝(2016:14)以“翻译传播学”名和实问题为核心,通过从合理性、有效性与科学性对翻译传播学的“名”和从研究对象与研究方法对“实”的辨析,以实现该学科的基本理论框架的建成。

翻译传播研究是一种新兴学科研究领域,是翻译研究的一种新范式。“翻译”和“传播”之间并非一般的并立关系,而是一种行为和手段的融合(张生祥,2013:117)。具体来说,翻译是一种跨语际、跨文化的传播行为,而传播就是翻译的自然延伸。其中,译者充当传播者的角色,在翻译过程中采取适当的翻译策略、方法和技巧,以达到最终的传播效果。

### 3 越剧的传播与英译研究现状

发源于浙江嵊州的越剧,作为我国的第二大剧种(仅次于京剧),有第二国剧之称。自中华人民共和国成立以来,越剧走出国门,成为向海外传播中华传统文化的桥梁。从1953年《梁山伯与祝英台》首次风靡海外,到2006年被列入首批国家级非物质文化遗产保护项目,再到现如今“一带一路”倡议下讲好戏曲里的“中国故事”,越剧已经广泛流传于日本、韩国、泰国、新加坡以及德国、法国、美国等国家。为了能更好、更快地传播中国戏曲文化,中国人民大学在2008年联合外语教学与研究出版社共同启动了“中国戏曲海外传播工程”,出版了包括全英文版的越剧《梁山伯与祝英台》在内的系列丛书;2013年,浙江大学城市学院的谢屏和赵志义编译出版了《越剧双语精选》,选、编、译了包括《大道行吟》(*Song of the Great Path*)、《一缕麻》(*A Strand of Hemp*)、《班昭》(*Ban Zhao*)、《海上夫人》(*The Lady from the Sea*)、《新狮吼记》(*The New Lioness Roars*)和《红楼梦》(*The Dream of the Red Mansion*)6部越剧剧本及其英译本(2013:1);2014年,朱江勇、景晓莉和庄清华合作出版了中英双语的《戏曲中国》。这些编写和翻译活动将越剧的国际化推向更高阶段,提升了中国戏剧的国际地位。

最值得一提的是中国古典文学经典之作的《红楼梦》,虽然在海外享有一定的知名度,但因其基于原著的英译本篇幅较长,受众偏窄,在某种程度上影响了它的广泛传播。在这种情况下,用越剧这样的说唱方式来进行传播,不失为一种简洁又吸引人的新传播方式。《越剧双语精选》中的越剧《红楼梦》剧本是徐进按照曹雪芹、高鹗原著小说《红楼梦》改编的。该文本将长著浓缩成了几个小时的舞台剧本唱词,集中呈现贾宝玉和林黛玉两人的爱情悲剧故事,反映了封建社会生活的真实面貌,同时突显了中华文化中反对封建思想、发扬反抗精神的文化内涵。

## 4 越剧文化翻译传播机制

要把中国的戏曲文化传播出去，推动其在海外的发展，就要将翻译活动和传播相结合。根据德弗勒提出的互动过程模式，基于戏曲文化的内容，笔者构建了说唱领域内的翻译传播模式图，如图 1 所示。该翻译传播模式图是一个循环往复、前后相互关联的流程图，每个环节都是相辅相成的。研究翻译传播模式应当以目的语受众为中心，以目的语受众的需求、文化认知为出发点。在翻译传播的过程中，目的语受众既是出发点也是最后的归宿点，目的语受众传播的内容就是反馈信息。

信道包括翻译过程和传播途径，在整个戏曲文化翻译传播模式中是至关重要的。在充分把握目的语受众（传播对象）的同时，我们需要把握好传播内容。运用各种翻译策略、方法、技巧，结合有效的传播途径，才能达到良好传播效果的目的。翻译是中国文化走出去的桥梁，传播则对戏曲文化在海外的的发展起补充和推动作用。

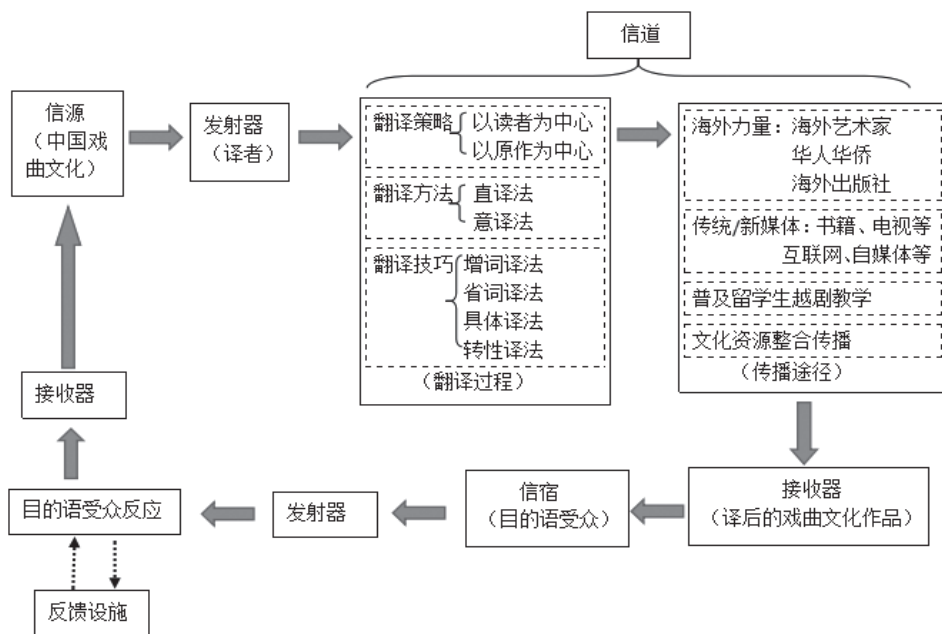


图 1 中国戏曲文化翻译传播模式图

### 4.1 翻译传播视角下越剧英译的策略、方法和技巧

在越剧文化向海外传播的过程中，翻译的作用功不可没。奈达在其著作《语言、文化与翻译》中指出，译者是文化中介，是连接着不同语言、不同文化和不同人民的纽带。因此，做好越剧译介工作的重要性就不言而喻了。传播贯穿翻译的始终，译者在“读者或听众为中心”的翻译观的引导下，在宏观的策略层面、中观的方法层面以及微

观的技巧方面等都进行了导向性的处理,为信息从源语文化向目的语文化流动和传达提供保障。

#### 4.1.1 文化传播的翻译策略

“翻译是跨文化传播的中介环节,具有文化和传播的双重性质。翻译的过程是文化与文化的对话,是文化传播。”(张从益,2007:48)在翻译过程中,当需要处理不同国家间的文化因素时,通常会采用不同的翻译策略,如以读者为中心和以原作为中心的翻译策略。以读者为中心的翻译策略是指译文需从目的语受众便于理解的角度出发,传达原文所要表达的意思。该策略下的译文在语言表达上会更接近于目的语,因而这样的译文更能被目的语受众理解并接受。以原作为中心的翻译策略则是译者想尽可能地接近原文的风格,让目的语受众向原文作者靠拢,以源语文化为归宿,这样在很大程度上便能保证源语言的原汁原味。(Larence Venui, 1995: 353)在翻译过程中,译者通常将交替使用这两种策略,不偏袒任何一方,目的是不仅达到传神达意,兼而满足受众的需求。

##### 1. 以读者为中心的翻译策略在传播中的体现

在进行越剧剧本唱词翻译时,考虑到唱词中包含的典故、歇后语等对毫无中国文化背景的外国人来说,是不容易理解的,因而译者往往会采用以读者为中心的翻译策略,这样有助于读者能实时获得对剧情内容的正确理解。

原文:琪官【唱】但愿得鱼雁往来多传书。

译文: Qiguan [Singing] And I hope our correspondence will extend. (谢屏、赵志义, 2013: 332)

“鱼雁往来”源于典故。“鱼雁”代指书信,是我国古代邮政的象征。因越剧唱词与普通文本不一样,无法对“鱼雁”添加注释,信息传递非常受局限,目的语受众观看演出时就不能及时地获取与之相对等的信息,容易造成理解困难,影响信息的传播。在这种情况下,译文对“鱼雁往来”并没有直译,而是结合典故,把其潜在含义用“our correspondence”来传达,语言简洁,语义贴切,通俗易懂,传播效果未受影响。

##### 2. 以原作为中心的翻译策略在传播中的体现

当我们翻译传播中国文化时,为了更好地忠实于原文作者的思想和风格,让目的语受众可以近距离地感受中国文化,译者往往会对文化负载词、俗语、熟语等地方品味的唱词采用以原作为中心的翻译策略,进而提升地方文化的软实力。

原文:(晴雯)孙悟空套上了紧箍咒,没法子,来,再读一会儿吧。我来替你打扇。

译文:(Qingwen) You are just like the Monkey King controlled by the Incantation of the Golden Hoop. There's no help for it. Please read a little bit longer. I'll fan for you. (谢屏、赵志义, 2013: 334)

孙悟空是四大名著之一的《西游记》里的神话人物,享有“美猴王”之称。“紧箍咒”是唐僧用来制服徒儿孙悟空的咒语,紧箍收缩后会致头痛难忍。后用来比喻束缚人的东西。鉴于《西游记》这部巨作中的孙悟空角色魅力已经超越了国界,因而唱词译

文保留了原文中的文化色彩，直接将“孙悟空套上了紧箍咒”形象地译为“You are just like the Monkey King controlled by the Incantation of the Golden Hoop”。这样的翻译传播效果不言而喻，不但可以把目的语受众带入外国情景中，感知外语文本的语言与文化差异（Larence Venui, 1995: 353），而且把信息准确地表达了出来，增强了语言的表达效果，达到了文化传播目的。

由此可见，对于中国典故或歇后语的翻译，我们可用以读者为中心的翻译策略，对于文化缺位词或者含有特殊意义的文化现象等，我们则要用以原作为中心的翻译策略。但是，无论采用哪一种翻译策略，两者都是翻译传播文化特色用语的常用手段。（黄艳春，2010: 117）

#### 4.1.2 韵律诗传播的翻译方法

在越剧剧本中，有一部分唱词的句式结构工整，犹如韵律诗。这些韵律诗通常通俗易懂，语言优美。为了更好地忠实于原文，译者一般会采取恰当的、最贴近原文的处理方法，把原文中的音、形、意的效果同样地传递到译文中去。

##### 1. 直译法的传播效果

对于中英文中同时存在的某些修辞格，如明喻，在翻译过程中，往往都会采用直译法来保留原文中的修辞手法，使原文的修辞美尽可能地传达给目的语受众。（冯庆华，2010: 150）

原文：贾宝玉【唱】闲静犹似花照水，行动好比风拂柳。

译文：Jia Baoyu [Singing] In repose she is like a lovely flower gently mirrored in the water, In motion, a pliant willow swaying in the breeze.（谢屏、赵志义，2013: 315）

这句话出自第一场“黛玉进府”，这两句唱词表达的是贾宝玉初见林黛玉时的印象。贾宝玉用“似”和“好比”分别来形容林黛玉在安静的时候就像好花儿映照水面一样；在走路的时候，腰肢轻摆得犹如微风拂柳。显然，这里采用的是明喻修辞格。在译文中，前半句中的“she”是本体，“a lovely flower”是喻体，比喻词是“is like”。后半句译文是省略句，为了避免重复，译者把主语和谓语“she is like”省略了。虽然缺少了主体“she”和比喻词“is like”，但句子前后紧密相连，句型一致，目的语受众能直截了当明白“a pliant willow”就是喻体。译者既忠实于原文，准确无误地传达原意，同时采用和原文一样的明喻修辞格来直译，充分把握了传播内容，实现了原文和译文的信息对等，展现了良好的传播效果。

##### 2. 意译法的传播效果

由于中文和英文属于两个不同的语系，在语言形式上的差别较大，因此对于押脚韵的韵律诗的英译，译者则会采用意译法，进而实现译文同样押脚韵的效果。这样，目的语受众便也可以感受到相应唱词的音美和形美。

意译法是指在翻译过程中，不局限于原文中的句子结构，只要把原文的内容或意思传递出来的一种翻译方法。（靳梅琳，1995: 89）。

原文：【唱】昨日楼头喜鹊噪，今朝庭前贵客到。

译文: [Singing]Magpies are whistling under the eaves of the mansion yesterday, And a distinguished guest really shows up today. (谢屏、赵志义, 2013: 311)

原文的“噪”和“到”押脚韵“ao”。但因中英文两种语言的语法和句子结构不一样, 与其相对应的译文唱词就采用了意译法。该句中, 通过“yesterday”和“today”押脚韵“day”来体现唱腔上的和谐与美感, 把时间状语放在句末, 使句子结构更符合英文的语序, 不影响越剧唱词美感的传播。

#### 4.1.3 文化信息类词汇的翻译技巧

翻译并非仅仅是一种语言和另一种语言间的简单转换, 同时是两种语言间的一个再释过程, 包括从语言到文化或是从形式到内容。(赵玉宏, 2013: 72) 在翻译传播研究中, 特别是在说唱领域, 剧本唱词不仅要正确表达原意, 更要注重信息的跨文化、跨语际传递。因此, 在越剧《红楼梦》剧本说唱词的翻译过程中, 译者采用了一定的特殊技巧来保证信息的高保真, 具体而言就是采用增译法、省译法、释译法、转译法等技巧来提升越剧翻译传播的效果。

##### 1. 增译法

增译法是指基于原文, 在译文中增加一些能更符合目的语语法和表达的单词或用语等。(冯庆华, 2010: 58)

原文: 【唱】哪像个老祖宗膝前的外孙女, 分明是玉天仙离了蓬莱岛。

译文: [Singing] She is not a granddaughter of our Old Ancestress, But looks more like a fairy from the fabled fairyland of Penglai. (谢屏、赵志义 2013:312)

例5中, “蓬莱岛”在中国古代传说中是指仙境, 是神仙所居住的地方。在越剧舞台演出中, 唱词讲究精练, 因而不可能采用注释的方法来对“蓬莱岛”做详细说明。根据句意, 该译文在翻译“蓬莱岛”时, 运用了增译法, 增添了“the fabled fairyland of”来修饰“Penglai”, 不仅正确完整准确地传递了信息, 而且保留了中国古代文化的原汁原味, 传播了源语文化。

##### 2. 省译法

省译法是指根据目的语表达方式或语法规则, 省去原文中必须的而译文中不需要的单词或成分。(冯庆华, 2010: 61) 省词译法并不会影响原文意思的准确传递。

原文: 贾宝玉【走向林黛玉身边】妹妹尊名?

林黛玉: 名唤黛玉。

译文: Jia Baoyu [Approaching to Lin Daiyu]What's your name?

Lin Daiyu: Daiyu. (谢屏、赵志义, 2013: 316)

译文没有对原文中的每一个单词都进行翻译, 而是省略了“名唤黛玉”中的“名唤”的翻译。剧本唱词译文简洁明了, 不啰唆, 更具有口语化特性, 侧重于信息的有效传播。

##### 3. 释译法

释译法是指原文中出现的较为抽象的词、句, 在翻译的过程中, 采用相对具体的方

式来翻译，从而使译文产生和原文相等同的效果。（冯庆华，2010：48）

原文：林黛玉【自语】外祖母家确与别家不同。

译文：Lin Daiyu: [Murmuring] Grandma's home is indeed more magnificent than others'. (谢屏、赵志义，2013：309)

这句话取自第一场“黛玉进府”。这里的府指的是贾府。贾府宏伟的外观，华贵的陈设，让初进贾府的黛玉感觉到了一种富贵尊荣的气派。唱词译文如果按照字面意思把“与别家不同”简单地直译为“is different from”，这样就缺乏语言背后的深层次文化理解，没有把原文隐含的信息准确地表达出来，无法实现更丰富的文化传播效果，而结合该越剧的背景知识，采用形容词“magnificent”的比较级结构，使原文抽象的语义具体化了。这样的唱词翻译既忠实于剧本意思，很好地彰显了贾府的雍容华贵，又让观众更能直观地掌握信息，明了易懂。译文和原文达到了信息对等的传递效果。

#### 4. 转译法

转译法是指根据目的语的习惯表达，在翻译过程中，把原文的某些单词的词性在译文中进行转化。（冯庆华，2010：66）

原文：贾宝玉【摸出一个麝香串来】这是北静王送给我的，是皇上赐下来的呢。

译文：Jia Baoyu [Offering a string of scented beads] This is given by the Prince of Beijing, a precious gift from the Emperor. (谢屏、赵志义，2013：328)

在处理词性转换时，我们需遵循语言中的客观规律，如果不顾规律而随意转换，往往就容易造成译文的不通顺或是不地道。一般情况下，在汉译英的过程中，我们通常会把中文中的动词处理为英文中的介词或名词。（冯庆华，2010：70）原文中的动词“赐”在翻译的过程中，译者译为了介词“from”，表达地道，意思精准，符合目的语受众的思维。如果把其译为“The Emperor gave it to me”，从语法的角度来说，没有问题，但与目的语受众的日常表述不符，表达不地道，而且作为台词来说，显得啰唆重复，不易说唱，传播效果易受影响。

## 4.2 越剧的跨文化传播途径

越剧文化要走向世界，扩大其海外的影响力和吸引力，离不开多模态、多路径的传播方式。良好的宣传推广手段是中国戏曲文化向海外传播的有力保障。

### 4.2.1 借助海外力量

中华传统文化在向海外传播的过程中，可以充分借用海外力量，如：海外艺术家、华人华侨或是喜欢戏曲文化的海外受众。“移民群体（如华人移民）往往会发展出他们自己的机制来展示他们的文化身份”（袁晓华，2008：42），如原福建省芳华越剧团尹派艺术家尹桂芳在定居加拿大多伦多后，创建了多伦多芳华越剧团；美国的“上海人联谊会”联合徐玉兰等老一辈越剧表演艺术家共同创办了美国洛杉矶越剧团，此外还举办了各种越剧专场演出、越剧明星专场的赈灾义演；旅居在西班牙的越剧演员赖玉翠创办了西班牙马德里长青越剧团，这些海外力量为越剧文化在欧洲的传播开辟了重要途径。

要让中国的越剧在海外的传播更广,单靠移民群体的力量是不够的。多元化的海外出版发行越剧英译剧本也是一个重要的平台。莫言的《红高粱》、姜戎的《狼图腾》之所以在海外取得了巨大的成功,其中一个重要的因素就是该两部文学作品均是由国外的知名出版机构发行推广的。中国传统戏曲要为西方国家所熟知,也可以考虑和国外知名出版机构加强深度合作。实力强大的海外出版机构往往更了解、熟悉市场的需求,更能把握市场的运行规律,这样也就能更好地为海外受众提供“量体定制”服务,有利于越剧在海外的顺利传播。

#### 4.2.2 运用新媒体传播

在现如今“互联网+”时代,越剧的跨文化传播除了继续沿用以报纸、杂志、书籍、电视、音像等传统媒介对外进行宣传工作外,互联网、微博、微信、微视频、手机App等新媒体成了重要的传播平台。采用多样化的媒介方式来进行对外宣传,以实现越剧文化全方位、多渠道、立体式的传播。

(1) 建立国际域名的越剧网站,推广宣传剧目特色、演员阵容等资讯,上传越剧经典唱段,开设越剧演员的专栏介绍,搭建与戏迷、越剧爱好者交流的论坛、贴吧。此外,笔者建议在推广越剧精品的同时,最好能对越剧内容表达进行创新,新增紧跟时代、反映当前社会生活的新剧目,以增强越剧在新时代的跨文化吸引力。

(2) 开通越剧名家微博微信,更新最近动态,宣传剧种流派,与粉丝互动交流,发挥越剧名家的自媒体宣传。

(3) 开通微信公众号,更新流派相关资讯内容,发布各类演出活动。

(4) 开发越剧App,推出越剧爱好者体验版块,模仿、配音、擂台赛。开设各种戏服网络试穿版块,让越剧爱好者即使远隔重洋也能感受中华民族特色元素。

#### 4.2.3 普及留学生越剧教学

建议教育部在国内大学给留学生开设越剧赏析类课程,一方面可以让留学生学习中文、了解中国戏曲文化,另一方面这也是一种直接又便捷的越剧对外传播方式。在各大院校留学生教学成果展示中,来自不同国家的留学生经常会上演精彩纷呈的中国文化节目,包括演唱越剧《红楼梦》等选段,反响效果好。

#### 4.2.4 文化资源整合传播

“文化资源要转化为能形成国际影响的文化软实力,往往借由两种途径:以文化多样性为展现特征的交流活动,和文化贸易服务水平为衡量标准的文化产业形式。”(胡娜,2014:122)因此,越剧除了做好常规途径的文化传播外,不妨考虑开发一些和越剧相关的文化衍生产品,如印有越剧logo的服饰、越剧卡通人物小扇子、冰箱贴之类的日常用品、卡通动漫/游戏等具有艺术培养作用的产品,以激发受众对越剧的喜爱,进而增强越剧跨文化传播的效果。关于这一方面,我国的越剧文化传播可以借鉴英国莎士比亚戏剧文化旅游整合营销传播。莎士比亚戏剧文化旅游主要从传播主体(皇家莎士比亚公司、莎士比亚故居信托公司、英国广播公司、食宿提供商、民间活动家、其他主体)和传播媒体(互联网等技术性媒体和海报、报纸类非技术性媒体)两个方面整合营



销传播的。到目前为止，莎士比亚戏剧文化旅游开发在英国已经取得了良好的业绩。（李文明、徐沅林，2013：29）我们越剧文化的外宣也可以学习英国这种宣传营销方式，将越剧文化内涵、舞台美术设计、名剧名角等与旅游业进行整合营销。各地旅游景点可以考虑将越剧译本定时定点演出 / 讲解，同时可邀外国游客换上戏服，学唱译本中简单的对白，通过其身临其境的感受来传递潜在的越剧文化。

## 5 结 语

戏曲是中华传统文化的瑰宝和缩影。向全世界阐释推介中国传统戏曲，从某种程度上来说，将会大大提高我国的文化软实力。本文将翻译和传播的原理有机结合，构建了中国戏曲文化翻译传播模式。当前，在一带一路倡议的背景下，要做好越剧对外弘扬和传播工作，必须充分利用翻译策略、方法和技巧来提升唱词译本的翻译质量，同时凭借多元化传媒设施，可以就目的语受众的接受效果、审美对等、伦理再现等方面做进一步的研究和探索。

### 参考文献：

- [1] Venuti L. *The Translator's Invisibility*[M]. London and New York: Routledge, 1995.
- [2] 蔡曙鹏. 全球化格局中的戏剧与本土文化 [J]. 袁晓华, 译. 艺术百家, 2008(6): 13-42.
- [3] 冯庆华. 实用翻译教程 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2010.
- [4] 胡娜. 中国戏曲走出去与国家文化软实力建设 [J]. 艺术评论, 2014(11): 121-123.
- [5] 黄艳春. 异化归化要义 [J]. 外语学刊, 2010(4): 117-118.
- [6] 靳梅琳. 英汉翻译概要 [M]. 天津: 南开大学出版社, 1995.
- [7] 李文明, 徐沅林. 英国戏剧文化旅游整合营销传播及其对国内的借鉴 [J]. 中南林业科技大学学报 (社会科学版), 2013(2): 29-31.
- [8] 刘安洪, 谢柯. 传播学视阈下的旅游翻译研究 [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2014.
- [9] 吕俊. 翻译学——传播学的一个特殊领域 [J]. 外国语, 1997(2): 39-42.
- [10] 奈达. 语言、文化与翻译 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1993.
- [11] 沃尔夫拉姆·威尔斯. 翻译学——问题与方法 [M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 1998.
- [12] 谢柯, 廖雪汝. “翻译传播学”的名与实 [J]. 上海翻译, 2016(1): 14-18.
- [13] 谢屏, 赵志义. 越剧双语精选 [M]. 杭州: 杭州出版社, 2013.
- [14] 姚亮生. 内向传播和人际传播的双向对话——论建立传播学的翻译观 [J]. 南京大学学报, 2004(3): 135-139.
- [15] 张从益. 翻译文化的本体功能思辨 [J]. 外语与外语教学, 2007(10): 47-50.
- [16] 张生祥. 翻译传播学: 理论建构与学科空间 [J]. 湛江师范学院学报, 2013(34): 116-120.
- [17] 赵瑶瑶, 尹雪琳. 越剧《梁山伯与祝英台》英译研究 [J]. 戏剧之家, 2015(12): 26-27.

- [18] 赵玉宏. 论中国特色词汇的外宣翻译策略——从“中国梦”的英译谈起 [J]. 新闻世界, 2013(12): 72-74.

作者简介:

张迪青, 女, 1982年出生, 浙江绍兴人, 硕士, 浙江越秀外国语学院应外学院讲师, 研究方向为翻译传播和英语教学。