

我国民族文化活态史诗海外深度 传播与策略构建

欧亚美¹

(湖南城市学院, 湖南 益阳 413000)

【摘要】: 当前我国民族文化活态史诗在“走出去”方面已经取得一定成就,但在“走进来”层面还存在诸多困境。鉴于此,我们主张借鉴文化人类学的传播理论尤其是其中的三大核心要素,来解决我国民族文化活态史诗海外传播困境。具体而言,基于主体“深度调查”的发起、深描法的民族志式深度译介、文化整合的深度传输,采取传播产品深度加工、跨媒介深度传播、对话式跨文化深度传播等系列策略,以期推动我国民族文化活态史诗海外深度传播,增强中华文化软实力。

【关键词】: 文化人类学 民族文化活态史诗 深度传播 策略

【中图分类号】:G2 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1002—6924(2022)01—0114—07

党的十八大以来,习近平总书记多次提出,加强和改进中华文化走出去工作,要坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化,提高国家文化软实力^[1]。目前,中华文化海外传播发展迅速,且出现了两种趋势:在传播方式上,从“走出去”向“走进来”转变;在传播内容上,从国家层面的整体文化走出去覆盖到区域层面,民族文化也逐渐被重视,尤其是作为其中重要组成部分的活态史诗,近年来成为了海外传播关注的内容。

民族文化活态史诗作为一种传承性文化典籍,对构建中华传统文化海外话语体系具有重要的意义。史诗作为一种庄重的文学体裁,所叙述的内容包括重大历史事件、远古英雄传记和神话故事等,承载着世界上不同民族的历史记忆和基因,著名的有古希腊的《伊利亚特》、英国的《贝奥武甫》等。中华民族文化源远流长,留下了藏族的《格萨尔王传》、苗族的《亚鲁王》、柯尔克孜族的《玛纳斯》等活态史诗。民族文化活态史诗是一种口传史诗,是人类文化的共同部分,承载了人类的记忆,被誉为保存历史文化的活化石,蕴含着意义非凡的传承和传播价值。它也是世界学术研究的焦点。因此,民族文化活态史诗传播势在必行,我国学术界也清醒地认识到了这一点。然而,尽管《亚鲁王》等活态史诗被列入了国家级非物质文化遗产,也是中国文化“走出去”的重要组成部分,但由于相关海外译介传播工作起步较晚,其“走进来”存在重重障碍。在“一带一路”倡议和全球多元文化语境下,推动民族文化活态史诗海外深度传播迫在眉睫。文化人类学着力于整体文化观,主张对文化追本溯源,将文化传承和发展作为终极诉求,为民族文化活态史诗“走进来”提供了新的理论视角。

一、我国民族文化活态史诗海外传播现状与困境

¹**作者简介:** 欧亚美,湖南城市学院国际教育学院副教授,主要研究方向:翻译、二语习得。

基金项目: 湖南省教育厅重点项目“‘湖湘文化走出去’背景下湘西《苗族史诗》跨文化语用翻译研究”(18A402);湖南省教育厅优秀青年科研项目“民族志深度翻译观下《苗族史诗》英译传播研究”(19B130);湖南省社科基金重点项目“文化人类学视域下湘西苗族典籍英译研究”(18ZDB005)

目前我国民族文化活态史诗海外传播现状如何?存在何种困境?从本质上看,它正在由“走出去”向“走进去”进行嬗变。“走出去”是传统的文化传播方式,关注的是文化传播的翻译和出版阶段,即是否被海外受众接收;而“走进去”更加注重传播的效果,即所输出的内容是否被海外受众接受且达到深度传播的效果。当前,我国民族文化活态史诗在“走出去”方面已经取得一定成就,但在“走进去”层面还存在诸多困境。

(一)我国民族文化活态史诗海外传播现状

“走出去”最早是在党的十五届五中全会上提出来的,该次会议明确指出:在经济领域,“实施‘走出去’战略,利用国内外两种资源、两个市场方面有新的突破”^[2]。2002年开始转向文化领域,当年“中国图书走出去工程”正式吹响了中国文化译介传播的号角^[3]。但该工程在启动之初,对民族文化,尤其是民族活态史诗海外传播的重视度不够^[4]。直到2009年6月,国家民委召开中华人民共和国成立以来首次全国少数民族文化工作会议,才大大推进了工作进程。具有里程碑意义的是2012年由中英汉语比较研究会典籍翻译专业委员会在南宁召开的“全国首届民族典籍英译学术研讨会”^[5],为民族活态史诗海外传播提供契机,推动了其“走出去”的理论和实践发展。主要体现在以下几个方面。

首先,理论研究方兴未艾。“民族活态史诗海外译介传播”成为国家社科基金项目的热门话题。从国家社科基金项目历年立项情况分析,2006年只有“《格萨尔》文学翻译论”被立项为文学类项目,但到了2019年,“中国《江格尔》精选本汉译与研究”等9项民族活态史诗译介传播研究课题获批立项,学科范围也从文学扩大到语言学和传播学。两年一届的中国民族典籍翻译研究会也推动了相关的理论构建。学术交流日益频繁,影响力不断扩大。

其次,我国民族活态史诗译介与传播人才培养也取得了长足的进步。除涌现出的领军人物汪榕培、王宏印外,王治国、段峰、韩家权、张立玉、李正栓等在进行民族活态史诗译介传播理论构建的过程中,也积极培养人才,相关专业的硕士和博士队伍正在成长,他们都主动参与到民族活态史诗译介实践中,推动了该工作的跨越式发展。

再者,我国民族活态史诗译介与传播实践工作发展迅速,尤其是改革开放以来,这项工作日新月异,覆盖面不断扩大,内容不断丰富。英语是世界通用语言,中华文化对外传播以英译本为主。由于篇幅所限,下面仅列出我国近10年出版的少数民族活态史诗英译本。

此外,还在如下方面实现了历史性突破。第一,经典史诗被不断重译,如《玛纳斯》在2004年和2011年两次重译,分别由英国莱维出版社和五洲传播出版社发行。第二,部分译本填补了我国部分民族的史诗译介工作空白。2018年,外语教学与研究出版社出版张立玉等人译著的土家族史诗《梯玛歌》与《摆手歌》,让湘西土家族典籍首次以英文形式走向世界。从目前的情况来看,我国民族文化活态史诗的译介传播作品在海外传播产生了一定的文化反响,如《苗族史诗》(英汉苗)被美国汉学家所青睐,积累了史诗译介与传播的宝贵经验。

(二)我国民族文化活态史诗海外传播困境

虽然我国民族文化活态史诗的译介传播取得了以上阶段性的成果,但由于该项工作起步晚,目前还处于自发“走出去”的状态,且“走出去”的深度还不够,没有形成“走进去”的效果。“走出去”只是完成了表浅的文化传播过程,但并没有深入和持久跟踪传播效果;而“走进去”则是深入人心,不是“卖出去”和“送出去”,确切的说润物细无声,达到文化认同的效果。目前,我国民族文化活态史诗海外传播困境主要体现在以下几个方面。

1. 理论体系有待深入构建

虽然我国文化海外传播实践较长,但民族文化活态史诗的译介工作起步晚。从宏观的研究视角来看,我国学术界尚未形成系

统的理论,相关研究聚焦于传统的翻译策略或传播学的传播方法和路径构建等方面,涉及人类文化学角度的研究不多,缺乏将翻译学、传播学、人类学、文化学相融合的跨学科协同研究。从实践来看,我国民族文化活态史诗译介照搬国外功能对等理论、图式理论等理论,本土原创理论建设显得力不从心。

2. 民族文化活态史诗译介难度大且人才匮乏

民族文化活态史诗译介具有特殊性,它是跨越三种语言的跨文化传播活动。最典型的是“汉语过滤器”问题,这是我国民族文化活态史诗译介过程中不容忽视的问题。该问题由美国学者梅维恒(Victor H. Mair)率先提出:“民族文化活态史诗一般以民族语言形式记载或口头流传,只有通过汉语为媒介才能转换为英语。在转码过程中,必然存在文化和语言元素的损耗和过滤,从而造成了译介工作的困境”^[6]。

另一方面,缺乏优秀的译介与传播人才。虽然目前翻译、出版和传播队伍庞大,但高水平的译介传播人才,尤其是能够进行民族文化活态史诗对外传播,且深谙民族学、语言学、文化学和传播学的复合型高级人才缺乏。总体队伍年龄偏大,青年学者和译者尚未完全成长起来。

3. 缺乏价值共鸣和观念共振且以受众心理为导向的译介模式

传播效果在某种程度上取决于传播的内容是否具有共鸣的价值性,即能否被受众认同且接受。“乐于接受的方式、易于理解的语言”是对外传播的重要手段^[7]。近年来,我国文化国际传播的规模、渠道、技术、影响都取得了跨越式进步,但传播理念、传播技巧、话语体系、技术手段等与大国地位和国际水准、现实需要和时代要求相比,仍严重滞后。这种现象在我国民族文化活态史诗译介传播过程中也存在,归根到底是缺乏深度调研,对受众心理的研究不够。

4. 译本数量较少,译本质量不高,影响力亟待提升

我国民族文化活态史诗译介出版和传播现状无法满足民族文化“走出去”的需求,集中表现在译本数量较少、译本质量不高。除了《江格尔》等少数史诗存在多个译本,大部分只存在单版本,有些甚至尚未出现英译本。民族文化史诗类典籍重翻译而轻传播,加之我国民族文化国际传播体系尚未完善,其传播力和影响力亟待提升。这也是中国文化“走出去”最棘手的问题。据美国东亚图书馆数据统计,与国外历史文化类图书借阅情况相比,《大中华文库》在该馆的借阅、评论较少,读者几乎仅限于少数汉学研究者。这个事实值得国内研究者反思,民族文化海外传播需要关注传播效果,吸引更多的海外读者。近年来,有识之士提出与国外知名出版社合作,且取得了良好的效果,但由于利益分配和意识形态等问题,合作尚处于起步阶段。

以上问题归根结底是由于我国民族文化活态史诗海外传播的深度不够。深度传播是指翻译、出版和传播三个阶段的深入化趋势,体现为译者、传播者和读者的良性互动,译者和传播者是主动传播的主体,读者是主动和乐于接受的传播受众。和传统传播比较,深度传播能使效果得到显著提升,有助于实现中华文化从“走出去”真正转向“走进来”。为了实现深度传播目的,可以将文化人类学融合译介学、出版学和传播学,采取学科交叉融合的方法。

二、理论基础:文化人类学传播

文化人类学传播理论,尤其是其中所蕴含的三大核心要素,对解决我国民族文化活态史诗海外传播困境具有理论价值。

(一)传播是文化向前发展的动力

文化人类学传播学派代表人物有拉策尔、威廉·施米特、G.E. 史密斯、格雷布纳等。虽然他们理论表述不同,但都强调文

文化传播在文化发展史上的重要意义,以文化传播原理解释世界各地、各民族的民族差异。传播理论从传播的角度建构人类历史脉络,认为文化有一个共同起源,从一种文化传播到另一种文化,向全世界传播开来。该理论指出,传播是文化向前发展的主要动力及影响因素,文本的本源和文化传播渠道可以通过事实来进行确定,由此解读不同文化差异性^[8]。在此基础上,文化人类学者格雷布纳提出了“文化圈”的概念,认为世界上没有孤立存在的文化,各种不同文化互相交织在一起,并对外传播开来。德奥传播学派通过文献追溯提出文化交往和传播是造成文化相似性的主要原因。西方文化人类学者马文·哈里斯从濡化介入,指出传播对文化具有独到的强有力的解释力^[9]。总之,文化人类学者始终强调文化传播的研究,并看到了其中蕴含着的权力关系的错综迷离性。

(二) 文化传播的核心要素

文化人类学包含的主体论、深描法和文化整合论融合到传播当中,可以促进文化传播实践。

主体论。文化人类学中的核心要素是文化,人既是文化的生产者,又是文化的产物,文化淋漓尽致地展示了人类的本质。同样,任何译介传播活动都围绕“人”和“文化”展开,人与文化之间的关系类似于文化人类学中两者的关系。文化传播和文化人类学都关注他者。前者是以传播文本的形态体验他者,而后者是在田野调查中接触他者。此外,文化人类学研究者的主体地位也不容忽视。文化人类学视域下,传播者既是传播的主体,也是民族文化建构的重要参与者。文化人类学提倡用主位、多元的方法书写民族志,以此避免文化偏见,其中主体所采用的田野调查法是精髓。

深描法。深描法所衍生的深度翻译近年来被广泛用于译介传播领域。深度翻译最早由人类学者阿皮亚(Kwame Anthony Appiah)提出^[10],基本理念如下:在跨文化翻译过程中,译者通过序言、注释、评论、后记等形式,将译本最大限度地置身于原汁原味的语言与文化情景中,从而再现源文化和原作者表达意图。深度传播观认为文化传播不是被动接受的过程,而是主动传播和深掘成井的过程。它是译者走出原文、介入文本时创造的另类声音,是译者对文本进行深度诠释的方式,同时也是助力读者理解原文的有效手段。它可以最大限度降低跨文化误读,通过重构文化意境,保持异质文化本真性,能使读者对文化读本产生他者的敬畏感。

文化整合论。文化人类学者明确指出文化整合的观点,认为世界上各种各样的文化应当兼容并蓄、彼此适应。文化既具备多样性,但又不能否认文化的形式和内容也存在一体化的趋势。其核心观点如下:第一,不同文化因子存在相互依存和有机结合的关系。第二,文化内容和形式从量变到质变,是促成新生文化的动力。第三,文化的传播和交汇促成文化求同存异,在某些方面出现统一性。以上启示跨文化传播要注重文化多样性和统一性的特征,在传播方法和途径上要注重文化要素的整合。

以上三个要素对我国民族文化活态史诗海外传播具有启示意义。传播主体力量的强弱直接影响我国民族文化活态史诗海外传播效果,而深描、整合为促进我国民族文化活态史诗海外深度传播提供了有效的对策。

三、基于“文化人类学”深度传播理论的民族文化活态史诗深度传播策略

借助文化人类学这一跨学科工具,可以将上文所提及的文化传播的三大要素融入我国民族文化活态史诗海外传播的三个阶段:发起、译介、传输和接收,即基于主体“深度调查”的发起、基于深描法的民族志式深度译介和基于文化整合的深度传输和接收,最终推动我国民族文化活态史诗海外深度传播,提升中华文化软实力。

(一) 基于主体“深度调查”的发起

深度调查的本质是人类文化学所倡导的“田野调查法”,在此基础上,还需要进行组织和引领。

1. 面向传播市场和受众的“田野调查法”

国际著名汉学家顾彬(Wolfgang Kubin)指出,中国文学“‘走出去’工作应该尽量考虑‘国外读者是谁’的问题”^[11]。只有明确界定受众,对跨文化翻译出版与传播方式中“面向谁”进行清晰的界定,中国文学“走出去”的桥梁才能够成功搭建。这也正是文化人类学中“田野调查法”所倡导的。为此,我国民族文化活态史诗在出版和传播之前要进行充分的市场调研。要遵循“和而不同”理念,了解对方的文化需求,从而选择合适的传播内容和对象。作品选择、译者偏好、受众口味、市场反响都是要考虑和调研的内容。然后,在获得传播目的国家民众的心理和文化信息后,再用大数据等工具进行深度分析,就能掌握传播受众的文化诉求,从而在民族文化活态史诗海外传播过程中,做到精准施策、有的放矢。

2. 全局性的组织和引领

在深度调查的基础上,作为民族文化活态史诗海外传播最关键的主体,政府部门需要做好统一组织和规划,加强引领和指导,担任民族文化传播的助推器。近年来,我国政府出台了一系列促进传统文化对外传播的政策。2017年1月25日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》,明确指出了总体目标——到2025年,中华优秀传统文化传承发展体系基本形成,并加强中华优秀传统文化传承发展相关扶持政策的制定与实施,注重政策措施的系统性协同性操作性。

和其他类型的中华优秀传统文化相比较,民族文化活态史诗具有特殊性,除了国家层面的组织和领导,民族地区政府要在遵循中央政策范围内,根据民族地区社会文化经济现状,以及民族文化活态史诗海外传播特征,制定具有地方和民族特色的可操作性政策,如鼓励培养精通民族语言、汉语和英语的复合型译介人才,提高当地媒体和出版社对民族文化活态史诗传播的积极性等。

(二)基于深描法的民族志式深度译介

民族志式深度译介策略是文化人类学和翻译研究交汇融合的产物。2012年出版的《苗族史诗》译本就成功地采用了这一策略。下面将以《苗族史诗》为案例来阐述。

1. 民族志方法在译介中的应用

民族志是文化人类学的核心,是建立在田野调查基础上对特定民族及其文化的全面和详细的分析与描述。其研究对象是他者,而我国民族文化活态史诗海外译介也是对他者语言文化的解读和阐释,民族志方法是深度译介的前提。

2012年出版的《苗族史诗》(苗、汉、英)三语版本就具有民族志表征。翻译家和文学家马克·本德尔(Mark Bender)等将绚丽多彩的苗族文化带到英语读者面前,不仅仅是跨文化翻译的过程,更是一个民族志的书写过程,为了实现最佳跨文化阐释效果,原汁原味地向目的语国家民众展示苗族文化。领衔译者马克·本德尔在《苗族史诗》英译过程中,进行了广泛的田野调查,深入了解苗族文化发展史的来龙去脉,虚心向当地专家和群众请教,加深了对作品的了解,并突出了他者的身份。

2. 译文内外的深度翻译法

深度翻译理论是文化人类学和翻译研究融合的产物,也是进行深度译介最常用的策略。在现存的民族活态史诗译本中,《苗族史诗》在深度翻译方面表现得非常显著。

译文外深度翻译,包括献词、序言、前言、导论、后记、索引、术语表、插图、附录、封底推荐词等形式^[12]。其中序言能够

帮助读者从整体把握原文框架,汲取全文精华,更快进入主题。大部分目的语读者不了解苗族史诗,为此,译者吴一文撰写了长达 27 页的代序: Oral Texts and Hmong Sprit:A Disucssion of the History and Culture of the Hmong Epic, 不惜笔墨将苗族史诗的来龙去脉交代得非常清晰。第二部分马克·本德尔的《英译本序言》,回顾了翻译的缘起及感受等。有一个细节值得一提,苗族史诗的“苗族”起初译成 Miao,但考虑到苗族是世界分布较广的民族,除了东南亚国家,也遍布欧美,很多人不懂汉语,因此用了 Hmong 一词,更加突出译本国际传播的价值。第三部分的序歌部分有马克·本德尔长达 2 万多字的苗族及苗族古歌介绍。此外,英文版部分,每组史诗前有题解为读者提供导读,如《金银歌》(The Song of Gold and Silver)导读开篇简单介绍了开天辟地、运金运银、铸日造月、射日射月等概念,这些是苗族先民对宇宙形成的认识和开天辟地的伟大壮举。66 幅与史诗文化相关的彩图,栩栩如生地展示了史诗所处的历史文化情境。这些努力在一定程度上加深了读者对源语文化的深刻理解。

译文内深度翻译,包括文内隐注、括号内加注、双行小注、脚注、段后评注、尾注等形式。马克·本德尔等合译的《苗族史诗》详尽提供了 3000 多条注释,分别涉及古语词解释、人物注解、古今地名考注、动植物注解、重要风俗解释、句子解意、段意解读、异文对比、关系词考证等。如史诗《制天造地》一节中关于五倍子的注释,译注者对此进行了深度翻译:

The Hmong language for this line is “Ghab nix pab nil nangl”. It refers to various types of leaves, cogon grass roots, and gallnut……

此处最大限度地借鉴了文化人类学深度描写法。通过加注的形式,译者能够在典籍英译中对文化空缺进行补偿,诸如此类的译注比比皆是,旨在为读者理解原文并进行鉴赏,将文化差异对比、文化相异转换、文化缺失代偿,甚至诗歌韵律特色都完美地处理。丰富的注释和译文相互照应,在海外读者面前再现了原文的文化语境。

(三) 基于文化整合的深度传输和接受策略

针对当前我国民族文化活态史诗“走出去”过程中重译介轻传播的现状,可以融合文化人类学和传播学文化整合论,在传输和接收阶段,采取传播产品深度加工、跨媒介、跨文化深度传播等具体策略。

1. 传播产品深度加工

民族文化活态史诗具有深厚的文化内涵和表现形式,当前无论是书籍、报纸和电视等传统媒体承载形态,还是网站和微信等新媒体工具,不可避免地存在浅表化和娱乐化倾向,所生产的传播产品质量良莠不齐。为了进一步提升我国民族文化活态史诗海外传播效果,有必要对产品进行深度加工,依托数字技术精心设计,来打造精品。例如电视媒体的国际频道可以通过编制高质量的文化栏目来吸引海外观众。《中国诗词大会》的成功经验值得借鉴:它邀请了很多名家对诗词内涵进行了深度解读,并注重中西文化差异,这比自媒体从业者所从事的传播工作更具有深度和广度。在形式上,IP 改编是民族文化活态史诗创新的表现。根据海外受众的需求,从民族史诗中选取精华,顺应现代传播语境进行改编,当然,这需要精心策划。为此,加强高素质译介传播团队建设迫在眉睫。除了需要大量的多语种复合型译介人才,全媒化和专家型的国际传播人才也不可或缺,高校和研究机构要担当此重任,积极探索高端跨学科人才的培训模式。

2. 跨媒介深度传播策略

新媒体时代促成了文化视觉人类学的出现,也优化了新时期民族文化活态史诗海外深度传播策略。媒介融合将整合新媒体影视剧、动画和游戏等视像文本,利用图形、图像符号等多媒态语言符号来承载意义^[13],从而将语言文化隔阂减低至最小值,增强原文本跨文化传播效度。需要指出的是,该过程不局限于简单的重复和照搬,而是在不偏离原文意义的基础上,按照传播受众所在国家的文化进行恰如其分的编译,来迎合海外读者的价值观和品味。

此外,为满足海外读者不同层次的文化需求,需要开发不同风格的文化产品,并使受众者参与其中^[14]。深奥的蒙古英雄史诗《格斯尔汗》被改编成网络游戏《可汗》,在韩国取得了较好的传播效果,这是典型的成功案例。跨媒介深度传播策略本质在于传播者思维从“以己为主”向“以受众为中心”转变,满足海外读者个性化需求^[15]。

3. 对话式跨文化深度传播策略

习近平总书记指出,文化对外传播要“增信释疑、凝心聚力”,就是要以情感的沟通、理性的说服、价值的共鸣达到传播效果的最大化,在对外传播中形成“最大公约数”^[16]。2021年5月31日中共中央政治局就加强我国国际传播能力建设进行第三十次集体学习,习近平总书记在会上提出:“采用贴近不同区域、不同国家、不同群体受众的精准传播方式,推进中国故事和中国声音的全球化表达、区域化表达、分众化表达,增强国际传播的亲和力和实效性”^[17]。

要以受众心理为导向,开启对话式跨文化传播策略。部分学者认为,对话式的跨文化传播策略似乎只是一种理想状态下的设想,但它却可以在民族文化活态史诗海外传播中得以实现。对话以尊重理解、平等互利为核心,尊重对方的风俗和价值观,理解对方的文化传播需求。平等互利是指我国民族文化活态史诗在海外传播过程中,不能侵犯对方国家的利益,而且要加强双边的文化沟通。此外,要克服阻碍对话式跨文化传播的消极因素,例如文化优越感及刻板印象等^[18]。要处理自我和他者的关系,并进行比较,当他者不再被视为他者的情况下,平等的对话式跨文化传播方式才能够被建立。在贵州民族出版社推出的三语版《苗族史诗》英文序言部分,马克·本德尔先娓娓道来,介绍了自己在上世纪80年代和苗族文化史诗的机缘。他的这种对话式导入让海外读者倍感亲切。此外,他和本土译者吴一方在美国进行了对话式的苗族文化讲座,并妥善处理“自我”和“他者”的关系,客观上也促进了《苗族史诗》在美国的传播。

四、结语

以《苗族史诗》为代表的少数民族活态史诗是中华民族优秀文化的智慧结晶,其传承和海外传播是一个系统工程。为达到深度传播的效果,应当借鉴文化人类学相关理论,从中华文化“走出去”的译介和传播入手,在使用深描、整合、主体性对其进行阐释的基础上,结合传播现状,采取基于主体“深度调查”的发起、基于深描法的民族志式深度译介以及基于文化整合的深度传输和接收,包括传播产品深度加工、跨媒介、跨文化深度传播等策略,来提高文化传承与传播的效果,实现民族文化现代转换和创新^[19],扩大中华文化影响力。

参考文献:

- [1]关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见[N]. 人民日报, 2017-01-26.
- [2]学习贯彻中共十五届五中全会精神[J]. 理论与当代, 2000(11):30.
- [3]潘文年. 风暖雁寻去松高人独来——中国图书“走出去”十年步伐[J]. 编辑之友, 2012(1):19-24+52.
- [4]李正栓, 王心. 民族典籍翻译 70 年[J]. 民族翻译, 2019(3):5-33.
- [5]刘艳春, 赵长江. 国内民族典籍英译现状、成就、问题与对策[J]. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2017(2):140-145.
- [6]武春, 刘仙仙. 少数民族典籍英译中“汉语过滤器”问题及其处理[J]. 北方文学, 2018(23):233-234.

-
- [7]杨振武. 把握对外传播的时代新要求[N]. 人民日报, 2015-07-01.
- [8]Kelly Askew,Richard R.Wilk.The Anthropology of Media:A Reader[M].Massachusetts:Blackwell Press,2002:88-89.
- [9]刘涛. 马文·哈里斯及其文化人类学理论[J]. 国外社会科学, 2012(3):115-122.
- [10]K. A. Appiah.Thick Translation[J].Callaloo,1993(4):801-819.
- [11]许惟一. 顾彬:翻译, 从此岸到达彼岸[N]. 国际出版周报, 2018-07-30.
- [12]朱健平, 刘松. 艾乔恩企鹅版《墨子》英译中深度翻译策略研究[J]. 外语教学, 2019(2):99-103.
- [13]魏则胜, 苗存龙. 视觉文化时代主流意识形态的图像化传播[J]. 贵州社会科学, 2021(1):35-41.
- [14]朱晓烽.《苗族史诗》英译的语境重构——基于副文本的解读[J]. 外语电化教学, 2019(4):19-24.
- [15]吴斐, 孟立军. 中国少数民族文化典籍走出去的纾困之道[J]. 黑龙江民族丛刊, 2020(5):100-106.
- [16]雷跃捷, 李汇群. 习近平对外传播思想的理论价值与实践意义[J]. 对外传播, 2018(7):37-39.
- [17]加强和改进国际传播工作, 展示真实立体全面的中国[N]. 光明日报, 2021-06-02.
- [18]王鑫. 中国传统美学助力跨文化传播[N]. 中国社会科学报, 2021-04-20.
- [19]宋忠敏. 少数民族传统文化与铸牢中华民族共同体意识——以贵州苗族侗族食俗文化为例[J]. 贵州民族研究, 2021(1):122-129.