

# On Translation of Olympic Slogans from the Perspective of Eco-translatology: A Case Study of the Summer Olympic Games Between 1984 and 2020

WANG Ting

Jishou University, China

Received: August 17, 2022

Accepted: October 25, 2022

Published: March 30, 2023

**To cite this article:** WANG Ting. (2023). On Translation of Olympic Slogans from the Perspective of Eco-translatology: A Case Study of the Summer Olympic Games Between 1984 and 2020. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(1), 167–174, DOI: [10.53789/j.1653-0465.2023.0301.018](https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2023.0301.018). p

**To link to this article:** <https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2023.0301.018>. p

*The research project is supported by the “Jishou University 2022 Postgraduate Research Innovation Project” (No. JGY2022048).*

**Abstract:** The three-dimensional theory in Eco-translatology proposed by Professor Hu Gengshen at Tsinghua University has strong explanatory power for translation practice. This paper attempts to use this theory to study the translations of the last ten Summer Olympic Games (1984–2020) slogans from the dimensions of language, culture and communication. The study has found that the slogans of the Olympic Games are an important representation of the main theme of the times, and some of the translations of the slogans have obvious dimensional emphasis and demarcation, while other translations have the characteristics of all the three dimensions of language, culture and communication, so they should be considered and examined as a whole.

**Keywords:** Eco-translatology; Olympics; slogans; translation

**Notes on the contributor:** WANG Ting is a postgraduate of the School of Foreign Language at Jishou University. Her research interest lies in translation. Her email is 1429803963@qq.com.

# 「三維轉換」視角下奧運會主題口號翻譯探析 ——以第 23 至 32 屆夏季奧運會為例

王 婷

吉首大學

**摘要:**由清華大學胡庚申教授提出的翻譯生態學中的「三維轉換」理論對於翻譯實踐具有較強的解釋力。本文嘗試運用這一理論從語言維、文化維和交際維對近十屆夏季奧運會(1984-2020)主題口號的翻譯展開研究。研究發現,奧運會主題口號是時代主旋律的重要表徵,一些主題口號的譯文有著明顯的維度側重和分界,而另一些譯文則兼具三個維度的特性,故應從整體上進行關照和審視。

**關鍵詞:**三維轉換;生態翻譯;奧運會主題口號

**基金專案:**吉首大學 2022 年研究生科研創新專案(專案編號:JGY2022048)。

## 引言

主題鮮明、富有內涵的口號是成功舉辦歷屆奧運會的重要元素。主題口號作為歷屆奧運會主辦國舉辦理念的高度概括和舉辦精神的集中體現,逐漸成為了奧運會的文化標籤。奧運會的舉辦歷史可追溯到西元前 776 年,但直到 1984 年,奧運會口號才開始作為奧運會主題獨特的表現形式,逐步走入大眾的視野。

### Top 9 Keywords with the Strongest Citation Bursts

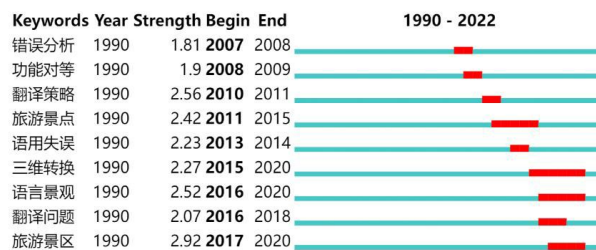


圖 1 公示語翻譯文獻關鍵字突現 Top9

考慮到主題口號從屬於外宣公示語,因此本文首先就公示語翻譯的相關文獻進行檢索,並結合 CiteSpace 軟體對其關鍵字進行了突現詞分析,其突顯詞的資訊表如圖 1 所示。從分析的結果來看:在 2015 年到 2020 年間,學界以「三維轉換」視角對公示語開展的相關研究逐漸成為熱點。可以預見,該理論也將在未來一段時間對公示語翻譯的研究持續施加影響力。

基於此,文章嘗試運用生態翻譯學的「三維轉換」理論(即語言維、文化維和交際維),結合近十屆夏季奧運會(1984-2020)主題口號的翻譯展開研究。通過開展相關研究,以期豐富三維轉換理論在奧運會口號翻譯研究領域的應用。

## 一、相關理論綜述

### (一) 生態翻譯學理論概述

早在 2001 年,胡庚申教授在香港浸會大學做翻譯講座時首次提出了生態翻譯學(Eco-translatology)的概念。生態翻譯學作為具有中國本土特色的自成體系的翻譯理論,把「翻譯研究派」的跨學科研究推向一個新的階段。持生態翻譯學觀點的學者把翻譯定義為「譯者適應翻譯生態環境的選擇活動」,即在翻譯的過程中,應該特別注意譯者的適應選擇和翻譯生態環境(translation eco-environment)。翻譯生態環境是生態翻譯學中的重要術語,「指的是原文、原語和譯語所呈現出的世界,即語言、交際、文化、社會,以及作者、讀者、委託者等互聯互動的整體」(胡庚申,2008)。

「橘生淮南則為橘,生於淮北則為枳,葉徒相似,其實味不同。所以然者何?水土異也。」(《晏子春秋·雜下之十》)。生態翻譯學理論也是如此,一旦翻譯的生態環境發生變化,在把植根於一種語言的文本翻譯成另一種語言後,譯文所處的環境與原文不同,因此會存在一定程度的變異和偏離。從這個角度來說,評判譯作是否作為佳作的標準應為譯作是否適應其生態環境,如多維轉換、讀者、委託者的回饋等。也就是說,只有適應轉換度高的翻譯才稱得上是佳作。

### (二) 「三維轉換」理論概述

生態翻譯學將翻譯原則定義為「多維度的選擇性適應與適應性選擇」,即需譯者從「三維」(語言維、文化維、交際維)著手翻譯。語言維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中對語言形式的適應性轉換。文化維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中關注雙語文化內涵的傳遞和闡釋。由於原語文化和譯語在性質上和內容上往往存在差異,為了避免從譯語文化觀點出發曲解原文,譯者不僅需要注重原語的語言轉換,還需要適應該語言所屬的整個文化系統。交際維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中關注雙語交際意圖的適應性選擇轉換。它要求譯者除語言資訊的轉換和文化內涵的傳遞之外,把選擇轉換的側重點放在交際的層面上,關注原文中的交際意圖是否在譯文中得以體現(胡庚申,2008)。

譯者在翻譯過程中,只有真正地做到「多維」的適應和至少「三維」的選擇轉換,才可能產生出恰當的譯文;適應轉換的維度越多,選擇的適應性越高,譯文的整合適應選擇度(the degree of holistic adaptation and selection)也才有可能相對地越高。「整合適應選擇度」最高的翻譯就是最佳翻譯(胡庚申,2008)。也就是說,整合適應選擇度是評價譯本品質的一把「尺子」。

## 二、奧運會主題口號的時代特徵

主題口號反映了一個階段的主要發展特徵,奧運會主題口號則體現了國家對本國甚至是整個世界的願景。筆者將近十屆夏季奧運會主辦年份、舉辦地及主題口號進行匯總,把近十屆夏季奧運會主題口號(1984-2020)所體現的願景劃分為國家及世界兩個維度,分別進行探究。

年份	屆次	舉辦地	主題口號
1984	第 23 屆	洛杉磯(美國)	Play Part in History

续表

年份	屆次	舉辦地	主題口號
1988	第 24 屆	漢城(韓國)	Harmony and Progress
1992	第 25 屆	巴塞隆納(西班牙)	Friends for Life
1996	第 26 屆	亞特蘭大(美國)	The Celebration of The Century
2000	第 27 屆	悉尼(澳大利亞)	Share the Spirit
2004	第 28 屆	雅典(希臘)	Welcome Home
2008	第 29 屆	北京(中國)	One World, One Dream
2012	第 30 屆	倫敦(英國)	Inspire a Generation
2016	第 31 屆	里約熱內盧(巴西)	A New World
2020	第 32 屆	東京(日本)	United by Emotion

表 1 近十屆夏季奧運會(1986-2020)主題口號一覽表

### (一) 體現國家層面願景的奧運會主題口號

1984年,洛杉磯奧運會提出「Play Part in History」的主題口號。此前,為奧運會專門提出一個主題口號的做法並不流行。出於推動更多人參與奧運會及相關活動的目的,洛杉磯奧組委提出了這一口號。雖然當時因宣傳不到位,該口號並未達到理想的效果,但此舉無疑是一次積極的探索,且為此後歷屆奧運會主題口號的提出發揮了重要作用。

1996年,亞特蘭大奧運會將主題口號定為「The Celebration of The Century」。當時的國際局勢相對平穩,面向 21 世紀,各國的發展呈現多元化,也出現了许多令世人關注的新趨向:「一超」強權政治,受到更加普遍的反對;多極化進程明顯加快,大國關係調整走向更趨明朗。同時,該屆奧運會恰逢現代奧運會舉辦一百周年。其口號迎合了現代奧運會的百年慶典的主題,也充分體現了東道國對於舉辦本屆奧運會的自豪感。

2004年,雅典奧運會提出「Welcome Home」的主題口號。2004年,除中東地區外,國際局勢仍保持了總體穩定。人們開始逐漸意識到,解決重大國際問題,需要國際社會的廣泛參與和合作。因此,雅典奧運會從「遺產、人本、參與、慶典」的理念歸結出「Welcome Home」的口號,這一口號既包含了雅典奧運會對全球參賽的運動健兒的盛情歡迎,也表達了東道主對奧運會重回現代奧運會發源地的喜悅與自豪之情。

2012年,倫敦奧運會提出「Inspire a Generation」的主題口號,它體現了倫敦申辦奧運會時對世界的承諾。全球金融危機所帶來的負面影響仍未消除,世界經濟的復蘇步伐依然沉重,經濟增長速度還處於低迷態勢。該屆奧運會口號主題為激勵一代又一代,為全球經濟的恢復信心和發展提供了強大的鼓舞。為表彰該口號所發揮的積極作用,國際奧組委決定將倫敦奧運會的這一口號在往後所有的奧運會特許商品和所有印刷品和相關出版物上廣泛使用。

### (二) 體現世界層面願景的奧運會主題口號

1992年,巴塞隆納奧運會提出了「Friends for Life」的主題口號。這屆奧運會是現代奧運會上史無前例的一次大團結。此前,由於特殊的歷史背景,莫斯科奧運會遭到美國為首的一些國家的抵制,參賽國家大幅減少。隨後舉辦的洛杉磯奧運會和漢城奧運會也遭到了不同程度的抵制,這間接影響了現代奧林匹克的精

神傳承。巴賽隆納奧運會「永遠的朋友」這一奧運口號表達了世界各國人民對友誼和和平的渴望，詮釋了各民族和各國人民的團結精神。

1988年，漢城奧運會提出了「Harmony and Progress」的主題口號，蘊含著人們對長期和平和共同繁榮的殷切期待。國際奧會為了避免朝鮮以及蘇聯等其他社會主義國家的聯合抵制，時任國際奧會主席薩馬蘭奇特別建議讓平壤和漢城共同承辦這屆奧運會，這一建議雖然沒有得到實現，但卻發揮了積極作用，化解了抵制的危機（張連凱，2010）。

2000年，悉尼奧運會將「Share the Spirit」作為其主題口號，該口號早在1992年悉尼在申辦第27屆夏季奧運會時就已經提出。悉尼試圖通過這一口號來反映奧林匹克精神舉世共用的特性和理想，也試圖以此來鼓舞並掀起悉尼及澳大利亞人申請承辦奧運會的熱潮，並將此作為對全世界人民前來參與和分享悉尼奧運會的邀請。這句口號從申奧伊始，一直沿用到奧運會閉幕。值得一提的是，「Share the Spirit」從悉尼申奧開始就幾乎成了悉尼夏季奧運會的助推器，它先後促成了悉尼奧運會的視覺設計、形象推廣等一系列活動，為悉尼奧運會整體形象的塑造做出了巨大貢獻，也使世界為之驚歎。

2008年，北京奧運會的主題口號是「One World, One Dream」。該口號集中體現了奧林匹克精神的實質和普遍價值觀——團結、友誼、進步、和諧、參與和夢想，表達了追求人類美好未來的共同願望；我們同屬一個世界，我們擁有共同的夢想。反映了北京奧運會的核心理念，體現了作為「綠色奧運、科技奧運、人文奧運」三大理念的核心靈魂的人文奧運所蘊含的和諧的價值觀。也表達了北京人民和中國人民與世界各國人民共有美好家園，同享文明成果，攜手共創未來的崇高理想；表達了一個擁有五千年文明，正在大步走向現代化的偉大民族致力於和平發展，社會和諧，人民幸福的堅定信念；表達了13億中國人民為建立一個和平而更美好的世界做出貢獻的心聲（張旭光，2005）。

2016年，裏約奧運會的主題口號為「A New World」。國際金融海嘯與局部地區局勢不穩定現象，導致世界及地區秩序主導權的博弈將更趨激烈。因此，要推動變革全球治理體制中不公正不合理的安排，使全球治理體制更加公正合理，更加能夠平衡地反映大多數國家意願和利益。該口號寓意裏約奧運會將創造一個更美好的世界，並影響和改變下一代人。

2020年，東京奧運會提出「United by Emotion」的口號。2020年是人類歷史進程中具有分水嶺意義的一年。突如其來的疫情引發全球性危機，各國人員往來按下了「暫停鍵」，世界經濟增長掛上了「倒車擋」，強權政治、冷戰思維沉渣泛起，單邊主義、保護主義逆流橫行，人類發展面臨空前風險挑戰，國際形勢進入動盪變革期。該口號寄託了主辦城市希望人們可以超跨越國籍、種族、性別、文化等差異，相互融合，彼此更加瞭解的願望。

### 三、「三維轉換」視角下奧運會主題口號的翻譯實證探析

生態翻譯學將翻譯原則定義為「多維度的選擇性適應與適應性選擇」，即需譯者從「三維」（語言維、文化維、交際維）著手翻譯。因此，筆者運用生態翻譯學的三維理論從語言維、文化維和交際維對近十屆夏季奧運會（1984-2020）主題口號的翻譯展開研究。

#### （一）語言維的適應性轉換

語言維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中對語言形式的適應性轉換（胡庚申，2008）。譯者在跨文化交際時，首先克服的便是語言上的障礙，即對語言進行準確性的把握和靈活的運用。由於使用中英文人們的思維方式有所不同，因此在翻譯口號時在語言表達上存在不小的差異，因此，在翻譯奧運會主題口號時



應要考慮整體生態環境,正確選擇將要進行翻譯的辭彙,選擇恰當的語言形式進行轉換。從這個角度,筆者對近十屆夏季奧運會主題口號結構進行分析,探究語言維的適應性轉換。

屆次	主題口號	短語結構
第 23 屆	Play Part in History	動賓短語
第 24 屆	Harmony and Progress	並列短語
第 25 屆	Friends for Life	偏正短語
第 26 屆	The Celebration of The Century	偏正短語
第 27 屆	Share the Spirit	動賓短語
第 28 屆	Welcome Home	動賓短語
第 29 屆	One World, One Dream	並列短語
第 30 屆	Inspire a Generation	動賓短語
第 31 屆	A New World	偏正短語
第 32 屆	United by Emotion	偏正短語

表 2 近十屆夏季奧運會(1986–2020)主題口號結構分析

根據表 2 可得出以下結論:在近十屆夏季奧運會(1986–2020)主題口號的短語結構中,動賓短語占比 40%,偏正短語占比 40%,並列結構占比 20%。

例如,2008 年北京奧運會提出的主題口號——「同一個世界,同一個夢想」。從語彙的表層結構來分析,該主題口號字數對等,採用了並列短語的結構。其中「世界」和「夢想」兩個概念重要性相等,但若根據字面意思翻譯為「The Same Dream, the Same World」,雖然實現了語言結構上的對等,但從語言形式上角度,譯文字數過於冗餘,顯得語言繁瑣,不符合英文口號簡潔的表達方式。因此在翻譯時,譯者應該關注英語的語言生態環境。恰當的譯本應為「One World, One Dream」,此翻譯表達資訊足夠讓英語使用者明白理解,並且符合英語使用者的語言習慣。

又如,2012 年倫敦奧運會提出——「Inspire A Generation」。從語彙的表層結構來分析,該口號採用了動賓短語的結構,因此譯文也應遵循這一語言結構,實現形式上的對等。不僅如此,源語言口號中動詞 inspire 包含喜悅的感情色彩。基於該感情色彩並結合漢語使用者的語言習慣,譯者將其譯為「激勵一代人」,僅用五個單詞便充分表達了其中所包含的內容、資訊及情感,符合語言維適應性轉換的原則。

2016 年裏約奧運會提出的主題口號——「A New World」。從語彙的表層結構來分析,該口號採用了偏正短語的結構。從語言形式角度,該口號非常簡短,僅用三個單詞。因此,基於這些角度,譯者所提供的「一個新世界」的譯本,既實現了語言形式上的對等,又考慮到了英語口號簡潔、易記的特點,還體現了奧林匹克運動始終宣導的積極、樂觀、向上的正能量。由此可見,該口號適應了語言維適應性轉換,譯文也比較完整地再現了原文的含義、資訊以及形式。

## (二) 文化維的適應性轉換

文化維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中關注雙語文化內涵的傳遞和闡釋。由於原語文化和譯語文化在性質上和內容上往往存在差異,為了避免從譯語文化觀點出發曲解原文,譯者不僅需要注重原語的語言轉換,還需要適應該語言所屬的整個文化系統(胡庚申,2008)。原語文化和譯語文化在性質和內容

上都存在一定的差異,因此為避免因文化差異而對原文產生誤解,譯者在進行語言轉換的同時,要具有跨文化意識,注重不同文化的契合。

例如,1996年亞特蘭大奧運會的主題口號——「The Celebration of The Century」。在翻譯該口號之前,譯者應該對當時的文化背景進行調查和瞭解,即1996年亞特蘭大奧運會是現代奧運會的百年慶典。再結合漢語使用者的文化習慣,「celebration」所對應的翻譯應為「慶典」,「century」為「世紀」,因此將「The Celebration of The Century」譯為「世紀盛典」在傳達原文精神的同時,提高了譯入語讀者的可接受性。

又如2004雅典奧運會提出的主題口號——「Welcome Home」。主辦城市提出該口號是基於「遺產、人本、參與、慶典」的理念,歸結出「Welcome Home」的口號,這包含了雅典奧運會對全球參賽的運動健兒的歡迎盛情和奧運會重回故里的喜悅與自豪之情。譯者在瞭解了該文化背景後,再結合中文使用者的文化對該口號進行翻譯,就能在原語和譯語所處的不同的文化環境中去適應原文、原語和譯語所呈現的世界。

1992年巴塞隆納奧運會提出的主題口號——「Friends for Life」。譯者應對主辦城市當時提出該口號的文化背景進行調查發現,這屆奧運會的舉辦體現了現代奧運會史無前例一次大團結。此前,莫斯科奧運會因為美國的抵制成為一個陣營的體育比賽。隨後,洛杉磯奧運會又因為蘇聯的抵制同樣顯得孤單;漢城奧運會因為朝鮮的抵制仍然是一場殘缺的盛會。再結合了該文化背景後,譯者可能得出「永遠的朋友」,「一生的朋友」,或者「一生摯友」等譯本,但「永遠的朋友」更符合中文語言的使用特徵和社會文化規範。由此可見,該口號的翻譯實現了文化適應性選擇轉換。

### (三) 交際維的適應性轉換

交際維的適應性選擇轉換即譯者在翻譯過程中關注雙語交際意圖的適應性選擇轉換。它要求譯者除語言資訊的轉換和文化內涵的傳遞之外,把選擇轉換的側重點放在交際的層面上,關注原文中的交際意圖是否在譯文中得以體現(胡庚申,2008)。英漢兩種語言在語言風格、文化背景、價值觀點、審美觀和思維邏輯方式等方面都不大相同,因此如果要達到交際的目的,對其語言結構形式和其表達方式進行時應選擇是必不可少的。

例如,1988年漢城奧運會提出的主題口號——「Harmony and Progress」。主辦城市提出該口號蘊含著人們對長期和平和共同繁榮的殷切期待。因為在古代奧運會中,獲勝者會被授予橄欖枝花環,象徵著人們對和平的嚮往。譯者充分考慮到譯語的生態環境和譯語讀者的接受性,將該口號譯為「和諧、進步」,實現了與原語對等的交際效果。

2000年悉尼奧運會提出的主題口號——「Share the Spirit」。中國官方將該口號譯為「分享奧林匹克精神」,遵循了這一原則,並且有力地呼籲人們分享奧林匹克精神,以及人們對世界未來和人類命運的思考,在交際環境中具有呼籲的交際功能,實現了交際維適應性選擇。

2020年東京奧運會提出的主題口號——「United by Emotion」。該口號簡潔有力地寄託了主辦城市希望人們可以超跨越國籍、種族、性別、文化等差異,相互融合,彼此更加瞭解的願望。譯者將其翻譯為「情同與共」,語言簡潔、語義明瞭,達到了感染和召喚受話者的交際效果。

此外,譯者還需注意的是在翻譯翻譯口號時,不只是從一個維度出發,而應將「三維」(語言、文化、交際三個維度)有機結合,綜合考慮。胡庚申教授指出,翻譯適應選擇論的翻譯方法就是側重「三維」間的轉換(胡庚申,2004)。從這層意義上來講,為了有效地傳達口號的的交際意圖,譯者往往需要涉及語言維、文化維、交際維等三維甚至多維適應性選擇以實現交際意圖。以1984年洛杉磯奧運會提出「參與歷史(Play Part in History)」的主題口號為例,從語言維度來看,該口號採用了動賓短語的結構。從文化維度來看,1984年是奧運會口號開始盛行的元年,出於鼓勵當地居民參與到奧運會運動中來的目的,洛杉磯奧運會的組織者提

出「參與歷史(Play Part in History)」的口號。從交際維度來看,該口號提出的目的在於呼籲當地居民參賽,起到感染和召喚受話者的交際效果。因此,在翻譯該口號時,譯者應該結合這三個維度從整體上進行考量。

#### 四、結語

正確得體的奧運會口號譯文能夠有效發揮口號的積極作用,成功傳遞其意圖。從生態翻譯學視角研究理解奧運會主題口號的翻譯,把原本本放到「翻譯生態環境」中去考察和解读,適時地運用生態翻譯學相關理論對奧運會主題口號進行跨語際轉換。考慮到一些主題口號的譯文有著明顯的維度側重和分界,而另一些譯文則兼具三個維度的特性,因此單獨從語言維、文化維和交際維等多維度層面太過片面。相反,通過結合語言維、文化維、交際維三個維度從整體上對主題口號進行分析和考量,就能得出好的譯本。

本文介紹了語言維、文化維和交際維三個方面的適應性轉換原則,然而在實際翻譯中要進行多方面的適應性轉換。周兆祥就列舉了多達十餘種相關因素:「作者、作者意圖、訊息、原文、真理、社會、溝通管道、譯文語、委託者(雇主、翻譯社、客戶)、譯者、譯文等」。因此,譯者在具有自律、自重、認真的學習態度的同時,還需掌握多視角窺視翻譯的原則方法,尋找出行之有效的翻譯方法。

#### 注釋

- ① 胡庚申著:《從適應選擇論》,武漢:湖北教育出版社 2004 年版。
- ② 胡庚申:《從術語看譯論——翻譯適應選擇論概觀》,《上海翻譯》,2008 年第 2 期,頁 1-5。
- ③ 胡庚申:《生態翻譯學的研究焦點與理論視角》,《中國翻譯》,2011 年第 2 期,頁 5-9。
- ④ 陳子明、廖昌盛:《從生態翻譯學視角淺談上海世博會志願者口號英譯》,《三峽大學學報(人文社會科學版)》,2010 年第 2 期,頁 140-142。
- ⑤ 戴宗顯、呂和發:《公示語漢英翻譯研究——以 2012 年奧運會主辦城市倫敦為例》,《中國翻譯》,2005 年第 6 期,頁 38-42。
- ⑥ 耿靜:《生態翻譯學視域下公示語的三維轉換研究》,《文化學刊》,2020 年第 3 期,頁 187-189。
- ⑦ 胡春曉:《三維適應性選擇轉換與漢英公示語翻譯》,《長春理工大學學報(社會科學版)》,2011 年第 24 期,頁 64-65+82。
- ⑧ 劉媛媛、陳源:《大眾傳媒視野中的奧林匹克文化傳播——基於符號學的夏季奧運會口號文本分析》,《南京體育學院學報(社會科學版)》,2016 年第 2 期,頁 33-37。
- ⑨ 施學蓮:《從歷屆夏季奧運會口號看體育人文精神變遷》,《人民論壇》,2011 年第 35 卷,頁 190-191。
- ⑩ 吳國生:《歷屆夏季奧運會主題口號解析》,《體育文化導刊》,2008 年第 7 期,頁 61-62。
- ⑪ 王洋、王支、尚悅、馬瑞賢:《冬奧會背景下河北省旅遊資料翻譯現狀與應對措施——以旅遊外宣翻譯及景區公示語翻譯為例》,《旅遊縱覽(下半月)》,2018 年第 24 卷,頁 224-226。
- ⑫ 肖樂:《生態翻譯學視域下的外宣英譯策略——以公示語翻譯為例》,《湖南社會科學》,2014 年第 3 期,頁 198-200。
- ⑬ 徐曉梅:《生態翻譯學視角下的公示語翻譯研究》,《淮海工學院學(社會科學版)》,2008 年第 8 期,頁 75-77。
- ⑭ 張連凱、孫一:《奧運會主題口號社會學解讀》,《體育文化導刊》,2010 年第 7 期,頁 143-144+149。
- ⑮ 張旭光:《同一個世界,同一個夢想》,《中國體育報》,2005 年版。
- ⑯ LU Chunying. (2022). On the translation of Chinese diplomatic discourse from the perspective of multi-modal discourse: Take the China-US high-level strategic dialogue as an example. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(2), 153-159.
- ⑰ LYU Chenyuan. (2022). Review on movie subtitle translation over 2011-2020. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 192-201.