

讲好中国故事：文化自信视域下绘本外宣翻译研究

——以《穿越时空的大运河》为例

应熙瑞, 王 凯

云南民族大学外国语学院, 云南 昆明

收稿日期: 2023年6月30日; 录用日期: 2023年8月1日; 发布日期: 2023年8月10日

摘 要

本文以绘本《穿越时空的大运河》为例, 旨在从坚定文化自信、讲好中国故事、传播好中国声音等角度切入, 运用文献资料法、文本分析法、案例分析法和逻辑分析法, 探究绘本文学体裁特征, 研究旨在明确坚定文化自信意识对绘本外宣翻译研究的指导意义, 并探索本土绘本外宣翻译的路径。该研究结果对于相关研究者、翻译出版商、中国图书出版业提供学生视角的参考, 具有一定的积极意义。

关键词

文化自信, 绘本外宣翻译, 《穿越时空的大运河》

Telling Chinese Stories Well: International Publicity Translation Study on Picture Books from the Perspective of Cultural Confidence —A Case Study of *China through Time*

Xirui Ying, Kai Wang

School of Foreign Languages, Yunnan Minzu University, Kunming Yunnan

Received: Jun. 30th, 2023; accepted: Aug. 1st, 2023; published: Aug. 10th, 2023

Abstract

This thesis takes the picture book *China through Time* as an example to study the literary genre cha-

characteristics of picture books and explore the path of international publicity translation of domestic picture books from the perspectives of cultural confidence, telling Chinese stories well, and spreading Chinese voices well, using the methods of documentation, text analysis, case analysis, and logical analysis, so as to clarify the guiding significance of strengthening cultural confidence in the international publicity translation of picture books. The results of this study have a certain positive significance for relevant researchers, translation publishers, and the Chinese book publishing industry to provide students with a perspective of reference.

Keywords

Cultural Confidence, International Publicity Translation on Picture Books, *China through Time*

Copyright © 2023 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

1.1. 研究背景和意义

改革开放以来,随着现代出版业以及绘本市场的不断发展,绘本、连环画、漫画和画报期刊等得到了蓬勃发展,各类优秀原创绘本如雨后春笋般涌现,在理论研究和出版成果方面都有了不少可喜的成果。但是,国内绘本起步较晚,许多绘本照搬原有的经典故事,缺乏原创性,在绘本设计、叙事上和结构上亟待提升,并且许多优秀绘本作品大多从国外引进。

党的十八大以来,总书记曾在不同场合多次强调文化自信,他提出,要增强中国特色社会主义文化自信,坚守社会主义核心价值观和核心价值观,努力实现传统文化创造性转化、创新性发展,创造中华文化新辉煌[1][2]。但是,到目前为止,中国学者还未对通过绘本外宣翻译工作,来推动中华文化“走出去”以及构建中国话语和中国叙事体系进行深入探讨与系统性的翻译研究[3]。笔者在中国知网上搜索了篇名包含“绘本外宣翻译研究”的文章,检索结果为零,我们发现,在文化自信视域下,对展现中华文明的绘本外宣翻译的研究仍属于翻译研究的边缘选题。因此,在文化自信视域下,如何做好原创绘本外宣翻译工作,讲好中国故事、传播中国声音,实现本土绘本真正“走出去”,是一个值得重视和探讨的问题。

绘本是一种版面配置以图像为主体,主要以丰富的图像语言来传达思想的书籍艺术形式,常常搭配简练的文字,甚至没有文字[4]。对绘本外宣翻译的研究有利于将中国优秀专业出版物推向国际市场,加强与国际知名出版企业的交流与合作,同时,有利于激发广大青少年读者对传承和弘扬中华文明的热情,加强对国家精神、民族情怀的认识,着力提升我国优秀本土绘本的质量与产量,促进绘本的可持续发展。

1.2. 国内外综述

人类的所有文明都具有图画叙事的传统,文字也起源于图画,中华民族也一样。从考古发现来看,中国的长江、黄河流域都存有我们祖先留下的图画:如岩画、陶器绘制、壁画等,这些都可以看成是中国最早的用图画叙述事件的记录。在《中国原创儿童绘本发展路径探析》中,作者将我国绘本的发展历程分为三个阶段:中华人民共和国成立前、中华人民共和国成立至改革开放、改革开放至今[5]。

新中国成立以前,较少有图画书在中国出现,中国原创绘本的创作仍处于初步的认知探索阶段。但是,随着现代出版业的发展,大量带有插图的图书、新闻报纸和杂志开始出现。1922年,由上海商务印

书馆创办的《儿童世界》曾刊载了“图画故事”栏目,用图画来讲述故事,这被视为中国绘本的萌芽。期间,最具代表性的绘本作品,如张乐平的《三毛流浪记》、张光宇的《西游漫记》,为我国连环漫画和本土绘本的创作奠定了基础。

新中国成立以后的二十年间,是中国原创绘本发展的一个重要阶段。专业儿童出版社和美术出版社出版了大量的优秀连环画,本土绘本以连环画的形式得到了很快的发展。改革开放以来,随着现代出版业以及绘本市场的不断发展,绘本、连环画、漫画和画报期刊等得到了蓬勃发展,涌现出许多优秀本土绘本和绘本创作者,如蔡皋的《桃花源的故事》、王早早的《安的种子》以及熊亮的《京剧猫》等。2010年,国内首本以绘本为主题的绘本杂志《漫客绘心》出版。这些绘本的出现带动绘本创作者投身于创作之中,掀起了绘本文化热潮,推动我国本土绘本进入繁荣发展时期。

21世纪以来,随着社会的进步和科技的发展、出版文化产业的改革及新媒体技术发展的有机融合,中国学者开始关注和研究绘本以及绘本翻译相关的问题。然而,通过查阅相关文献资料,笔者发现,中国学者还未对通过绘本外宣翻译工作,来推动中华文化“走出去”进行深入探讨与系统性的翻译研究。在知网数据库中键入“绘本翻译”关键词,检索结果为367条,但当笔者键入“绘本外宣翻译研究”关键词时,查询到的相关文献数量为零,可见中国学者对绘本翻译领域有一定研究,而对绘本外宣翻译研究的研究严重不足。此外,政府以及相关部门对绘本普及大众的宣传力度不够,许多人对绘本的印象还停留于只适宜于孩童阅读的纸质图画书,随着多媒体技术的进步,绘本已经从传统的以画面本身为主的图画书衍生出有声绘本、电子绘本和绘本杂志等,适合于任何年龄段的读者阅读。特别是新冠肺炎疫情爆发以来,各大书展和书店关闭了线下活动,线上书库网站成了国内外读者了解中华文明相关书籍的好去处。

绘本起源于西方,距今已有三百多年历史。捷克教育家夸美纽斯于1658年出版了世界上第一本专业的儿童读物——《世界图解》。《世界图解》是一本附有插图的小学语文教科书,在西方教育史上被称为“儿童插图书的始祖”;18世纪,启蒙思想家卢梭在其作品《爱弥儿》中发表了自己对儿童和儿童教育的见解。他指出,儿童具有独立存在的价值意义,这一新的儿童观念对儿童观、儿童教育以及儿童文学史上具有重大意义,直接导致了真正意义上的“儿童绘本”的诞生。19世纪,在强调尊重儿童,坚信儿童发展潜能的背景下,沃尔特·克雷恩、伦道夫·凯迪克、凯特·格林纳威相继与出版家Edmund Evan合作,在其画坊出版了彩色绘本。1878年,伦道夫·凯迪克为《骑士约翰的趣闻》一书绘制的插图——约翰骑马奔驰,后来成为美国凯迪克奖的标帜[6]。1902年,比阿特丽克斯·波特小姐出版了《彼得兔的故事》,从而诞生了第一本现代意义上的绘本[7]。此外,1937年美国图书馆协会设立的凯迪克奖、1955年英国图书馆协会设立的凯特·格林纳威奖以及国际安徒生奖,这些专业评选奖项对绘本的发展产生了深远的影响,推动了原创绘本的创作,为其推广和阅读提供了话语平台,使得绘本迅速风靡全球。

总体来说,绘本作为一种新兴的艺术形式,在我国迅速发展起来。各类优秀原创绘本如雨后春笋般涌现,在理论研究和出版成果方面都有了不少可喜的成果。尤其是在全球化不断深入的大背景下,我国先后实施了中国图书对外推广计划,大力扶持中国文化产业“走出去”,顺应了时代发展潮流,因此,对绘本外宣翻译的研究有利于将中国优秀专业出版物推向国际市场,加强与国际知名出版企业的交流与合作,同时,有利于激发广大青少年读者对传承和弘扬中华文明的热情,加强对国家精神、民族情怀的认识,着力提升我国优秀本土绘本的质量与产量,促进绘本的可持续发展。

2. 文化自信理论概述

2.1. 文化自信理论的提出

文化是一个国家、一个民族的灵魂。总书记在国内外不同场合的活动与讲话中,多次提及中国传统

文化和文化自信。总书记指出：“体现一个国家综合实力最核心的、最高层的，还是文化软实力，这事关一个民族精气神的凝聚。我们要坚定道路自信、理论自信、制度自信，最根本的还有一个文化自信”[8]。“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信”[9]。文化自信是基于当代中国发展的现实而提出来的，包含着对中华优秀传统文化的自信、对中国现实发展道路的自信以及对中国未来发展前景的自信。

2.2. 文化自信理论的发展

文化自信理论不是凭空产生的，它是在吸收借鉴马克思列宁主义文化思想、中国共产党人文化思想、和中国长期的革命、建设、改革实践过程中的基础上逐步发展起来的。文化自信不仅仅是一个概念，“它是中国人民历经文化自大、文化自卑、文化自觉的漫长探索之后形成的一种正确文化态度”[10]。尤其是党的十八大以来，国家把建设社会主义文化强国摆到更加突出的位置，高度重视文化建设，为中国传统文化的繁荣发展营造了一个良好的氛围，极大地激发了全民族文化创新创造活力，推动国内外文化交流，让中华文化走向世界。

2.3. 文化自信理论的丰富和完善

党的十八大以来，习近平曾在多个场合提到文化自信，传递出他的文化理念和文化观。在深刻把握世界文化多样性的大趋势和中国特色社会主义文化强国建设实践面临的新形势新要求的基础上，将其形成的文化观点加以补充提升，使得文化自信这一时代课题不断完善和发展。在中央政治局第十三次集体学习中，总书记提出要“增强文化自信和价值观自信”[11]。之后，又多次对文化自信作了相关论述，强调了文化自信的地位。在庆祝中国共产党成立95周年大会讲话中，总书记对文化自信特别加以阐释，指出“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信”，使之确立为中国特色社会主义的“四个自信”，文化自信理论日益成熟。党的十九大报告中，总书记再次强调文化自信的地位，提出要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛。从党的十九大报告强调“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣”[12][13]到如今党的二十大报告中指出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”[14]，可以看得出，在总书记为核心的党中央坚强领导下，我国文化建设取得历史性成就，全国各族人民文化自信更加坚定，中国人民的底气得以增强，焕发出更为主动的精神力量。至此，文化自信内涵更加深刻、地位更加凸显、践行路径更加明确，进而形成更加完整系统的文化自信理论。

3. 讲好中国故事：文化自信视域下绘本外宣翻译研究

3.1. 绘本文学体裁特征

绘本作为一种新兴的艺术形式，与传统的图画书有所区别，通常由独立的绘画作者专门绘制，具有明显的个人风格，画面即情即景，可单独成画。我们所常见的图文书，尽管书上的图画生动有趣，但这些图画只是文字的补充，并不具备“图画语言”功能，这类书多见于教材和教辅类图书。而绘本主要以图画表现力为主，引导读者去观察和想象，文字仅只是对画面的补充，甚至一些绘本都不需要文字，通过对绘本中图画观察，就可以讲述绘本的内容[15]。

绘本是一种综合性的艺术作品，从美学角度来说，展现了美术表达的全面性、事物的生动性和具象性；绘本的图画通常采用富有表现力的色彩和细腻的线条，营造出身临其境的氛围来吸引读者的注意力，能够让读者更好地寄情于景，更好地理解绘本内容的含义。例如，在绘本《穿越时空的大运河》中，根据考证的真实历史所绘制出的14幅全景长卷，画面从整体到布局生动、自然、流畅，富有鲜明的时代感，使读者产生联想和共鸣，令人心旷神怡。从文学角度来说，有文学性、生活性和教育性；绘本的题材多样、范围广泛、内容包罗万象，覆盖了天文、地理、历史、人文、自然和科学等种种常识，绘本插图通

过精美的构图和色彩, 给读者提供各种观察性、思考性和感受性的认知学习经验。从结构角度来说, 绘本独特的图文叙事形式有别于其他艺术作品, 以一种图文并茂的方式来讲述一个故事, 与读者形成了一种双向交流的关系。图和文之间的相互配合, 创造出一种连续且恰当的叙事顺序, 结构紧密完整, 能够让读者快速融入绘本创作者所预设的叙事空间。文字的内涵再加上图画的表象, 使其形成一种互文关系, 从而使符号意义快速转化生成, 将绘本中所承载的文化精神内化为读者的认知意识结构中。

3.2. 文化自信对绘本外宣翻译研究的指导意义

3.2.1. 繁荣发展文化事业和文化产业

中国本土绘本的健康发展不仅是对中国传统文化精神的传承, 更是对中国传统文化资源的价值开发与创新发展。在深入研究并厘清传统文化的时代价值的同时, 坚持文化自信, 坚持以人民为中心的创作导向, 立足于本民族文化, 以更为广阔的视野, 以最具灵感的创意推出优质绘本和服务, 发展具有本民族特色的绘本作品, 打造满足人民文化需求和增强人民精神力量的文化产品, 以此来繁荣发展文化事业和文化产业[16]。随着互联网技术的不断发展, 在数字时代下, 许多绘本, 例如《穿越时空的大运河》《中国传统食俗》和《天渠》等借助 H5 技术, 融合了动画、音频、文字排版等多种视听元素, 形成了新的出版形式, 实现了传统文化要素与信息数据要素的融合互动, 是文化创新的有益尝试。H5 技术的融合打破了 App 只能在移动手机上的限制, 非常方便快捷。H5 这种图片展示、翻页交互、灵活新颖的方式更能得到用户的青睐, 这种机动灵活的网页技术也可以很轻巧地做到及时更新, 为用户带来每时每刻不一样的视觉感受。其融合与创新吸引了大批受众群体, 为市场带来了活力, 为文化事业和文化产业的发展注入了新鲜的血液。

3.2.2. 提升国家文化软实力和中华文化影响力

文化是民族的精神命脉, 文艺是时代的号角, 中华民族的伟大复兴离不开高度的文化自信。本土绘本的出现和发展向我们展示了绚丽多彩和博大精深的中华文化。本土绘本不仅具有较强的民族特色, 而且有着较为强大的生命力, 深受我国民众和世界人民的喜爱。推动本土绘本外宣翻译研究, 就是积极向全世界展现中华优秀传统文化, 有助于增强民族自豪感和凝聚力, 帮助中华儿女坚定文化自信意识, 增强文化自觉。《穿越时空的大运河》是一本以全景绘画的形式讲述中国大运河历史的百科图书。它选取了大运河历史上最具特色的地点、时代、场景, 根据考证的真实历史绘制出 14 幅全景长卷, 以图文并茂的形式, 生动还原了各个历史阶段运河两岸人民的生活面貌与悲欢离合。通过影像、实物、交互等多种方式, 向国内外观众讲述了跨越古今的中国故事, 充分体现了传统文化与现代科技相结合、历史与未来相结合的新概念, 有利于讲好中国故事、传播好中国声音, 推动中华优秀传统文化“走出去”, 更好地促进国际间的文化交流与合作[17]。

4. 文化自信视域下做好本土绘本外宣翻译的路径探析

4.1. 坚定文化自信意识

从文化自觉、文化自信, 到文化自强, 理论概念的演进背后是个体对本民族文化由自知之明到坚定信念朝着目标迈进的过程。党的二十大报告中频频出现的“文化自信”、“文化软实力”、“文化强国”等关于表述引领着人民朝着实现第二个百年奋斗目标和实现中华民族伟大复兴的中国梦奋进[18]。文化自信是新时代课题, 文化自信不仅体现在民族化的表达上, 还体现在对传统文化的重视[19]。随着社会的进步和科技的发展, 现当代绘本在绘画风格的探索上, 在当代生活精神的传达上, 都坚持民族性的表达, 向我们传递了中华民族特色和民族精神, 创造出了多元立体的绘本类型, 如有声绘本、电子绘本、绘本杂志以及 VR 绘本。对传统文化题材的重视, 亦是文化自信的一种表现。中国绘本在经过长时间的探索

之后, 如《穿越时空的大运河》逐渐成为世界各国人民了解和理解中国的桥梁。中国绘画创作者必须要坚定文化自信意识, 在绘本绘画创作中将中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化融入其中, 才能使绘本展现出明确的民族特色和独特风格, 能够使读者更加直接地感受独特民族文化氛围。当然, 也不要一味地把民族性看作必要取材手段, 要有科学辩证的态度, 在继承中创新。在坚守文化立场和坚定文化自信意识下, 绘本创作者应以发展的眼光将传统文化进行现代化转换, 满足现当代人的精神文化需求, 打造属于自己的民族文化本土绘本, 使中国本土绘本“走出去”, 深化文明交流互鉴, 推动中华文化更好走向世界, 让世界人民更加准确全面地了解中国, 展现可信、可爱、可敬的中国形象。

4.2. 采用文化回译策略

回译是指将译为其他语言的文本再译回源语言文本[20][21]。就中国而言, 是指以中国故事为背景和以外语为语言载体的文学作品。回译是在了解他者视角下, 中国形象回溯的重要路径, 也是中国文学外译以及对外讲好中国故事的重要参照对象。所谓文化回译就是“用 A 语书写或叙述的发生在 B 语环境里的原始故事(包括人和事), 翻译成 B 语言”的翻译现象[22]。

绘本《穿越时空的大运河》是由中央美术学院壁画系教授杜飞老师和世界领先的图文出版公司 DK 合作, 以英文撰写, 在全球出版的百科全书绘本。该书一经出版, 引发国内外读者追捧和称赞, 成为以中国文化为背景的绘本文学创作走向全球的典型事例。通过异语创作的形式, 向西方读者讲述了中国大运河的历史以及运河两岸人民的文化和习俗的故事。其中, 文读本则是国人开展文化溯源、树立文化自信、反思汉语语言魅力, 重审文化生机和精神家园的优秀绘本。

文化回译是语言层面和文化层面的“回归”。语言回译指仅发生在语言层面的回译现象, 强调的是语言层面的对应。在语言回译层面上, 不仅要看到两种语言的对应关系, 还要注意到两种语言、不同文本之间的相互影响的过程。

1、人名地名的回译

人名地名属于专有名词, 专有名词的翻译原则是有本可依, 一般不允许随意创造。《穿越时空的大运河》中存在许多人名地名, 如“Fuchai, Houhai Lake, Prince regent's mansion, Soochow...”等。这些人名地名在回译至中文时, 应遵循名从主人原则, 译者不能随意创造编撰人名地名, 避免出现混乱。因此, 上述人名地名应翻译成“吴王夫差, 什刹海, 醇王府和苏州……”。

2、头衔回译

头衔在回译研究中属于概念层面, 其翻译原则应以规范、忠实为主。但由于作者在创作时的个人选择或是对于异族的文化概念理解偏差, 可能会“文不对题”。因此, 在回译头衔时, 译者应结合忠实原文回译与顺应目的语语境回译进行回译。在《穿越时空的大运河》中, 如作者在书中所描述的官职设置:

“Military governor, Military commander, Chief advisor, Grain manager...”在回译实践中, 若忠实于原文, 其官职名应翻译为“军事长官, 军事指挥官, 首席顾问, 粮食管理者……”。这些翻译与其所对应朝代的官员名称出入较大, 中文读者在阅读时可能无法理解。因此, 结合历史背景, 一般采用顺应目的语语境的回译策略, 将其分别译为“Military governor 地方军事将领, Military commander 都督, Chief advisor 靳辅, Grain manager 验粮官……”符合目的语读者的阅读习惯, 便于理解。

在文化回译层面上, 文化回译指的是原作中描写的目标文化中的人事物在回译中如何在目标文本中呈现出来[23]。因此, 在翻译一些带有文化负载词的词句时, 应当关注这类词句蕴藏的文化内涵, 而不是仅仅停留在语言层面上。

1、文化负载词回译

《穿越时空的大运河》一书以图文的形式描绘了中国大运河的历史以及运河两岸人民的文化和习俗

的故事, 因此书中出现了许多文化负载词, 这些词语是文化回译的重要组成部分。在回译这类词语时, 在理解作者创作意图的基础上, 译者不仅要力求忠实于源文本, 还要力求忠实于作者所描绘的原始文化形象, 找到与中国传统文化相对应的表达。如“The lookout in the mobile watchtower is hauled up by pulley.”若按照其字面意思, 应翻译为“移动瞭望塔上的瞭望台是用滑轮吊起来的。”对中国读者来说, 会显得重复啰嗦、不知所云。再如, “Local people greet each other with a bow, instead of shaking hands.”若直译的话, 其翻译是“当地人用鞠躬的方式打招呼, 而非握手。”根据文化回译原则, the mobile watchtower 可以将其译为“巢车”, 而 bow 可以译为“作揖”。巢车的名称见于《左传》, “车上高悬望楼如鸟之巢, 故名。又名楼车。”而作揖是中国古代汉族传统相见礼的一种形式, 两手抱掌前推, 身子略弯, 表示向人敬礼。符合目的语读者的文化习惯。

2、建构式文化回译

建构式文化回译, 即源文本内容或形象被重叙、重构, “文化回译”过程或结果, 往往因 B 语文化、政治对回译行为施加影响, 包括文化政治方面审查的影响, 而偏离或篡改源文本所书写或叙述的 B 语形象[23]。由于两种不同的文化在文化心理结构、审美情趣、政治体制、意识形态与相关翻译审查制度等方面存在差异, 因此, 在《穿越时空的大运河》一书“回译”成中文时, 译者在目标文本中可能需要做出翻译的增删、调整和改写, 以避免目标文本与主体目标文化体系发生冲突。例如, “The poet Lin Sheng writes verses on a shop wall.”在文化回译原则下, 译者通过增译, 将其译为“诗人林升在旅店的墙壁上挥毫写下‘山外青山楼外楼, 西湖歌舞几时休’的诗句。”对于目标读者来说, 该诗句耳熟能详, 能够更加自然地理解译者所要表达的意思。在中国读者心中还原或建构为符合中国历史、社会和文化语境的形象, 达到民族文化在译入语和源语语境中的双向呈现。

4.3. 提升绘本自身传承创新机制活力

目前, 市面上的很多绘本画面特别华丽、精致, 外表上很吸引人, 但故事情节却索然无味, 有些甚至称不上是故事, 而只是一些华丽辞藻的堆积, 让人看后很难产生深刻印象。这样的绘本确实会在第一时间让人产生购买的冲动, 但看过之后却不能从中受益。此外, 许多绘本因原创度不高, 缺乏中华优秀传统文化内容, 内容单薄, 形式单一, 尤其是在“互联网+”数字化信息时代下, 在市场竞争中面临着巨大的挑战。因此, 广大绘本创作者要坚持以人民为中心的创作导向, 创作更多满足人民文化需求和增强人民精神力量的优秀作品[24]。要挖掘中华优秀传统文化的思想观念、人文精神、道德规范, 把艺术创造力和中华文化价值融合起来, 把中华美学精神和当代审美追求结合起来, 激活中华文化生命力。要把握传承和创新的关系, 让中华优秀传统文化成为文艺创新的重要源泉。创作出民族绘本精品, 提升绘本自身传承创新机制活力, 从而不断增强中华优秀传统文化的生命力和影响力, 创新传承中华优秀传统文化, 彰显文化自信。

4.4. 完善数字化信息平台, 拓宽传播途径

互联网的飞速发展打破了传统的阅读模式, 运用手机、平板、电子阅读器进行阅读和交流成为当前的主流。阅读途径和方式的多样化也给图书出版行业带来了新的发展机遇。目前, 许多出版商加强与互联网企业的合作, 以数字为导向, 运用新科技, 开启了电子图书的新篇章。而绘本也走向了数字化, 多元、立体、互动式的阅读形式开始出现, 发展出有声绘本、电子绘本等多种形态, 给读者带来了丰富、舒适的阅读体验。特别是新冠肺炎疫情爆发以来, 各大书展和书店关闭了线下活动, 线上书库网站成了国内外读者了解中华文明相关书籍的好去处。因此, 相关部门应该完善数字化信息平台, 拓宽传播途径。此外, 我们可以充分利用“一带一路”的有利契机, 在“一带一路”沿线国家开展绘本书展活动或是进

行绘本插画比赛, 让读者更加直观地感受中华传统文化的魅力, 这不仅能够促进沿线国家文化的相互交流, 而且能够推广中华文化走向世界, 让“一带一路”沿线国家人民都能够了解中华传统文化[25]。讲述中国故事的绘本作为中国优秀传统文化的重要组成部分, 承载着新的历史使命和责任。这些展现中华民族悠久历史和优秀文化的绘本, 在数字媒体的帮助下, 生动形象地向国内外受众群体展现了璀璨的中华文明历史, 对于弘扬民族精神和时代精神、培育和践行社会主义核心价值观有着重要的科学意义。

5. 结语

长期以来, 国外绘本占据了我国图书市场绝大部分份额, 使得中国原创性绘本一直处于相对劣势的状态。正是在这样的背景下, 国内一些人对绘本外宣翻译研究的理论和实践创新缺乏勇气, 导致绘本外宣翻译研究的空缺, 难以对外传播中国优秀传统文化和文化理念, 讲好中国故事。但是文化自信的提出为中国本土绘本外宣翻译研究工作提供了思想支撑和信念支撑, 为创作中国原创性绘本增强了底气。目前, 绘本市场仍呈现不平等、不均衡的现象, 坚定文化自信是实现中华民族伟大复兴的重要一环。同时, 绘本创作者坚持守正创新, 浓缩历史和现代的智慧, 用跟得上时代的作品开拓创新, 在向世界展现可信、可爱、可敬的中国形象上具备不少有利条件。总之, 让中国原创绘本更好地“走出去”, 讲好中国故事, 让世界听见中国声音, 既任重道远, 又大有可为。

参考文献

- [1] 陈锡喜. 习近平新时代中国特色社会主义思想的权威读本——《习近平谈治国理政》第2卷的价值[J]. 马克思主义理论学科研究, 2018, 4(2): 46-55.
- [2] 朱喜坤. 革命文化是文化自信的重要源头[N]. 光明日报, 2019-01-09(011).
- [3] 吴秀群. 中国原创儿童绘本“走出去”现状及对策研究[J]. 当代教研论丛, 2022, 8(7): 79-84.
- [4] 夏平. 绘本的界说与类别[J]. 编辑之友, 2013(5): 103-106.
- [5] 潘明歌. 中国原创儿童绘本发展路径探析[J]. 中国出版, 2016(18): 32-35.
- [6] 孟思雨. 对我国绘本发展的探索与思考[J]. 美术教育研究, 2012(21): 61-63.
- [7] 谭旭东. 中国原创绘本出版发展的观察与思考[J]. 出版广角, 2018(23): 6-9.
- [8] 汤恒. 文化自信的来源及价值[J]. 红旗文稿, 2017(18): 4-9.
- [9] 习近平在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话[N]. 人民日报, 2016-07-02(002).
- [10] 赵远蒙. 习近平文化自信理论及其新时代价值[D]: [硕士学位论文]. 广州: 中共广东省委党校, 2020.
- [11] 闻言. 新时代党的宣传思想工作的根本遵循——学习习近平《论党的宣传思想工作》[J]. 新闻潮, 2021(1): 4-8.
- [12] 习近平在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/ySt518uZt3xrgnQPhaZdYQ>, 2022-10-16.
- [13] 坚定文化自信, 推动社会主义文化繁荣兴盛[J]. 歌剧, 2017(11): 4-5.
- [14] 习近平在二十大报告中提出, 推进文化自信自强, 铸就社会主义文化新辉煌[J]. 杂技与魔术, 2022(5): 5.
- [15] 薛文慧. 我国绘本的发展现状综述[J]. 美术教育研究, 2021(21): 21-24.
- [16] 范周. 推进文化事业和文化产业全面发展[J]. 红旗文稿, 2022(9): 40-42.
- [17] 胡勃, 王祺灏, 黎桂华. “文化自信”视域下中华武术文化“走出去”的路径思考[J]. 当代体育科技, 2022, 12(20): 109-113.
- [18] 肖寒. 我国原创少儿绘本出版路径研究[J]. 采写编, 2022(10): 103-105.
- [19] 毛艳, 张梓扬, 张姣姣, 徐宁. 坚定文化自信, 激活产业新动能[N]. 新华日报, 2022-10-28(016).
- [20] 江青燕. 回译视角下中国史料翻译中的文化回归[J]. 百科知识, 2022(9): 64-65.
- [21] 茹李艳. 英汉翻译中的文化识别与文化回译策略[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2021.
- [22] 谭载喜. 翻译与国家形象重构——以中国叙事的回译为例[J]. 外国语文, 2018, 34(1): 1-10.

- [23] 胡铭. 《中国神话传说》中的语言回译和文化回译研究[J]. 今古文创, 2022(3): 126-128.
- [24] 段妍坤. 中国绘本发展现状研究[J]. 艺术教育, 2010(9): 130-131.
- [25] 邓娟. “一带一路”背景下山西非物质文化遗产外宣翻译研究[J]. 文化学刊, 2022(6): 203-206.