



A Study on the Subjectivity of Fan Translators in the Digital Age

—A Case Study of the *Romance of the Three Kingdoms* Podcast

Shuang Yao

School of Humanities, Tiangong University, Tianjin, China

Email: 18702218318@163.com

How to cite this paper: Yao, S. (2026) A Study on the Subjectivity of Fan Translators in the Digital Age. *Open Access Library Journal*, 13: e15178.
<https://doi.org/10.4236/oalib.1115178>

Received: March 15, 2026

Accepted: April 18, 2026

Published: April 21, 2026

Copyright © 2026 by author(s) and Open Access Library 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

Abstract

As an emerging force in global cultural exchanges, fan translators have brought new opportunities for Chinese classical literature to reach a worldwide audience. This paper takes the *Romance of the Three Kingdoms* Podcast created by fan translator John Zhu as a case study to analyze the characteristics of fan translator subjectivity. The research finds that fan translators, in terms of translation motivation, translation strategies, and community interaction, transcend the passive role of traditional professional translators by exercising their subjective initiative, thereby enhancing the overseas reception of the text. This research reveals the multi-dimensional characteristics of fan translators' subjectivity in the digital age and highlights the unique value and potential of fan translation in facilitating the global dissemination of Chinese literary works.

Subject Areas

Literature

Keywords

Fan Translation, Translator Subjectivity, Podcast, *Romance of the Three Kingdoms*

1. 引言

中国文学外译是提高中国文化软实力的重要一环，但中国文学外译作品在英语世界的影响力仍较为有限，面临诸多挑战。在数字技术与社交媒体蓬勃发展的背景下，粉丝群体正从内容消费者转变为积极的文化生产者和传播者，催生了粉丝译者群体的崛起，在当今跨文化交际活动中产生了广泛影响，形成了一股不容小觑的翻译生产力[1]。三国演义作为中国古典文学的经典之

作，虽然有不少的英译本，但在海外的影响并不十分显著[2]。然而，数字时代的到来催生了各种媒介的诞生，使得文学作品能够跨越时空界限，实现传播的深度和广度。通过网络等新媒体阅读、欣赏中国文学文化作品已成为海外大规模自主吸收中国文化的主要方式[3]。粉丝译者这一群体，正是在这样的时代环境下应运而生。

粉丝译者 John Zhu 极其喜爱《三国演义》，他借助播客这一有别于传统书面文本的媒介，成功将这部经典作品转化为海外听众喜闻乐见的内容。在这一过程中，他不仅完成了语言层面的转换，更通过播客这一媒介的使用以及粉丝社群的互动，重塑了《三国演义》的文化传播形态，获得了大批听众的肯定。这一翻译实践的成功离不开译者主体性的发挥，因此，本文以《三国演义》英文播客为个案，剖析粉丝译者主体性在中国经典文学外译中的独特表现。通过探讨粉丝译者在翻译动机、翻译策略以及社群互动中的主体性特征，揭示粉丝文化与数字技术如何共同塑造新型的跨文化传播模式，以期为理解数字时代翻译主体的多元化发展及文化传播的创新路径提供新的视角。

2. 粉丝翻译和译者主体性

2.1. 粉丝翻译的概念

互联网的迅速发展使得越来越多的人参与到翻译这项文化活动中来，催生了网络翻译。网络翻译传播是以网络为平台，以翻译为手段，以外文材料为来源文本，以译文为目的文本，以网络发表为形式的新兴跨文化传播现象[4]。粉丝翻译就是其中的一种形式，是由某类特定文本的爱好者自发进行的一种非营利的翻译活动，译本不经出版，仅为有兴趣阅读该类文本的目标语爱好者提供一种无偿的语言服务[5]。如果说职业译者是以专业素养和行业规范为基石，在商业或学术制约下严谨执行翻译任务的语言工作者，那么粉丝译者则是以兴趣驱动为核心，在粉丝社群中自由开展跨文化传播的业余译者。

2.2. 译者主体性

最早的传统翻译观中，译者常常处于隐身的状态。译者通常被冠以“媒婆”“戴着镣铐的舞者”等诸如此类的称号，可见译者长久处于边缘地位，不被重视。直到二十世纪七十年代，翻译研究出现了“文化转向”，它打破了传统翻译研究仅聚焦语言转换的局限，将视野拓展到文化层面，让人们认识到文化因素对翻译活动的深刻影响。韦努蒂在《译者的隐形》中呼吁译者要显形，肯定了译者的地位[6]。

查建明指出译者主体性是指作为翻译主体的译者在尊重翻译对象的前提下，为实现翻译目的而在翻译活动中表现出的主观能动性，其基本特征是翻译主体自觉的文化意识与人文审美创造性。译者主体性体现在四个方面：翻译过程；译者的译入语文化意识和读者意识；译作与原作和译入语文学的互文关系；翻译主体间性[7]。简而言之，译者的主体性主要体现在文本选择，文化目的，翻译策略等方面，可以说译者的主观能动性贯穿了翻译的整个过程。在数字时代的文化传播中，粉丝译者群体异军突起，其翻译实践带有更

为鲜明的独特的主体性特征，他们无需受制于赞助人的意图和喜好，在翻译策略的选择上也尽享自由，不受意识形态和诗学语境等因素的牵绊，真正体现了译者的个人意志以及文化和审美意识[8]，这种自主权能够让粉丝译者在翻译实践的过程中充分发挥主观能动性，从而产出接受度更高的翻译作品。

以往译者主体性的探讨，多围绕职业译者展开，而对于民间非职业译者的关注极少。然而，在数字化时代，当翻译以网络为运作和传输的纽带时就意味着翻译已由精英文化行为演变为大众文化行为[3]。因此，粉丝译者的崛起需要我们给予非职业译者更多的关注。研究粉丝译者主体性有助于揭示粉丝译者如何通过创造性翻译推动文化传播，可为中国文学外译提供一定借鉴。

3. 《三国演义》播客中粉丝译者主体性的多维体现

《三国演义》英文播客(*Romance of the Three Kingdoms Podcast*)是一档免费有声节目，总共有 184 期。译者 John Zhu 是一名美籍华裔，十岁时移居美国。他拥有新闻与大众传播学士学位以及数字传播硕士学位，在该领域工作已近 30 年。作为《三国演义》的忠实粉丝，他将此作品翻译成英文并以播客的形式作为传播媒介，是典型的粉丝翻译案例。到目前为止，该播客在 Podbean 平台的下载量已超三百万次，并且在各大网站评论区收获诸多好评，还在全球最大的有声书籍供应商之一 Audible 上获得了 5 星的评价[9]。因此，本文选取该播客作为粉丝翻译的典型案例分析。分析材料主要来源于该播客在网站上已发布的英文音频内容、配套的文字稿以及听众的评论。这一翻译实践的成功离不开 John 自身主观能动性的发挥，下面将从翻译动机，翻译策略，社群互动三个方面来分析 John 在翻译过程中的主体性特征。

3.1. 翻译动机

职业译者的翻译动机多为外在驱动，受商业契约、任务指派、市场需求等因素制约，翻译行为通常带有一定被动性，其主体性仅局限于语言转换过程中的有限主导权。而粉丝译者的翻译动机源于对文本的热爱与主观意愿，是发自内心的主动选择，这种非功利性的内在驱动，赋予了其主体性最鲜明的特质，使其在翻译全流程中充分彰显主观能动性。

具体而言，粉丝译者的翻译动机主要来源于三个方面：(1) 对原文本的认同感。认同感是网络翻译社区的核心要素之一[10]，也是粉丝译者进行翻译活动最为核心的驱动力。John 出生于广州，20 世纪 80 年代在中国度过童年。在成长过程中，John 一直沉浸在《三国演义》的故事里，他对这部小说极为熟悉，甚至能叫出每一位武将的名字。他将三国演义比喻为西方的莎士比亚喜剧和荷马史诗，充分体现出其对这部小说的认同和肯定。(2) 文化传播的使命感。John 曾在网站上写道：“试想，倘若世界上有半数人对莎士比亚或荷马的作品全然陌生，而你恰好身处这半数人之中——这恰似当下许多西方人对中国经典文学的认知状态。”为此，他尝试用一种比直接读译本更通俗易懂、也更有意思的方式来讲述这个故事。“我这么做，是希望能向大家介绍中国历史文化中的一部关键作品。简单来说，理解《三国演义》就相当于理解

莎士比亚，而我不希望仅仅因为翻译过程中流失的韵味，就让大多数西方读者难以触及或没有耐心去了解它。”面对中国经典文学在西方的边缘化地位，他产生了主动传播中国文化的使命感。因此，他将《三国演义》作为文化传播的载体，并且采用播客的方式让西方受众领略中国传统文化的魅力。(3)追求社群认同感。粉丝翻译的一大特点就是粉丝社群文化，译者往往能从翻译活动中获得“享受乐趣、虚拟社区感以及自我肯定”的心理体验[11]，这也是支撑译者持续进行翻译创作的动力。在 John 多年的创作中，一个围绕《三国演义》的在线社区逐渐形成，听众们在评论区纷纷表达了对这部著作的喜爱和对 John 的感激。John 也在网站上回应道：“播客最吸引我的始终是主播与听众之间的联系，能把热爱的东西分享给同样感兴趣的人，这正是我尝试做播客的初衷，也一直是坚持下去的动力。”听众的支持给予 John 极大的鼓励，也促使他后来涉足翻译更多中国古典文学作品。

可见，粉丝译者的翻译动机大多源于对原作的强烈喜爱与情感认同，其翻译动机具有鲜明的自发性与主观性。正是出于对作品或文化内容的热爱，他们自主选择翻译对象，并在无经济回报的前提下持续投入翻译实践，这一过程本身便充分彰显了其主体意识。同时，这种内在动机也深刻影响其翻译策略的选择，使其在翻译过程中更注重情感传递、社群共鸣与文化分享，而非单纯遵循标准化的翻译规范。因此，翻译动机不仅是驱动粉丝译者开展翻译活动的内在动力，更是其主体性形成与表达的重要基础。

3.2. 翻译策略

在翻译过程中，John 并没有照搬原文进行翻译，而是在准确传达原文意义的基础上进行了适当的改写，融入个人特色，不仅一定程度上消解了古典文学的距离感，降低了西方听众的理解门槛，而且增强了译文的趣味性 with 接受度。

(1) 添加解释

例一：Before we dive into the narrative, we are going to begin with a poem. This is a common device in ancient Chinese literature. The poem at the beginning of a long epic often provides a mega view of the saga that is about to unfold, so keep the images and ideas from this poem in mind as we progress through the story of the Three Kingdoms. The song goes. (Episode 001)

例二：So from time to time in our saga, you are going to hear a poem to commemorate a special occasion, a special deed, or just a memorable character. This is another hallmark of Chinese literature. (Episode 001)

例一和例二都是 John 在播客中添加的内容，用来解释三国演义中诗歌出现的原因。三国演义中有 209 首诗词歌赋，大多数诗的作用是评议人物，褒贬善恶[12]。例一出现在三国演义开篇诗《临江仙·滚滚长江东逝水》前，用于解释为什么小说开篇会出现一首诗，帮助听众更好的理解诗歌在文中的作用。例二则出现在三国演义第一回中一首评价关羽和张飞的诗之后。诗与叙述交织出现是中国古代小说区别于世界上任何一种小说文本的最显著标志之

一，对于不了解的西方人来说，这可能会让他们产生困惑。因此，为了能让听众获得更好的体验感，John 发挥自己的主观能动性选择添加注释的翻译策略来帮助听众跨越文化鸿沟。

例三：就在此时，一员猛将策马冲入战场，圆睁环眼，倒竖虎须，手持丈八蛇矛，大喝一声：“三姓家奴休走！燕人张飞在此！”

译文：Just then, a warrior galloped into the fray, his round eyes glaring, his mustache bristling, and his 10-foot serpent spear poised for action. This warrior roared: “Stay where you are, you three-named bastard! I, Zhang Fei of Yan, have been waiting for you!” Ok, so in case you don’t get it, the loving moniker “three-named bastard” is a reference to the fact that Lu Bu is on Dad No. 3 and a knock on his lack of loyalty. (Episode 7)

“三姓家奴”是张飞对吕布的骂名，指吕布先后效忠并背叛三位主公，暗讽他是不忠不义之人。在中文语境里，认义父无异于归宗改姓，若仅将“三姓家奴”直译为“three-named bastard”，英语读者极易难以理解其中深意，这不仅会折损阅读体验，更无法精准传递出张飞嫉恶如仇、吕布背信弃义的人物形象。John 即时对这一背景进行解释，保证了经典情节的内涵、人物情绪和形象都能完整地传递给英语读者，真正实现了跨文化的有效传播。

(2) 简化

播客最受欢迎的原因之一是效率[13]，作为一种线性听觉媒介，听众很难像阅读文字那样回看、梳理信息，对简洁易懂、节奏轻快的要求远高于文本阅读。在三国演义英文播客网站的评论中，一些听众表示他们会在开车上班或者做家务的时候打开播客。考虑到效率的重要性，译者 John 对原文中不影响情节推进的内容做了相应的简化处理。

例四：那少年欠身答曰：“某乃常山真定人也，姓赵，名云，字子龙。”

译文：The young warrior bowed and said, “My name is Zhao Yun. I am from Changshan.” (Episode 009)

原文中罗贯中详细介绍了赵云的姓、名、字以及具体的籍贯。在播客的轻松收听语境中，过度堆砌细节会让内容变得厚重、晦涩，脱离大众的收听需求。因此，John 只保留了最知名、使用最广泛的“赵云(Zhao Yun)”，舍弃了“字子龙”。对于地名的英译也只保留了核心部分 Changshan，舍弃了“真定”这一无足轻重的古老地名。这样一来，不仅可以减轻听众的记忆负担，又能提高讲故事的效率。

例五：李儒对卓曰：“袁绍与公孙瓒，亦当今豪杰。现在磐河厮杀，宜假天子之诏，差人往和解之。二人感德，必顺太师矣。”卓曰：“善。”次日便使太傅马日磾、太仆赵岐，赍诏前去。

译文：“Yuan Shao and Gongsun Zan are both considered great men of the times,” Li Ru said. “Right now they’re fighting each other at the River Pan. My lord, you can send a decree in the name of the emperor and make peace between them. They will both be thankful and turn their allegiance to you.” Dong Zhuo did as Li Ru suggested and sent two court officials to carry out this errand. (Episode 009)

董卓采纳了李儒的建议，借天子诏书调解袁绍与公孙瓒的磐河之争并派出两名使者去传召。三国演义总共 1109 个人物，故事中本来就有太多名字需要记住，而马日磧、赵岐只在文中出现过一次，属于情节的次要信息，对整体叙事、人物塑造和后续剧情发展均无影响。译文将其简化为“two court officials”，直接提炼“两名朝廷官员”的核心身份，能让听众快速抓住情节主线，避免被纷杂的人名以及官职无关信息分散注意力，保证叙事的紧凑性。

(3) 幽默

在忠于原著的同时，John 发挥自己的主观能动性，运用自己的创造力为故事注入了许多幽默元素，使《三国演义》原本严肃沉闷的叙事更加鲜活有趣。在《三国演义》播客的网站上，听众评论 John 让故事“引人入胜且幽默”，还说“我很欣赏 John 偶尔用幽默的方式对情节进行总结”。

例六：遂一面私造黄旗，约期举事；一面使弟子唐周，驰书报封谏。唐周乃径赴省中告变。

译文：They secretly made numerous yellow flags and banners, and selected a date to start their uprising. Then Zhang Jiao sent a disciple with a letter to the eunuch Feng Xu to tell him of their plans. However, Zhang Jiao's HR people apparently did not do a very good job of screening their candidates because this disciple promptly betrayed them and reported the whole thing to the court. (Episode 001)

译文的幽默之处在于 John 巧妙运用现代职场用语，将张角的弟子译为“HR people”，把选拔弟子说成“screening candidates”，并调侃“HR people apparently did not do a very good job”，以轻松诙谐的方式调侃张角用人不当。在不歪曲原文的前提下，将古典文学作品与现代生活联系起来，成功让原本严肃沉闷的情节叙述变得生动有趣，可以极大激发听众的共鸣。

例七：行不到三十里，所乘之车，忽折一轮，卓下车乘马。又行不到十里，那马咆哮嘶喊，掣断辔头。

译文：Less than 10 miles into his journey, however, one of the wheels on his carriage broke. So Dong Zhuo got out and mounted a horse to continue the trip. Just a few miles later, however, the horse began acting up. It snorted wildly and snapped its reins. Now, I personally think the horse was just reacting to the load on its back, but of course, a broken wheel and a petulant horse could easily be interpreted as omens. (Episode 011)

为骗董卓入长安受死，王允让李肃前往郿坞，谎称汉献帝要将皇位禅让给董卓。董卓沉迷于帝王美梦，不顾母亲的劝阻，执意启程赴长安。文中“车折一轮、马断辔头”正是董卓出行途中的不祥之兆。译文中划线部分是 John 加入的一句调侃式评价，将“车折一轮”归因为董卓的体重。这在一定程度上消解了原文情节的严肃感，形成了一种轻松幽默的氛围，拉近了与读者的距离。

(4) 听觉模态的使用

相较于传统译本，《三国演义》播客版译文的独特之处在于其创新性地将播客作为传播媒介，将译文转化为可供聆听的听觉文本。因此，这一译本

并非单纯的语言文字呈现，而是集语言符号与音乐、语气等听觉模态元素于一体的多模态作品，听众可根据自己的需求选择阅读文字稿或者聆听音频。

John 曾在网站上自述：“这些故事之所以能经久不衰，很大程度上得益于口头叙事的艺术传统——无论是在往昔的茶馆评书里，还是在我童年时的中国广播中。而播客，正是这一悠久传统在数字时代的自然延续。” John 凭借自身新闻传播专业素养选择播客这一现代传播媒介，使古老的口头叙事在数字时代焕发新生。在播客中，主播语气的变化能够帮助听众更直观地体会文本中丰富多彩的人物性格和微妙多变的环境氛围，从而帮助听众更好地理解作品中的人物、情节和主题[9]，更为听众打造了一场沉浸式听觉盛宴。

例八：Cao Cao, upon seeing everyone around him weeping, clapped his hands and laughed out loud. “[Laugh] If all the officials cried all night and all day, would that kill Dong Zhuo?” (Episode 005)

董卓入京后专权乱政、残害百姓，朝堂上下人人自危，汉室旧臣敢怒不敢言。司徒王允心怀汉室，苦于无计诛杀董卓，于是以“庆寿”为幌子，召集一众忠于汉室的大臣到府中聚会商议对策。宴席上，王允谈及董卓乱政、社稷将倾的惨状，忍不住痛哭流涕，在场官员也纷纷随之大哭。就在众人痛哭不止却又没有对策时，曹操却突然抚掌大笑，主动请命刺杀董卓。声音天然具有建立亲密关系的能力，能够激发听众的想象力[13]。在播客中，John 模仿了曹操的笑声，将文字中的笑具象化，能够帮助听众更加直观的感知人物的情绪，不仅让曹操这一有勇有谋的人物形象更加鲜活立体，又能让原本严肃厚重的《三国演义》内容更接地气、更符合播客的收听语境，从而提升听众的体验感。

陶友兰曾指出，在当下追逐感性娱乐的年代，仅凭传统的阅读欣赏形式，难以让经典文化触达更广泛的大众[14]。《三国演义》英文播客有效整合了语言模态和听觉模态的互补关系，John 亲切的声音给听众带来了富有人情味的耳边对话，让听众产生了情感连结，吸引了大批听众的注意力，成功让更多的曾经对《三国演义》望而却步的西方读者领略到了中国古典文学的魅力。

3.3. 社群互动

粉丝译者主体性不仅体现在语言转换的过程中，更延伸到了翻译传播与反馈的环节。在传统翻译模式中，纸质媒介不具有互动性导致译者与读者的互动相对滞后且有限。但播客以评论互动或社群交流的方式触达听众并获得及时反馈[13]，由此与受众建立实时、高频的联系，形成“译者-粉丝”协同创作的生态，这一过程深刻彰显了粉丝译者独特的主体性特征。例如，John 在制作《三国演义》英文播客时，他会根据听众在评论区以及私信的反馈调整后续的播客制作，以满足听众期待，从而不断完成翻译与传播的动态优化。面对听众在评论区提出的文化背景疑问，John 在后续节目中专门开设了 20 集补充播客，与观众深度探讨了三国历史、《三国演义》中的典故、人物背景等等，还在网站上补充了许多《三国演义》相关的图片、音频、视频等多模态资源，实现了翻译传播的多样化，受到了听众的诸多好评。

这种开放的创作模式，打破了传统书面翻译文本译完即止的传播局限，既让粉丝译者的主体性在双向互动中得到充分彰显，更极大增强了听众的粘性。听众的反馈被切实采纳、需求被精准回应，使其从单纯的内容接收者转变为播客创作的参与者，产生强烈的社群归属感，进而形成稳定的收听习惯与传播意愿，积累了一批高粘性的核心听众。此外，听众在播客网站上探讨人物、故事情节，也会互相分享三国相关的影视、游戏等。这些互动行为相互交织，催生出充满活力的三国粉丝文化生态，使《三国演义》的文化魅力在新的媒介环境下不断焕发新生。

4. 结语

数字时代对翻译实践带来了深刻变革，在本案例中，粉丝译者 John 以其独特的主体性介入中国经典文学的外译传播，展现出不同于职业译者的创造性、灵活性与互动性。本文以《三国演义》英文播客为个案，系统考察了粉丝译者 John Zhu 在翻译动机、翻译策略与社群互动三个维度上的主体性表现。

研究发现，粉丝译者 John 的主体性首先体现为兴趣驱动的翻译动机。对原文本的认同感、文化传播的使命感以及追求社群认同感，使其翻译行为具有高度的自主性与持续性，也影响着其翻译策略与文本选择；在翻译策略上，粉丝译者通过添加解释、简化冗余、注入幽默以及运用听觉模态等创造性手段，既消解了古典文学的距离感，又增强了译文的趣味性 & 接受度；在文本外的社群互动中，译者根据听众反馈动态优化内容，使受众从被动接收者转变为创作参与者，形成了译者与受众协同共生的传播生态。

粉丝译者的崛起揭示了翻译实践从精英走向大众的范式转变。在中国文化“走出去”的背景下，深入理解粉丝译者的主体性特征，有助于拓展中国文学外译的多元路径，让经典文化在数字时代焕发新的生命力。需要指出的是，本研究基于单一案例采用探索性定性分析。研究结果应被视为初步观察，而非适用于所有粉丝翻译实践的普遍结论。未来需通过多案例比较与系统受众研究加以验证。

致 谢

本论文顺利完成之际，谨向所有给予我关心与帮助的人致以诚挚谢意。感谢各位老师在学习与论文撰写过程中的悉心指导与耐心点拨；感谢家人始终如一的理解、陪伴与默默支持，成为我最坚实的后盾；同时也感谢朋友们在求学路上的鼓励与相伴。

Conflicts of Interest

The author declares no conflicts of interest.

References

- [1] 李楚菡. 数字化时代的志愿翻译行为研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京外国语大学, 2022.
- [2] 许多. 译者身份、文本选择与传播路径——关于《三国演义》英译的思考[J]. 中

- 国翻译, 2017, 38(5): 40-45.
- [3] 叶慧君, 王晔. 后现代语境下中国文化“走出去”的趋势与反思[J]. 上海翻译, 2023(3): 64-69.
- [4] 公文. 翻译出版业与网络翻译: 对话还是对立?[J]. 编辑之友, 2011(4): 30-32.
- [5] Evans, J. (2020) Fan Translation. In: Baker, M. and Saldanha, G., Eds., *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, 3rd Edition, Routledge, 177-181.
<https://doi.org/10.4324/9781315678627-38>
- [6] Venuti, L. (1995) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge.
- [7] 查明建, 田雨. 论译者主体性——从译者文化地位的边缘化谈起[J]. 中国翻译, 2003(1): 21-26.
- [8] 李琴. 新世纪外国文学网络翻译研究[J]. 西安外国语大学学报, 2016, 24(4): 118-122.
- [9] 郭天骥. “粉丝翻译”与中国文学的海外大众传播与接受——以 *Romance of the Three Kingdoms* Podcast 为例[J]. 解放军外国语学院学报, 2023, 46(2): 111-119.
- [10] 马旭燕. 网络翻译社区初探[J]. 上海翻译, 2014(2): 44-48.
- [11] 陆艳. 众包翻译应用案例的分析与比较[J]. 中国翻译, 2013, 34(3): 56-61.
- [12] 谭真明. 论古代小说中的“有诗为证”——兼评四大名著中的诗词韵文[J]. 齐鲁学刊, 2006(3): 80-84.
- [13] 王志刚, 卢冰. “出版+播客”融合发展的困境及其疏解[J]. 中国编辑, 2023(10): 59-64.
- [14] 陶友兰. 中华文化对外传播与翻译策略构建——解读黄友义《从“翻译世界”到“翻译中国”: 对外传播与翻译实践文集》[J]. 外语电化教学, 2023(2): 95-98+119.