

译创理论研究综述及其对教育视频字幕翻译的启示



宁世超¹, 罗桂花^{1,*}, 王欢²

¹中南林业科技大学外国语学院, 湖南长沙 410004

²中南林业科技大学班戈学院, 湖南长沙 410004

摘要: 译创 (Transcreation) 作为融合翻译与创造性重构的跨文化传播范式, 近年来被视作人类译者区别于机器翻译的核心能力。2015 年国际标准化组织 (ISO) 将其列入语言服务附加值服务清单, 标志着译创从零散的创造性实践升级为标准化的行业服务类型[2]。本文旨在系统梳理译创理论的历史演进与核心内涵, 并探讨其对教育类视频字幕翻译的方法论启示。研究首先从概念溯源入手, 考察了“创译”一词在中西文化中的词源演变, 继而, 将译创理论的发展划分为古代自发实践期、现代理论萌芽期、全球化拓展与制度化时期、本土化与多元拓展期四个阶段。在此基础上, 从文本审美、实用功能、跨文化传播和术语规范四个维度阐释译创的多重内涵, 并提炼出译者主体性、文化适应性、目标导向性、方法多元性、学科交叉性和表达模态化六大核心特征。研究进一步概括了译创“以目标为导向、以受众为核心”的五步实施逻辑, 即源文本深度解读、目标受众分析、策略制定、多维度重构和效果评估。最后, 论文将译创理论投射至教育视频字幕翻译场景, 提出内容重构、文化适配、模态协同和受众导向四种策略, 主张字幕翻译应从“语言转换”转向“知识重构”, 在保证知识精确性的同时兼顾学习者的认知负荷与跨文化接受。

关键词: 译创理论; 跨文化传播; 字幕翻译; 教育视频

DOI: 10.57237/j.ssr.2026.04.004

A Review of Transcreation Theory Research and Its Implications for Subtitle Translation of Educational Videos

Ning Shichao¹, Luo Guihua^{1,*}, Wang Huan²

¹School of Foreign Languages, Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410004, China

²Bangor College, Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410004, China

Abstract: Transcreation, as a cross-cultural communication paradigm that integrates translation with creative reconstruction, has in recent years been regarded as a core competency distinguishing human translators from machine translation. In 2015, the International Organization for Standardization (ISO) included it in the list of value-added language services, marking its upgrade from sporadic creative practices to a standardized industry service type. This paper aims to systematically review the historical evolution and core connotations of transcreation theory, and to explore its

*通信作者: 罗桂花, luowenting8552@126.com

methodological implications for subtitle translation of educational videos. The study begins with conceptual tracing, examining the etymological evolution of the term *chuangyi* (“transcreation”) in both Chinese and Western cultural contexts. It then divides the development of transcreation theory into four stages: the ancient period of spontaneous practice, the modern period of theoretical germination, the period of globalization and institutionalization, and the current period of localization and diversified expansion. On this basis, the paper elaborates on the multiple connotations of transcreation from four dimensions—textual aesthetics, practical functionality, cross-cultural communication, and terminological standardization—and distills six core characteristics: translator subjectivity, cultural adaptability, goal-orientation, methodological diversity, interdisciplinarity, and modality of expression. The study further outlines a five-step implementation logic of transcreation, which is “goal-oriented and audience-centered”: in-depth interpretation of the source text, target audience analysis, strategy formulation, multidimensional reconstruction, and effect evaluation. Finally, the paper applies transcreation theory to the scenario of subtitle translation for educational videos, proposing four strategies—content restructuring, cultural adaptation, modal synergy, and audience orientation—and advocates that subtitle translation should shift from “language conversion” to “knowledge reconstruction,” ensuring both the accuracy of knowledge delivery and due consideration for learners’ cognitive load and cross-cultural reception.

Keywords: Transcreation Theory; Cross-cultural Communication; Subtitle Translation; Educational Videos

1 引言

人工智能与机器翻译的崛起令翻译行业经历深层变革。在这一背景下，仅仅完成语言符号转换的翻译模式日益感受到局限，而融合翻译与创造的“译创”作为人类译者的核心竞争力日益受到学界和业界的重视。2015年，国际标准化组织 ISO17100 将创译正式列入语言服务行业 23 项附加值服务之一[2]，标志着译创从“创造性方法”升级为“标准化服务类型”。

译创并非全新事物。古印度梵语佛典的传译、中国古代佛经翻译中的意译实践、巴西的“食人主义”翻译诗学，以及印度学者对“Transcreation”的系统论述，都说明创造性翻译贯穿于跨文化交流的历史始终。魏学勤在梳理创译理论发展史时也明确指出，长期以来，“创译被视为翻译的‘边缘现象’而非独立范式”[16]。

在中国文化“走出去”的当下，译创理论的本土化发展尤需关注。许渊冲提出“创译论”与“优化论”，主张“以创补译、以译传美”，将译创与中国传统译论相融合[17]；王向远在“译文学”框架中建构了“逐译/释译/创译”的三分法[15]，为译创提供了独立的类型学定位。陈琳则整合国际理论，给出了强调“多模态”与“目标受众接受性”的本土化定义[8]。与此同时，老字号品牌出海、影视游戏本地化等鲜活实践，也促使译创成为中国跨文化传播中不可忽视的工具[22]。然而，朱明海在回顾 2011 至 2020 年中国译创研究时指出，现有成果多聚焦特定领域的应用案例，“对译创理论的历史脉络与核心内涵缺乏系统整合”[23]。有鉴于此，本文尝试梳理译创理论的

演进逻辑，建构分析框架，并进而探讨它在教育类视频字幕翻译中的可能应用。

2 译创理论的历史演进

2.1 译创在中西文化的概念溯源

“创译”一词的溯源可分中西两条脉络。在西式语境中，现代 Transcreation 理论直接发源于 20 世纪中叶的印度与巴西文学翻译领域。印度诗人劳尔（P. Lal）于 1957 年最早正式使用这一术语，描述自己英译古代印度经典戏剧的方法。他的核心观点是：翻译应“试图保存原文中神圣的印度传统，而非保留古老的梵语”，译创的要义在于“抓住原文的本质并对其再创作以吸引异语读者，同时尽量反映源语文化”[5]。几乎同时，巴西诗人坎波斯（H. de Campos）在后殖民语境下提出“食人主义”翻译诗学，认为目的语文本需要“吞食消化”原文，吸收异域营养再结合本土语言文学手段进行创造，以此打破源语文化的宰制地位[8]。

在中文语境中，“创译”最早出现于唐代佛经翻译话语。杨全红通过翔实考证指出，唐代慧立、彦惊所著《玄奘传》中已有“创译”一词，意为“开始翻译、首次做翻译”，并无“创造性”内涵。李之藻《译〈寰有诠〉序》中“创译”亦为此义，李之藻翻译实践本身具有创造性，其术语翻译的创新特征让学界将其言论中的“创译”与

“创造性”绑定[18]。

由此可见,“创译”作为历史概念与现代学术术语存在语义断裂。现代译学界使用“创译”指称创造性翻译,应视为对历史表达的创造性借用,而非概念延续。

2.2 译创的发展阶段

综合既有研究,译创理论的发展可划分为四个阶段:

古代时期(佛经翻译至 19 世纪)属于自发实践期。中国古代译经家们早已运用各种创造性手段处理文化差异,鸠摩罗什的流畅华美、玄奘的“五不翻”,都是在忠实与可读之间寻求平衡。藏译佛典中,译者更是大量采用意译,用藏语固有的构词材料和构词法创制新词,而非单纯依赖音译[11]。这些事实表明,创造性重构在古代翻译实践中已是常用的应对策略。

20 世纪中期至 80 年代是现代理论的萌芽期。印度学者劳尔正式提出 Transcreation 概念,巴西学者坎波斯发展出“食人主义”翻译观,二者都聚焦于“创造性翻译方法”的系统探索[18],带有浓重的地域文化色彩。同时,游戏行业在六七十年代已出现早期创译实践,为适应不同文化用户而在本地化中采用修改、省略、添加等手法[16]。

20 世纪 90 年代至 21 世纪初是全球化拓展与制度化时期。经济全球化推动广告营销行业率先意识到传统逐字翻译无法满足跨文化传播实效,创译成为品牌本土化的核心策略。可口可乐“蝌蚪啃蜡”到“可口可乐”的创译成为经典案例。2015 年,ISO17100 将创译正式列入语言服务行业 23 项附加值服务之一,标志着创译从“创造性方法”升级为“标准化服务类型”[20]。

21 世纪 10 年代至今则进入本土化发展多元拓展期,中国是其中的主要阵地。2010 年前后,“Transcreation”正式进入中国译学界;杨全红通过词源考证厘清了传统“创译”与现代创译的区别[18];许渊冲立足中国传统译论,提出“创译论”“优化论”;陈琳整合国际理论,给出强调“多模态”与“受众接受性”的本土化定义[8]。与此同时,创译被应用于文学外译、品牌出海、非遗外宣、游戏本地化等诸多领域,成为中国文化“走出去”的重要工具。

2.3 译创理论的定义

不同学者基于各自的研究视角和实践领域,对译创作出了各有侧重的界定。总的来说,学者们对译创的

定义大致呈现出三种观点。

一种观点侧重译创的操作性特征,将其视为融合翻译与创作的文本生成方式。陈琳、曹培会将译创定义为“一种特色翻译,是在目的语系统中,对源文本进行编辑、重组、创作性重写、创意性重构等的转述方式,以实现目标话语的表达性与目的性的文本,其方式可以为单模态或多模态”[9]。黄德先、殷艳则将其简化为“在翻译基础上的一种再创作,用目标语对原语文本加以改编,以自然流畅的方式传递原文信息”[10]。

另一种观点着重突出目标受众和市场导向。P. Lal 就认为,译创作品可视为“原作的重生或化身(avatar)”,关键在于抓住原文本质并再创造以吸引目的语读者[23]。Kothari 则直接将其概括为“一种易读的、不严格忠实的翻译”[3]。

第三种观点将译创视为一种语内或语际的创造性阐释行为。Gaballo 将其定义为“一种语内或语际的重新阐释,以适应目的语读者/受众的需要,要求译者提出新的概念、语言和文化建构,以弥补原文现有建构的缺乏或不足”[4]。王向远在“译文学”框架中以“逐译/释译/创译”三分法将“创译”定位为创造性翻译[15]。

综上,译创概念虽各有侧重,但其共同内核在于“译”与“创”的统一:以源文本为根、以目标为导向,在保持原文核心意图的前提下创造性地重构语言与文化要素。

3 译创理论的核心内涵

3.1 多维视角下译创的概念内涵

从不同研究视角审视,创译的内涵各有侧重:

文本审美视角将创译视为以审美再创为核心的创造性翻译行为。译者根据自身审美观念对源文本进行再创造,用陌生化技巧传递原文的文学内涵和情感,克服文化差异带来的“不可译性”,追求“神似”而非“形似”[16]。

实用功能视角将创译视为以传播实效和商业价值为核心的本土化改写服务。应用于广告、营销、游戏等领域时,不追求复现原文特质,而是根据客户需求、市场目标、受众文化特点进行创造性重构,核心是实现商业传播目标[20]。

跨文化传播视角将创译视为以文化共鸣为核心的

意义重构过程。译者是源语文化与目标语文化的“桥梁”，通过创造性改写实现文化平等与增值，让不同文化背景的受众有效理解源文本核心内涵[8]。

术语规范视角将创译视为译语中无原语术语等价指称时的翻译方法。译者根据原语内涵，采用直译、意译、形译等方式为概念创造新的译语指称，完成跨语再命名。

3.2 译创的核心特征

译创区别于传统翻译范式的核心特征，学界已有较为系统的归纳。

陈琳曾从“译”“创”“媒”“合”四个维度阐释译创的多重内涵，强调译创者兼具源语文化传译者与目标语文化创作者的双重身份[8]，其过程体现为双文化的椭圆形折射与阐释性机制。结合后续研究者对老字号创译实践的分析[22]，可以将译创的核心特征归纳为以下六个方面。

译者主体性是译创最鲜明的特征。在传统翻译观念中，译者往往被要求“隐身”，而以源文本为唯一依归；创译则完全不同，它要求译者从源文本解读、目标语重构到效果优化的全过程中发挥积极主动的介入作用。老字号创译实践表明，译者须深度介入内容生产，将源语文化内核与目标市场受众习惯熔于一炉，呈现出“受众导向和译创一体”的鲜明特点[22]。正因如此，余静强调，创译能力是人类译者独有的、人工智能难以企及的关键技能[20]，它恰恰彰显了 AI 时代译者主体性的核心价值。

文化适应性指的是译创操作以目标语文化的特点和受众接受习惯为基准，这使它区别于以源文本为取向的传统翻译。创译的实质之一，就是通过文化重构来消减跨文化传播中的“文化折扣”，让目的语受众获得与源语受众对等的理解体验[16]。

目标导向性是译创与一般翻译的根本分界线。译创中的一切创造性行为都围绕特定目标展开，无目标即无创译。在商业领域，目标是营销实效与品牌价值的提升；在文学领域，目标是审美体验与情感效应的等效传递；在文化外宣领域，目标则是跨文化认同的建构[16]。ISO17100 将创译列为标准化附加增值服务，其行业化进程的背后，正是这种目标导向逻辑的规范化。

方法多元性要求译者打破固定方法的束缚。译创没有一成不变的程序，译者需要根据源文本类型、目标文化语境和传播目标，灵活组合增译、减译、意译、重

构、文化替代、意象再造等多种策略。赵宏、郭好婕将老字号创译策略归纳为文化策略、目的策略、美学策略和技术策略四大类[22]，正印证了其方法体系的开放性与动态性。

学科交叉性同样是译创的一个重要特征。它融合了翻译学、文化学、传播学、市场营销学、美学、心理学等多学科知识。这一特征要求译者具备广博的知识储备，能将不同领域的认知框架整合于跨文化传播的实践中。

最后，表达模态化意味着译创已从单纯的语言文本操作拓展至多模态文本。陈琳在定义中明确点出译创“可以为单模态或多模态”[8]；赵宏、郭好婕也证实老字号创译具有“内容生产、创意表达、模态协同”三大特点。这表明，今天的译创已经演变为融合图像、声音、视频等多种符号的跨符号重构行为。

3.3 译创的实施逻辑

译创不是随心所欲的即兴创作，而是遵循一套以目标为导向、以受众为核心的实施逻辑。尽管不同实践场景中的具体步骤有所差异，但总体上可归纳为五个相互衔接的环节：源文本深度解读→目标受众与市场分析→创译策略制定→多维度创造性重构→效果评估与优化。

首先是对源文本进行深度解读。译创之“创”必须建立在充分理解的基础上，译者需要穿透字面意义，提取核心意图、关键文化内涵、整体情感倾向以及文本的社会功能定位，从而明确必须坚守的“硬核”与可以灵活处理的“边缘”。

在此基础上，译者要展开目标受众与市场分析，深入考察受众的文化背景、阅读习惯、审美偏好[22]，以及目标市场的文化禁忌与规范，这一环节是译创区别于传统翻译的关键所在。

随后，综合前两步的分析结果，制定具体的创译策略，包括传播目标、方法组合、语言风格和模态形式；赵宏、郭好婕指出，在老字号创译教学中，学习者正是在仿真情境下完成这种综合性的策略制定。

进入实质性阶段后，译者依据既定策略对源文本进行语言、文化乃至形式层面的多维度重构，增删、改写、文化替代、意象再造、模态协同等方法均可灵活搭配，核心是在忠实原语核心意图与适配目标文化需求之间寻求动态平衡[16]。

最后，由于译创以目标为导向，必然要以传播实效

为检验标准,通过受众反馈、传播数据等手段评估效果,并对暴露的问题进行优化。这一闭环机制使得译创可以持续改进,而非一次性行为。

3.4 译创与其他易混淆概念

译创在方法论上与直译、意译、改译、变译等概念存在本质区别,厘清这些差异有助于准确理解译创的理论定位。

译创与直译。直译追求译文与原文在语义乃至形式层面对等,强调语言要素的逐项转换。王向远曾指出,传统译论中长期以“直译/意译”的二元对立作为讨论框架[15],直译的取向便是“平移式”对应。译创则不同,它允许甚至鼓励在语言形式上做出大幅度调整,其核心关切不在于“是否对等”,而在于“是否有效”——即能否让目的语受众获得与源语受众对等的理解体验与情感共鸣[16]。

译创与意译。意译是传统翻译的方法论之一,强调摆脱源语字句束缚、以意义传递为优先。但意译仍然被安置在“直译/意译”的二元框架中运作。王向远指出,“直译/意译”的二元对立存在明显缺陷,因此提出以“逐译/释译/创译”三分法[15]取而代之,将创译明确界定为“创造性翻译”,与平移式翻译的“逐译”和解释性翻译的“释译”形成互补的方法论体系。在这一框架中,译创不再是意译的某种变体,而是独立于二者的第三种翻译方式。

译创与改译。改译更接近“无中生有”的再创作,未必以某一特定源文本为核心参照。译创则是“有根之创”——译者必须严格立足于源文本的核心文化内涵和核心意图,在这个边界之内的创造性行为才可称之为译创。魏学勤在梳理创译理论发展时指出,尽管实践中译创有时确实会对原文进行大幅度的文化重构[16],但这种重构的前提是源语核心要素的有效传递,而非任意发挥。

译创与变译。变译是翻译方法论中一个较为宽泛的范畴,涵盖增、减、编、述等多种手段。有学者曾将创译视为变译的子系统[19],但更深一层看,译创的内涵和外延已超出一般变译手段。它不仅包含各类变通方法,更强调文化重构与审美再创的深度介入;在多模态传播场景下,还涉及图像、声音等跨媒介再造,这些都不是变译范畴所能完全容纳的。因此,二者之间的关系最终取决于观察者从何种维度界定翻译与创造之间的边界。

4 创译理论的应用领域与实践启示

4.1 跨领域的应用拓展

创译理论的应用伴随跨文化传播需求的拓展而不断延伸。从最初的文学翻译、广告营销,逐步覆盖商业应用、文学文化、科技术语、影视游戏、文化外宣、少儿读物等多个领域。

最早且最成熟的领域当属广告营销与品牌传播。品牌命名是创译策略的集中体现,例如“可口可乐”由“Coca-Cola”转译而来,脱离字面音译,以“可口”传递饮用体验,以“可乐”唤起愉悦联想,被视为本土化经典。同样,BMW进入中国市场后创译为“宝马”,借用中国古诗词中“汗血宝马”的文化意象,实现了品牌属性与中国传统文化的自然连接[22]。在广告文案层面,IBM广告语“No business too small, no problem too big”被创译为“揽四海顾客,解天下难题”,舍弃原文否定句式,以四字对仗贴合中文表达习惯。老字号出海亦高度依赖创译:译者需要将传统性与地方性同目标市场文化结合,在“译”与“写”之间完成跨文化重构[22]。

在文学翻译领域,创译最早萌芽于此,也是中西译创理论融合的重要试验场。许渊冲的实践最具代表性,他提出“以创补译、以译传美”,将“三美”论(意美、音美、形美)与译创策略结合。翻译《诗经·蒹葭》“蒹葭苍苍,白露为霜”时,他以“Green, green the reed, / Dew and frost gleam”再现了原诗的叠词节奏与押韵效果,通过句法重构实现了情感等效。翻译李清照《声声慢》开篇的叠词,则以“I look for what I miss, / I know not what it is”的重复结构传达了原词哀婉之情。国外译者如庞德翻译中国古典诗歌时,不固守字句对应,而是捕捉意象核心并依意象派诗学在英语中重塑,使中国诗歌进入西方现代主义视野[8]。

科技术语翻译是创译在“非审美”文本中的典型应用,核心是解决“译语无对应指称”的问题。19世纪后期,李善兰在合译《植物学》(1858)时发挥译者主体性,利用译创法精准表达了植物学术语的科学含义与文化意味。他创译了“细胞”一词(对应 cell),后经日本回流并广泛使用,还创译了“子房”“花萼”等术语,沿用至今[14]。在化学领域,傅兰雅与徐寿采用形声字造字法,创造“钙、镁、铝”等金属元素译名(金字旁+声旁)及“硼、矽”等非金属元素译名(石字旁+声旁),兼顾了构形规范与读音提示,成为行业标准[21]。这些案例说明,科技术语译创必须在目标语语言系统内进

行有限的创造性再造。

影视游戏本地化及文化外宣领域同样大量借力创译。日本动漫《哆啦A梦》美版将“狸猫”改为“海豹”、“铜锣烧”改为“Yummy bun”，在保留角色氛围的同时实现本土化兼容[16]。游戏本地化中，《英雄联盟》角色名“Jhin”译为“烬”，“Moonlight Vow”译为“清辉夜凝”，化用杜甫诗句，被玩家社群视为创译典范[13]。在文化外宣与非遗传播中，“拼音音译+功能性解释”的双层结构颇为常用，如“太极拳”处理为“Taijiquan, a traditional Chinese martial art featuring slow and gentle movements”，以此兼顾文化身份的保留与跨文化可读性。

4.2 教育类视频字幕翻译的创译策略启示

译创理论应用于教育视频字幕翻译，核心在于超越“语言转换”的狭路，走向“知识重构”的通途。教育视频兼具知识传递的精确性和教学传播的吸引力要求，同时还需调节学习者的认知负荷。已有研究表明，当视频缺乏合适的视觉辅助或学习材料较为抽象时，字幕语言输入会显著增加认知负荷，影响学习效果。不合理的字幕设计甚至会导致学习者只顾追逐文字而忽略画面中的关键演示。因此，教育视频字幕翻译的策略选择，直接关系到学习者能否在有限的认知资源内完成知识的有效接收。

内容重构策略主要应对信息密度的差异。教育视频往往术语密集、信息浓缩，逐字直译容易使学习者陷入理解障碍与阅读压力的双重困境。根据认知负荷理论[7]，工作记忆容量有限，字幕的信息呈现方式直接影响学习表现与记忆保持。黄德先、殷艳对译创的界定——“用目标语对原语文本加以改编，以自然流畅的方式传递原文信息”——为内容重构提供了直接依据[10]。实践中，可以对核心概念进行阐释性扩展，对次要信息进行压缩简化。例如，科学纪录片中“photosynthesis”若仅译为“光合作用”，对语言能力有限的学习者仍嫌抽象，可适度处理为“光合作用，即植物将阳光转化为能量的过程”，在术语准确性与理解可及性之间求得平衡。许渊冲所提出的“深化”与“浅化”策略[17]在此同样富有启发性：需要深化时增添解释性成分，需要浅化时压缩冗余，最终目的都是让学习者在有限的阅读时间内抓住知识要点。

文化适配策略旨在解决跨文化知识传播中的理解

障碍。教育内容常包含特定文化背景的知识，如历史纪录片中的典故、科学视频中的文化负载词。直译往往让不熟悉源语文化的学习者感到隔膜。在影视翻译领域，归化策略因更能提升受众接受度而常被优先选用[12]。教育场景亦遵循类似原则：知识传递的有效性优先于文化特异性的完整保留。此时，文化替代或意象再造便成为常用手段，例如将“二十四节气”译为“24 solar terms, the traditional Chinese calendar system marking seasonal changes”，以拼音保留文化标记，同时配以简明解释。译者在教育视频中扮演的，正是一个会“讲课”的角色，其追求的不是字面对应，而是让目标观众最快理解并记住知识点。影视字幕中的文字游戏往往因文化缺省而难以直译。Sun在对《哪吒》《再见，李可乐》《抓娃娃》等影片字幕的考察中指出，译创正是“补偿文化缺省、激活受众情感共鸣”的有效路径[1]。

模态协同策略是实现视听语义整合的关键。教育视频的字幕并非孤立文本，它与画面、声音、动画等符号系统共同建构意义。陈琳、曹培会在定义中特意指出译创“可以为单模态或多模态”[9]，这为多模态翻译提供了理论支点。当画面已清晰呈现某一操作步骤时，字幕可做简化处理；当声音信息密集时，字幕则应承担补充说明的功能。有研究证实，与对话采用相同语言的字幕应用于教学视频时，能有效帮助非母语学习者提升阅读能力[3]。在这种多模态补偿机制下，译者通过动态协调视觉与听觉的信息承载量，让字幕与画面相互支撑、彼此补位，避免某一通道的信息过载。

受众导向策略则是调节认知负荷的前提。教育视频的受众群体差异显著，涵盖不同语言水平和知识背景的学习者，译创策略必须做出差异化调整。字幕本地化不能以造成认知过载为代价：如果学习者耗费全部心力去追赶快速移动的字幕文本，就无法吸收教育内容。面向初级学习者的字幕，宜采用更简化的句法结构和更明确的逻辑连接词；面向高级学习者，则可以保留更丰富的术语和复杂句式。同时，还需考虑视觉停留时间的限制——每屏字幕若超过两行，学习者的阅读时间便不足以捕捉后续画面中的关键信息[6]。在教育语境中，动态调整翻译的“度”，本质上就是对受众认知特点的精准匹配。

5 结语

本文系统梳理了译创理论的历史演进与核心内涵，揭示了从古代翻译实践中的自发创造到当代语言服务

标准化类型的制度化演进路径。译创的本质是“有根之创”，核心特征体现为译者主体性、文化适应性、目标导向性、方法多元性、学科交叉性和表达模态化，实施逻辑遵循“以目标为导向、以受众为核心”的闭环流程。

在教育类视频字幕翻译领域，译创理论提供了从“语言转换”到“知识重构”的范式转换视角。内容重构、模态协同、文化适配、受众导向等策略，为应对教育视频的信息密度差异、视听语义整合、跨文化知识传播和认知负荷调节等挑战提供了解决路径。未来研究可进一步探讨译创能力培养的教学模式、译创质量评估体系，以及 AI 辅助译创的人机协作机制等问题。

参考文献

- [1] Sun H. Study on the C-E Translation of Verbal Play in Films from the Perspective of SFL [J]. *Scientific Journal Of Humanities and Social Sciences*, 2025, 7(12): 277-283.
- [2] ISO17100: 2015 Translation services—Requirements for translation services [S]. 2015.
- [3] Kothari, R. *Translating India* [M]. Manchester: St. Jerome Publishing, 2003: 36.
- [4] Gaballo, V. Exploring the boundaries of transcreation in specialized translation [J]. *ESP Across Cultures*, 2012(9): 95-113.
- [5] Lal, P. *Transcreation: Seven Essays on the Art of Transcreation* [M]. Calcutta: A Writers Workshop Publication, 1996.
- [6] Mayer, R. E. *Multimedia Learning* [M]. New York: Cambridge University Press, 2009.
- [7] Sweller, J. Cognitive load during problem solving: Effects on learning [J]. *Cognitive Science*, 1988, 12(2): 257-285.
- [8] 陈琳. 论创译的名与实 [J]. *外语与外语教学*, 2016(6): 123-130.
- [9] 陈琳, 曹培会. 诗歌创译的世界文学性——以《竹里馆》英译为例 [J]. *中国翻译*, 2016(2): 85-90.
- [10] 黄德先, 殷艳. 译创: 一种普遍的实践 [J]. *上海翻译*, 2013(1): 29-33.
- [11] 华侃. 藏译佛典中佛教词语的译创 [J]. *中国藏学*, 2000(3).
- [12] 麻争旗. 影视剧翻译的“写”“说”“演” [J]. *中国翻译*, 2012(1): 49-53.
- [13] 满铭洁. 文化杂糅视角下全球性游戏 IP 的本地化实践研究: 以《英雄联盟》为例 [D]. 广州: 广东外语外贸大学, 2025.
- [14] 孙雁冰. “botany”“植物学”译名缘起及意义探微 [J]. *出版广角*, 2020(19).
- [15] 王向远. 以“逐译/释译/创译”取代“直译/意译”——翻译方法概念的更新与“译文学”研究 [J]. *上海师范大学学报 (哲学社会科学版)*, 2015(5): 132-142.
- [16] 魏学勤. 创译理论视角下的俄罗斯化妆品广告语翻译实践报告 [D]. 西安: 西安外国语大学, 2023.
- [17] 许渊冲. 有中国特色的文学翻译理论 [J]. *中国翻译*, 2016(5): 93-99.
- [18] 杨全红. “创译”之创造性误读及其他 [J]. *中国翻译*, 2016(6): 82-85.
- [19] 杨伟红. 英文电影片名的翻译策略与翻译方法研究 [J]. *西华大学学报 (哲学社会科学版)*, 2012(3).
- [20] 余静. 高校 MTI 创译型人才的培养——基于文体与翻译课程教学改革的案例研究 [J]. *中国翻译*, 2024(1): 69-76.
- [21] 于屏方, 杜家利. 外源术语的汉语定名与定形 [M]. *翻译研究: 第五辑*. 上海: 上海译文出版社, 2025.
- [22] 赵宏, 郭好婕. 创译教学中的翻译规范与翻译策略: 以老字号创译为例 [J]. *上海翻译*, 2025(6): 73-77.
- [23] 朱明海. 译创研究十年 (2011-2020 年) 回顾与展望 [J]. *广东开放大学学报*, 2021(6).