

# 论地名英译在非遗保护中的价值

——以祁门的英译为例

李琼, 郑安文

(安徽工业大学 外国语学院, 安徽 马鞍山 243002)

**摘要:**我国有关地名的英译多基于规定论视角有着固定要求,但特定的地名英译则更关注其在非遗保护中的价值。祁门的英译 keemun 由于受到祁门红茶的影响,其词条较早进入英语世界且认可度较高。非物质文化遗产的翻译应该重视读者对译文的接受度和认可度,翻译策略的使用要灵活不可拘泥于已有的规则。

**关键词:**翻译;非物质文化遗产;地名

**中图分类号:**H315.9

**文献标识码:**A

**文章编号:**1671-9247(2016)03-0043-02

## On Values of English Translation of Place Names in Protecting of Intangible Cultural Heritage

——An Exemplary Study of the English Translation of Keemun

LI Qiong, ZHENG An-wen

(School of Foreign Languages, Anhui University of Technology, Ma'anshan 243002, Anhui, China)

**Abstract:** In China, English translation of place names is mostly based on the perspective of fixed requirements, but some specific translations put more emphasis on its values in the protection of non-legacy. The English translation for Qimen is "Keemun", which was influenced by Keemun black tea, and it was the first to have entered English world with high approval. The translation of intangible cultural heritage should stress the reader's acceptance and approval of the text, and the use of strategy is supposed to be flexible instead of being restricted to the existing rules.

**Key words:** translation; intangible cultural heritage; place name

在通常意义上,地名的功能就是用来指称某个地区的名称。不过,对于那些历史悠久,文化资源丰富的地区,地名的功能却不限于此,其背后蕴藏了特殊的文化价值。地名英译不仅是地名翻译的一个组成部分,也是我们在外宣翻译中经常需要解决的问题。以往有关地名英译的研究,多是基于规定论的立场,以上级部门制定的地名翻译规则为标准,对已有的地名翻译做出评判并提出符合相关标准的翻译策略。<sup>[1-2]</sup>笔者尝试从描写论的角度出发,以“祁门”的英译为例,对现实中人们违背规则的译法做出解释,揭示了地名翻译在非遗保护中的价值。

### 一、地名英译的相关规则

我国地名英译在汉语拼音方案制定之前,主要遵循的是西方国家对我国地名一些约定俗成的译法,这些译法有的源自于国际新闻机构的有关中国的报道,有的源自西方学者的著作,其中使用最普遍的一种拼写法是英国汉学家 Thomas Francis Wade 于 1888 年所创制的拼写法,即所谓的“威妥玛拼写法”。这种状况一直延续到 1958 年我国政府颁布了《汉语拼音方案》才有所改变。《汉语拼音方案》不仅为汉字提供了最权威的注音方式,同时也为地名英译的统一创造了前提条件。自此之后,我国各级政府和相关部门陆续出台了一系列政策法规来规范地名的英译工作,与此同时相关国际组织也依据《汉语拼音方案》提出了一些中国地名的英译规则。这些国内国际的规则构成了一个中国地名英译的规则体系,也成为我们在各种场合进行地名英译时需要遵守的标准。这些规则主要包括:1976 年,中国文字改革委员会和中华人民共和国国家测绘总局制订的《中国地名汉语拼音字母拼写法》;

1978 年 9 月 26 日,国务院批转中国文字改革委员会与外交部、测绘总局、地名委员会共同制订的《关于改用汉语拼音方案拼写中国人名地名作为罗马字母拼写法的实施说明》;1979 年 6 月 15 日联合国秘书处发布《关于采用“汉语拼音”的通知》,自通知日起,联合国秘书处采用“汉语拼音”的新拼法作为在各种拉丁字母文字中转写中华人民共和国人名地名的标准;1981 年国际标准化组织文献工作技术委员会第 19 次会议又将《汉语拼音方案》作为拼写中国专有词语的标准;1984 年 12 月,中国地名委员会、中国文字改革委员会与国家测绘局又联合制定了《中国地名汉语拼音字母拼写规则(汉语部分)》;1988 年 7 月 1 日,国家教育委员会和国家语言文字工作委员会发布并实施《汉语拼音正词法基本规则》;1996 年 1 月 22 日,国家技术监督局批准,《汉语拼音正词法基本规则》作为“中华人民共和国国家标准”(GB/T16159—1996)正式发布,自 1996 年 7 月 1 日正式实施。

### 二、“祁门”的英译现状

必须承认,上述规则为我国地名的英译设置了较为统一的标准,对于规范地名英译工作发挥了不可替代的作用。与此同时,我们也应该看到,上述规则在地名的英译实践中并非总是被不折不扣地遵循,同一个地方使用两种英译地名的现象依然存在。以安徽省祁门县的地名英译为例,目前,祁门的英译有两种,一种是严格依据汉语拼音的翻译 Qimen,另一种则是沿用《汉语拼音方案》公布之前的威妥玛拼法,译作 Keemun。虽然,这两种译法都有人使用,但如果我们考察译文的使用场合就会发现一个有趣的现象,那就是 Qimen 是行政区划上,官方对于祁门的英译的正式说法,

收稿日期:2016-01-06

基金项目:安徽工业大学青年科研基金;皖南国际旅游区非物质文化遗产的跨文化翻译研究(QS201421);安徽省高校人文社会科学研究重点项目;皖南国际旅游区非物质文化遗产外宣翻译研究(SK2015A294)

作者简介:李琼(1983—),女,安徽滁州人,安徽工业大学外国语学院讲师,硕士。

带有很强的官方性。例如祁门县政府的官方网站的网址就是 <http://www.aqhqimen.gov.cn/>, 各政府机关在对外交往中, 多以 Qimen 来作为祁门的英译地名。而 Keemun 的使用场合则主要是在历史文化和商业贸易领域, 且常常与祁门特产——红茶密切相关。地名英译的目标读者是使用英语进行阅读的外国人, 从读者对英译的接受程度来看, Keemun 的影响力远远超过 Qimen, 如果我们分别用 Keemun 和 Qimen 做搜索词, 在微软的必应搜索中检索英文网站, 可以得到如下数目的搜索结果: Keemun (175,000 条), Qimen (36,200 条), 前者是后者的 4.8 倍, 换言之, Keemun 在英语世界中的认可度远高于 Qimen。这也可以解释在文化商贸领域, 人们为什么故意要违背地名英译的官方规定, 选用了祁门的旧的译法 Keemun。

### 三、描写论对“祁门”的英译现状的解释

地名是用来指称个别概念的, 在术语学理论中通常被称为“名称”或者“系列名称”。严格地讲, 名称与术语虽然都是用来描述概念的, 但二者之间存在着差别, 名称描述的是个别概念, 而术语则是用来描述一般概念的。因此, 我们可以认为, 术语的主要功能是概念功能, 而名称则更具称名的性质, 称名功能系其主要功能。<sup>[3]</sup><sup>42</sup> 然而, 名称与术语之间的联系也是显而易见的, 名称具有一系列与术语相同的属性, 包括: 属于某一专业知识领域, 不依赖于上下文, 属于中立词汇层, 出现具有目的性, 在言语中的稳定性与再现性等。<sup>[3]</sup><sup>45</sup> 有鉴于此, 术语学的相关理论同样适用于名称的研究。术语学的主导理论通常区分为“规定论”与“描写论”。“规定论”对术语及其标准化, 有各种可以说是硬性的要求。“描写论”则不然, 它更关注术语的实际使用情况, 注重分析造成这种状况特别是违反规定的使用状况的深层原因, 尤其是其中合理的理由。<sup>[4]</sup> 倘若我们将这个理论引入到地名英译的研究之中, 就不难发现, 多数情况下, 人们在地名英译中是愿意遵守规则的, 即符合“规定论”的要求。但在特定场合下, 规则被违反也是不可否认的事实。是什么原因导致了这种违反呢? 我们需要从地名所具有的独特文化功能来探究原因。

#### (一) 祁门红茶与 Keemun 的对外传播

安徽省皖南地区是我国重要的茶叶产区, 素以“祁红屯绿”闻名于世。“祁红”指的就是祁门地区生产的红茶。祁门产茶可远溯至唐代, 那时休宁、祁门、歙县所产茶叶皆以浮梁为集散地, 诗人白居易曾写过这样的诗句:“商人重利亲别离, 前月浮梁买茶去”, 敦煌文献《茶酒论》中也有“浮梁歙州, 万国来求”的记载, 可见当时的茶叶生产与贸易的规模可谓盛况空前。

祁门地区的红茶生产始于近代。1875 年前后, 祁门人胡元龙请宁州师傅舒基立按照宁红经验试制红茶, 经过不断改进, 终于在光绪 8 年研制出色、香、味、形俱佳的红茶, 胡因此被称为红茶鼻祖, 祁门红茶也日渐被人们喜爱, 常常被冠以“宝光”、“祁门香”、“王子香”等美誉。客观地说, 红茶的制茶技术并非发端于祁门, 但历代祁门的制茶工匠却以自己的努力和智慧, 结合祁门本地独特的自然地理条件, 开发出了独具特色的红茶制茶技艺, 并世代相传, 成为了一项弥足珍贵的非物质文化遗产。1915 年巴拿马国际博览会上, 祁门红茶更是荣获金奖, 从此蜚声海外。作为原产地的祁门的英译名词 Keemun 也不断出现在国际媒体上, 美国韦氏大辞典将祁门红茶作为独立词条予以收录, 上面指明的原产地为祁门(Keemun), Keemun 一词正式进入了英语世界。

#### (二) Keemun 在非遗保护中的特殊价值

##### 1. 如何理解非遗中的保护。非物质文化遗产又称

无形文化遗产, 是指人类在历史上创造, 并以活态形式传承至今的, 具有重要历史价值、艺术价值、文化价值、科学价值与社会价值, 足以代表一方文化, 并为当地社会认可的, 具有普世价值的知识类、技术类与技能类传统文化事项。<sup>[5]</sup> 非物质文化遗产的无形性特点决定了“保护”一语在非遗的语境中具有有别于有形文化遗产的概念内涵。《保护非物质文化遗产公约》专门对于非遗的保护做了如下定义:“保护”指确保非物质文化遗产生命力的各种措施, 包括这种遗产各个方面的确认、立档、研究、保存、保护、宣传、弘扬、传承(特别是通过正规和非正规教育)和振兴。(“Safeguarding” means measures aimed at ensuring the viability of the intangible cultural heritage, including the identification, documentation, research, preservation, protection, promotion, enhancement, transmission, particularly through formal and nonformal education, as well as the revitalization of the various aspects of such heritage.) 从《公约》有关“保护”的定义分析, 显然, 非遗的外宣翻译也是属于保护的措施之一, 可以归为宣传(promotion)和弘扬(enhancement)。故此, 非遗外宣翻译的质量将在一定程度上影响到非遗保护的成效。

2. 祁门英译 Keemun 的晕轮效应。祁门的英译 Keemun 之所以在英语世界有着很高的认可度, 与祁门红茶在西方上流社会被接受和认可存在着密切的联系。我们可以用“晕轮效应”来解释这种联系。晕轮效应又称为光环效应。该理论认为, 当消费者对一个国家的产品的不熟悉或知之甚少时, 原产地作为一个总括性的指数或是外在线索, 能减少消费者做出决策所需要的信息处理量并降低认知难度。<sup>[6]</sup> 我们知道作为英语文化诞生地的英国是世界上饮红茶最多的国家之一, 而饮下午茶更是一种高雅的社交活动。英国王室与贵族尤其偏爱产自于安徽祁门的红茶, 人们在谈论红茶时不断用 Keemun 来指称这种优质茶叶的产地, 自然而然, 人们对于 Keemun blacktea 的喜爱也会渐渐已转到对于 Keemun 这个词语的喜爱, 从而提升了 Keemun 在世界中的认可度和接受度。在一个不熟悉汉语的语言社区, 一个已经被广泛认可和接受的词语 Keemun, 相较于一个陌生的汉语拼音 Qimen 来讲, 其传播的有效性是不言而喻的。基于此我们就不难理解为什么在经贸领域, 人们更愿意将祁门译为 Keemun 而非 Qimen。

### 四、结语

从祁门英译的例子中, 我们发现, 地名外宣翻译事实上构成了非物质文化遗产保护的一个重要环节。因为对外宣传和弘扬本地区的非物质文化遗产, 对于本地区非遗的申报工作至关重要。我们在地名外宣翻译时, 不可僵化地使用翻译规则和策略, 要充分考虑译文读者对于非遗翻译的认可度和接受度, 从信息接受者的角度灵活运用翻译策略, 以求得最佳的翻译效果。

#### 参考文献:

- [1]葛校琴, 季正明. 地名英译何去何从[J]. 上海翻译, 2006(3): 57-59.
- [2]屈文生, 李润. 近代以来外国地名译名的规范化[J]. 出版发行研究, 2013(2): 93-95.
- [3]格里尼奥夫. 术语学[M]. 北京: 商务印书馆, 2011.
- [4]孙寰. 术语的功能与术语在使用中的变异性[M]. 北京: 商务印书馆, 2011: 2.
- [5]苑利, 顾军. 非物质文化遗产学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2009: 12.
- [6]袁胜军, 符国群. 原产地形象对中国品牌国际化的启示[J]. 软科学, 2012(2): 41-45.

(责任编辑 文双全)