

中图分类号: G122 H315.9 文献标识码: A 文章编号: 1009-4997(2008)01-0120-04

龙的重新翻译与跨文化传播研究

黄 佶

(华东师范大学 传播学院, 上海 200062)

【摘要】文章从传播学理论、翻译经济学和保护民族文化等角度对龙的重新翻译问题进行了分析研究。把本国独有的事物翻译成外语时,第一应该考虑跨文化传播的准确性,避免误读,必要时应该建立新的传播符号及对应的知识系统;第二应该考虑语言的“性价比”,常用词汇应避免使用解释性的意译词组;第三应该保持本民族的文化特色,选用“陌生而怪异”的译法。

【关键词】龙; loong 跨文化传播; 翻译经济学; 保护民族文化

跨文化传播有利于世界各国人民相互理解、共同进步,有利于人类社会的和谐发展。文化影响力也是一个国家软实力的重要组成部分。随着中国经济的迅速发展和北京奥运会的临近,中国文化越来越受到其他国家人民的关注。龙是中国文化的重要组成部分,是中国的象征。在北京奥运会吉祥物的评选活动中,龙的呼声最高,但在最后落选了。奥运会组织委员会的解释是:龙在世界各地有着不同的理解,因此不宜作为奥运会的吉祥物^[1]。这是因为龙在英语中被翻译为 dragon,而 dragon 在英语中的意思是“恶魔”。2006年12月,上海一新闻媒介以“中国形象标志可能不再是‘龙’”为题,报道有学者在研究“重新建构中国国家形象品牌”,其理由也是因为龙被翻译为 dragon^[2]。这一设想遭到了广泛的反对,因翻译不妥就要抛弃龙的做法,受到了广泛的批评。因此,一些学者此前有关重新翻译龙的提议受到了普遍关注^[3 4 5]。2007年11月《首届中华龙文化兰州论坛宣言》发布,指出龙与 dragon 完全不同,提出应将龙英译为 loong 以示区别。^[6]

Dragon除了在词典上和基督教文化中具有负面意义之外,西方新闻媒介还用 dragon 象征恐怖主义、德国法西斯、日本军国主义、黑社会势力、财政赤字、政治麻烦和火灾等;在西方电影里,dragon 被描述为未来世界的毁灭者;在电子游戏里,dragon 也是恶魔。Dragon 的形象十分丑陋,体态庞大,面目可憎,在大多数场合象征着恶魔;而龙的形象主要是飘逸超脱的,在大多数场合象征着力量、吉祥与和谐。中国文学作品翻译成英语时,其中的龙翻译为 dragon,破坏了原作的意境,使西方读者产生误解,影响了中国文化的传播。

因此,改正错误的翻译,重新翻译龙,是理所当然的事情。但中国不少学者对此提出了反对意见。分析这些反对意见,可以使我们对跨文化

传播有更深入的理解。本文将从传播学理论、翻译经济学和保护民族文化特色等角度对龙的重新翻译问题进行分析研究。

一、“知识系统”:影响跨文化传播准确性的重要因素

信息传播过程是一个符号的传播过程。信息的发送者和接受者对同一个符号的理解是相同的,信息才能顺利传播;否则就会出现“鸡同鸭讲”、“对牛弹琴”的现象。

文字也是一种信息传播符号,掌握同一种语言并了解该种语言背后文化的人,对同一个文字的理解基本上是相同的。这种理解实际上是一组有关这个文字的知识。以下为了表述方便,笔者称这组知识为“知识系统”。

(一)信息的顺利传播需要发送者和接受者具有相同的“知识系统”

学习过汉语并对中国文化比较熟悉的人对汉字“龙”已经建立起了一套知识系统:龙是一种身体很长、头部有多种独特特征的虚构生物;在中国封建社会里代表皇帝;民间在庆祝节日时会举行舞龙活动;一些地区在端午节会举行划龙舟活动;“望子成龙”、“乘龙快婿”等成语反映了“龙”有很多正面含义;一些神话传说中则有对龙的负面描述;等等。

在传递“龙”这个概念时,人们不可能罗哩罗嗦地把那么多文字都说一遍,而是用汉字“龙”这个符号代表众多信息。信息接受者看到汉字“龙”之后,立即调动有关知识系统,对这个符号进行诠释。由于信息接受者对“龙”字具有相同的知识系统,因而能够正确了解信息发送者的意图,传播过程得以顺利完成。

(二)跨文化传播中的信息发送方和接受方的知识系统可能是截然不同的

在很多情况下,信息传播者和信息接受者的知识体系是不同的,这会导致信息传播的失误,

①收稿日期:2007-12-15

作者简介:黄佶(1958-),男,工学博士,华东师范大学传播学院副教授,研究方向:文化传播与广告学。

信息接受者从符号中读取的实际信息和发送者所希望发送的信息之间存在差异。在进行跨文化传播时，这一现象尤其常见。

一些学者反对重新翻译龙，原因之一是他们没有认识到，他们对单词“dragon”这个符号的知识体系是和外国人完全不同的。绝大多数中国人对一个英文单词的理解，主要来自“英汉词典”这样的工具书（英语教材也以各类英汉词典为准）。英汉词典里把dragon翻译成汉字“龙”，于是他们把关于“龙”的知识系统嫁接在英语单词dragon身上，一旦看到dragon这个符号，大脑就启动有关“龙”的知识系统，进而产生一系列正面含义为主的联想。

但是以英语为母语的西方人关于dragon的知识系统却和中国人关于“龙”的知识系统截然不同：dragon是蜥蜴状的庞大怪兽，长着巨大的蝙蝠翅膀，喜欢喷火烧毁城市，吃人和其它动物；西方神话和基督教教徒把dragon描绘为恶魔；古代神话中的武士以杀死dragon为最高英雄业绩；但有一些地区的人们把dragon尊为守护神；等等。西方人看见“dragon”这个符号，产生的是一系列负面意义为主的联想。

因此，中国人用dragon这个单词作为符号，向西方人传递有关“龙”的信息时，西方人头脑中浮现出的景象，和中国人的本来意图是截然不同的。因此，我们中国人在进行跨文化传播时，只看“英汉词典”和“汉英词典”是绝对不够的，还必须看这个单词在英语国家实际生活中的使用情况，即了解英语国家的人自己对这个英文单词的理解，了解西方人关于这个单词真实的知识系统。龙的翻译问题就是这样——一个典型。

（三）一个符号对应多个有差异的知识系统时，应该另外新建符号

假设意大利馅饼pizza最初进入中国时，被错误的音译为“砒霜”（假设翻译者认为洋快餐都是垃圾食品）。如果有懂中文的意大利学者提出应该重新翻译，我们每个中国人都会觉得这个建议非常正确。因为我们作为中国人非常了解“砒霜”这个符号的内涵是“毒药”，而pizza是食品，和砒霜根本不是同类事物，应该有不同的符号，以便清晰地加以区别。汉语词组“砒霜”作为一个符号，本来对应的知识系统是“巨毒毒药”，用它来翻译pizza使它同时对另一个含义有巨大差异的知识系统——“美味食品”，这显然是不合适的，会造成信息传播的混乱。因此为pizza建立一个新的符号（例如“比萨”），是理所当然的。

把“龙”翻译为dragon，是让dragon这个符号同时对应“西方恶魔”和“东方瑞兽”这两个截然不同的知识系统，这也是不合适的。因此，在英语里为龙建立一个新的符号（例如loong），也是理所当然的。

实际上，即使差异不大的事物，人们也愿意

建立不同的符号来一一对应。例如“武术”、“拳击”、“柔道”、“跆拳道”、“泰拳”等都是徒手技击术，既可以进行非杀伤性的比赛，也可以用于实际的攻击和防卫，但中国人没有统一使用“武术”来称呼它们，而是分别创建了不同的词组与其一一对应。大众也一一建立相应的知识系统。虽然看上去这样比较烦琐，但能够保证传播的精确性。考虑到人脑的容量几乎是无限的，所以建立新的符号和对应的知识系统，在“硬件”（大脑容量）方面是没有问题的。

人们会根据自己的需要，学习或拒绝新的符号和知识系统，或忘记旧的符号和知识系统。那些对技击术没有兴趣的人会用一个统一的符号来对应世界上所有的技击活动：“打架”。

显然，只有在信息发送者和接受者对符号都建立了正确的知识系统之后，传播才能够顺利进行。一个反对重新翻译龙的人在给笔者的来信中说：“正常的人永远不会把pizza翻译成砒霜”。的确如此。这里所谓“正常的人”显然是指对“pizza”和“砒霜”这两个符号都建立了正确的知识系统的人。

同样道理，对“龙”和dragon都建立了正确知识系统的人——即“正常的人”，也不应该把“龙”翻译为dragon。我们知道，每个中国父母都“望子成龙”，即希望自己的孩子成为社会栋梁；但西方的家长在鼓励孩子克服困难时却说：“Every one has a dragon to slay”（“每个人都有一头dragon等着他去杀死”。意思是你将来会遇到更大的挑战，眼前这点困难根本不算什么）。龙和dragon在两种文化中有如此天壤之别，直接互译显然是非常不正常的。

（四）改变旧知识系统不如建立新知识系统

有一些学者在主张继续把龙翻译为dragon的同时，提出应该大力宣传中国文化，使西方人改变自己对于dragon的理解，把dragon理解成一种象征吉祥和力量的瑞兽。

这实际上是要改变以英语为母语的西方人关于dragon这个符号的整个知识系统。即使这不是一个不可能做到的事情，也是一件非常困难的事情。一个民族对一个符号的有关知识是经过漫长的历史逐渐形成并代代相传的，不是轻易就能够改变的。与其花费巨大的力气，先消除旧的dragon知识系统，再建立新的dragon知识系统，不如直接建立一个新的、关于loong的知识系统。

资料表明，早在大约一百六十年前，就有西方人把中国的龙音译为loong^[7]；20世纪40年代，中国生产的一种“龙凤香烟”的英语名称是“Loong Voong Cigarettes”^[8]；很多海外华人把自己姓名中的“龙”字音译为loong（如武术家李小龙：Lee Siu Loong，新加坡总理李显龙：Lee Hsien Loong等等）；一些外国网站也把中国人舞龙用的龙灯称为“loong”^[9]。这都说明，loong作为代表“龙”的符号早就存在了，现在只需要赋

予它正式代表龙的地位，并开展必要的传播工作，使西方人在接触中国文化的同时建立起有关“loong”的知识系统就可以了。

实践表明，一旦获悉有关 loong 的知识，这个知识系统很快就能建立起来，并投入实际应用。一些外国读者在给笔者的第一次来信中就开始用 loong 作为“龙”的符号^[10]。一位采写英语新闻的记者在报道 2006 年底中国关于龙的大讨论时，直接把 loong 用在标题里：“To Slay the Dragon But Not for Loong”（杀死 dragon 但别杀龙）^[11]。

在帮助外国人建立关于 loong（龙）的知识系统的同时，我们也应该帮助中国人建立关于 dragon 的新知识系统（恶魔，喷火巨兽……），并确定一个对应 dragon 的汉字符号，例如“獬豸”^[12]。

为一个事物重新建立符号和对应的知识系统并非不可思议的事情。新中国在建立了独立的工业体系之后，很多商品不再进口，“洋火”、“洋钉”、“洋灰”等分别改为“火柴”、“钉子”（或铁钉）、“水泥”。人们并没有抱着旧的符号体系不放，更没有人主张重新理解汉字“洋”，将其含义从“外国的（东西）”改造为“中国的（东西）”，因为这种主张是很荒谬的。显然，建议改造外国人对 dragon 的认识也是很荒谬的，是反客为主，是对他民族文化和语言的不尊重。

（五）建立新符号及其对应的知识系统是很平常的事情

在跨文化传播活动中，一个常见现象是：源文化中的某个概念或事物，在目标文化中没有完全相同的对应物。龙就是这样一个事物。其它例子还有豆腐、饺子、武术、风水、道等等。外国事物在中国也会遇到这样的情况，例如 pizza, jeep, laser, radar, cola, coffee, chocolate 等等。

遇到这种情况时，不能简单地在目标文化的语言中寻找一个现成词汇来翻译外来新事物，因为每个词汇都有其原来对应的知识系统。一个词汇一旦用来翻译新事物，原来的知识系统就会和新事物挂钩。如果旧知识系统和新事物的实际内涵存在差异，就会导致跨文化传播出现差错。把 pizza 音译成“砒霜”虽然是个荒诞的假设，但很说明问题。

因此，遇到这种情况时，必须在目标语言中创造一个新单词或新词组。例如，pizza 进入中国后出现新词“比萨”与之对应。中国的孩子们看一眼比萨，再尝一口，就能够立即建立起对应“比萨”这个符号的基本知识系统。

人类文化非常丰富，各国各民族的文化各有千秋，新的事物也不断涌现，并不断向世界各国扩散，因此在语言中创造新词是很频繁也很平常的事情，过去、现在和将来都是如此，不必把新词 loong 的出现看成什么大不了的事情。

建立新的知识系统很简单，但创建合适的新

符号需要费一番脑筋。创造新词时可以音译，也可以意译，例如也可以把 pizza 翻译为“意大利馅饼”。那么具体采用哪种方法呢？这可以通过“翻译经济学”的分析来寻找其中的规律。

二、翻译经济学：语言的翻译也讲究“性价比”

大自然有一条基本规律：以尽可能少的能量做一件事情。人类同样如此，做一件事情时，尽量寻找花费力气最少、成本代价最低的方法。文字的翻译过程也是这样。翻译经济学是语言经济学的一个分支。语言经济学研究语言演化过程中的经济学因素、语言在社会中的经济价值等等。翻译经济学的基本原则来自对客观事实的归纳，也必须接受客观事实的验证。如果发现现有原则无法解释的现象，现有原则应该进行修正，或者补充新原则。

（一）翻译经济学的“字数最少化”原则

原中央对外宣传办公室主任赵启正在自己一篇博客文章中介绍了他和几位外国友人关于京剧的讨论，文章说：“一位对中国文化有研究的法国人说，京剧英译为‘北京歌剧’（Peking Opera），使外国人误认为是北京（演出）的《茶花女》《卡门》那类的歌剧，就不一定会以强烈的好奇心去观赏了。而以京剧和西方歌剧特色差异之大，绝不可在概念上有所混淆。大家讨论的结果是，既然京剧是中国的艺术瑰宝，就应当用京剧的音译‘Jingju’，正像日本的‘歌舞伎’，按日语发音译为‘Kabuki’一样。”^[13]

有人对此提出了不同意见，他举例说：“‘Opera’以前中国并没有，把它翻译成‘歌’+‘剧’，而不是音译为‘奥佩拉’”^[14]。

Opera 之所以被意译为“歌剧”而不是音译为“奥佩拉”，其背后是翻译经济学的“字数最少化”原则在起作用。

Opera 进入中国后，自然要为它在中文里建立一个传播符号及对应的知识系统。不论使用什么符号，建立知识系统都是一样的。那么在各种可能的符号中选择哪个呢？不妨假设当初存在两种方案：“歌剧”和“奥佩拉”。

“歌剧”只有两个汉字，而且表述了 opera 的基本特征：引亢高歌之戏剧。而“奥佩拉”有三个汉字，又没有直观的意义，即使当时存在这种翻译方法，最后也会被逐渐淘汰。

“水门汀”就是这样的实例。它是 cement 的音译，流行了很长时间，至今仍然在沪语中有所耳闻，但绝大多数人已经选择了更简洁的意译法：“水泥”。

相反，如果音译比较简洁，人们最终则会选择音译，例如“雷达”（radar 意译是“无线电定向和测距技术”），“咖啡”（coffee 意译的话多半不止两个汉字），“幽默”（humour 至今还没有人能够对 humour 做一个明确的中文定义，更不用说进行意译了）等等。

Beijing Opera有五个音节，而 Jingju只有两个音节，所以音译比较经济。因此，不能根据 opera没有音译，就反对把京剧音译成 jingju。这是一个和文化没有关系，只和语言的经济性有关的事情。

同样道理，即使为了减少书写和说话时的麻烦，龙也应该翻译成 bong 而不是 dragon 或 Chinese Dragon。因为 Loong 只有五个字母、一个音节；而 dragon 有六个字母、两个音节，Chinese Dragon 则有十三个字母、五个音节。

(二) 翻译经济学的“效用最大化”原则

在音译和意译字数一样时，如何选取？这时要看其“效用”——哪种方案能够更好地传达事物的内涵，易于人们理解。

Laser 最初音译为“莱塞”，后来出现了意译“激光”。两种翻译法都用了两个汉字，但“激光”表现了 laser 的“受激辐射发光”这一性质，于是被广泛使用。

在台湾地区流行的“雷射”翻译法被引进到大陆地区后，在娱乐和民用领域得到了迅速的普及。笔者分析其原因是：在娱乐场所或使用民用激光音乐器材的人并不在乎激光的科学原理，而夜总会里震耳欲聋的音响，不断扫过黑暗空间的激光光束，和“雷射”这两个字本身的意义很贴切，于是得到选用。结果是：科学家仍然使用“激光”，而夜总会选择使用“雷射”。

有很多西方人有意把 long long ago 写成 loong loong aga，说明 bong 能够引发对“bng”（长）的联想，而身体很长也是龙的基本特征。汉字是象形文字。一些学者认为英语也可能是象形文字，例如“床”bed，“眼睛”eye，“看”see 和 bok（字母 e 和 o 可能代表眼睛），等等。如果的确存在这一规律，那么把“龙”翻译成 bong 也会使西方人在看到 loong 时对“龙”有直观的感受（两个 o 字母是龙的眼睛）。这些都是把龙翻译成 loong 所得到的附加效用。

(三) 翻译经济学的“总成本最低”原则

不论是意译还是音译，人们在遇到新的传播符号时，都需要学习一番，即建立对应这个符号的“知识系统”，然后才能够理解别人传播过来的这个符号，或用这个符号承载信息传播给别人。遇到尚未建立该知识系统的人，还需要帮助他建立这个知识系统。

例如“丁克”，其对应的知识系统是：这是英文 DINK（“Double Income, No Kids”的缩写）的音译，意思是“夫妻双方有收入却不愿意生孩子”。

建立知识系统是需要耗费一定精力的，因此，一种翻译方案的总成本由两部分组成，即：总成本 = 学习成本 + 使用成本。

如果是一个常用词，学习成本可以分摊在大量的使用次数上，可以忽略。一个翻译方案的主要成本就是它的使用成本，即：总成本 = 学习成本 / 使用次数 + 使用成本 ≈ 使用成本。因此，常用

词的翻译往往优先遵循“字数最少化”原则。

如果是一个非常用词，学习成本只能分摊在很少的使用次数上，不能忽略，因此倾向于能够降低学习成本的解释性意译，即使字数比较多。

例如 gaspereau 被意译成“鲛状锯腹鲱”。如果音译的话最多四个汉字：盖斯泊鲁，甚至还可以简化为“盖鱼”，但必须花费力气建立其知识系统。由于使用频率极低，这样不合算，于是选择字数较多的解释性意译。

龙被翻译成 loong 后，外国人虽然需要学习一次，建立对应 bong 的知识系统，但以后每次在谈论龙的时候，可以少说很多音节、少写很多字母，因此 bong 的总使用成本比 dragon 和 Chinese Dragon 这两种译法都要低。概括的说就是：学习“loong”麻烦一次，说“Chinese Dragon”麻烦终生。

(四) 翻译经济学的“文化和美学价值最大化”原则

商品有使用价值和交换价值，语言除了有传播信息的实用价值，还应该文化和美学方面的欣赏价值。不同的翻译方案，如果其它方面情况相近，那么最后胜出的往往是文化和美学价值最高的方案。例如：Coca Cola 曾经被翻译为“蝌蚪啃蜡”，毫无美感，很快被兼具中国特色和语言韵律感、含义恰到好处的“可口可乐”所取代；Benz 最初被译为“本茨”，后来在中国香港被翻译为“平治”（应该是取自成语“平治天下”），虽豪迈大气，但仍不如中国内地的翻译“奔驰”更能够体现汽车的特性。

(五) 语言翻译也存在“沉没成本”和“沉没成本误区”

沉没成本是经济学中的一个概念，指的是经济活动中已经发生，无法收回的支出。“沉没成本误区”指的是人们往往明知一个项目存在问题，但考虑到过去的大量投入，因而依依不舍，继续硬撑下去，直到实在撑不下去了，才被迫终止，结果造成更大的损失。

在语言翻译中也有类似的情况，大家都觉得一种翻译方案并不理想，但因为这种译法已经被长期使用，于是勉强继续使用，忍受各种负面效应。很多反对重新翻译龙的人，其理由就是“dragon 虽然有很多问题，但已经用了很久了。”

实际上，正确的做法是壮士断腕，长痛不如短痛。北京奥运会吉祥物福娃最初译为 Friendlies，后来觉得不好，就立即改为拼音 Fúwá 了。

(六) 语言翻译中也存在“无形资产”

一种译法被人们用惯了，也会形成惯性，形成某种无形资产，例如很多人都已经知道和熟悉了这种译法等等。因此，一种译法即使存在问题，如果不是特别严重，人们总是倾向于保持习惯的译法。但如果新译法能够克服旧译法的问题，带来的额外益处远远大于旧译法的无形资产，人们也会选择新译法的。非洲国家 Mozambique 长期被

翻译为“莫三鼻给”，很不严肃，现在已经改译为“莫桑比克”了。

把“龙”改译为 loong 不仅减少了字数和音节，降低了传播成本，还能够提高跨文化传播的准确性，彻底解决 dragon 引发的误解问题，降低对外宣传工作的难度，有利于中国塑造积极正面的国家形象，其好处远远大于失去的无形资产，因此我们应该停止龙的旧译法 dragon，积极推广新译法 loong。

三、保护民族文化特色，是翻译的重要任务之一

文化是人类区别于动物的地方，文化是把一群人凝聚成一个民族的核心力量。因此，虽然全球经济一体化、政治合作化的趋势越来越明确，但是世界各国保护本民族文化的工作却在不断加强。中国是一个大国，是任何人无法忽视的庞大力量，很多恐惧这一力量的人都在希望中国分裂。中国文化是中华民族的粘合剂，是我们绝不能丢失的一块阵地。

把本国独有的事物翻译成外语时，第一要考虑跨文化传播的准确性，避免误读；第二要考虑“性价比”；第三就是要考虑保持本民族的文化特色。

外国学者对此早有精辟的阐述。北美翻译学领域中最具有影响力的学者劳伦斯·韦努蒂 (Lawrence Venuti) 在《翻译再思》一书里说：“翻译是今日有战略作用的文化活动”，从弱势文化翻译到像英语文化这样的强势文化中去的时候，要采取“异化”的“抗拒性翻译策略，制作既陌生又怪异的译文，有助于保存外语文本的语言和文化差异”。^[15]

很多人批评 loong 不符合英语的发音规则，但根据韦努蒂的观点，“怪异”的译文恰恰有助于保存原语言和文化的特色。实际上西方人并不反对“怪异”的外来语，qi gong (气功) 和 jiao zi (饺子) 等更怪异的单词都被他们接受了。日本人则在英语里创造了更多、更不象英语的新词汇。

实际上，强势文化翻译到其它文化中去时，也是以“怪异”来体现异域特色的。“伊丽莎白”这种怪异的译法能够表现异国风情，而“毅力煞白”就毫无特色了。如果巧克力当初被译成“黑香糖”，可能就不会成为浪漫和爱情的象征物了。意大利历史名城佛罗伦萨的中文译名不使用徐志摩的“翡冷翠”，原因可能是：虽然很美，但没有异国特色，也不陌生，没有神秘感：一块冰冷的翡翠而已。我们中国人早就对无数怪异的外来语“见怪不怪”了，例如“菩萨”、“和尚”、“引擎”、“巴士”、“咖啡”、“芝士”等等。既然如此，为什么要对还不算特别“陌生”和“怪异”的 loong 那么苛刻呢？

四、结语

纵观两年多来围绕着 bong 的种种争论，笔者觉得存在争议的重要原因之一是很多中国学者

实行双重标准，同样的事情，外国人做没有意见，但中国人做就不行了。

中国民族传统文化的丰富程度是超乎想象的。笔者参加过一个抢救性记录上海民间艺术的记录片摄制项目，仅上海郊县就有数百项独特的民间传统艺术正在濒临灭绝，整个中国的数量就非常庞大了。但以目前每年仅数个项目的速度申请联合国非物质文化遗产名录的保护，是远远不够的。

笔者在深入民间的摄制记录过程中发现，中国民间艺术具有独特的美，并不“土”，非常值得保护和开发。笔者在此向中国政府呼吁，迅速开展中国民间传统艺术的登记工作，简化程序，宁滥勿缺；呼吁政府出资发动高等院校师生利用现代影视技术，进行抢救性的记录，不仅记录民间艺术的外部形态，也详细记录其工艺手法；呼吁新闻媒介向社会广泛宣传中国传统艺术的华美和实用，形成市场需求；呼吁政府以经济优惠手段鼓励企业开发民间艺术产品，使其走向市场，重获真正的生命力。

参考文献：

- [1] 汪涌，高鹏. 热门方案为何落选北京奥运会吉祥物 [EB/OL]. 新华网北京. 2005-11-11.
- [2] 缪迅，宋杰. 中国形象标志可能不再是“龙” [N]. 新闻晨报. 2006-12-4.
- [3] 蒙天祥. 为“龙”正视听是我们的责任 [J]. 广西文献. 2004-1-10.
- [4] 黄洁. “龙”的英文应该翻译成 Loong [EB/OL]. <http://www.bong.cn/loong1.htm>. 2006-2-15.
- [5] 庞进. 呼吁：中国龙凤不是外国龙凤，应译为 LoongFeng <http://cul.sina.com.cn/t/2006-03-15/1049155356.html> 2006-3-15.
- [6] [12] 《兰州宣言》呼吁为中华龙改英文名，译为 loong [EB/OL]. <http://news.sohu.com/20071120/n253350753.shtml> 2007-11-20.
- [7] 单词 Loong 的历史至少始于一百六十年前 [EB/OL]. <http://www.loong.cn/160.htm>. 2007-1-5.
- [8] <http://www.ndcnc.gov.cn/data1b/2002/Smok&M ark/DL/DL-164310>.
- [9] <http://203.219.57.198/dragons.html>.
- [10] 外国读者来信谈龙和 dragon [EB/OL]. http://www.loong.cn/foreign_letters_061215.htm.
- [11] <http://www.china.org.cn/english/culture/192617.htm>.
- [13] 赵启正. 京剧不是“北京歌剧” [EB/OL]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_4dfcaeb01000a3h.html 2007-8-28.
- [14] 李清. 有必要将京剧改译成“jingju”吗 [EB/OL]. <http://culture.people.com.cn/GB/46104/46105/6705365.html> 2007-12-27.
- [15] 转引覃江华. 后殖民主义视野下的跨文化传播与翻译 [EB/OL]. <http://myqin2008.blog.163.com/blog/static/406687372007102085322898>.

(责任编辑 康宁)