

“十五”国家重点图书



翻译理论与实务丛书
罗进德 主编
TRANSLATION THEORY
AND PRACTICE SERIES

跨文化旅游翻译

Translation in Intercultural Tourism

金惠康 著

全面参与全球语境下的翻译转向
跨文化旅游带来新视角、新观念

中国对外翻译出版公司

跨文化旅游翻译

Translation in Intercultural Tourism

金惠康 著

中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

跨文化旅游翻译/金惠康著.——北京:中国对外翻译出版公司,
2005

(翻译理论与实务丛书)

ISBN 7-5001-1440-0

I. 跨... II. 金... III. 旅游—英语—翻译 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 122107 号

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区车公庄大街甲 4 号(物华大厦六层)

电 话/(010)68002481 68002482

邮 编/100044

传 真/(010)68002480

电子邮件/ctpc@public.bta.net.cn

网 址/www.ctpc.com.cn

责任编辑/章婉凝

责任校对/立 序

封面设计/李 雷

印 刷/北京奥鑫印刷厂印刷

经 销/新华书店北京发行所

规 格/850×1168 毫米 1/32

印 张/12.75

版 次/2006 年 1 月第一版

印 次/2006 年 1 月第一次

印 数/1-3 000

ISBN 7-5001-1440-0/H·449 定价:23.00 元



版权所有 侵权必究

中国对外翻译出版公司

为中国第四次翻译高潮贡献精品

翻译理论与实务丛书 总序

中国历史上第四次翻译高潮正在神州大地蓬勃推进,方兴未艾,景况壮观。

中国历史上出现过三次翻译高潮:东汉至唐宋的佛经翻译、明末清初的科技翻译和鸦片战争至“五四”的西学翻译。而目前这一次的翻译高潮,无论在规模上、范围上,还是在质量水平和对中国社会发展的贡献上,都是前三次翻译高潮无法比拟的。

这一次翻译高潮的出现,首先是全球信息时代降临的结果。信息爆炸、知识爆炸,同时也就是翻译爆炸。在今日“地球村”,离开翻译谈论知识信息,是不可思议的。同时,这次翻译高潮的出现又是以中国推行改革开放新政,走上社会主义市场经济的现代化强国之路为契机的。历史潮流滚滚向前。在人类高奏和平发展的大乐章中,翻译无疑是其中不可或缺的旋律。在中华民族复兴的大进军里,翻译必然是一支活跃的先头部队。

翻译,无论是作为文化现象、思想运动,还是作为一项职业、一种知识技能,总与所处的时代背景密不可分。翻译的观念、方

法、样式、标准、风格,无不与时俱进。观察一下世界范围和中国国内的翻译实践活动和理论研究,不难得出结论:翻译确实是人类精神文明中最富活力、最敏锐的领域之一。信息时代和市场经济,决定了目前这次翻译高潮最突出的特点。较之前三次翻译高潮,这一次的翻译高潮信息量更庞大,涵盖面更广泛,题材体裁更丰富多样,方式更灵活便捷,技术装备更先进,从业人员更众多,受益者更普遍,理论研究更活跃,人才培养更具规模。如果从经济学观点看,翻译作为信息产业之一支,现在所产生的经济效益也是历史上空前的。如果说前三次翻译高潮,都是外文译入中文为主,那么这一次翻译高潮则正在改变中国在翻译上的“入超”地位,对外介绍中国和外部了解中国的迫切需要,对中译外提出了更高的要求。

在新世纪的门槛上,我们欣喜地看到,翻译作为一门社会迫切需要、大有用处的知识技能,翻译学作为一门内涵深广的人文学科,在最近二十年的新时期有了长足发展。学翻译、教翻译、研究翻译、评论翻译和从事翻译职业的实践,已经成为与对外开放同步前行的社会文化热点之一,持续升温。翻译教学和译学理论研究,其规模之大、阵容之强、水平之高、成果之丰都是前所未有的,正引起国际翻译学术界的瞩目。中国作者的名字和作品在国际权威译学刊物上频频出现,正从一个侧面反映着我们的成就。翻译教学已经从语法为纲的语法复制型翻译模式中解放出来,已经分清了教学翻译和翻译教学这两个本不应混淆却曾长期混淆的基本概念,大学翻译课不再是外语教学的手段,而是在双语知识基础上培养口笔翻译技能的高级课程。翻译理论研究继文艺学、语言学之后,又有了美学、语篇分析、社会符号学、语言文化比较研究等从多角度研究翻译的方法或理论工具,为确立翻译学作为一门以翻译为研究对象的,开放的,跨学科的人文科学的地位奠定基础。有关翻译的知识大大地丰富和深化,使越来越多的人认识到:翻译及其

理论研究不应是应用语言学的一个分支,而应享有独立的学科地位。翻译教学和理论研究领域这些可喜的变化,无疑对造就高水平的翻译人才、提高我国数以十万计的翻译从业者的业务水平和工作质量发挥着积极的作用。

理论与实践互动,是翻译事业健康发展的必要条件。在这方面有两个良好趋势值得注意。一是随着新一代翻译工作者和翻译教师、翻译研究家的迅速成长和翻译学科的壮大(以翻译学和翻译理论与实践为方向的硕士研究生教学点已有近百个,博士点约有十个),以及众多翻译学术刊物的出现,学术论文的发表,学术专著的出版,特别是由于译学研究成果的可信和有用,“翻译无理论”和“翻译理论无用”的声音,除了极个别场合外已经不大听得到了。这当然是个积极的变化。二是译学著述不再是文学翻译家和大学翻译教师的专利,各行各业从事翻译工作的有心人,他们挟着丰厚的实践经验,迈步跨入这个领域,著书立说,带来一阵阵清新气息。这方面以科技翻译界贡献最为突出,其他如外交、贸易、金融、工商企业、编辑出版、对外宣传等各界,也都有作者涌现出来。翻译实务的经验以此得到总结,得以条理化、系统化,为后来人指点门径,同时也为我们的译学建设作了贡献。基础研究与应用研究相互为用,有血有肉,这一趋势无疑是健康的,值得欢迎的。

这套“翻译理论与实务丛书”正是在上述喜人形势之下应运而生,编辑出版的。

中国对外翻译出版公司,作为国内惟一以翻译为特色的国家级出版机构,成立二十多年来已经陆续编辑出版数十种翻译理论与技巧类图书,其中若干种已经成为翻译研究或教学领域脍炙人口的必读书,在国内外翻译界赢得了声誉,奠定了公司在译学书籍

出版方面的领先地位。尽心竭力继续为翻译界广大专家学者、教师、从业人员、学生和人数众多的翻译爱好者提供高质量的专业读物,是我们义不容辞的责任。

现在,在已有的成绩和经验的基础上推出这套“翻译理论与实务丛书”,我们有几点想法:一、加强自主策划,提高原创性,体现信息时代和市场经济环境下翻译的新任务和新特点;二、加强实用性和针对性,不仅要反映翻译教学和研究的新趋势、新成果,更要关注科技、经济、法律、贸易、金融、旅游、传媒等非文学领域的翻译实务;三、笔译与口译兼顾,英译中与中译英兼顾,着重于中英互译和中译英;四、有选择地引进境外著作,港台海外华人翻译家和翻译理论家不乏佳作,立足中华语言文化,有其独特魅力,是我们的首选。

这些想法能不能实现,能不能把我们贡献精品的愿望变成现实,全靠翻译界广大学者专家、学校师生以及广大读者的支持与合作,没有这种支持与合作,我们的想法再好也只是空话而已。我们所期待的支持与合作,既包括惠赐书稿、推荐选题、介绍作者,也包括对我们已出的书发表评论,无论是表扬还是批评,都将鼓励我们把工作做得更好,是我们无任欢迎的。

丛书主编 罗进德 谨识

导 读

旅游业是当今世界上最大的文化服务产业,新千年将是旅游业发展的“黄金世纪”,而中国将成为新世纪最大的游客接待国。据世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界上第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。在中国国民经济发展中,旅游业已经领跑第三产业,不少地区在制定旅游发展规划时,都希望通过旅游业来促进和带动当地社会与经济的发展。

随着经济全球化和文化全球化的到来,旅游业也开始进入全球化时代。代表古老的东方文明的中国拥有无限的人文、历史、自然与文化旅游资源,国人应该做好充分准备,全面提升中国的旅游内涵与管理水平,充分挖掘旅游文化与资源,提高导译水平,以应付来自世界旅游市场的挑战。因而,探讨如何使我国丰富的旅游资源在日益发展的旅游事业中得到更好的挖掘、培育、开发,使之更有效地为世界旅游事业服务,是中国旅游业面临的伟大而艰巨的历史任务。

旅游活动始于人类对生存的自然环境和社会环境的选择而进行的不断迁徙,不断地认识人类的家园——自然环境及其神秘莫测的变化,不断组建新的、更大的人类群体与社团,以求得更好的生存环境与社会条件。在漫长岁月的人类社会发展演变的过程中,迁徙(旅游)在古今中外都有深厚的传统和不断扩展的内涵。在远古,印第安人穿越白令地峡来到北美,以色列人在摩西的率领下逃离埃及的奴隶统治,是为了生存的大规模迁徙;而元代马可波罗对华夏文明的考察,明代郑和七下西洋,是对海外世界的探索,

中国古代旅游家徐霞客对中国地貌山川的考察与记载,近代洪堡特对非洲人文地理的探险与探索,给现代人留下了深刻的印象;当代对海底世界、南北极地的探险,对外层空间的探索旅游也成为人类社会的热门话题与探索活动。同时,旅游正以空前未有的规模,极为广泛地在传播各种各样的文化与文明,推进人类社会文明的高速发展。

显而易见,旅游是现代社会一轮冉冉升起的朝阳产业。旅游带来人口流动的洪流,拉近了各族人民之间的距离,引发财富的快速流动与增长,现代知识的迅速普及创造无数的就业机会,极大地促进人文进步。开放的中国也积极参与了旅游大开发,在国内组织的大型旅游项目就有:中国名人名胜旅游、中国历史古迹旅游、中国特色文娱旅游、中国建筑特色旅游、中国园林特色旅游、中国美食特色旅游、中国艺术特色旅游、中国生态特色旅游等,现在又兴起华夏文化旅游热潮,并积极向海外拓展旅游业务。

“五一”是中国人的旅游黄金周。由导游举着一面小旗,带着一大群游客辗转于各个景点、定点购物商店……,这种“快餐式”、“牧羊式”的旅游正在被自驾车游、自助游、探险游、休闲游等“个性化旅游”取代。组团旅游不断减少,个性化旅游大幅上升。农业休闲游,周边游、探险游、健身游正成为越来越多人的选择。中国人的度假方式正在转型升级,现代旅游中的休闲活动更注重彰显人的个性、发挥人的创造性、发现人的潜力。中国每年公休假日已达114天,约占总天数的1/3,假日经济在很大程度上影响着中国全年经济。做好所有假日,特别是双休日旅游和消费,才是假日经济发展的有效途径。假日经济的产业体系涵盖面非常广,几乎涉及了第三产业中的大部分行业。除作为假日经济支柱产业的旅游业外,商业、餐饮业、娱乐业、体育产业、交通运输、影视业、展览业、广告业,甚至彩票都是假日经济的一部分。

随着人类社会的发展,旅游不再是少数人的奢侈行为,而是成

为人们调节生活、工作与学习的一种需要,是现代社会大规模的新型文明活动。随着旅游的文化色彩越来越浓,旅游者已不满足于泛泛的游山玩水,而是越来越重视旅游对象的文化品位与内涵的丰富多彩,希望通过观览与体验来增长知识、陶冶情操、增加生活乐趣,于是,旅游中的文化问题被提上日程,形成现在的“文化旅游”热,即以文化为主要对象、建立新的旅游目标、内涵与范畴。

旅游资源的文化价值主要表现在三方面,一是它本身固有的,如自然旅游资源中的西藏自治区的喜马拉雅山旷野,新疆维吾尔自治区的天山天池、广西壮族自治区的桂林山水、贵州省的梵净山原生森林、西北荒野中的罗布泊、云南省的路南石林奇观、四川省的九寨沟梦境、粤北丹霞灿若红云、杭州的钱塘怒潮与黄河壶口飞瀑等;二是人文资源中的传统文化、民族文化、古典华章、音乐舞蹈、天文地理、历史遗产、地方风俗习惯等;三是物质文化资源中的宫殿庙宇、皇陵地宫、园林碑刻、名胜古迹以及众多的现代人文景观等,都以其独特的东方文化内涵为世人瞩目。

中国幅员辽阔,地大物博,历史悠久,有厚重的历史文化堆积,拥有多姿多彩的自然风光,山川秀丽,人文与自然情趣盎然,吸引着全世界的游客前来旅游观光,重新认识这个正在崛起的古老的东方文明。

中国历史文化遗产与遗迹是中国古代历史文化的超大容量的信息库。一些曾经是历史的都城,是一代或是数代中华文明的中心;一些则是地域中心、商阜、南北口岸,或是革命纪念地、古代战场、海港要塞、或是多民族聚居之地、或是人杰地灵的风水宝地。它们有悠久的历史,丰富多彩的文化、厚重的文明积淀,传承不同地域的传统和生活习俗,深深地铭记着中华文明的嬗变与盛衰。文化遗产是人类社会发展的见证,是人类文明的重要载体。文化遗产体现着一个民族独特的思维方式和文化价值,是民族的根基,是人文历史的纪念碑。因而,文化遗产既存在于一个国家,也属于

整个人类社会。一个民族在历史与现代、发展与继承的交叉路口，文化遗产便成为一个充满魅力而又让人感到沉重的话题。如何在进行现代化建设的同时传承古代文明，如何既对得起子孙又无愧于祖先，是值得每一个文化古国及其民众去思考和探索的。

文化遗产是一个民族或国家具有重要价值的资源。各民族的传统文具有了解历史、教育后人、凝聚国民、鼓舞人心、陶冶情操、净化灵魂的功能。各民族的传统文多姿多彩，每一个民族都有自己的风俗、礼仪、饮食、居住、服饰等，构成了独具魅力的人文风景。保护和开发文化遗产资源在社会和经济发展中具有十分重要的作用。传统文具有重要的经济价值，在发达国家和一些发展中国家，十分注重文化遗产资源的保护、开发和利用，由文化遗产资源带动的旅游业在整个国家的经济中占有相当高的比重，有些国家的旅游业及其相关产业的收入成为国家主要的财政收入。我国作为发展中国家，尤其是经济上较落后的西部少数民族地区，全面建设小康社会，应当从战略意义上重视文化遗产资源的保护和开发，建立一些具有活力的、在本国和国际上都具有竞争力的文化产业。

人类长久以来就渴望探索与联系外部世界，并通过旅行游览交流等社会行为促使文化的产生和传播。在人类的史前时期即产生了旅行文化。遍布全国的古人类遗址，又称文化遗址，如远古的岩壁画(frescos)显示了人类早期的、创造性的自我认识与表现。古代文化名人吟诗作画、佛教的摩崖造象与石刻、历代建亭立碑、开渠筑堤等，都是人类社会在历史长河中创造出的大量文化精品，如大西北的莫高摩崖石刻、西藏的布达拉宫、杭州六和塔、澳门中心、江南西湖苏堤以及新疆的林公渠、林公坊等，都是具有永恒文化价值的旅游资源。中国是世界文明古国，有众多的历史遗迹和丰富的文化遗产(其中有31项已被列为世界文化遗产)，不仅包括物质的文明成果，也包含风俗人情、伦理道德、传统美德、文学艺术

等意识形态领域的建树。

据一项对美、日、英、法、德五国游客访华动机的调查得知,海外游客希望了解中国的民俗文化的占 100%,了解历史文化的占 80%,游览观光的只占 40%。可以说,中国的旅游文化资源博大恢宏,举世瞩目,是各国人民寻求东方文明的一个最佳旅游国度之一。另一方面,中国游客也应该把自己的文化带到世界各地,中国历史文化积淀深厚,真正表现东方礼仪之邦的伟大。

中国古典美学历来主张情与理的统一,志与道的统一,而现代文化旅游是一种寓教于乐的美育活动,既愉悦了身心,丰富了人生,又受到了美的熏陶,可见古今中外,人文发展与期望都是同一相关的。旅游是人类在一定条件下为满足个体对非本土文化,对异域、异族、异国文化、文明、人文、地理和自然景观的求知欲、追求新奇的审美感受和感悟不同的精神需求而发展兴旺起来,并继续扩展到休闲活动及其他领域,如体育、健身、娱乐、探险、生存体验、技能学习、各种盛会及会展。旅游已经发展成一种自助或半自助文化享受和消费活动,从“风景名胜游”、“探险旅游”、“体验旅游”、“体育旅游”、“会展经济游”到“黄金周”(the golden week)假期的“休闲放松游”等。现代旅游的内涵与外延都发生了很大的变化。

而当今,最盛行的莫过于文化旅游(cultural tourism),它是旅游学大范畴中的一个全新概念,是旅游活动中的一种以文化追求为核心的旅游方式,主要关注一个地区或国家在历史文化方面的精神、物质的、口头的或是非物质的遗产,想了解不同民族或人民的不同文化的独特旅游活动,是一种高层次、高要求、高水平的现代旅游。文化旅游可以使人们重新审视旅游与文化多样性之间的关系,文化多样性对人类社会的生存和繁荣至关重要。文化多样性可能是人类这一物种继续生存下去的关键。因此,保护文化多样性,保护各民族的文化,是当代世界的客观现实所要求的。

跨文化的对话现象与旅游业带来的各民族文化的交融与更新

发展。从他种文化可以反观自身文化,可以认识到自身文化的优点与不足,吸取其他民族的文化 and 物质文明方面的创新,而得以提高自己的文明视野。因而,现代的文化旅游拥有了无限广泛的国际化视野,关注世界和平,发扬民族文化,消除贫困,保护环境,促进发展、扩大贸易,互利互惠,欣赏不同的民风民俗文化成为了文化旅游的主题。文化旅游促进了文化全球化,促进了经济的繁荣昌盛,促成人类社会的共识的形成。

文化旅游包括有很宽泛的内容,有历史名胜游、文化遗产游、名人故居游、博物馆游、会展游、留学游、回归自然游、生态文化游、宗教朝觐游(pilgrimage)、伦理道德游(ethical tourism),红色旅游(tourism on revolutionary legacies)、甚至包括现代的“裸航”(nude flight)、“裸餐”(nude feast)、“天浴”(nude/naked bathing)等类型的另类旅游(alternative tourism),只要涉及文化要素的均可以美其名曰“文化旅游”或“文化之旅”。而与之相配的“旅游文化”(tourism culture)可以泛指旅游涉及的一切文化,包括全球文化的任何内涵。所以,旅游文化博大精深,有“广、杂、奇、博”的特征。旅游文化是文化与旅游相结合、相融会的产物。它包括与自然风光、古迹遗址有关的历史掌故、民俗文化、文学艺术、传说故事及百科知识等,是旅游主体和旅游客体之间各种关系的总和。

因而,文化旅游是指在旅游过程中,与之紧密相关的一切物质文明和精神文明,包括旅游主体、旅游客体和旅游媒介体相互作用所产生的一切物质和精神成果。旅游观赏对象一般称为旅游资源。人文旅游资源是人类文化活动的遗迹、遗址,其文化色彩非常明显。而自然旅游资源是天赋的,山水草木、鸟兽虫鱼都是大自然的造化,其天然文化色彩在于它自身所体现出来的大自然的鬼斧神工(wonders of nature)。人类欣赏、崇拜、探索大自然,也希望融入大自然,达到中国文化传统的最高理念“天人合一”。常言说得好,“人不出门,身不贵”。人生一大乐趣便是能“行万里路,读万

卷书,与万人谈”。不登泰山,不知山之高伟;未临四海,焉知水之深瀚? 亲历名城,见识千年古都旧邑,文化商城,民族杂居之地,品味多元民族文化,尝遍天下美食,览尽大河名川,通晓人文历史长卷。若能此般见识天下,岂不乐哉!

所以,本书对华夏人文传统、传统思想道德、古典文学、诗歌艺术、宗教与民俗文化、民族文化、制度文化、饮食文化等层面进行归类介绍与剖析,指出相关文化与旅游结合的特点和规律。它既是一部简明的中国文化文明史,也可作为高等院校文化、旅游、翻译、英语专业的旅游翻译教材,对从事旅游研究和旅游管理人员及从业人员有重要参考价值。本书也讨论了与文化旅游相关的会展经济,跨文化商贸活动与品牌效应等,要融入国际社会,与国际接轨。诚然,“文化旅游”与“旅游文化”有很宽泛的概念与内涵,是一个全新的跨文化交流的课题,值得深入研究与发展。上个世纪末以来,中国旅游事业以前所未有的速度发展,尤其是向海外的加速拓展,极大地激发了学界对文化旅游翻译研究的兴趣,才有了本书的出版。让我们一起来衷心地拥抱新世纪的黄金产业。

目 录

导 读	v
第一章 文化神州游(Tour on Chinese Civilization)	1
1.1 中国传统文化管窥(Glimpses of Traditional Chinese Culture)	9
1.1.1 远古的文明交流(Communication across Ancient Civilizations)	10
1.1.2 华夏主流文化(Cultural Mainstream of Cathay)	12
1.1.3 华夏宗教文化(Chinese Religious Culture)	13
1.1.4 中华食文化(Chinese Food Tradition)	13
1.1.5 中华节日喜庆与饮食民俗(Chinese Festivals, Carnival Culture and Culinary Customs)	15
1.1.6 中华建筑及园林文化(Chinese Architecture and Horticulture)	17
1.1.7 中国传统工艺(Traditional Chinese Arts and Crafts)	19
1.2 华夏对世界文明的贡献(China's Contribution to World Civilization)	20
1.2.1 发明火药(Invention of Gunpowder)	21
1.2.2 传统中华医学(Traditional Chinese Medicine) (TCM)	22
1.2.3 数学与天文的古老国度(Ancient Kingdom)	

	of Mathematics and Astrology)	25
1. 2. 4	活字印刷术(Movable-Type Printing)	27
1. 3	中华文明传承(Continuity of Cathay Civilization)	29
1. 3. 1	中国远古文化(Ancient Chinese Culture)	29
1. 3. 2	华夏文明的嬗变(Evolution of Cathay Civilization)	36
1. 3. 3	中华文明遗产(Chinese Cultural Legacies)	39
1. 3. 4	华夏先祖(Chinese Ancestry)	43
1. 4	华夏古代社会结构(Ancient Chinese Social Structures)	45
1. 4. 1	中国历史年代表(A Table of Chinese Dynasties)	48
1. 4. 2	华夏社稷(Cathay Society)	54
1. 4. 3	中国封建官阶(Official Ranks in Feudal China)	59
1. 4. 4	明清时代的官职(Official Titles in the <i>Ming</i> and <i>Qing</i> Dynasties)	62
1. 4. 5	封建科举与选官制度(Feudal Imperial Examinations and Official Promotion)	65
1. 4. 6	三教九流(People of All Walks)	67
1. 5	中国古代事物英译(Ancient Chinese Items in English)	72
1. 5. 1	五类文化区域(Five Areas of Culture)	77
1. 5. 2	语内与语际翻译(Intralingual and Interlingual Translation)	80
1. 5. 3	传统中国家具及用品(Traditional Chinese Furniture and Daily Necessities)	87

1.5.4 华夏玉石与玉器(Chinese Jade/Malachite and Jade Wares)	90
1.5.5 中华民居(Chinese Owns and Villages)	95
第二章 中华传统文化要旨论(On Traditional Chinese Culture)(TCC)	98
2.1 中华宝典(Ancient Chinese Classics)	99
2.1.1 中华典籍(Cathay Classics)	100
2.1.2 中华《四库全书》(<i>An Anthology of Four Libraries of Ancient China</i>)	102
2.2 汉语典籍翻译与传播(Translation and Propagation of Chinese Classics)	106
2.2.1 文化移入与融会(Acculturation)	107
2.2.2 典籍翻译中的“专家两难”(Expert Dilemma in Translating Classics)	109
2.2.3 翻译中的话语权(Power of Speech in Translation)	115
2.3 老子与孔子(Lao Tze and Confucius)	116
2.3.1 《道德经》翻译(English Versions for <i>The Way and Its Power</i>)	118
2.3.2 《论语》摘要(Quotations from <i>The Analects of Confucius</i>)	124
2.4 中华蒙学经典(Classic Chinese Primers)	127
2.4.1 《三字经》(<i>Three-Character Chant</i>)	127
2.4.2 《朱子家训》(<i>Zhu's Family Teachings</i>)	130
2.5 华夏“人类口头遗产和非物质遗产”(China's Human Oral and Non-Material Heritage)	133
2.5.1 昆曲(<i>Kunqu Opera</i>)	135
2.5.2 中国古琴艺术(Ancient Chinese	