

# 语用能效翻译观中的学科类高校名英译

李捷

暨南大学华文学院应用语言学系, 广东 广州  
Email: camfish168@126.com

收稿日期: 2021年4月13日; 录用日期: 2021年5月27日; 发布日期: 2021年6月4日

## 摘要

本文从语用能效的视角来探讨学科类高校名的英译问题。通过分析师范、外语、外交、航天航空、农林等学科类高校校名及译名的语用能效问题, 本文形成了高校校名外译中的语用能效翻译观: 主张以提升高校的品牌价值为中心, 结合时代特征来翻译, 注重校名原文和译文的双重质量, 提出了高校名称英译中实现较高语用能效的几种翻译手段: 1) 依据规定更新译名; 2) 使用高质量译名; 3) 保持译名与原名统一; 4) 不同场合使用不同译文; 5) 使用同类学科通用译文。结论: 建议高校提高校名及外译中的语用效能问题, 经营好自己的品牌。

## 关键词

语用能效, 英译, 学科, 品牌价值, 高校校名

# Translating University Names of Different Disciplines into English: A Pragmatic-Efficiency Perspective

Jie Li

Department of Applied Linguistics, College of Chinese Language and Literature, Jinan University, Guangzhou Guangdong  
Email: camfish168@126.com

Received: Apr. 13<sup>th</sup>, 2021; accepted: May 27<sup>th</sup>, 2021; published: Jun. 4<sup>th</sup>, 2021

## Abstract

This paper discusses methods used in and approaches to translating Chinese university names of

different disciplines into English from a pragmatic-efficiency perspective. University names under analysis concern several disciplines like foreign languages, foreign affairs, aerospace, agriculture and forestry and some for normal universities. A translation framework based on pragmatic-efficiency was put forward to solve the problems in translating university names. The framework is centered in the promotion of the brand value of universities, and proposes two approaches: translations for universities should be updated according to the background of the times, and attention should be paid to the double quality of the original and translated names. Also, several types of translation means are explored to enhance the pragmatic-efficiency in translating university names: 1) to re-translate the names according to the latest regulations; 2) to produce translations of high-quality; 3) to keep translated names unified with the original ones; 4) to use different translated names on different occasions; 5) to apply the common translated names to universities of the same discipline. It concludes that universities should bear in mind that both the original and translated names for universities have potential brand value and should keep improving the pragmatic efficiency in translating the names for universities.

## Keywords

Pragmatic Efficiency, English Translations, Discipline, Brand Value, University Names

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers 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

## 1. 引言

高校中文名称及外语译名,尤其是英语译名,是助力中国高校全球化进展的重要力量,具有语言战略站位的高度,研究价值大。基于语言的经济属性[1],本文首次提出语用能效(Pragmatic Efficiency)<sup>1</sup>这一术语来阐述译文的效用问题。学界对语言经济性的研究可以分为两个阶段:初期主要分析经济性原则在语言中的体现:使用尽可能少的语言,传达尽可能多的信息[2] [3]。近年来的研究焦点已经转为语音、语义识别等语言本身及翻译、培训、出版、康复、会展、广告、导游、导购等语言类行业在社会领域中的效用[4]。语言的经济属性已经发展为颇具规模的、极具经济价值的产业,而翻译是语言产业的重要组成部分。语用能效翻译观着眼于高质量译文的经济、文化及品牌等多维度价值,从社会生态效果来考量和评价译文能效。本文所指的语用能效具体指从语用翻译角度[5]通过推出合适译文实现高校名称的品牌价值。语用翻译视角将翻译活动视为涉及原文作者、译文受众和文本本身动态关系的过程[6],特别关注译文对目标受众、目标社会文化等所产生的各种语用功能及效果[7]。

## 2. 语用能效的界定

基于语言产业论,笔者将语用能效界定为包括语言形式、交际者、交际意图、语境等多种语用要素所形成的各类语用效用,是经济学在语用学领域的体现。语用能效主要研究语用要素的最大经济效用,是经济语用学(Economic Pragmatics; 姑且称之)的研究内容。狭义上,语用能效指围绕语言的经济性原则[2],通过组合调控语用因素来提高语言的经济性:用最少的语言成本,取得最大的信息交际量,实现最大化的语用意图(pragmatic intentions)。从经济分析的角度来看,就是将整个言语事件及相关的社会、文化等因素一并纳入言语效用最大化的分析中,以探寻其中规律[3]。

<sup>1</sup>值得注意的是,语用能效有别于语用效果(pragmatic effect):语用效果指语言语用层面的效果问题,属于传统语用学研究中的定义;语用能效指的是语言、话语与社会因素的互动问题,是语言产业论背景中的定义。

广义上, 语用效用指通过言语语用手段, 来创造尽可能多的多元效用, 包括文化价值、品牌价值、经济价值等方面, 将语用行为从言语行为、语言本身延伸到社会效用维度: 传统而言, 语用学效果通常指言语行为模式中的以言成事行为(perlocutionary act) [8]及其语用功能, 而在语用能效维度, 语用行为还与社会效用关联起来, 如公益广告译文的社会效用是倡导、反对某种行为或科普某种知识, 达到建构社会秩序的预期效果; 商业广告的语用效用则在于推广商品, 实现经济价值。同样的, 语用能效在译文中也是存在的, 如公共标识语翻译会涉及社会现实的变化, 需不断增补与现实相关的内容[9]。

基于语用能效观的翻译理念侧重将译文本身与相关社会效果的互动结果: 译文会在某种程度上重塑社会现实, 社会现实又会影响译文的形成。这种效果在高校名的翻译中尤为明显。

### 3. 语用能效翻译观

语用能效视域中, 翻译过程是将交际各方、语境、语言形式、语用意图及效果等多种语用因素纳入译文的形成过程中, 使译文实现预期的能效。就高校译名而言, 要实现的语用能效主要为扩大该校的办学影响力, 形成相应的品牌效应, 吸引高质量师生入职或入读该校, 提升该校的学界知名度。校名和其译文也是高校知识产权的构成部分, 国内外很多高校都设有运营自身品牌的部门[10]。经营高校品牌经营有利于形成高校个性化发展优势及展示办学理念、师资、学科与课程等方面的特色, 能推动大学国际化进程[11]。而大学品牌建设可以采取对内重建和对外重宣传的策略[12]: 对内应进行内涵建设以丰富大学品牌内容, 提升服务质量以发展大学品牌关系; 对外应塑造品牌形象及积极进行品牌传播。参照这些内容, 高校提供高质量校名及其译文是品牌建设策略不可或缺的重要一环。基于语用能效翻译观的高校名称翻译可以概况为“一个中心、两个着眼点”: 以提升高校的品牌价值为中心, 着眼于结合时代特征和注重原/译文双重质量。阐述如下:

围绕提升品牌这个中心, 第一个着眼点是注重结合时代特征来翻译。语用能效翻译观要求翻译根据所处的时代推出合适的译文: 高校名称及译名应该根据当前的阶段采用最为合适的版本。如果只一味遵循传统做法, 势必不利于高校的发展。龙明慧[13]在分析中国典籍翻译的组织和推介时发现一味遵循老式做法会导致典籍译介与传播效果低能效, 提出翻译活动要顺应时代和技术才能取得预期的效果, 该复译的要及时复译。复译通过改正已有译本错误、更新译本语言、澄清一些历史典故等问题[14], 能使译文切合时代。这个思路同样适合中国高校校名的英译: 中国高校自建国后经过 70 余年的发展, 情况与建国初期已有相当不同, 也需根据当前情况顺应时代进行复译。

第二个着眼点是注重校名原文和译文的双重质量。高质量的译文是以高质量的原文为基础的。因此, 笔者主张在这一轮的高校名外译中, 各高校应系统考量自家中文名及英/外译名, 对能效低的校名及译名进行论证、修改, 推出高质量的校名及译文, 以便该校在国际高校之林中立于有利位置。中国高校目前正处在一个走向全球的新阶段, 正是品牌建设的大好机会[15] [16]。新建高校的命名及译名、由现有高校合并后的新校名及译名、现有知名高校的译名等等, 都需要分类别从语言学、认知学、社会学等多个角度深入进行研究[17]。目前已有相关研究探讨了高校名英译问题[18], 主要停留在译文本身的语言质量、错误、遗漏等方面的, 没有考察译文的能效问题。

基于语用能效翻译观, 高校英译中实现较高语用能效的翻译方法有: 1) 依据规定更新原/译文; 2) 使用高质量原/译文; 3) 保持原/译名统一; 4) 不同场合使用不同原/译文; 5) 使用同类学科通用原/译文。限于篇幅, 这里结合部分师范、外语、农林、航天航空等学科类高校校名及译文作代表性分析。

### 4. 语用能效与学科类高校名英译

上述五种方法并不是孤立的, 每个学科类别的高校译名可能涉及其中几种方法, 具有重叠性。方便

起见，这里将其分开来讨论。

#### 4.1. 师范类高校名的英译：依据规定更新译名

师范学科是极具标识度的学科，我国的师范类高校已经形成了明显的学科优势，数量也比较多。现有师范类高校的名称及英译方式可概况如下：

第一类，名称以“城市名 + 师范大学”构成，英语译名为“英语城市名 + Normal University”，如：北京师范大学(Beijing Normal University)、上海师范大学(Shanghai Normal University)、天津师范大学(Tianjin Normal University)等等。

第二类，名称以“省名/自治区名 + 师范大学”构成，英语译名为“英语省名/自治区名 + Normal University”，如陕西师范大学(Shaanxi Normal University)、湖南师范大学(Hunan Normal University)、内蒙古师范大学(Inner Mongolia Normal University)、新疆师范大学(Xinjiang Normal University)等等。

第三类，名称以“大区域名 + 师范大学”构成，英语译文为“区域英语名 + Normal University”，如：华南师范大学(South China Normal University)、华东师范大学(East China Normal University)、华中师范大学(Central China Normal University)等等。

第四类，名称以“省的某个区域 + 师范大学”构成，英语译文以“汉语拼音转写 + Normal University”为主，如：赣南师范大学(Gannan Normal University)、闽南师范大学(Minnan Normal University)、岭南师范大学(Lingnan Normal University)等。另有直接英语翻译的，如：首都师范大学(Capital Normal University)和西华师范大学(China West Normal University)。

按照语用能效翻译观，前三类都具有相当理想的成效，不必复译。第四类名称最好顺应时代潮流和世界惯例，除了首都师范大学以外，其它的最好全部改为以“城市名 + 师范大学”：赣南师范大学：赣州师范大学(Ganzhou Normal University)、闽南师范大学：漳州师范大学(Zhangzhou Normal University)、岭南师范大学：湛江师范大学(Zhanjiang Normal University)；西华师范大学：南充师范大学(Nanchong Normal University)。如此也符合最新的相关文件精神：《教育部办公厅关于印发〈高等学校命名暂行办法〉的通知》[教发厅(2020)6号]中的第五条第二款：“(二)原则上不得冠以学校所在城市以外的地域名；省级人民政府举办的学校可以使用省域命名，其他学校确需使用省域命名的，由省级人民政府统筹把关，但须在名称中明确学校所在地。”这条规定其实也支持以城市名来命名大学，尤其是像赣州、漳州、湛江、南充等历史名城，不论是原文还是译文都能提高语用能效。

有的师范高校名中含有序数词，其语用能效问题需具体分析。湖南第一师范学院，译名为 Hunan First Normal University，叫第一的，还可以有第二，如巴黎第一大学、巴黎第二大学、第三大学等等，这个校名的中文版语用能效较高：受众易于理解。而像“广东第二师范学院”，译名为 Guangdong University of Education，原名与译名不一致；该校 2010 年由广东教育学院改制为普通本科院校，更名为广东第二师范学院。不过广东目前并没有“第一师范学院”或“第三师范学院”，建议用回“广东教育学院”(英译名不变)或“广东教育师范学院”(英语译名建议为：Guangdong Education and Normal University)，也可以改为“广州科技师范学院”，英语译名：Guangzhou Polytechnic Normal University，与江西科技师范大学、广东技术师范学院等现有名称共同形成一个系列，提高语用能效，让受众容易区分。

#### 4.2. 语言类高校名称及英译：使用高质量译名

在高校合并大潮中因改名失去品牌效应的高校不少，甚至很普遍：在专业类高校改名为 XX 科技大学、XX 大学等所谓的综合大学以后，原本标识度很高的品牌瞬间成为大众网红脸，办学特色无法突显。语用能效翻译观主张译文具有品牌价值，故提倡在这一轮双一流、高水平高校建设中，语言类高校应重

视校名极其译文的品牌价值[19]：对于已经成功的品牌，应维持并提升。外语类高校的英语译名分为以下几类形式：

1) 地名 + Foreign Studies University: 北京外国语大学: Beijing Foreign Studies University; 天津外国语大学: Tianjin Foreign Studies University;

2) 地名 + University of Foreign Studies/Languages: 广东外语外贸大学: Guangdong University of Foreign Studies; 大连外国语大学: Dalian University of Foreign Languages;

3) 地名 + International Studies University: 上海外国语大学: Shanghai International Studies University; 西安外国语大学: Xi'an International Studies University; 四川外国语大学: Sichuan International Studies University; 浙江外国语学院: Zhejiang International Studies University; 吉林外国语大学: Jilin International Studies University; 北京第二外国语学院: Beijing International Studies University。

外语类高校的英语译名需要注重原文和译文的双重质量。在这一众外语高校中，只有“广东外语外贸大学”这个中文校名显得很突兀，也被网友评为“改名最失败的高校”之一，而这个名称由广州外国语学院和广州对外贸易学院于1995年5合并而来的。从建校时间看，广州外国语学院(1964年设立)比广州对外贸易学院(1980年成立)成立得要早；从语用能效角度看，基于高校品牌价值的构建，笔者建议“广东外语外贸大学”简化校名，改为“广州外国语大学”，英语译名改为 Guangzhou International Studies University，当前的这个名称看似将“外语”、“外贸”都带上了，实际是两边都并不靠：想突出外语吧，后面有个“外贸”；想突出外贸吧，前面有个“外语”。这样一拉扯，外语、外贸的实力都发挥不出来了，很大程度上制约了该校的发展。该校改名后不仅国内知名度不高，海外知名度更低。外国语大学不排斥其他学科，经贸、理工等等都可以放在外国语大学中，上外、北外等外语类大学，除了外国语，也有其它学科。校名就是一个品牌[11]，品牌下面可以有不同的优秀产品；首先要打响品牌，才能保证旗下的产品运营成功。

改回曾经用过的知名校名、树立高校品牌意识的例子不少，其中就有著名的语言类大学——北京语言大学(Beijing Language and Culture University)，简称“北语”。不论是全称还是简称，这校名都是很成功的。“北语”名称演变过程：1962年，时名为“外国留学生高等预备学校”；1964年6月由国务院批准定名为“北京语言学院”；1974年毛泽东主席为学校题写校名；1996年6月更名为“北京语言文化大学”；2002年校名简化为“北京语言大学”。“北京交通大学”也是2003年恢复过来的校名。

语用能效不只是停留在语言层面，还渗透至社会层面。据此，笔者提出优化“广东外语外贸大学”校名的另外一种可能：基于原“广外”和“广贸”，都是学科基础很扎实的高校，相关部门或许可以将它拆分成两家大学：广州外国语大学和广州外贸大学，让它们各自的优势学科都得到全面充分发展，让它们都成为各具特色、实力超群的大学。也可以新建一所“广州外贸大学”，充实广东本科高校数量。

基于语用能效的考量，笔者建议北京第二外国语学院(“北二外”；北京没有“北京第一外国语学院/大学”)参照“首都师范大学”与“北京师范大学”的校名区别，改名为“首都外国语学院(大学)”，英语译名维持不变，仍为 Beijing International Studies University。这些例子说明，原文及译文具有同等质量，才能发挥最大的语用能效。

### 4.3. 外交类高校名英译：保持译名与原名统一

外交类院校全国只有一家——外交学院，英译名为 China Foreign Affairs University，原文与译名不一致。该校是涉外高校，国际交流频繁。为提高语用能效，建议其中文官方名最好与英语译名统一，应明确为：中国外交学院。虽然按照[教发厅(2020)6号]中关于“学校名称”的规定，校名不宜冠以“中国”、“中华”、“国家”等字样，但是，“外交学院”不属于新设高校。

加上“中国”二字,让其回归以“中国+专业”的高校队列:中国音乐学院、中国美术学院、中国传媒大学、中国科学技术大学、中国海洋大学、中国农业大学、中国矿业大学、中国石油大学、中国医科大学、中国药科大学、中国计量大学、中国民航大学、中国劳动关系学院、中国戏曲学院,都是在特定领域的顶尖大学。“中国外交学院”这个名称还可以明显将其与其他高校的二级学院“外交学院”(如果有的话)区别开来,尤其是当中文名称用于二语环境中时,能具有很高的辨识度,便于在全球范围内推广该校品牌。其它直接以专业名称命名的大学名也可以参照此例来优化提升。品牌经营具有战略的高度[20],需要通盘综合考虑。

#### 4.4. 航空及电子类高校名的英译:不同场合使用不同译文

航空类高校不多,但英语译名值得探讨:南京航空航天大学: Nanjing University of Aeronautics and Astronautics,也可以译为当前流行的简化语言风格(simplified language): Nanjing Aeronautics and Astronautics University,这个版本更加紧凑;北京航空航天大学:现译名 Beihang University,应改译为: Beijing Aeronautics and Astronautics University,主要考虑到译名的语用功能: Beihang 初次接触该名称的外国人士而言不具备基础信息功能。这个译名可以在国内或校友间使用,但如果进行国际推广,建议采用标准英语翻译: Beihang 不属于文化类校名,只是高校名称简称的拼音转写形式。

类似的还有西安电子科技大学(简称“西电”),译名为 Xidian University,在成都也有一家同类学科的高校叫电子科技大学,英语译名为 University of Electronic Science and Technology of China (可以简化为: China Electronic Science and Technology University),一目了然。建议西安电子科技大学改译为: Xi'an University of Electronic Science and Technology,或 Xi'an Electronic Science and Technology University,或 University of Electronic Science and Technology of Xi'an。

从语用能效来看,原文名称及译文与语境匹配度越高,语用能效越高,反之亦然。因此, Xidian, Beihang, Guangwai 这类译名都可以保留,但需要在合适的语境下使用[6]。一所大学拥有几个不同的名称或译名并不少见:剑桥大学,官方正式名称为 the University of Cambridge,口语也叫 Cambridge University,例如剑桥大学纪念礼品注册的商标即为 Cambridge University,勋衔为 Cantab,拥有多个不同名称。这说明不同场合和语境可以使用不同的译文。例如校友之间,称 Beihang, Xidian, Guangwai,比使用那些精准的英语全译肯定更加亲切,这个语用功能类似于中文里的简称、昵称,体现了不同语境中使用不同的语言,都是得体合适的[5],属于对内塑造和提升品牌行为。

#### 4.5. 农林类高校名的英译:使用同类学科通用译文

农林院校的开设门槛也是很高的。近年来,随着环保理念普及和对食品安全的重视,农林类高校的发展迎来新的发展机遇。除了少数英译名有待研究外,绝大多数的农林高校的英译名采用“区域名/省市英语名 + Agricultural University”的格式,以下各举数例:

1) 含有区域名的农业大学:中国农业大学: China Agricultural University; 华南农业大学: South China Agricultural University; 东北农业大学: Northeast Agricultural University,等等。其中,华中农业大学的英译名为 Huazhong Agricultural University,建议改译成 Central China Agricultural University,因为“华中”在这个语境中与“华南”、“华北”等区域是对应的,宜采用对应的英语翻译,不宜采用汉语拼音。

2) 含有省/自治区名的农业大学译名均采用“省名/自治区英语名 + Agricultural University”的译法,如湖南农业大学: Hunan Agricultural University,新疆农业大学: Xinjiang Agricultural University; 内蒙古农业大学: Inner Mongolia Agricultural University 及江西、甘肃、云南等农业大学采用这个译法,语用效率高。

3) 含有城市名的农业大学的英译名也如出一辙：沈阳农业大学：Shenyang Agricultural University；青岛农业大学：Qingdao Agricultural University；天津农学院：Tianjin Agricultural University；南京农业大学：Nanjing Agricultural University，等等。其中，北京农学院的译名为 Beijing University of Agriculture，建议改译为：Beijing Agricultural University，与其它同类高校的译名一致。

林业大学多以“区域/省市英语名 + Forestry University”为译名，如：北京林业大学：Beijing Forestry University；东北林业大学：Northeast Forestry University 等等。

农林大学一般以“省/城市英语名 + Agriculture and Forestry University”：福建农林大学：Fujian Agriculture and Forestry University；浙江农林大学：Zhejiang A & F University 等等。

有几所名称和译名较为特殊的农林类院校：西北农林科技大学：Northwest A & F University；中南林业科技大学：Central South University of Forestry and Technology；仲恺农业工程学院：Zhongkai University of Agriculture and Engineering。从语用能效翻译观来看，有几个问题值得商榷：

1) “农林大学”最好译成“University of Agriculture and Forestry”或者“Agriculture and Forestry University”，建议不要使用 A & F 这类缩写形式，显得不太正式；缩略名称可以保留，但面向全球推广时应使用全称(英语本族语者的使用未必就是典范，如 Texas A & M University，这里笔者有意不给出其它信息，读者自行揣测一下该大学究竟是什么大学，优势学科又是什么，以此来类推中国大学校名英译的效果)。

2) “西北农林科技大学”与“中南林业科技大学”中的“科技”是否有必要？从这两所高校的官方介绍来看，这两所大学的优势学科都是农林专业，而不是“科技”或理工类。笔者建议这两家农林学科极为强大的高校用回“西北农林大学”和“中南林业大学”的校名，英语译名分别为：Northwest Agriculture and Forestry University 及 South Central Forestry University，突出强势特色学科。在资讯日益发达的当下，有特色才能发展[19]。而且，校名越短，更容易打造成名校：顶级名校中，校名长的很少，超过中文 6 个汉字、英语 5 个单词以上的校名都要慎用。从认知心理学角度而言，校名越短越便于记忆；校名突显的学科越明显，越有利于记忆。这也是语用能效的内在要求决定的。

“仲恺农业工程学院”是另外一个特例：该校为廖仲恺先生的纪念大学，该属性决定校名中须保留“农工”字眼。其它非纪念性高校，如果以农业、林业为主打学科，理建议直接使用“农学院”、“农业学院”等校名，类同于“音乐学院”、“美术学院”等专门类院校，尤其是实力强的农林高校。突出学科特色，提高校名的语用能效，是迈向国际需要首先考虑的问题。

## 5. 结语

本文从语用能效视角，结合师范、外语、外交、航天航空、农林等学科类高校校名及译名实例，着眼于源文与译文的效力问题[21]，探讨了几种有助于提高语用能效的翻译方法，主要解决了新时期高校品牌价值的提升问题，主张以提升高校的品牌价值为中心，结合时代特征来翻译，注重校名原文和译文的双重质量。优质高校名及译名不仅可以提升高校知名度，还能产生吸纳优秀人才、获得丰富社会资源、占据有利发展位置等品牌效应。正因如此，高校应想方设法提高校名及外译中的语用效能问题，经营好自己的品牌，获得良好的发展平台。

## 基金项目

本文受广东省哲学社会科学“十三五”规划项目“常规转喻加工类型效应的实验语用学研究”(GD16YWW03)、国家社会科学基金青年项目“转喻加工亚型效应的实验语用学研究”(17CYY003)、教育部人文社会科学研究青年基金“层级语境条件下新异转喻加工的实验语用学研究”(16YJC740038)

以及中国博士后科学基金一等资助项目“汉语品牌名称英译的实验语用学研究”(2016M600276)资助。

## 参考文献

- [1] Marchak, J. (1965) Economics of Language. *Behavioral Science*, **10**, 135-140.  
<https://doi.org/10.1002/bs.3830100203>
- [2] Zipf, G.K. (1949) *Human Behavior and the Principle of Least Effort: An Introduction to Human Ecology*. Addison-Wesley, Cambridge, MA.
- [3] 向明友. 论经济分析的可行性——经济分析语用学探究之一[J]. 外语教学, 2000, 21(3): 3-9.
- [4] 贺宏志, 主编. 语言产业导论[M]. 北京: 首都师范大学出版社, 2012.
- [5] 何自然, 李捷. 翻译还是重命名——语用翻译中的主体性[J]. 中国翻译, 2012(1): 103-106.
- [6] 李捷, 何自然. “名从主人”吗?——名称翻译的语用学思考[J]. 中国外语, 2012(6): 72-76, 80.
- [7] 王建国, 谢飞. 论汉英语用差异对翻译的影响——基于对《边城》四译本的对比分析[J]. 中国翻译, 2020(3): 100-109, 189.
- [8] Austin, J.L. (1975) *How to Do Things with Words*. 2nd Edition, Harvard University Press, Cambridge, MA.  
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198245537.001.0001>
- [9] 陈顺意. 公共标识英译规范的规范——以《广州市公共标识英文译法规范(2018版)》为例[J]. 中国翻译, 2019(5): 167-172.
- [10] 周志民. 品牌关系研究述评[J]. 外国经济与管理, 2007, 29(4): 46-54.
- [11] 曹辉. 大学品牌经营: 内涵、特征与发展前景[J]. 教育研究, 2014(4): 100-105.
- [12] 黎艳红. 基于知识价值链的研究型大学品牌建设研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 华南理工大学, 2018.
- [13] 龙明慧. 与时俱进创新翻译——论数字化时代中国典籍复译[J]. 外国语, 2020, 43(2): 121-128.
- [14] Massardier-Kenney, F. (2015) Toward a Rethinking of Retranslation. *Translation Review*, **92**, 73-85.  
<https://doi.org/10.1080/07374836.2015.1086289>
- [15] 王晓晨. 新时代高校校报品牌建设思考[J]. 品牌研究, 2020(6): 116-117.
- [16] 吴筱贞, 陈瑾. 基于品牌理论的高校档案品牌战略规划研究[J]. 兰台内外, 2020(5): 83-84.
- [17] 黄国文. 翻译研究的语言学探索[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2006.
- [18] 肖坤学, 陈顺意. 中国大学校名英译的规范问题[J]. 中国科技翻译, 2018, 31(4): 16-19+5.
- [19] 王文鹏. 大学品牌效应及其对大学自身的影响[J]. 当代教育科学, 2016(3): 33-36.
- [20] 王炜璠. 媒介融合背景下出版品牌战略研究——以人民文学出版社为例[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京印刷学院, 2019.
- [21] 屈文生. “一带一路”国家立法文本的翻译——国家需求、文本选择与等效原则[J]. 外语与外语教学, 2020(6): 1-10, 147.