

米高的T恤

英國來的Michael在旅遊紀念品店買了一件T恤，上面寫上漢字「米高」，滿心歡喜。他不懂半點中文，但得到一個百分百的中文名字——那不只是翻譯，更是他心目中一個代表自己的符號——讓他跟這陌生又好奇的文化沾上關係，可以擁有(或者是消費)這文化的一部分。他甚至還未能確定「米高」和「光哥」有什麼分別，但不要緊，他知道自己在香港有個地道的中文名字就夠了。(誰知他跑到大陸，人家叫他做「邁克爾」。)

當一個字詞以不同的語言出現，可不必要是翻譯(translation)的關係，常見的例子是在香港上映的電影之中、英名稱往往大異奇趣(荷里活電影《翻生侏儸館》的英文名字原來是Night at the Museum!)這種字義上的差距卻是經過跨文化互動後，對所指的本義在新的語境裡可有更貼切的詮釋(interpretation)，語言轉換其實已超越了個別的文字，直指背後的文化差異所構成不同的關注。

也許很多香港人慣讀中(粵)、英雙語，「Michael／米高」搭在一起正是順理成章，未必會想象Michael看見「米高」那種既遠且近的感覺——如不是「應該識而唔識」的錯落，那會否是「看見青蛙、發現王子」的興奮！當中所包括的是對異文化的好奇，但也可以是一種無知。或許是太長時間浸淫在「中西交匯」(East meets West)的濫調中，會把很多文化上的差異消化、簡化或甚至忘記。文化又何止中、西，不竟在我們的主流世界裡，語言都是以拉丁字母或漢字書寫出來，其他的都很難構成認知(雖則我們對日、韓文字愈來愈熟悉，至少在視覺上而言。)面對希伯來文、俄文、阿拉伯文等，我們何不是相當的無知，如有機會擁有一個阿拉伯文名字，也許會如Michael般興奮，但這已是很個人的問題。

洋洋的麥當奴

五歲的洋洋第一次離開香港，跟父母到美國度假，站在M字連鎖快餐店門前大叫：媽媽，原來他們都有麥當奴啊！McDonald's在香港的小孩子心中已根深蒂固，更有一個地道的中文名字(姓麥的叔叔嘛)；記得香港早期(差不多三十年前)的麥當奴廣告，常見外籍小孩，強調進口美式飲食文化，今天已是完全融入，就是洋洋自己的「叔叔」。

為什麼外國的流行品牌可以理所當然成為本地的文化認知？

Microsoft是我們熟悉的電腦軟件品牌，法語、德語叫Microsoft，他加祿語(菲律

賓官方語之一)、越南語中也是Microsoft,但中文名是微軟,格魯吉亞語叫 მისოკრისილოგი,印地語(梵文)是मार्करोसॉफ्ट……

國際語言不是英語嗎?女歌手Mariah Carey在亞美尼亞語中竟是Մրայա Քերի,跟美國的波普文化何相干?當熟悉(國際、時尚)的名字附於陌生(古老、原始)的語文,名字背後那萬人追捧的形像,好像來了一個小顛覆;這種差距不是隱藏的(hidden),它大塊兒擺在那裡,只是我們一下子(或永遠)看不見(invisible)。

它平白就是Microsoft,我偏是看不出來,是我無知、傲慢?但我信就好了,是我幼稚、單純?我可會兩者都是、都不是,或就在中間的灰色地帶?

* * *

Wikipedia

最近我常在互聯網上的維基百科(Wikipedia)瀏覽,找尋那些以「陌生」語言表達的「熟悉」名字,很爽!

Wikipedia是「人人可編輯的自由百科全書」,「有250種語言的版本共突破650萬個條目」,但當中大部分是以英語、其他西歐語言和我們熟悉的方塊字寫成。不斷輸入那些很global的名字,像在角子老虎機前靜候滾軸轉出來的配搭,看看可以得出什麼語言的解釋。管它是真是假,期待的只是那奈人尋味的反差,就像在馬爾代夫(方言:Dhivehi,迪維希語)見到蜘蛛俠一樣!重要是,「居然」有人覺得有需要以地道(local)的語言來呈現好一個「人所共知」的名字。

* * *

如果「米高」不是T恤上的圖案,Michael會否無從知道自已的中文名字呢,也沒有隨之而來的愉悅?不竟T恤跟繪畫有一點相似,都是seduction吧!