

牛津英语学习词典 在中国

魏向清 秦晓 张淑文 主编

Oxford Learner's Dictionaries in
Chinese EFL Learning Context
(1979—2014)



商务印书馆
The Commercial Press

牛津英语学习词典 在中国

魏向清

秦曦

张淑文

主编

Oxford Learner's Dictionaries in
Chinese EFL Learning Context
(1979—2014)

 商务印书馆
The Commercial Press

2017年·北京

图书在版编目(CIP)数据

牛津英语学习词典在中国:纪念商务印书馆—牛津大学出版社英语学习词典合作出版 35 周年/魏向清,秦曦,张淑文主编. —北京:商务印书馆,2017

ISBN 978-7-100-12856-8

I. ①牛… II. ①魏… ②秦… ③张… III. ①英语—词典—编辑工作—中国—文集 ②英语—词典—编辑工作—英国—文集 IV. ①H316-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 314578 号

权利保留,侵权必究。

牛津英语学习词典在中国

——纪念商务印书馆—牛津大学出版社

英语学习词典合作出版 35 周年

魏向清 秦 曦 张淑文 主编

商务印书馆出版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

商务印书馆发行

北京通州皇家印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-12856-8

2017 年 2 月第 1 版

开本 880×1230 1/32

2017 年 2 月北京第 1 次印刷

印张 22 1/2

定价:65.00 元

合作与创新： 英语学习型词典“中国化”的探索之路 (代序)

2014 年,对于商务印书馆和牛津大学出版社两个出版社来说,有着特殊的意义。“如果从 1979 年牛津大学出版社辞书部总编辑罗伯特·伯奇菲尔德(Robert Burchfield)到商务印书馆访问,开启双方的合作来计算,今年刚好是 35 年。”^[1]在过去的 35 年里,商务印书馆与牛津大学出版社这两个历史悠久且享誉东西方世界的国际知名出版机构,一直专注于英语学习型系列辞书的合作出版,各自在出版综合效益方面都收获颇丰,堪称国际出版产业中强强联合的成功合作范例。与此同时,更为重要的是,这两大出版社的跨国合作也为英语学习型词典的“国别化”(country-specific)^[2]发展积累了诸多宝贵的实践经验,具有词典学理论与实践研究两方面的积极意义与重要价值。具体来说,合作双方就如何针对“中国”这一特定用户国别,满足不同层次或类型的“中国英语学习者”用户群体的语言文化认知多元需求,为其度身定制适用的英语学习型辞书工具产品,携手共进,探索出了一条英语学习型辞书研编“中国化”的发展新路。

商务印书馆与牛津大学出版社的合作出版主要涉及英语学习型词典的原版引进与双语化工作,包括进阶系列通用语语文词典、各类专项学习词典以及学习型辞书数字化的出版。“1986年6月,双方合作的第一个图书产品——《精选英汉汉英词典》简体字本问世”^[3],此后至今,商务印书馆与牛津大学出版社在英语学习型词典领域合作出版了共计21部不同形式、类别和层次的学习型词典,以平均每两年1部以上的出版频率推出新的牛津英语学习型辞书产品。正因如此,我国英语学习型辞书的理论与实践研究才不断有值得探讨的新文本与新课题,才得以实践应用为主要取向的词典学理论研究与创新有了很好的现实驱动。当然,事实上,我国自1978年实行改革开放政策以来,英语辞书方面的跨国合作出版在国内诸多出版机构都有不同程度展开,而且与我国合作出版英语学习型辞书的国外出版机构也非“牛津”品牌一家。但是,就英语学习型辞书品牌在中国的合作历史与影响力而言,“牛津”无疑可以拔得头筹。根据《中国辞书发展状况报告(1978—2008)》^[4]数据库以及最新补充的数据库统计分析,我国改革开放至今,牛津系列英语学习型词典在中国合作出版(包括原版引进和双语化)总数共40部,而商务印书馆与牛津大学出版社合作出版的英语学习型辞书就占到了总量的54%。显然,作为“牛津在中国有着最重要合作的出版社”^[5],商务印书馆在英语学习型词典“中国化”的实际进程中确实扮演了非常重要的角色。可以说,商务印书馆与牛津大学出版社在英语学习型词典方面的合作出版历程,见证并代表了英语学习型词典“中国化”(China-specific)之路的具体实践探索过程。

以牛津系列为代表的英语学习型词典,其“中国化”研编与出版的实践探索,具体体现在两个方面。首先,双方合作出版品牌——“商务—牛津”品牌的开创与培育。“商务和牛津的合作历史悠久,建立了优质的强强联手的品牌,成功的原因在于我们门当户对,具有相同的气质和追求。”^[6]商务印书馆和牛津大学出版社虽有明显的国别文化差异,但双方均秉持以“出版推进文明的传播和进步”^[7]以及“优异品质、诚信经营”^[8]的出版理念,这是双方既往合作与未来共同发展的重要基础与前提。“商务—牛津”这一英语学习型词典“中国化”实践中开创和培育的国际合作品牌,体现的正是双方所一致认同的出版文化与经营理念。实际上,在35年的合作中,这个共有品牌带给合作双方的全面价值增益已经充分论证了商务印书馆和牛津大学出版社之间彼此互信的正确选择。

其次,双方合作出版的编纂优势互补。商务印书馆与牛津大学出版社合作出版英语学习型辞书的主要模式有两大类型。一是单语原版引进,二是双语化合作。就优势互补而言,后者是比较显而易见的,因为这种出版合作要借助两种语言的优势,尤其是依赖英语词典释义元语言的系统汉化工作。这种通过跨语翻译实现的汉化编纂过程,不可避免地已经融入了“中国化”的诸多元素。在牛津进阶系列英语学习词典双解版的合作出版过程中,商务印书馆的辞书编辑往往能够在原版翻译的基础上积极进行产品“中国化”的一些特殊处理。比如:第四版为符合中国“内地读者的习惯”而“对原书在文字上作了一些技术处理”^[9];第六版“抢在原版之先,以补编方式,为这个全新英汉双解版收入2500个未见于OALD 2000年版的新词”^[10];第七版

和第八版则针对英语原版所增补的新词和文化词语进行了精心的汉译处理,而且“不仅对新词、新义的译文严格把关,也对原有条目的译文加以修正、更新”^[11],更好地促进了中国英语学习者对相关条目的有效认知。相比之下,前者这种原版引进的合作出版模式,在一定程度上同样也是满足“中国化”用户需求的一种方式。换言之,引进出版英语单语学习型词典主要是满足中国英语学习者与其他国别非母语英语学习者趋同的一些共性需求。鉴于中国英语学习者在世界范围内非母语英语学习者中所占比重与影响之大,牛津系列英语学习型词典的主要用户需求考虑自然也涵盖并能够解决“中国化”研编的基本问题。比如,《牛津高阶英语学习词典》第八版推出的“牛津写作指南”(Writing Tutor)中的 iWriter 这一新的设计特征就比较及时地满足了中国高级英语学习者在英语编码方面的新需求。

英语学习型辞书在中国的接受,不仅体现为中英双方出版机构的联手合作编纂出版,而且更反映在国内学界对英语学习型词典编纂出版的理论探讨方面。自 1979 年到 2014 年的 35 年间,伴随着牛津系列英语学习型词典在中国的陆续引进和双语化出版,国内词典学、英语教学与研究以及编辑出版等相关领域的学者也一直在追踪英语学习型词典的出版动态并展开了积极的研究。据我们统计,这 35 年间,涉及牛津系列英语学习型词典的研究文献(包括正式发表的期刊论文和学术会议论文)共 104 篇,其中有 53 篇是关于词典文本设计特征研究,占到 50% 多,其他方面研究内容的比例分别是评介研究 30 篇(约占 29%),使用研究 9 篇(约占 9%),专项学习词典研究 8 篇(约占 7%),影响研究 4 篇(约占 4%)。由此,可以看出,国内有关牛

津系列英语学习型词典的研究主要是针对其文本设计特征以及整体编纂特色的评介研究。而在对牛津系列英语学习型词典的文本设计特征研究中,研究者最为关注的是微观结构方面(37篇,约占70%),其次分别为综合性或专题研究(12篇,约占22%)、宏观结构研究(3篇,约占6%)以及中观结构研究(1篇,约占2%)。这样一个研究主题及内容的分布比例,说明国内学界对英语学习型词典的文本设计特征颇为重视,而这也间接印证了英语学习型词典在设计特征方面的创新努力得到了最充分的重视与认可。比较而言,有关牛津系列英语学习型词典的研究中,最为薄弱的则是影响研究。因此,我们在对牛津系列英语学习词典的设计特征创新高度重视的同时,还需要更进一步,即思考如何借鉴英语单语学习型词典的创新特色,更好地改进和完善我们的英汉或汉英学习型词典研编。这样的影响或借鉴研究才是对牛津系列英语学习型词典真正意义上的深度接受,才有益于我国原创双语学习型词典在理论和实践两方面的创新突破。只有当我们的双语学习型词典在理论和实践两方面均有自己的独立见解与创新探索时,中英学习型词典领域的真正交流与合作才有了更好的前提与基础。这也是我们引进或借鉴国外同行先进经验的根本目的。

本文集从上述104篇文献中精心筛选了47篇,分5个主要板块,集中呈现了以牛津系列为代表的英语学习型词典“中国化”的出版实践与相关理论探索,旨在反映35年中英语学习型词典在中国英语学习语境下的接受过程与特点。具体来说,第一个专题“牛津高阶系列英语学习词典评介”所选的9篇文献主要是围绕牛津高阶英语学习词典在国内的接受与评价研究;第

二个专题“牛津英语专项学习词典评介”所选的 6 篇文献主要是与牛津英语专项学习词典的总体评价相关;第三个专题“牛津英语学习词典设计特征研究”所选的 20 篇文献主要是针对牛津英语学习词典文本设计特征的创新特色分析;第四个专题“牛津英语学习词典的使用与影响研究”所选的 8 篇文献涉及牛津英语学习词典在中国的使用与影响研究内容;最后,第五个专题“牛津英语学习词典的数字化研究”所选的 4 篇文献则反映了牛津系列英语学习型词典在数字化时代所作的出版媒介转型探索。从这五个研究专题可以看出,牛津英语学习型词典在中国的接受与研究经历了一个从“总体评介”到“特色分析”再到“借鉴思考”的过程,也是一个由浅入深的接受过程。鉴于此,文集各部分的选文编排均以时间为序,这样更容易凸显英语学习型词典在中国的接受与研究的历时特征。为方便文集读者的阅读思考,我们分别在每个专题选文之前加了综述性的编者按语,希望以这种方式与更多学界同行及英语学习者交流互动。

合作是创新的基础,创新是合作的深化。商务印书馆与牛津大学出版社“……双方的合作模式从一开始就是伙伴关系而并非单纯的版权采购”^[12]。商务印书馆始终将原版引进与双语化并重,秉持平等的“合作”精神,有效践行了英语学习型词典“中国化”的创新出版理念。事实上,这正是英语学习型词典“中国化”合作出版的真实内涵。35 年来,商务印书馆通过与牛津大学出版社的持续合作为英语学习型词典“中国化”之路进行了非常重要的探索,为今后学习型词典在中国的双语谱系化发展奠定了很好的实践基础。而这本文集则是英语学习型词典“中国化”理论研究的一个缩影,铺就了未来建构学习型词典“中国

化”理论的基础。众所周知,学习型词典的“中国化”创新发展还有很长的路要走,需要国内词典编辑出版与研究各方面同仁的携手共进。我们应继续努力,为世界范围内学习型词典“国别化”发展做出中国的理论与实践贡献,因为“唯有在‘国别化’的理论指导下,才能有效地发挥《学习词典》的‘学习’效用,帮助学习者更好地学习”^[13]。这方面,我们的外向型汉语学习词典编则有着更大的实践创新与理论探索空间,而商务印书馆与牛津大学出版社在英语学习型词典“中国化”方面的合作出版经验不失为一种很有益的参照。我们也非常期待国内学界的学习型词典理论研究也朝着这方面去做更多的努力。如果有了英语与汉语学习型词典相关“国别化”的实践创新和理论发展,学习型词典“中国化”的价值才真正能够实现。

编 者

2014 年仲夏于金陵

附注

[1] 摘自商务印书馆副总经理王齐女士 2014 年 6 月 9 日在英国牛津大学出版社举办的“商务—牛津中英辞书编纂研讨会”上的致辞,即“风雨同舟 共赢未来——商务—牛津 35 年合作的回顾与展望”,见本书附录 4。

[2] “国别化”的概念及术语借自对外汉语教学研究领域的韩国学者甘瑞媛教授,她在《“国别化”对外汉语教学用词词表制定的研究》(北京大学出版社,2006 年,第 7 页)一书中指出,“所谓‘国别化’的对外汉语教学,简单地说,就是基于不同国家的不同情况而进行的汉语教学。”

[3] 王齐,“风雨同舟 共赢未来——商务—牛津 35 年合作的回顾与展望”,2014 年。

[4] 魏向清等著,《中国辞书发展状况报告(1978—2008)》,北京:商务印书馆,2014 年。

[5][6][7][8] 王齐,“风雨同舟 共赢未来——商务—牛津 35 年合作的回顾与展望”,2014 年。

[9] 《牛津高阶英汉双解词典》(第四版)出版说明。

[10] 《牛津高阶英汉双解词典》(第六版)出版说明。

[11] 《牛津高阶英汉双解词典》(第八版)出版说明。

[12] 王齐,“风雨同舟 共赢未来——商务—牛津 35 年合作的回顾与展望”,2014 年。

[13] 甘瑞媛,《“国别化”对外汉语教学用词词表制定的研究》,北京大学出版社,2006 年,第 123 页。

目 录

1 牛津高阶系列英语学习词典评介	1
当代英国学生词典浅谈	李荫华 4
霍恩比和《牛津现代高级英语词典》	谢宗昭 12
试谈 OALDCE 第三版 1980 年修订本	
注音和收词	徐扬阜 21
评《牛津现代英语高级学生词典》(第四版) ..	吴古华 29
评《牛津高级学生词典》第五版	王宗炎 37
《牛津高级学生英语词典》的新发展——简评	
《牛津高级学生英语词典》第六版	吕云芳 46
老蚌出新珠——《牛津高阶英语词典》	
(第六版)代序	陆谷孙 56
新千年 新牛津——评 2000 年版《牛津高级	
英语学习者词典》	鲍志坤 60
《牛津高阶英语词典》第八版的新特色	李红梅 67
2 牛津英语专项学习词典评介	85
介绍《牛津当代英语习语词典(第一卷)》	燕 南 88

《牛津搭配词典》特点介绍	源可乐	98
中国英语学习者研习短语动词的理想词典—— 评介《牛津短语动词词典》英汉双解版	赵翠莲	107
《牛津英语习语词典》简评	刘运同	117
一本好的同义词词典——《牛津英语同义词 学习词典》评介	崔永禄	124
《牛津英语同义词学习词典》评介	黄希玲	133
3 牛津英语学习词典设计特征研究		141
OALD 第四版宏观结构分析	姚喜明	145
学习词典释义结构与释义方法初探——英、 法、汉语学习词典的对比研究	章宜华	157
语料库在词典编撰中的优势——兼评《牛津 高阶英语学习词典》(第6版) ..	杨晓军 李赛红	169
试论英语学习词典参见符号的 简化和统一	罗添嫻 盛培林	186
20 世纪英语高阶学习词典研究	田 兵	196
《牛津高阶英汉双解词典》体例设计得失谈 ..	尹洪波	212
《牛津高阶学习词典》动词句型探究	刘爱平	221
英语学习词典语音标注的发音标准及其启示 ..	郭启平	231
英语词典中的插图	周海超	246
学习词典中的语用标记语	杨文秀	273
英汉学习型词典中近义词辨析栏的优化设置——基于 语料库的近义词辨析及其应用 ..	朱文慧 马立东	286
从《牛津高阶英语词典》前后页材料		

变化看用户友好原则	刘 柳 陈丛梅	298
英语学习词典释义语境观之文本折射		
——历时考察与思考	魏向清	307
英汉学习型双解词典中功能词项的释义、例句		
拟选和用法辨析研究——以牛津高阶 6 版		
中不定式标记 to 的词条编纂为例	马志刚	326
对应词翻译当细酌——浅评《牛津高阶英汉		
双解词典》第 7 版的对应词翻译	周彩萍	338
词典编者语用视点选择与编者—用户间的交际		
互动——五大 EFL 词典释义中人称代词		
you 的考察	张淑文 乔丽婷	347
英语高阶学习词典的文体信息处理研究		
——以 OALD 8 与 LDOCE 5 为例	张相明	362
英语高阶学习词典学术话语标记语		
信息表征研究	秦 曦	378
英语学习型词典设计特征研究		
方法论述评	耿云冬	392
英语学习型词典搭配信息表征的创新趋势研究		
——以《牛津高阶》1—8 版为例	叶 莹 徐海女	408
4 牛津英语学习词典的使用与影响研究		421
英语学习者词典	李北达	424
普通英汉词典充实语法信息的		
必要性和途径	陈 菁	432
从现代语言学看英汉语文词典编纂	雍和明	440

论词典使用对提高搭配能力的意义	武继红	451
词典中的正误对比信息呈现模式研究		
——基于五本英语学习词典的实证研究 ...	李 涛	464
下一代英语学习词典的设计特征 ...	陈国华 田 兵	472
CALL 环境下词典查阅行为与词汇习得的		
相关性研究	陈玉珍	500
电子词典在英语学习中的应用	刘长青 源可乐	522
5 牛津英语学习词典的数字化研究		545
英语电子词典编纂的新进展——《牛津高阶		
英语学习词典(第七版)》光盘版评介	常晨光	548
《牛津高阶英语词典》(第七版)词典信息的		
计算词典学认知	廖海宏	555
电子词典微观结构中的多符号整合模式		
——基于《牛津高阶英语学习词典(第八版)》		
光盘版的个案研究	罗永胜	567
从用户需求出发 打造学习型词典 APP		
——谈《牛津高阶英汉双解词典》(第七版)		
APP 的设计特色	于晓燕	582
附录 1 牛津英语学习词典在中国出版目录		
(1979—2014)		596
附录 2 《牛津高阶英汉双解词典》序言(4、6、7、		
8 版)		601
4 版(增补本)序言	金圣华	601
4 版序言一	余光中	604

4 版序言二	郑仰平	607
4 版序言三	王佐良	609
4 版序言四	董乐山	611
4 版编译者序	李北达	613
6 版序言一	陆谷孙	618
6 版序言二	金圣华	625
6 版序言三	余光中	631
6 版编译者序	石孝殊	636
7 版序言一	陆谷孙	641
7 版序言二	金圣华	645
7 版序言三	余光中	650
7 版编译者序	石孝殊	656
8 版序言一	陆谷孙	661
8 版序言二	刘绍铭	666
8 版序言三	苏正隆	671
8 版编译者序	石孝殊	675
 附录 3 《牛津英语同义词学习词典》序言		680
英文版序言	庄绎传	680
英汉双解版序言一	徐式谷	685
英汉双解版序言二	张敬源 何 伟	689
英汉双解版编译者序	孟庆升	694
 附录 4 风雨同舟 共赢未来——商务—牛津 35 年 合作的回顾与展望	王 齐	699

牛津高阶系列英语学习词典评介

【编者导语】

本部分收入了9篇国内学者对牛津高阶系列英语学习词典的评介文章。在牛津英语学习词典中,高阶系列学习词典的国际化推广最为成熟,也最受非母语英语学习者的青睐。自《牛津现代英语高级学生词典》(即牛津高阶第三版)引进我国开始,该高阶系列各版本都受到了广大英语学习者和研究者的积极关注。

牛津高阶系列英语学习词典的前身——《现代高级英语词典》(1942)对英语学习词典类型的诞生与发展影响深远。这部源于教学,服务于非母语英语学习者的词典是一部承上启下的奠基之作。它不仅吸收了威斯特(M. P. West)和帕尔默(H. E. Palmer)等人的英语教学研究成果,更展示了词典主编霍恩比(A. S. Hornby)依据自身教学经验为词典所做的诸多创新设计。自1974年更名以来,牛津高阶系列英语学习词典已在全世界范围内惠及无数非母语英语学习者,其品牌魅力主要在于其尊重传统而又与时俱进的品质,而这与牛津家族词典的编纂理念一脉相承。《牛津高阶英语词典》于2010年推出的第八版