



中国外语战略研究中心
外语战略研究丛书

总主编 曹德明
主 编 赵蓉晖

当代中国语境下的英语使用 及其本土化研究

English in
Contemporary China:
Its Use and Localization

陈新仁 等著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

当代中国语境下的英语使用 及其本土化研究

陈新仁 等著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

当代中国语境下的英语使用及其本土化研究/陈新仁等著. —北京: 北京大学出版社, 2012. 2

(外语战略研究丛书)

ISBN 978-7-301-19462-1

I. ①当… II. ①陈… III. ①英语—研究—中国 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 183355 号

书 名: 当代中国语境下的英语使用及其本土化研究

著作责任者: 陈新仁 等著

组稿编辑: 张 冰

责任编辑: 宣 瑄

标准书号: ISBN 978-7-301-19462-1/H · 2924

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子信箱: zbing@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62759634

出版部 62754962

印 刷 者: 三河市博文印刷厂

经 销 者: 新华书店

650 毫米×980 毫米 16 开本 14.75 印张 210 千字

2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

本研究获得以下项目资助

国家语言文字应用“十一五”科研项目重点项目(ZD115-01)

上海外国语大学重大科研项目(KX161017)

江苏高校优势学科建设工程

南京大学“985”三期工程

上海外国语大学 211 工程三期项目

特此致谢!

总 序

一变学路 一新学风

李宇明

(国家语委副主任、教育部语言文字信息管理司司长)

近些年来,不少学者一直在研究中国走向世界的外语战略,并进而提出了“国家外语能力”、“国家语言能力”等概念。衡量国家语言能力的标准,就是国家在处理海内外事务时,能否及时得到合适的语言援助;国家在经济社会的发展中能否获取足够的语言红利。

在处理双边和多边的国际关系中,在国际经贸活动中,在处理人类共同面临的问题中,在反恐、维和、救灾的国际合作中,在睦边戍边中,在为来华外国人员的服务与管理中,都需要外语。因此,在努力将“本土型”国家转变为“国际型”国家的现代中国,在努力争取本应拥有的国际话语权的时代,外语已经成为国家语言能力十分重要的组成部分。

我国是一个外语学习大国,但是国家所拥有的外语能力,却远远不能满足国家发展之需,特别是在语种布局、复合型外语人才培养、各领域精英人物的外语水平等方面,存在较大不足。解决这些问题,亟待在国家层面进行具有远见卓识的外语规划。

一个好的外语规划,首先需要摆正外语在国家发展中的位置,制定有利于提升国家语言能力的外语政策。要特别注意处理好外语同中华语言之间的关系,不能因为加强外语教育而损伤国人的语言感情,同时也要有大国气度,能够包容外语,重视外语,尊重外语人才。其次,要深入开展调查研究,充分考虑国内、国外各领域的外语需求,有计划地培养各种外语人才,建立并不断更新完善外语人才库。第三,要研究外语人才成长规律,完善教学体系,创新教学模式,提高教学效率。此外,还要鼓励高校和科研院所研究国际问题,例如某地区、某国家的政治、历史、经济、法律、宗教、文化、教育、科技等,某国际组织和国际会议的宗旨、架构、工作语言等。在研究国际问题时,应依据各自的学科优势和地缘优势有个大致的分工,并注意据此分工来培养不同的外语人才,发挥不同语种、不同类型

的外语人才的作用。

上海外国语大学早在 2007 年 12 月就成立了中国外语战略研究中心。中心成立以来,一直关注我国的外语生活、外语战略研究,关注国际语言政策研究,创办了具有资政惠学作用的《外语战略动态》,召开了多次颇具影响的学术会议,形成了一支充满生气的研究队伍。现在,中心又组织编写《外语战略研究丛书》,体现了我国外语学界的国家意识,体现了学者对国家外语规划的战略思考。外语学界侧重于、擅长于研究语言教学,而这套丛书关注现实语言生活,从当今中国社会需求出发,显然一变学路,一新学风。相信它的出版,对我国的语言规划学大有裨益,对我国的外语规划实践亦大有裨益。

今天是农历端午,三闾大夫“路漫漫其修远兮,吾将上下而求索”的话语,久萦不去。而今,国家融入世界的道路更是漫漫修远,吾辈学人更应上下求索,为国家的长远发展做出语言学应作的贡献。

2011 年端午节

出版前言

积极推进外语战略研究

曹德明

(上海外国语大学校长,中国外语战略研究中心主任)

外语规划是国家语言规划的一个重要组成部分,属于语言战略的范畴。语言战略研究就是要把语言学研究同国家发展的需要结合起来,把语言研究纳入国家发展的总体规划和进程之中。由于语言是一切交流和文化传播最主要的媒介,是人类世界观与价值观的载体,也是人的自我意识、个人和社会标志的基本内容,人们利用并改造环境、人际互动和融入社会的能力在很大程度上要依赖于语言的功能,因此,语言是文化的重要组成部分,是维护国家利益的重要手段,是一种特殊的战略资源,在综合国力中占有重要的一席之地,也是国家“软实力”的基本要素之一。

随着中国经济的快速发展,中国正被推到国际事务的前台,越来越受到国际社会的高度关注。中国在世界舞台上、在国际非政府组织和各类协会中的话语权正逐步提升,在这种大背景下,需要不断提高我们的跨文化沟通能力,有效进入国际话语体系,有效地把中国的观点立场介绍给世界;加快语言战略,特别是外语战略研究,能够更好地为国家制定语言政策提供咨询建议,为国家成功实现“走出去”战略提供服务。在中国走向世界的进程中,需要不断打破语言屏障;当中国加强软实力建设之际,需要更多的语言支持;当我国的语言生活中因外语教育和外语使用引发的争议争端不断出现时,从国家战略角度思考外语规划和外语政策就成为当务之急,从国家战略发展需要出发研究国外的语言政策和语言教育也迫在眉睫。近年来,一些有识之士积极倡导和推动语言战略研究,体现的正是知识分子的国家意识、社会责任感和战略眼光。

这套丛书的作者来自全国多所院校,跨越语言学、教育学、政治学、社会学、传播学、历史学、数学、管理学和计算机科学等领域和多个语种,丛书的内容涉及与外语相关的教育、管理、社会应用、心理认同、语言政策等多个方面,突出宏观视野和战略层面,方法上注重实证调查和跨学科视角。由于本丛书紧贴语言生活实际,面向国家发展大局,因此可以为政府

决策部门、社会—文化—政治研究、语言政策、语言教育等领域的读者提供现实的参考,相信它在观念、视角、方法和应用性等方面都能给人以有益的启示。

上海外国语大学于2007年12月成立了中国外语战略研究中心,在国家语委和上海市语委等部门的指导下、在多方的关心和帮助下,对中国的外语规划、国外的语言规划开展了一系列探索性质的研究。这套丛书就是中心致力于开创外语战略研究、积极组织和谋划的直接成果。我们希望以此为平台,团结更多的有识之士,进一步推动语言战略研究,特别是以国家战略和社会需求为导向的宏观应用语言学研究的开展。相信它的出版将对我国构建和谐语言生活,为国家语言战略的研究、制定和实施发挥积极的作用。

序

何自然

呈现在读者面前的是一套社会语用调查的分析报告,但同时也是一本学术专著,探讨的是英语作为外语在中国本土内的使用情况以及英语因受汉语言及文化的影响而出现的语用问题。陈新仁教授和他的同事及学生们在社会语言学、语用学理论的指引下,对中国本土内使用英语的语用特征和汉化倾向做了多方面的实际探索:调查了英语作为外语在当代中国家庭生活中的应用情况,英语在中文报刊、中国人名片中的使用状况,英语在中国城市街头广告中的使用状况;也调查了公共场所中的英语标志、高校的英文网页、政府网站中的英语、国产商品说明书英译等方面的英语语用问题。他们在实际调查的基础上,细心观察在本土生活的中国人运用英语时如何受到汉语影响,即对中国语境下英语本土化或称“英语汉化”的情况做出分析,考察了英语名词、形容词的本土化、英语提问方式的汉化等情况,具体收集和分析了英语 bye-bye、OK 等常用口头语在中国语境下使用的接受度。

英语在中国语境下应用有着悠久的历史,早在 17 世纪我国就因与欧洲的商贸往来而在广州、澳门等地逐渐出现掺杂汉-英、汉-葡等各式各样的混杂语言,19 世纪中叶后就形成了所谓中式洋泾浜英语(Chinese pidgin English),即各式各样偏离正式英语的中式英语(Chinese Englishes)(见 Kingsley Bolton, 2003. *Chinese Englishes: A Sociolinguistic History*. Chpt 3. Cambridge: CUP, pp. 122-196)。随着历史的变迁和世界经济的发展,英语成了普遍使用的全球化语言,世界各国的人民都在学习和使用英语,英语作为外语在当代中国本土的应用也因应国情、社会的变化而日渐普及。因此,该书研究英语作为外语在当代中国语境下的使用情况,探讨英语因受汉语言和文化的影响而出现的正面或负面的变异是很有现实意义的。

我国学者对中国本土应用的英语有两种说法,一种称之为“中国英语”(China English),而另一种则称为“中国式英语”或“中式英语”(Chinese English, *Chinglish*),它们都是在一定程度上受汉语影响的英

语。但学者们对两者的界定还不完全一致。按常见的解释,前者似是一个正面的称呼,认为它“是中国工作者的第二语言”,“信息的传递交流工具”,是“成熟语言”,会成为“学习的对象”(如通过 CCTV-9 频道学习英语)和“产生民族认同”。至于中式英语,则被认为是负面的,是“不成熟的语言”,不会涉及民族认同,是“中国英语学习者的中介语”。

其实,将在中国本土应用的英语严格区分为“中国英语”和“中式英语”是有一定困难的,这是因为两者并没有明确的界限,它们都是在中国本土应用的外语。曾几何时,来自中国的“Kung Fu”,“wok”,“Long time no see”等词语早已堂皇地进入正式英语,但它们算是中国英语,还是中式英语呢?国外学者似乎将两者都统称为 Chinese English,而对其其中不被接受的中式英语,有时会称之为 Chinglish。Kingsley Bolton 在他的 *Chinese Englishes* 一书第 5 章就开宗明义地列出当代不同时期的 Chinese Englishes:

My fellow students, you and I have studied in this English colony (指香港——引者) and in an English University, and we must learn by English examples. We must carry the English example of good government to every part of China.

(Sun Yat-sen 1923, cited in Ingrams 1952:261—262)

I have Chairman Mao's works, You have Chairman Mao's works. He has Chairman Mao's works, too. We study Chairman Mao's works hard.

(1977 English textbook, cited in Adamson and Morris 1977:17)

As this century ends and the 21st century approaches, what do we need now? We need heroes. What else do we need? English... Make me an international fighter! Make me a hero! I want to be somebody someday!

(Li Yang, in Zhang Yuan's 2000 film, *Crazy English*)

这些语句显然是说话人按汉语思维说出的关于中国和中国人的事,无论内容和表达方式上都谈不上是地道英语。要是用我们的区分标准,它们到底是中国英语,还是中式英语呢?

我们再看看贬义的 Chinglish。多年前,一位在香港工作的英语学者 M. Varney 在北京发表了一篇文章,题目是:“When is a mistake not a mistake? — an argument for ‘Chinglish’ as a positive advance in the development of the English language”(见 *Teaching English in China*,

Vol. 23, 1991, Peking)。文章的作者连 Chinglish 都给予肯定,没有看成是离格的英语。他指出,人们认为是 Chinglish 的表达方式其实都会被大多数操英语的本族人所接受的。他举例说,当中国人将饮料软包装盒上标示的警示语“请勿乱扔”直译为“*Don't litter*”而不是常用的“*No littering!*”;将“园内不准吸烟,违者严惩”译为“*No smoking in the park, or you will be punished*”,其中用了 *punished* 而不用西方习惯的 *prosecuted*;当翻译人员将“参加宴会要穿‘节日盛装’”说成 *Wear your going-away-on-holiday clothes* 时,操英语的本族人不但不感到困惑,反而认为那是一句很有创意的英语。我们曾做过的一个专项调查也印证了 Varney 上述的观点:生活在美国夏威夷、母语为英语的受试者就曾表示完全接受我们问卷调查中的下述语句:“*I work very hard; and ... you know, no iron rice bowl can be found. And I prefer a bonus to an iron rice bowl*”;“*The wind and rain of 28 years have made me understand how to be on good terms with my colleagues*”;“*I am glad to say you have planted ‘peaches and plums all over China’ during the past 40 years of teaching. Congratulations!*”(见何自然,2003. *Notes on Pragmatics*, 南京师范大学出版社, pp. 213-215.)

用我们的区分标准,Varney 的看法以及得到夏威夷操英语本族人认可的英语到底是中国英语还是中式英语呢?

可见,当这些本土化的英语说出来合乎中国国情,又能得到国际上的理解和接受时,尽管它们并不地道,但都会被视为好的 Chinese English;而当它们被某部门、团体或个人为了某种目的不顾后果地按汉语的表达方式肆意地滥用或生硬地乱用,造成交际障碍或交际失误,那就变成一些不值得提倡的 Chinese English,或者贬称为 Chinglish 了。

Chinese English 也好,Chinglish 也好,都是该书所说的“英语在中国本土化的产物”,是“中国语境下的特殊英语变体”。中国英语作为全球化英语的一个组成部分,随着中国在世界政治、经济舞台地位的不断提升而变得越来越重要。我们要勇气使用中国英语,并尽可能用这种英语表达出既合乎我们国情、同时又得到国际上准确理解的思想。另一方面,中国英语是按汉语思维方式表达的变异英语,当然不会是地道英语,其离格的表达方式可能招致误解和引起尴尬。

Chinese English 作为全球化英语的变体之一,虽然不是地道英语,但正如该书作者严肃指出的那样,必须注意这种英语本土化的可理解性和可接受性。过度的本土化是不妥的,它会导致明显的文化冲突,造成理解

上的障碍,并且带来极其消极的影响。

为了了解英语在中国语境下的语用表现,尽可能努力使这门外语在中国发挥出积极的作用,研究英语在中国各种语境下的使用情况,及时倡导正面的表达方式,对不适宜的、过度本土化的表达方式给予正确的引导,摒弃错误的、不得体的以及可能招致误解的表达方式,这些正是我国英语工作者的重要责任。我很赞赏陈新仁教授和他的合作者们所作的结论:当代中国的迅速发展使其在国际上的影响力日益增大,在这种情况下,作为全球普遍使用的英语在中国本土自然也得到广泛的传播和应用;与此同时,由于受到中国社会文化和语言的影响,英语也会在中国语境下出现过度本土化的情况,形成一些尴尬的英语表达方式;这类中国英语在跨文化交际中往往会起着负面的作用,给民间对外交往带来消极的影响。

该书通过大量实地调查和分析得出了上述正确的论断,它的出版可以为我国广大的英语使用者提供明确的、富有启示作用的指引,为宣传中国,充分发挥 Chinese English 作为英语变体之一在国际交流中的作用,为中国走向世界做出应有的贡献。

2011年5月于

广州白云山

前 言

根据英国文化委员会最近的一次评估,英语是全球大约 3.75 亿人的第一语言,是大约 3.75 亿人的第二语言(English as a second language, ESL),此外大约有 7.5 亿人将英语作为外语(English as a foreign language, EFL)来学习、使用。英语是国际科学界的共同语,不懂英语从事科学研究的人少之又少。英语是科技信息网络的传递媒介。在 2 亿多互联网用户中,有大约 36% 的人使用英语作为沟通工具。英语已经发展成为世界性语言(English as an international language, EIL)、全球性语言(English as a global language, EGL)或国际通用语(English as a lingua franca, ELF),这已是一个公认的事实。如同经济、文化等的全球化一样,英语的这种全球性传播其实也是一种全球化,用帕基尔(Pakir)的话说,这是一种语言的全球化(linguistic globalization)。

有趣的是,英语在走向全球化的进程中也在同时经历着带有地域特色的本土化(nativization)。英语与当地语言不断接触,自身会发生各种变异,从而形成带有当地语言文化色彩的区域性英语变体(regional varieties of English),并逐步得到认可,在国际交流中发挥着越来越重要的作用。在国际知名学者卡奇鲁看来,这种本土化现象一方面反映了外来语的本土化功能,另一方面也说明了语言的活力和创新。

自 20 世纪 70 年代后期以来,中国在改革开放的政策驱动下发生了天翻地覆的变化。对外交往的迫切心情和积极心态让中国走向世界,也让世界了解中国。中国加入世界贸易组织以来,特别是随着北京奥运会、上海世博会的先后成功申办、举办,中国与世界的交融达到了一个前所未有的高度。中国经济、文化等吸引着越来越多的外国人。来自世界各国的商人、游客、官员等遍布中国各地。与此同时,英语成为中国的第一外语,接受过正规教育的中国人绝大多数都或多或少学过英语。英语甚至长时间成为升学、获得学位、升职(称)、出国等必须逾越的一道坎。另一方面,为了方便外国人在中国生活、旅行、工作等,中国各地特别是大中城市在交通、旅游、体育、文化、商业、卫生等领域的公共场所提供了英文标志,不少岗位、窗口提供了英语服务。用国家语委副主任李宇明的话说,

中国已经存在“有限的外语生活”(李宇明,2010:3)。

毫无疑问,英语也在中国发生着本土化。文献中经常提及的“中国英语”(China English)即是英语在中国本土化的产物。一些带有中国社会、文化、语言等特征的语音、词汇、句法、语义、语用、篇章等元素与英语各个层面的系统发生互动,进入到英语的体系中,在丰富英语语言的同时,也形成了中国语境下的特殊英语变体,而这种变体随着中国在世界舞台的地位不断提升而变得越来越重要。

另一方面,英语在中国语境下的存在和使用,也在对中国语言和方言、文化等的体系以及国人的语言文化认同产生“润物细无声”般的影响。伴随英语全球化的是其本族语使用者特别是美国文化的全球化传播。世界各地都有麦当劳的快餐店,可口可乐已经渗透到亚洲和非洲最偏远的地区。几乎所有国家的青年一代都不同程度地追随美国风尚。以英语教育为载体的美国文化传播正在悄然影响着英语学习者和使用者的精神世界。陈新仁(2008)曾组织调研了英语教育对国人特别是大学生的母语、本土文化以及对外语、异域文化的认同情况,发现了一些尽管仍很有限却是非常消极的影响。

英语在中国的传播产生直接或间接的消极影响还包括英语在中国语境下的滥用和误用。改革开放以来,为了方便对外交往,英语作为外语在我国经济活动中占很重要的位置,国内使用汉、英双语的场合多起来了(如商品的包装、产品说明;市区内公共场所、地段;广告、标志用语等)。然而,诚如何自然先生指出的那样,甚至一些供应国内市场的产品,为了“证明”是“出口商品”,也在包装上印上洋文和译名(何自然,1997:155)。一些店名也纷纷(局部)使用英语加以洋化,如“佐登妮丝·索菲娜美容SPA生活馆”、“泡普POP美发沙龙”。这种以使用英语为时尚的做法绝不在少数。英语误用的情况更是数不胜数。各类公共场所使用的英文标志中仅就涉及的错误而言简直是形形色色,各式“中国式英语”(Chinglish)比比皆是。为此,包括北京、广州、青岛、上海、江苏、浙江等省市先后出台公共场所英语译写规范,对规范中国语境下的英语使用发挥了积极的作用。尽管如此,问题仍然大量存在。

在上述背景之下,为了系统、客观、科学地评估英语在中国语境中的传播和使用情况,促进中国语境下外语生活的规范性,提升中国作为一个开放性国家的文明形象以及外国人在中国生活、工作、旅游等的便利,同时为“中国英语”研究提供第一手数据,笔者认为,针对英语在中国的传播、本土化及对汉语、中国人的语言文化认同开展及时、全面的研究是非

常必要的。考虑到此前已经专门探讨了英语传播对于国人特别是大学生的语言文化认同的影响,本书将主要探讨英语在中国各类语境(包括日常生活语境和对外宣传语境两大类)下使用的广泛性、规范性、效用性等问题,同时考察英语在中国语境下的本土化情况(包括本土化方式、可理解性和可接受性、本土化动因等方面)。

本书是研究团队三年来辛勤劳动的结晶。本人负责整个课题的论证、设计,以及全书各章节内容的修订,独立完成了导论(第1章)、结论(第15章)的写作工作,并分别与曹燕黎、陈娟、孙小春、赵万哲、任育新合作撰写了第4、5、6、9、12、13等章节,编辑、整理了全书的参考文献。杨荣华、李民、范勇、高瑞阔、方宗祥、俞希、袁周敏则分别撰写了第2、3、7、8、10、11、14等章节。附录一“中国语境下的英语媒体:调查与分析”由熊英撰写,附录二“英语学习对中国英语学习者民族认同的影响:调查与分析”作为《全球化语境下的外语教育与民族认同》的后续研究,由钟茜韵在本人的指导下完成。

本书为国家语言文字应用“十一五”重点科研项目“国家外语发展战略研究”(ZD115-01)子项目“中国语境下的英语使用及其影响研究”的最终成果,同时得到了上海外国语大学重大科研项目基金及211三期经费、江苏高校优势学科建设工程经费、南京大学“985”三期改革型项目“当代西方语言学前沿理论研究及其应用探索”经费资助。这里,本人谨代表全书的所有作者向关心、支持本研究立项、研究、出版的上海外国语大学中国外语战略研究中心,特别是向中心常务副主任赵蓉晖教授表示诚挚的谢意。

由于笔者及参与研究者的水平有限,加之一些调查涉及的面不够宽、样本不够大,本研究的很多结果还有待进一步的确认。如果本研究能够起到抛砖引玉的作用,引发更多学者和广大英语学习者、使用者对英语在中国的传播、使用和本土化问题的关注,也就达到了预期的目标。对于本书中存在的各种讹误,欢迎读者批评指正。

陈新仁

2010年8月

目 录

第 1 章 绪论	(1)
1.1 本研究的背景	(1)
1.1.1 英语的全球化	(1)
1.1.2 英语的本土化	(3)
1.1.3 英语的中国化	(4)
1.1.4 语言国情调查	(6)
1.2 本研究概述	(8)
1.2.1 主要内容	(8)
1.2.2 研究意义	(8)
1.3 本书结构	(10)

第一部分 英语在中国语境中的应用研究

第 2 章 英语在当代中国家庭生活中的使用情况调查	(13)
2.1 引言	(13)
2.2 调查方法	(14)
2.3 调查结果与分析	(15)
2.3.1 受访者在家庭中使用英语的频率	(17)
2.3.2 受访者在家庭中使用英语的程度	(19)
2.3.3 年龄、文化程度、英语使用能力的影响	(21)
2.4 结语	(22)
第 3 章 英语在中文报纸中使用情况调查	(28)
3.1 引言	(28)
3.2 文献回顾	(29)
3.3 研究方法	(30)
3.3.1 研究问题	(30)
3.3.2 语料来源	(31)
3.3.3 语料标注	(31)

3.3.4	数据统计与分析	(33)
3.4	结果与讨论	(34)
3.4.1	不同地区报纸中的英文使用差异	(34)
3.4.2	不同版面报纸中的英语使用差异	(34)
3.4.3	报纸中对英语的使用幅度差异	(37)
3.5	结语	(38)
第4章	英语在中国人名片中使用状况调查	(40)
4.1	引言	(40)
4.2	名片的英译	(40)
4.2.1	汉语姓名的翻译标准	(40)
4.2.2	专业技术职称、行政职务的翻译	(41)
4.2.3	单位与部门的翻译	(41)
4.2.4	路名、地名的翻译	(41)
4.3	研究设计	(42)
4.4	调查结果与讨论	(43)
4.4.1	名片英语的使用频率	(43)
4.4.2	名片的中英对应	(44)
4.4.3	名片英语的准确率及译写问题	(46)
4.5	结语	(48)
第5章	中国城市街头广告中英语使用状况调查	(49)
5.1	调查背景与目的	(49)
5.2	调查方法	(50)
5.2.1	调查问题	(50)
5.2.2	调查设计	(50)
5.3	调查结果	(52)
5.3.1	对广告中英语使用状况的调查	(52)
5.3.2	相关社会因素对广告中英语使用的影响	(55)
5.3.3	问卷与访谈结果分析	(60)
5.4	结语	(66)
第6章	中国公共场所英语标志语使用状况调查	(69)
6.1	引言	(69)
6.1.1	公共标志英文译写原则	(70)
6.2	调查方法与结果	(70)
6.3	问题分析	(71)
6.3.1	英文单词拼写错误	(72)
6.3.2	译写中的语法问题	(72)