

国际关系学书系

LINGUISTICS OF
INTERNATIONAL
COMMUNICATION

国际传播语言学

童之侠 编著

中国传媒大学出版社

国际关系学书系

国际传播语言学

童之侠 编著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际传播语言学 / 童之侠编著. — 北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 6
ISBN 7 - 81085 - 491 - 7

I. 国… II. 童… III. 传播学 - 语言学 - 高等学校 - 教材 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 041461 号

国际传播语言学

编 著 童之侠

责任编辑 冬 妮

封面设计 源大设计工作室

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 880 × 1230mm 1/32

印 张 12

版 次 2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7 - 81085 - 491 - 7/K · 302 定 价: 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



第一章 国际传播语言学绪论 / 1

第一节 跨学科研究是现代科学的发展趋势 / 1

第二节 国际传播语言学概说 / 2

国际传播语言学的定义及研究意义

国际传播语言学的理论来源

国际传播语言学的特性

国际传播语言学的研究范围和应用领域

第三节 国际传播语言学的研究方法 / 6

辩证逻辑法 历史研究法 实地考察法

个案研究法 整体研究法 数学模型法

第二章 国际传播语言学的理论来源与相关学科 / 14

第一节 语言学 / 14

语言的特性 语言的类型

不同语言的特点 语言发展的规律

索绪尔的语言理论 语法 词汇

语境 文字 副语言 辅助语言

第二节 传播学 / 34

人际传播 组织传播 大众传播

国际传播 受众研究 传播效果研究

第三节 跨文化交际学 / 44

文化的定义和特性 语言与文化

不同文化的差异

中国人和西方人思维方式的差异

高语境与低语境 交际与信息传递

跨文化交际

第四节 符号学 / 63

符号概说 符号的类型 符号的特性

第五节 语义学 / 68

第六节 语用学 / 70

语义学和语用学的区别

句子意义和话语意义 语用合作原则

第七节 修辞学 / 76

第八节 民族学 / 78

第三章 传播媒体及其语言特点 / 82

第一节 传播媒体 / 82

大众传播媒体及其发展

第二节 我国主要的国际传播媒体 / 84

新华社 《中国日报》 中国国际出版集团

中国国际广播电台 中央人民广播电台

中国中央电视台 凤凰卫视

第三节 媒体语言的特点 / 89

媒体语言概说 新词语 数字的表达

第四章 报纸期刊及其语言特点 / 93

第一节 报刊概说 / 93

报纸概说 期刊概说 期刊的发展概况

第二节 报刊的语言、版面与标题 / 98

报刊语言 报刊的标题

第三节 报刊语言的特点 / 100

第五章 广播电视及其语言特点 / 104

第一节 广播及其特点 / 104

广播发展简史 广播的特点 国际广播简史

各国对外广播概况 国际广播的特点

第二节 电视及其特点 / 111

电视概说 电视新闻传播 国际电视传播

世界电视发展简史 中国电视业的发展

第三节 广播电视的语言 / 117

广播语言概说 广播电视新闻语言

广播电视导语 广播电视语言应该注意的问题

广播和电视的共性与差异

第四节 播音和节目主持 / 126

播音和节目主持概说 电视谈话节目主持

第五节 播音主持的语言 / 129

新闻播音 语音和发声技巧

掌握语言艺术 语言运用要准确

人体语言的运用 语言修养

第六章 网络传播媒体及其语言特点 / 143

第一节 网络传播媒体 / 143

网络概说 网络新闻传播 网络国际传播
网络媒体的表现形式

第二节 网络语言的特点 / 150

第三节 网络传播的不平衡和语言问题 / 154

第七章 新闻传播与新闻语言 / 158

第一节 新闻概说 / 158

新闻的基本特性 硬新闻和软新闻
正面报道和负面报道 新闻作品的语言
新闻与文学

第二节 新闻传播 / 165

新闻传播的要素 - 新闻传播的过程
国际新闻传播

第三节 新闻语言 / 169

新闻语言的特点 新闻语言的使用技巧
新闻语言应注意的问题 新闻导语
运用引语 模糊语言的运用
语言禁忌和委婉语

第八章 广告传播与广告语言 / 181

第一节 广告传播 / 181

广告概说 广告创意 跨文化广告传播

第二节 广告语言 / 190

第九章 国际传播中的语言转换——翻译 / 196

第一节 翻译概说 / 196

翻译与意义 翻译的创造性

第二节 翻译的标准 / 206

第三节 翻译的技巧 / 208

直译和意译 习语的翻译

音译与专有名词的翻译

第四节 翻译理论与翻译批评 / 216

第十章 影视文学和影视片译制 / 221

第一节 文学与文学语言 / 221

文学概说 文学语言 英语典故的使用

第二节 戏剧和影视文学 / 226

戏剧和影视文学概说 中国电视剧的发展

电视艺术中的语言

第三节 中国电影译制片简史 / 230

创业和初步发展时期 “文革”时期

改革开放大发展时期

第四节 影视译制片的翻译特点 / 233

第十一章 媒介跨文化传播 / 237

第一节 媒介跨文化传播概说 / 237

第二节 媒介跨文化传播的本质与规律 / 238

符号传播的一般原理

电视话语的制码和解码

跨越语言障碍:翻译

翻译二度编码论

媒介文本的二度符号化

第三节 影视剧剧本的翻译及审美特征 / 241

口语会话原则 声画对位原则

雅俗共赏原则 人物性格化原则

情感化原则

第十二章 世界上的主要语系和语言 / 251

第一节 语言状况概说 / 252

双语现象 皮钦语和克里奥耳语

第二节 各种主要语系 / 257

印欧语系 汉藏语系 阿尔泰语系

阿非罗—亚细亚语系 高加索语系

乌拉尔语系 科伊桑语系 南岛语系

南亚语系 尼罗—撒哈拉语系

尼日尔—科尔多凡语系 达罗毗荼语系

第三节 亚洲主要语言简介 / 263

汉语 蒙古语 朝鲜语 日语

越南语 老挝语 柬埔寨语 泰语

缅甸语 菲律宾语 马来语

印度尼西亚语 尼泊尔语 孟加拉语

印地语 乌尔都语 梵语 泰米尔语

僧伽罗语 哈萨克语 普什图语

土耳其语 阿拉伯语 波斯语

希伯来语

第四节 欧洲主要语言简介 / 284

英语 法语 西班牙语 德语
意大利语 葡萄牙语 荷兰语 丹麦语
瑞典语 挪威语 芬兰语
阿尔巴尼亚语 塞尔维亚—克罗地亚语
匈牙利语 捷克语 斯洛伐克语
波兰语 罗马尼亚语 保加利亚语
希腊语 拉丁语 俄语
乌克兰语 白俄罗斯语

第五节 非洲主要语言简介 / 313

斯瓦希里语 豪萨语 祖鲁语 刚果语

第六节 大洋洲和美洲的主要语言简介 / 315

毛利语 那伐鹤语 克丘亚语

第十三章 国际传播中的语言霸权 / 316

第一节 语言霸权及其产生的根源 / 316

第二节 语言霸权的影响 / 319

第三节 各种语言应该平等 / 321

第十四章 国际传播理想的语言——世界语 / 324

第一节 什么是世界语 / 324

世界语的创始人柴门霍夫

世界语及其优越性

第二节 世界语的现状 / 329

世界语的使用状况

国际世界语协会和国际世界语大会
世界语与国际组织
世界语和互联网

第三节 世界语在中国 / 338

世界语在中国的发展史
我国的世界语组织及活动
我国的世界语媒体
我国的世界语教育

第四节 世界语的发展前景 / 344

第十五章 国际传播语言人才的培养 / 347

第一节 国际传播人才应有的素质及其培养 / 347

第二节 外语教学 / 350

语言习得规律 重视外语能力的培养
学习外语需要大量实践
外语学习的策略

参考书目 / 361

后 记 / 369

第一章 国际传播语言学绪论

第一节 跨学科研究是现代科学的发展趋势

在新技术革命和信息革命的影响下,人类社会现代科学的发展出现了既高度分化又高度综合的趋势。学科之间的渗透发展,促进了思维方法之间的渗透和互补。在科学研究的过程中,综合性特征越明显,人们就越能多视角、多层次、多方面地理解和认识事物的本质。当代社会科学发展的趋势是微观越分越细,宏观更加综合。由于社会问题的复杂性和社会分工越来越细,社会科学专门化的趋势越来越明显,许多社会科学的学科按自身规律发展成为独立的学科。

知识的积累需要分门别类,知识的发展要求密切交融。把知识分门别类,从某种意义上说也束缚了人们的头脑。要解决这个问题,只有通过积极促进学科之间的交融,重新建构新的知识框架,从新的角度深化对事物的认识。现实世界中的任何事物都不是处于简单孤立的状态,总是有复杂的综合因素在起作用。事物都具有多种属性,只有把各种属性交叉联系,才能真正认识事物的本质和规律性。客观事物的复杂性结构要求人们对其有全面的认识,要采用综合的、系统的、立体的思维方式,尽可能了解客观对象历史的和现存的全部事实、全部联系和全部因素,使思维沿着横向、纵向、逆向延伸,剖析事

物间的内在联系,博采各家之长,总结历史,研究现状,展望未来,形成新的理论。

科学发展史证明,没有学科之间的相互渗透,没有跨专业的研究,就没有科学的今天。人类社会越是向前发展,人们的实践活动越是深入,所遇到的综合性问题就越多,产生交叉科学的契机也就越多。恩格斯根据客观自然界运动形式多样性的统一性原理,深刻地揭示了各种运动形式以及相应的各门学科之间的辩证关系,并预言在已有学科的边缘地带进行探索,可望取得更大的收获。国际传播语言学就是这样的一门综合性学科。

第二节 国际传播语言学概说

国际传播语言学的定义及研究意义

各个领域都有一套自己的语言,如文学语言、传播语言、艺术语言、外交语言等等。国际传播语言学研究的是国际传播语言。概括地说,国际传播语言学是一门由语言学、传播学和跨文化交际学交叉渗透、协同互补而形成的学科。它的形成是现代科学发展过程中由于各门学科的相关性而出现的边缘学科。

国际传播语言学是一个含有许多既相互独立又相互联系的子系统的有机整体,是以信息论、系统论、控制论为研究方法,运用语言学、传播学、跨文化交际学等学科的理论 and 成果来解释、研究国际传播语言现象及其规律的一门涉及面广泛的综合性学科。国际传播语言学是研究国际之间跨文化的信息传播活动中,语言使用的状况、特点、规律和发展趋势的一门有特色的学科。

国际传播语言学这门新兴的学科具有十分重要的理论意义和实践意义。在全球化的今天,它是社会发展的需要。我们需要运用多方面的知识,对国际传播语言进行综合性的研究,以揭示国际传播语言的规律,论证国际传播语言的原理,说明国际传播语言的研究方法,指导国际传播语言的实践。

国际传播语言学的理论来源

当代社会是信息的社会,语言作为一种信息系统,在社会的交际活动中起着非常重要的作用。语言符号承载的是信息,信息是传播过程中的要素。对传播中所使用的符号的研究构成了传播研究的重要组成部分。传媒语言具有现代性、广泛性的特点。大众传媒的题材范围宽广,报纸杂志和广播电视的内容包括社会生活的几乎所有内容。要使语言成为大众传媒理想的工具,就必须了解传媒语言的特色,掌握其规律。媒体语言研究包括广播影视语言研究、播音员和主持人语言研究、网络语言研究、报刊语言研究、广告语言研究、新词语研究等等。随着社会的发展,人类的传播经历了口语传播、文字传播、印刷传播、电子传播、网络传播等发展阶段。但是不论在哪个阶段,传播都离不开语言这个最基本的要素。因此,传播和语言是息息相关的。语言学是国际传播语言学的一个重要理论基础。

传播是人类社会生活不可缺少的活动。任何人都是在特定的社会结构中生活的,每个人或每个组织都需要和其他人、其他组织进行社会接触,这只有通过互相传播信息才能实现。传播信息起着桥梁作用,使个体与个体、个体与组织、组织与组织相互关联。没有传播就不能形成社会。在日常生活和工作中,我们随时都在有意或无意地向周围环境传播信息,同时我们又在接受外界传来的信息。传播学研究传播的概念和本质,信息与对象交互作用的规律,信息的产生与获得、加工与传递,各种符号系统的形成及其在传播中的作用,各种传播媒介本身的地位和作用,传播与社会各领域、各系统的关系等等。对于国际传播语言学研究而言,传播学是不可缺少的一个重要理论基础。

国际传播是在不同文化之间进行的交流活动,因此跨文化交际学也是国际传播语言学的一个重要理论基础。此外,国际传播语言学还涉及符号学、语义学、语用学、修辞学、文学、民族学、翻译学、国际语学等许多学科。

国际传播语言学是一门交叉学科,它是通过不同学科的相互作用和相互结合而产生的,具有跨学科性。

国际传播语言学的特性

国际传播语言学主要具有以下特性:

1. 综合性

国际传播语言学是语言学、传播学和跨文化交际学的交叉学科。在研究的过程中,需要参照其他学科的研究过程和研究成果,联系个体因素、社会因素和自然因素,对国际传播语言的各个方面做综合的考察。

2. 系统性

在探讨国际传播语言的结构时,我们首先要把它看做是一个由语言、传播、文化等子系统构成的有机整体,因而要广泛地研究各个子系统之间各种现象的相互联系和相互制约,以达到对整体结构和过程的把握。系统在整体上的性质并不是其组成要素性质的机械相加之和,而是整体大于部分之和。在对系统进行研究时,要注意系统的结构是分层次的,不同层次的结构之间既有量的区别,又有质的差异。低层次的结构是高层次结构的基础,高层次的结构制约着低层次的结构。我们要从系统整体出发,将分析与综合辩证地结合起来,把研究对象视做一个由相互联系、相互作用的要素所构成的有机整体。

3. 科学性

科学是人类探讨事物构造和规则的理性认识,以及这种理性活动成果的理论性、体系性的知识。国际传播语言学之所以能成为一门科学,就是因为它具有不同于其他事物的客观规律性。人们在研究国际传播语言活动的过程中,逐渐认识了国际传播的语言规律。我们要通过科学理论的指导,运用科学的方法,取得对国际传播语言的规律性认识,并用以指导具体的实践。科学性的保证在于充分地实现理论研究与经验研究、定性分析与定量分析、宏观探索与微观探索、动态考察与静态考察的有机结合。

4. 实践性

国际传播语言学不是一门纯理论的学科,它是一门实践性很强的学科。研究国际传播语言学的目的在于更好地为现实社会服务。

实践是检验真理的惟一标准。只有通过实践,才能使理论与现实紧密地结合起来,只有通过实践才能检验出国际传播语言学理论的正确性,只有经过不断实践,国际传播语言学的理论才能不断地发展和完善。

5. 创造性

任何科学研究都不能没有创造性。单一学科的直线研究,其创造性主要是代替性的,提出新概念代替旧概念,创立新理论代替旧理论。而交叉研究则表现出了一种独特的创造性,即综合创造性。研究国际传播语言学需要进行创造性思维,要突破旧的思维模式,加强学科之间的渗透,取长补短,相得益彰,寻找解决国际传播语言问题的新途径。创新精神需要宏观思维,即整体综合思维。宏观思维就是能从各个侧面、各种角度全面审视和考察研究对象及其与外部世界的联系,要有通观全局、把握全局的能力。要达到一个制高点,从纵览全局中透视问题。宏观思维具体表现为判断能力、比较能力和洞察能力。要能对事物进行正确的判断,能对各种事实作纵向和横向的比较鉴别,把握事物之间的相似性、特异性及相互联系。要能以深刻的洞察力来分析复杂的社会现象,透过事物的表面现象挖掘事物的本质。创造性思维应该具有宏观性、多向性、求异性、开放性和前瞻性。创造性的工作必须与时俱进,不断探求新情况,研究新问题,善于发现新事实,善于总结解决当前问题的新经验,善于捕捉给人以启迪的各种新思想、新观点,善于探寻事物发展的新趋向。

国际传播语言学的研究范围和应用领域

国际传播语言学的主要理论来源是语言学、传播学和跨文化交际学,因此,这三门学科是国际传播语言学的研究基础。要研究国际传播语言学,必须对这些学科有比较系统的了解和研究。

国际传播语言学还涉及到符号学、语义学、语用学、修辞学、民族学、翻译学、国际语学等学科,它们也属于国际传播语言学的研究范围之内。此外,国际传播语言学还研究报刊、出版、广播、电视、电影、网络等大众传播媒体,从而使我们能够更好地掌握大众传媒语言在国际传播中的应用。国际传播语言学要研究国际传播媒体语言的特

点,包括报刊语言的特点、广播电视语言的特点、网络语言的特点、新闻语言的特点和广告语言的特点。

国际传播语言学与世界上语言的使用状况、世界上的主要语言、国际传播中的语言转换——翻译等等都有非常密切的关系,所以它们也是国际传播语言学研究的重要内容。

为了从根本上解决国际传播中的语言问题,我们认为,作为国际辅助语的世界语是国际传播的理想语言。因此我们应该研究世界语,积极支持世界语的宣传与推广,以便消除国际传播中的语言障碍,提高国际传播的效率,更好地促进国际传播的发展。

国际传播语言学的应用范围很广,包括国际间的信息和文化传播活动以及广播、电视、报纸、杂志、新闻、出版、电影、网络等大众传播媒体,以及广告、翻译、影视片的译制等等。

国际传播语言学的应用领域还包括国际传播语言人才的培养,外语教学与对外汉语教学,以及国际语的规划与推广。

第三节 国际传播语言学的研究方法

研究方法在科学认识的深化进程中起着重要的作用。国际传播语言学的研究方法具有一般科学方法论的某些共同特征,同时也有一些自己的特点。研究的主要方法有资料搜集、数据采集、实地调查、分析对比、归纳总结、理论探讨等等。

我们要对国际传播语言做系统的探讨,就要进行多角度的透视,展现其各个层面的特点和规律。在研究中,要贯彻“中学为体,西学为用”的原则,既借鉴西方的理论和方法,又立足于中国的实际,坚持求真务实的学风。研究语言要对大量语言事实做深入调查。不能只是在一个狭小的领域中研究,我们的研究需要涉及古今中外的许多领域。要把理论和实践、基础研究和应用研究、文献研究和活的语言研究结合起来。

国际传播语言学及其研究的对象不是封闭的,它的方法需要不断发展、深化来保证它的丰富性和科学性。科学研究应该以观察获