

美国主流媒体上的 “中国英语”实证研究

范 勇 著



科学出版社

美国主流媒体上的 “中国英语”实证研究

范 勇 著

科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

美国主流媒体上的“中国英语”实证研究 / 范勇著. —北

京: 科学出版社, 2013.12

ISBN 978-7-03-039424-8

I. ①美… II. ①范… III. ①英语—研究—中国 IV. ①H310.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第309866号

责任编辑: 阎 莉 / 责任校对: 邹慧卿

责任印制: 钱玉芬 / 封面设计: 无极书装

联系电话: 010-6403 0529 电子邮箱: yanli@mail.sciencep.com

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013年12月第 一 版 开本: A5 (890×1240)

2013年12月第一次印刷 印张: 8 1/4

字数: 400 000

定价: 58.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)



本书为
2010 年度教育部人文社会科学一般项目
——“美国主流媒体上的‘中国英语’研究(项目号:10YJA740022)”
主要研究成果

前 言

“中国英语”作为一个严肃的学术概念，是由我国已故著名英语语言学家和英语教育家葛传槩先生 1980 年在《翻译通讯》上首次正式提出来的，他当时指出：“在旧中国和新中国，讲或写英语时都有些我国所特有的东西要表达。如科举(imperial examinations)、翰林院(Hanlinyuan 或 Imperial Academy)、“五四”运动(May Fourth Movement)、赛先生(Mr. Science)、德先生(Mr. Democracy)、白话文(bai hua wen 或 bai hua)等不属于讲英语民族的人所惯用的词语，应当称作 China English。”(葛传槩，1983：93)从那以后，在我国外语界关于“中国英语”的讨论和研究已有近三十年的历史。近年来，随着我国国际地位的日益上升和我国在全球政治、经济和外交领域发挥日益重要的作用以及我国对外宣传及文化传播力度的加大，再加上大量具有鲜明时代性的汉语文化特色新词汇不断涌现，这一课题的研究也得到了学者们更多的关注，因为“中国英语”“已跳出学术探讨的范围而成为一个为社会所瞩目的语言文化现象。”(马文丽，2009：465)

不过，当前我国外语界在“中国英语”研究中所存在的一个问题是“主要是采取自上而下而不是自下而上的方法，即不是根据客观的语料来证实中国英语的存在”(王建国，2009：17)，胡晓丽(2008：29)也认为：关于“中国英语”的研究，“成果中宏观的论述、描写过多，微观层面的精细分析和有价值的模式化个案研究不多。”

虽然学者们对于“中国英语”所下定义不一，但大多认为“中国英语”应该有两个成立前提。一是“表达中国社会文化诸领域的特有事物。”(胡晓丽，2008：13)二是“中国英语是以标准英语，或称规范英语为核

心”(同上),或者说是“以遵守英语的规范为前提,是能被国际社会认可和接受的形式。”(肖华,2009:4)

在国内有关“中国英语”的一些实证研究中,研究语料主要来自“国内的英语新闻媒体、报纸杂志及正式出版物。”(肖华,2009:26),然而,这些语料的作者大多是以汉语为母语的中国人士,因此,很难保证从中找到的“中国英语”样本在规范性上不受汉语干扰,而且这些语料的主要受众是国内的英语学习者和在国内的外国人士,在国际上的传播范围有限,无法肯定其中的“中国英语”样本就是被国际社会认可和接受的形式。

近年来,随着国际主流媒体对中国社会越来越关注,有关中国的报道数量越来越多,“‘中国英语’也开始频频出现在国际知名英语报刊上”(马文丽,2009:467),金惠康(2004:F6)认为:国际现代英文媒体的主流内涵是确定“中国英语”规范的来源之一。

笔者认为,要对国际交流中的“中国英语”进行细致、真实和深入的描写性研究,应该以国际主流英文媒体上在较长时间跨度内(至少1年以上)的所有关于中国的报道为语料,广泛收集其中出现的大量“中国英语”样本,因为它们出自英语国家本土的英文媒体,语料作者是母语为英语的英美等国本土人士,因此可被认为是“符合英语规范,并能为英语国家广大受众所理解和接受”的真实研究样本,并有充分的样本数量保证,在此基础上以各种视角和方法进行深入分析(包括定性和定量的研究),可以保证研究结论的可信度、可靠性和可推广性,在很大程度上揭示当今国际交流中的“中国英语”的特征、规律和趋势。

基于以上研究思路,笔者从2009年1月1日开始至2011年4月4日,在历时两年三个月时间里,从《纽约时报》网站下载了该报所有与中国有关的报道(约1300篇)全文,并对每一篇报道通篇细读,在这些报道上共找到“中国英语”样本共586个(不包括重复样本)。笔者通过电脑软件对这些样本进行了汇总和整理,并记录了这些样本的汉语原词、

所在句子上下文和所来源文章的标题、日期及版面等辅助信息，并梳理了这些“中国英语”的构成方式(如音译、直译、直译+解释、音译+解释等)以及它们的所属文化范畴(如政治、经济、社会、历史、地理、宗教等)，在这一样本库的基础上，从各种不同问题视角研究了国际主流媒体上“中国英语”的诸多规律和特征，以及与之有关的社会、文化和政治背景因素，最后深入讨论了这些研究结论对于英语变体研究、对外宣传汉译英、中国文化“走出去”战略、中国的大学英语教学等各方面的启示。

笔者之所以将《纽约时报》作为搜集和研究“中国英语”的国际主流英文媒体，一是和杂志媒体相比，报纸的发行量更大，出版周期更短(每日发行)，受众面更广；而《纽约时报》是美国历史最为悠久、发行量最大和影响力最强的报纸，也是刊登有关中国报道最多的一家媒体，它作为全球传播影响力最强的国际主流媒体之一，在其新闻报道中出现的“中国英语”能够在全美乃至全球得到广泛的传播和接受，甚至最终有可能在英语中逐渐沉淀下来成为“世界英语”词汇的有机组成部分；二是作为“中国英语”样本出处的这些新闻报道的作者大都是母语为英语的美国本土人士或以英语为官方语言国家的人士，他们对所使用的“中国英语”的规范性、正确性、可理解性和可接受性有比较准确的直觉判断，再加上新闻媒体作者往往有很强的目标读者意识，因此，我们可以在很大程度上相信：在《纽约时报》上找到的“中国英语”样本大多是符合英语规范，能够被全球广泛的读者群(特别是英美等英语国家读者)所理解、接受、关注和认同，能够在真正意义上进入国际交流并有可能成为“世界英语”的词汇。

笔者希望通过本书研究所获得的结果，揭示当今国际媒体上“中国英语”的特征与规律及其发展趋势，以及与之有关的各种大文化背景因素，并为“中国英语”及“世界英语”的研究、为我国的对外宣传翻译、对外文化传播策略和中国大学英语教学等方面提供有益的启示。

在本书中,笔者对《纽约时报》涉华报道上所发现的众多“中国英语”样本进行了以下几个方面的深入研究。

一、“中国英语”样本的样态分析

1. “中国英语”的样本数量、出现概率和语言层次:在本书研究中,笔者从2009年1月1日至2011年4月4日《纽约时报》上刊登的约1300篇涉华报道上共找到586条“中国英语”样本,但这些样本和它们所出自的研究语料(共269篇文章)相比,出现概率较低;其次,这些“中国英语”样本绝大多数出现在词汇和短语的层面上,以完整句子形式出现的很少,更不存在任何语篇层次上的“中国英语”样本。

2. “中国英语”样本构成形态的定性分析:通过对这些“中国英语”样本的构成特征进行梳理和归纳,并借鉴目前有关“中国英语”类型学的几种代表观点,我们将本书研究中所有“中国英语”样本的构成形态划分为以下几种类型:1)音译词;2)音译+类词;3)音译+释义;4)译借词;5)译借+释义;6)意译词。笔者针对每一种构成形态的“中国英语”,通过丰富的具体例证详细描写分析了它们的各种特点。

3. “中国英语”样本构成形态的定量分析:通过图表形式直观地描写了每一种构成形态的“中国英语”的样本数量和占样本总数的比例。

二、“中国英语”样本的总体文化取向分析

在对两种基本的文化取向——“异化”和“归化”进行界定后,笔者论证了“音译词”、“音译+类词”和“译借词”是最典型的“异化”式“中国英语”,“音译+释义”和“译借+释义”也可以看做是两种“异化”表达方式,只有“意译词”是一种“归化”式“中国英语”。通过对“异化”式“中国英语”样本和“归化”式“中国英语”样本各自所占

比例的分析,确认在《纽约时报》上出现的“中国英语”体现出非常明显的“异化”表达方法,在文化取向上主要立足于汉语的语言特点、文化色彩和思维方法。最后,笔者从当今世界的文化全球化和多极化发展趋势、美国多民族和多元化社会文化传统、美国媒体的新闻写作目的、美国的新闻修辞传统和写作风格等几个方面论证了《纽约时报》上“中国英语”的“异化”取向的成因。

三、“中国英语”样本的文化范畴分析

1. 本书对“文化”和“文化范畴”的定义:根据本书的研究内容和研究目的,我们在对“中国英语”文化范畴的分析中采用了广义的“文化”定义,即:某一民族的文化是指该民族在其社会历史发展过程中所创造的物质和精神财富的总和。本书研究中的“文化范畴”,是指构成一个民族文化的不同组成部分(包括精神方面和物质方面)。

2. 在此基础上,我们将“文化范畴”划分为以下11类:1)政治类;2)经济类;3)社会类;4)历史类;5)地理类;6)宗教类;7)民俗类;8)文体及艺术类;9)传统思想类;10)语言类;11)物产类。

3. 通过丰富例证描写了每种“文化范畴”下的“中国英语”的性质和特点。

四、“中国英语”的历时分析

1. 《纽约时报》涉华报道语料数量的历时分析,这一分析表明:《纽约时报》无论是在涉华报道的篇数上还是在这些报道中出现的“中国英语”样本数量上都呈逐年递增的趋势。

2. 各类结构形态的“中国英语”样本分布比例的历时分析。

3. 各种文化范畴的“中国英语”样本分布比例的历时分析。

五、“中国英语”中的意识形态研究

笔者首先概述了翻译与“意识形态”的关系,然后通过典型例证,详细分析了《纽约时报》上出现的“中国英语”样本中意识形态偏见的各种表现方式,包括:1)故意添加意识形态符号;2)“音译+释义”和“译借+释义”中的有意识改写;3)“译借词”中的译词选择;4)“意译词”中的意识形态视角。最后,笔者分析了《纽约时报》上出现的“中国英语”样本所表现的意识形态偏见对我们的启示,包括:1)新闻词语翻译的意识形态话语属性;2)新闻报道的强烈意识形态性;3)在我国对外宣传翻译中要慎重借用外国媒体上的政治类“中国英语”,避免其中出现不当的政治含义。

六、“中国英语”中的“汉语借词”研究

1. 本书研究中对“汉语借词”的界定:英语中的“汉语借词”可以看做是一种特殊的“中国英语”,是“中国英语”中那些已被英语词汇系统吸收和同化的那一部分,而“中国英语”被英语词汇系统吸收和同化的标志,就是它们已被一部或多部权威英语词典(牛津、韦伯斯特或朗文等词典)所收录,在本书研究中,我们以全球公认的两大权威英语词典的最新版——《朗文当代英语词典(第5版)》和《韦伯斯特大学词典(第11版)》(*Longman Dictionary of Contemporary English(5th Edition)* (DVD-ROM), Pearson Education Limited, 2009 & *Merriam-Webster's 11th Collegiate Dictionary* (DVD-ROM), Merriam-Webster Incorporation, 2003)的收录情况来确定“中国英语”样本中哪些属于“汉语借词”。

2. 《纽约时报》上出现的“中国英语”样本中的“汉语借词”的数量、比例和收录情况分析:经过查证,共发现有54个被这两部词典中至少一本或全部收录的“汉语借词”,从比例上说,仅占全部586个“中国英语”样本的9.2%,这一结果表明,在“中国英语”中,真正被英语吸

收而成为英语共核词汇系统一部分的“汉语借词”仅占很少比例。

3. “汉语借词”的文化范畴分析：在《纽约时报》上发现的“汉语借词”的所属范畴较广，分布比例也相对平均，比例最多的是“历史类”和“地理类”，各占总数的 18.5% 和 16.7%，其次是“物产类”、“地理类”和“宗教类”，分别占样本总数的 13%、11.1% 和 11.1%。

4. “汉语借词”的借入时间分析：根据对这些“汉语借词”在以上两部词典中标注的首次在英语文献中出现的时间，我们发现 19 世纪以前借入英语的汉语借词数量较少，到了 19 世纪，被英语吸收的“汉语借词”数量激增，而进入 20 世纪以后，英语中的“汉语借词”数量呈加速增长的趋势。

在对《纽约时报》涉华报道上搜集的“中国英语”样本进行以上几个方面的深入研究以后，笔者讨论了以上研究所取得的结果在几个方面的启示意义，包括：

第一，本书研究结果对“中国英语”与“世界英语”理论的启示：首先介绍了国际上有关“世界英语”研究的主要理论，特别是在英语本土化/英语变体研究中最为广泛引用的美国社会语言学家 Kachru 的“世界英语三大同轴圈”理论，然后，笔者借鉴我国学者有关“中国英语”的研究结论，论述了“中国英语”与“世界英语”的关系和在“世界英语”中的地位 and 影响，在此基础上，笔者深入探讨了本书研究结果对于“中国英语”与“世界英语”理论研究的各种启示和意义。

第二，本书研究结果对全球化语境下跨文化交流的启示：首先介绍了全球化语境下跨文化交流的特征和趋势，说明了在当前我国的对外交流中推进“中国文化走出去”战略的意义，然后根据本书的研究结果，重点讨论了两个方面的问题：1) 在中国对外交流中，“中国英语”的“异化”倾向的跨文化价值；2) “中国英语”在中国文化对外传播中的作用和意义。

第三，本书研究结果对于外宣翻译的启示：主要论述了“中国英语”

在外宣翻译中的作用,包括:在翻译中国文化特色词汇时,我们要有足够的自信,优先采用“中国英语”传播原汁原味的中国文化,本书的研究结果证实采用音译词、译借词这样异化色彩强烈的“中国英语”来表达有中国特色的独一无二的事物,一方面可以最大限度地保留中国传统文化的特色,激发异族人民对中国文化的好奇与探索心理;另一方面也可以展示民族语言的风格,无形中起到了推动汉语在全球的影响作用。

第四,对我国大学英语教学中跨文化意识培养的启示:首先分析了当前我国高校英语跨文化教学中存在的种种不足,包括:教师对跨文化教学的误解、编者对教材内容选取的缺陷、学生对本土文化了解的缺乏。在此基础上,论证了高校英语跨文化教学中加强“中国英语”教学的有效途径,包括:在英语全球化和本土化背景下对英语教学目标的重新认识、对英语教材中本土化内容的充实、在英语教学中传授“中国英语”的理念和途径以及在高校英语测试中加入有关中国文化表达的内容(包括对“中国英语”词汇掌握程度的测试)等。

在本书最后,附录了三篇讨论“中式英语”的文章,其中一篇为笔者撰写“从《纽约时报》网站上关于‘中式英语’的两篇专题文章及跟帖管窥英语国家人士如何看待‘中式英语’及相关思考”,另外两篇为报纸文章,标题分别为:“‘中式英语’受追捧,应学老外包容度”和“为‘中式英语’说两句公道话”。这三篇文章一反国内外语界对“中式英语”的全盘否定态度,以“另类”的眼光探讨了如何看待“中式英语”的问题,文中的观点虽然可以商榷,但文章的目的在于启发读者对“英语在中国本土化”这一话题作更加深入的思考和探究。

本书是笔者主持的“2010 年度教育部人文社会科学一般项目”——“美国主流媒体上的‘中国英语’研究(10YJA740022)”的主要成果,可供英语语言学、翻译研究、文化研究、英语教学等相关领域的学者、教师和研究生及本科生使用和参考。

本书是笔者对国际主流媒体上“中国英语”大量样本进行系统性描

述研究的一次尝试，希望本书的研究结果能够对“中国英语”及“世界英语”理论的研究和中国文化对外推广、对外宣传翻译以及我国大学英语中的跨文化教学提供一些有益的启示和建设性意见，由于笔者学识水平和研究能力有限以及时间和精力限制，本书内容中的错误疏漏和不当之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

范 勇

2013年7月于南京信息工程大学

目 录

前言	i
第1章 绪论	1
第2章 有关“中国英语”研究状况综述	8
2.1 “中国英语”的定义	9
2.2 “中国英语”与“中式英语”的区别	12
2.2.1 规范性不同	13
2.2.2 汉语言与汉文化的迁移作用不同	13
2.2.3 使用的范围不同	14
2.2.4 个体与整体的不同	14
2.3 “中国英语”与“英语变体”研究	15
2.4 “中国英语”语言特征的研究	16
2.4.1 “中国英语”语音层面的特征	17
2.4.2 “中国英语”句式层面的特征	17
2.4.3 “中国英语”语篇层面的特征	18
2.4.4 “中国英语”词汇层面的特征	18
2.5 “中国英语”的主要功能	21
2.5.1 标记功能	22
2.5.2 促进功能	22
2.5.3 传播中华文化, 促进中外文化交流	23
2.6 目前“中国英语”研究中所存在的问题	23
2.6.1 概念不统一, 理论薄弱	23
2.6.2 研究方法上的缺陷	25

2.6.3 研究语料上的问题	26
2.7 其他相关研究	26
2.8 “中国英语”研究的发展趋势	28
第3章 本书研究内容介绍	31
3.1 研究目的	31
3.2 本书研究语料与“中国英语”样本的搜集	33
3.2.1 《纽约时报》介绍	33
3.2.2 “中国英语”的界定	34
3.2.3 研究语料的搜集	34
3.2.4 “中国英语”样本的查找	34
3.3 对“中国英语”样本的多维度研究	35
3.3.1 “中国英语”样本的数量统计和语言层次分布分析	35
3.3.2 “中国英语”样本的构成形态分析	35
3.3.3 “中国英语”样本的总体文化取向的分析	36
3.3.4 “中国英语”样本的文化范畴分析	36
3.3.5 “中国英语”样本的历时研究	37
3.3.6 “中国英语”样本的意识形态偏见研究	37
3.3.7 “中国英语”样本中的“汉语借词”研究	37
3.4 对本书研究结果的进一步思考	38
3.4.1 对“中国英语”研究和“世界英语”理论的启示	38
3.4.2 对全球化语境下跨文化交流的启示	39
3.4.3 对于外宣翻译工作的启示	39
3.4.4 对我国英语教学的启示	39
第4章 对“中国英语”样本的样态分析	40
4.1 “中国英语”样本的数量及语言层次分析	40
4.2 “中国英语”样本构成形态的定性分析	41
4.2.1 音译词	42

4.2.2	音译+类词	51
4.2.3	音译+释义	55
4.2.4	译借词	67
4.2.5	译借+释义	72
4.2.6	意译词	82
4.2.7	一词多译	96
4.3	“中国英语”样本构成形态的定量分析	97
4.3.1	“中国英语”样本总数及出现概率	97
4.3.2	“中国英语”样本的语言层次	99
4.3.3	各种构成形态的“中国英语”样本的分布比例	100
第5章	“中国英语”样本的总体文化取向分析	103
5.1	两种“文化取向”——“异化”和“归化”的定义	103
5.2	“中国英语”样本的总体文化取向的定量分析	104
5.3	“中国英语”“异化”取向的成因分析	105
第6章	“中国英语”样本的文化范畴分析	108
6.1	本研究中对“文化”和“文化范畴”的定义	108
6.2	“中国英语”样本的文化范畴分类方法	109
6.3	“中国英语”样本所属文化范畴的定性分析	111
6.3.1	政治类“中国英语”	111
6.3.2	经济类“中国英语”	123
6.3.3	社会类“中国英语”	127
6.3.4	历史类“中国英语”	133
6.3.5	地理类“中国英语”	136
6.3.6	宗教类“中国英语”	139
6.3.7	民俗类“中国英语”	142
6.3.8	文体艺术类“中国英语”	146
6.3.9	语言类“中国英语”	151

6.3.10 传统思想类“中国英语”	155
6.3.11 物产类“中国英语”	157
6.4 各类文化范畴的“中国英语”样本的定量分析	162
6.4.1 各类范畴的“中国英语”样本的分布比例分析	162
6.4.2 每种文化范畴“中国英语”构成形态的定量分析	164
第7章 “中国英语”样本的历时分析	169
7.1 《纽约时报》涉华报道语料数量的历时分析	169
7.2 “中国英语”样本数量的历时分析	170
7.3 各类形态“中国英语”分布比例的历时分析	170
7.4 各种文化范畴的“中国英语”样本的历时分析	172
第8章 “中国英语”中的意识形态偏见研究	174
8.1 翻译与意识形态概述	174
8.2 “中国英语”中意识形态偏见的表现	175
8.2.1 故意添加意识形态符号	175
8.2.2 “音译+释义”和“译借+释义”中的有意识改写	178
8.2.3 “译借词”中的译词选择	180
8.2.4 “意译词”中的意识形态视角	182
8.3 《纽约时报》上的“中国英语”的意识形态偏见对我们的 启示	184
第9章 “中国英语”中的“汉语借词”研究	187
9.1 “汉语借词”的概念	189
9.2 “中国英语”中的“汉语借词”的数量、比例、收录情况 分析	190
9.3 “汉语借词”的构成形态分析	193
9.4 “汉语借词”的文化范畴分析	194
9.5 “汉语借词”的借入时间研究	196
第10章 本书研究结果的启示意义	198