

中式英语反哺英语社会  
从「土味」到「土酷」

近期,首款国产3A游戏《黑神话:悟空》风靡全球。游戏中的角色、场景、道具等元素,没有沿用传统的英文翻译,而是大胆采用了汉语拼音直译。然而外国网友们并没有因为语音门槛而降低对游戏的热情,反而开启“补课”模式。很多外国网友为了了解故事背景,甚至连夜读起英文版《西游记》。

在英语这个全球通用的语言舞台上,中式英语(Chinglish)曾经被视为一种“土味”的存在,但如今,它却逆袭成为“土酷”的代名词,不仅在全球范围内赢得了尊重和喜爱,更成为国人文化自信的生动写照。

从“Long time no see”(好久不见)到“Gelivable”(给力),中式英语正以其独特的魅力和幽默感,跨越语言的障碍,连接不同的文化。今天,让我们一起看看中式英语如何在世界语言的舞台上,跳出自己独特的舞步。



胡振兴(中)给非洲员工开会(视频截图)。

海南日报全媒体记者 侯赛



中式英语:从“土味”到“土酷”

相信很多国人在初学英语时,曾经被纠正过一些不规范与不标准的英语表达。比如“我有时间”经常被英语初学者直接翻译成“I have time”,虽然在英语中,这样的表达在语法上也是正确的,但如果表达“我有空”的意思,更地道自然的表达应该是“I am free”。不少英语初学者常常因自己的英语不够地道而缺乏自信,羞于开口。

然而随着时间的推移,人们开始从新的角度来欣赏中式英语,并发现其中蕴含的文化特色和幽默感。比如,日前,一位名为YourKris的博主在中国社交平台上发布了两张她与男友分别时感伤瞬间的照片,然后她的帖子很快就被中国用户的“中式英语”评论淹没了。虽然大家也不知前因后果,但不耽误热心肠的中国网友们纷纷用中式英语暖心安慰着她:“You pretty, he ugly, you swan, he frog”(你长得漂亮,他长得丑,你是天鹅,他是青蛙)。这句中式英文,直接成了外网的爆款语录,甚至被外国网友盛赞为“当代莎士比亚语录”。中国网友再一次凭借无与伦

比的幽默感,给了互联网一点“小小的震撼”。

再比如,去年底,河南大哥胡振兴在非洲给员工开会,一口流利的“河南版”中式英语同样引发全网关注。“气势到位,太有那味了!”很多网友表示,大哥的发音可能没有那么专业,甚至还带有一点地方口音,但是说出来能和大家交流,就越来越自信了。视频发到网上之后,没想到,网友们不仅没有嘲笑他的口音,还对他的英文赞赏有加,并感叹:“胡大哥,让我打通了学英语的任督二脉”“再也不害怕用英语开口和社交了”“一个‘啊’字是对祖国深深的眷恋和怀念”。

忆往昔,不少国人觉得中式英语很“土气”,在对外交流中总担心自己的英语不够标准、不够专业地道,对语法锱铢必较。看今朝,不但越来越多的中国人大方地说中式英语,还能获得网友的点赞。而且,许多外国友人也不自觉地使用一些中式英语,像“add oil”(加油)“lose face”(丢脸)等许多带有中国特色的英语表述,已经走进了外国友人的日常生活中。

中式英语成为文化符号

中式英语的逆袭,不仅是一场语言的变革,更是一次文化自信的觉醒。曾经被视作“土味”的中式英语,如今却成为了“土酷”的代名词。从“土味”到“土酷”的转变,反映了中国在全球文化舞台上的地位提升,以及中国人对自身文化的认同与自豪。

在《黑神话·悟空》中,孙悟空不再是“Monkey King”而是采用“Wu Kong”。尽管在一定程度上提高了游戏的语言门槛,但是外国玩家对这些直接拼音的术语并没有表现出排斥,反而表现出极大的兴趣和好奇心。由此可见,中式英语不再是一种语言障碍,而是成为一种文化符号,它让世界看到了中国文化的独特魅力,也让更多人愿意了解和学习中国文化,也让中国更加自信地走向世界。这种文化自信,不仅体现在语言的表达上,更在于它传递了一种开放、包容、幽默的生活态度,让全球范围内的受众在轻松愉快的氛围中感受到了中国文化的魅力。

据《牛津英语词典》(Oxford English Dictionary)的权威统计,英语词汇的丰富性中融入了大量的汉语元素,其中逾1300个英语单词的源头可追溯至汉语,这一数字体现了语言交流与文化融合的无限可能。

从“纸老虎”这一富有中国特色的比喻被广泛接纳,成为西方语汇的一部分,到邓小平同志的“黑猫白猫论”登上美国《时代》周刊,乃至“一带一路”倡议与“人类命运共同体”理念被写入联合国决议,中国的声音正以自信的姿态在国际舞台上回响,传递着中国智慧与态度。

这些现象不仅反映了中国在全球事务中日益提升的影响力,更展现了中国文化对世界文化的积极贡献。未来,随着中国社会的不断发展与经济的持续开放,可以预见,中式英语及其背后的文化内涵,将更多地反哺于英语社会,成为全球语言景观中一道独特的风景线。[图]

中式英语里的幽默密码

中式英语之所以能够引发全球范围内的共鸣,与其幽默的智慧密不可分。例如,当外国朋友第一次听到“Long time no see”(好久不见)时,或许会感到新奇,但很快就会被这种直白而又亲切的问候方式所吸引。在“Gelivable”(给力)中,我们感受到了中国式的夸张与乐观。这些词汇,虽然源于中英文的语法差异,却意外地捕捉到了英语表达中缺失的幽默感和生活气息。中式英语的幽默密码,正是大道至简的中式智慧,它让世界看到了中国文化的另一面——轻松、幽默而不失智慧。

不同于标准英语的严谨和规范,中式英语往往带有直译的特点,这种“不按常理出牌”的表达方式,带给人们前所未有的视角和认知。以“swan”和“frog”的比喻为例,这种直白而又夸张的对比,不仅让人捧腹,更从轻松愉快的氛围中传递

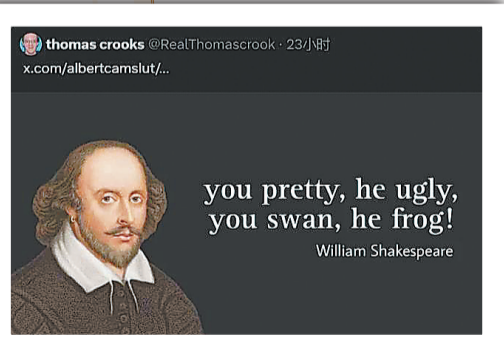
出中国文化中的比喻和智慧。

中式英语的流行也源于其带来的新鲜感。比如,“People mountain people sea”这个直译自中文的表达,用来形容人山人海的场景,以其夸张而生动的描绘,让人眼前一亮。在英语中,通常会用“A sea of people”来形容,而“People mountain people sea”则以一种更加形象、直观的方式,以更强烈的节奏韵律,让英语世界感受到了中文表达的丰富性和多样性。

在全球化的背景下,不同文化的交流与碰撞日益频繁,中式英语作为一种独特的语言现象,为英语世界带来了新鲜的视角和体验。这种新鲜感,不仅体现在语言本身,更在于它背后所承载的文化内涵,让全球范围内的受众在笑声中感受到了中国文化的独特魅力。

外网流行的中文热梗

- 1.“Good good study, day day up” (好好学习,天天向上);
- 2.“Give you some color to see see” (给你点颜色看看);
- 3.“People mountain people sea” (人山人海);
- 4.“We two who and who” (咱俩谁跟谁啊);
- 5.“No three no four” (不三不四);
- 6.“Long time no see” (好久不见);
- 7.“You can you up” (你行你上);
- 8.“I服了U” (我服了你);
- 9.“What thing?” (啥东西?);
- 10.“Know is know, no know is no know, is know” (知之为知之,不知为不知,是知也)。(侯赛 辑)



网友调侃中式英语“You pretty, he ugly, you swan, he frog”为莎士比亚经典语录。



中式英语“you can you up”火爆网络。本版图片均为资料图