

第四章 新外來詞語料的分析



第一節、語料統計結果之分析

筆者所蒐集的語料中，自 1981 後新生成的外來詞（包括國語日報外來語詞典闕漏未收的詞彙），包含異體字共有 418 條，扣除異體字 48 條後，共計 370 條。以下，筆者便分別依照構詞型態、語源種類、文化分類，對於新外來詞語料進行結果的分析，間或與《國語日報外來語詞典》之詞條互相比較，從語言結構的角度來觀察新外來詞。

壹、構詞方式

筆者按照第三章所述，將新外詞語料依完全音譯、半音半義、音譯加類名、音義兼譯等四種構詞方式分別呈現如下¹：

一、完全音譯詞：亦即按照國字中發音相似的音，翻譯外來詞的音節，所得的漢字不再具有原來之意義。這一類的詞在筆者蒐集的語料中，所佔的比例最高，總共 418 條中就有 241 條以完全音譯的方式構詞，總計共佔將近 58%，已超過總數的一半，其中又分為全部音譯、全譯縮略、字母縮略音譯三種。茲列舉如下：

¹ 由於筆者並未收錄到新的「形聲詞」，故在此不予討論。

(一) 全部音譯

亦即根據原詞的全部音節對譯，例如：

昆布 (日語)	甘爸爸 (日語)
賢拜 (日語)	哇沙米 (日語)
慕絲 (法語 mousse)	卡尼爾 (法語 Garnier)
歐蕾 (法語 au lait)	愛瑪仕 (法語 Hermes)
愛司 (英語 ace)	大麥町 (英語 Dalmatian)
貝果 (英語 bagel)	戴奧辛 (英語 Dioxin)
拿鐵 (義大利語 latte)	阿卡貝拉 (義大利語 a capella)
披薩 (義大利語 pizza)	堤拉米蘇 (義大利語 tiramisu)
凍蒜 (閩南語)	凍未條 (閩南語)
麥擱 (閩南語)	恰北北 (閩南語)

全部音譯的構詞方式是完全音譯詞中所佔比例最高的，在 241 條完全音譯詞中，共有 214 條，佔了近九成，顯見新外來詞用音譯方式譯入中文時，幾乎都是原封不動的按照音節對譯。

(二) 全譯縮略

全譯縮略又可細分為完整譯出後縮略、選擇部分音節縮略、以及字母縮略三類，但筆者所蒐集的語料中並未出現第一類，因此僅列出後面兩類如下：

甲、選擇部分音節對譯

- 趴 (英語 party)
- 轟趴 (英語 home party)

- 普羅 (英語 professional)
 奈米 (英語 nano meter)
 寶僑 (英語 Procter & Gamble)
 禎龜 (日語 _____)²
 惠普 (英語 Hewlett Packer)
 高盛 (英語 Goldman Sachs)
 博美狗 (英語 Pomeranian dog)
 迷你品 (英語 Miniature Pinscher)
 華納威秀 (英語 Warner Bros. & Village Roadshow Limited)

選擇部分音節對譯的新外來詞為數並不多，在全部音譯詞中僅佔有 5% 的比例，當中還有一半是公司行號、商標、動物名稱等專有名詞。由於公司行號或商標最好能夠讓人朗朗上口，才有較佳的廣告效果，因此若是原本太長的音節，最好酌予縮略，以便民眾記憶。而部分音節對譯方式運用上的侷限，與舊有外來詞的情形並無二致：如第三章所述，舊有外來詞中使用部分音節對譯的詞主要有兩類，一為化學元素，如苯、鈣、鈾等等；另一類則為梵語類的詞彙，皆語佛教有關。其他的詞彙則極少見到以部分音節對譯的方式譯介。

乙、字母縮略音譯

- 煞 (英語 SARS < severe acute respiratory syndrome)
 愛滋 (英語 AIDS < acquired immune deficiency syndrome)
 多益 (英語 TOEIC < Test of English for International Communication)
 法雅客 (英語 FNAC < 法語 Federation Nationale d'Achats des Cadres)
 康是美 (英語 COSMED < 英語 cosmetic & medicine)
 飛雅特 (英語 Fiat < 義大利語 Fabbrica Italiana Automobili Torino)

² 源自英語 skunk，在英語中為臭鼬之意，後來被引申為「失敗」之諧趣俗俚之詞。

那斯達克（英語 NASDAQ < National Association of Securities Dealers
Automated Quotations）

這類字母縮略組成的音譯詞，是將外語原詞縮略成幾個字母後，再由字母組成可按音節發音之新詞。所佔完全音譯詞的比例與甲類的部分音節對譯詞相當，皆為5%，其中除了「愛滋」與「煞」兩項之外，其餘全為專有名詞，包含考試類（多益）、日常用品公司（康是美）、汽車品牌（飛雅特）、財經指數（那斯達克指數）。這種形式的產生，是因為原詞過長，義譯有困難，因此在譯入中文時便以譯音方式借入，且為了廣告效果，直接採取數個字母組成新字，變成可以接受的長度，並進一步在新字的翻譯上做文章。因此，這一類的縮略音譯詞也多半具有音義兼譯的傾向，貼近該品牌或公司所出售的商品形象或訴求，以達「廣告口彩」的效果，如「法雅客」（販售眾多外文書籍雜誌，暗示為文人雅士聚集之處）、「康是美」（販售藥品及美容產品，表達「健康就是美」的概念）、「飛雅特」（汽車品牌，暗示速度像「飛」一樣快）、「宜家家居」（家飾用品賣場，表達該處的居家商品「放在家裡體面大方」）等等。此一現象與舊的字母縮略音譯詞有所不同，過去的字母縮略音譯詞多半是科技產品名詞，如雷射（LASER）、雷達（RADAR）、聲納（SONAR），以及農藥品，如滴滴滴（DDD）、滴滴涕（DDT）等（吳致君，1995：20）；現在則多為公司行號、商標店家等專有名詞類所使用，以表達廣告效果。

由上述結果觀之，不論是部份音節對譯，抑或是字母縮略音譯，全譯縮略的音譯方式皆非音譯方式的主流，且似乎已漸漸式微。除非是原詞太長以致於全部音譯或義譯有困難，否則縮略音譯詞的範圍多半侷限在專有名詞類；一般新外來詞則大多藉由全部音譯的方式進入國語詞彙裡，而縮略後最長的詞不超過四個字（音節），可見得四音節大約是音譯詞所為人接受的長度上限。

完全音譯詞若依照外來詞原詞來源分析，可得出下表：

順位	語源	數量	比例
1	英語	159	65.97%
2	日語	25	10.37%
3	閩南語	21	8.71%
4	法語	17	7.05%
5	義大利語	14	5.81%
6	巴斯克語	2	0.83%
7	德語	1	0.42%
7	滿語	1	0.42%
7	瑞典語	1	0.42%
	總計	241	100%

由上表可得知，完全音譯詞的主要來源仍是英語，佔了三分之二，足見英語仍是相對強勢的語言，英美文化也是相對強勢的文化；由於音譯詞的產生多半是因為國語的社會中無該項事物，而向外來文化引進，因此可看出台灣仍向英美輸入較多的新事物。值得注意的是日語排名第二，佔有一成。由於近年來「哈日」風起，造成日本文化、語言亦大舉輸入台灣，因而造成日語音譯詞的崛起。

二、半音半義詞

亦即一半音譯一半義譯的外來詞，筆者所蒐集這一類的新外來詞共有 58 條，共佔總語料的 13.9%。這一類的詞多為複合詞、詞組或衍生詞，共分為前音後義、前義後音以及音譯加詞綴義譯等三種。

(一) 前音後義

亦即將複合詞前面的部分音譯，後面的部分義譯，這一小類的詞在三小類中數量最多，例如：

奧 <u>客</u> (閩南語)	布 <u>克</u> 獎 (英語 Booker Prize)
奧 <u>步</u> (閩南語)	菲 <u>力</u> 貓 (英語 Felix the Cat)
登 <u>革</u> 熱 (英語 Dengue Fever)	維 <u>尼</u> 熊 (英語 Winnie the Pooh)
唐 <u>氏</u> 症 (英語 Down's syndrome)	葛 <u>萊</u> 美獎 (英語 Grammy Awards)
搶 <u>搶</u> 滾 (閩南語)	拉 <u>不</u> 拉多 <u>犬</u> (英語 Labrador retriever)
趴 <u>趴</u> 走 (閩南語)	福 <u>斯</u> 汽車 (德語 Volkswagon)

(二) 前義後音

亦即將複合詞前面部分義譯，後面部分音譯，數量不多，僅有以下五例，以底線部份代表義譯：

<u>奶</u> 昔 (英語 milk shake)
<u>運</u> 將／ <u>匠</u> (日語)
<u>好</u> 康 (閩南語)
<u>霧</u> 煞煞 (閩南語)
<u>星</u> 巴克 (英語 Starbucks)

(三) 音譯加詞綴義譯

此種構詞方式本用於衍生詞，將詞根音譯，詞綴義譯，詞根詞綴位置沒有固定的先後順序。但相對來說此類的新外來詞極少，僅有以下四例，以底線部份代表詞綴：

<u>分</u> 貝 (英語 decibel)
係 <u>金</u> 仔 (閩南語)
阿 <u>兜</u> 仔 (閩南語)

聯合利華（英語 Unilever）

除了以上三類原有的分類之外，半音半義的新外來詞出現了第四種的子集合，亦即半音半義加上音譯或義譯詞綴，數量雖極少，卻是首次出現：

好康A（閩南語，A為音譯詞綴³）

好康仔（閩南語，仔為義譯詞綴）

由以上各例及數據可歸結出一個值得注意的現象，就是閩南語在半音半義詞相當活躍，不但數量多，構詞方式多元，且詞性也相當豐富。首先在數量方面，半音半義的新外來詞各個語源比例如下表所示：

順位	1	2	3	3	3	
語源	英語	閩南語	日語	德語	巴斯克語	總計
數量	30	22	2	2	2	58
比例	51.7%	37.9%	3.4%	3.4%	3.4%	100%

儘管英語仍為半音半義詞最大的語源，佔了超過五成的比例，但多半集中在前音後義一類，且詞性清一色為名詞，包含了許多專有名詞；反觀閩南語的半音半義詞，數量僅次於英語，但構詞方式相當多元，涵蓋原有的三小類，並且開創了第四類；在詞性方面也富於變化，除了「阿兜仔」、「奧客」、「奧步」等名詞之外，尚有形容詞類的「霧煞煞」、「強強滾」，動詞類的「尬車」、「尬意」、「勾勾纏」、「碎碎念」、「趴趴走」，甚至還有副詞類的「皮皮顫」⁴，以及俚俗感嘆詞類的「夭壽」。由此可見，英語之於外來詞仍多處於介紹新事物，然而閩南語卻較之英語更深入我們的生活當中。

³ 此處為便於分析比較，將英文字母「A」也看做是音譯字。

⁴ 「皮皮顫/挫/剝」一詞可同時跨動詞及副詞類。

三、音譯加類名詞

筆者的語料中，音譯加類名詞共有 36 條，佔總語料的 8.6%。由於音譯部分表義上的缺陷，因此這一類的外來詞需加上類名，以補音譯之不足，筆者蒐集的語料中包括以下數例：

古龍 <u>水</u>	(德語 cologne)	大丹 <u>狗</u>	(英語 Great Dane)
雪莉 <u>酒</u>	(英語 sherry)	馬克 <u>杯</u>	(英語 mug)
寶特 <u>瓶</u>	(英語 bottle)	沙門氏 <u>菌</u>	(英語 Salmonella)
塔羅 <u>牌</u>	(英語 taro)	貝瑞塔 <u>手槍</u>	(義大利語 Beretta)
哈雷 <u>機車</u>	(英語 Harley)	比菲德氏 <u>菌</u>	(英語 Bifidus)

筆者所蒐集到的音譯加類名之新外來詞，清一色皆為音譯在前，類名在後，形成偏正結構的詞彙，與原有的音譯加類名外來詞之情形相當吻合。若就語源種類來看，這一類的詞依然以英語為主要語源，如下表所示：

順位	1	2	3	4	4	4	4	
語源	英語	法語	阿拉伯語	西班牙語	義大利語	瑞典語	德語	總計
數量	24	6	2	1	1	1	1	36
比例	66.7%	16.7%	5.6%	2.8%	2.8%	2.8%	2.8%	100%

英語佔了所有語源的三分之二，由此可見本國語言從英美文化引進了多少新事物。耐人尋味的是，音譯加類名詞的語源竟然完全沒有閩南語，與半音半義詞大異其趣。筆者認為這一方面是因為閩南語譯入國語時，不像其他語言以名詞佔大多數，而是包含了各種詞性，進入國語的閩南語名詞反而很少，而音譯加類名詞即是

為了名詞音譯時表義的不足所創，因此閩南語使用此方式構詞的機會本就不大；再者，在台灣使用閩南語的人數相當多。截至 1998 年為止，台灣共有約一千四百萬閩南語人口⁵，將近台灣總人口數的三分之二熟悉閩南語。因此，讀者在看到這些以國音借字寫成的閩南語音譯詞，多半都能輕易地以閩南語發音⁶，進而能從音聯想到所指之物，因此譯音部分表音不清的困擾便微乎其微，自然便不需要多加類名補述。

四、音義皆譯詞

音義皆譯詞又分為「諧義音譯」與「諧趣音譯」兩種。屬於音義兼譯的新外來詞共有 93 條，佔語料總數的 22.5%，僅次於完全音譯詞，茲將所收錄的詞條列舉如下：

(一) 諧義音譯，共有 84 條，佔了音譯兼義詞的絕大部分，例如：

- 富豪** 瑞典語 Volvo，汽車品牌。“Vol”與“vo”分別對應「富」與「豪」，意指開此車的人皆為尊貴的「富豪」。
- 曬斑** 英語 sunburn，因日曬造成的皮膚傷害。“sun”對應「曬」，諧「日曬」之意；“burn”對應「斑」，諧其傷害的造型。
- 百憂解** 英語 Prozac，抗憂鬱藥物。“Pro”對應「百憂」，諧「憂鬱來源之廣」之意；“zac”對應「解」，諧「解決」之意。整個字則代表該藥有「解決所有憂鬱」之功效。

⁵ 竺家寧，1998，《中國的語言與文字》，台北：台灣書店，頁 228。

⁶ 古嘉臺，1997，〈淺談今日社會之流行語〉，於《華岡外語學報》第 4 期，頁 181。

威而剛 英語 Viagra，男性壯陽藥物。“Vi”對應「威」，諧「威力」之意；“a”對應「而」，諧「又」之意；“gra”對應「剛」，諧「剛猛」之意。整個字代表吃了該產品會讓男性「有威力又剛猛」。

可口可樂 英語 Coca Cola，飲料品牌。“Coca”對應「可口」，諧「好喝」之意；“Cola”對應「可樂」，諧「開心」之意。代表該飲料「好喝」，喝了後很「開心」。

(二) 諧趣音譯，共 9 條，例如：

粉絲 以粵語發英語 fans 之音翻譯而得，歌迷、影迷、支持者之意。將原本是「人」的歌迷轉化成食物類的「粉絲」。

猴塞雷 粵語，好厲害。尤其今年是猴年，「猴」兼有恭祝吉祥如意。

拖拉庫 日語 ，借自英語 truck，原為卡車之意，後引申為「很多」之意，如「自創欺警暗語一拖拉庫」（自由時報，2004/3/20，14 版）。

伊媚兒 英語 e-mail，義譯為電子郵件，將其擬人化的諧趣譯法。

英英美代子 閩南語「閒閒沒事做」的國音借字，又以日本名字形式構詞，藉以挖苦嘲諷他人的諧趣翻譯。

由以上資料觀之，由於諧義音譯詞在意義上呈現「聚合性的諧音關係」⁷或是「散性關係」⁸的聯繫，前者如「曬斑」、「脫口秀」、「利基」、「迷思」，其國字音節組合後的意義與原詞相近；後者如「百憂解」、「蕾絲邊」、「黏巴達」、「打破兒」，雖不能像前者直接表達意義，卻能透過字面與字義的聯繫，以聯想的方式表達該事該物的內涵，因此音義皆譯詞一面倒地偏向這種「音中帶義」的方式。反之，諧趣音譯的所指，與該事物多半有很大的差距，例如「伊媚兒」並非真正的人、「猴塞雷」真正涵義與猴子或雷一點關係都沒有，這一類詞多半用在挖苦、嘲諷各種人事物，傳遞樂趣，使用上會給人較不正式或不莊重的感覺，使用的機率自然較低。

然而，諧趣音譯詞仍有其存在的價值，例如「英英美代子」一詞便將閩南語「閒閒沒事做」之音譯成國語，故意以日文名字的方式呈現，有出人意表的趣味，甚至產生了「美代子」這個新的詞綴，組成其他的「美代子」，如「宮本美代子」（諧閩南語「根本沒事做」之音）。這類詞雖不若「諧意音譯」詞般音義之間有緊密的結合，卻能展現幽默風趣、詼諧滑稽的一面，相信這種構詞方式仍會繼續保存下來。

另外，商標或品牌，也多半都以音義兼譯詞的方式翻譯，以便引起閱聽人注意，利於傳頌，替產品增色，進而增加銷量，達到「廣告口彩」⁹的效果，例如「可口可樂」（Coca Cola，一種碳酸飲料）、「百憂解」（Prozac，抗憂鬱藥物）、「保時捷」（Porsche，車名）、「高露潔」（Colgate，牙膏品牌）、威而剛（Viagra，男性壯陽藥物）等等。這一點與筆者實際統計的數據的確相當吻合：在所有音義兼譯詞中，公司行號、商標品牌等專有名詞共計有 34 條，佔了總數的 36.56%，超過三分之一，這個現象的確也符合張彩霞（1997）所說的「追求廣告效應則是新時期外來詞的最重要的特徵」¹⁰。從音義兼譯詞在商標、品牌應用上的

⁷ 史有為，1991，《異文化的使者——外來詞》，吉林：長春教育出版社，頁 268。

⁸ 同註 7，頁 269。

⁹ 吳禮權，1994，〈漢語外來詞音譯的特點及其文化心態探究〉，於《復旦學報》第 3 期，頁 86。

¹⁰ 張彩霞，1997，〈漢語外來詞語和民族文化心理探索〉，於《社科縱橫》第 2 期。

趨勢來看，現代外來詞確實越來越傾向「精緻的內涵」（姚榮松，1992：345）；然而，綜合以上四類新外來詞的分析果來看，大眾似乎還未如姚所說的「揚棄粗糙的、單純的譯音」。到目前為止，完全音譯詞仍是外來詞進入國語詞彙中最普遍的方式，而「音中帶義」的音義兼譯詞在使用範圍上仍有一定侷限。

貳、語源種類

根據吳致君（1995：70）對《國語日報外來語詞典》以及筆者對於自身蒐集的新外來詞語料所做的統計，茲按《國語日報外來語詞典》語源的排名順序列出以下國語吸收各語言音譯詞彙的結果：

數量 比例 語源	國語日報外來語詞典 (1981)		新外來詞語料 (2004)	
	英語	770	77.31%	259
梵語	119	11.96%	0	0%
其他 ¹¹	30	3.01%	42	11.35%
法語	28	2.81%	24	6.49%
德語	14	1.41%	5	1.35%
日語	9	0.90%	25	6.76%
義大利語	8	0.80%	14	3.78%
俄語	7	0.70%	0	0%

¹¹ 除了表列的語源之外，詞典中還收錄包括希伯來語（摩西）、阿拉伯語（沒藥）、匈牙利語（福林）等語言來源，由於每個語源僅有一個詞條，因此將這些詞條的語源全歸類為「其他」一類。但《國語日報外來語詞典》並未收錄閩南語音譯詞，因此詞典的其他類與筆者語料的其他類有所差異，無法進行比較，筆者便將自己收集的其他類詳細列出其包含的語源，參見第 68 頁。

拉丁語	6	0.60%	0	0%
藏語	3	0.30%	0	0%
滿語	1	0.10%	1	0.27%
蒙語	1	0.10%	0	0%
總計 ¹²	996	100%	370	100%

由以上數據統計觀之，英語在過去二十三年間的國語裡外來詞的重要性始終居高不下，雖然小幅退步了約 7.5 個百分點，但仍較其他語言多出許多。八〇年代以前，由於英美兩國國力強盛，且已有工業化及現代化的基礎，是各國學習仿效的對象，因此大量的英語詞彙被引入中文並不足為奇；然而時至今日，儘管已進入二十一世紀，美國依然是超級強國，而在全球化風潮的帶動下，英語更成了人人必備的第一外語，學英文熱潮越燒越盛，因此英語佔有國語新外來詞的重要地位亦可以理解，也顯示台灣與美國為首的西方文化交流仍然頻繁。

還有一項較為顯著的改變，便是沒有梵語外來詞的收錄情形。儘管《國語日報外來語詞典》收錄了一百多條的梵語詞彙，佔了總詞彙量的一成二，然而這些詞彙皆為上古、中古時期佛經翻譯時就進入了國語，不能反映當時八〇年代的社會情形。但有一點可以確定的是，由於這些梵語詞彙有許多屬於佛教類的詞彙，經過了二十多年後沒有新的詞彙輸入，表示佛教早已完全在台灣地區扎根，不論是宗教本身或是詞彙皆已穩固下來。近來，藏傳佛教逐漸興起，隨之亦有藏傳佛教詞彙傳入台灣，不過尚未盛行，且多見於佛經當中，因此筆者並未在報紙上收集到這批佛教詞彙。

值得注意的一點是，來自日語的外來詞¹³在這二十多年來增加了近六個百分點，顯示台灣與日本的互動不斷升溫，而日劇、日本電視節目、日本漫畫的引進，更造成一股「哈日瘋」，久久不褪，也代表日本在這二十年間的文化蓬勃發展，進

¹² 總計的結果不包含異體字在內。

¹³ 筆者與國語日報外來語詞典所收的日語詞皆為音譯詞，無借形詞。

而影響鄰近的台灣。況且，筆者僅收錄音譯詞彙，就足堪證明日語之影響力，而日語借形詞彙才是日語外來詞進入國語的最大媒介，日本文化的發揚由此可見一斑。

此外，筆者收錄的語料中，「其他」一欄比例甚高，僅次於英語，那是因為筆者的其他欄中包含的大部分是閩南語詞彙。筆者重新將自建的語料分類，將其他類的語言皆獨立自成一欄，得到的結果如下：

順位	語源	數量	比例
1	英語	259	70.0%
2	閩南語	33	8.92%
3	日語	25	6.76%
4	法語	24	6.49%
5	義大利語	14	3.78%
6	德語	5	1.35%
7	阿拉伯語	3	0.81%
8	西班牙語	2	0.54%
8	瑞典語	2	0.54%
10	粵語	1	0.27%
10	滿語	1	0.27%
10	巴斯克語	1	0.27%
	總計	370	100%

在筆者對新外來詞語料的統計裡，閩南語一舉超越日語，成為僅次於英語的第二大外來語源，由此可見在過去二十年間，閩南語的地位大幅提高。從早期禁說閩南語，到現在成為小學正規課程的一部分，閩南語受到政治環境的影響，不但地位提高，說閩南語也成了一種流行，不論是口頭或是書面，如果用上幾個閩南語詞彙，就會多一份鄉土、親切的感覺，也附帶了族群意識、幽默等效果，造成了「為

用閩南語而用」的現象。也因此，筆者所收錄的閩南語的音譯詞彙多半屬於流行語的範疇。

從筆者由報章收集詞彙的事實看來，原本應該較正經刻板、行文該字甄句酌的平面媒體，竟也受此風潮影響，而大量出現閩南語音譯詞彙，因而有「口語化」、「鄉土化」的趨向。筆者認為，這與台灣開放黨禁報禁後，言論的自由、政治的趨向以及市場的競爭皆有密切的關係。由於言論自由，媒體在用字上較不若以往需要過多政治上的顧慮；政治的趨向使得近來閩南語地位大幅提高，閩南語不像以往帶有次等的負面形象，反而是草根性、親切感的代名詞；又因台灣社會開放，市場開放自由競爭，各行各業必須都必須想盡辦法吸引顧客，大眾媒體更是如此。綜合以上三點，使用閩南語譯音的詞彙來迎合讀者口味，自然不足為奇。筆者推論，閩南語方言詞以國語借音的方式進入書面語的趨勢，在社會持續開放之下，未來只會更加盛行，「閩漢交雜」的詞彙也將佔據報紙更多版面。

參、文化分類

如筆者第三章「外來詞概說」所述，筆者將收集的新外來詞語料，一共分為十八個大類，每大類再向下細分為多個小類。在此，筆者將依文化分類後的語料，呈現如下：

順位	文化類別	數量	比例
1	生活	133	31.82%
2	一般用語	84	20.01%
3	科技	40	9.57%
4	休閒娛樂	24	5.74%
4	自然	24	5.74%

6	交通	20	4.78%
7	醫療保健	18	4.31%
8	人物	14	3.35%
9	社會	12	2.87%
10	財經	11	2.63%
11	藝術	10	2.39%
12	體育	9	2.15%
13	軍事	8	1.91%
14	文學	3	0.72%
14	政治	3	0.72%
16	教育	2	0.48%
16	影視	2	0.48%
18	心理	1	0.24%
	總計	418	100%

由以上的統計數字可以看出，在過去二十多年間所新生成的外來詞中，以生活類的語詞比例最高，佔了三成之多。而如筆者第三章第一節所示，生活類的詞語又可再向下細分為八小類，足見國語對外來生活類詞語方面的吸收計深且廣，對外來文化的吸收仍舊多以民生必需品為優先。而生活類的語詞又向下分出了九小類，若將這九小類的數據再統計後，可得出下表：

順位	小類	數量	比例
1	飲食	40	30.08%
2	日常用品品牌	36	27.07%
3	飲食品牌	24	18.05%
4	衣飾品牌	19	14.29%
5	日常用品	9	6.76%

6	日常用品公司	2	1.50%
7	公害	1	0.75%
7	生活設施	1	0.75%
7	衣飾	1	0.75%
	總計	133	100%

由上表的統計結果可以看出，生活類外來詞的輸入仍以飲食方面最多，飲食與飲食品牌兩者共計將近五成，可見飲食方面的音譯外來詞易被接受。外來的食物如披薩、提拉米蘇、慕思、可麗餅，以及外來飲品如拿鐵、歐蕾、奶昔、優酪乳等等，都是目前相當風行的飲食；次多的是日常用品方面，總計日常用品、日用品品牌以及日用品公司三者合計也超過三成，民眾耳熟能詳的多芬、雅詩蘭黛、蜜斯佛陀、面速力達母¹⁴等日用品品牌，以及常用的保麗龍、潤絲、保特瓶等，都反映出國人在日常生活必需品的需求。值得注意的是，生活類中品牌及公司名稱的外來詞共有 81 條，佔了總數的六成，足見國人仍對「舶來品」有所偏好。另一方面，從政治、社會、藝術、軍事方面外來詞數目比例不高的情況來看，顯示台灣社會在過去二十年間並未出現動盪不安的局勢；社會安定，經濟發達，人民自然就有心思在日常生活方面多所要求、變化。

這樣的結果，與《國語日報外來語詞典》中的文化種類分布有所差異。根據吳致君（1995：77）對該詞典所做的統計，藝術文教與宗教類的詞語分佔總語料數的一、二位，食、衣、住、行、必需品等日常用語類的詞彙僅居第三位；筆者的語料中，藝術文教方面的詞彙佔總語料的比例不到四個百分點，宗教類的詞彙更是付之闕如。筆者認為，這是由於《國語日報外來語詞典》收詞的時間範圍為民國 70 年以前，因此中古時代便已進入漢土的佛教詞彙，自然也在收錄範圍之列；加上佛教在台灣地區盛行，梵語音譯的佛教字彙當然也具有相當重要性。同理，基督教、回教等次盛宗教之語彙，亦在台灣行之有年，理當收入以反映當時現狀；時至今日，

¹⁴ 此為舊譯名，現已更名為「曼秀雷敦」，但「面速力達母」一詞仍有人使用。

宗教的發展早已固定，未有外來新興宗教在台盛行，也就不會出現新的外來宗教詞彙了。

在排名第二的一般用語類當中，又細分為流行語、稱呼以及日常用語三小類，其中又以流行語該小類比例佔了壓倒性多數，在 84 條一般用語中有 75 條流行語，比例將近九成。流行語的內容，大部分較俚俗、詼諧、鄉土，例如「尬意」（閩南語，中意）、「奧步」（閩南語，爛招數）、「出槌」（閩南語，出差錯）、「閩南語，好康」（好處）、「卡哇伊」（日語，可愛）、「麻吉」（日語譯英語，氣味相投）、「打破」（英語，接吻）、「甘爸爸」（日語，加油）、「歐伊細」（日語，好吃）等等。以語源分布來看，這些流行語中又以閩南語佔了三分之二為最高，英語佔兩成次之，日語佔一成三再次之。由此可見一般民眾在日常生活中，常喜好以帶有幽默感製造趣味，讓聽者發出會心一笑；亦反映出民眾在日常語言上求新鮮求變化的趨向，同時還可看出閩南語、英語及日語三種文化，與一般民眾切身相關，借詞的範圍已擴展到口頭語言。

排名第三位的文化類別是科技類外來詞，佔了將近一成。由這類外來詞的盛行情況，也可看出過去二十年來國內科技蓬勃發展，並與外國交流密切。在科技類新進的外來詞中，又以資訊類用詞為最多，剛好佔了科技類外來詞的一半。這樣的情況，恰恰可反映近年來電腦、網路在台灣迅速普及、快速發展的情形。不論是諧趣電腦術語如「烘培機」（英語 homepage）、「伊妹兒」（英語 e-mail）、或是網路用語如「部落格」（英語 blog）、「達康」（英語 dotcom）、伺服器（英語 server），抑或是電腦資訊品牌或公司如思科（英語 Cisco）、戴爾（英語 Dell）、惠普（英語 Hewlett Packer）等等，皆顯示出電腦與網路在台灣普及程度。

此外，品牌、公司行號等專有名詞的比例偏高，也是語料的其中一個特點。根據筆者統計，在 418 個詞條中，公司名稱、產品名稱、人物名、品牌共有 163 條，將近四成，一般名詞佔六成。以此比例看來，一般名詞類的外來詞以音譯形式保存

下來的並不多，足見外來詞最後可能多偏向以義譯的方式流傳，或是直接借原詞的形式保留，如日語漢字詞、英語字母詞等等。

反之，心理類、政治類、教育類、影視類所佔總語料比例皆不到一個百分點，足見過去二十三年來，國內對外來文化的吸收以引介生活上的新事物的物質文明為主，在制度文明以及精神文明方面較少。由此現象可推論出，外在的物質文明詞彙較易以音譯方式保留下來，而制度或精神文明方面的詞彙一開始雖用音譯引進，隨後多半會有對應其內涵的義譯方式產生，將原來的音譯詞淘汰。

第二節、新外來詞的使用動態

由於漢字特性使然，外來語在使用上產生出現許多混亂現象。諸多研究人士唯恐這個現象對於傳播、利用與推廣外來詞恐有所窒礙，甚至對漢語有不良干擾，「導致本族語言系統的混亂」（史有為，1991a：3）。有鑑於此，至今兩岸有許多專家學者提出將外來詞規範的建議，例如高名凱與劉正琰（1958）、梁容若（1959、1987）、姚榮松（1991、1992a）、史有為（1991a、2000）、羅青（1991）、竺家寧（1996）等人，皆致力提出一套既合於語言發展規律、又利於漢語使用的規範。筆者在此整理出各家對國語中外來詞使用的問題以及外來詞的規範原則，並以自己收集的新外來詞語料進行新外來詞使用動態的觀察、分析，進一步探討究竟該不該處理外來詞的規範問題。

壹、國語裡外來詞使用的問題

漢語中的外來詞是由他種語言經由中文借音轉換而成，由於中文字讀音多由聲韻合成，而非分析單純的語素，因此難以規定漢字與外來字母對照表¹⁵。中文要像日文一般對外來語有固定的一套譯法、看了譯文還可以還原，恐怕有困難，例如在高名凱、劉正琰等（1984：7）《漢語外來詞詞典》的〈凡例〉中就提到，光是“hysteria”這個英文字就有「歇斯底里」、「歇斯的里」、「歇斯迭里」、「歇斯替利」、「歇斯德理」、「歇斯台里」、「歇私底里」、「歇私的里」、「歇私的里亞」、「協議脫離」、「比斯的里」等十二種譯名之多。類似的例子不勝枚舉，以致於學者專家認為如果沒有加以規範，確實會造成使用上極大的不便，使詞匯亦趨駁雜，莫衷一是。

對於國語裡外來詞使用上的混亂現象，上述的專家學者都有提出，各人的看法實則大同小異，筆者綜合各家意見後整理如下，並提出今日新外來詞在台灣使用的情形，以茲對照。

一、對音不定，一音多譯

在日文中，輸入漢字以外的外來詞語時，皆以片假名拼音，且對音規則一定，不論是譯介或還原，都可達到一致，對照起來十分方便，外來詞在日本可說是「日本化」了¹⁶。反之，如前所述，由於漢字讀音多需兼顧聲韻，且一字一音素，難以訂出絕對標準之對譯法，再加上一音多字，對譯字難以規定，更遑論將譯詞還原回中文¹⁷。舉例來說，除了前面提到的“hysteria”有「歇斯底里」等多達十二種不同別名外，在《國語日報外來語詞典》中，“prolétariat”一詞有「普羅列塔利亞」、「普

¹⁵ 梁容若，1987，〈從外來語翻譯看中文〉，於《王力先生紀念論文集》，台北：商務印書館，頁165。事實上，今日已有漢字與英法德等語言的建議譯音對照表，參見陸谷孫（1997：2236-40）。

¹⁶ 梁容若，1959，〈如何改善中文裡外來語的翻譯〉，於《東海學報》第1期，頁167。

¹⁷ 同註15。

羅列塔利亞特」、「普羅列太利亞」三種譯詞；“cocaine”一詞亦有「古柯鹼」、「古加鹼」以及「古加因」三譯詞。

二、音節限制，有音無字

漢字音節一共只有 418 種，無法對應所有外語音節，例如 [pEn] [tAN] [gl] [SO] [b1] 等便為漢語所無，必須用近音替代，因此像 pence、tank、guitar、shock、bus 等字，譯成了「便士」、「坦克」、「吉他」、「休克」、「巴士」。此外，部分外語音節雖有對應的漢字，但由於過於冷僻、不雅或不當，無法用於譯名上，遂成有音卻無字可用的情形。以 [ne] [t1n] 這兩個音節為例，雖各有「餒、哪、那、腰」及「驕」等字對應，但都不適合用來譯詞，因此儘管字音相同，“carnation”一詞仍未採用「康餒馨」的譯法，而是「康乃馨」；“Austin”一詞也未譯成「奧士驕」，而是「奧士汀」。

三、古今有別，昨是今非

這個現象多發生於漢唐時期傳入的梵語佛教用字。由於漢字讀音有過變遷，造成古今讀音不同，以致於「當初所譯外來語，粗得近似者，易世而後，字音變遷。從今讀則全失本真，存舊音則難於辯記¹⁸。」例如「般若」、「南無」、「冒頓」、「單于」、「龜茲」等詞，仍保留古音，與現今發音差距太大，對一般人的閱讀及使用上有所阻礙，僅存於古籍或佛經裡。

四、譯則不一，譯名混亂

翻譯原則的不統一，大致尚可分為以下三點：

(一) 全譯省譯不一：

¹⁸ 同註 15。

外來詞進入漢語時，若音節過長，常常會採取省略的原則，在翻譯時略去原詞部分音節不譯，以配合漢語習慣及音節結構，例如前述的“*prolétariat*”一詞，除了「普羅列塔利亞」等三種全譯法之外，尚有「普羅」的省譯法，以及加上後綴義標的「普羅階級」一詞，主要便是因為全譯的「普羅列塔利亞」六個音節太長，不利漢語讀者使用，因此僅保留兩個音節。又例如梵語“*bodhisattva*”原譯作「菩提薩埵」，後略為「菩薩」；“*pāramitā*”原譯作「波羅蜜多」，後略為「波羅蜜」；“*Yama-rāja*”原譯作「閻摩羅闍」，後略為「閻羅」；“*bhikṣuṇī*”原譯作「比丘尼」，後譯作「尼」。由上述例子可發現，省譯的原則不定，有時省最後一個或數個音節，例如（底線部分為省略的音節）：

波羅蜜多→波羅蜜

普羅列塔利亞→普羅

有時省去間隔的音節，例如

菩提薩埵→菩薩

閻摩羅闍→閻羅

有時卻又省去前面的音節，例如

比丘尼→尼

雖然省略後的譯名音節簡潔，較為通行，但全譯與省譯的原則並沒有統一規定，以致於同一個詞可能出現兩種以上的譯名，造成難以流傳的結果。

（二）音譯義譯不一：

同樣一個外語詞，除了用音譯的方式翻譯之外，也可能會用義譯、半音譯半義譯、音譯加類名、甚至音義兼譯等多種方式。因此，一個外語原詞可能會有兩種以上的譯名，造成使用上的混亂。吳致君（1995：167）舉出以下例子：

外語原詞	語源	音譯	半音半義	音義兼譯	音譯+類名	形聲	義譯
vitamin	英			維他命			維生素
miniskirt	英		迷你裙				超短裙
prolétariat	法	普羅列塔利亞			普羅階級		無產階級
microphone	英	麥克風					揚聲器
aludel	英	阿露美爾			阿留邁合金		
esperanto	英	愛斯不蘭托		愛斯不難讀			世界語
bandage	英	扮帶		繃帶			
sāgū	馬來	西穀			西谷米		
lemon	英	黎濛				檸檬	
romance	英	羅曼斯		浪漫史			
Seconal	英	司可納		速可眠			
communism	英	康門尼斯姆	康敏主義				共產主義
saxophone	英	薩克斯風	薩克斯管				

此外，尚有為了音義兼譯，而刻意譯成與原詞發音有所差距，以致於「以義害音」，例如：

Prozac→百憂解（一種抗憂鬱藥物）

Viagra→威而鋼（一種壯陽藥物）

fuzzy logic→弗晰邏輯（模糊邏輯）

utopia→烏托邦（理想國）

neon→霓虹（氬光燈）

若嚴格按照讀音來翻譯，Prozac 建議應譯為「普羅札克」或「波札克」；Viagra 建議譯為「維阿格拉」、fuzzy logic 譯為「發晰拉吉克」、utopia 譯為「幽偷匹亞」、neon 應譯為「尼盞」，讀音都較原譯詞接近原詞。然而，這些譯名比起兼顧原詞涵義的原譯名，較為詰屈聱牙，不利記憶使用；為了音義兼譯，有時必須犧牲發音對應的精確度，但由此也可看出漢字表義特性的影響。

完全音譯可說是外來詞剛進入漢語詞彙時的最常用的翻譯方式，爾後可能會依音節數多寡、詞義內涵，而有義譯、半音半譯、音譯加類名甚或是音義兼譯的譯詞出現，最後由義譯詞完全取代音譯，但亦有由義譯詞又回譯成音譯詞的例子。這種一詞多譯的情形，可說是「過渡性語言現象」¹⁹，是詞彙發展必經之途，而至於該詞彙如何發展，僅能猜測，其走向仍跟隨使用者的喜好而走。縱上所述，身為語言使用者的大眾，以及大量傳播語言的媒體，才是詞彙存留的決定者，

（三）專名譯法不一

人名、地名等專有名詞，譯法亦沒有統一。以人名而言，歷史上各個不同的時期，流行不同的姓名譯法。例如明清時代來華的傳教士或科學家，為打入朝廷，進行傳教或傳授天文地理科學等知識，其姓名多依照漢語的習慣先譯姓再譯名，例如將 Thomas Wade 譯作「威妥瑪」。而電影「亂世佳人」風靡之時，劇中人物之姓名則是將姓先經過縮略後，以國語中固有的姓氏來對譯，並且將整個名字譯成三個字，以去除「洋味」，拉近觀眾與劇中人物的距離，例如將 Scarlett O'Hara 譯作「郝思嘉」，將 Rhett Butler 譯作「白瑞德」。惟此法雖蔚為一時風行，現在在大眾媒體上卻不甚普遍，多半用於來台外國人申辦證件時所用。

此外，外國人名亦有依據原名順序對譯之情況，例如將 Adam Smith 譯成「亞當斯密」，將 Peer Gynt 譯成「皮爾金」。時至今日，多數的人名僅只譯姓的部

¹⁹ 李知沅，2004，《現代漢語外來詞研究》，台北：文鶴，頁 188。

分，例如將 Alan Greenspan 譯作「葛林斯班」，將 George W. Bush 譯作「布希」。由此可以看出，在不同的歷史時期裡，人名會依不同的情況、不同的方式翻譯。

在地名方面，由於有些字本身承載意義，因此可能出現音義或義譯兩種情況，例如 New Jersey（美國東岸城市），有純粹音譯作「紐澤西」，亦有將 New 義譯作「新澤西」；Cape Town 音譯作「開普敦」，而 Cape of Good Hope 卻義譯作「好望角」；有時某個地名有其歷史背景，命名時未必依照其字音，例如 San Francisco 雖有音譯名「三藩市」，但台灣地區通用的是與該地名字音毫無關係的「舊金山」。

根據竺家寧（1996：3）對兩岸外來詞的比較研究發現，翻譯同一專有名詞時，大陸地區傾向對照原音完整譯出，用的字數比較多，台灣地區則較求簡潔，常會視情況省略或合併子音。因此像前蘇聯總統 Gorbachev，台灣譯成「戈巴契夫」，大陸則譯成「戈爾巴喬夫」；中美洲國家 Ecuador，台灣譯為「厄瓜多」，大陸則譯成「厄瓜多爾」；又如藥品 Formalin（甲醛），台灣譯為「福馬林」，大陸則譯為「福爾馬林」²⁰。撇開用字不同不談，大陸地區譯出台灣所省略的「爾」音（對應-r-），較為完整，但字數也較多。於是，同一個人名、地名到了兩岸，可能成為不同的人、地點，對於兩岸的交流有一定程度的不便。

五、方言影響，南腔北調

原來用方言發音的外來詞進入國語詞彙，後來以國語發音，讀音因此改變，以致於與原外來詞發音有差距。例如：

taxi→的士（粵）

²⁰ 以上三例取自竺家寧，1996，〈兩岸外來詞的翻譯問題〉，於《華文世界》81期，頁4—5。

shirt→恤（粵）

winner→溫拿（粵）

Hollywood→荷里活（粵）

Canada→加拿大（滬）

toffee/toffy→太妃（糖）（滬）

上述的例子裡，若用國語發音，將與原詞的發音相去甚遠，難以聯想是由同一個字所音譯過來的，一定要用原來譯介的方言來發音才聽得出來。

此外，有些方言譯詞就此進入國語詞彙，沒有出現別的音譯名，例如派對、摩登；然而，若是同一件事物除了用方言翻譯之外亦用國語翻譯，則又會出現一詞多形、異區異詞的情形。例如上述的 Hollywood，在香港稱為「荷里活」，在台灣則為「好萊塢」；taxi 在香港音譯為「的士」，台灣則義譯為「計程車」。方言的影響，不但造成使用混亂，更有可能誤解字義，以致兩地交流不便。

貳、外來詞的規範原則

以上所述外來詞使用上的現象，促成各個語言學者規範外來詞語的動機。但如前所述，漢語無法像日語一般制訂標準的對譯法，只能有「參考」用的原則，做「柔性」的規範，史有為（2000：195）對此曾說：

所謂柔性規範，就是承認規範問題的模糊性與不確定性，承認影響規範的是具有多個因素，並在此認識上建立多因素參與的規範模式，按照不同類型採取不同的方案和力度去指導現實的規範工作。

李知沅（2004：194）對於外來詞規範化的意見，與史有為有異曲同工之妙，他表示：

運用主觀的努力來對現代漢語外來詞的分歧現象加以統一是不可能而必要的。外來詞規範化是一項艱鉅的工作，我們不能在這裡把每一個外來詞應如何加以規範化的意見都提出來，因為若以強制方式執行規範化工作，將難以收效。故 只是把外來詞的規範化的大原則提出來。

由上觀之，學者專家多半認為國語外來詞不適用判然明確的強制規範方式，而是要多方考慮，並且在使用與傳播中漸漸取得共識，求得一致。規範原則一直以來皆為學者討論外來詞時不可或缺的議題，例如早期有周有光（1959）、梁容若（1959），近來有周有光（1991）、王鐵昆（1993）、黃河清（1994）、史有為（2000）、李知沅（2004）。筆者綜合各家意見後，得出以下三項學者們所提出的主要規範原則：

一、約定俗成

雖然經過規範的語言有規則可循，但畢竟社會大眾是語言的使用者，而語言又與時推移，時有所異，使用者當然不能墨守成規。因此，彼時的規範也許到此時已不適用，反之亦然，適不適用的標準則完全端賴使用者而定。外來詞進入漢語詞彙之初，若已有群眾所接受與認定的形式，便是「約定」了；爾後經過使用者一段時間的實踐及沈澱之後，在詞彙體系穩定下來，則「俗成」了。

同理，若是某外來詞早已成為詞彙的一部份，卻與新的規範抵觸，儘管新造詞較原詞合乎漢語內部規律，仍不宜任意作更動，仍應保留「俗」譯。舉例來說，英語“gas”傳向日文成為「ガズ」，再由日文傳入漢語譯成「瓦斯」，與原詞有段差距。若要嚴格要求對音，應該將 gas 譯為「蓋司」。但「瓦斯」一詞早已融入群眾詞彙的一部份，根深蒂固，也就無須更動了。

二、用字適宜

用字適宜的原則，即與吳致君（1995：190-7）所述的「真、善、美」原則一致，也就是「譯音準確，名實相符，表現美感」。音譯外來詞時，首先即應考慮譯音的準確，以求譯詞的「真」。施翠峰（1972：34）對此表示，「翻譯必須以譯音準確作第一目標，然後才注意到文字是否雅俗。如果譯音偏差太大，光是詞句優美也沒有用處。」再者，音譯詞的選字應該盡可能使用與原字色彩、內涵互相配合；若原字為中性語詞，就不應選用帶有太過積極或消極的字來對譯，以求名實相符，亦即「善」²¹。同時，應多用具有美感的漢字，亦即求譯詞的用字的「美」。

三、好記上口

專家學者亦認為，譯詞要便於記憶、朗朗上口，選詞用字便應該趨簡御繁，不只在音節長度不宜過長，選字方面也應盡量避免艱澀冷僻字，盡量不要用新造字。此外，在音節方面亦要盡量簡約，茲因「音節簡省是外來新詞語規範化的首要原則」²²。漢語詞彙多以單或雙音節為主，因此若外來詞原詞詞形較長，超過三音節以上，則譯入漢語時應盡量縮略成單或雙音節的字詞，以利傳播、使用，進而在漢語詞彙系統中穩定下來。若一開始譯入的字超過四個音節，則很容易由後來縮略的詞或是字數較少的義譯詞所取代，前者如“普羅列塔利亞→普羅”、“菩提薩埵→菩薩”，後者如“煙士披裡純→靈感”、“德謨克拉西→民主”、“哀的美敦書→最後通牒”等等。由此可見，音節簡約的字要較音節繁複的字利於記憶傳誦，而觀察過去大量外來詞的例子，四音節的譯音詞算是穩定長度的上限了（李知沅，2004：198）。

由上可知，外來詞在譯介與穩定的過程中，會朝漢語語法內部的規律發展。首先，為了利於流傳，譯詞音節數能短則短；再者，漢字有表義功能，譯音詞若兼而譯義，更較純音譯詞好記上口，便於使用，更有利於流傳，因此若外來詞有音譯與音譯兼譯兩種型態同時存在，多會傾向選擇表義，取音義兼譯而捨純粹音譯。

²¹ 史有為，2000，《漢語外來詞》，北京：商務印書館，頁196—197。

²² 聶鴻音，1994，〈音節簡省是外來新詞語規範化的首要原則〉，於《語文建設》第1期，頁15—16。

參、由新外來詞的使用現象論規範之必要性

雖然多位學者對於外來詞提出了規範的看法，但筆者認為，語言本為約定俗成，不論是柔性或硬性的規定，對於語言的發展都將有所阻滯。以外來詞為例，若是真制定一套規範標準，儘管名為「柔性」原則，或能收用字統一之效，然使用者未必真會遵守該原則，依然隨著使用情境不同而自創新的詞形；再者，語言本來就是有機體，若硬性規定其發展，將扼殺語言的創造力，也必然不會有效果；且經由創新的方式所生成的外來詞，也許真會有一時混亂、一字多譯的現象，甚至與國語固有的詞彙混用；但語言發展的決定權仍應掌握於使用大眾手中，由使用者決定一字一詞的去留；不合用的外來詞，時間一久自然會被淘汰。

再者，從外來詞的變化來看，以往固定的詞形，在時間一久後，依然有變化的可能，例如義大利文“pizza”在《國語日報外來語詞典》中原本被譯為「比沙」，但現在通用的形式卻是「比薩」或「披薩」；日語“”（生魚片）原本為「撒西米」，現在通行的卻是「沙西米」；英語“toast”原為「土司」或「土斯」，但現在「吐司」與「土司」通用，前者使用的頻度甚至超越後者。由此現象觀之，民眾對於用字喜好會隨著時間而有所改變，卻未必是朝字形簡略的方向去。舉例來說，不論是「比薩」或「披薩」，其用字皆比原譯「比沙」要多，卻是現在通行的譯法。筆者推測這是因為「薩」比「沙」要來得「有洋味」，許多外國人名或地名皆以「薩」字來翻譯，例如「薩伊」、「堪薩斯州」、「薩丕爾」；此外，「沙」字本身較難與該食物的內涵聯想，甚至帶有「風沙」、「泥沙」一類的形象，難以跟原詞所指之物相比擬，於是「比沙」的譯名便漸漸淡出。

除了上述的一般名詞可能會隨時間而改變詞形，就連商標、公司、品牌等專有名詞也會因外在因素而改變名稱，例如 SONY 在《國語日報外來語詞典》中為

「新力（牌）」，但今日 SONY 公司與通訊科技公司 Ericsson 合併成為 SONY Ericsson，譯名也改為「索尼愛立信」；又如 Disneyland，以往皆譯為「狄斯耐」樂園，現在 Disney 卻名為「迪士尼」公司，狄斯耐樂園已成過去式；此外，早期 Mentholatum 稱為「面速力達母」，現在也更名為「曼秀雷敦」。

另外，有些詞綴雖然會繼續沿用，例如“vitamin(e)”（維他命）中的「他命」保留了下來，沿用至今日的新外來詞「安非他命」「amphetamine」及「K他命」「ketamine」；但也有不循過往詞彙固有的詞素而再創新詞素的新外來詞，例如“party”→「派對」，但“home party”→「轟趴」，而非「轟派對」，而「趴」字甚至還與其他字組成新的詞彙，如「生日趴」等等。筆者推論，這是因為「趴」〔pO〕在發音上比「派對」的「派」〔pal〕，更近於 party 的第一音節〔pOr〕，有助於與英文原詞發音聯想；再者，若將「派對」節縮成為「派」成為語素，與其他字詞結合成為新詞，如「生日派」、「內衣派」，會使人聯想到「派」對應其原本所翻譯的英語詞彙“pie”，容易產生誤解，故「趴」便成了新興語素。另一方面，為了求新穎有力、便於記憶的廣告效果，增加吸引力，甚至出現了以「趴踢」²³重新翻譯“party”的情形。

時至今日，除了以國字譯音之外，近年來亦出現以注音符號與聲符來標記國語音節中不存在的閩南語譯音詞²⁴，筆者姑且稱之為「注音符號詞」²⁵。雖然筆者並未將這兩類新詞收錄於語料內，但亦有收集數例以為參考之用。在注音符號詞方面，舉例如下：

²³ 「趴」與「趴踢」之例句，請參閱附錄。

²⁴ 筆者以「即時報紙標題索引資料庫」進行檢索，發現「ㄌㄨㄨㄥ」一詞早在 1994 年 12 月 31 日便已見於聯合報 22 版，但開始較穩定的出現始於 2001 年。

²⁵ 近來出現了「注音文」這樣的名詞，主要是用縮略韻母的注音符號來表國字之意，如「好ㄅ」、「ㄋ說呢」、「好ㄅ」，分別代表「好吧（ㄅㄩ）」、「你說呢（ㄋㄨ）」、「好的（ㄅㄨ）」，主要出現在網站、BBS 站上，多為時下「新新人類」所使用。由於注音文只需打上一個注音符號，在使用上較輸入整個國字為省時省力，卻相當容易造成意思上的誤解，因此網路上也出現了強大的「反注音文」潮。筆者此處所謂的「注音符號詞」指的乃是以完整的注音符號組合代表國語中不存在的音節，與「注音文」並不相同。

注音符號詞彙	釋意	例句
ㄍㄟㄨㄥ	矜持，放不開	陳致遠是一個很ㄍㄟㄨㄥ的人（蘋果，2004/03/26，D2）
ㄉㄨㄥˊㄩㄥˋ	顫抖	舌戰相殺，看誰ㄉㄨㄥˊㄩㄥˋ（聯晚，1996/03/23，17）
ㄅㄛˊㄩㄥˊ	腳，引申為角色	缺乏大ㄅㄛˊㄩㄥˊ演出的《地獄怪客》，可能因而影響票房（蘋果，2004/03/24，C14）
ㄉㄨㄥˊㄨㄥˋ	分手	愛情合約到期？一月底ㄉㄨㄥˊㄨㄥˋ了（自由，2004/03/27，40）
ㄇㄨㄥˊㄨㄥˋ	俗氣	雖然目前七個女生被稱為「7朵花」訓練代號有點「ㄇㄨㄥˊㄨㄥˋ」，但成員其實都很有來頭（聯合，2004/03/24，D2）
ㄉㄨㄥˊㄩㄥˋ	撒嬌	到時候，林青霞只要跟老公「ㄉㄨㄥˊㄩㄥˋ」一下，說不定 Burberry 股東就易主了（蘋果，2004/03/17，C11）
ㄇㄨㄥˊㄩㄥˋ	逛	逛賣場像ㄇㄨㄥˊㄩㄥˋ夜市（聯合，2004/08/03，B3）

以上幾個「注音符號詞」，近來頻頻在平面或電子媒體出現，在國內大報裡的曝光機率也越來越高。根據筆者以「即時報紙標題索引資料庫」檢索的結果，「ㄉㄨㄥˊㄨㄥˋ」詞至今在報紙上出現了100次，「ㄇㄨㄥˊㄩㄥˋ」一詞出現了166次，「ㄍㄟㄨㄥ」一詞已有279次之多，而「ㄅㄛˊㄩㄥˊ」詞更是到達437次，不但頻繁，而且已是相當穩定的詞彙，並且形成新的構詞語素，諸如「大ㄅㄛˊㄩㄥˊ」（大人物）、「小ㄅㄛˊㄩㄥˊ」（小角色、不重要之人）、「怪ㄅㄛˊㄩㄥˊ」（怪人）、「吃飯ㄅㄛˊㄩㄥˊ」（一起吃飯的伴）等等。

既然國語裡已有固有的詞彙可以代表其意義，又為何會有這類以注音符號來借音翻譯的詞出現呢？其中原因應如筆者在本章第一節所述，為的是傳達鄉土味、親切感，並且製造趣味、戲謔效果，讓行文更加生動。而從上述幾例的詞頻檢索來

看，有數個這一類的「注音符號詞」已開始於國語詞彙中穩定下來，未來有可能在國語裡生根，成為固有詞彙的一部分。倘若成真，屆時是否可能大量地用注音符號來翻譯外來詞語，造成如同日語般「假名化」的初步統一之效，值得觀察。事實上，關於用注音符號來翻譯外來詞的構想，金兆梓（1949）、梁容若（1959、1987）等人皆有提出過，但顯然當時並無成效。梁容若（1987：173）的結論亦僅止於「研究嘗試階段」，最後更轉而提倡以「漢語羅馬字」（亦即漢語拼音）來翻譯外來語。大陸地區目前徹底實施漢語拼音，力將中文拼音化，未來以「漢語羅馬字」合併漢字共同翻譯外來詞的可能性將大為升高。

由於資訊大量湧入，許多外語詞彙來不及翻譯便要使用在日常生活，導致轉借詞（即外文字母詞）大量出現，有時甚至是為了「求新奇與刺激的廣告效果」（湯廷池，1989：104）。筆者舉出數例常見的轉借詞如下：OPEC（Organization of Petroleum Exporting Countries，石油輸出國家組織）、PDA（personal digital assistant，個人數位助理，為一項高科技產品）、NBA（National Basketball Association，美國國家籃球聯盟）、VIP（very important person，貴賓）、MVP（most valuable player，最有價值球員）、MIT（Massachusetts Institute of Technology，麻省理工學院）、DVD（digital video disk，數位影音光碟）、NASA（National Aeronautic and Space Administration，美國國家航空太空總署）、CPU（central processing unit，中央處理器）、GMP（Good Manufacturing Practices，優良藥品製造規範）、modem（modulator and demodulator，數據交換機）等等，久而久之，一般人也完全接受字母轉借詞充斥生活中，除非有響亮、好記的音譯詞，否則皆以轉借詞出現。而已出現音譯詞的外來詞如煞（死）、托福等，則會視目的、場合不同，與其外語原字並行交替使用，影響所及，使得日常生活對話或書面文字裡常出現中英夾雜的情況。

如前所述，在現今轉借字母詞越來越普遍的情況下，除了中文譯名外，也常常直接使用外語轉借原詞，使得外文原詞與中文譯名並存，例如：

外語原詞	音譯	音義兼譯	音譯+類名	義譯
SARS		煞(死)		嚴重急性呼吸道症候群／非典 ²⁶
AIDS	愛滋／艾滋		愛滋病／艾滋病	後天免疫不全症候群
e-mail		伊妹兒/伊媚兒		電子郵件
ace	愛司		愛司球	發球得分
SOHO		守候族		在家工作者
BASIC		培基(語言)		

表中數例，都是譯詞與原詞（即「字母詞」）並存，以致於出現一詞多形的情形。至於使用時機為何，端看使用者的喜好以及使用時的情況而定。例如在正式文件或場合中，「電子郵件」會與“e-mail”一詞交互使用，但較不正式或者使用者刻意要「裝可愛」的時候，就會使用「伊妹兒／媚兒」，把「電子郵件」擬人化；又如“SARS”一詞，多為正式文件、官方紀錄所用，「嚴重急性呼吸道症候群」則於解釋該詞時所用，由於字數太多，因此多為附註用途。平面或大眾媒體在報導相關新聞時，常用其音譯「煞」一字，除了字數極少、近音聯想外，還帶有被病痛「煞」到的閩南語諧音雙關；加上其單音節的特性，構詞容易，因而形成新的構詞詞素，與其他字構成新詞，諸如「染煞」、「中煞」、「得煞」、「煞死」、「煞到」、「抗煞英雄」等等。

此外，轉借詞的出現，更進一步改變了國語的結構，出現了以英文字母為國語詞彙的現象。例如筆者的語料庫中，便收集到了「好康A」與「係金A」兩國音借字的方言詞，兩者皆以英文字母「A」作為詞尾「的」的音譯。由於閩南語的「的」音近似於「A」，國語裡又沒有近音的字可以翻譯，因此可以預期，未來若有閩南語詞彙以「的」結尾，「A」將會是很常用的詞尾。如此一來，「A」便成為了國語中的詞彙。另外，筆者亦收集到「K他命」一詞，音譯英文

²⁶ 「非典」為大陸地區的譯名。

“ketamine”。由於國語裡沒有近似於英文音節〔kE〕的字可以對譯，便直接以近音的英文字母「K」來翻譯，而「K」更進一步形成構詞元素，組成如「拉K」²⁷之類的新詞。

新外來詞的引進，造成了國語詞彙及結構的改變，然而筆者以上所提及的「趴踢」、「係金A」、「掰掰」等詞彙，都只是近年來初出興起之詞，與舊詞彙的使用頻率比較起來，仍只是九牛一毛²⁸；「趴」、「煞」、「ㄎㄩ」、「A」等構詞元素，亦處在不穩定的使用階段，未來發展及走向會如何，尚不得而知。但可以確定的是，這種顛覆以往的舊譯名，再創新譯名，經過大眾媒體報導、傳播使用後而造成流行的例子，未來將會越來越多。加上前述的「注音符號詞」及「轉借字母詞」已逐漸成趨勢的情況來看，語言的變動完全無法掌握，更無法輕言規定；即便有所規定，亦會隨著使用者的喜好、大眾媒體傳播、新資訊的大量湧入等因素交互作用之下而改變。一個外來詞彙究竟能存在多久？新型態的外來詞彙能否打進正統詞彙裡？只能留待廣大的使用者決定它的走向，讓不適合或較不佔優勢的詞自然淘汰。

²⁷ 亦即「吸食K他命」之意。

²⁸ 筆者以「趴」、「趴踢」及「派對」三詞輸入「即時報紙標題索引資料庫」檢索詞頻，發現「派對」一詞已出現了15440次，「趴踢」僅有24次，「趴」更是今年才出現與「轟」之外的詞構成「生日趴」、「內衣趴」等新詞。