

Comparison of Sports Culture Popular Words between China and Japan and Analysis of Japanese Translation into Chinese

—Take the Top 10 Popular Words of China and Japan from 2008 to 2018 as an Example

Dantong Liang, Zhaohui Bu

School of Foreign Languages, GuangXi University, Nanning Guangxi
Email: 184881776@qq.com

Received: Nov. 12th, 2019; accepted: Dec. 5th, 2019; published: Dec. 13th, 2019

Abstract

Popular words are a kind of vocabulary phenomenon, characterized by being easy to understand and catchy, reflecting a country or a region of people in a certain period of general attention to things and problems. Through a comparative analysis of the sports related sentences in the top ten sports words of China and Japan from 2008 to 2018, this paper concludes that the large number of Japanese sports words is related to the developed sports industry in Japan, the perfect and detailed sports policies, and the high degree of national attention to sports. At the same time, the author made a comparative analysis between the Japanese catchwords translated into Chinese and the existing Chinese words, and found that when translating Japanese catchwords into Chinese, not only the words, but also the background connotation and subtle emotions should be taken into consideration, so as to find a suitable translation strategy for the translation.

Keywords

Popular Words, Sports Culture, Comparison between China and Japan, Translation

中日体育文化来源流行语对比及日译汉分析

——以中日 2008~2018 年十大流行语为例

梁丹彤, 卜朝晖

广西大学外国语学院, 广西 南宁

Email: 184881776@qq.com

收稿日期: 2019年11月12日; 录用日期: 2019年12月5日; 发布日期: 2019年12月13日

摘要

流行语是一种词汇现象,其特点是通俗易懂、朗朗上口,反映了一个国家或一个地区的人民在某个时期普遍关注的事物和问题。本文通过对比分析2008~2018年的中日十大流行语中的体育类相关语句后得出,日语体育类流行语数量多与日本体育产业发达、体育政策完善细致、国民对体育关注程度高等原因相关。同时,笔者将日语流行语进行汉译后与已有的汉译词进行对照分析后发现,将日语流行语汉译时,不仅要考虑文字,还需要考量其背景内涵及微妙情绪等,找到适合的翻译策略再进行翻译。

关键词

流行语, 体育文化, 中日对比, 翻译

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

流行语不仅是一种语言现象,更是一种新型交流方式与崭新的文化景观。中国自2003年学界发起“中国主流报纸十大流行语评选活动”起,越来越多的机构、单位等通过不同的评选机制对流行语进行分类评选,目前较为科学和权威的发布有中国中文信息学会、北京语言大学等联合发布的年度流行语排行榜,国家语言文字资源检测与研究中心等单位“中国媒体十大流行语”评选,以及《咬文嚼字》杂志的“十大流行语”评选活动。“人民网日语版”“沪江日语网”等网络平台也纷纷推出日汉互译的流行语讲解版块,方便人们对于中日流行语的认识与理解。与流行语相关的论文研究也有很多。例如:在韦少敏,卜朝晖(2016)的期刊论文《日语新语的构词特点探析——以“新语·流行语大奖”为例》[1]中先对日语新语的构词特点进行了初步探析,之后,韦少敏(2016)在硕士论文《日语新语_流行语的特点及其日汉翻译研究》[2]中,又继续从流行语的构词法、文化翻译等方面探究了日语流行语的汉译方法;在盛焯,卜朝晖(2018)的期刊论文《网络流行语的起源、词义分析及分类——以2014年~2016年“网络用语”为例》[3]中,总结了网络流行语的一般特点,然后分析了2014~2016年“网络用语”的起源和词义并在此基础之上将流行语分成了九大类,而在之后盛焯(2018)的硕士论文《汉语网络流行语的特征及其日译考察》[4]中,进一步分析了中文网络流行语的特征,并通过文化翻译、异化归化等方法探究了中文流行语日译的方法。

日本方面,自1984年起,日本的语言类期刊《现代用语の基礎知識》通过读者审查员问卷调查和由各行业名人组成的选拔委员会两方的筛选,每年12月1日进行新语·流行语大赏公布活动,从提名的50个流行语中选出年度十大流行语。但对于日语流行语的研究基本没有涉及汉译,只是对日语流行语进行语言学研究。如佐藤智雄(1960)「流行語の社会心理学的考察」[5],从社会学和心理学两方面阐明了流行语产生的原因与传播;小矢野哲夫(1997)「流行語と若者ことば」[6],对于流行语所反映的社会现

象以及年轻人的心理特征做了研究考察; 篠崎晃一(1997)「流行語の発生と伝播」[7], 通过对流行语现象的产生以及传播阐述了自己对流行语的独到见解。

综上所述, 有关中日流行语的研究不少, 但在笔者所见范围中, 未见有针对体育文化类别的流行语的考察研究。因此本文通过统计对比 2008~2018 年的中日十大流行语中体育相关流行语的文化色彩, 考察中日两国民众对于流行语和体育的态度及心理, 并对此类日语流行语的汉译方法进行探讨。本文的流行语数据来源于中国《咬文嚼字》网站 2008~2018 历年十大流行语, 以及维基百科日语版日本流行语大赏 2008~2018 年 10 年间入围前十的流行语。

2. 中日流行语定义

《辞海》中对于“流行”一词的解释是:“迅速传播或盛行一时。”《现代汉语词典》(第 5 版)对“流行语”的释义为:“某一时期社会上广泛流行的词汇。”

《日本大百科全书》对流行语作出了如下定义:流行语本质上是一种语言。是适应某一时期人们的兴趣和关心焦点、有着强烈的感化意义、并被广泛而大量使用的语言。很多流行语寿命较短,但也有被大众长期使用的普通词汇[8]。

参考以上说法, 本文对流行语的定义作出如下总结。流行语是某一国家在某一时期突然被大多数人所关注、频繁使用并广为流传的词、词组或句子。既有新生词汇, 也有以前的固有词句。有些在短暂被使用后就销声匿迹, 也有一些会被固定下来长期使用, 或被收录到词典中。

3. 中日 2008~2018 年十大流行语中的体育流行语统计

笔者为考察中日流行语中体育相关流行语的含义、背景以及相关事件, 通过参考搜索中国《咬文嚼字》网站 2008~2018 历年十大流行语中与体育相关的流行语, 另外通过维基百科日语版搜索到日本流行语大赏 2008~2018 年 10 年间入围前十的流行语, 并对其中体育相关流行语进行统计后制作如表 1、表 2。其中①~③为中文流行语, 在人民网对于中文流行语日译的基础上, 笔者也进行了翻译, ④~⑯为日语流行语, 笔者参考沪江网站对于日语流行语的汉译进行了翻译。另外, 本论文中对于体育类流行语的界定上并没有一个严格的规范, 笔者在选取体育类流行语时采用的方法是, 寻找与体育赛事、运动员、教练、新闻等相关的流行语, 这个可能带有一定的个人局限性, 但也应该在相当程度上收集和反映了相应的情况。

4. 中日体育类流行语的异同

4.1. 中日体育类流行语的共性

收集中日两国 2008~2018 年十大流行语中体育类相关的流行语并进行分析, 可以看出虽然在数量上日本相比较中国要多得多, 中国 3 个, 日本 16 个。但双方还是具有一些共性。

内容方面, 中日两国近十年的体育类流行语中都出现了与奥运会、奥运会比赛项目相关的流行语, 如中国的“和”、“洪荒之力”, 日本的“上野の 413 球(上野 413 球)”、“エンブレム(标志)”。很重要的一个原因是因为中国和日本都举办过或即将举办奥运会, 作为一个国际性体育盛会, 奥运会不仅受到全世界范围的关注, 奥运会举办国更是自申奥成功后便会举国做好万全准备迎接。另外, 奥运会比赛期间, 作为各国体育最高水平的代表, 奥运健儿们在赛场上的表现自然会备受国民关注, 例如中文流行语“洪荒之力”, 是指在 2016 里约奥运会女子 100 米仰泳半决赛之后接受采访之时, 中国选手傅园慧表示:“我昨天把洪荒之力用完了, 今天没有力气了”。日本也有相同情况, 例如“手ぶらで帰らせるわけにはいかない(绝不能让他空手而归)”, 也是日本奥运选手所说的话语。因此可以看出, 中日两国人民对于奥运会此类大型体育盛事的关注度、参与度都很高。

Table 1. Sports buzzwords among the top 10 buzzwords in China from 2008 to 2018**表 1.** 中国 2008~2018 年十大流行语中的体育流行语

流行语	笔者译	人民网译	时间
①和	和		2008
②洪荒之力	洪荒(こうこう)の力	究極のパワー	2016
③一言不合就 oo	一言が合わない	意見が合わなければ	2016

Table 2. Sports buzzwords among the top 10 buzzwords in Japan from 2008 to 2018**表 2.** 日本 2008~2018 年十大流行语中的体育流行语

流行语	笔者译	沪江网译	时间
④上野の 413 球	上野 413 球(上野由岐子在 2008 北京奥运会垒球比赛的投球数)	上野 413 球	2008
⑤ぼやき	教练的念叨	嘟囔	2009
⑥何か持っていると言われ続けてきました。今日何を持っているのか確信しました…それは仲間です。	大家总说我们“有一手”。今日终于确定, 这一手便是……伙伴。	大家一直都说我们“有一手”。今天我终于确定我们有的这一手是……我的伙伴们	2010 (特别奖)
⑦なでしこジャパン	大和抚子(日本女子足球队)	大和抚子	2011
⑧手ぶらで帰らせるわけにはいかない	绝不能让他空手而归(北岛康介最后一次参加奥运会)	绝不能让他空手而归	2012
⑨被災地が、東北が、日本がひとつになった 楽天、日本一をありがとう	灾区、东北、日本合而为一。谢谢乐天成为日本第一	灾区、东北、日本合而为一。乐天问鼎冠军, 谢谢	2013
⑩レジェンド	传奇(冬奥会四人)	传奇	2014
⑪トリプルスリー	333 记录(在职业棒球中同一赛季, 创下 3 成击球率, 30 个本垒打, 30 偷垒的成绩, 合称为“333”纪录)	333 Triple three	2015
⑫エンブレム	东京奥运会标志	标志	2015
⑬五郎丸ポーズ	五郎丸姿势(橄榄球开球)	五郎丸姿势	2015
⑭まいにち、修造!	每天和修造一起运动吧!	“每天, 修造!”	2015
⑮神ってる	太神了吧	有如神助	2016
⑯そだねー	好嘞~	好嘞~	2018
⑰e スポーツ	电子竞技	电子竞技	2018
⑱(大迫)半端ないって	大迫真牛啊	大迫真牛啊	2018
⑲奈良判定	奈良判罚	奈良判罚	2018

来源方面, 从古代或传统文化中引用或旧词新用也可看做中日体育类流行语的一个共性。同样是中文“洪荒之力”一词, 原本指“古代天地初开之时足以毁灭世界的力量”, 因古装电视剧《花千骨》中引用, 后又被傅园慧选手用来形容自己拼尽全力而走红。而日语“なでしこジャパン(大和抚子)”, 是日本传统的优秀女性代称, 后被日本民众用来称呼日本国家女子足球队的队员们。由此可见, 中日体育类流行语还可与中日各自悠长深远的历史文化密切相连。

形式方面, 由于现代社会的生活节奏变快, 人们越来越倾向于使用音节较少、可以简洁快速表达自己想法的语言。所以中日两国的体育类流行语中都出现了缩略语。中文流行语“和”, 可以指“和好、和睦、和气”, “和谐”更是成为人类共同追求的目标。日语流行语“トリプルスリー(333 Triple three)”, 则是将 3 成击球率, 30 个本垒打, 30 偷垒的成绩, 合称为“333 (Triple three)”纪录。这样使用缩略语的流行语, 既寓意深刻又容易记忆传播。

4.2. 中日体育类流行语的不同

分析中日 2008~2018 十年十大流行语中与体育相关的流行语发现,中日最大的区别首先是在于数量,日本几乎每一年都有一个或多个体育类流行语进入流行语大赏前十,而中国只有在有奥运会举办的 2008、2016 年,以及电子竞技兴起的 2016 年才有与体育相关的流行语出现。第二个不同是在流行语内含的丰富程度上日语的更为多样化。从相关内容来看,日本体育类流行语的内容涉及多种类型比赛、选手、观众等多方面多角度,比赛类型有足球、棒球、垒球、游泳、橄榄球等,另外还有从选手角度评价自己的话语,“何か持っていると言われ続けてきました。今日何を持っているのか確信しました……それは仲間です。(大家总说我们‘有一手’。今日终于确定,这一手便是……伙伴。)”从教练的角度所说的评价“神ってる(有如神助)”,观众角度的评价则有“(大迫)半端ないって(大迫真牛啊)”等。

中日体育类流行语为何出现这些不同情况,在下文中将对其有关原因进行考察分析。

5. 从体育流行语看中日的体育

笔者从 4.2 节中考察到中日体育流行语的差异——数量和内容丰富度的差异,语言是社会和文化反映的一个载体,上述中日体育流行语的不同应该可以反映了中日两国有关体育事业、文化等的不同。以下结合两者进行分析和探讨。

5.1. 中日体育产业发展不同

日本体育产业是伴随 20 世纪初经济的快速发展而兴起的。在日本,相扑和柔道有着悠久的历史,极具象征性。日本的体育产业形成于 19 世纪后期,棒球、网球、足球等运动也在此时传入日本并开始流行起来。1936 年,日本棒球联赛成立,日本体育产业开始进入快速发展时期。之后,由于第二次世界大战的影响,使得日本体育产业处于停滞状态。20 世纪 60 年代,日本体育产业开始恢复发展,90 年代,日本体育产业发展达到巅峰。进入 21 世纪,日本参与性和观赏性体育消费需求持续加大,国内的体育旅游联盟、足球联盟等先后成立,为体育产业提供了良好的发展空间[9]。

中国体育产业是伴随着计划经济向市场经济转轨的过程中发展起来的。20 世纪 70 年代末,我国开始对传统的计划经济体制进行市场化改革。80 年代,我国开始了体育管理体制改革。进入 21 世纪,我国体育产业发展处于稳步提升阶段,体育产业的市场管理体制和运行机制逐渐完善。

5.2. 中日体育教育政策的不同

2008~2018 年日本流行语大赏共有 16 个都是与体育相关的,可以很明显看出日本国家和人民对于体育的关心与热爱,这一点从中日体育教育的不同也可以看出。

中国在小中高教育过程中,更注重的是学习,甚至是学习至上,使得中国学生在身体素质上有所欠缺。虽然现在已经开始实行将体育成绩纳入中高考成绩等政策,但中日学生在体育运动方面的差距依旧很大。

在日本,几乎所有学校,体育馆都是设备最好、投入最大的建筑,出现地震等自然灾害时,体育馆还会成为当地居民的紧急避难所。另外,日本学生从小都会将体育视为一门重要的基本必修课,类似于中国学生对待语数外,他们在做课间操时也会一丝不苟,而中国学生则是投机取巧居多。中日大学生对于体育的重视和关心程度也颇有不同,例如,中国顶尖大学清华和北大,在互较量时,总是以学习成绩排名为评判标准,而日本顶尖的早稻田和庆应大学,则会通过棒球和橄榄球比赛来进行竞争,每年都会成为热门话题,大批学生会到场加油观战。由于日本大学基本都不提供宿舍,因此学生间彼此交流的机会很多都来源于社团活动,其中尤以体育相关社团居多,在社团中,学生能得到更多的体育及其他活

动的锻炼, 培养团队合作精神, 为进入社会打下基础。中国大学虽也有形形色色的社团, 但发展规模和程度都远不及日本, 因此差异也较大[10]。

还有, 日本年轻人在做自我介绍时, 必不可少的一项就是“趣味”(中文: 爱好), 日本公司在招募新人时也会重视这一点, 例如, 应聘者若是在棒球、橄榄球等运动项目中获得过很好的成绩, 往往会被认为是“干劲十足”、“年富力强”, 给他们加分不少。但中国大部分公司更看重的是出身学校、专业等级等。

5.3. 中日民众对于体育关注度不同

日本民众对于体育的关注度是远远高于中国, 很大一部分原因是因为日本体育相关的法律法规较为健全, 群众的体育由政府文部省领导下的体育振兴特别委员会管理, 形成自上而下较为严密的管理组织网络。日本以1964年东京奥运会为契机, 全面推出了振兴日本体育的一系列计划, 来号召民众为了健康而锻炼, 这一系列计划的成功实施, 使得日本体育活动欣欣向荣, 迎来了全面发展的局面[9]。

另外, 日本的群众体育也离不开学校的运动部以及企业的俱乐部, 日本几乎所有学校的体育馆都是面向公众开放的, 因此国民运动场所及设施相比较中国要更加健全。日本学校的运动部以及运动场所基本完备, 日本学校中都有自己的棒球部、棒球场, 就像中国学校中几乎都有乒乓球案一样, 设施完备学生的参与度也会大大提高, 国民的关注度也就能逐渐提高。

此外还有一系列大众传媒对于民众进行体育信息的灌输, 日本不管是报纸、广播、电视、网络, 都有相当大篇幅对于体育类新闻信息的宣传报道, 中国虽然也有此类相关新闻信息, 但宣传力度远远不够。

除了上面提到的体育产业发展、体育教育体制、民众对于体育运动关注度等原因, 还有中国发展水平低于日本的原因, “经济基础决定上层建筑”, 中国民众大部分都为改善自己的经济、生活水平而奋斗, 因此对于体育的兴趣还不够广泛和深入。

6. 日语体育流行语的分类及汉译考察

为利用流行语加深中日两国文化交流, 流行语的正确翻译是其中必不可少的一个环节。

在对上述表格中的日语流行语进行汉译时, 笔者采用了尤金奈达的功能对等翻译理论, 尤金奈达指出“翻译是最恰当、自然和对等的语言从语义到文体再现源语的信息”。奈达有关翻译的定义指明翻译不仅是词汇意义上的对等还包括语义、风格和文体的对等, 翻译传达的信息既有表层词汇信息也有深层的文化信息。“动态对等”中的对等包括四个方面: 1) 词汇对等, 2) 句法对等, 3) 篇章对等, 4) 文体对等。在这四个方面中, 奈达认为, “意义是最重要的, 形式其次”[11]。形式很可能掩藏源语的文化意义, 并阻碍文化交流。因此, 在翻译中, 根据奈达的理论, 译者应在还原源语意义的基础上, 以动态对等的四个方面作为翻译的原则, 准确地再在目的语中再现源语的文化内涵。在收集有关流行语研究的资料并进行分析后, 笔者发现流行语的分类方法不尽相同。主要有根据流行语的品词、词句意思、造词和由来四种分类法。本文主要根据来源将日语流行语作出以下分类, 并作一简单分析。

1) 来源于电视、报纸等媒体的流行语。

当今社会, 网络技术高速发展, 人们获取信息最方便快捷的方式就是通过各种大众传媒, 如果在电视上出现某个引人注目的“金句”或台词, 很快就会为人们所谈论并传播开来。上表中的⑤、⑥、⑧、⑨、⑭、⑮、⑯、⑱均来源于大众传媒并且是口语体式, 因此译文也同样采用口语体式来进行翻译较好。

以其中的⑯“そだねー(好嘞~)”为例, 这一句是冰壶运动选手在队员间讨论时会常用到的一句口头禅, 人们在观看比赛时很容易便会注意到这一句, 而这一句话又是日本北海道方言, 参考奈达翻译理论中的句法、文体对等这两方面, 遵循努力创造出既符合原文语义又体现原文文化特色的译作这一翻译目

标,因此在翻译时除了注意口头语文体相对应的问题,还要更加“接地气”,尽量翻译成大家所熟知的一句,或是类似中国某地方言的话语也可,所以沪江网翻译为“好嘞~”这样带有明显口语语体的表达是合适的。而⑮“神ってる”一词,沪江网对于其翻译是“有如神助”,但从词源来看,这是一个人们表达惊叹时的口语表达,在准确传达词汇含义并达到语体对等的目的,笔者认为翻译成“太神了吧”这样更口语体的表达更为合适。⑭“まいにち、修造!”一词,是为了号召大家学习前日本网球国手松冈修造每日锻炼身体的一句口号,但沪江网的译文为“每天,修造!”,虽然达到了词汇、文体的对等,但最重要是要传达其含义,单看译文可能会造成读者不明所以的情况,所以笔者将其翻译为“每天和修造一起运动吧!”,这样更接近奈达认为的意义大于形式这一观点,并且也达到了语体对应。

对于表格中⑥、⑧、⑨这三个流行语,虽然均来自大众传媒,但在形式上其实是三句话,所以在翻译时表达清楚其内涵的同时,达到篇章对等的目的即可,对于⑧“手ぶらで帰らせるわけにはいかない”,沪江网的翻译为“决不能让他空手而归”,笔者的翻译与沪江网相同,为了更容易理解,在后面也加上了注释,翻译为“决不能让他空手而归(北岛康介最后一次参加奥运会)”。而对于⑥和⑨两句话,笔者在沪江网已有的翻译基础上进行了删减,因为流行语其中一个特点就是简洁、朗朗上口,所以在表达清楚含义的同时控制语篇的长度也是必要的。

⑤“ぼやき”一词,词汇本身的翻译之一确实为“嘟囔”,沪江网也直接采用了这一译文,但这一词汇想要说明的其实是日本东北乐天棒球队教练野村克也在比赛过后的采访中经常会说出一些令人津津乐道的话语,翻译时首先应表达出词汇的含义,根据这一点,笔者在翻译时进行了加译,将其译为“教练的念叨”,不使用“嘟囔”一词,是因为其含义为“连续不断地自言自语”,而“念叨”的含义则为“因关心而一再提起”,这样更符合一个教练对队员关心的心情,用“念叨”一词更为合适,符合奈达意义大于形式翻译理念。

2) 产生于新事物及新的社会现象中的流行语。

随着社会的发展,各个领域都出现了新的事物及现象,为了更好地表达这样的事物及现象,就必须创造出一些新的词汇,上表中的④和⑱均是为了说明社会现象,译文需要简单明了地表达流行语的内涵。其中⑱“奈良判定(奈良判罚)”,是为了用来定义日本拳击联盟的山根明前会长的影响力下,裁判对奈良县的选手进行了偏袒这一事件,这样的词汇不仅是对某一事物或时间的缩略,也可以说是社会上正在发生的事件及某一事物的侧面投影。参考奈达翻译理论中词汇、篇章对等这两方面,以及“奈良判定(奈良判罚)”这一词汇中体现出的中日文化相近的特征,在翻译时,尽量采用原词汇或者相近的可以解释说明事件的缩略词汇来进行概括,起到用最简短的话语、词汇阐明事物及事件的作用。

3) 从外来语中产生的流行语。

随着全球化的不断深入,越来越多的舶来品被引入,外来语也是其中之一,人们在接受不同文化交流的同时,也从外来语中产生了朗朗上口的流行语。上表中的⑩、⑪、⑫、⑬、⑰均本身是外来语或包含外来语词汇,在翻译时,一般采用音译、直译、意译、音意结合等方法,表格中的外来语翻译,笔者采用了音译结合的方法,首先对外来语的原词汇进行搜找,查看是否已经有了源语言所对应的翻译,⑰“eスポーツ(电子竞技)”一词最初是来自英语“Electronic Sports(电子体育运动)”,已有了一种较为成熟、大众普遍接受的词汇“电子竞技”,因此翻译时直接使用为大家所熟知的中文词汇即可,以此来确保翻译简洁明了,易于理解。

对于⑩“レジェンド”、⑪“トリプルスリー”、⑫“エンブレム”这三个流行的翻译,沪江网采用了直接引用其外来词汇的翻译方式,即“传奇”、“333Triple three”、“标志”,但根据这三个流行语的背景及内涵,直译的方式并不能将其含义表达出来,为首先达到传递含义,再达到词汇对等的目的,笔者使用加译或者加注释的方法,在不改变名词词汇的基础上,将这三个流行语分别译为“传奇(冬奥会

四人)、“333 记录(在职业棒球中同一赛季,创下 3 成击球率, 30 个本垒打, 30 偷垒的成绩, 合称为‘333’纪录)”、“东京奥运会标志”。此外, ⑬“五郎丸ポーズ”一词也是如此, 沪江网的译文“五郎丸姿势”虽然达到了词汇对等的目的, 但是这一流行语所包含日本橄榄球队员五郎丸步的经典开球动作这一含义并没有表达出来, 所以笔者同样采用加注释的方式将其译为“五郎丸姿势(橄榄球开球)”。

还要说明的一点就是, ⑦“なでしこジャパン”不属于以上三种来源, 而是一种旧词新用的流行语, 即旧词所指意义消失了, 被赋予了新的含义而引起关注, 在翻译此类流行语时, 最好加注释说明, 以免产生无法理解或歧义, “大和抚子”一词原意为“日本端庄贤良的女性代称”, 而这里的流行语“大和抚子”所代指的是日本女子足球队, 因此笔者在沪江网原有的“大和抚子”这一译文加上注释, 翻译为“大和抚子(日本女子足球队)”, 更直观地表达出含义。

根据以上分析不难发现, 照搬原文字词或结构而后机械地直译, 不考虑中国读者的语言习惯和阅读感受, 或容易造成误解, 而忽视流行语背后的文化或真正内涵, 而用汉字直译, 也会产生中国读者难以理解的问题。此外, 谈及语言, 本身就包括其含义、背景、韵味, 因此在翻译时除了要考虑词句的内容、确认词语的语义是否吻合以外, 还应该同时考虑其产生的背景和所表达的情绪, 不同的流行语采用其最恰当的翻译策略, 这样才能做到翻译与原文具有相同的表达效果。

7. 结语

流行语区别于其他词汇或语言, 有着本身独特的性质, 与其所反映的事件有着很深的联系, 因此, 无论是中国还是日本, 通过体育相关流行语便可看出两国人民所关心、感兴趣的体育赛事、选手及热点, 也可看出中日两国民众对于体育运动的态度, 都很注重个性发展, 灵活运用网络带来的便利, 了解体育界的各项赛事以及体育运动明星等。

对比 2008~2018 中日十大流行语中的体育类流行语, 可以看出两国此类流行语的来源均受到奥运会等国际赛事影响, 也有不少是来自体育运动员、教练、观众的经典话语, 并且在用语上都趋于简略易懂、朗朗上口。而中日两国体育相关流行语数量悬殊——日本远多于中国的原因, 则主要集中于日本体育产业发展早于中国、日本体育教育政策相较于中国更加完备, 日本民众对于体育关注度更是高于中国这三点, 此外还有日本社会发展水平较高于中国等原因。

中日流行语的翻译是以促进两国交流为目标的, 所以译文就必须要考虑读者的接受程度, 要达到功能对等的效果, 首先要忠于原文, 语言简洁流畅, 此外, 要掌握词句背景和内涵, 保留语言原有意趣和韵味。因而笔者以尤金奈达的功能对等翻译理论为翻译原则, 着眼于流行语所要表达的主要内容与来源, 进而进行翻译, 使译文首先在含义的表达上达到与源语言相同的表达效果, 再对译文进行进一步调整, 在形式、字数等细节上更加接近源语言。流行语的翻译并不是简单的文字转换, 对译语的评价也不仅仅拘泥于语法、词汇和修辞, 最重要的是让读者在看到或听到译语时, 能顺理成章地理解并接受。

笔者在参考了部分资料后对中日流行语的互译中存在的问题进行了分析, 并总结出中日流行语的互译策略, 然而, 其中还存在许多不足与不恰当指出, 另外本文对于中日体育类流行语的研究并不完善, 仅从流行语一方面无法全面阐述中日体育领域的不同, 因此今后可从流行语以外的中日社会文化对比来进行更加深入的探讨。

参考文献

- [1] 韦少敏, 卜朝晖. 日语新语的构词特点探析——以“新语·流行语大奖”为例[M]//袁卓喜. 外语教学与翻译研究: 积淀与创新. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 204-215.
- [2] 韦少敏. 日语新语·流行语的特点及其日汉翻译研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2016.

-
- [3] 盛焯, 卜朝晖. 网络流行语的起源、词义分析及分类——以 2014 年-2016 年“网络用语”为例[J]. 现代语言学, 2018, 6(2): 335-341.
- [4] 盛焯. 汉语网络流行语的特征及其日译考察[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2018.
- [5] 佐藤智雄. 流行語の社会心理学的考察[J]. 言語生活, 1960(105): 25-33.
- [6] 小矢野哲夫. 流行語と若者ことば[J]. 国文学 解釈と教材の研究, 1997, 42(14): 98-102.
- [7] 篠崎晃一. 流行語の発生と伝播[J]. 国文学 解釈と教材の研究, 1997, 42(14): 52-56.
- [8] 米川明彦. 新語と流行語[M]. 東京: 南雲堂, 1989.
- [9] 任波. 中日体育产业结构比较研究[J]. 体育文化导刊, 2018(4): 94-98+154.
- [10] 冯火红, 李建国, 崔颖波. 中日两国居民健康意识与体育意识的比较[J]. 体育科学研究, 2005, 9(1): 8-12.
- [11] 尤金·A·奈达. 翻译的科学探索[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2004: 132.