

从翻译视角探究客户接待场合下中日寒暄语的差异

李 慧

青岛大学外语学院, 山东 青岛

收稿日期: 2023年5月17日; 录用日期: 2023年7月3日; 发布日期: 2023年7月13日

摘 要

本论文以商务场合中的客户接待场合为中心, 根据笔者在翻译实践中遇到的实例, 从翻译的视角对比中日寒暄语的异同。最终得出结论为: 客户接待场合下, 中日两国在寒暄语使用上都表现出对交际对方的尊敬和时间意识; 但日本寒暄语的时间性更强, 寒暄表达更加定型化, 体现出了明显的利他文化, 且其道歉寒暄语的使用具有强烈的自我批判性。这要求译者在翻译时要注意中日寒暄语的差异, 根据语境准确翻译。

关键词

寒暄语, 翻译, 客户接待, 中日对比, 商务场合

To Explore the Differences of Pleasantries between China and Japan in Customer Reception from the Perspective of Translation

Hui Li

School of Foreign Languages, Qingdao University, Qingdao Shandong

Received: May 17th, 2023; accepted: Jul. 3rd, 2023; published: Jul. 13th, 2023

Abstract

The paper focuses on customer reception in business occasions, and compares the similarities and

differences of pleasantries between China and Japan from the perspective of translation according to the examples encountered by the author in translation practice. Finally, the conclusion is: in the customer reception occasions, both China and Japan show respect for each other and time awareness in the use of pleasantries; however, Japanese pleasantries have stronger timeliness and more stereotyped expressions, which reflects an obvious altruistic culture, and the use of apologetic pleasantries is highly self-critical. This requires the translator to pay attention to the differences between Chinese and Japanese pleasantries and translate them accurately according to the context.

Keywords

Pleasantries, Translation, Customer Reception, The Comparison between China and Japan, Business Occasions

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

在日常生活中，人们用寒暄语来营造一种气氛或与社会保持某种联系，以此来维护人际关系或某些社交目的。在客户接待、商务会议、商务谈判等商务场合中，它更像人与人之间相处的“润滑剂”，发挥着重要作用，促使商务交际顺利进行。中日两国虽同处东亚文化圈，在文化及语言上的差异却犹如鸿沟，特别是在功能性强、灵活度高的寒暄语方面，仍有许多问题值得探讨。

根据中国知网的搜索结果可知，截止到2022年，寒暄语的研究方面的文献数量共473篇。其中，中日寒暄语有关的文献有五十余篇。施晖(2007, 2008) [1] [2]以“学校”“道路”“家庭”中的寒暄为中心，在苏州和广岛进行了问卷调查，根据调查数据，尝试阐明中日两国语言中各场面的寒暄语的差异。丁尚虎、王慧娇(2016) [3]概述了关于寒暄表达的汉日对比研究进展，并提出从历时的角度考察寒暄语的表达。山内智惠美(2017) [4]从日常生活中所使用的口语寒暄语出发，分析中日间异文化交流的问题。可见关于寒暄语中日对比表达的研究，主要是总述概说式，在翻译视角下围绕某一个特定场合对比中日寒暄语、基于具体情况考察的研究仍不够全面。

因此本论文基于先行研究的现状，围绕商务场合中的客户接待场合，从接待初、接待中和接待后的三个阶段来对比其中中日寒暄语的异同。限于篇幅，本论文中来自笔者此次翻译实践的语料不再注明出处。

2. 接待初期阶段

接待初期的寒暄语主要在交际双方初次或再次见面时使用，很大程度上属于日常问候的寒暄，接待初的寒暄语通常会作为一段对话的开始，亲切自然的寒暄语会拉近和交际对方之间的心理距离，增强信任感和认同感。下面我们从翻译视角下对比下述场景中中日寒暄语的差异。

场景一：临近新年(1月1日)但还有一段时间时，预祝客户新年快乐。

中：提前祝您新年快乐！

日(译)：よいお年を！

场景二：在除夕当天(12月31日)预祝客户新年快乐。

中：提前祝您新年快乐！

日(译)：来年もよろしく願います。

场景三：在新年当天(1月1日)祝客户新年快乐。

中：新年快乐！

日(译)：明けましておめでとうございます！

上述场景中，“中”为原文，“日”为译文；“中”方为交际方，“客户”为交际对方。其中，场景一与场景二中的时间不同，但中国使用的寒暄语相同，日本则区分得更细致。场景一中的「よいお年を」的直译为“请您准备好过好年”，即这时候距离新年还有一段时间，交际对方需要置办新年物资、装饰房屋、问候亲友等等，因此这表示希望交际对方的准备活动能圆满完成。场景二中，「来年もよろしく願います」直译的意思为“明年也请多加关照”，这是因为此时已是新年的前一天了，一般来说都已经万事俱备了，因此这里选择用「来年もよろしく願います」进行寒暄。特别在商务场合，这句话的使用频率极高，表示了“希望明年我们也要继续合作”的交际意愿和交际目的。最后在新年(1月1日)当天，中文寒暄语还是“新年快乐”，但是翻译成日语时又是另一种说法，即「明けましておめでとうございます」，「明けまして」的原意为“上个阶段已经过去即将进入下个阶段”，在这里就表示“新年伊始”之意。

由此可以看到，中日两国在使用寒暄语时都有时间意识，中国一般会在具体的寒暄语前加上一个时间限定，但具体寒暄语不变，而日本则会根据具体时间使用不同的寒暄语，明显日本寒暄语的时间性更强。

3. 接待中期阶段

接待中期阶段指完成接待初的寒暄后进入的阶段，这一阶段往往会持续很长时间，与接待初的情况有些许差别，在寒暄语的选择与使用上更有特点。在此通过以下场景进行分析。

场景四：请求客户做某事时

中：如果您有时间的话，请看一下发给您的资料。

日(译)：お時間が有りましたら、お送りした資料を読んでいただければ嬉しいです。

中：xxx先生知道怎么申请吗？请教我如何申请礼品，拜托了！

日(译)：xxxさんは申請方法を知っていますか？プレゼントの申し込み方法を教えて頂ければ、幸いです。

从场景四可发现，中国人在请求他人时，常用“希望”“拜托”“请”等动词，很难看出恩惠意义，而翻译成日语时，要翻译成明显带有恩惠意义的授受动词，并加上「幸い」「嬉しい」「光荣」等表示情感状态的形容词，这是因为日本是一个“大和民族”，他们崇尚“以和为贵”，即不违背大多数人的意愿，时刻注重他人的意愿心情，维护一个和谐融洽的社会。由此日本人在请求他人时，将所拜托事由、交际对方和身为交际方的“自己”放在了三个不同的位置，交际对方可以选择接受所拜托的事由，也可以选择不接受，但是如果接受了，“自己”将会受到恩泽，会非常高兴。因此这样翻译反而会增加交际对方接受委托的概率，即使交际对方不情愿，但为了照顾“自己”的心情，也可能会选择隐忍退让。笔者认为这其实是一种利他文化，在这种文化的浸染下，交际双方在心理上都会感到非常安全。

场景五：因过失向客户道歉时

中：对不起，今天太忙了，没有及时回您的消息。

日(译)：返信遅くなってしまって、申し訳ございません。

场景六：客户因错误理解说话人所要表达意思而再次发起询问或对话时

中：不，不是的，您理解错了，今天股市休市。

日(译)：私のせいで誤解されてしまい、申し訳ございません。今日は株式相場が取引していないのです。

在场景五中，同样是道歉，中国倾向于在道歉语后面加一句道歉的缘由或是辩解，但在翻译成日语时就省略了，直接陈述最终结果加道歉寒暄。据 weblio 辞書，日语中的「訳」有“道理、理由、原因”的意思，「申す」又和「言う」意思相同，因此「申し訳ございません」最原本的意思应该是“我没有要说的理由或借口”。这体现了日本人寒暄语中自我批判的倾向，无论有什么理由，都是因为自己没有预想到所以才造成这个结果，将责任全归于自己。同样的例子在场景六的翻译中也有体现，中国倾向于否定交际对方，在交际对方身上寻找责任，而日本则认为是“我这一方”没有尽到让交际对方准确理解的义务，进行自我批评，希望得到交际对方的谅解，无形中也为交际对方卸下了枷锁。

正如金菲(2018, p40) [5]所认为的“这和中国人的思想不同，中国人觉得道歉言语行为就是表达自身愧疚的心理，从而祈求得到对方的原谅，并不是人际交往的桥梁”。

4. 接待后期阶段

接待后期阶段主要指接待结束及后续持续跟进客户的。接待后的寒暄相当于整个接待的结束语，它处于本次交际与下次交际之间，起着承上启下的作用。因此，好的寒暄将会为整个接待过程画上一个完美的句号，同时为下次交际打下良好的信任基础。

场景七：与客户分别时

中：田中先生，再见。

日(译)：田中様、お疲れ様です。

场景八：与客户联系时(通过 LINE 沟通)

中：佐助先生，您好！今天有什么安排吗？

日(译)：佐助様、いつもお世話になっております。今日は何か予定がありますか。

从场景七可看出，中国人分别时通常会说“再见”“拜拜”“我先走了”“下次见”之类的告别语，而这时翻译成日语却不能直译为「バイバイ」「さよなら」等告别语，而应翻译为「お疲れ様です」，使译文更加贴切自然。根据小学馆，「お疲れ様です」原本的意思是“慰问犒劳工作中或工作结束的人”，现在经常作为一种固定的寒暄表达使用，体现了对交际对方的尊重关切。[6]同样的固定表达还有场景八中的「いつもお世話になっております」。这句话翻译成中文是“感谢您经常关照”，「世話になる」表示对方帮了自己很多，加上「いつも」「っております」后表达上更加谦逊有礼，体现出了对交际对方的尊敬之意，让交际对方感觉到自己是被需要、有价值、被认可的，无形中将交际对方划为了“自己人”，拉近了与对方的心理距离，进一步维护了和交际对方的商业关系。如果直接直译为「こんにちは」语法上来说也不算是错的，但并不贴合这句话所使用的语境及日本人的思维习惯。

5. 结语

经以上研究，笔者总结如下：客户接待场合下，中日两国在寒暄语使用上都表现出对交际对方的尊敬和时间意识；但日本寒暄语的时间性更强，寒暄表达更加定型化，体现出了明显的利他文化，且其道歉寒暄语的使用具有强烈的自我批判性。以上三个阶段的寒暄语使用都是为了维持与客户的良性合作关系，以此达到建立、维系或加深合作的目的，在翻译时应具体情况具体分析。

语言是文化的载体，而文化的发展又受到经济发展的影响。近年来，随着中日两国经济科技的不断发展，新的语言、表达方式层出不穷，不断更新着语言体系，寒暄语也不例外。受日本文化影响，中国

人在寒暄时更注意利他性；流行语、表情包等寒暄方式在中日两国的年轻人群体中流行起来。目前的寒暄语是否还会具备上述所述的特征，它和之前的寒暄语体系是否是割裂的，跨文化交际中我们应如何与人寒暄等问题尚待考究。

参考文献

- [1] 施晖. 语言行为的汉日对比研究——以“路上”的あいさつ为中心[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2008, 29(5): 85-88, 97.
- [2] 施晖. 汉日礼貌语言行为的比较——以学校为中心[J]. 苏州科技学院学报(社会科学版), 2007, 24(4): 128-132. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1672-0695.2007.04.029>
- [3] 丁尚虎, 王慧娇. 关于中日礼貌语言的对比研究[J]. 河北科技师范学院学报(社会科学版), 2016, 15(1): 20-25, 56.
- [4] 山内智惠美. “你好”は「こんにちは」なのか: 日中挨拶の比較と分析[J]. 教職課程センター紀要, 大東文化大学教職課程センター事務室編, 2017(2): 97-104.
- [5] 金菲. 关于道歉的中日寒暄语比较研究[J]. 青春岁月, 2018(15): 40-41.
- [6] 张娜. 从中日的寒暄语看中日文化[J]. 文学教育(下), 2013(5): 59.