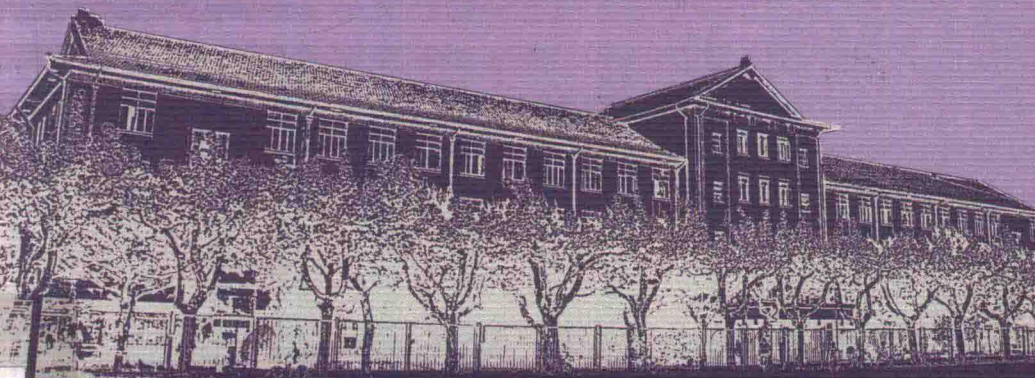


Collision and Blending

碰撞与融合

——
跨文化笔谈
(上卷)

陆建非 著



上海文化出版社

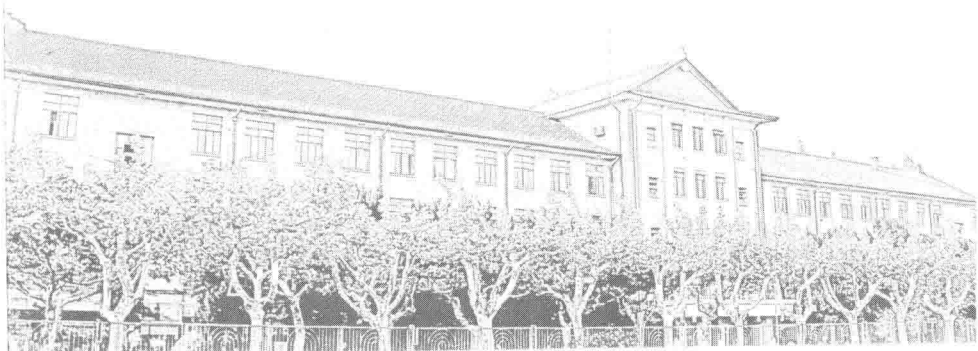
上海咬文嚼字文化传播有限公司

Collision and Blending

撞与融合

——
跨文化笔谈（上卷）

陆建非 著



上海文化出版社

上海咬文嚼字文化传播有限公司

目录 (上卷)

001 写在前面

003 咬字嚼词

004 闲话商标名称的翻译

006 “索尼”的故事

007 “冷面孔”与“冷肩膀”

008 “您辛苦了”

012 慎用俚语

013 英语中的“上海”

014 “我们被骗了”

015 “拍马屁”与“擦苹果”

016 让乔治做吧

017 “英尺”来自女王的脚

018 “小道新闻”和“葡萄藤”

019 可怜的荷兰人

020 弄巧成拙的镀金百合

021 汉英对应成语中的数词对照

025 “粉领”与“铁领”

026 “一打”等于“十三”

027 Bob是你的伯父

028 “上西天”

029 喻体各异的动物寓意对应的成语

032 手痒

034 北东西南即“新闻”

035 英语谚语中“吃”的学问

038 “把手举高，老兄！”

039 “地铁”的误解

- 040 “乱七八糟”与“乱六七糟”
- 041 踢吊桶
- 042 “一丝不挂”的事实
- 043 掌上明珠
- 044 “你妈妈知道你出门了吗？”
- 045 最好的东西
- 046 倾盆大雨与下猫下狗
- 047 “把铲子称作铲子”
- 048 “不要太潇洒”还是“不要太聪明”
- 049 “蛋糕”和“茶”的妙用
- 050 “麻烦”引起的麻烦
- 051 从“搭档”到“团队”
- 052 不折腾
- 055 躲不掉的“秀”
- 058 会标译法一例
- 059 “抗日战争”、《反国家分裂法》精准译法
- 062 师大网刊的英译切磋
- 063 “事业单位”怎么翻译
- 064 佳灵诗文共译
- 073 校歌《青春的盛典》英译改稿
- 076 “一带一路”等的英译名及简称
- 077 英式拼写日渐式微
- 079 盘点2002关键词
- 082 取名难，难取名
- 085 原装外来缩略语
- 087 自生自灭的外来语
- 089 洋文要有洋腔才不会出洋相
- 092 习惯表达没得商量

目录 (上卷)

094 跨文化聊鸡年

099 说礼道俗

100 不同习俗话称呼

102 “他全是大拇指”

103 英语手势20例

105 欧美人怎样用手势表示数字

106 捉摸不定的“九”字手势

107 “凝视”中的文化差异

110 洋名无忌讳

112 英美人的禁忌与偏爱

113 对新娘该怎么道喜

114 谦恭未必讨好

116 美国人的点烟习惯

117 美国人的“无礼”习俗

120 左边还是右边

121 不同文化话左右

124 英语民族的“奇特”思维

127 跨文化的象征及寓意

128 握手

133 漫谈“交际距离”

137 海外餐桌上的“讲究”

139 当西方男士和女士在一起时

141 名片礼仪

143 打电话须知

146 向木头求好运

148 西方人的“逢凶化吉”

149 试为“马槽书店”释义

150 一种色彩异样情

153 花的语言

155 帽子发出的信号

157 蓝色法律

158 外国人迎新年

160 外国人放风筝

162 国外的生肖说法

163 入乡随俗的Don't

165 拜年还是贺卡好

168 创造更美好的城市公共空间

171 重塑公共空间规范

174 多余

177 歧视裁量进入“微时代”

183 龙年谈龙

186 生活不能马马虎虎

189 羊年的争议

193 猴年断想

197 刨根问底

198 肥皂剧

200 “灰狗”的来历

201 将错就错的“跳蚤市场”

202 得救于钟声

203 “盐”外之意

205 领带源于战场

206 父亲节

目录 (上卷)

- 207 圣诞树的传说
- 209 圣诞老人是谁?
- 211 杰克灯笼
- 213 “愚人节”的“杜鹃”
- 214 万圣节前夕的两个美国民俗游戏
- 216 最具美国风情的“独立日”
- 218 复活节的象征物: 彩蛋与小兔
- 220 情人卡上的爱兰特邮戳
- 221 美国星条旗的演变
- 223 美国“阵亡将士纪念日”的由来
- 225 “黑马”
- 226 英语的“身世”
- 228 关于小费的起源
- 230 纯属偶然的“剪彩”
- 232 外国贺卡的起源
- 234 关于一周的第一天之争
- 235 美国人的玉米情
- 237 洋文中也有“肥缺”
- 238 “空中小姐”的前身
- 239 简单而伟大的商标
- 241 那个被咬掉一小口的苹果
- 243 白道出身的“黑客”
- 246 鼻子
- 248 上一代人眼里的下一代
- 251 语言文化何来高低贵贱之分?
- 256 中国人教了老外哪些英语?
- 261 “师范大学”英译名的由来
- 264 为何国外开车须避让行人

269 外国人笔下的“洪荒之力”

272 美式道歉的真相

277 采光摄影

278 纽约街头的“鼓”手

279 “饼干”教授

281 没被抢反倒成了“新闻”

283 不怕出丑的美国学生

285 超短广告语

286 自相矛盾出效应

287 意大利薄饼就是意大利馅饼

289 陌生路人的“提问”

290 伦敦的大钟靠不住

291 拐弯抹角的“方便”用语

293 走俏美国校园的“文脸”

295 在陆地上“冲浪”

296 梧桐树下的证券交易

297 用左手签名

298 填表时须分清“是非”

299 上厕所下厨房

300 洋人话“狗”

302 为猪抱不平

304 改变老鼠形象的人

306 外国人眼里的牛

308 “迷你”的困惑

309 股市术语中的动物

311 得宠的“Q”

目录 (上卷)

- 313 尴尬的“欧元”
- 314 赶外来语浪潮
- 315 “13”并不讨厌
- 317 大喜大悲的星期五
- 319 “多利”与“潘朵拉魔盒”
- 320 《高考·1977》——前奏曲·圆梦曲
- 323 岁末断想
- 326 年底的忙碌
- 329 2008牵手2009
- 331 过好2010, 推迟《2012》
- 333 巴西之行速记(1)
- 336 巴西之行速记(2)
- 338 巴西之行速记(3)
- 341 巴西之行速记(4)
- 346 南美之行点滴记录
- 349 以色列之行速记(1)
- 351 以色列之行速记(2)
- 353 以色列之行速记(3)
- 355 以色列之行速记(4)
- 358 难别虎年
- 361 由“中国梦”想起的
- 364 世界语结缘上师大
- 368 “频道”效应
- 371 评说三国英语学习
- 376 随便翻翻
- 378 托爱因斯坦的福
- 381 向加拿大道森学院枪击事件亡者致哀
- 383 致麦克·约翰逊家属的唁电

写在前面

1991年我从美国纽约大学留学归来后就开始为一些报纸杂志撰稿，多为随笔形式。内容涉及：异域所见所闻，所思所悟；西方的礼仪习俗，风土人情；英语词语的来龙去脉，寓意表征；英汉双语及双文化的异同体察，比照联想等。长则三五千字，短则寥寥数语。

我曾分管高校外事工作十余年，参与大量对外交流与合作活动，出访过40多个国家和地区，对大学外事工作的特征及内涵认识深刻，对文化外交如何服务于国家发展战略颇具心得，故本文集也收入了一些言之有物的序言、演讲、访谈等。

我之所以能长年累月、持之以恒地写，或者为了讲或做而写，一是因为，读者们（学生和外事工作者居多）不断地发问、求索、互动，而且急切、真切、热切，令我不敢有丝毫懈怠；二是因为，40多年的外语研习、30多年的英语教学以及对文化和跨文化交际的探索，使我亟待与读者分享体验和成果的冲动始终不减。

高新科技的魔力使地球变得越来越小，“地球村”居民间的交往越发频繁，更为便捷。因此，学会一门外语（尤其是英语）的重要性无论怎么强调也不为过。然而，“语言是文化的载体”这一虽属正确但过于简单的结论还不足以充分反映语言和文化之间的内在关联，或者说是一种说不清、道不明的天然缘分。无数的实践和案例表明：跨语言交流的最终目的是实现跨文化交际。从广义上讲，跨文化交际的视域和范畴可以大到洲际、国际、族际，小到亚文化之间的区际、群际直至人际，每个人都被包裹在一个特定的“文化王国”内。每时每刻，不管身处何方，都会发生跨文化交际或被跨文化交际。而语言沟通的最大障

碍就是文化障碍和误解 (cultural barriers and misunderstanding), 症状表现为“文化碰撞” (cultural conflicts), 甚至“文化休克” (cultural shock), 于是, 语言国情学 (Linguistic Ethnology)、跨文化交际学 (Intercultural Communication)、文化语言学 (Cultural Linguistics) 等宏观语言学范畴内的新兴交叉学科便应运而生, 多维、多元、多样, 精彩纷呈, 目不暇接。

降生直至老去, 母语和母文化就像血液一般, 永远流淌在我们身上。随着全球化的加速, 母语和母文化的弱化已是一种世界现象, 对此我们必须警醒。对任何一个现代中国人而言, 首先应该学好母语, 汉字可以“思通万里之外, 意结千载之前”; 更要无比虔诚地忠于母文化, 传承、弘扬、丰富中华文明, 这是我们民族的DNA。唯此, 才有可能真正形成双语双文化 (bilingual & bicultural) 的优势, 顺畅、得体、愉悦、有效地实现跨文化交际。

毋庸置疑, 了解、理解, 进而善解异域文化已成为公认的现代人在国际交往中的必备素养和能耐, 一旦遭遇“文化碰撞”, 我们就能设身处地, 见怪不怪, 正确对待那些与母文化不同的行为、习俗、现象等, 进而谅解、包容, 直至交融。实践还告诉我们, 以外语为工具, 探究和比较域外文化便可较快深谙其精髓, 领悟其真谛。本文集把对文化及文化现象的认识和盘托出, 把母语与目的语以及它们的特定文化背景进行不同视角、不同层面的剖析和对比, 读者必定获益匪浅, 而且其乐无穷。

咬文嚼字



闲话商标名称的翻译

以重金向社会征集进口货的商标译名已是眼下的一种时尚。瑞士 Tag Heuer 专业运动表在华经销商特设万元大奖以求此表的汉语芳名。不出所料，反应热烈空前。在一万多个应征译名中经“精心”挑选，“豪华表”一名最终问鼎，“一字”何止“千金”？！

平心而论，此名虽有气派，但毕竟太熟且略俗了一点。漫步街头，浏览报刊，“豪华”接二连三地蹿入你的眼帘：从店名、别墅名到品名直至人名。有些落选者不服气，是有道理的。

喝雪碧时，你是否留意印在瓶子和纸杯上的英语原名“Sprite”，若将它直译成中文，畅饮者感受到的绝非“一片清凉世界”，而是一身鸡皮疙瘩，“Sprite”意为“妖精”！

因此，中外商标品名的互译不只是一个单纯的文字翻译问题，而是一种以命名促销售的艺术再创作，这里必定要考虑产销两国或两地民众的文化、思维、心理、习俗、信仰等因素。美国人把某一种饮料取名为“妖精”符合美利坚民族崇尚怪诞、追逐新奇的消费心理。他们并不忌讳妖精之类，出售鬼怪、畸形动物甚至骷髅的仿真品商店和小摊在美国随处可见。“雪碧”命名者不落谐音窠臼，不拘原名寓意，独辟蹊径，力求迎合国人的消费心态与文化习俗。

“Coca-Cola”（可口可乐）与“Pepsi-Cola”（百事可乐）则是音意巧连、神形兼备的翻译和命名的佳作，这已是众口皆碑（杯）的了。

七喜的英文原名为“Seven-up”，指的是一种由两人或数人玩的七分牌戏，每人发得六张牌，在四种规定的情形下可得一分，以获七分成

局。以牌戏名称为某种饮料定名，颇具情趣。如用普通话读“七喜”倒也悦耳，再说“七”也是个吉祥的数字。若以沪语念之，易招“缺兮”之嫌，这是地域文化在“作怪”。

由美国儿童室内玩具公司推出的“变形金刚”曾风靡大陆及港澳台市场，它的原名为“Transformer”（变换或变化的人或物），将-er译为属于华夏文化的“金刚”，在中国孩童的心灵世界中树起了一个强悍、变幻、必胜和熟识的形象。“变形金刚”创造的巨额利润与它巧妙、传神的译名不无关系。

同样，中国产品要跻身国际市场，汉语品名的英译问题也不容忽视，要舍得下功夫和花本钱进行命名再创作，否则价廉物美的东西会因“名声不佳”而遭洋人冷遇。国外一些命名公司为何生意红火，原因就在于此。

将国产白象牌电池直译为“White Elephant”，英美人肯定难以接受，因白象在英美等国是“无用而累赘之物”的象征。

据外商反映，国产山羊牌闹钟在英国市场上不受主妇的欢迎，并非钟不准，而是名不顺，“goat”除了解释“山羊”之外，兼有“色鬼”一义。

外销的芳芳牌儿童化妆品的商标上写着汉语拼音“Fang Fang”，碰巧与一英语单词同形，意为“狼、狗等的尖齿，毒蛇的毒牙”。怪不得一外国记者撰文说：“将带有此商标名称的爽身粉撒在小孩身上，会使人毛骨悚然。”



“索尼”的故事

“索尼”（SONY）品牌无人不知，它在世界各地满天飞，但几乎没人会刻意去弄懂它的涵义。

此名的专利者为日本原东京通信工业株式会社。20世纪50年代有一种小型录音机研制成功，为了给它取名，厂商冥思苦想，费尽心机。其间，他们还专门研究了美国许多电器产品的名称，想取个得体的名字来打开西方市场。厂商最后决定以英文单词“sonny”来命名，此词意为“小弟弟、小家伙”，这倒与小巧玲珑的日产录音机很匹配。遗憾的是这个英文单词的读音在日语中听起来有点儿像“sohne”（“吃亏”的意思），这下可犯了商家之大忌！

为了重新取名，会社上上下下又折腾了一阵子，却又想不出更妙的。出于无奈，会社负责人盛田昭夫当机立断，把“sonny”中的两个“n”去掉一个，变为“sony”，由此获得一个既无意义又避晦气的品名，简洁易记。再说，盛田昭夫像大多数日本男子一样，没有做“小弟弟”的习惯。

不久，东京通信工业株式会社飞黄腾达了，1958年就干脆更名为“索尼公司”，它所生产的各类电器产品统统被纳入“SONY”大家族，盛田昭夫便也成了“索尼公司”的创建人。他的胃口特别大，竟想买下美国的哥伦比亚广播公司，以扩大“索尼”的版图。此君有一梦想：将硬件和软件统一在“索尼公司”内。在日本经济腾飞的关键时刻，盛田昭夫想创立一个整齐划一的电器王国的胆略打破了日本人惯于仿制西方产品的老传统，日本被刺激了，经济大幅振兴。怪不得盛田昭夫也被西班牙《趣味》杂志选为改变20世纪人类经济生活的25位关键人物之一。

“冷面孔”与“冷肩膀”

我们要是对一个人冷淡，用的是“冷面孔”；瞧不起别人，用的是“白眼”；而喜爱或看重某人，用的是“青眼”，青者，黑也，黑色的眼珠正着看。

然而，英语民族在表示冷淡、讨厌或疏远某人时，用的是“cold shoulder”（冷肩膀）。也许有人会误解为人的肩膀，因为西方人在表示冷淡、怀疑、蔑视、无奈、不满等情感时习惯于耸耸肩膀。其实，此处的“冷肩膀”指的是“羊肩膀”（即羊的前肢与躯体的相连处）。

据说，从前的英国社会有一礼俗：贵宾登门造访时，主人爱用烤得热乎乎的羊腿肉款待客人。而对那些讨厌的不速之客或呆得太久而不再受欢迎的客人，则以冷冰冰的羊肩膀肉敷衍一下。因此，“give a/the cold shoulder to somebody”（给某人冷肩膀）就成了英语中“冷落或讨厌某人”的一条俚语，其实，它最早是源于维多利亚时代的俚语“give the cold shoulder of mutton”，此处的“mutton”就是“羊肉”的意思。