

# 大型国际体育赛事汉英标语特征的比较研究

张以帆\*, 那日松

杭州师范大学人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2023年10月9日; 录用日期: 2023年11月9日; 发布日期: 2023年11月20日

## 摘要

本文搜集并建立了“大型国际体育赛事标语语料库”, 并围绕标语语言学层面的韵律、词汇、结构、语用、修辞五个方面对标语的语言风格进行了分析比较, 总结了汉英标语的语言特征及其规律, 该研究对提升城市软实力和促进国际交流等方面提供参考。

## 关键词

国际体育赛事, 汉语标语, 英语标语, 语言风格

# A Comparative Research of Chinese and English Slogans in Large-Scale International Sports Events

Yifan Zhang\*, Narsujin

College of Humanities, Hangzhou Normal University, Hangzhou Zhejiang

Received: Oct. 9<sup>th</sup>, 2023; accepted: Nov. 9<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 20<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

This paper collects and builds a “corpus of slogans for large-scale international sports events”, analyzes and compares the linguistic styles of slogans from five aspects: prosodic, lexical, structural, pragmatic and rhetorical. Also, this paper summarizes the linguistic features and rules of Chinese and English slogans. This research provides reference for improving the soft power of cities and promoting international exchanges.

\*通讯作者。

## Keywords

International Sports Events, Chinese Slogan, English Slogan, Language Style

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

### 1.1. 研究背景

标语作为城市语言景观的重要组成部分, 较为直接地向人们展示了一个城市独特的人文关怀和文化特色, 在潜意识里蕴含了民族深层的价值认同、意识形态等隐喻性问题。在全球化的视野下, 国与国之间的交往越来越密切, 除政治经济领域的交流合作外, 文化之间的碰撞交流也成为衡量国家实力的重要组成部分。而大型国际体育赛事作为重要的对外展示窗口, 在宣传“友谊和竞争”这一体育精神的同时, 也在向外展示主办城市的地域特色、文化内涵和蕴藏在语言符号下的价值观念。标语天然的功能就是向公众传递信息, 公众从标语中获取信息时, 两者的交互关系已然产生。国家的文化软实力也会在标语所营造的环境中潜移默化地夯实。因此, 对标语的研究, 实质上是对文化的不断深掘, 揭开隐藏在语义层之下的历史底蕴与文化内涵, 起到潜在的文化传播作用。

通过对知网文献进行整理后发现, 近 10 年“汉英标语”相关的研究有 200 余篇, 研究中多探讨地方或城市公示语、旅游景点和道路交通汉英标牌现状和特点。公示语研究中比较有代表性的有秦妍(2018)就汉英公示语翻译的必要性以及汉英公示语翻译策略的准确性和规范性进行了深刻剖析, 以及池清(2014)以香港公共交通领域汉英公示语为研究对象, 以文本类型理论的视角切入, 深刻分析了存在的标志性翻译错误案例, 案例类型及其产生原因, 细致地分析了汉英公示语翻译过程中应遵循的准则和可使用的方法, 文中既有宏观的总结, 又有大量的案例分析, 并充分运用了归纳法、例证法和对比分析法进行研究。地方或城市公示语相关的研究有李微(2017)对某一地区(马鞍山)汉英公示语误译的分析及提出的相应对策; 王爱支(2014)从公共管理视角思考城市汉英公示语规范化的问题等。旅游景点标语相关研究有张楠楠、栾吉斌(2017)就黑龙江赫哲族旅游景区汉英翻译现状与对策的研究, 李金博(2014)旅游景区汉英公示语的翻译分析等。

总而言之, 这些文献研究都聚焦于对公示语和标牌的翻译, 运用实例对现存的翻译偏误进行描写分析, 并对翻译方法做了系统的归纳, 力求实现翻译的标准化, 以实现优化管理、吸引游客等目的。但令人遗憾的是, 他们的研究成果并没有得到很好地推广, 错译等问题依然存在。

综合近年来汉英公示语为主题的研究文献, 标语相关研究仍存在不少问题。首先, 研究方法和研究范围多有重复[1]。从统计数据显示, 研究者的研究思路固化, 形成了一个套用的模板: 以某翻译理论为指导思想, 对某地区或某专题的汉英公示语进行翻译进行实例分析研究, 分析的绝大部分是汉英翻译之间存在的错误, 并在对错误归因后, 提出改进方式。这种模板的套用往往导致了理论和实际脱轨, 部分观点被反复提出, 缺少新意。在研究对象上, 研究范围局限于城市路标、旅游景区告示语和标语, 交通警示牌上, 在许多方面还存在空缺。其次, 研究的语料库数据较为陈旧和稀少。大部分的文献仅使用不到 50 条(更有甚者只有 2 条)的研究数据进行分析, 得出来的结论不具有普遍性和权威性。

为了更好地丰富标语研究, 本文将聚焦于国内外大型国际体育赛事的标语比较这个研究主题, 基于

网络收集的实拍标语, 构建“大型国际体育赛事标语语料库(含中文标语 305 条, 英文标语 358 条)”, 从语言学角度出发, 将数据库中的标语特征分为五个层面进行深入对比分析。

## 1.2. 语料采集

本文以大型国际体育赛事中的汉英标语为研究对象, 考虑到该研究对象的特殊性和时空跨度大的特点, 我们选择通过百度、Bing、谷歌三大网络平台搜集大型国际体育赛事标语图片, 搜索关键词为“亚运标语”“奥运标语”, 语言限定为“汉语”“英语”, 共收集到来自世界各地网络媒体发布的实地大型国际体育赛事标语照片 814 张, 经过人工转写标语并去重后, 最终得到 663 条标语语料(含中文标语 305 条, 英文标语 358 条), 形成了“大型国际体育赛事标语语料库”, 其中来自百度搜索引擎 120 条, Bing 搜索引擎 185 条, 谷歌搜索引擎 358 条<sup>1</sup>。

## 2. 标语语言风格分析

不同语种的人看待世界和传递信息的思维和方式不同, 最明显的就是语言组织形式的差异。标语作为语言表达的一种独特形式, 是一种用较为简短的文字写出的具有宣传鼓动作用的口号。它既要体现公文语体精确、简洁的特点, 又要包含政论语体鼓动、宣传的特点; 它既能以理性启发引导人们, 又能以情感渲染打动人们。为了挖掘汉英标语语言风格上的特点, 接下来我们将从“韵律”“词汇”“结构”“语用”及“修辞”这 5 个方面来分析和讨论汉英标语的语言风格。

### 2.1. 汉语标语语言风格分析

在分析数据时, 我们发现大型国际体育赛事汉语标语在韵律层面呈现出简明性和具有一定音乐性的特点, 词汇层面广泛使用名词和动词, 结构层面以并列复句为主, 语用层面多用祈使句和陈述句, 修辞层面以对偶为主导。具体来说。

#### 2.1.1. 韵律层面

与一般讲求音节整齐、韵脚和谐的标语不同, 大型国际体育赛事汉语标语对于韵律的音乐性要求相对宽松。在 305 条大型国际体育赛事汉语标语中, 含押韵现象的标语仅占总体的 18%, 其中含 a 韵母的又占押韵现象的 58%。由此可见, 在大型国际体育赛事汉语标语中, 音乐性并不是主要追求目标; 但如果标语中存在押韵现象, 那么音节的响度<sup>2</sup>和整齐度也很重要。例如:

例 1: 一曲渔光海韵, 最美象山亚运。

例 2: 文明广州处处见, 激情亚运心心连。

例 3: 奥运向我走来, 我为奥运添彩。

汉语标语的长度一般较为适中, 305 条汉语标语的平均字符串长度为 10.9 个音节, 符合人的短时记忆限度。一般来说, 人的短时记忆限度为七[2], 这意味着当标语满足“ $7 \pm 2$  个音节为一组, 一句话包含  $14 \pm 4$  个音节”时, 最容易被人们认可、接受和记忆。统计数据显示, 只有不到 4% 的标语不符合短时记忆限度; 剩下符合“ $7 \pm 2$  标准”的大型国际体育赛事汉语标语中, 有 27% 的呈现四字格, 20% 的标语为五字格, 13% 呈七字格, 已超过总数的一半。这不仅说明了汉语标语的简明性, 也从侧面说明了汉语标语音节整齐、节律感强的特点。例如:

<sup>1</sup>我们搜集的标语并不是汉英对齐的, 不是汉/英语标语附带对应英/汉语标语的情况。

<sup>2</sup>根据屈志凌(2007), “韵母 a 或者以韵母 a 为韵腹的字, 嘴开得最大, (即舌位最低)也就最响”, “音节响度”也就主要由“含 a 韵母占比”体现。

例 4: 有礼浙江, 精彩亚运。

例 5: 最美海岸线, 精彩新亚运。

例 6: 一幅山海画卷, 万般亚运风采。

### 2.1.2. 词汇层面

词是最小的能够独立运用的语言单位。根据《现代汉语》(黄廖本) [3], 词依据词的语法功能、形态和意义三方面进行分类, 其中语法功能是主要依据, 形态和意义是参考依据。因此, 根据词性划分词, 词可以大致分为实词和虚词。实词又可以进一步细分为名词、数词、量词、动词、形容词、区别词、副词、拟声词、叹词。此处, 我们所研究的是汉语标语中的实词。

大型国际体育赛事汉语标语在词汇方面很有特点。标语主要使用名词, 通过联合的方式构成宣传口号。其中, 名词中常出现的高频词以大型国际体育赛事的缩写和举办大型国际体育赛事的城市等专有名词为主, 讲究标语用语的规范性, 体现了标语的针对性。例如:

例 7: 秦风秦韵, 盛世全运。

例 8: 冬季奥运会, 为中国加油。

例 9: 沪上健儿显身手, 津门全运竞风流。

同时, 标语广泛使用动词和名词组合形成动宾句, 以期起到号召人们行动的目的。标语使用的词汇多为褒义词和中性词, 向人们输出的是正向的宣传鼓动作用, 向社会传递的是一种积极向上的能量。例如:

例 10: 赛体育真谛, 扬亚运精神。

例 11: 迎亚运, 传薪火, 向未来。

例 12: 迎亚运人人有责, 创文明个个争先。

受汉语音节个数的限制, 汉语的文字和语音并不是一一对应的关系, 而是一对多的关系, 即一个语音可以对应多个汉字。而大型国际体育赛事汉语标语充分利用了汉语的这个特点, 利用谐音, 为标语增添了不少趣味。例如:

例 13: 志愿同行, “益”起亚运。

例 14: 搏亚运荣光, “象”梦想起“杭”。

例 15: “象”往未来, “山”情亚运

### 2.1.3. 结构层面

句子是具有一个句调, 能够表达一个相对完整的意思的语言单位。一般来说, 句子的结构问题实际上是指组词成句的组合关系和句子之间的结构关系。在这里, 我们主要探讨标语的句子之间的结构关系。句子可以根据句法结构分为单句和复句, 单句是指由词和短语构成的单独的句子; 而复句, 《现代汉语》(黄廖本) [3]中给出的定义是: “由两个或两个以上意义相关, 结构上互不作句法成分的分句加上贯通全句的句调构成的。”复句又可以细分为以下 10 种类型: 并列复句、顺承复句、解说复句、选择复句、递进复句、条件复句、假设复句、因果复句、目的复句、转折复句。从我们建立的赛事标语统计数据显示, 大型国际体育赛事汉语标语的句子结构以动词性非主谓句为主, 占汉语标语的 47%。标语以非主谓句的

形式呈现, 说明标语不是给特定的某个人看的, 而是给公众至少是某个群体看的。例如:

例 16: 不言失败, 赛出风采。

例 17: 建文明大都市, 铸亚运新辉煌。

例 18: 抢抓亚运机遇, 展现杭州风采。

以复句形式为主, 仅有 5% 的标语以单句形式呈现。此外, 还有部分词加上句调单独成句, 形成标语。例如:

例 19: 更高, 更快, 更强

例 20: 纯洁的冰雪, 激情的约会

例 21: 激情圣火, 健康中国

在各个复句小类中, 含并列关系的标语占比大, 占复句标语总数的 52%。并列复句对仗工整, 可以增强语言气势; 各分句之间关系密切, 或并列, 或对举, 往往还带有层次性。例如:

例 22: 当好东道主, 办好省运会。

例 23: 铸九运辉煌, 展中华风采。

例 24: 活力在亚运点燃, 梦想在杭州放飞。

#### 2.1.4. 语用层面

语用是对句子进行分析, 研究语言符号和人之间的关系。语言使用中说话人传达的信息往往难以单纯地从语言成分和符号单位的静态意义中获取, 听话人一般需要进行推理判断, 去理解说话人的话语表意背后的深层意义。这里, 我们选取行为类型和语气作为研究内容。

人类的交际活动并不是通过语言、文字或者其他表达手段来实施的, 而是运用了一定的行为来完成, 其中包括请求、命令、感谢、道歉等。大型国际体育赛事汉语标语多呈现指令类型、承诺类型和阐述类型, 例如:

例 25: 迎奥运, 讲文明, 树新风, 北京欢迎您。

例 26: 我是亚运小主人, 绿色亚运我助力。

例 27: 和谐中华, 亚运盛会, 杭州相会。

汉语标语以隐性施为句为主, 在潜移默化中影响人们的思维, 起到宣传赛事和树立城市形象的作用。例如:

例 28: 弘扬中国历史, 畅想奥运风云。

例 29: 精彩因你参与, 和谐有我贡献。

语气是受思想情感运动状态支配的语句的声音形式, 简单来说, 就是说话的口气。语气分为陈述、疑问、祈使、感叹四大类。据语料库数据统计, 大型国际体育赛事汉语标语主要为陈述、祈使, 也有 28 条标语是感叹句, 但没有疑问语气的标语。这说明了标语的精确性要求, 不能对所传递的信息产生困扰。标语是为了普及体育赛事、建设城市品牌、号召人们为城市建设和赛事举行贡献力量而设计的符号系统, 它存在的要求之一就是要准确、较为直接地传达这些信息。例如:

例 30: 当好东道主, 办好省运会。

例 31: 为奥运喝彩, 为中国助威。

### 2.1.5. 修辞方面

修辞, 顾名思义, 修饰语言的一种技法。它不仅可以提高语言的修养和语言美的水准, 也可以更加准确地传达信息, 需要达到思想内容和语言形式的完美统一。标语最突出的修辞格就是对偶。使用对偶修辞手法的大型国际体育赛事汉语标语占总数的 69%, 满足了标语对音乐性和整齐性的要求, 音韵整齐和谐, 读来朗朗上口。例如:

例 32: 迎接亚运会, 创造新生活。

例 33: 羊城赛文明, 亚运竞风流。

例 34: 亚运与梦想齐飞, 杭州与世界同行。

并非所有的标语都运用了对偶的形式, 例如:

例 35: 激情在这里燃烧!

例 36: 北京与奥运同行!

为追求语言的生动活泼, 不少标语采用了其他一些修辞格, 如双关、排比、回环等。

例 37: 和美金华, “韵”动浙江。(谐音双关)

例 38: 以最好的精神状态、最大的工作热情、最高的工作标准, 参与亚运、服务亚运、奉献亚运。(排比)

例 39: 亚运让杭州更美丽, 杭州让亚运更精彩。(回环)

例 40: 亚运开窗在杭州, 杭州的舞台是神州。神州的江河通亚洲, 大家同住地球村。(回环)

这类大型国际体育赛事汉语标语在形式上有所创新, 增加了标语的趣味性和内容的丰富性。新颖的修辞手段的运用更易被人们接受, 起到更好地宣传鼓舞作用。

## 2.2. 英语标语语言风格分析

大型国际体育赛事英语标语广泛使用名词、动词和祈使句。值得注意的是, 所有的英语标语都用了现在时态来表示赛事正在进行。此外, 英语标语还有明显的感情色彩, 受句子右延伸的特点影响, 部分英语标语句子冗长。

### 2.2.1. 韵律方面

英语标语在韵律层面的特征不甚明显, 但仍值得一提。英语标语同样有押韵现象, 主要是押头韵和押尾韵, 押韵现象占英语标语总数的 12%。头韵是指在一句标语中有两个或两个以上单词的首字母相同, 形成独特的音乐美。头韵使得标语更加整齐, 具有较强的表现力和感染力。例如:

例 41: Go for Gold! (为金牌而战! )

例 42: When passion meets perseverance, history is made. (激情加上毅力, 历史将被创造。)

例 43: Fast, fierce and unforgettable—That's Tokyo! (速度, 凶猛, 难忘——这就是东京! )

徐广联(2008) [4]: “韵由押韵音节以下三部分中的一项或二项组成: 主元音前音素、主元音、主元

音后音素。主元音所在的音节通常是重读音节。”如果重读音节反复出现并且位于押韵音节的第二、第三部分时, 这种押韵方式就称为押尾韵。例如:

例 44: Faster, Higher, Stronger, Together (更快, 更高, 更强, 团结)

例 45: Go faster, go further, go higher! (走得更快、更远、更高!)

英语标语还有一种独特的押韵方式, 对仗押韵[4]。分句之间的词语既对仗又押韵, 具有鲜明的对比效果, 一目了然地让人知道该怎么做, 起到直接指引的作用。例如:

例 46: United we play, divided we fall. (团结, 我们比赛; 分裂, 我们失败。)

例 47: Equal opportunities, unequal passion. (机会均等, 激情不均等。)

### 2.2.2. 词汇方面

英语是名词优势语言, 而名词主导的句子的重要特征就是呈现静态, 因此仅使用名词作为组成单位的英语标语在很大程度上也是静态的, 多起到指示的作用。例如:

例 48: Home for the Olympics. (奥林匹克之家。)

例 49: A symbol of determination and perseverance—The Olympic games. (奥林匹克, 决心和毅力的象征。)

例 50: A celebration of sportsmanship and athleticism. (体育精神和运动精神的庆典。)

据语料库数据显示, 大型国际体育赛事的英语标语运用了大量的词组和短语。这些词组和短语结构简单, 组成方式也多种多样。例如:

例 51: A blueprint for the future of sports. (未来体育世界的美好蓝图。)

例 52: Fighting to be the best. (为了成为最好而全力以赴。)

例 53: On top of the world, on top of the podium. (站在世界之巅, 登上领奖台之峰。)

作为大型国际体育赛事标语, 有两项重要的内容: 其一是普及赛事, 其二是宣传城市。这也使得标语中常带有规范性和标准性词汇, 主要是赛事的名称、举办地名称和某项具体运动的名称。例如:

例 54: Olympic—A battle for glory. (参加奥林匹克, 为荣耀而战)

例 55: Make history in Tokyo! (在东京缔造历史!)

例 56: I swim; therefore, I am. (我游泳, 故我存在。)

例 57: Olympic Games Paris 2024, Be Part of It. (2024 巴黎奥运, 欢迎您的参与。)

### 2.2.3. 结构层面

英语句子的结构可以被归纳总结成五种基本句型以及这五种基本类型的变体。五种基本句型: S + V (主 + 谓), S + V + P (主 + 系 + 表), S + V + O (主 + 谓 + 宾), S + V + O + O (主 + 谓 + 间宾 + 直宾) 和 S + V + O + C (主 + 谓 + 宾 + 宾补)。

除去 27% 由词组和短语直接构成的英语标语, 剩下的标语中占主导结构的是主 + 谓 + 宾, 占 71%。例如:

例 58: One world, One dream. (同一个世界, 同一个梦想。)

例 59: Hot. Cool. Yours. (激情冰火属于你。)

例 60: Games Wide Open. (奥运更开放。)

例 61: Natural born leaders. (生来就是领导者。)

在语料库中, 有很大一部分标语其实是没有主语的。但根据标语的语义内容和使用语境, 我们仍可得知它隐藏的主语, 这一类标语叫做无人称句, 在这里我们姑且把它视为隐藏主语句。例如:

例 62: Fuel your dreams! (点燃你的梦想!)

例 63: Always make a champion effort. (我们要永远像冠军一样努力。)

例 64: Together for a shared future. (携手共进, 共创未来。)

#### 2.2.4. 语用层面

大型国际体育赛事英语标语最主要的一部分就是阐述型, 占全部标语的 54%, 向人们介绍了赛事的基本信息和举办地, 并暗含了对赛事成功举办和运动员取得好成绩的祝愿。在非语言语境下, 标语要包含某项事物的直接要素才能更好地传递信息。例如:

例 65: Tokyo—Where champions are born. (冠军的诞生之地——东京。)

例 66: Tokyo Olympics—Colliding cultures in sports. (体育文化的碰撞, 尽在东京奥运会)

例 67: Bringing the world together, one sport at a time. (四年一度的体育盛会, 令世界团结在一起。)

据统计数据显示, 语料库中约有 26% 的英语标语展现出强烈的情感色彩, 以情动人, 渲染与运动相关的氛围, 号召人们积极参与到体育赛事之中来。这类英语标语和普通的追求简洁性的标语有所不同, 它们一般不直接涉及体育相关话题, 而是用一种委婉的方式来传达体育精神, 更具有文学色彩和美学欣赏价值。虽然这也导致了标语的长度较长, 显得冗余的问题, 但这样反而更能被公众接受, 从而打动公众。例如:

例 68: The only one who can tell you “You can’t” is you. And you don’t have to listen. (唯一能告诉你“你不行”的人就是你自己, 你也压根不用听。)

例 69: “I can’t do it” never accomplished anything—“I will try” has performed miracles. (“我做不到”永远不会成就任何事情——“我来试试”往往会创造奇迹)

例 70: Good. Better. Best. Never let it rest until your good is better and your better is best. (好。更好。最好。永远不要停止你追求的步伐, 直到你的好变得更好, 你的更好成为最好。)

#### 2.2.5. 修辞层面

在修辞层面, 大型国际体育赛事英语标语最常用的修辞格就是比喻(metaphor), 在 385 条标语中占 53 条。常见的是将体育赛事的举办地比喻成舞台, 将赛事比喻成庆典, 等等。例如:

例 71: Tokyo—The ultimate stage for athletes to shine. (东京——运动员闪耀的终极舞台。)

例 72: Olympics: A measure of athletic excellence. (奥运会: 衡量卓越运动的标准。)

例 73: The Olympic games—a symphony of strength and endurance. (奥林匹克运动会是一场力量与耐力的交响乐。)

除了比喻之外, 英语标语另一常见修辞手法是反复, 在 385 条标语中有 72 条标语使用了反复手法, 使得标语读起来铿锵有力, 更能起到强调和说服作用。例如:

例 74: Be the Athlete, be the Legend. (成为运动员, 成为传奇。)

例 75: Don't fear failure, fear regret. (失败不可怕, 后悔才可怕。)

例 76: It's not the champion, but the champion's mindset. (虽然还不是冠军, 但已经有了冠军的思维。)

### 2.3. 汉英标语对比研究

第一, 从韵律层面来看, 汉英标语两者都存在押韵现象。由于汉英标语构词规则的不同, 两者押韵方式也不同。英语标语主要押头韵, 汉语标语押韵主要是押韵腹。此外, 汉英标语所追求的字符串长度也不同。汉语标语更多地是考虑满足人的短时记忆的需求, 加上汉字使用追求简洁精确, 因此, 汉语标语的音节长度大多控制在  $14 \pm 4$  个音节。英语标语更多考虑到氛围渲染和精神鼓舞的作用, 因而偏爱使用长句作为标语。

第二, 从词汇层面来看, 汉英标语都呈现出用名词来构成标语的倾向。汉英标语为实现宣传体育赛事和弘扬城市文化的目的, 使用的词汇多是褒义词或者中性词, 还有大量标准化的专有名词。不同的是, 汉语受音节个数的限制, 部分汉语标语还会使用同音字形成谐音的效果, 带来双重意义, 既增加了趣味性, 使标语更加幽默, 也让标语更容易被公众记住。从简洁性考虑, 有时事物称谓中的成分会进行有规律的省略, 这就是缩略。汉语标语中的缩略语规范化程度高, 多体现在对于国际赛事名称的缩略, 如“奥林匹克运动会”缩略为“奥运会”, “亚洲运动会”缩略为“亚运会”。在使用这类缩略词时, 既不会产生歧义, 又兼顾了标语音节整齐性的考虑, 是汉语标语在词汇方面特有的语言特征。此外, 由于汉语标语和英语标语的文化内涵不同, 标语的用语也存在差异。汉语标语常见的字样是“人人”“大家”“中国”, 英语标语常出现的是“I”“Me”, 这就体现了文化的差异。中国文化属于集体主义文化, 英语国家的文化属于个人主义文化。因此, 在标语语言使用上, 英语母语者多用委婉、礼貌的语气进行劝说, 减少语言权力的强制性, 避免限制和强迫的语气造成的不适, 这点在劝说型标语中体现的更为明显。英语标语缺少对公众的强制性要求; 汉语标语很多则是面向特定人群, 希望他们达到某项要求, 比如要求志愿者有无私奉献的精神、要求城市居民讲文明树新风[5]。

第三, 从结构层面来看, 汉语标语多使用对仗的并列复句来增加气势, 讲究对偶和强烈的节奏感, 多为短小精悍的句子加上整齐的用词, 在节奏上要求朗朗上口, 追求简洁明了的阅读效果, 因此具有独特的美感。英语标语偏爱单句, 句子结构往往呈现主 + 谓 + 宾结构。

第四, 从语用方面来看, 汉英标语大多都为承诺类型和阐述类型, 语气也以陈述、祈使为主。英语标语感叹句占比达 35%, 说明感叹语气也是英语标语的重要组成部分。语言最终目的是交际, 而标语语言在一定程度上肩负着“社会教育”的任务。标语不仅能影响社会舆论导向, 促进文化传播, 还能影响了人们的社会行为。因此, 礼貌性原则成为了实现标语交际目的的重要原则, 不论是汉语标语还是英语标语都遵循了这项原则。我们可以发现汉语标语中祈使句出现的频率很高; 而英语标语除却祈使句的使用, 还大量使用打动人心的具有丰富感情色彩的长句句。这样的标语不仅满足了礼貌性原则, 还显得较为生动、亲和、委婉。

第五, 从修辞层面来看, 汉英标语都极其注重对修辞手法的运用。汉语标语最突出的特点是使用对偶, 使得标语对仗工整, 增加了汉语标语的音律性, 同时增强标语语势, 更好地发挥宣传作用。英语标语最突出的修辞格是比喻, 增加了标语的文学性, 使标语更具有美学欣赏价值。

### 3. 结语

大型体育赛事提升的不仅是城市形象, 更是国家形象。标语代表的不仅是城市文化, 更是全民族的文化。因此, 我们的研究具有一定的实用价值与实践意义。首先, 为相关部门编写标语提供参考, 有助于进一步促进赛事城市对外交流工作的发展。其次, 有利于优化管理, 进一步优化城市双语服务环境, 使汉英标语能够更好地发挥各项功能, 营造国际交流氛围, 改善城市对外形象, 提高城市国际化程度。

大型国际赛事的汉英标语在语言风格方面, 既有共通之处, 又各具特色, 生动形象地展示了不同文化思维主导下的标语的特征。标语研究从来不是一个可以忽视的课题。规范得体的标语在提高城市的整体素质的同时也推动了城市的国际化进程, 因此, 研究标语, 本身也是形成标语优劣评判标准, 推动标语规范化的进程。同时, 标语研究在提升城市软实力、促进国际间交流及树立良好的城市形象和国家形象方面都有积极的推动作用。

### 参考文献

- [1] 杨霞. 国内公示语英译研究十年综述[J]. 海外英语, 2019(6): 57-58.
- [2] 陆丙甫, 蔡振光. “组块”与语言结构难度[J]. 世界汉语教学, 2009, 23(1): 3-16.
- [3] 黄伯荣, 廖序东. 现代汉语[M]. 第六版. 北京: 高等教育出版社, 2017.
- [4] 徐广联. 试论英语谚语的韵律美[J]. 商丘师范学院学报, 2008, 24(8): 117-118.
- [5] 戴宗显, 吕和发. 公示语汉英翻译研究——以2012年奥运会主办城市伦敦为例[J]. 中国翻译, 2005, 26(6): 38-42.