

2021/08/01 中国語作文の会 第38回

次の日本語を中国語に直しなさい。

1：誇大広告とは、商品やサービスの内容・価格などが、実際のものより優良または有利であると消費者に誤認させるように表示した広告のことです。日本では「履くだけで足が細くなる下着」、「飲むだけで痩せるサプリメント」などが代表例です。こうした化学的・医学的根拠がない商品については購入する際に販売元に問い合わせるなど十分注意する必要があります。ちなみに有名な面白い事例として「レッドブル、翼を授ける」のCMで知られるレッドブルが、このエナジードリンクを飲めば本当に翼が生えてくると信じていた消費者たちに、虚偽広告だとして集団訴訟を起こされたことがありました。最終的に本社が和解金（カナダのみ）を支払う形で終了しましたが、レッドブル本社としてはこのCMが誇大広告に当たるとは完全に予想外であったことでしょう。

中国語

【解答】：所谓夸大性广告，是指为了让消费者误认为商品、服务的内容、价格等比实际产品（更）优良或有利而发布的广告。在日本，“只要穿着腿就会变细的内衣”、“只喝就能瘦的营养品”等是具有代表性的例子。对于这种没有化学、医学依据的商品，在购买时需要特别注意，比如采取向销售方询问等方法。顺便一提，作为有名的有趣事例，以“红牛、送你一对翼”的广告而为人熟知的红牛，曾经被相信喝了这种能量饮料的话，真的会长出翅膀的消费者们以虚假广告而提起集体诉讼。最终以总公司支付和解金（仅在加拿大）的形式结束了，但是作为红牛总公司来说，这一广告被认为是夸大广告（，）是完全出乎预料的事。

- ・ 誇大広告：夸大性广告/夸大广告/夸大宣传
- ・ AがBよりCであると誤認させる：使人误以为A比B更C
- ・ 履くだけで足が細くなる下着：只要穿着腿就会变细的内衣/只是穿着就能瘦腿的内衣/一穿腿就瘦
- ・ 飲むだけで痩せるサプリメント：只喝就能瘦的营养品/一喝就瘦的营养品
- ・ 根拠がない商品：毫无/没有根据的产品/商品
- ・ AやBなどが代表例です：A和B等是具有代表性的例子/具有代表性的例子有A和B等。
- ・ 販売元に問い合わせる：向销售方询问/咨询商家
- ・ ちなみに：顺便一提/顺便一说
- ・ レッドブル、翼を授ける：红牛、送你一对翼/红牛给你（双）翅膀
- ・ AにBがCで訴訟を起こされる：B被A指控C而提起诉讼/B被A以C（为由）提起诉讼
- ・ 集団訴訟：集体诉讼
- ・ 和解金：和解金
- ・ ～の形で終了する：以～的形式结束/以～的形式收尾
- ・ ～にとってAは完全な予想外であった：对～来说A是完全出乎预料的事

2:「責任を背負っていない人間は無責任だ。」この言葉は至極当然のこゝろのように思えるが、ほとんどの人が気づいていない。安全地帯にいる人間は、現場で一生懸命現実と向き合っている人の気持ちはわからない。ただの妄想を立派なアドバイスかのように喚き散らし、時には「こんなこともできないのか」と言ってくる。無責任な人間の言葉は響かないし、聞く耳も持てない、やはりいつの時代も尊敬の眼差しを浴びるのは第一線でこれまで活躍してきた「現場を知る」人間なのである。

中国語

【解答】：“没有责任的人是不负责任的。”这句话看似理所当然，但几乎所有人都还没有意识到。身处安全地带的人，是无法理解在现场拼命面对现实的人的心情的。把自己的幻想/白日梦当成很好的建议一样四处宣扬，有时会说“连这样的事情都做不到吗？”这样的话。不负责任的人的话不会回响/动人，听也听不进去，不管哪个时代，能叫别人以尊敬的目光看待的/能受到别人尊敬的都是活跃在第一线的“了解现场”人。

- ・責任を背負っていない人間は無責任だ：没有责任的人是不负责任的
- ※「責任を背負っていない」は「没有责任/不用负责任」，「無責任」は「不负责任」と訳します。

- ・安全地帯にいる人間：身处安全地带的人
- ※「安全地帯」に近い中国語として「舒适区」（自分にとって居心地のいい安全地帯）というネット用語があります。正式文書にはあまり使わないため、ここでは直訳「安全地帯」としました。
- ・現場で一生懸命現実と向き合っている人：在现场/前线拼命面对现实的人
- ・ただの妄想を立派なアドバイスかのように喚き散らす：机上の空論に過ぎないアイデアを最良の方法かのように言うこと
- 把自己的幻想/白日梦当成很好的建议一样四处宣扬
- ・こんなこともできないのか：连这样的事情都做不到吗/怎么连这都做不到
- ・～は（心に）響かない：不会（在心中）回想，不动人
- ・聞く耳が持てない：听不进去
- ・尊敬の眼差しを浴びる：叫别人以尊敬的目光看待/能受到别人尊敬的

<メモ>

