

致理科技大學應用日語系

一一二學年度畢業實務專題報告

挑戰互動式日語翻譯及平台製作

- 以台灣美食為例 -

指導老師：渡邊裕朗

組員：10922117 曾婷暄

10922143 蔡采妤

10922144 王君毓

10922156 歐竺謹

109221A5 薛湘澗

10922241 陳芊彤

2024 年 1 月

實務專題報告授權書

本授權書所授權之實務專題研究報告為授權人共6位於致理科技大學應用日語系112學年度第1學期完成之實務專題報告。

實務專題報告題目：

挑戰互動式日語翻譯及平台製作 - 以台三綠美食為例 -

同意授權，開放全文檢索

不同意授權，僅開放書目資料及索引摘要相關資訊

(上述同意與不同意之欄位若未勾選，則視該組同學皆同意授權)

授權人茲將本報告電子檔與紙本裝訂成冊後，以非專屬、無償方式授權 致理科技大學(以下簡稱本校)得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用;為助益完整典藏全校之學術研究成果，同時提升學術產出之能見度及影響力，同意應用日語系辦公室留存，且本校圖書館得將本報告收錄於本校機構典藏系統，作者仍保有著作權;於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或列印。授權人保證本報告係本組之原始創作，且並未侵犯任何人之智慧財產權。

指導教師：_____ (請親筆正楷簽名)

授 權 人：

學號：10922143 學生姓名：蔡采竹 (請親筆正楷簽名)

學號：10922156 學生姓名：歐世謹 (請親筆正楷簽名)

學號：10922241 學生姓名：陳本彤 (請親筆正楷簽名)

學號：109221A5 學生姓名：薛湘濤 (請親筆正楷簽名)

學號：10922117 學生姓名：曾婷暉 (請親筆正楷簽名)

學號：10922144 學生姓名：王君毓 (請親筆正楷簽名)

中 華 民 國 112 年 11 月 9 日

※本授權書請以黑筆撰寫，並裝訂於報告封面頁之次頁。

文獻相似度報告

挑戰互動式日語翻譯及平台製作 - 以台灣美食為例 -

原創性報告

9%

相似度指數

9%

網際網絡來源

3%

出版物

3%

學生文稿

主要來源

1

mu.repo.nii.ac.jp

網際網絡來源

1%

2

9lib.co

網際網絡來源

1%

3

ja.wikipedia.org

網際網絡來源

1%

4

www.pref.mie.lg.jp

網際網絡來源

1%

5

id.nii.ac.jp

網際網絡來源

1%

6

blog.livedoor.jp

網際網絡來源

1%

7

www.smartkid.org.tw

網際網絡來源

<1%

8

www.kansai.meti.go.jp

網際網絡來源

<1%

9

ndltd.ncl.edu.tw

網際網絡來源

<1%

摘要

一提到台灣，最先聯想到的是豐富多樣化的美食文化。而台灣為日本的鄰近國家，因此會有眾多日本觀光客前來。當疫情嚴峻時，由於日本觀光客無法來台旅遊，只能從網路上得知台灣觀光資訊。現今隨著疫情減緩，縱使提高必定要來台灣觀光的想法。

日本觀光客來台必定會面臨一些旅遊困擾，例如：尋找美食無法從旅遊書上得到最新資訊、美食名稱與旅遊書上的名稱不符，而導致無法順利找到美食等等。

隨著現今科技發達，社群軟體不僅僅只有交友功能，也能分享日常生活以及觀看自己有興趣的內容，更能參考旅遊最新動態。

本組美食名稱翻譯為主要研究目的，並配合社群軟體建立互動式雙語平台，進而促進台日友好交流，讓想要來台的日本觀光客不僅能透過本組的社群帳號得知推薦店家以及中文點餐例句，能夠輕鬆地安排適合自己的觀光行程。

關鍵字：

互動式翻譯、台灣美食、社群軟體、電子旅遊書

要旨

台湾と聞いて、まず思い浮かべるのは多彩なグルメ文化でしょう。台湾は地理的に日本からも近く、多くの日本人観光客もよく訪れます。しかし、ここ数年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、台湾への入国も制限され、日本人観光客はインターネットを通して、台湾の観光情報を楽しむことしかできなくなりました。現在、新型コロナウイルス感染症の状況もだいぶ落ち着き、多くの人々が台湾旅行を検討しています。

日本人観光客が台湾を訪れる際、旅行に関連して、さまざまな問題に直面することがあります。例えば、旅行ガイドブックでは最新情報を入手することが難しかったり、グルメの名称もガイドブックによりさまざまであったりと、お目当てのグルメにうまくどり着けないケースもあります。

現在は、インターネットの普及に伴い、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）は、単に友達を作るだけのツールではなく、それぞれの日常生活を共有したり、興味のあるコンテンツを閲覧したりする手段としても利用されており、最新の旅行情報なども得られます。

そこで、本研究の目的は、主にグルメ翻訳に焦点を当て、SNS を活用してインタラクティブなバイリンガル教育プラットフォームを構築し、台日友好交流を促進することです。これにより、台湾を訪れる日本人観光客が、私たちの SNS を通じて、おすすめのレストラン情報や中国語の注文フレーズを簡単に学べ、自分に合った観光プランをより簡単に立てることを期待します。

キーワード：

インタラクティブ翻訳、台湾グルメ、SNS、電子ガイドブック

目錄

目錄	I
圖目錄	III
表目錄	IV
第一章 緒論	1
第一節 研究動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究流程	4
第二章 台灣美食的翻譯法	5
第一節 文獻探討	5
一、台灣美食的翻譯法之論文探討	5
二、台灣美食的翻譯法之旅遊書探討	6
第二節 本研究採用的翻譯法	7
第三節 台灣美食名稱翻譯調查	8
一、目的	8
二、調查方法及問題	8
三、調查結果及分析	9
第三章 台灣美食日文名稱的標示方法	13
第一節 台灣美食的標示探討—旅遊書為例	13
一、常見的標示法	13
第二節 台灣美食標示調查	13
一、目的	13
二、調查方法及問題	14
三、調查結果及分析	16
第四章 經營互動式平台—使用 Instagram	16
第一節 何謂「Instagram」?	16
一、「Instagram」基本介紹	16
二、社交軟體—「Instagram」的使用率	16
三、「Instagram」的功能介紹	17

第二節 調查結果實際應用於「Instagram」	22
一、貼文 1-最終選出的台灣美食日文名稱	22
二、貼文 2-由台灣大學生推薦的台灣美食店家	23
三、貼文 3-提供「在台灣旅行有幫助的中文點餐例句」	23
第三節 實際使用後的回饋	24
第五章 與日方學生交流	25
第一節 交流目的與介紹	25
第二節 交流內容	25
一、第一次交流	26
二、第二次交流	26
三、第三次交流	27
四、第四次交流	27
五、第五次交流	27
第三節 交流心得	32
第六章 結論	33
第一節 研究結論	33
第二節 研究建議	34
參考文獻	35
問卷調查	37
組員工作分工表	45
專題報告修正要點	46

圖目錄

圖 1-1-1	110 年 7 個主要市場來台旅客觀光支出	1
圖 1-1-2	110 年受訪觀光客對臺灣最深刻的印象—按居住地分	2
圖 1-3-1	研究流程圖	4
圖 2-3-1	魯肉飯調查結果	9
圖 2-3-2	雞肉飯調查結果	9
圖 2-3-3	牛肉麵調查結果	10
圖 2-3-4	大腸麵線調查結果	10
圖 2-3-5	蚵仔煎調查結果	11
圖 2-3-6	臭豆腐調查結果	11
圖 2-3-7	雞排調查結果	12
圖 2-3-8	胡椒餅調查結果	12
圖 3-1-1	所參考旅遊書的說明文以及名稱標示方法	13
圖 3-2-1	台灣美食名稱標示問卷題目	14
圖 3-2-2	台灣美食名稱標示問卷題目	14
圖 3-2-3	台灣美食名稱標示問卷題目	14
圖 3-3-1	台灣美食名稱標示問卷結果	15
圖 4-1-1	「英國、日本、台灣」IG 用戶總數	16
圖 4-1-2	「Instagram」全球用戶性別、年齡層使用率	17
圖 4-1-3	「Instagram」內建 Hashtag 功能	20
圖 4-1-4	「Instagram」內建投票功能	21
圖 4-1-5	「Instagram」內建問答功能	21
圖 4-2-1	「Instagram」台灣美食日文名稱貼文	22
圖 4-2-2	「Instagram」推薦美食店家貼文	23
圖 4-2-3	「Instagram」中文點餐例句貼文	23

表目錄

表 2-1-1	八種常見的美食名稱翻譯法	5
表 2-1-2	參考書籍統整	6
表 2-2-1	本組所採用的翻譯法	7
表 4-1-1	Instagram 貼文的主要功能	18
表 4-1-2	Instagram 限時動態的主要功能	19
表 5-1-1	與橫濱商科學校交流行程表及內容	25
表 5-2-1	零食介紹	29
表 5-2-2	喜好度排名	31

第一章 緒論

第一節 研究動機

台灣的美食文化極為豐富，擁有許多獨特的料理和食材，這些美食在國際間越來越受歡迎。根據交通部觀光署 110 年統計¹來台的海外觀光客總人數為 14.0 萬人。當中日本觀光客總人數為 10,056 人。而「對臺灣最深刻的前 10 大印象」投票中，印象最深刻的項目是「美味菜餚」，獲得了 56.84% 的票數，佔比超過一半以上。其次，「逛夜市」排名第二，獲得了 20% 的票數。票數最高的前兩名項目都與台灣美食有關。這代表對前來台灣的日本觀光客來說，台灣的美食文化是他們認為最深刻印象之一。這不僅反映了台灣美食的魅力，也代表著飲食在旅遊體驗中的重要性，並提醒本組食物可以成為跨文化交流和旅遊體驗的一個重要元素。

表 13 110 年 7 個主要市場來臺旅客觀光支出

市場別	來臺旅客 總人次 (人次) (1)	來臺旅客 平均停留 夜數 (夜) (2)	來臺旅客 平均每人 每日消費 金額 (美元/人夜) (3)	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (億美元) (4)=(1)×(2)×(3) ÷100,000,000	來臺旅客 觀光支出 (不含國際機票) (新台幣億元) (5)=(1)×(2)×(3) ×28.022 ÷100,000,000
全體	140,479	58.55	90.54	7.45	208.68
新南向 18 國	68,339	57.84	92.58	3.66	102.54
歐洲	16,413	59.39	118.25	1.15	32.30
大陸	13,267	62.88	73.71	0.61	17.23
美國	11,981	58.90	84.99	0.60	16.81
日本	10,056	52.82	108.77	0.58	16.19
香港、澳門	10,760	51.89	91.92	0.51	14.38
韓國	3,300	56.64	105.60	0.20	5.53

圖 1-1-1 110 年 7 個主要市場來台旅客觀光支出

資料來源：臺灣交通部觀光署行政資訊網-2021 年來台旅客消費及動向調查（第 11 頁）

¹臺灣交通部觀光署行政資訊網，中華民國 110 年來臺觀光客消費及動向調查報告
<https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/FilePage?a=14693>

人次 相對百分率	樣本數 (人)	對臺灣印象最深刻的項目									
		美味 菜餚	海岸 風光	泡溫泉	歷史 古蹟	逛夜市	單車 賞景	地方 特產	寺廟 參訪	都會 不夜城	
全 體	2,876	1,320	410	193	78	446	73	137	153	133	
		45.90	14.26	6.71	2.71	15.51	2.54	4.76	5.32	4.62	
日 本	95	54	10	1	3	19	-	4	4	7	
		56.84	10.53	1.05	3.16	20.00	-	4.21	4.21	7.37	

圖 1-1-2 110 年受訪觀光客對臺灣最深刻的印象—按居住地分

資料來源：臺灣交通部觀光署行政資訊網-2021 年來台旅客消費及動向調查（1-57 頁）

然而，本組注意到台灣美食的日文翻譯存在一些問題，因不同的翻譯者或翻譯場合而有所不同。至今為止旅遊書在介紹台灣美食時，經常使用作者自己選擇的翻譯，這種不一致性是由於語言和文化之間的差異以及翻譯的主觀性造成的。

舉例來說，台灣著名的小吃「臭豆腐」在日文中可以有多種翻譯，包括「臭い豆腐」（"kusai tofu"，直譯為有臭味的豆腐）或者「チヨウドウフ」（使用片假名的方式，音譯）。不同的翻譯方式會帶有不同的語義或情感色彩。

並且，本組還發現到翻譯錯誤的問題導致以下現象：1.「誤導和誤解」，日本觀光客對食物的口味、風味或成分產生誤解。這樣的誤解導致他們對美食的期望與實際品味有差異，進而影響他們的滿意度。2.「不信任感」，當日本觀光客發現多次翻譯錯誤，致使他們會對翻譯或提供食物信息的來源產生不信任感。這會讓他們更加謹慎，甚至不願意嘗試新的台灣美食。3.「降低消費意願」，當日本觀光客感到不確定或不信任時，他們可能不願意花錢嘗試新的食物。此舉會對餐廳或店家的業績產生負面影響，因為日本觀光客可能會更傾向於選擇熟悉的食物或餐廳，而不是嘗試新的體驗。

上述情形讓本組明白翻譯的準確性對於提供正確的食物信息和吸引日本觀光客品嚐台灣美食至關重要。

第二節 研究目的

本組目標是讓日本讀者參與翻譯過程，使他們能夠選擇簡單明瞭的美食名稱，這樣他們在參考電子旅遊書時更容易理解、記住。為實現這一目標，本組將採取以下步驟：

1. 文獻回顧：首先，本組將回顧過去有關台灣美食翻譯的文獻，以了解現有的翻譯問題和挑戰。
2. 問卷調查：本組計劃向日本人進行問卷調查，請他們從提供的翻譯選項中選擇他們認為最合適的美食名稱及呈現出最方便閱讀的表記方式。這將有助於本組了解他們對翻譯的喜好，並確保翻譯更符合日本文化和語境。
3. 創建互動平台：本組將開發一個互動平台，讓日本讀者參與美食名稱的翻譯過程。這個平台將提供不同的美食名稱選項，並邀請讀者選擇他們認為最適合的翻譯。
4. 實際應用：將問卷調查的結果上傳至互動平台作為日本人來台觀光的參考，並且觀察讀者的反應和效果。

通過這項研究，本組希望為電子旅遊書的翻譯引入更多參與性，並確保美食名稱的翻譯在文化傳達方面更為準確。這種互動式的方法可能會為互動式平台(Instagram)的讀者提供更豐富的閱讀體驗，同時提高對台灣美食的認識和理解。此研究可作為日後想開發互動式旅遊書的參考，評估其可行性。本組相信這將對台灣美食的國際推廣和文化交流產生積極影響。

第三節 研究流程

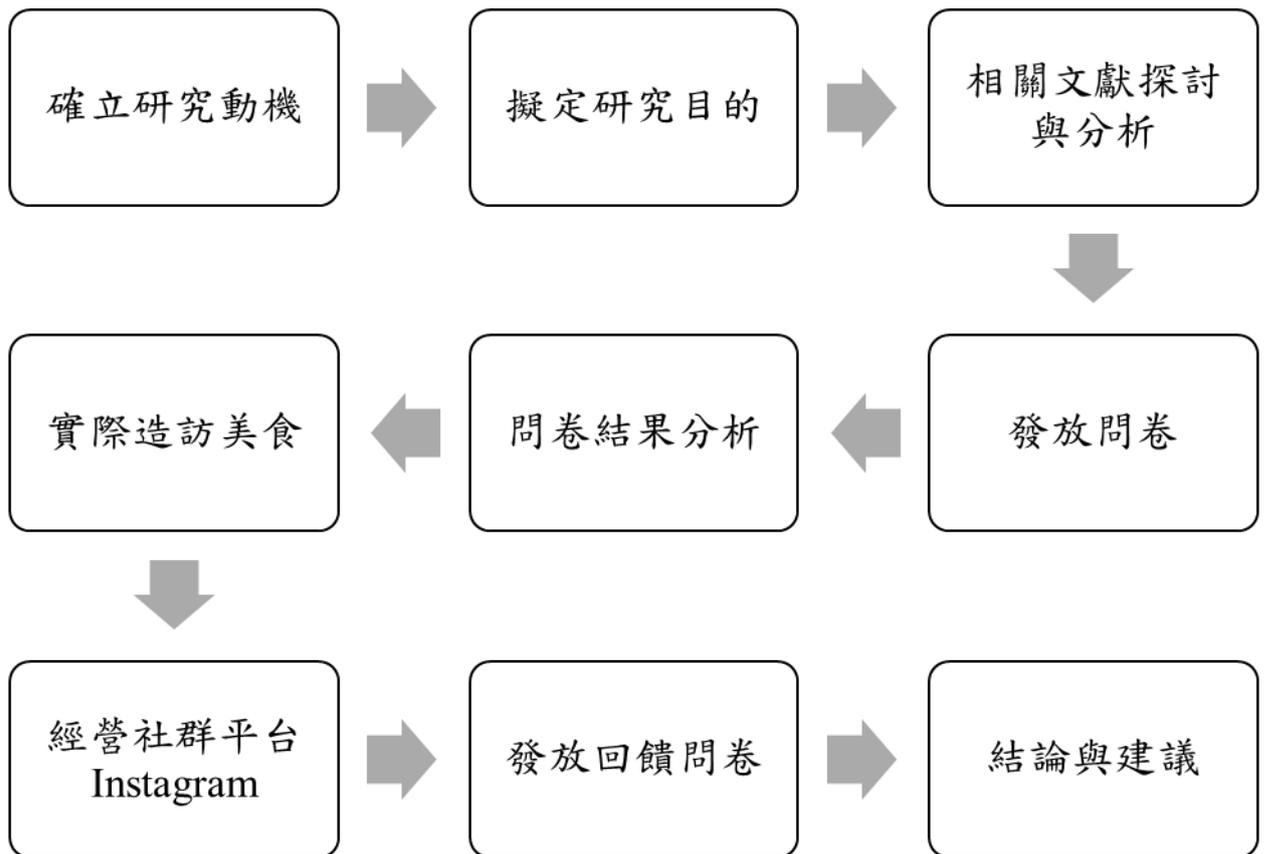


圖 1-3-1 研究流程圖

第二章 台灣美食的翻譯法

第一節 文獻探討

一、台灣的美食翻譯法之論文探討

本組注意到台灣美食的日文翻譯存在一些問題，至今為止旅遊書或網站上在介紹台灣美食時，會根據各個翻譯者所使用的翻譯名稱或翻譯場合而有所不同。這種不一致性是由於語言和文化之間的差異以及翻譯的主觀性造成的。因此，本組先蒐集並且統整各旅遊書或網站上經常使用的翻譯方法。

表 2-1-1 八種常見的美食名稱翻譯法

翻譯法	解釋	例句
漢字移植	在日本沒有使用的詞彙	胡椒餅→胡椒餅
音譯	中文發音用假名表示	碗粿→ワ-グイ
意譯	用日語表示相對應的食材	芒果冰→マンゴーアイス
轉調	將料理名稱用容易理解的詞語來表示	蔥油餅→ネギ餅
同化	用日本已有的詞彙延伸成其他料理	水餃→水餃子
部分省略	省略部分詞彙	魚香茄子→茄子のスパイシー煮込み
加筆	將原文沒有的同義詞以補充含意	貢丸湯→豚肉団子スープ
解說	超過原本詞彙的意思並加以說明	割包→チャーシュー、ピーナッツ粉、砂糖 などが入ったマンジュー

註：資料來源：鄭加禎、謝媽文、陳妍伶（2011）〈從異文化的觀點看台灣美食的日語翻譯〉

二、台灣的美食翻譯法之旅遊書探討

因我們想了解現今旅遊書中的美食名稱是以何種方式來命名，所以本組將參考現有的旅遊書、旅遊雜誌來做為此研究探討的依據。以下是本組參考的書籍：

表 2-1-2 參考書籍統整

類別	書名	出版日期 年/月/日	出版社
旅遊雜誌	まっふる<24> 台北 2024	2023/07/15	昭文社
旅遊書	地球の歩き方 (2023~2024)	2023/06/13	株式会社地球の歩き方
	台湾ごはん何食べる？	2020/11/10	株式会社幻冬舎
	ハレ旅会話 台湾 中国語	2020/02/2	朝日新聞出版
	ひとりふらり台湾	2023/01/26	株式会社コスミック出版

本組最終得到的結果大多數以「漢字移植」、「音譯」、「意譯」等命名方式，並以美食名稱＋照片＋說明文來呈現。

第二節 本研究採用的翻譯法

在第一節的論文探討中，研究結論出了八個最常被使用的台灣美食名稱翻譯法，並進行了對旅遊書籍中實際使用的翻譯方法的分析。研究發現，「漢字移植」、「音譯」和「意譯」這三種翻譯方式最為廣泛應用。則「漢字移植+音譯」在旅遊書中較常被使用，而「漢字移植+意譯」為較不常見的用法。因此，本組以這三種翻譯法為基準，搜尋相應的日語翻譯名稱，以作為台灣美食名稱翻譯調查的參考選項。

表 2-2-1 本組所採用的翻譯法

翻譯法	範例
漢字移植	魯肉飯
音譯	ルーローファン
漢字移植+音譯	魯肉飯（ルーローファン）
漢字移植+意譯	魯肉かけご飯
意譯	豚肉そぼろかけご飯

註：本組研究後採用的翻譯法

第三節 台灣美食名稱翻譯調查

一、 目的

由於現今市面上有眾多的美食翻譯呈現，導致時常發生美食名稱與美食無法相對應的情況。因此本問卷為了方便讓日本觀光客能夠清楚看懂台灣美食的名稱以及能夠容易辨識出台灣美食，本組將對日本民眾進行台灣美食名稱翻譯調查。將調查結果用來製作本組 Instagram 貼文，以名稱+美食+推薦店家的方式呈現。本組期望這項調查能夠促進台灣美食在國際觀光市場上的曝光，並讓更多來自日本的觀光客能夠輕鬆地找尋自己想要吃的台灣美食。

二、 調查方法及問題

本組以日本人為調查對象，人數以一百人為目標，調查期間為 2023 年 3 月到 2023 年 5 月，以 GOOGLE 表單的形式進行調查。日本人認為在台灣尋找美食時，能夠讓美食名稱與美食相對應的翻譯法。引用表 2-2-1 的翻譯法作為此問卷的調查。

- (一) 漢字移植
- (二) 音譯
- (三) 漢字移植+音譯
- (四) 漢字移植+意譯
- (五) 意譯

三、調查結果及分析

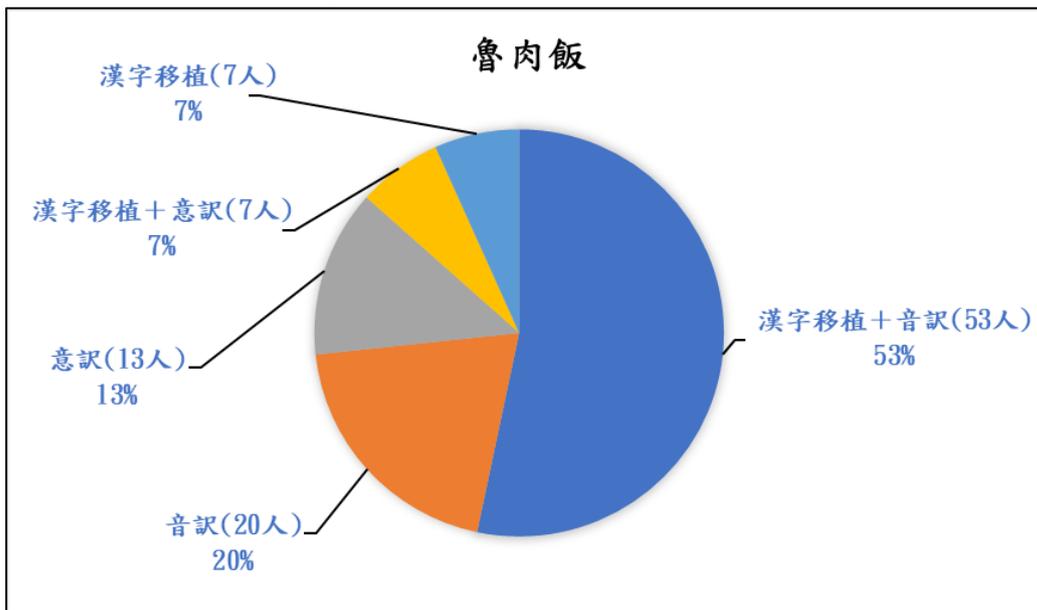


圖 2-3-1 魯肉飯調查結果

此為魯肉飯的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 53%，其次為「音譯」佔比例 20%，第三則為「意譯」佔比例 13%，「漢字移植」、「漢字移植+意譯」則並駕齊驅佔第四，比例為 7%。

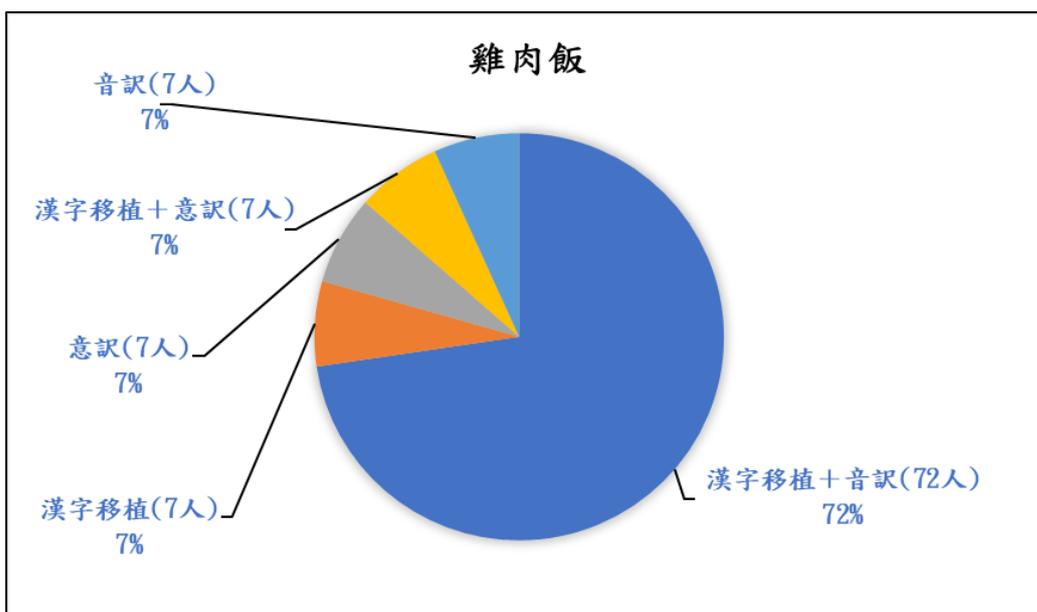


圖 2-3-2 雞肉飯調查結果

此為雞肉飯的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 72%，其次為「音譯」、「意譯」、「漢字移植」、「漢字移植+意譯」則並駕齊驅佔第二，比例為 7%。

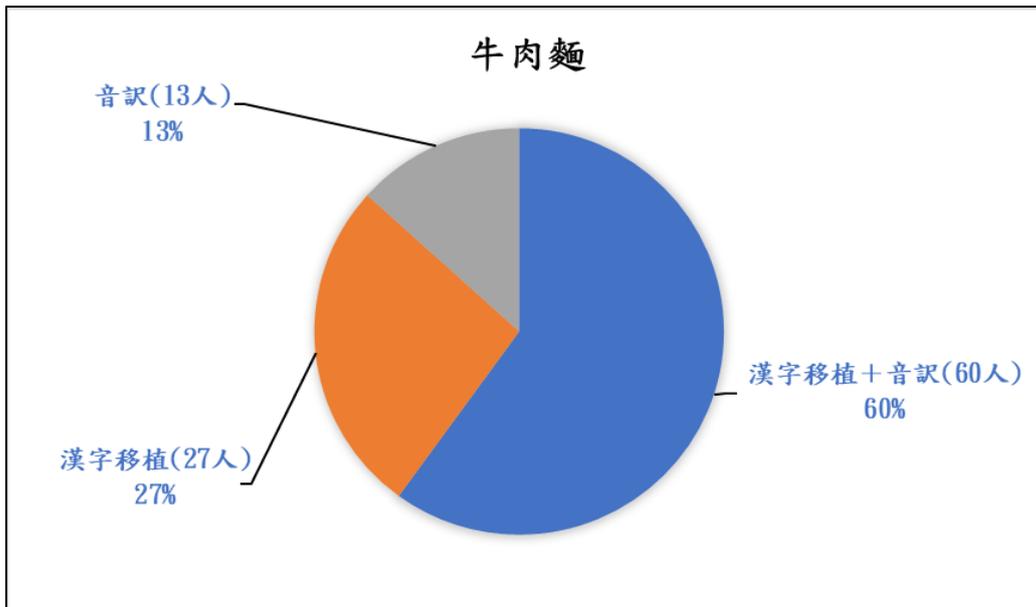


圖 2-3-3 牛肉麵調查結果

此為牛肉麵的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 60%，其次為「漢字移植」佔比例 27%，第三則為「音譯」佔比例 13%，「意譯」、「漢字移植+意譯」則無人選擇。

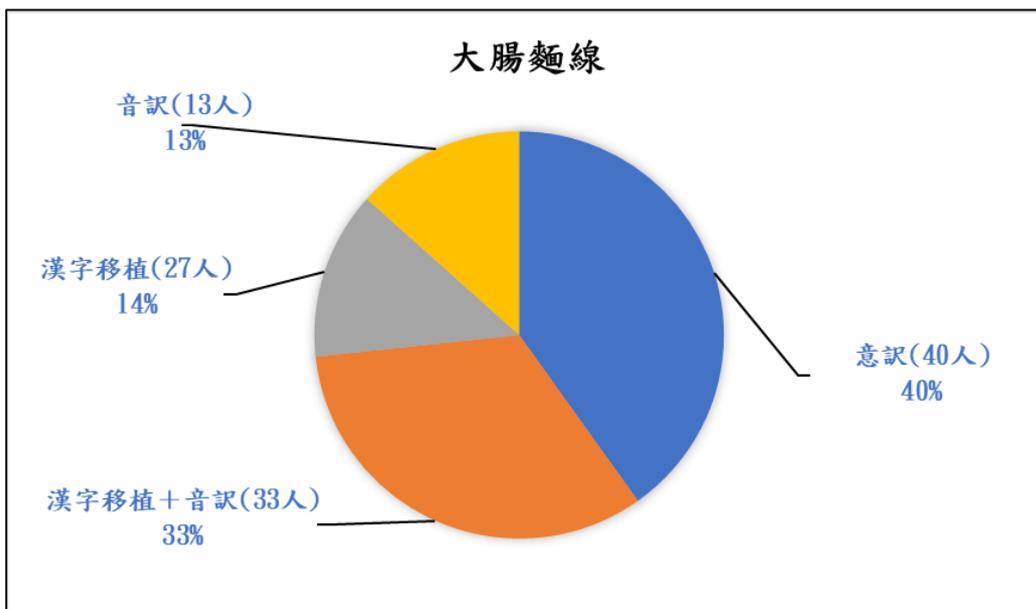


圖 2-3-4 大腸麵線調查結果

此為大腸麵線的名稱調查結果，最高為「意譯」佔此調查比例的 40%，其次為「漢字移植+音譯」佔比例 33%，第三則為「漢字移植」佔比例 14%，第四則為「音譯」佔比例 13%，「漢字移植+意譯」則無人選擇。

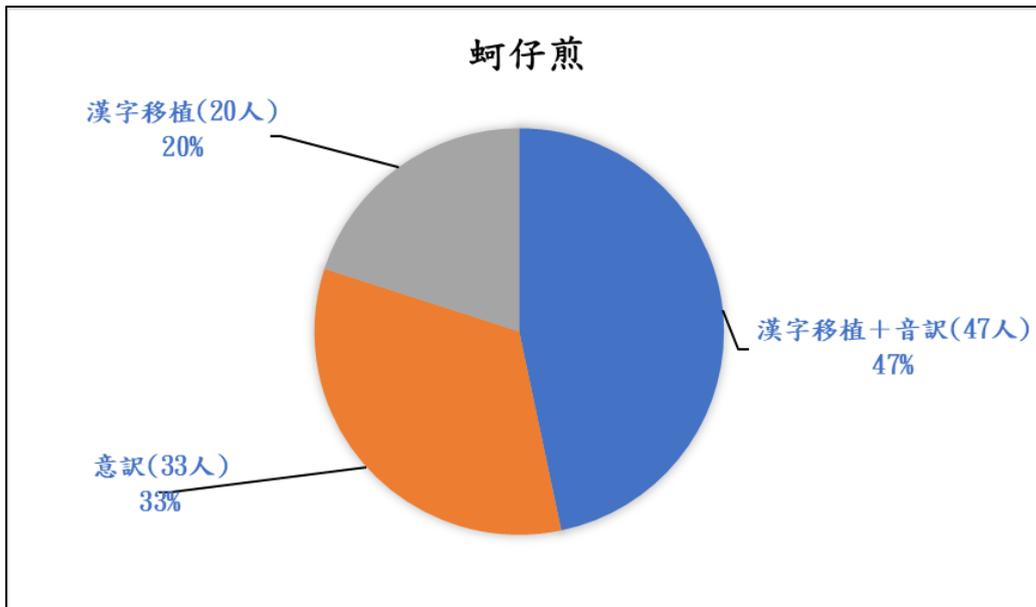


圖 2-3-5 蚵仔煎調查結果

此為蚵仔煎的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 47%，其次為「意譯」佔比例 33%，第三則為「漢字移植」佔比例 20%，「音譯」、「漢字移植+意譯」則無人選擇。

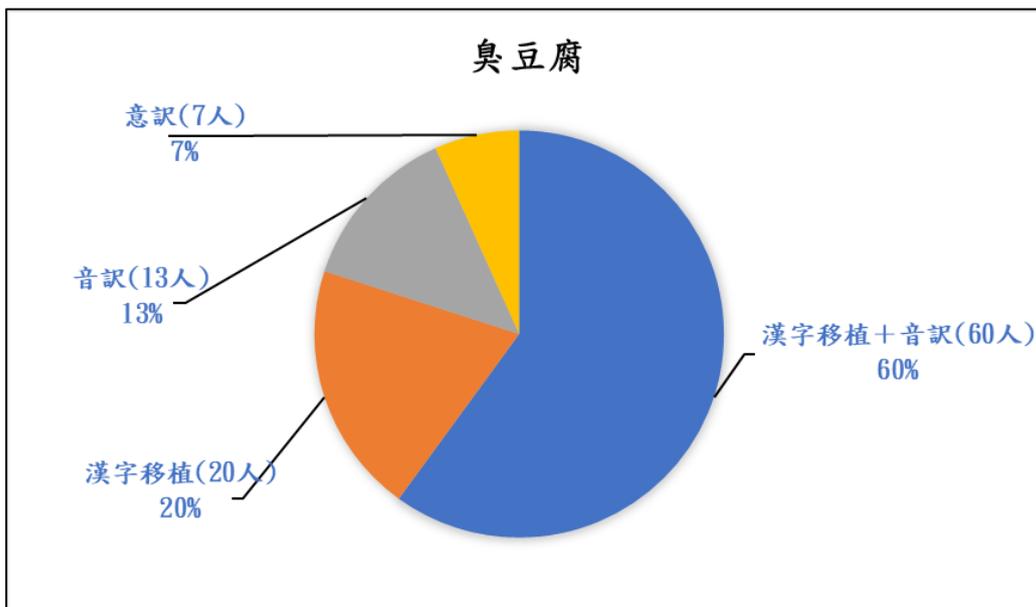


圖 2-3-6 臭豆腐調查結果

此為臭豆腐的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 60%，其次為「漢字移植」佔比例 20%，第三則為「音譯」佔比例 13%，「意譯」比例為 7%，「漢字移植+意譯」則無人選擇。

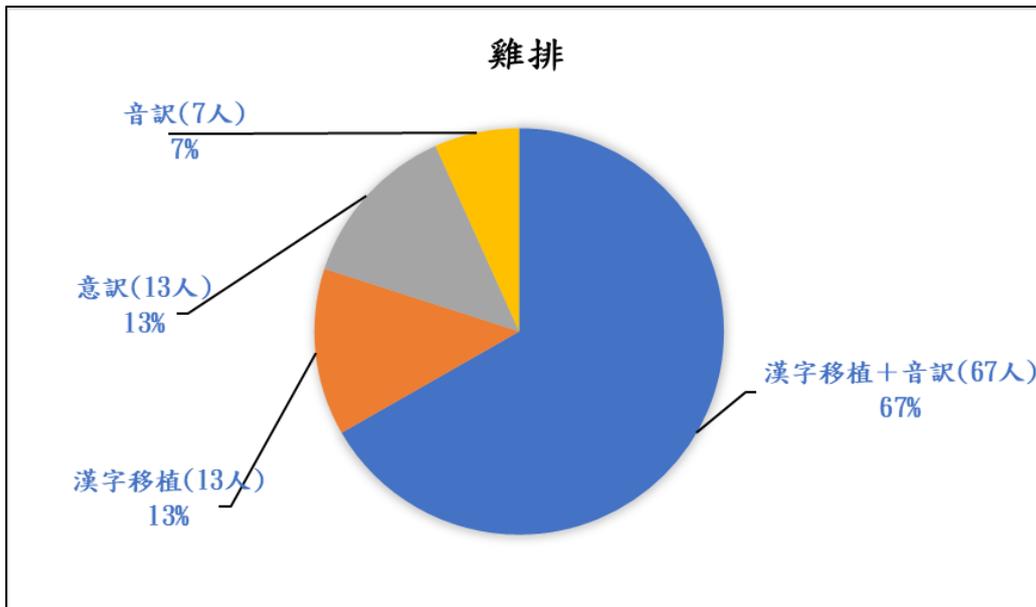


圖 2-3-7 雞排調查結果

此為雞排的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 67%，其次為「漢字移植」、「意譯」則並駕齊驅佔第二，佔比例 13%，第三則為「音譯」比例為 7%，「漢字移植+意譯」則無人選擇。

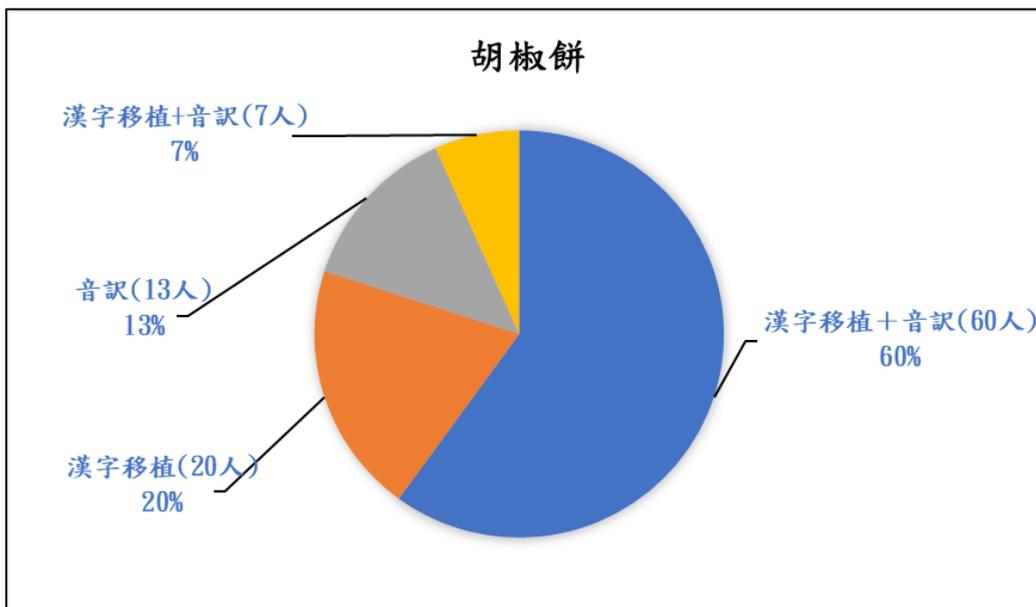


圖 2-3-8 胡椒餅調查結果

此為胡椒餅的名稱調查結果，最高為「漢字移植+音譯」佔此調查比例的 60%，其次為「漢字移植」佔比例 20%，第三則為「音譯」比例為 13%，第四則為「漢字移植+音譯」佔比例 7%，「意譯」則無人選擇。

第三章 台灣美食日文翻譯的標示

第一節 台灣美食的標示探討—旅遊書為例

一、常見的標示法

由圖 3-1-1 可知，現今大多數的旅遊書都以圖片加說明文以及名稱為最基本的呈現方式。並且也會在說明文當中詳細介紹如何前往目的地，在圖片的地方也會有小文字介紹食物的內容物。



圖 3-1-1 所參考旅遊書的說明文以及名稱標示方法

資料來源：《ひとりぶらり台湾》（2023）P.39

第二節 台灣美食標示調查

一、目的

本問卷為了讓日本觀光客方便閱讀 Instagram 的貼文，因此本組將對日本民眾進行台灣美食名稱標示調查。調查的結果可以為未來想製作日語電子旅遊書的作者提供有用的參考資料，以確保內容更容易被日本觀光客理解和接納。並且本組期望這項調查能夠促進台灣美食在國際觀光市場上的曝光，並讓更多來自日本的觀光客能夠輕鬆地品味和體驗台灣獨特的美食文化。

二、 調查方法及問題

本組以 GOOGLE 表單的形式調查日本人認為在 Instagram 最方便閱讀的呈現方式。圖 3-2-1 為本組舉例三個標示法的選項進行提問，分為以下三種：

(一) 將讀音標示在漢字上方



圖 3-2-1 台灣美食名稱標示問卷題目

(二) 將讀音標示在漢字下方



圖 3-2-2 台灣美食名稱標示問卷題目

(三) 將讀音標示在漢字後方



圖 3-2-3 台灣美食名稱標示問卷題目

三、調查結果及分析

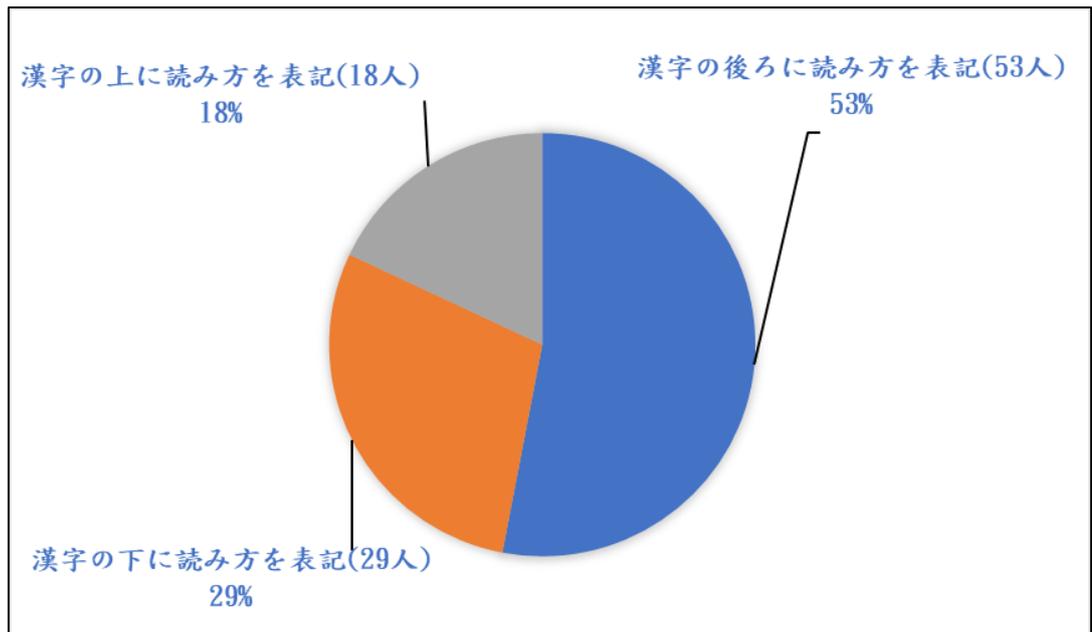


圖 3-3-1 台灣美食名稱標示問卷結果

由圖 3-3-1 可知，日本人認為最好的呈現方式是將讀音標示在漢字後方，方便閱讀 Instagram 的貼文。其次第二多人選擇的呈現方式則為將讀音標示在漢字下方，佔此調查結果的 29%。比例佔最少的呈現方式則為將讀音標示在漢字上方，佔此調查結果的 18%。透過這次調查，本組對於結果感到出乎意料，以學習日語多年經歷，課本中都是在漢字上方標音為主要呈現方式，鮮少會標示在漢字後方，此結果讓本組更加了解日本人不同的想法。

第四章 經營互動式平台-使用 Instagram

第一節 所謂「Instagram」

一、「Instagram」基本介紹

Instagram 是由凱文·斯特羅姆與邁克·克里格建立，於 2010 年 10 月發布的一款社群應用程式。在 2012 年被五大科技公司之一的 Meta 收購。截止到 2023 年 3 月為止收益為 286 億美元。

二、社交軟體－「Instagram」的使用率

（一）國家

創立於 2010 年，至今為止已成為一個全球擁有將近 13 億用戶的社群平台。且日本使用比率占全球約、台灣則佔約 48.5%。由圖 4-2-1 可知，日本於 2021 年 9 月起使用比率逐漸提升，有著居高不下的趨勢。而相對於台灣而言，並沒有大幅度的提升或減少，一直處於著平穩的狀態。

圖 4-1-1 「英國、日本、台灣」IG 用戶總數



資料來源:台灣社群媒體現況：2023 年社群平台發展趨勢、用戶分佈數據

(二) 性別、年齡層

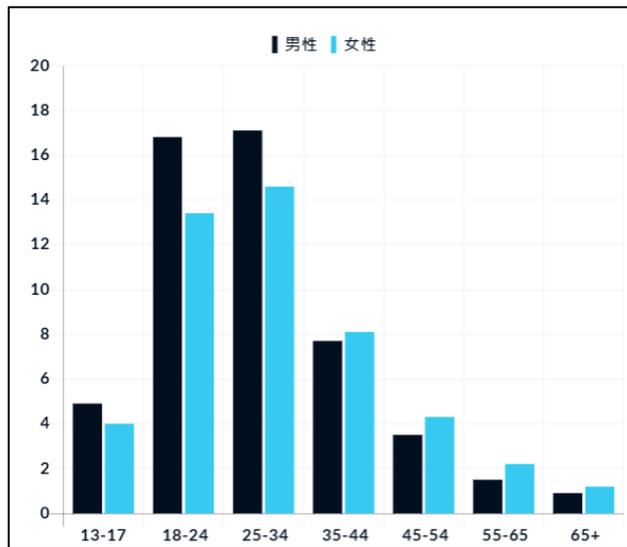


圖 4-1-2 「Instagram」全球用戶性別、年齡層使用率

資料來源：台灣社群媒體現況：2023 年社群平台發展趨勢、用戶分佈數據

目前 Instagram 在全球擁有將近 13 億的用戶。由上圖可知，現今大多數用戶年齡層比率介於 18-34 歲之間，且男性用戶佔比最高。此外，也可得知中高年齡層的使用比率較低。

三、「Instagram」功能介紹

最初的功能是將拍下的照片套用於軟體內建的濾鏡再分享至社群平台（簡稱貼文）。而後，此程式新增了、限時動態、直播以及拍攝生活短片等功能。可提供用戶免費將相片和影片分享至應用程式，與他們的追蹤者分享日常生活。發文類型分成一般貼文和限時動態兩種。

(一) 什麼是貼文？

Instagram 在 2010 年創立，貼文通常包括文字、圖片、影片，用戶可以通過社交媒體平台分享，與他人分享訊息、意見、故事、生活事件等，促進互動與討論。本組將運用貼文，讓台灣小吃能夠在日本市場擴展，增加知名度。

以下是貼文的主要功能：

表 4-1-1 Instagram 貼文的主要功能

	功能名稱	說明介紹
創作者	建立貼文 (投稿)	可發佈照片、60 秒內的影片以及 2200 字的內文。 最多可放置十張照片或影片，可留存於個人介面。
	#Hashtag (ハッシュタグ)	通常會在一個詞或者是句子的前面加上「#」。用戶可建立自己想要的關鍵字來做為標籤，透過關鍵字可以連結到所有標記這個詞的公開貼文。
	地點 (場所)	發佈貼文時，創作者可以建立“地點”此功能，將發佈內容與特定地點關聯起來。這將在貼文的上方顯示地點，點擊後關注者可立即查看詳細地址及相關貼文。
關注者	按讚 (いいね！)	向創作者發佈的內容按讚表示好感。
	留言 (返信)	透過創作者的貼文直接輸入想說的話，與創作者進行互動，同時也可以和其他關注者交流。
	貼文分享 (シェア)	關注者可將創作者的貼文分享到自己的限時動態，同時也可以分享給親朋好友。透過分享能夠增加創作者的曝光率。
	貼文收藏 (コレクション)	關注者可收藏創作者的貼文，以便日後隨時查看。

註：本小組自行整理

(二) 什麼是限時動態？

在 2016 年 Instagram 推出一項新功能：限時動態（ストーリーズ）。創作者（投稿者）可與關注者（フォロワー）分享即時的資訊內容，像是簡短的文字、直向圖像和影片等功能。與貼文不同的是，具有時效性，限時動態會在發佈後的 24 小時自動消失。當創作者想將限時動態永久保留時，可在個人介面新增精選動態。其設計目的是快速分享令人難忘且有趣的事情。現今，觀看或發佈限時動態已成為多數人們生活中。

表 4-1-2 Instagram 限時動態的主要功能

	功能名稱	說明介紹
創作者	#Hashtag (ハッシュタグ)	通常會在一個詞或者是句子的前面加上「#」。用戶可建立自己想要的關鍵字來做為標籤，透過關鍵字可以連結到所有標記這個詞的公開貼文。
	地點 (場所)	發佈限時動態時，創作者可以建立“地點”此功能，將發佈內容與特定地點關聯起來。這將在限時動態中顯示地點圖標，點擊後關注者可立即查看詳細地址及相關貼文。
	票選活動 (アンケート)	在限時動態添加互動投票選項，創作者可提出問題，讓關注者進行選擇。例如：是或否。此功能可收集關注者的意見，有助於增加互動性。
關注者	按讚 (いいね！)	向創作者發佈的內容按讚表示好感。
	私訊回覆 (返信)	透過限時動態直接傳送訊息，與創作者進行互動。
	動態分享 (シェア)	關注者可將他人的限時動態分享到自己的動態，同時也可以分享給親朋好友。透過分享能夠增加創作者的曝光率。

註：本小組自行整理



圖 4-1-3 「Instagram」內建 Hashtag 功能

Story 互動功能：用戶可以在限時動態中新增投票活動或者是建立問答等方式來了解其他用戶的想法。這項功能提升用戶在 Instagram 上的互動意願，並且在這個網路發達時代藉此方式達到高效率的互動方式。

以「商業用戶」來舉例，投票活動常用於調查客戶對新品的喜好度。建立問答則用於調查客戶對於現有產品以外，有無任何建議以及對於未來產品的期望方向。

以「一般用戶」來舉例，投票活動常用於用戶本身希望其他用戶提供建議來進行提問，像是「有吃過魯肉飯嗎？」，依照其他用戶提供的投票結果來決定。建立問答則是用戶會發起一則「歡迎提問」的限時動態，其他用戶可對此進行提問，用戶會再為每個問題依序回答。



圖 4-1-4 「Instagram」內建投票功能



圖 4-1-5 「Instagram」內建問答功能

第二節 調查結果實際應用於「Instagram」

現今觀光客認為旅遊書有攜帶不便的問題和無法即時更新資訊等情況，並且在網路資訊發達的時代，期望能夠查詢最新的觀光資訊動向。因此本組製作互動式社群平台，以身為日本語學習者的角度，用此方式提供日本觀光客來台旅遊時，能夠輕鬆地找到心中朝思暮想的美食及解決點餐時無法溝通的困擾。本組將用以下三則貼文在社群平台上提供日本觀光客來台旅遊時做為考量的依據。

一、貼文 1-最終選出的台灣美食日文名稱



圖 4-2-1 「Instagram」台灣美食日文名稱貼文

二、貼文 2-由台灣大學生推薦的台灣美食店家



圖 4-2-2 「Instagram」推薦美食店家貼文

三、貼文 3-提供「在台灣旅行有幫助的中文點餐例句」



圖 4-2-3 「Instagram」中文點餐例句貼文

第三節 實際使用後的回饋

フィードバック A :

1. デザインがかわいい、見やすい。
2. 食べ物の音声があるから、旅行のとき役立ちそう。
3. この音声を店の人に聞かせたら、うまく注文できそうだし、現地の人と交流もできると思うので、ぜひ使ってみたい。
4. 実際のお店メニューがあって、おすすめメニューに印がしてあるので、お店に行っても迷いそうもないから、いいね！

第五章 與日方學生交流

第一節 交流目的與介紹

本校日語系近幾年獲得與橫濱商科大学交流機會，今年為本校實施交流的第三年。交流期間為三年級第二學期至四年級第一學期，共有五次。內容以雙方畢業論文為主要目的，日方學生以英文的方式進行報告，本校學生則以日文的方式進行報告，報告結束後會以匿名 Q&A 的方式向雙方進行提問。

今年參加交流的人員除了本組以外還有另外兩組，則日方學校也分為三組，共六組的台日學生進行交流。每年的交流除了能夠加深雙方語言交流能力以外，還能認識到雙方不同的文化差異。

由於本組需透過多次問卷調查來製作此研究，則本組藉由這些問卷調查的結果也能從中獲得日方學生的回饋，更能將這些回饋及意見發揮在本組的研究上。以下為參加日期、參加人數及內容：

表 5-1-1 與橫濱商科大学交流行程表及內容

次數	日期	參加人數	內容
第一次	4 月 25 日	30 人	說明專題主題及內容
第二次	5 月 30 日	30 人	發放問卷
第三次	6 月 27 日	30 人	介紹零食及喜好、問卷回饋
第四次	11 月 14 日	30 人	專題期中發表
第五次	12 月 19 日	30 人	專題成果發表

資料來源：小組自行整理

第二節 交流內容

一、第一次交流

透過線上交流方式，我們很高興有機會向日本橫濱商科大的學生們簡單介紹我們台灣學生的專題。本次交流中，我們台灣學生分為三個組別，分別為 A 組、B 組、C 組，每個組別都有不同的主題與內容。

這次交流的目的是讓日本學生對我們台灣學生的專題有初步的認識，同時歡迎他們提出建議與意見。交流過程中有一個匿名提問的環節，希望日本學生能夠針對各組的專題進行提問，以促進更深層次的交流和討論。這也是為了確保我們的專題能夠順利進行，並從日本學生的角度獲得有益的反饋。

二、第二次交流

本次交流活動由日本學生進行專題報告，並以英文方式呈現。其中，一組專題介紹了中國舞龍舞獅的習俗，另一組則分享了日本居酒屋的文化和特色。日本學生在報告結束後，由台灣學生進行問答以及發表意見。

透過這樣的交流方式，促進雙方之間的感情。為了更有效地實行這個目標，我們有分組交流的環節，讓台灣和日本的學生能夠進行更具體的言語互動，從而提升語言能力，同時加深對對方文化的了解。在每組專題報告結束後，台灣學生有機會提出問題、分享見解，這有助於深化彼此對文化差異的理解。最後，我們將以一場大合照劃下這次難得的交流活動。

這樣的交流方式不僅能讓各組的專題得到更多的討論和建議，還能夠促進友好的跨文化交流，是一次難得的學習和成長機會。藉由這次活動為台日兩國學生之間建立更緊密的聯繫。

三、第三次交流

為了加深雙方的情感，台灣學生於6月9日寄出伴手禮給日本的老師和學生。本組選擇寄台灣小吃風味的零食，同時附上零食的圖片和相關說明。意圖是希望日本學生在日本也能品嚐到台灣小吃的美味，進一步增進對台灣美食的瞭解。

零食的口味包括了牛肉麵風味、蚵仔煎風味等等，不僅能夠讓日方學生在品嚐的過程中感受到台灣的小吃風味，也有助於促進雙方文化交流。

四、第四次交流

在這次第四次的文化交流中，日方的學生精彩地分享了他們舉辦的「校園祭」活動。報告過程中，他們生動地介紹了各種令人垂涎的美食，尤其以中式蛋餅引起了我的注意。報告結束後，我們以這個話題為引，展開了一場關於「如果來台灣，最想品嚐哪一款美食」的熱烈討論。在互動的過程中，我們還向對方熱情地介紹了我們的專題報告 Instagram 帳號，可以了解更多台灣美食的資訊。

日方學生對於我們的 Instagram 帳號給予了肯定的回饋，他們讚揚說「貼文不僅簡單明瞭，又不失美感」。特別是在有聲例句的部分，他們表示這對他們非常有幫助。這樣的交流不僅讓我們更深入地了解彼此文化，也在分享美食和社交媒體使用經驗上互相豐富了彼此的視野。期待未來還有更多的文化交流，能夠增進我們之間的友誼並開拓更多的共同話題。

五、第五次交流

本學期與日本橫濱商科大的學生們進行的交流迎來尾聲，由台方學生發表專題成果。A 組為介紹台灣草本茶之網站製作；B 組為《能樂少女》——從能樂表演延伸之角色扮演遊戲製作；本組 C 組為挑戰互動式日語翻譯及平台製作-以台灣美食為例。將美食翻譯為主因，並以此為基礎製作 Instagram 社群平台，方便日本觀光客在來台旅遊時使用。

在我們的報告結束後，由日方學生提出問題：在製作此專題的過程中，「你們認為最困難的部分是什麼？」。我們認為最困難的部分是需要跨越語言障礙，並參考大量文獻，以便整合各種美食名稱，從而統整出我們自己的翻譯法。過程中需要與日籍老師多次確認，以確保我們的翻譯是否符合日本人的語言思維。我們更深刻地理解了不同文化之間的差異，也學到了如何在合作中克服困難，攜手創造出更加有價值的成果。

表 5-2-1 零食介紹

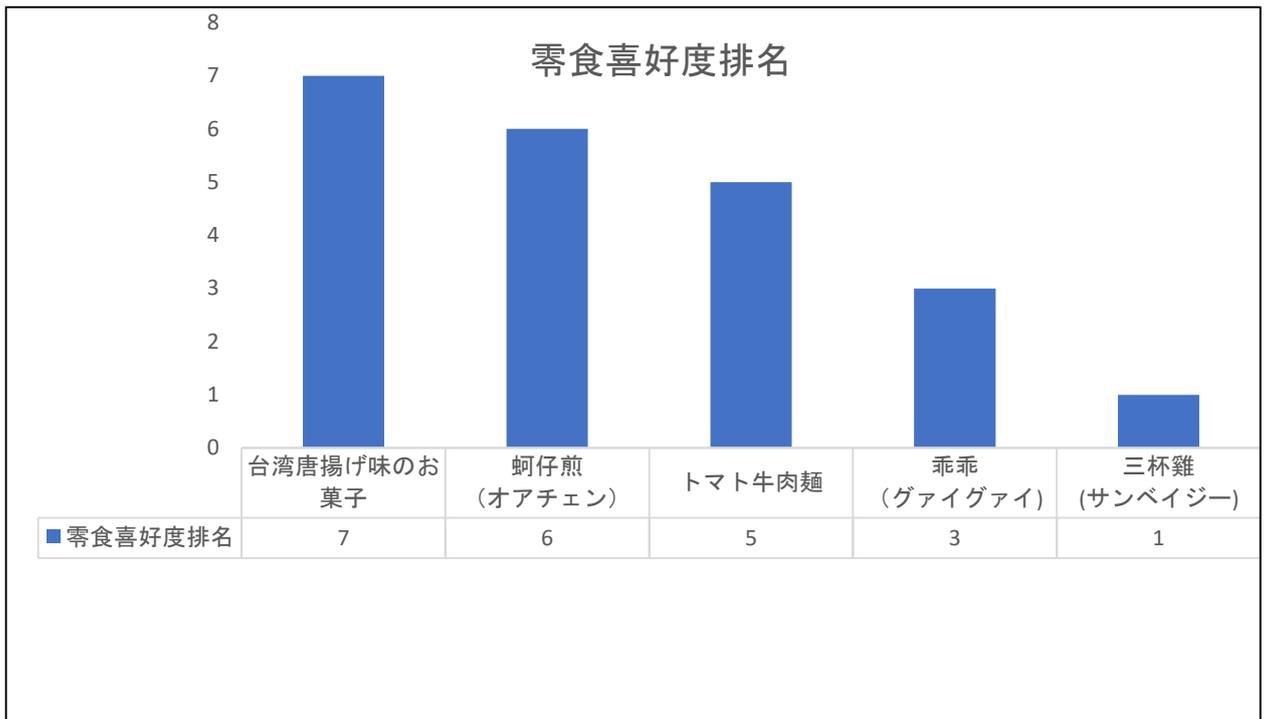
	<p>蚵仔煎（オアチエン） 華元食品股份有限公司</p> <p>牡蠣オムレツ味のポテチ。牡蠣オムレツは台湾屋台の有名なグルメ。大量の牡蠣を使って、山東菜（さんとうさい）と卵を加えて炒める。そして水でといた片栗粉を入れ、甘辛のソースをかけ、モチモチした食感の料理。日本ではなかなか味わうことができないと思う。</p>
	<p>台湾唐揚げ味のお菓子 聯華食品工業股份有限公司</p> <p>胡椒の香りとサクサクした食感で、一口食べると、癖になる。ちょっとだけの辛さはおつまみにぴったり。</p>
	<p>三杯雞（サンバイジー） 聯華食品工業股份有限公司</p> <p>三杯雞味のお菓子。三杯雞とは、ごま油・醤油・酒をそれぞれ一杯ずつ、同量入れて味付けした鶏肉料理。台湾式居酒屋での人気料理。</p>

	<p>トマト牛肉麵 華元食品股份有限公司</p> <p>トマト牛肉麵のお菓子。大量のトマトを牛肉麵に加え、濃厚なスープの中で煮込んだ、甘酸っぱい味があり、そうが豊富な料理。</p>
	<p>乖乖 (グアイグアイ) 乖乖股份有限公司</p> <p>ココナツミルク味のお菓子。「いい子」や「お利口さん」という意味。バターココナツ味で甘口。台湾には、乖乖を機械の上に置いたら、正常運転するという考え方がある。</p>

註：資料來源：本組自行整理

6月27日交流為台灣學生發表專題詳細內容，日本學生將台灣小吃風味零食做了一個喜好度排名，因此本組做了各種零食的詳細介紹。發表後也再次進行分組交流，經過三次的交流，更增加了對彼此的理解及人際關係的升溫。

表 5-2-2 喜好度排名



資料來源：小組自行整理

調查結果"零食喜好度排名"之統計，單位（人）。如表 5-2-2 所知，此調查問卷對象中，覺得可樂果椒鹽炸雞口味為最好吃的口味，佔 7 人。其次為蚵仔煎口味薯片，佔 6 人。此外投票數最低則為捲捲酥三杯雞口味，佔 1 人。

第三節 交流心得

剛得知有此次交流時，本組的心情非常的忐忑不安，由於當時對此專題題目還未非常明確，且對要研究的內容也尚未準備充足。藉由每次的交流，除了獲得日方學生的回饋及意見，本組也從中漸漸地尋得專題研究的方向，更有製作此專題明確的目標。

雖然是以線上的方式進行交流，但在多次進行交流當中，雙方感情逐步加深，報告完學生們也會以很踴躍發言的態度進行提問，更透過對方的提問及意見，也讓雙方能夠從中得知各自專題是否有不足之處，在做進一步的修正。

雙方報告完畢後，老師會以「ZOOM」內建中的隨機分配的方式，讓台日學生進行小組交流，討論時間為 10~15 分鐘不等，即使是短暫時間的小組交流，但本組也想更加深入了解日方學生對於台灣小吃是否有一定的認知，因此本組也常藉此時機來向日方學生做詢問。

第六章 結論

第一節 研究結論

人們通常在出國旅遊前必定會參考旅遊相關書籍及網站，此方法已成為現代人的習慣。旅遊書最大的缺陷在於無法即時更新最新旅遊資訊，且翻譯方式都是以翻譯者的立場直接把美食名稱刊登，並沒有實際詢問日本人真實想法。經過此次專題研究讓本組更加理解現今旅遊書美食翻譯大多數的呈現方式都大同小異，因此有很多不同美食名稱翻譯刊登在了各大旅遊書籍上，造成無法統一的現象，所以本組做了此次的研究，運用雙語互動式平台教學，以前所未有的方來做呈現。

本組以介紹美食名稱翻譯為主，次要為推廣台灣美食文化。本組與橫濱商科學生討論後得出結果為「漢字移植、音譯、意譯」這三種翻譯方法最能夠讓日本觀光客一目了然地和美食做連結。在社群平台「Instagram」建立帳號，發布貼文推薦八大台灣美食店家，以及附上中文點餐用語，希望能夠透過本組的中文發音教學，讓日本觀光客在人生地不熟的台灣，實際點餐時運用學習到的中文語句，感受前所未有的成就感。

第二節 研究建議

本組在製作專題研究過程中，遇到以下五點困擾：

問題一：尋找推薦美食店家時，造訪到評論高卻嘗起來普通的美食店家。

解決方式：在選擇推薦店家時，可以多尋找不同的店家避免遇上此情況。

問題二：發現旅遊書籍上美食名稱不完全統一，且無法即時更新最新資訊。

解決方式：參考旅遊書籍時，發現美食名稱不統一的情形，因此本組以問卷形式做為調查依據。並且需要定時查詢旅遊資訊做更新。

問題三：建立社群平台時，粉絲觸及率不如本組預期結果。

解決方式：利用社群平台「#Hashtag」功能，增加貼文的曝光率。在限時動態中能夠發起投票以及問答功能與粉絲互動，並了解粉絲想了解的內容，進而達到增加粉絲追蹤率。

問題四：尋找翻譯法的文獻過程中，有著不同的翻譯法導致難以統整。

解決方式：尋找利於本組專題的相關文獻，並針對本組所需的資料作為探討依據。

問題五：需花費更多時間去驗證資料的正確性。

解決方式：當遇無法判斷資料確定性時，可以主動向日籍老師以及日方學生提出疑問，避免發生傳達錯誤資訊給對此研究有興趣的學者，而誤導探討方向。

參考文獻

一、旅遊雜誌、書籍

井上健太郎（2023）。まっふる台北。24期。

菊地朱雅子（2020）。台湾ごはん何食べる？。東京株式会社幻冬舎

佐藤広野（2023）。ひとりぶらり台湾。東京株式会社コスミック

谷口佳恵（2023）。地球の歩き方（2023~2024）。東京。株式会社地球の歩き方

ECC 外語学院（2020）。ハレ旅会話 台湾 中国語。朝日新聞出版

二、論文

1. 林玉恵（2021）。〈翻譯課程中台灣美食日譯調查及課題之探討—以造訪士林夜市的日籍觀光客為例—〉

2. 鄭加禎、謝媽文、陳妍伶（2011）。〈從異文化的觀點看台灣美食的日語翻譯〉

三、網址

台灣社群媒體現況：2023年社群平台發展趨勢、用戶分佈數據（2023年5月23日）

檢自 <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Instagram> （2023年9月20日）

2023年Instagram用戶分佈與成長前景如何？主要趨勢為何？（2023年1月11日）

檢自 <https://zh.oosga.com/instagram-overview/> （2023年9月20日）

2023年必須知道的Instagram統計數據（2023年1月10日）

檢自 <https://www.hububble.co/blog/2019> 年你必須知道的 instagram 統計數據 (2023 年 9 月 20 日)

【IG 開店指南】IG Shop 教學 2023：10 個不能不知的功能！ (2023 年 1 月 12 日)
檢自 <https://sleekflow.io/zh-hk/blog/instagram-%E5%8A%9F%E8%83%BD>(2023 年 9 月 12 四日)

Instagram 再度更新：4 個「最新功能」使用方法看這裏，讓你搶先打造 IG 熱潮！
(2023 年 1 月 10 日)

檢自 <https://popbee.com/lifestyle/gadgets/instagram-update-2023-allows-music-for-photo-carousels-and-up-to-three-collaborators-per-post> (2023 年 9 月 27 日)

2023 年 IG 經營秘笈：增加自身內容，為更多互動佈局！(2023 年 6 月 19 日)

檢自 <https://www.partipost.com/resources-and-guides/tw-202306-reels-addyour> (2023 年 9 月 27 日)

Instagram 官方網站：<https://about.instagram.com/>

1. 魯肉飯

豚バラ肉を醤油のスープで甘辛くトロトロに煮込み、ご飯にかけてたものです。

食欲を刺激する独特の甘い香りは、八角や五香粉などの香辛料です。

1-1 このグルメ（魯肉飯）を知っていますか？

知っている

知らない

1-2 このグルメ（魯肉飯）を食べたことがありますか？



知っている

知らない

1-3 上の写真によって、このグルメに 1 番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「魯肉飯」－漢字移植

「ルーローファン」－音訳

「魯肉飯（ルーローファン）」－漢字移植＋音訳

「魯肉かけご飯」－漢字移植＋意訳

「豚肉そぼろかけご飯」－意訳

2.鶏肉飯

茹でた鶏の胸肉を小さく切って、調味料と野菜と一緒に炒めたり煮込んだりしてから、ご飯にか
けます。鶏肉の味わいをもっと豊かになります。

2-1 このグルメ（鶏肉飯）を知っていますか？

知っている

知らない

2-2 このグルメ（鶏肉飯）を食べたことがありますか？



知っている

知らない

2-3 上の写真によって、このグルメに1番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「鶏肉飯」-漢字移植

「ジ-ロウファン」-音訳

「鶏肉飯（ジ-ロウファン）」-漢字移植+音訳

「鶏肉かけご飯」-漢字移植+意訳

「鶏肉のせご飯」-意訳

3.牛肉麵

醤油をベースに豆板醤などで濃い目に味付けされた牛肉麵。時々、肉を煮込んでスープとする前に、辛い味付けで炒めることがあります。

3-1 このグルメ（牛肉麵）を知っていますか？

知っている

知らない

3-2 このグルメ（牛肉麵）を食べたことがありますか？



知っている

知らない

3-3 上の写真によって、このグルメに 1 番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「牛肉麵」-漢字移植

「ニョウロ-メン」-音訳

「牛肉麵（ニョウロ-メン）」-漢字移植 + 音訳

「牛肉麵（牛肉入り麵）」-漢字移植 + 意訳

「牛肉入り麵」-意訳

4. 大腸麵線

台湾独自の細い麵をカツオをベースにしたとろみ出汁で煮込み、ホルモンを具とした麵料理です。

4-1 このグルメ（大腸麵線）を知っていますか？

知っている

知らない

4-2 このグルメ（大腸麵線）を食べたことがありますか？



ある

ない

4-3 上の写真によって、このグルメに1番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「大腸麵線」-漢字移植

「ダーチャンミンシエン」-音訳

「大腸麵線（ダーチャンミンシエン）」-漢字移植 + 音訳

「大腸ソーメン」-漢字移植 + 意訳

「モツ麵線」-意訳

5. 蚵仔煎

牡蠣と小麦粉で作った生地を混ぜ、鉄板で煎ったものです。香ばしくてモチモチとした食感が特徴です。また、具材を包む生地は、外側がカリッと、内側はもちもちとした食感で、牡蠣との相性が抜群です。

5-1 このグルメ（蚵仔煎）を知っていますか？

知っている

知らない

5-2 このグルメ（蚵仔煎）を食べたことがありますか？



ある

ない

5-3 上の写真によって、このグルメに1番ふさわしい名前を選んでください。

(知らないか食べたことない方も選んでください。)

「蚵仔煎」-漢字移植

「オアジエン」-音訳

「蚵仔煎（オアジエン）」-漢字移植 + 音訳

「牡蠣のオムレツ」-漢字移植 + 意訳

「牡蠣入りオムレツ」-意訳

6. 臭豆腐

大豆を発酵させたものを揚げたもので、見た目は一般的な豆腐と似ていますが、特徴的なのはその臭いです。食感は外側がカリッと、内側はもっちりとしたものになります。

6-1 このグルメ（臭豆腐）を知っていますか？

知っている

知らない

6-2 このグルメ（臭豆腐）を食べたことがありますか？



ある

ない

6-3 上の写真によって、このグルメに 1 番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「臭豆腐」-漢字移植

「チョウドウフ」-音訳

「臭豆腐（チョウドウフ）」-漢字移植 + 音訳

「臭豆腐（臭い豆腐）」-漢字移植 + 意識

「発酵豆腐」-意識

7. 雞排

厚く切った鶏肉を使用し、醤油、砂糖、五香粉、ニンニクなどで下味をしみこんでから表面にパン粉をつけて揚げます。サクサクとした食感を与えます。

7-1 このグルメ（雞排）を知っていますか？

知っている

知らない

7-2 このグルメ（雞排）を食べたことがありますか？



ある

ない

7-3 上の写真によって、このグルメに 1 番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「雞排」-漢字移植

「ジーパイ」-音訳

「雞排（ジーパイ）」-漢字移植 + 音訳

「台湾式フライドチキン」-漢字移植 + 意訳

「台湾鶏のから揚げ」-意訳

8.胡椒餅

カリッとした皮の中には甘辛く味付けたひき肉とたっぷりのネギが入ってます。ネギってこんなに甘いんだと驚くはず。

8-1 このグルメ（胡椒餅）を知っていますか？

知っている

知らない

8-2 このグルメ（胡椒餅）を食べたことがありますか？



ある

ない

8-3 上の写真によって、このグルメに1番ふさわしい名前を選んでください。

（知らないか食べたことない方も選んでください。）

「胡椒餅」-漢字移植

「フージャオビン」-音訳

「胡椒餅（フージャオビン）」-漢字移植 + 音訳

「胡椒味の焼きマンジュー」-漢字移植 + 意訳

「豚ひき肉とネギが入った焼きマンジュー」-意訳

組員工作分工表

組員 工作	曾婷暄	蔡采妤	王君毓	歐竺謹	薛湘瀨	陳芊彤
資料蒐集	●	●	●	●	●	●
專題撰寫	●	●	●	●	●	●
中文摘要	●	●	●			
日文摘要	●	●	●			
IG 貼文設計				●	●	●
IG 貼文內容				●	●	●
專題排版	●	●	●			
海報製作				●	●	●
簡報製作	●	●	●	●	●	●
上台發表	●	●	●	●	●	●

專題報告修正要點

評審老師建議

校外評審老師：

1. 中文有些菜名的翻譯是非常困難的，例如：螞蟻上樹、佛跳牆老皮嫩肉等。如要正確翻譯，必須瞭解其食材與烹調法。換言之翻譯中文菜單不只要解決語言的問題而已。
2. 以 IG 做為介紹菜品的載體不失為當下理想的行銷工具，尤其對於創作者與關注者的互動、圖片說明、各項分析或各種統計數據的擷取，都是很好的選擇。
3. 為了進一步充實 IG 的實用性，建議增加以下功能則更為完好。
 - (一) 增加對菜名的說明
例：螞蟻上樹：即肉末炒粉絲。肉末為蟻、粉絲為樹。
 - (二) 將菜品分門別類
例：以中國八大菜系作為分類基準。
4. 本報告分析歸納出中菜日譯方式，以及其各項翻譯法的使用比例，誠屬不易。此外 IG 不但有說明、翻譯，更有親往店家實地取材的照片與真人錄音，顯見同學是費了不少的苦心，非常感佩。

渡邊裕朗老師：

1. 完成品をもっと充実させる。
2. IG のアカウントを提示する。
3. 発表の練習が足りない。

修正要點

校外評審老師：

- 1.當我們設計自己的翻譯方法時，特別考慮到此觀點；我們不僅要求翻譯成正確的日文，同時也要確保日本民眾能夠理解。因此，我們將各種美食的介紹和相關圖片加入了問卷中，以幫助日本民眾更好地了解這些料理。
- 2.感謝評審的美評及建議。為了提高創作者與關注者之間的互動性，未來也會投入心力探索 Instagram 等社群平台的功能及可能性。
- 3.根據建議，已於 Instagram 新增菜名說明。
- 4.感謝評審的美評。在過程中，組員們都體會到自媒體創作者的不易。

渡邊裕朗老師：

- 1.感謝評審寶貴建議。針對此點已重新檢視作品，並將料理翻譯之說明詳細記載。
- 2.對於我們的 Instagram 帳號其曝光度略低，在此我們透過日本知名社群網站、部落客推廣。
- 3.根據建議，多加練習站在人前報告。