

Research on Translation Theory and Strategy of Chinese Internet Buzzwords Based on Source and Characteristics

LI Dandi LIU Xin

Zhejiang Gongshang University, China

Received: April 14, 2024

Accepted: April 22, 2024

Published: June 30, 2024

To cite this article: LI Dandi & LIU Xin. (2024). Research on Translation Theory and Strategy of Chinese Internet Buzzwords Based on Source and Characteristics. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(2), 159–165, DOI: 10.53789/j.1653–0465.2024.0402.014

To link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653–0465.2024.0402.014>

Abstract: With the rapid development of the Internet worldwide, major social media are becoming fashionable in daily life. People communicate with each other through various social media and discuss social hot issues. In this process, people have created a series of Internet buzzwords. China's Internet buzzwords created by people in a certain language environment own rich Chinese cultural implications, reflecting the development trend of Chinese social culture. If the translation of Internet buzzwords cannot understand the language environment and cultural background, it will increase the difficulty of translation, which will lead to misunderstanding. This paper analyzes the source and characteristics of Internet buzzwords and also analyzes the current translation status and problems. Then, this paper introduces two mainstream theoretical methods for the English translation of Internet buzzwords in detail: Functional equivalence theory and Skopos theory. Additionally, this paper also describes the translation strategies of Internet buzzwords based on these two theories.

Keywords: Internet buzzwords; Functional equivalence theory; Skopos Theory; Translation strategy

Notes on the contributors: LI Dandi is a professor and doctoral supervisor of the School of Foreign Languages of Zhejiang Gongshang University. LIU Xin is a master's student at Zhejiang Gongshang University.



基於來源和特性的中國網絡熱詞 翻譯理論和策略研究

李丹弟 劉 鑫

浙江工商大學

摘 要：隨著全球範圍內互聯網的快速發展，各大社交媒體在人們日常生活中越來越流行，人們通過各種各樣的社交媒體進行交流和溝通，並參與各種社會熱點話題的討論。由於網絡社交媒體的便捷性，人們在利用社交媒體進行交流和溝通的過程中創造了一系列的熱詞新語。中國的網絡熱詞是人們在網絡社交媒體上處於一定語言環境下所創作的詞，帶有濃厚的中國文化特色，反映了當代中國社會文化發展趨勢和社會熱點。網絡熱詞的翻譯如果不能理解其使用的語言環境或文化背景，翻譯起來就會增加難度，從而讓人產生誤解。本文分析了當前網絡熱詞的來源和特征，並分析了網絡熱詞的翻譯現狀和翻譯存在的問題，接著詳細介紹了當前對網絡熱詞英譯時常用的兩種主流理論方法：功能對等理論和翻譯目的論兩種翻譯理論，並根據這兩種理論詳細分析了對網絡熱詞的翻譯策略。

關鍵詞：網絡熱詞；功能對等理論；翻譯目的論；翻譯策略

一、引言

語言是反映社會發展和文化變遷的鏡子，對人們的社交活動產生巨大影響^①。隨著全球範圍內互聯網的發展和普及，人們能夠通過功能強大的互聯網即時了解熱點時事，並實現跨時空交流。通常人們用一些簡短精練的句子或短語賦予網絡時事特定的內涵，來評論時事或進行溝通。網絡熱詞涉及到國家的各個方面，尤其在中國，由於中國龐大的人口基數，互聯網的使用更加頻繁，從而導致中國的網絡熱詞更是頻繁出現，並且在很大程度上反映了中國的社會、經濟、文化等各個方面。中國的網絡熱詞具有十分鮮明的中國特色，網絡熱詞的產生和發展豐富了中國現代語言的詞匯，也加快推進了中國現代語言的發展。對於中國網絡熱詞的翻譯是一種中國語言和文化的傳播形式，是現代中國文化輸出的重要部分，有助於外國更好地了解當前中國的文化^②。

二、網絡熱詞的來源和特征

（一）網絡熱詞的來源

網絡熱詞是一種詞匯現象，在特殊的語言環境或社會現象下，被賦予了一定的特殊含義。中國的網絡

熱詞往往簡明扼要,深入淺出地反映了中國的社會、經濟和文化發展。網絡熱詞的主要來源,以及促進其形成和發展的途徑主要有以下幾種。

1. 社會熱點事件。大部分的網絡熱詞來自社會層面的新聞熱點,這種網絡熱詞往往反映了一個時期內對社會關注的新聞熱點事件^③。在過去幾年當中出現的一個較為轟動的熱會熱點事件就是一個明顯的案例,在中國的某個大學內一個男生駕駛一輛汽車撞到兩名女學生,導致一死一傷,事故發生後,該學生並沒有停車。該男生駕駛汽車撞擊學生逃逸後被旁人和學校保安製止,但是該學生並無絲毫悔恨之意,氣焰囂張地叫囂「有本事你們去告,我爸是李剛」。該事件被網友發布到互聯網上,短時間成為一個社會關注的熱點事件。此後,這句話被人們用來諷刺那些仗勢欺人、橫行霸道的官二代。另外一個例子則是「證明你媽是你媽」一詞。由於北京一位居民在政府機關辦理出國簽證時,工作人員要求其填寫一位緊急聯系人,該居民提供了自己母親的聯系方式,卻被要求出具證明其母親身份。該事件被報道出來以後短時間內形成了人們關注的熱點事件。網友隨後用這句話諷刺政府的辦事效率。這些詞在英譯時就要考慮其社會背景。

2. 政治熱詞。除了一些由於社會熱點新聞形成和發展的網絡熱詞外,往往還有一些和社會發展相關的政治熱詞,這些熱詞反映了當前的社會局勢和社會發展狀況^④。例如,「中國夢」是目前國內外新聞媒體和社會各界人士持續關注的一個熱點話題。在習近平總書記提出「中國夢」的偉大目標後,「中國夢」的字眼旋即出現在各大新聞媒體上。此外,習近平總書記在十八大提出的「命運共同體」一詞,表達了世界各國在應對復雜的全球經濟形勢和各種世界性難題時,要團結一致、互幫互助、共同發展的重要思想。「命運共同體」這一熱詞後來也在各個領域被引用,用來表達關係緊密,需要共同發展的團隊和集體。

3. 舊詞新意。網絡熱詞具有簡潔明了、通俗易懂的特點,有很多網絡熱詞來源於中文語言體系中已經存在許久的詞匯。這些原本存在於中國語言體系中被廣泛使用的常見詞語,在一定的語言背景下被賦予了新的含義^⑤。例如,「山寨」一詞在古代原本指一群人在一個地區,尤其是山地區域範圍內建立自己的勢力發展壯大,不受朝廷統治和管理。後被網友用來形容那些逃脫政府管理的盜版仿製品。「油膩」在中國傳統語言體系中常常被用來形容食物,其本意是說「食品含油量過多」,後來一位作家在寫文章時用來形容中年男性從而被網友廣泛引用。該詞語現多被網友用來形容某人油腔滑調,不注重身材,不修邊幅。

4. 縮略詞。人們在網絡上的社交追求便捷和快速,加之一些網絡平臺的字數限制,促使了一些網絡縮略熱詞的出現。網友們為了能夠在字數有限的要求下清楚地表達自己的想法,往往會將一句話甚至是一整段話縮略為幾個字或者一個詞語。比如「喜大普奔」是「喜聞樂見、大快人心、普天同慶、奔走相告」的縮減版本。該縮略詞常常被用來指當人們遇到愉快的事情,應該相互轉告,分享喜悅。又如「不明覺厲」則是用來表示「不知道說話人表達的是什麼,但是覺得他很有道理,很專業」,該詞通常用來表達一些專業人士在發表專業看法時自己的贊嘆之情,也可以用來調侃別人的不知所雲。除了漢字長句的縮略,也有常見的數字縮略^⑥。如「996」用來形容互聯網行業工作人員加班的現象——他們每天早上九點開始上班、晚上九點下班,並且一周要工作六天,現也有人用來形容上班族工作辛苦。

5. 其他來源。除了上述幾個主要來源外,網絡熱詞還有很多其他來源,比如影視劇、方言、外來詞語等^⑦。例如,「洪荒之力」原本指創世初期,一場洪水差點使世界毀滅,後用來形容毀天滅地的力量。這個詞被用在電視劇《花千骨》中,從而進入人們的視野。隨後被中國游泳名將傅園慧在某次賽後採訪中所引用,表示自己使出了渾身解數,盡最大的努力去做一件事情。「藍瘦」在方言發音中,屬於「不舒服」的一種。「圖

樣圖森破」一詞源於「too young to simple」的英文讀音,表示年少輕狂、天真、事情想得太簡單,表達了人們的內心是何等的淳樸。

(二) 網絡熱詞的特征

網絡詞匯主要從人們的日常生活中產生,有著自己獨特的特點和特征:

1. 時代性和實效性。網絡熱詞被賦予了時代意義和特定語言環境下的特殊含義,反映了人們對一段時間內某個地區或者某個熱點事件的看法^⑥。中國著名的報紙:《人民日報》,其每年年末都會統計該年內常用的熱詞,其熱詞都不盡相同。比如 2020 年年度熱詞中用來形容青年人的「後浪」,而 2021 年年度熱詞用來形容青年人奮鬥的「內卷」。

2. 娛樂性。網絡熱詞大部分是網友在社交平臺上進行調侃嘲諷的創作詞匯,常常具有幽默詼諧,娛樂大眾的特點。現階段生活節奏的加快使得人們承受了各方面的壓力,在網上沖浪時往往會使用網絡熱詞來釋放壓力。比如「神馬都是浮雲」用來調侃遇事不用慌張,什麼事情都不重要,都是過眼雨煙罷了。「躺平」指的是年輕人形容自己面對各種生活壓力無可奈何索性不作為不反抗的狀態。

3. 文化性。網絡詞匯對生活的各個方面都做出了反應,同時也是中國當代文化的一種反映。比如「洪荒之力」這個詞匯涉及了中國創世神話。而像「藍瘦」「香菇」這些是根據諧音形成的,這些詞匯的形成源自中國特有的方言文化。「中國夢」這一詞則是對中國未來前景進行了展望。

三、網絡熱詞翻譯中存在的問題

由於網絡熱詞的翻譯並沒有統一的標準,再加上涉及中國傳統和當代的不同文化,網絡熱詞的翻譯會出現很多版本,所用的翻譯理論、原則和策略也不相同,因此翻譯效果也具有較大差異。目前也有些網絡翻譯軟件可以查詢熱詞的翻譯,但往往采用字面翻譯,不能完全反映出原有詞匯的真正含義。以下幾點是網絡熱詞在翻譯為英文時經常出現的問題:

1. 刻板直譯。一些詞匯在英譯過程中會采用直譯方法,即一一對應的翻譯方式,但是由於文化的缺失或者語言環境的不同,譯者往往無法正確地領會源語的內在意義,在翻譯過程中造成了目標語和源語的含義大相徑庭。以穀歌翻譯軟件為例,一些熱詞的翻譯結果如下:

表 1 部分詞語穀歌翻譯結果

網絡熱詞	穀歌翻譯
後浪	waves
豬豬女孩	pig girl
內卷	internal volume
躺平	lay flat

穀歌翻譯軟件對部分網絡熱詞的翻譯結果可以看出這些熱詞的翻譯都是直譯方法,往往造成了信息不對等。表 1 中的「後浪」穀歌將其直接譯成了「waves」,這顯然和我們中文中「後浪」的含義有所不同。「後



浪」指的是年輕一代，興起於近兩年。表 1 中的「豬豬女孩」同樣採用了直譯的方法，而這一詞在中文中是樂觀開朗的女生用來自嘲自己懶胖還喜歡吃，並且經濟不算特別富裕，有種可愛之意。但穀歌譯為「pig girl」更帶有貶義的色彩。表 1 當中剩餘兩個「內卷」和「躺平」，雖然翻譯出來了漢語的含義，但是表達不夠自然，其實效果並不對等。「內卷」一詞起初是指社會發展中的停滯，現在指內部的不良競爭，投入的越多收益越小，反而使自己陷入困境。而「internal volume」則是「內部體積」的含義，完全不能表達「內卷」的內在含義。「躺平」穀歌將其譯「lay flat」躺在地上之意，這一詞現表達中國的年輕人在面對生活壓力等方面無可奈何，不願奮鬥，原地踏步之意。

2. 語法錯誤。由於中文是意合型的語言，按照字面意思翻譯成英文往往也會出現一些語法錯誤。比如「你懂的」一詞其實是指「你知道我的意思」，而一些翻譯僅僅將其譯為「you know」。很明顯，這一翻譯缺少了賓語。而準確的翻譯應該是「You know what I mean」。

四、網絡熱詞翻譯的理論依據

隨著互聯網的普及，中國與世界的交流日益緊密。因此越來越多的網絡熱詞也被西方國家所引用。有關網絡熱詞翻譯的研究也在不斷增多，雖然還沒有統一的翻譯標準，但在翻譯過程中，仍然可以使用一些翻譯理論。

1. 功能對等理論。美國翻譯理論家尤金·A·奈達於上個世紀六十年代提出了功能對等理論，功能對等理論又稱為「動態對等」，功能對等論的「對等」主要包括四個方面：詞語、句法、篇章、文體^⑨。尤金·A·奈達認為「動態對等的焦點不僅在於源語，更在於讀者反應」。也就是說並非要保持源語和譯語之間信息的一一對應，而是一種動態的對等，要使得目標語的讀者在讀譯文時能和原文的讀者一樣理解詞匯的內在含義，做出相似的反應。因此，用該理論來解決網絡詞匯英譯，能夠形象地譯出詞匯背後所包含的內容。

2. 翻譯目的論。功能翻譯理論發展的核心觀點就是翻譯目的論。該理論最初由漢斯·威密爾在 1978 年發表的《普通翻譯理論框架》中提出。他認為要帶著目的進行翻譯，翻譯也是帶有結果性的，譯文是要為翻譯的目的所服務^⑩。因此在翻譯過程中，不必遵循「信達雅」的原則，也不需要和譯文「動態對等」，而是根據翻譯的目的，衡量所翻譯出來的內容是否能達到預期目標。因此，在翻譯網絡熱詞時，根據翻譯目的的不同可以採用不同的翻譯策略。

五、網絡熱詞的翻譯策略

為了更準確地翻譯網絡熱詞的含義，解決文化差異下網絡熱詞翻譯過程中的障礙，根據功能對等理論和翻譯目的理論，可以采取以下翻譯策略：

1. 音譯法。音譯法是根據源語發音，選擇相似或相同的發音來進行翻譯，尤其是在翻譯人名、地名等專有名詞的時候往往會採用音譯法。因為中國和西方文化的差別，將帶有中國特色的網絡詞匯進行英譯時往往無法找到準確的詞語，因此一些網絡熱詞可以採用音譯的方法進行翻譯。例如：The Chinese word tuhao, a popular expression used by netizens to refer to people with great wealth who spend money freely...（《中國日



報》2014)。「土豪」一詞的英譯就採用了音譯的方法,直接譯為「tuhao」。「土豪」一詞指的是那些財大氣粗,花錢豪爽但是氣質不佳的人。英國 BBC 也曾在節目中直接將「土豪」音譯成「tuhao」。因此採取音譯的方法更能體現「土豪」一詞的中國特色。又如:「中國大媽又紅了」,漢語拼音「Dama」被美國《華爾街日報》直接轉成英語單詞。「Dama」一詞出自 2013 年,黃金價格大幅度下跌,中國大媽哄搶黃金這一事件。後被《華爾街日報》直接採用了音譯的方法。「大媽」也可以翻譯成「grandma」,但是不如直接音譯更能表達出當時人們盲目沖動,想要盈利但又缺乏能力的含義。

2. 直譯法。直譯法是在翻譯時保留源語的特點,也譯出了源語言的內容。該翻譯方法更能夠體現原文的意象和文化特點。因此一些網絡詞匯採用直譯的方法也能很好地譯出其根本含義。比如「草根」一詞的英譯是「grass roots」,其含義是指基層人民或零起點的創業者,這與「草根」的本身含義非常相像,所以用直譯的方法也能生動地體現這一詞的含義。再比如「second generation of wealthy」(富有的第二代)來表示「富二代」,「slave of the house」(房子的奴隸)來表示「房奴」都是非常形象的。

3. 意譯法。由於東西方文化差異,人們對同一事物的理解也不盡相同,在一些情況下直譯就可能造成歧義,這時就可以採用意譯的方法。例如:「洪荒之力」一詞,原指宇宙初始階段能夠毀滅世界的自然力,可譯為「先知力量」(英語:Prehistorical power)。但是中國游泳名將傅園慧在奧運會期間接受採訪時說「使出了洪荒之力」如果這樣翻譯,更容易讓西方人產生誤解,因此可以採用意譯法。這裏其實是說自己盡了最大的努力,所以該詞可以翻譯成「I spared no effort」。

4. 合成法。由於網絡的迅速發展,人們在交流中也不斷創造新的詞匯,這些詞匯在英語中也沒有相應的詞匯,這時便會採用合成的方法,將已有的詞匯合並在一起。例如,網絡未出現時沒有「網民」一詞。隨著網絡的發展該詞才出現,英語在翻譯時也採用了兩個詞的組合,翻譯成「netizen」,即「net」(網絡)和「citizen」(市民)這兩個詞的組合。再如「秒殺」一詞也是互聯網時代產生的熱詞,是指網上購物時有一些商品需要快速付款購買,所以將其譯成了「seckill」,即「second」(秒)和「kill」(殺)的結合。

5. 省譯法。一些情況下,在翻譯過程中省略一些詞匯不譯,反而會使譯文更加形象和精煉。比如,網絡熱詞「高端大氣上檔次」在英文翻譯時,並不是逐個翻譯這三個詞,只是簡單地用了「classy」一詞,言簡意賅,卻又不失其本來的意思,頗有神來之筆之感。

6. 移譯法。移譯法就是不使用目標語中相應的詞語,可以將源語的詞匯直接「移植」到譯文中。對於某些網絡熱詞的翻譯,為了彰顯中國當代社會和文化特點,在翻譯過程中往往會將中文的一些詞匯直接用在譯文中。比如「不作就不會死」一詞在翻譯時直接用了「no zuo no die」。這雖然是典型的中式英語,但也被西方國家廣泛接受。「作」是指「故意作為,故意去做」,但並沒有翻譯為「act」或者「do」等英文詞匯,而是直接用了中文的發音「zuo」,這樣更好地體現了中文的特點。

六、結語

隨著中國社會和經濟的不斷繁榮和發展,中國影響力在世界範圍內不斷提高,中國的民眾通過互聯網和國外交流的機會也越來越多,網絡熱詞在跨文化交流中起到了十分重要的作用。網絡熱詞反映了當前中國社會的方方面面,也是西方通過中國現代語言文化體系了解中國的一種新型方式。因此,網絡熱詞的翻

譯就顯得尤為重要。在對網絡熱詞翻譯過程中,應該盡可能兼顧到具體的文化背景和特定的語言環境,考慮中西方文化和語言的差異,翻譯出符合目標語的表達。

參考文獻

- ① 周明強:論文化語境對交際語言的製約和影響,《浙江教育學院學報》,2002年第2期,頁31-36。
- ② 崔凌霄:網絡流行語傳播對中國文化「走出去」的啟示,《長春教育學院學報》,2019年第11期,頁37-40。
- ③ 邱凌,謝樹清:試論新聞事件類網絡流行語對大學生價值觀的影響,《新聞研究導刊》,2017年第8期,頁37-38。
- ④ 張文婷,趙麗芳:多重語境下網絡熱詞的意義生成與衍化探析,《教育傳媒研究》,2016年第4期,頁31-34。
- ⑤ 劉擘琳:網絡熱詞「刺客」舊詞新用現象及其成因,《作家天地》,2023年第6期,頁106-108。
- ⑥ 羅仕雯:網絡語境下數字「6」的語義初探,《湖北師範大學學報(哲學社會科學版)》,2019年第1期,頁27-30。
- ⑦ 張燕:互聯網環境下的中文熱詞與方言詞匯的定量研究,清華大學,2014年。
- ⑧ 盧玲,楊武,梁慶敏:近年來網絡熱詞的來源研究——以2012—2018年「十大網絡用語」為例,《重慶理工大學學報(社會科學)》,2019年第11期,頁154-162。
- ⑨ 何曉莉:功能對等理論下穀歌翻譯英譯網絡熱詞問題研究——以2017年中國網絡熱詞為例,《海外英語》,2019年第2期,頁28-29。
- ⑩ 王一:從目的論看網絡熱詞翻譯中的文化缺省與補償,《文化產業》,2020年第6期,頁113-114。
- ⑪ 朱振武,楊雷鵬:《白睿文的翻譯美學與文化擔當——以〈活著〉的英譯為例》,《外國語文》,2016年第32期,頁89-94。
- ⑫ 廖晟:《英漢翻譯的美學原則》,《英語研究》,2005年第3期,頁53-55。
- ⑬ Song, B. Y. (2022). An aesthetics-based translation study of *The Night Watchman* translated by Yu Kwang-chung Himself. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 202-208.

(Editors: JIANG Qing & KCJ)