

从生态翻译学视角浅析网络流行语的英译策略

李悦

(南宁师范大学师园学院 广西南宁 530226)

【摘要】随着互联网的普及,网络语言作为一种交流的重要手段也悄然兴起。其中,网络流行语由网民创意而发并传播使用,已经成为日常生活随处可见的一部分,由于其生动性、简明性、幽默性加之其能真实反映网民的心理特性,使得网络流行语成为人们关注的焦点。与此同时,如何把这些流行语在特定的文化背景下进行翻译就显得更为重要。文章运用生态翻译学理论对网络流行语翻译的进行分析,以期对汉语网络流行语的英译及中国网络文化的传播起借鉴作用。

【关键词】生态翻译学;网络流行语;翻译生态环境;“三维转换”;英译策略

【基金项目】2021年广西高校中青年骨干教师科研基础能力提升人文社科类项目“生态翻译学视角下的网络流行语翻译研究”研究成果(项目编号:2021KY1741)。

【作者简介】李悦(1981.7-),女,汉族,安徽省淮北市,硕士研究生学历,讲师,研究方向:语言学及应用语言学。

【中图分类号】H315.9

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)20-000236-03

一、引言

生态翻译学主要以达尔文生物进化论中的“适应、选择”学说为指导,探讨在翻译生态环境中译者适应和译者选择的交替循环的过程。生态翻译学理论的核心是翻译生态环境,指的是“原文、原语和译语所呈现的世界,即语言、交际、文化、社会以及作者、读者、委托者等互联互动的整体”^[1]。在进行翻译的时候,译者既要适应,又要选择,灵活地运用“三维转换”转换法来进行翻译实践,即在“多维度适应与适应性选择”的原则下,相对集中于语言维、文化维和交际维的适应性选择转换。本文以生态翻译学为视角,结合三维适应性转换原则研究网络流行语翻译策略,以寻求最佳的翻译效果,进而更好地传播中国的网络文化、展现汉语文化魅力。

二、生态翻译学视角下网络流行语的特点

网络流行语来源于生活,用简单的词句,直接且高效地表达丰富的思想和感情,具有时代性、简洁性和诙谐性等特征。

(一)时代性

网络流行语具有较强的时代性,能够反映出当年的社会热点问题和大众心理特征。2016年里约奥运会上,中国运动员傅慧园接受采访时那句“我已经用了洪荒之力啦!”传遍整个网络,“洪荒之力”迅速成为网络热词。2018年3月11日,第十三届全国人民代表大会第一次会议通过《宪法修正案》,将《序言》中“发展同各国的外交关系和经济、文化的交流”修改为“发展同各国的外交关系和经济、文化交流,推动构建人类命运共同体”。“命运共同体”也成为全球“热词”。

2019年电影《流浪地球》的热播使“硬核”一词迅速流传,并由此衍生出“硬核玩家”“硬核人生”“硬核妈妈”等流行词汇。2020年,新冠肺炎疫情给每个人的生活带来了不同程度的影响,随之出现了“逆行者”“云监工”“吹哨人”“飒”等与之相关的网络流行语。近几年,随着直播形式的出现,除了“直播带货”一词外,“集美”“奥利给”等词均因为网络主播的使用迅速流行。可见,网络流行语的产生与社会现象关系密切,这也导致网络流行语具有极大不稳定性。随着社会的不断发展,不断会有新的网络流行语出现,旧的网络流行语也会因为不再使用而慢慢消失在网络世界。

(二)简洁性

网络流行语具有简洁明快,通俗易懂的特点。网络流行语之所以传播速度很快,与其简洁明了的特征有着很大的关系。随着网络技术的发展,社会已经进入5G时代,智能手机的早已普及到广大人民手中,而当代年轻人成长在这个互联网时代,他们早已经习惯通过网络利用微信、QQ等软件进行日常交流。在网上进行交流沟通时,他们会将传统文字与数字、拼音、英文、符号等相互糅合,形成了现在人们所熟知的网络流行语。这种脱离于常规语言体系的新语言,一般只有几个字组成,语句简练,在信息飞速发展的快节奏时代,不但使用起来简单方便,而且能够在某种程度上提高语言表达和沟通效率,因此更容易被广泛传播。比如模仿“杠精”一词创造出来的新词“柠檬精”,利用柠檬酸涩的味道来形容人们内心羡慕嫉妒混杂的复杂心理。还有一些其他方式的网络流行语,如汉语拼音缩写,yyds(永远的神)、rmb(特别厉害)、ssfd(瑟瑟发抖)、pmp(拍马屁)等等;还有用数字构成的流

行语,如666(厉害厉害)、9494(就是就是)、527(我爱妻)等等。

(三) 诙谐性

网络流行语还具有幽默、诙谐的特点。幽默诙谐、新奇有趣的网络流行语更能够吸引大众的注意,引发大家使用的积极性。网民的相对年轻化更使网络语言充满活力,为了在任务繁重的学习和工作之余舒缓内心的紧张和压力,他们创造出许多生动有趣的网络语言,营造出轻松幽默的阅读氛围,而这种玩笑调侃的话语就成了他们网络交际中最受欢迎的方式。比如“驴友”的“驴”谐音“旅”,以幽默的方式表达“旅游伙伴”的意思。而“雨女无瓜”一词因为演员带有口音,使“与你无关”一词听起来像是“雨女无瓜”,这种用法增加了幽默的色彩,能够消解对话双方的紧张气氛。

三、网络流行语的翻译生态环境

“翻译生态环境是影响译者最佳适应和优化选择的多种因素的集合”^[2]。翻译的生态环境是由语言、交际、文化、社会以及作者、读者、委托者等组成的一个整体。网络流行语作为网络语言的一部分,是一种独特的语言现象,因此其翻译生态环境独具特点。

(一) 从语言的角度来看

网络流行语在语音、语汇、语法等方面有着不同于常规语言的特点。在语音上,巧用谐音、重叠词、同音词等如“杯具”“凉凉”“萌萌哒”“粉丝”等。在词汇方面,网络流行语也常常不局限于使用汉字词语,而使用中英混合、缩写词、数字以及新造词等,如“打call”“hold住”“OMG”“996”“奥力给”等。在语义方面,网络流行语的词义不再传统意义上的含义,受语境等因素的影响,其语义有了扩展和更新。如“醉了”“狗粮”等。

(二) 从文化的角度看

一种语言代表一种文化。文化包括民族的思维方式、心理意识、语言习惯、历史传统、习俗信仰、地域风貌等一系列因素。大多数汉语网络流行语都包含了特定的文化元素,其中不同地域的文化差异最有代表性。如“扎心了,老铁”中的“老铁”在东北方言里是“哥们”的别称;“蓝瘦香菇”则是广西言对“难受,想哭”的错误发音;而“酱紫”一词来源于来源福建省部分地区的人读“这样子”,读得比较快时听起来就像“酱紫”,后来就在网络上广泛地使用。

(三) 从交际的角度看

由于网络流行语主要由网友从社会热点事件、网络论坛、

综艺节目、电影、直播平台、网络游戏等创造而来,网民们通过一种幽默风趣、调侃搞笑甚至是讽刺嘲讽的方式,发表对社会热点问题、社会现象的观点或看法或表达自己的个性等。如,讽刺炫富群体的“土豪”,揭示现代年轻人消极生活态度的“佛系”等等。

四、生态翻译学视角下网络流行语的英译策略

“语言、文化和交际一直是翻译界普遍认同的要点,是翻译过程中通常需要重点转换的视角”^[2]。生态翻译学认为,翻译的过程是译者对翻译生态环境做出多维度适应性选择的过程,因此在网络流行语的翻译过程中,应该综合考虑语言、文化及交际等不同维度的选择转换,力求最大限度地实现译文的适应性选择。

(一) 语言维的适应性选择转换

“从语言维的适应性选择转换来看,源语和译语之间的同质性为译者翻译过程中语言置换奠定了基础,而语言的异质性又迫使译者依据翻译生态环境做出适应性选择”^[3]。语言维的适应性选择转换是在不同方面、不同层次上进行的。为了在准确翻译原语的同时保留原语语言风格,译者通常要在词语、句式等方面的选择上进行适应性选择转换,从而更加自然并贴近原文,也让译文读者能够充分领会其中的内涵。例如“你的良心不会痛吗?”,如果直接翻译为“Don't you feel sorry about that?”,虽符合了英语的表达习惯,但未切实表达出“良心受到责备”的含义,因此在翻译时词语的选择就尤为重要。相较而言,“slash of conscience”一词更能表达出“良心受到谴责”的意思。因此,翻译成“Has this action ever given you a slash of conscience?”更加符合原文的含义。再比如“吓死宝宝了”,如果直接翻译成“Baby is scared to death.”也仅仅是字面意思的翻译,所以翻译成“I'm totally freaked out.”更能表达原文含义。

由此可见,在翻译的过程中,译者应充分理解原语中词语的内涵,而不是仅仅停留在其概念意义上。因此在翻译时就应当注意选择合适的词汇和内容去表达网络流行语的真实含义,去适应翻译生态环境。

(二) 文化维的适应性选择转换

文化维的适应性选择转换指“译者在翻译过程中关注双语文化内涵的传递与阐释”^[4]。这就要求译者在翻译过程中应该注重原语语义的表达,还应适应译语的整体文化系统,要关注源语文化和目的语文化在性质和内容上存在的差异,从目的语的文化观点出发正确理解原文,在传递原语语义的同

时传递原语的文化内涵,避免产生误解。比如“锦鲤”一词原本指一种高档观赏鱼。在西方文化中,锦鲤只是一种鱼而已,但在中国文化中“锦鲤”还有着特殊含义,它象征着财富和吉祥好运。2018年因支付宝网站进行的抽奖活动,抽中者即“中国锦鲤”。随后,“锦鲤”一词便用来泛指在小概率事件中运气极佳的人,成为被广泛使用的网络用语。如果将它直译为“koi fish”,虽然能表达出原文所含的字面意义,但是不能真正体会到“锦鲤”背后的文化含义。也有人将“锦鲤”翻译成“lucky dog”、“lucky star”、“lucky winner”、“hit the jackpot”等词,这些词在英文中都表示运气好的人,虽然意思上能够对应,但是却难以体现出中国的锦鲤文化内涵。因此,有译者采用直译加注解的方式,将“锦鲤”翻译为“‘Chinese koi’ a fish that represents luck and fortune in Chinese culture”,这样翻译既保留了原词的字面意义,又能体现中国文化的内涵。

由此可见,在翻译过程中,译者应充分适应目的语的文化这一生态环境,选择目的语读者易于理解的语言,正确地将原文意思翻译出来。

(三) 交际维的适应性选择转换

交际维的适应性选择转换指在翻译过程中译者应关注双语交际意图的适应性选择转换。因此,在网络流行语的翻译过程中,除了需要实现原文的语言信息和化内涵的有效传递之外,还要注重原文中的交际意图是否在译文中得到体现。网络是一个自由的空间,人们在网络上无所不谈,因而网络语言是人们在网络上交流的工具,只要交流双方能明白对方的意思,就实现了其交际功能。比如将“洪荒之力”直译为“prehistorical powers”,尽管比较夸张地表现出使出了很大的力气,但其在交际的过程中不能完全表达说话者的意图。按照采访时傅园慧的说法,她在半决赛没有保留,其实就是“竭尽全力”“不遗余力”的意思,所以不妨意译为“I have tried my best.”“I have given my full play.”或者“I spared no effort.”,这样更能表达出说话者的原意。再以“神马都是浮云”为例,它表达的说话者一种超然的自我安慰,如果将其直译为“God horses are just like floating clouds”,虽然在形式上实现了逐字对应,但是东西方的文化差异会使外国人对 God horses 和 floating clouds 产生疑惑理解不了这句话的含义。也有人将其译为“Everything flows away just like floating clouds”,虽然意义表达出来了,但形式上过于冗长,难以体现网络语言的简洁性。因此,不如将其译为“Nothing matters”,能够更好地传递原语的信息,并达成良好的交际目的。

因此,交际维的适应性选择转换,需要译者能够尽可能

维护和保持原文和译文的交际生态,使原文系统里的交际意图能够在译文系统中生动再现。

五、结语

网络流行语是随着科技的不断创新和社会的快速发展而产生的一种新的语言形式,具有明显的时代特征,它既是语言现象又是文化现象,既能够准确生动地记录社会变化轨迹、深刻地体现丰富的社会文化内涵,又能反映人们的观点态度和生活方式。作为当代中国网络流行文化的缩影,网络流行语已经渗透到日常生活中,成为交流沟通的新形式。因此,在网络流行语翻译过程中,译者必须从目的语的语言及目的语的文化出发,结合网络流行语的特点,采用符合译入语读者语言习惯、文化观念的翻译方法,从语言维、文化维和交际维三方面做出适应性选择,从而达到翻译的最佳效果,促进以汉语网络流行语为代表的中国网络文化的传播和发展。

参考文献

- [1] 胡庚申. 适应与选择: 翻译过程新解 [J]. 四川外语学院学报, 2008, 24(4): 90-95.
- [2] 胡庚申. 生态翻译学解读 [J]. 中国翻译, 2008(6): 11-15.
- [3] 胡庚申. 生态翻译学的研究焦点与理论视角 [J]. 中国翻译, 2011(2): 5-9.
- [4] 张淑卿, 张金玲. 生态翻译学视角下 2018 年网络流行语英译浅析 [J]. 海外英语, 2019(8): 77-79.
- [6] 李梓, 刘海燕. 生态翻译学视域下的网络流行语翻译 [J]. 新乡学院学报, 2019(2): 46-48.
- [7] 邵宇杰. 汉语网络流行语的生态翻译“三维”转换分析 [J]. 海外英语, 2018(3): 138-139.
- [8] 万般. 生态翻译学视域下网络流行语的英译 [J]. 长江丛刊, 2019(3): 68, 148.
- [9] 张薇. 生态翻译学视角下网络流行语英译研究 [J]. 边疆经济与文化, 2019(9): 105-106.
- [10] 何立艳. 基于生态翻译学的汉语网络流行语英译探析 [J]. 现代交际, 2020(23): 96-98.