

认知翻译学视角下的流行语英译策略研究

陈泓锦

(长春光华学院, 吉林 长春 130017)

摘要: 我国社会经济正处于转型和升级的关键时期, 涌现出各种先进的通讯设备与技术, 并且已经逐渐渗透到人们的日常生活、课堂学习以及工作实践中必不可少的交流渠道。随着新媒体技术的进一步革新与优化, 各种网络催生的流行词语得到广泛传播, 其网络流行语彰显了广大网民的语言创造能力和汉语文化的无限魅力, 为了能够将国内语言文化讯息准确且有效地传递向世界每个角落, 需要对网络流行语进行最精准化的翻译。鉴于此, 翻译人员应立足于认知翻译学视角下, 在极具语言、文化和交际维度的基础上, 对探究流行语英译策略提供最佳新思路。

关键词: 认知翻译学; 流行语翻译; 策略研究

伴随互联网技术的蓬勃发展, 涌现出多种新型设备和先进技术, 并且随着网络在国内的广泛普及, 人们逐渐依赖网络来完成日常交流和工作沟通, 基于此, 也随之诞生出各种新颖的网络用语。而随着“一带一路”政策的推进与深化, 与其他各个国家的经济沟通、文化交流也逐步增强, 同时, 如何将网络流行语精准地进行英译成为目前亟待解决的问题。如今, 认知翻译学逐渐已经成为极具跨学科性的翻译研究途径, 也为翻译者提供了较为新颖独特的翻译视角。本文在简要阐述认知翻译学基本概念的基础上, 分析网络流行语的翻译认知环境, 最后立足于认知翻译学视域下提出具体的英译对策, 旨在为翻译人员提供借鉴和思路。

一、认知翻译学内涵简述

结合实践研究可知, 认知翻译学是以认知语言学、认知心理学等认知类理论为基础支撑的, 通过对翻译过程中包含的语言含义、语法知识和语言转换进行认知框架构建和认知机制分析, 从而能够完善认知翻译学的模块化理论架构, 从而能够结合现实生活中的实践案例进行针对性分析讨论, 其范畴可谓是广泛且全面, 比如有概念隐喻、多义性、主观性、认知解、概念整合、关联理论、语篇认知等主题内容, 以上主题所涉及语言认知有着不同视角和侧面, 有些在于基于语言认知理论对翻译中内涵的认知机制做出阐述, 而有的则旨在构建翻译认知模型与框架, 着重体现翻译转化的认知规律和本质内涵。

二、网络流行语的翻译认知环境

翻译人员在开展翻译工作时, 应对翻译的认知环境进行熟悉和了解。网络流行语具有独特的语言特色, 其诞生和演化都具有一定的偶然性和实效性。基于此, 其翻译认知环境与其他汉语英译有所不同, 其一, 网络流行语的语言特征较为特殊, 这种特殊性表现是多面的, 无论是语言, 还是词汇和含义。其中以语言为

例, 其中有同音翻译的“粉丝”, 重叠描述“凉凉”; 以词汇为例, 有些很多所写或是数字新造词汇, 比如“yyds”“666”“偶买噶”“yysy”等词汇; 以语义为例, 出现了词义的缩写或延伸, 比如“柠檬”“狗粮”等等。其二, 有着显著的交际特点。网络上流行的语言词汇能够表现出一些与常规不同的特殊交际含义和意图, 像是“吃土”则表现出使自己目前处于贫困阶段; “土豪”则是对有钱且喜欢炫富人的一种暗讽; 在比如“佛系”表现的是如今年轻人不得已降低标准, 比较消极的生活态度等等。

三、认知翻译学视角下的流行语英译策略分析

(一) 直接翻译法

直接翻译法是基于语言内容的一种翻译方式。翻译者在对流行语翻译的过程中可以通过选择直接翻译法来凸显流行语的原本意图, 有着良好的翻译成效。为此, 应对直接翻译法进行深度解读和把握, 即对流行语进行直接翻译, 其中不改变原文的基本形式。这样的翻译方式, 不仅能够原汁原味地表达原文含义, 还能够最大程度上保留原文的风格与特点, 也是人们选择性最频繁的翻译方式。一般而言, 直接翻译有以下两种形式, 一是, 单纯的直译。即针对没有文化背景分歧和理解障碍的语言进行翻译, 比如在翻译“谁在乎”这一网络词汇时, 可以直接翻译为“who care”, 而“名媛”可以被直接翻译为“debutante”以及“微信”可以被直译为“We Chat”等等。二是, 注释的直译。即仅凭单纯的直译很难让外国人理解词语、语句的涵义, 需要进行适当注释和解释来补充所要翻译的内容。比如由动漫《机动战士高达》中台词演变来的“不作死就不会死”, 人们在进行英文翻译的过程中一般会直译为“no zuo no die”, 但是这种翻译很难让外国人一目了然, 为使得他们能够切实明白基本含义和使用意图, 可以对其进行进一步阐述。一般来讲, 若是有着较为强势的源语文化气息, 可以进行直接翻译的方式, 若是文化气息相对较弱, 则需要进一步注释和阐述, 使得翻译内容能够容易被理解, 而这种意译的使用, 能够使得流行语在翻译中完成对中国语言文化的有效传播。

(二) 造词翻译法

翻译者一般采用造词翻译法的主要目的在于能够在翻译中消除文化障碍, 保证翻译过程的流畅性。翻译者在对流行语进行有效翻译的过程中, 不仅要关注到内涵的精准表达, 其中还应注意另一层面, 推动完成中国语言文化的广泛传播。在此背景下运用而生了造词翻译法, 翻译者可以依托造词翻译的方式向世界各国人传播中国的当代或传统文化中的优秀元素。此外, 基于英语有着较强的包容性和吸收性, 能够包含各种外来词汇, 无形中给翻

译者体用了便利,因此,在对流行语进行翻译时,巧妙合理使用造词翻译法有着突出的翻译成效。比如在翻译前些年流行的“给力”一词为例,该词汇可以翻译为带劲儿、牛等汉语内容,为了能够充分表达这一词汇的中文含义,翻译者需要借助造词译法翻译为“Geiliable”,而“不给力”便可以翻译为“ungelivable”,同时创造了两个新的英语单词,换言之,流行语的本质是为了高效传播和及时交流,因此,合适的采用造词翻译法能够充分彰显这一流行语特性。另外,从而交际层面来讲,“给力”英译为“gelivable”也使为中国语言交流增添了活力和色彩,也体现了网友的互相关怀和传播力量。造词翻译法有着突出的翻译功能,能够将中国语言传播到世界各地,“不折腾”是北方日常间常用的语言词汇,其含义为不要颠三倒四的变卦,或是不要翻来覆去做同一件事。其中巧妙的是,国外交通标识中有“No U-turn”一词,其含义是不能转头或是换方向,其中可以将其进行新的融合将“不折腾”翻译为“No Z-turn”,这一创新极为巧妙,其中“Z”这一字母便表示即左又向右的不稳定,更为奇妙的是,与“不折腾”还有些音似,不仅能够便于他们理解,还能够深化他们对这一词的记忆。

(三) 同音翻译法

同音翻译法,在所有的翻译方式中占据着至关重要的地位,与翻译一同起源和发展。同音翻译法在翻译中的作用功能较为突出,结合大量的翻译实践研究可知,即便知道同音翻译并不是科学规范的翻译手法,但是却也是翻译者们最为常用的一种翻译方法,且有着良好且突出的翻译成效。人们在对流行语进行翻译时,中西方语言交际的便利性便是需要着重考虑的因素之一,因此,同音翻译方法于翻译人员而言,不仅高效且方便,往往能够取得不错的翻译成效。中国与国外在语言文化方面具有一定的差异性,使得国外人们尝试使用英文对中国现象进行描述和传达时,总是出现词穷或是碰壁的问题,无法找到合适的英语词汇来表达其含义。基于此,人们可以通过同音翻译来完成对流行语的传达。如今,随着人们生活质量和不断提高,其精神诉求也更为深化,每到情人节或是七夕节都是情侣表达爱意的时刻,而另一波网友则要被逼塞一口“狗粮”,从而自嘲我“单身狗”,其中“单身狗”可以进行同音翻译为“damnsingle”,其发音及其相似,还能够准确无误地传达网友的情感,并且很符合如今的文化语言环境。对这一词进行拆分可知,“damn”一词在英语中表示加强预期,常常表示为负面情绪;而“single”一词却表达是单身的意思,而联合起来能够巧妙诠释“单身狗”的情感倾诉。除此之外,“发烧友”一词形容痴迷于某种事物,随着追星和追剧而逐渐流行起来,人们也可以直接音译为“fancier”。

(四) 意义翻译法

翻译者在日常工作中难免会遇到晦涩难懂的流行语,使用直译、音译很难表达出来,则需要翻译者转变思维认知,尝试选择使用意义翻译法,即需要以目的语视为翻译的导向,在翻译中尽

可能地使用规范目的语,旨在精准传达原文含义。在翻译过程中,为使得流畅和自然,可以放弃原文的结构风格和修辞手法,很多流行语的含义有些晦涩,很难将其准确翻译为英文形式,其中可以通过使用意译法来表达流行语的隐藏深意。比如“忙的一笔”这一词汇中的“一笔”是南京方言中加强语气的,若是翻译为“a pen”还是翻译为“do”都是无法体现原词含义的。对“一笔”这一词的中文含义为很忙、没有空闲的意思,其中意义翻译为“as busy as bee”,不仅能够表达原文的含义,还使用了地道的英语词汇,其中“bee”便是表达的是像蜂蜜一样的忙,具有较强的适应性。其一,该种翻译方式,能够准确表达流行词的原本含义,简洁且直接。其二,使用“asbee”这一词汇来对“一笔”进行翻译,不仅能够凸显“一笔”的内涵含义,还能够凸显其语境效果。其三,英语中介词“as...as...”能够准确传递文意,实现交际目的。或者,还可以使用意义翻译法来传递流行语,“狗不理”可以翻译为“gobeliieve”“凡尔赛”可以翻译为“humblebrag”还有“绝绝子”可以翻译为“showstopper”等等,以上网络用语都体现了意义翻译在流行语翻译中的独特优势。

四、结语

总而言之,随着人们生活质量和精神诉求的不断提升,人们的娱乐活动也随网络互动更加频繁和高速,其中网络流行语也是中国网络文化中的一部分,彰显了中国当代网友的语言创造力和联想力,同时也体现了某个阶段网友的心态变化和价值取向,而流行语的对外传播和网络文化的对外宣传,都需要翻译者对其进行精准翻译。鉴于此,译者应立足于认知翻译学视域下,在把握认知翻译学内涵的基础上,对网络流行语认知环境进行简要分析,并提出多种译法,最终为中国语言文化的高效传播提供基础。

参考文献:

- [1] 李立胜.生态翻译学视域下网络流行语英译中译者主体性研究[J].文化创新比较研究,2018,002(034):91-93.
- [2] 刘艳茹,任静生.跨文化视角下的网络流行语英译策略[J].山东省农业管理干部学院学报,2018,035(005):155-158.
- [3] 张艺戈,王福祥.认知努力视角下的隐喻翻译策略——基于英汉隐喻翻译过程的研究[J].哈尔滨学院学报,2018,039(003):129-135.
- [4] 周健美.生态翻译学视角下汉语网络流行语英译策略研究[J].经济师,2021(8):232-233.

本文系:“长春光华学院科研基金培育项目,课题题目:基于认知翻译理论的流行语英译研究,课题编号:QNJJ200010”的研究成果。