

翻译生态环境视角下的网络流行语日译研究

——以《人民中国》网络流行语为例

罗贤英

江西师范大学国际教育学院 江西 南昌 330022

【摘要】：流行语是指在一段时间内流行起来的一个新的词或短语，随着网络时代的交流越来越频繁，网络流行语也层出不穷。不同的网络流行语能够反映出一段时期不同社会的变化。从生态翻译学中的“翻译生态环境”角度出发，分析《人民中国》中的网络流行语日语翻译，并提出了相关的翻译策略。准确地用日语翻译当下的汉语网络流行语，不仅让在中国国内的日语人士了解中国的各项政策和文化，更是以中国国内为出发点，向全世界传递中国“好声音”。

【关键词】：生态翻译；翻译生态环境；网络流行语；人民中国

A Study on the Translation of Internet Buzzwords from the Perspective of Translation Ecological Environment

--Take the Internet Buzzword of "People's China" as an Example

Xianying Luo

School of International Education, Jiangxi Normal University Jiangxi Nanchang 330022

Abstract: Buzzword refers to a new word or phrase that has become popular over a period of time, and as communication becomes more and more frequent in the Internet age, Internet buzzwords also emerge in an endless stream. Different Internet buzzwords can reflect changes in different societies over time. From the perspective of "translation ecological environment" in ecological translation, this paper analyzes the Japanese translation of internet buzzwords in "People's China", and proposes relevant translation strategies. Accurately translating the current Chinese Internet buzzwords in Japanese not only allows Japanese speakers in China to understand China's policies and cultures, but also takes China as the starting point to convey China's "good voice" to the world.

Keywords: Ecological translation; Translation ecological environment; Internet buzzwords; People's China

1 引言

生态翻译理论是由我国著名学者胡庚申所提出的一套本土翻译理论，至今已有20多年的发展历史，提出之后至今仍备受学界关注。目前中国的社会政治安定，经济运行平稳，语言文化百家争鸣，特别是网络流行语，其简洁、生动的特征及时地反映当下中国的实貌。本文通过运用生态翻译学中的“翻译生态环境”概念来分析《人民中国》杂志中的汉语网络流行语的日译，深化生态翻译理论理解的同时，提高网络流行语翻译的准确度。

2 “翻译生态环境”概念介绍

“翻译生态环境”来自于胡庚申教授提出的生态翻译理论，与翻译的适应性选择理论同时诞生，是生态翻译理论中非常重要的一个概念。2001年，胡庚申教授定义的翻译生态环境为：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、委托人等互联互通的整体；翻译生态环境是制约译者最佳适应和优化选择的多种因素的集合（胡庚申，2001/2004）。而后在2013年胡庚申教授又对翻译生态环境进行了补充：“翻译生态环境有大环境、中环境、小环境之分”。

2.1 大环境

当今世界风云变幻，国与国之间的联系和沟通日益密切，网络时代下的文化和信息交流也日益深化。翻译生态环境的大环境即为：在习近平主席提出的“命运共同体”的理念下，建构属于中国的外语体系，向全世界传播属于中国的“好声音”。

2.2 中环境

从古至今，翻译家之外，各领域的大家都对翻译有所见解。翻译的重要性毋庸置疑。19世纪末以前，西方的翻译家一直在对翻译进行不懈的探讨，且部分研究已经触及到了翻译理论的一些基本问题。20世纪以后，当代西方的翻译研究由单纯的语言文字层面转换转变到文化研究层面。而翻译生态环境的中环境就是翻译原则取向，即译者参与翻译活动时的指导思想。

2.3 小环境

翻译生态环境中的小环境是指一种操作环境，处于大环境中环境之后。生态翻译学的基础理论将翻译方法简括为“三维”转换，即在“多维度适应与适应性选择”的原则下，相对地集中于语言维、文化维和交际维的适应性选择转换。

翻译生态环境不是宽泛的、平面的。从小环境出发，翻译

要研究译文是否在“三维”上适应以及是否进行了适应性选择等问题。

3 网络流行语的翻译生态环境

网络流行语是互联网时代语言发展的产物，聚焦着当前社会发展中的热点事件和现象，在语言文化传播方面有其独一无二的地位。如日语属于黏着语的一种，而汉语属于孤立语的一种，可以说是完全不同的语言体系，这就使得译者在翻译时必须分析网络流行语的语言构成。受构词法影响，汉日两种语言在构词上有差异，译者在汉语中的派生词进行翻译时，导致产生不同的译文版本。例如汉语中常见的词根+后缀的用法，“~自由”这一词根派生出“口红自由、饭店自由”等词。在翻译这些词时，受后缀的影响，会出现不同的译文，多样化的译文也让读者一时难以理解。

网络流行语在不同时期有不同的呈现方式，其生态环境也纷繁复杂。如“神兽”“甩锅”等词，不能停留在字面意思上，因为不同的网络流行语都源于特定的社会现象，反映了当时的社会热点。故而日译网络流行语时，需做好充分的背景调查，准确把握汉语特定的语境，同时还要考虑译语带给译语读者的反应是否和原语带给原语读者的反应一致。

4 翻译生态环境视角下汉语网络流行语日译策略

从以上对翻译生态环境的大环境、中环境和小环境的理解可以看出，翻译就是要达到一定的生态平衡。下文则从翻译生态环境角度对《人民中国》2021年全刊和2022年1月至4月刊中的部分网络流行语进行日译翻译策略分析。

表 4-1 《人民中国》2021 年全刊和 2022 年 1 月至 4 月刊中的网络流行语

时间	汉语	日语	时间	汉语	日语
2021 年 1 月份	凡尔赛文学	ベルサイユ文学	2021 年 9 月份	氛围感	雰囲気
	出圈	名が売れる		~自由	自由に~できる
	热搜	トレンドワード		熔断	強制停止、強制運休
2021 年 2 月份	健康码	健康コード	2021 年 10 月份	双减	二つの軽減
	续命	延命、生き延びる		神仙打架	仙人のけんか
	数字人民币	デジタル人民币		早鸟票	早割券
2021 年 3 月份	精致穷	贅沢による貧乏	2021 年 11 月份	边界感	距離感
	离婚冷静期	離婚クーリングオフ期間		撞车	かぶる

	脱钩	デカップリング		上头	感情的になる やみつきになる
2021 年 4 月份	神兽	神獣	2021 年 12 月份	爷青回	オレの青春が帰ってきた
	内卷	内巻き		种草	お薦めする 購買・利用意欲をそる
	飒	格好良い		大健康	完璧な健康を目指す理念
2021 年 5 月份	干饭人	食べまくる人	2022 年 1 月份	~拉满	~が満載、~がいっぱい
	~到飞起	飛び上がらんばかり~		咸鱼	塩魚
	她力量	女性パワー		元宇宙	メタバース
2021 年 6 月份	睡眠经济	睡眠経済	2022 年 2 月份	躺平	寝そべる
	塑料姐妹花	造花姉妹		YYDS	神ってる、無敵
	直男	ストレート(率直)な男性		绝绝子	超すごい
2021 年 7 月份	求生欲	生き延びたい思い	2022 年 3 月份	上岸	上陸する
	网购式尽孝	ネットショッピング式 親孝行		破防	ガードブレイク
	梗	ネタ		野性消费	ワイルド消費
2021 年 8 月份	社恐	社交恐怖	2022 年 4 月份	动态清零	動的なゼロコロナ政策、 随時解決
	雷区	地雷		捡漏	揚げ足を取る、掘り出し物を探す 偶然手に入る
	憋大招	大枝を仕掛ける		卡脖子	ネック

4.1 直译法

文字出现后的人类文明已经有七八千年的历史。各种人类的文化，虽因地理环境等的变更发展不一，但在共同进取的背景下，各人类思维具有一定的相似性，这些相似性的经验是不同读者之间能够产生共鸣的基础，特别是中国和日本，互为邻国，日语汉字又来源于古代中国，两方读者在有相似的背景信息和地理条件下，即翻译大环境相同时，直译不失为一种合适

选择。例如，在2021年1月份的《人民中国》网络流行语板块中介绍的“凡尔赛文学”，意指向外界不经意展示自己优越感的炫耀方式，而后渐渐发展为一种语言使用者表达不满的嘲弄。该词其实来自日本池田理代子的漫画《凡尔赛玫瑰》，创作背景为凡尔赛宫，在日本风靡一时，后被接连改编成动画、真人电影和舞台剧。虽然凡尔赛宫奢华至极，但不实用，几百个房间里没有一处盥洗室，所有贵族们洗漱、排泄都要起身出宫。故“凡尔赛文学”可以直接翻译为“ベルサイユ文学”，既符合中国当下网民表达情绪的要求，又符合日语的文化背景。

4.2 造词译法

翻译网络流行语和翻译文学作品一样，不仅要翻译出原语的意思，在特定的环境背景下，还要完成准确传播中国声音的重要使命，而在不同的两种语言背景下，有时很难找到完全匹配的译语来和原语进行对照，此时，造词译法应运而生。所以，在日译网络流行语的时候，需要适当采取造词译法。2022年3月，正当我们信心满满迎接春天的到来之际，奥密克戎席卷而来。相较于2019年12月的新冠初始应对，2022年中国的防控政策也发生了很大变化，即“动态清零”的疫情防控总方针。在此背景下，《人民中国》2022年4月份的网络流行语将“动态清零”日译为“動的なゼロコロナ政策”或“隨時解決”，比如“动态清零成为新常态，需长期与病毒作战”的日语翻译为“動的なゼロコロナ政策は新常态となり、ウイルスとの長期戦に臨まなければならない”。又如“中国脱贫家庭辍学学生持续保持动态清零”的日语翻译为“中国の貧困脱却家庭における生徒の中退問題は、隨時解決の状態を維持し続けている”。清楚定位当前的中环境后，将“动态清零”翻译成“動的なゼロコロナ政策”或“隨時解決”的造词译法便于译语读者准确理解我们国家当前的疫情防控政策。

4.3 音译法

古代日本在和古代中国交流的过程中，不仅学习了中国的传统文化，还将汉字带入日本，当时部分日本人则开始学习汉字，并用汉字记录。随着时代的发展，“汉字”逐渐成为日语（汉字，假名，罗马字）的一项重要组成部分。日语的“汉字”读音分两种，按汉语的发音朗读，叫音读；只按汉字意义发音朗读，叫训读。基于汉语和日语的特殊渊源关系，汉语中的很多词汇可以直接采取音译法，即音读的方法进行翻译。比如2021年4月份的《人民中国》网络流行语“神兽”，日译时直接采取对应的音读“神獸”。网络流行语的“神兽”是一个代称，代指新冠疫情防控期间在家上网课的孩子，原意是中国古代的民间神话传说中出现的生物，以两仪二圣与天之四灵为代表。日语 weblio 词典对“神獸”的定义为“灵兽，或属于灵兽类的总称”，故从词语的基本释义来说是可以互通的。除此之外，2021年6月份的《人民中国》网络流行语“睡眠经济”，

日译也是直接音读成“睡眠经济”。两个音读翻译不仅保持了原语与译语的结构平衡，又保持了词义平衡。

4.4 意译法

生态翻译学中的翻译生态环境除了上述的大环境和中环境外，还有从贴近国外受众的思维习惯角度出发的小环境。翻译生态小环境主要探讨“怎么翻译”等具体问题，而意译法就是在原文内容的基础上，将原文意思翻译出来的一种译法，可以不完全遵照原文的形式。生态翻译基础理论下的意译法就是翻译者从“三维”转换角度出发进行的一种适应性选择。在实际翻译过程中，一千个人眼里有一千个哈姆雷特，不同的人对网络流行语就有不同的翻译。在常见的造词译法、直译法、音译法等很难将词义很好的翻译情况下，译者就要从生态翻译的三维度出发，综合考虑，以求达到生态平衡。意译法，在翻译的过程中保证译文的自然流畅便可，不需要保留原文风格结构及修辞手法。拿2021年1月份《人民中国》的网络流行语“出圈”为例，其日语翻译为“名が売れる”。汉语的“出圈”是指某明星或偶像跳出了原有圈子，逐渐被大众所认识，成为大家所熟悉的人物。除了人物之外，某物品或某事件也存在“出圈”现象，此时日译短语“名が売れる”也表示出名的意思。日译“名が売れる”从语言维出发，使汉语和日语两者意思达到对等。再如2021年7月份《人民中国》的网络流行语“梗”，日语翻译为“ネタ”。汉语的“梗”来源于一些网络节目或综艺节目的片段，“梗”就是笑点，和相声表演中的“哏”相似，“捧哏”就是铺梗。日语中的“ネタ”原指日本传统表演“漫才（对口相声）”中预先确定的主题或构思，现也用来指“没有恶意的虚构故事”，“逗乐他人的玩笑故事”，以及“使他人发笑的双关语和调侃”。汉语的“梗”和日译的“ネタ”从文化维的角度来看，意义相近，达到了平衡。“出圈”和“梗”的日语翻译，充分考虑到来汉语和日语两种不同语言的差异，充分考虑到原语所处的翻译生态小环境，进而从生态翻译学的“三维”转换角度进行适应性选择转换，使译语读者能够在译语环境内也能理解日译词所表达的含义。

5 结语

综上所述，网络流行语作为社会心态的镜像，不仅是网络文化的缩影，更是当下中国文化的反映，它们既传递了中国网友的认知和情绪，也反映了包括社会心态在内的大众精神文化生活面貌。汉语网络流行语的翻译对有效传播中国文化的帮助是不可忽视的。因此，译者要充分了解生态翻译学的各项理论，分析当下汉语网络流行语的生态环境，大、中、小环境缺一不可，译者应在整体的翻译生态环境中执行，再斟酌相对适合的翻译方法，最后才能为邻国、为全世界提供准确且符合中国实际国情的译文，促进汉语网络流行语及中国文化的对外传播。

参考文献:

- [1] 邹存峰.基于生态翻译学视阈下的网络流行语日译研究[J].日语教育与日本学研究,2017.
- [2] 杨芙蓉.生态翻译论视域下影响译者翻译行为的超文本因素分析[J].唐山文学,2017(11).
- [3] 胡庚申.翻译研究“生态范式”的理论建构[J].中国翻译,2019(4).
- [4] 方梦之.再论翻译生态环境[J].中国翻译,2020(5).
- [5] 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,2020(8).
- [6] 陈旭.奈达的对等理论及其在网络流行语翻译中的应用[J].今古文创,2021(41).
- [7] 胡庚申.生态翻译学与西方翻译理论话语体系的比较研究[J].中国外语,2022(1).

作者简介: 罗贤英(1988-),女,汉族,江西南昌人,江西师范大学国际教育学院日语语言文学硕士在读,研究方向:翻译理论与实践。