

跨文化教育视角下中外网络语言翻译差异与实践策略分析

曹 敏

西北师范大学 中国 甘肃 730030

【摘 要】：网络语言作为数字时代最具活力的语言变体，其跨语际翻译面临着文化编码差异、语言机制错位和平台生态分化三重挑战。本文以中英网络语言翻译为研究对象，从文化背景差异、语言结构差异和平台机制差异三个维度系统分析中外网络语言翻译中的核心困难，结合功能对等理论、模因论和生态翻译学等理论框架，提出“功能对等优先、文化意象适配、平台语境还原”的分层翻译策略体系。研究发现，网络语言翻译的本质困难不在于词汇层面的语义空缺，而在于源语网络用语所承载的交际功能、情感色彩和文化语境在目标语中难以同时找到对应物。有效的网络语言翻译需要在语义传递准确性、文化特色保留度与受众跨文化共鸣度之间寻求动态平衡。

【关键词】：网络语言翻译；中外差异；功能对等；文化背景；翻译策略

DOI:10.12417/2705-1358.26.15.008

1 引言

进入信息化时代，网络已成为人们生活中不可或缺的一部分，网络语言也随之渗透到日常交流的各个层面。网络语言以其快速、便捷、高效的特点，催生了大量传统语言中不曾出现的表达方式。然而，当这些高度语境化、文化化的网络用语跨越语言边界时，“词不达意”便成为普遍现象。研究表明，高语境与低语境之间的文化差异，导致中文网络热词在英译过程中频繁出现意义传递失效的问题。

本文试图从文化背景、语言结构和平台机制三个维度，系统分析中外网络语言翻译中的核心差异，并结合功能对等理论、模因论和生态翻译学等理论资源，探讨网络语言翻译的策略选择与理论建构。

2 文献综述与理论框架

2.1 功能对等理论在网络语言翻译中的应用

奈达的功能对等理论是网络语言翻译研究中应用最广泛的理论框架之一。该理论强调译文应在目标语读者中产生与源语读者相似的交际效果，而非追求形式上的逐字对应。汉语网络流行语具有民间性、可复制性、传染性和变异性的特点，翻译难度大，在功能对等理论视角下，需要坚持语体相当原则和适应性选择，力求实现翻译的准确性和对等性。

2.2 模因论视角下的归化与异化策略

模因论为网络语言翻译研究提供了另一重要视角。网络热词属于网络语言中承载特定文化的模因综合体，其英译过程本质上是文化模因在异质语境中的复制、变异与再生产。归化翻译要求译文顺应译入语的习惯，迎合译入语读者的文化传统及阅读方式；而异化翻译则强调保留源语特色。运用归化策略的译文通俗易懂，却使源语模因在目的语中发生了变异，失去了

源语模因所承载的文化信息；而采用异化策略的译文则让读者体会到源语模因的异国情调，新的目的语模因甚至会激起读者探究其中文化内涵的兴趣。

2.3 生态翻译学的三维转换框架

生态翻译学从语言维、文化维和交际维三个维度考察翻译活动，为网络语言翻译提供了更为系统的分析工具。有研究以2024年《咬文嚼字》发布的网络流行语为例，从这三个维度探究英译策略，旨在保留文化内涵和语言特色的同时促进跨文化交流。该框架的价值在于，它将翻译视为一个“适应与选择”的生态过程，译者的策略选择取决于多维度的语境适配，而非单一的对等标准。

3 文化背景差异：意义系统的错位与调适

3.1 高语境与低语境的文化鸿沟

爱德华·霍尔的高语境、低语境文化理论为理解中外网络语言翻译的深层困难提供了关键视角。中国文化属于典型的高语境文化，信息传递高度依赖共享的社会文化背景和隐含的语境线索；而英语文化（尤其是美国文化）偏向低语境，信息传递更依赖显性的语言符号表达。这一差异在网络语言中表现得尤为突出。

以中文网络热词“吃瓜”为例，其字面义为“吃西瓜”，但在网络语境中指“围观、关注八卦”。英文中没有一个词能同时承载“旁观者的轻松姿态”“对八卦的好奇心”和“不介入的社交距离”这三重含义。翻译时若取“spill the tea”，虽然接近“爆料”的交际功能，但“spill the tea”暗含“参与者主动分享”的意味，而“吃瓜”强调的是“旁观者的被动围观”——两者的语用身份完全不同。若取“grab popcorn”，虽然保留了“看戏”的意象，但在英文网络语境中“grab popcorn”

更多用于描述即将发生的冲突或戏剧性事件,具有较强的时效性,而“吃瓜”的适用范围远比这更广,时间跨度也更广。

3.2 文化专有词的翻译困境

更为棘手的是,大量中文网络用语根植于中国特有的社会文化现象,属于典型的“文化专有词”,在英文中不存在对应的文化参照物。

“内卷”一词源于学术概念“involution”,但在中国网络语境中已被赋予全新的社会含义,指代过度竞争导致的效率递减和个体消耗。英文中虽有“rat race”一词,但其侧重点在于“忙碌而无效的竞争”,并不包含“内卷”所携带的“系统性问题”“被迫参与”和“集体困境”等含义。翻译时若使用“involution”,虽然保留了学术渊源,却无法传达其在中国网络语境中的社会批判意味;若使用“rat race”,则丢失了“内卷”作为一个社会现象分析概念的理论深度。

3.3 文化意象的可译性分析

值得注意的是,并非所有文化意象都不可迁移。当源语和目标语的文化意象具有相似的认知基础时,直译反而可能产生意想不到的传播效果。例如,“癞蛤蟆想吃天鹅肉”被中国网友直译为“You swan,he frog”后在海外社交平台上成为梗,其画面感和戏剧性甚至超越了英文中已有的“He's out of her league”。再如“人山人海”直译为“people mountain people sea”,其视觉冲击力远超“crowded”。这些案例说明,文化意象的可迁移性取决于两个条件:意象本身是否具有跨文化的视觉可感性,以及意象的组合方式是否给人以认知上的相似度和新鲜感。

4 语言结构差异:拼音文字与表意文字的结构性碰撞

4.1 构词方式的根本分歧

汉英网络语言在构词方式上存在显著差异。研究表明,英汉网络语言在发展趋势上既有相同点又有不同点:相同之处在于网络交际环境决定了英汉网络语言以经济原则为主,在造词上的随意性、显著的缩略化趋势及赋旧词新义等现象体现了网民求新求异的心理及语言的社会属性和心理属性;不同点则反映了英汉两种语言不同的语言体系特征。

差异的具体表现可以从以下几个层面观察。在缩略方式上,英语网络语言倾向于首字母缩写(LOL,BRB,TBH),而汉语网络语言则更倾向于拼音首字母缩写(YYDS,XSWL,U1S1)。表面上看两者都是缩写,但拼音缩写依赖于读者对汉语拼音系统的掌握,这对外国读者而言构成了一道额外的认知屏障。小红书的翻译功能之所以能够识别“YYDS”等拼音缩写,是因为平台内置了专门的字符匹配机制,并非系统具备了对汉语拼音的通用解码能力。

4.2 从“不可译”到“创造性翻译”

面对语言机制层面的结构性差异,部分网络用语确实呈现出“不可译性”。以“囧”字为例,其象形特征决定了其翻译具有语言形式上的不可译性——这个字形本身就是一个面部表情,任何拼音文字都无法复制这种视觉再现功能。同时,“囧”所代表的网络文化及所形成的“囧”文化也使其具有文化上的不可译性。

然而,“不可译”并非翻译的终点,而是创造性翻译的起点。网络词汇“笑而不语”被翻译为“smilence”,将smile嵌入silence,形神兼备;“动车”被创造性地译为“don'train”,既有“不要火车”的字面暗示,又暗合“动”的发音。这些“中式英语”创造虽然不符合英语的构词规范,但在网络传播中获得了独特的生命力,成为跨越语言边界的文化模因。

5 平台机制差异:社交媒体机制对翻译的形塑

5.1 平台功能词的不可移植性

不同社交媒体平台的功能设计直接影响其网络用语的形成。B站的“一键三连”“弹幕”“鬼畜”,微博的“热搜”“超话”,微信的“朋友圈”“点赞”,这些平台功能词在英文社交媒体中往往没有直接对应物。Twitter的“trending topic”可以部分对应“热搜”,但“热搜”所隐含的“公共议程设置”和“舆论场”意味远非“trending”所能涵盖。Instagram的“like”可以对应“点赞”,但微信“点赞”背后“社交礼仪”和“关系维护”的微妙含义在Instagram的语境中并不存在。

5.2 平台翻译技术的策略分化

近年来,社交媒体平台开始开发基于AI大模型的内置翻译功能,这些功能的翻译策略选择直接影响了网络语言的跨文化传播效果。以小红书的翻译功能为例,它融合了自然语言处理、光学字符识别与计算机视觉技术,使系统不仅能翻译文字,还能“看懂”表情包里的谐音梗。此外,用户的编辑行为持续反哺模型训练,尤其在文化敏感内容的理解上实现渐进式优化。

6 翻译策略的分析建议

6.1 功能对等优先原则

网络语言翻译的首要原则是功能对等——译文应在目标语读者中产生与源语读者相似的交际效果,而非追求形式上的对应。这意味着,在翻译“吃瓜”时,目标不应是找到一个“最准确”的对应词,而是找到一个在英文网络语境中能够发挥相似社交功能的表达。“spill the tea”虽然语用身份有所偏移,但在“引发围观和讨论”这一核心功能上与“吃瓜”最为接近。

功能对等优先原则也意味着接受“不完美的对等”。任何

跨语言翻译都存在信息损耗,网络语言翻译尤其如此。译者的任务不是消除损耗,而是确保损耗发生在非关键信息层面,并且核心交际功能得到最大程度的保留。

6.2 文化意象的适配策略

当源语网络用语包含特定文化意象时,翻译策略需要在“保留异域感”和“确保可理解性”之间做出选择。研究表明,直译法适合文化意象可共鸣的热词,意译法擅长解决文化隔阂,音译加注法适用于文化专属概念,核心在于平衡语义传递准确性、文化特色保留度与受众跨文化共鸣度。

具体而言,对于文化意象具有跨文化可感性且能够引发认知新鲜感的用语(如“You swan,he frog”),直译或异化策略能够产生最佳的传播效果。对于文化意象具有强烈本土性且缺乏跨文化共鸣的用语(如“凡尔赛”“内卷”),则需要采用归化或创造性翻译策略。对于文化专有概念(如“996”“PUA”),

音译加注或保留原词并附加解释可能是最稳妥的选择。

7 结语

中外网络语言翻译的差异根源于文化编码、语言结构和平台机制三个层面的系统性错位。这些错位不是简单的“词汇空缺”问题,而是两种语言文化系统在网络交际场域中的结构性碰撞。功能对等理论、模因论和生态翻译学为理解这些差异提供了互补的理论视角,而“功能对等优先、文化意象适配”的分层策略体系则为翻译实践提供了可操作的指导框架。

在AI翻译技术日益成熟的今天,网络语言的机器翻译已经取得了显著进步,能够识别拼音缩写、谐音梗甚至部分文化负载词。然而,机器翻译的局限性恰恰揭示了网络语言翻译的核心困难所在:翻译不仅是语言的转换,更是文化的解码、语境的还原和交际功能的重建。

参考文献:

- [1] 孔德飞,王洪华.中国网络热词英译的文化折扣消解策略——以“搞抽象”“草台班子”为例[J].现代英语,2025(07).
- [2] 从中西文化差异的角度看英汉网络语言的翻译[J].海外英语,2021(22).
- [3] 潘孝荣.基于AIGC的网络热词英译对比研究——以Gemini、豆包、DeepSeek为例[J].睿士,2025(14):25-27.
- [4] 功能对等视角下汉语网络流行语英译策略研究[J].海外英语,2018(05):109-110.
- [5] 刘宇松.从模因论视角解读网络热词英译的归化和异化[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2015(02):105-107.
- [6] The Communication and Interaction of the Translation of Chinese Internet Buzzwords[J].DOAJ,2025.
- [7] 张雪佼.网络热词翻译的局限性与不可译性研究[D].贵州大学.
- [8] 构词法视角下中英网络语言的对比分析[J].北京印刷学院学报,2020(S2).
- [9] 小红书高级副总裁汤维维:当技术深植人文之心,边界终将化为桥梁[N].2025-05-27.
- [10] 基于生态翻译学的网络流行语英译策略[J].海外英语,2025(13).