

模因论视角下网络流行语的跨文化翻译传播机制研究

罗坚 向東宁

湖南师范大学, 湖南长沙, 410081;

摘要: 在全球化数字传播语境下, 网络流行语作为独特的语言模因, 成为跨文化交流的重要载体。模因论以其复制、变异、选择的进化逻辑, 为解析网络流行语的跨文化传播提供了核心理论框架。本文基于模因论视角, 结合具体传播案例, 从模因复制的保真机制、变异的适配机制、选择的筛选机制三个维度, 探究网络流行语跨文化翻译传播的内在规律, 剖析翻译策略对模因传播效能的影响, 并提出优化传播效果的实践路径, 为促进跨文化语言交流与文化互鉴提供理论参考与实践指导。

关键词: 模因论; 网络流行语; 跨文化翻译

DOI: 10.64216/3080-1516.26.02.034

引言

随着互联网发展与全球社交平台互通, 网络流行语突破地域和语言边界, 成为跨文化传播高频现象。模因论由理查德·道金斯提出, 将模因定义为文化传播基本单位, 其复制、变异与选择的进化过程和网络流行语跨文化传播轨迹契合。学界对网络流行语跨文化翻译研究多集中于翻译策略归纳, 对传播机制解析不足。模因论为解决此问题提供新视角, 将其跨文化传播视为模因在不同语言文化中的进化, 翻译是关键中介。本文立足模因论核心逻辑, 探究网络流行语跨文化翻译传播内在机制, 分析翻译策略对模因复制、变异和选择的影响, 为提升传播效能、促进文化交流提供理论和实践支持。

1 理论基础: 模因论的核心逻辑与语言模因的传播特性

1.1 模因论的核心内涵

道金斯于1976年提出模因(meme)概念, 将其界定为通过模仿实现传播的文化单位, 涵盖思想、观念、语言、行为等多种形式。模因论的核心逻辑源于达尔文进化论, 认为模因的传播过程遵循复制—变异—选择的进化规律: 复制是模因传播的基础, 指模因在不同主体间的传递与复刻; 变异是模因适应环境的关键, 指模因在传播过程中因环境差异而发生的形式或内涵变化; 选择则是模因存活的保障, 只有那些适应特定文化生态、具有较强传播力的模因才能在竞争中脱颖而出, 实现持续传播。

后续学者进一步发展了模因论, 将模因分为内在模因(存在于个体心智中的观念)与外在模因(通过语言、文字、图像等载体呈现的符号), 而语言正是外在模因最核心的传播载体。网络流行语作为典型的语言模因,

其形成与传播完全遵循模因的进化规律, 在本土文化中完成初步复制与强化后, 通过翻译进入其他文化语境, 开启跨文化进化过程。

1.2 网络流行语的语言模因特性

网络流行语作为数字时代的特殊语言模因, 具有鲜明的传播特性, 为其跨文化传播奠定了基础。一是高复制性, 网络流行语通常简洁凝练、朗朗上口, 如打卡点赞等, 易于用户模仿与传播, 能够在短时间内完成大规模复制; 二是强适应性, 网络流行语多源于日常生活与社会热点, 贴近大众情感需求, 能够根据不同语境灵活调整表达形式, 具备适应不同文化生态的潜力; 三是高变异性, 在传播过程中, 网络流行语常通过谐音、缩写、嫁接等方式产生变体, 如yyds由永远的神缩写而来, 这种变异性使其能够更好地适配不同语言的表达习惯; 四是圈层性与泛化性并存, 网络流行语最初多在特定圈层(如青少年社群、兴趣社群)内传播, 形成圈层认同, 随着传播范围扩大, 逐渐突破圈层边界, 实现泛化传播。

这些特性决定了网络流行语作为语言模因, 具备跨文化传播的先天条件, 但也使其面临文化壁垒、语言差异等传播障碍, 而翻译则成为连接不同文化语境、推动模因跨文化进化的关键环节。

2 模因论视角下网络流行语的跨文化翻译传播机制

网络流行语的跨文化翻译传播本质上是语言模因在不同文化生态中的进化过程, 翻译作为中介环节, 贯穿于模因复制、变异、选择的全过程, 形成了原语模因生成—翻译中介转化—目标语模因复制—变异适配—环境选择—持续传播的完整机制。

2.1 复制机制: 翻译的保真与转码

复制是模因传播基础,网络流行语跨文化传播首步是通过翻译实现原语模因跨语言复制,含保真与转码两核心环节。保真要最大程度保留原语模因核心内涵与文化特质,转码则是将原语模因语言形式转化为符合目标语表达习惯的形式。

直译与音译是实现在跨语际转移过程中保留模因核心属性的主要策略。直译侧重于维持原语的语言结构,通过对应词汇直接传递基本语义内涵,如将“打卡”译为“check-in”,准确复制了“登记、记录”这一核心动作单元。音译则通过借入原语发音,在目标语中创造新的能指,旨在保留其独特的文化意象与身份标记,如将“土豪”音译为“Tuhao”。

以“Tuhao”为例,该译法完整保留了中文原词的语音形式,使这一反映中国特定社会经济发展阶段与文化心态的模因,以其原初的音响形象进入英语话语场。音译策略在此不仅传递了“新富”或“缺乏品味的富人”的基本指称意义,更重要的是,它通过异质化的语音外壳,凸显了该概念的本土文化渊源与语境特殊性,实现了文化意象的“标记性”保真。这种策略适用于那些文化负载厚重、在目标语中缺乏完全对应概念的模因,是促进文化异质性传递的重要手段。

2.2 变异机制: 翻译的适配与重构

变异是模因适应新文化环境的关键环节。当网络流行语进入目标语语境时,会因语言结构、文化认知和交际习惯的差异发生必要的形式与意义调整,而翻译策略直接主导了这一变异的方向与程度。从模因论视角看,跨文化变异并非被动失真,而是译者基于目标语文化生态进行的主动适配与意义重构,旨在提升模因的传播活力与生存概率。翻译所引导的变异主要包括语言形式变异与文化内涵变异两类:

1.语言形式变异体现为对原语模因形态结构的改造,以契合目标语的语言习惯。例如,中文网络语“给力”在进入英语时,并未直译其字面义,而是通过添加英语形容词后缀衍生出“gelivable”这一形式。该词虽然结构上与中文不同,但借用了英语中常见的“-able”能产型构词法,迅速被英语网络社群接纳并使用,实现了形式层面的创造性适应。

2.文化内涵变异则涉及对模因中文化负载成分的转换或重构,以减少理解障碍、增强认同可能。例如,汉语成语“人山人海”若直译可能造成意象冗余,而译为“a sea of people”则借用了英语中已有的“sea”隐喻来表达“大量”,实现了文化意象的等效转换。这种归化翻译并未损害“人多”的核心信息,反而使其更易于在

目标语境中传播。

归化翻译是驱动上述两类变异的核心策略,它通过替换或融通原语文化符号,促使模因顺利嵌入目标文化的认知框架。例如,将“斗图”译为“meme war”,便是将中文特有的“斗”与“图”的组合,成功对接至全球青年文化中高度流通的“meme”概念与“war”的竞争隐喻,在保留其“表情包对战”核心内涵的同时,显著降低了传播门槛。

这种以适应性为导向的变异,并非对原模因的背离,而是其在跨文化传播中实现存续与再生的必要过程。有效的变异既维系了模因的核心识别度,又赋予其在新的语言文化土壤中扎根生长的可能,因而是模因完成跨文化跃迁不可或缺的机制。

2.3 选择机制: 翻译的筛选与强化

选择是模因存活保障,目标语文化生态会对翻译后的模因筛选,适应文化语境、有传播价值的模因才能保留传播。翻译策略影响模因选择结果,优质翻译强化模因传播优势助其通过筛选,不当翻译削弱模因适应性致其被淘汰。模因选择主要受两个因素影响:一是文化适配度,即翻译后的模因是否符合目标语文化价值观与审美习惯。二是传播效能,即翻译后的模因是否具备高复制性与高感染力。简洁生动、富有情感张力的翻译更易传播,冗长晦涩的则会被淘汰。异化与归化翻译结合能提升模因选择概率。异化保留原语文化特色,满足受众对异域文化的好奇;归化降低理解门槛,提升适应性。例如将汉服翻译为 Hanfu (traditional Chinese clothing),既保留民族文化符号,又补充解释帮助理解,使模因在文化适配度与传播效能上平衡,通过环境筛选。

3 案例分析: 模因论视角下网络流行语跨文化翻译传播的实践验证

为进一步验证上述传播机制,本文选取 influencer (网红) 和 meme war (斗图) 两个典型案例,从模因复制、变异、选择三个维度,分析其跨文化翻译传播的实践过程与效果。

3.1 案例一: 从“Internet Celebrity”到“Influencer”——“网红”概念的归化重构与模因竞争

“网红”是中国数字时代极具代表性的社会文化模因,指依托网络平台积累知名度并往往具备商业转化能力的个人或群体,其核心模因内涵是“网络原生知名度”与“注意力经济价值”。在跨文化翻译传播的初期,直译“Internet celebrity”被广泛使用。该译法虽然准确传递了

“网络”与“名人”的基本信息单元，实现了模因核心信息的保真复制，但在“选择机制”中暴露出其局限：未能充分传递该概念在中国语境中衍生的草根性、媒介特定性（如短视频、直播）及强烈的商业营销属性，文化特质显化不足。

与此同时，一种试图保留文化特色的译法“Net Red”曾作为局部尝试出现。该译法通过音译“红”（red）来移植中文里“走红”“受欢迎”的文化意象，并辅以注释，构成了“音译+注释”的变异策略。然而，从变异与选择的实际机制看，此译法在跨文化适配中面临显著挑战：其一，文化转码失效，英语中的“red”缺乏与“成功、流行”的强关联性，反而易引发其他联想；其二，构成生硬，“Net Red”作为新造词未被目标语的语言系统自然吸纳。因此，这一变异体在传播竞争中未能形成广泛复制，证明了并非所有旨在保留源语文化形式的尝试都能通过严格的环境选择。

真正在跨文化传播中胜出并完成深度重构的，是“influencer”（关键意见领袖/影响者）这一归化译法。它并未拘泥于字面对应，而是精准抓住了“网红”模因在现代营销与社交媒体生态中的核心功能——影响受众行为与消费决策。

3.2 案例二：Meme Wars（斗图）——意译的变异重构与跨文化移植

“斗图”是中国网络社交中一种独特的互动形式，特指通过大量发送、比拼表情包（memes）进行娱乐性竞技，其核心模因内涵是“娱乐性竞争”与“基于图像的社交互动”。在跨文化翻译传播中，其并未采用音译，而是广泛接受了“meme wars”或“emoji battles”这类意译表述，实现了模因内涵的精准传递与跨文化重构。

4 优化路径：提升网络流行语跨文化翻译传播效能的策略

基于上述机制分析与案例验证，网络流行语的跨文化翻译传播需遵循模因进化规律，从复制、变异、选择三个维度优化翻译策略，提升模因的跨文化适应性与传播效能。

4.1 坚持保真优先，优化复制效率

模因的核心价值在于其文化内涵，因此翻译需坚持保真优先原则，最大限度保留原语模因的核心文化特质。在翻译实践中，应根据流行语的文化属性选择合适的复制策略：对于文化内涵简单、具有跨文化普遍性的流行语，如打卡点赞，可采用直译策略，实现模因的快速复制；对于文化内涵独特、具有鲜明本土特色的流行语，

如佛系汉服，可采用音译+注释的策略，既保留文化特色，又确保核心内涵的准确传递。同时，需注重翻译的简洁性与生动性，提升模因的可复制性，为后续传播奠定基础。

4.2 立足文化适配，引导合理变异

变异是模因适应跨文化环境的关键，翻译者应立足目标语文化生态，引导模因进行合理变异。一方面，采用归化翻译策略，将原语模因的文化元素替换为目标语文化中熟悉的元素，降低理解门槛，如将斗图与英语语境中的 meme war 建立关联；另一方面，控制变异程度，避免过度变异导致原语模因的核心内涵丢失。此外，应关注目标语受众的认知习惯与情感需求，使变异后的模因能够引发情感共鸣，提升适应性。

5 结论

网络流行语的跨文化翻译传播是语言模因在不同文化生态中的进化，遵循复制—变异—选择逻辑。翻译作为中介，保真复制传递原语模因内涵，合理变异提升跨文化适应性，兼顾特色与效能，提升选择概率，实现模因跨文化传播。本文经理论分析与案例验证，明确其内在机制，提出优化传播效能路径。研究表明，成功的跨文化翻译要立足模因进化规律，依据原语模因文化属性和目标语文化生态，灵活选策略，平衡保真与适配。未来，全球数字传播深化，网络流行语跨文化传播更频繁，模因论提供理论支撑。后续研究可拓展案例，结合大数据分析，探究不同文化背景下模因传播差异规律，为跨文化交流与互鉴提供精准指导与方案。

参考文献

- [1] 付惠英,白丽梅.模因论视角下的网络流行语研究[J].出国与就业:就业教育,2011(5):2. DOI:CNKI:SUN:CGJY.0.2011-05-054.
- [2] 杨美玲.模因论视角下的网络流行语研究[J].湖北广播电视大学学报,2013,33(2):2. DOI:CNKI:SUN:H GDB.0.2013-02-049.
- [3] 李敏.基于模因论视角下的流行语传播机制实证研究[D].西安电子科技大学,2013. DOI:10.7666/d.D364784.

作者简介：罗坚，男，湖南衡阳人，研究生，教授，研究方向：比较文学与知识翻译学。

向東宁，女，汉族，湖南省常德人，在读研究生，研究方向：英语口语。