

关联理论视角下中国年度流行语英译研究

——以《咬文嚼字》与《汉语盘点》2025年度流行语为例

李雨秋

西南科技大学外国语学院, 四川 绵阳

收稿日期: 2026年5月6日; 录用日期: 2026年6月5日; 发布日期: 2026年6月16日

摘要

《咬文嚼字》与《汉语盘点》每年发布的年度流行语具有显著的社会影响力和语言代表性, 不仅如实映照了当年的社会热点和文化趋势, 也在一定程度上记录了语言的发展演变。研究其翻译规律, 不仅有助于完善现代汉语特色流行语对外译介的理论体系, 为同类新兴网络话语的翻译提供理论参照与学理支撑, 同时有助于减少跨文化传播中的语义偏差、助力中国网络话语、青年文化与社会百态实现有效对外传播。本文以关联理论为基础, 对《咬文嚼字》与《汉语盘点》公布的2025年度流行语进行英译研究, 以期为译者处理新兴特色词汇、平衡语言形式与文化内涵提供实践借鉴, 提升新媒体文本翻译的整体质量与传播效能。

关键词

关联理论, 流行语英译, 对外译介, 中国网络话语, 新媒体

A Study on the Translation of Annual Chinese Buzzwords from the Perspective of Relevance Theory

—Taking the 2025 Annual Buzzwords of *Yaowen Jiaozi* and *Chinese Language Review* as Examples

Yuqiu Li

School of Foreign Languages and Cultures, Southwest University of Science and Technology, Mianyang Sichuan

Received: May 6, 2026; accepted: June 5, 2026; published: June 16, 2026

Abstract

Socially influential and linguistically representative buzzwords are released by *Yaowen Jiaozi* and

the *Chinese Language Review* at every year. They faithfully reflect the social hotspots and cultural trends of the corresponding year, and also record the evolution of language to a certain extent. Research on their translation rules is conducive to improving the theoretical system for the English translation and international communication of characteristic contemporary Chinese buzzwords, providing theoretical reference and academic support for the translation of similar emerging online discourse. It also helps reduce semantic deviations in cross-cultural communication, and promote the effective international dissemination of Chinese online discourse, youth culture and social dynamics. Based on Relevance Theory, this paper conducts a study on the translation of the 2025 annual buzzwords released by *Yaowen Jiaozi* and the *Chinese Language Review*, aiming to provide practical references for translators in handling emerging characteristic vocabulary and balancing linguistic form with cultural connotation, thereby enhancing the overall quality and communication efficiency of new media text translation.

Keywords

Relevance Theory, Translation of Buzzwords, International Translation and Communication, Chinese Online Discourse, New Media

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网的发展和社交媒体的普及，网络流行语逐渐成为当代汉语的重要组成部分。这类语言形式通常源于社会热点事件或网络文化，并在短时间内被广泛传播和使用。流行语不仅折射出社会公众的情绪动向与价值取向，也集中体现了特定历史阶段的文化特征和社会心态。因此，网络流行语已经成为了解舆情，观察、感受社会转型发展的一种有效途径[1]。

然而，由于流行语往往具有明显的文化负载性和语境依赖性，其英译在跨文化传播与英译过程中面临不小挑战。一方面，许多流行语具有隐喻性或幽默色彩，如果简单直译，目标语读者很可能难以理解；另一方面，若过度解释或刻意改写又可能削弱原有的语言特色与情感力度。因此，如何在保持原有语境效果的同时降低目标读者的理解成本，成为流行语翻译中亟需解决的重要问题。

基于此，本文以《咬文嚼字》与《汉语盘点》2025年度流行语为研究语料，在关联理论框架下探讨中国流行语的英译方法。不同翻译方法如何影响目标读者的理解效果？关联理论如何解释流行语英译方法的选择？以上两个问题是本文主要探讨的问题。通过对具体案例的分析，本文试图总结流行语的主要翻译方法，并为中国文化表达的跨文化传播提供有益参考。由于二者公布的年度流行语存在重复以及基于各种考虑，本文的案例共涉及18个年度流行语。

2. 关联理论与翻译研究

随着翻译研究由文本对等转向认知语用与跨文化传播维度，关联理论逐渐被引入翻译研究领域。在关联理论的框架内，翻译是一个对原语语内或语际进行阐释的明示—推理过程，译者要根据交际者的意图和受体的期待进行取舍，译文的质量取决于相关因素间的趋同度[2]。该理论为译者主体决策、文本意图重构、文化负载词转译以及流行语等新兴话语的对外译介提供了坚实的理论支撑。

2.1. 关联理论及其核心概念

1986年，斯波伯(Dan Sperber)和威尔逊(Deirdre Wilson)在《关联性：交际与认知》(*Relevance:*

Communication and Cognition)一书中提出了“关联理论”[3]。该理论把翻译看作一个涉及大脑机制的推理过程,它是一种言语交际行为[4]。在交际互动中,信息发出者以明示行为外化自身交际意图,信息接收者则依托自身已有的认知储备展开逻辑推理,最终解读话语背后的真实表意。

在关联理论的理论体系中,语境、语境效果、处理努力与最佳关联四大核心概念,是其应用于翻译实践研究的关键支点。关联理论所界定的语境,并非局限于文本内部的语言上下文,而是受众解读话语时可调动的全部认知资源,涵盖文化背景、社会生活经验、语言知识储备等多重维度。语境效果是新信息融入受众认知框架,并与原有知识结构产生关联后形成的认知效应,也是翻译活动的核心追求之一。处理努力聚焦受众理解文本的认知成本,晦涩的句式表达、陌生的文化意象,均会增加读者的解读负担。而最佳关联作为交际与翻译的终极准则,任何交际行为都隐含信息具备解读价值、值得投入认知努力的预设;翻译的核心任务,便是在忠实原文信息内涵与适配目标读者认知习惯之间寻求平衡,让译文达成最优的语境效果与处理努力配比,实现跨语言交际的最佳关联。关联性是一个相对的概念,其强弱取决于两个因素:处理努力与语境效果。在同等条件下,处理努力越小,则关联性越强;语境效果越大,关联性越强[5]。大多情况下,译文和原文只是在相关方面等同。当然,在保证交际成功的前提下,译文应尽可能向原文靠近使话语本身具有最佳关联性,使译文和原文最大程度地契合,达到逼真境界[2]。

2.2. 关联理论在翻译研究中的应用

关联理论为翻译研究提供了全新的认知研究维度,将翻译界定为跨语言、跨文化的特殊交际行为,而非单纯的语言形式转换。译者首先依托原语语境推理原作的深层交际意图,再结合目标语读者的认知环境重构话语表达,力求让译文在目标语境中实现最佳关联。

学界围绕流行语翻译已开展了多维度的探讨,形成了一定的研究积累。杨义和房战峰(2025)考察了网络流行语“水灵灵地”的形义特征,并采用系统功能语言学理论中的语法隐喻来分析“水灵灵地”的汉英翻译技巧[6];郝宁宁和张博淑(2025)从生态翻译学视角出发,结合网络流行语的语言特征,充分考量网络流行语的生态翻译环境,将三维转换原则有效融入翻译过程中,提出了直译、直译加注、意译等可行翻译方法,尽可能展现其丰富的内涵[7];沈尧翔(2024)在模因论视角下探讨了模因影响翻译的过程,阐述不同类型网络流行语使用的翻译策略及模因动机——对于具有丰富内涵和背景义的词语,可以采用异化;对于本身易于理解的流行语,归化是更好选择[8]。但既有研究仍存在理论视角单一、语境分析不足、策略适配性较弱等问题,难以充分解释流行语动态化、语境化的翻译现象。

近年关联理论在翻译领域的研究,集中于文学文本、影视动漫字幕翻译、实用专业文本三大场景,同时延伸至隐喻、幽默、典故等特定语言现象的翻译难点破解,也广泛应用于翻译实践报告、笔译教学及跨文化传播相关研究中,是翻译研究中兼具理论解释力与实践指导价值的主流框架之一。Zhang Hengrui(2026)以关联理论为理论框架,探讨中国科幻大片《流浪地球2》字幕翻译的策略,他认为为了实现最佳关联,译者应用文本策略和认知策略相结合的方法[9]。陈雅楠(2026)对英国历史剧《王冠》(*The Crown*)第二季字幕采用的归化法、异化法、明示法等翻译策略进行分析,并肯定了关联理论在字幕翻译中的指导意义[10];左百瑶(2025)提出扩展版关联理论,展示了命题刺激与非命题效果的联系,结合幽默生成的“乖讹-消解”机制,明确了推导幽默意图的五个步骤[11]。

然而,只有少量研究使用关联理论进行流行语翻译研究,尤其是近两年的年度流行语。相较于传统翻译理论,关联理论从认知交际视角解释翻译行为,更契合流行语轻量化、隐含化、语境化的语言特征。康慧玲和师新民(2022)认为译者在翻译网络流行语时应以达成外宣活动的最佳关联为目的,在研究中总结了三种翻译方法——套译法、拼接和拼凑译法和释义法[12]。何宁和马腾(2017)认为关联理论翻译观为人们认识翻译提供了新的视角,也为翻译汉语网络流行语提供了一个宏观可靠的理论框架,并总结出直

译、意译以及直译加注三种翻译方法[13]。但现有研究普遍存在案例数量不足、分析较为浅显的问题，实用性与完整性有所欠缺。研究选用的流行语语料偏老旧，缺少近年新兴年度流行语，难以贴合当下流行语更新快、内涵丰富、语境性强的特点，无法检验翻译方法的现实适用性。

因此，本文聚焦 2025 年度网络流行语开展翻译研究，立足关联理论核心内涵，厘清流行语翻译中认知推理与语境适配的内在逻辑，针对性弥补过往研究时效性不足、实证分析薄弱的研究空白，以期进一步丰富了关联理论在网络语言翻译领域的应用范畴，也为其对外传播提供切实可行的翻译参考，助力新时代特色网络话语实现高效精准的跨文化交际。

3. 年度流行语的英译

本文选取《咬文嚼字》与《汉字盘点》发布的 2025 年度流行语作为研究对象，探究其英译方法。以下案例旨在探讨不同翻译方法如何在关联理论框架下实现有效的跨文化传达。

3.1. 直译法

翻译时尽量跟着原文的用词、句子顺序和句式结构来翻，不随便打乱语序、不额外添意思、也不擅自删减原意，在符合目标语言基本通顺的前提下，既保字面意思，又保原文表达形式，有助于保住特有文化意象、简洁好传播、不丢原本语气，还能方便文化对外输出。

例 1: 韧性

译文: resilience

从词义来看，“韧性”既包含物理层面受外力后可回弹、不易断裂的特性，也常用于抽象层面，指人、组织或系统在压力、危机与挫折中抗压、适应并快速恢复的能力。而“resilience”的核心释义恰好同时覆盖这两层内涵：既可指物体形变后复原的物理属性，也可指个体与系统面对困境时的抗逆与修复能力，二者语义范围基本重合，不存在明显偏差或缺失。相较于“toughness”、“flexibility”、“durability”等近义词，“resilience”最完整地保留了“抗压 + 回弹 + 适应”的复合意义，能够准确传递“韧性”一词在现代中文语境中的核心价值。

例 2: 具身智能

译文: embodied intelligence

具身智能“具有物理载体”，并通过物理身体与现实环境实现动态交互、自主学习，区别于无实体的“离身智能”。“embodied”源自“embodiment”概念，核心含义即为“具身的、有实体的、嵌入物理世界的”，精准对应“具有物理载体”“通过身体交互”的核心特征“intelligence”则直接对应“智能”，符合人工智能领域通用术语习惯。二者组合既忠实还原了“依托物理实体实现感知 - 决策 - 行动一体化”的本质内涵，又与认知科学、机器人学中已成熟的学术概念保持统一，避免了意译可能造成的概念偏差。

例 3: 数字游民

译文: digital nomad

在“数字游民”这一术语中，“游民”并非指传统意义上无固定居所、无稳定收入的流浪者，而是指不依赖固定办公场所、依托信息技术远程工作、可在不同地区自由流动生活的新型职业群体。其核心特征是地域流动性、工作自主性、生活空间的可移动性，而非流浪、漂泊等负面含义。

“nomad”本义为“游牧民”，强调主动选择迁徙、居无定所但拥有稳定生产方式的生存模式，与“数字游民”中“自由流动”、“打破地理限制”、“动态平衡工作与生活”的内涵高度契合。同时，“nomad”

为中性偏积极的词汇，能够准确体现该群体自由、独立、灵活的职业形象，避免了“vagrant”、“hobo”等词所带有的贫困、无业等贬义色彩。

例 4：预制××

译文：pre-made…

“预制”的核心含义是预先制作、提前加工成型，其语义重心在于“事前完成、标准化生产、可后续直接使用”。无论是预制菜、预制人还是预制内容，本质都强调在正式使用或呈现之前，已按统一流程被加工制作完成。

“pre-made”从构词上即可体现这一内涵：“pre-”表示“预先、提前”，“made”表示“制作、制成”，二者组合恰好对应“预先制作”这一核心释义，在语义上实现精准对应。如今“预制”已从食品领域扩展为隐喻，指代标准化、流程化、去个性化的批量生产。而“pre-made”作为通用形容词，既可用于描述“pre-made food”等具体物品，也可延伸用于“pre-made content”等抽象事物，适用范围与“预制”完全一致，能够完整覆盖其本义与引申义。

直译遵循贴合原文用词、语序句式，不增删语义且兼顾译文通顺的原则，既能保留词汇字面含义与原有表达形式，也能留存特有文化与概念内涵，适配术语、新兴概念及流行表述的翻译需求。从译例可见，直译依托词汇本义、构词逻辑与专业领域通用表达，能精准匹配原文多层语义、核心特征与引申内涵，规避近义词或意译易产生的语义偏差、色彩错位与概念失真问题，译法简洁规范、契合行业表达习惯，同时便于概念传播与跨文化输出。

3.2. 意译法

然而，部分流行语蕴含深层隐喻、调侃反讽、网络特有语气与本土文化暗含色彩，若机械套用直译，只能还原字面形式，却无法传递其内在情感、风趣韵味与语境深意，甚至会造成语义生硬、表达违和、文化内涵流失。此时便需要采用意译的翻译方法，跳出原文字面语序与表层词汇的束缚，不拘泥于逐词对应，以准确传达流行语的核心内涵、语气色彩和语境意味为核心，贴合目标语言的表达习惯进行灵活转换，弥补直译在韵味传递上的局限。

例 5：活人感

译文：real-person vibes

“活人感”并非单纯指生理意义上的生命存在，而是强调个体在社交媒体与日常生活中所呈现的真实、鲜活、富有烟火气的人格特质，其核心是对抗智能时代下算法包装、精致修饰与 AI 模拟所营造的完美化假象。“real-person”精准对应“真实的人”这一内核，突出非虚构、非程式化、不刻意完美的人本属性；“vibes”作为当代英语常用表达，侧重可被直观感知的氛围、气质与精神状态，恰与“活人感”中“鲜活如生”、“人情味”、“直观感受”等内涵相契合。相较于偏向理性的“authenticity”或过于直白的“feeling”，“real-person vibes”既保留了网络文化语境下的自然语感，又能准确传递出人们对真实情感、质朴人性与本真生活状态的集体向往，适合用于阐释智能时代背景下真实人格的价值转向。

例 6：情绪价值

译文：emotional support

该词虽源于营销学的“情绪价值”概念，但在当下网络与人际关系语境中，已不再局限于抽象的“价值”衡量，而更多指向他人提供的情绪慰藉、情感陪伴、心理安抚与精神支撑，强调实际的情感供给作用。“emotional support”正是用于表达“情感支持、情绪慰藉”的固定且地道表达，精准对应当代年轻

人对理解、包容、安抚等实际情感需求的期待，比字面直译的“emotional value”更贴近其社交语境下的真实所指。

该译法舍弃了术语层面的形式对应，转向流行语实际使用中的功能还原，在语义重心、情感内涵与社交场景上实现高度对等，更符合跨文化传播中对网络流行语内涵的准确传达。

例 7: 村咖

译文: Village Café

“村咖”特指布局在乡村地域、依托乡村自然风貌与乡土文化打造的特色精品咖啡馆。以浙江安吉为代表的乡村凭借“村咖”迅速走红，成为网红打卡地标。从词汇构成来看，“村咖”属于汉语网络缩略构词，由“乡村”与“咖啡馆”缩略合成，形式凝练、语义具象，兼具行业业态概念与网络话题属性。作为新兴流行语与特色业态专有名词，其英译不宜采用生硬音译“Cunka”，此类译法无法向英文读者传递词汇内涵，缺乏语义关联性与跨文化可读性；也不宜泛化为普通表述如“rural coffee”、“village coffee”，容易仅被理解为乡村咖啡饮品，而非实体咖啡馆业态，造成概念指称偏差。

结合语义内涵、业态属性与网络流行语传播特征，“村咖”可译为“Village Café”。该译法结构简洁对称、辨识度高，符合英文复合名词表达习惯，既可作为专有名词固化使用，也适用于网络话题标签、新闻标题、文旅宣传及短视频传播场景，能够直观传递“坐落于乡村的特色咖啡馆”核心含义，契合网络流行语简洁易记、便于传播的语言特征。

3.3. 语义凝练意译法

有时需舍弃汉语字面形式，不逐字对译，把复杂多层含义浓缩成英文极简单词或固定搭配，抓核心语义，舍弃冗余字面。

例 8: 从从容容、游刃有余，匆匆忙忙、连滚带爬

译文: (should've been) composed, (but were) frantic

某地区一民意代表用夸张的肢体语言和顿挫有力的语调批评某市的市政管理混乱：“本来应该从从容容、游刃有余，现在是匆匆忙忙、连滚带爬。”被音乐人改编成歌曲《没出息》，迅速在网络上走红。同时，网友们纷纷借用这句话来调侃理想状态与现实窘境的鲜明对比。

原文以两组结构对称、语义对立的四字短语形成强烈反差，前一组描摹处事沉稳、调度有方、游刃有余的理想应然状态，后一组刻画仓促慌乱、疲于应付、狼狈失措的现实处境，句式对仗工整，口语表现力极强，兼具讽刺意味与自嘲色彩，暗含“本该如此、实则不然”的转折逻辑。但原文较长，作为一个网络流行语，需考虑到其传播效度，若译文太长则不利于其传播，会增加目标与读者阅读负担。以“should've been”精准还原原文“本来应该”的预设期许，再以“but”直接衔接现实反差，完整复刻理想与现实落差的深层语义。以单个词汇分别统摄两组四字短语内涵：“composed”凝练涵盖“从从容容、游刃有余”，凸显心态沉稳、处事老练、应对自如的从容气度；“frantic”集中概括“匆匆忙忙、连滚带爬”，精准传递忙乱失控、窘迫狼狈、仓促应付的现实状态。

该译法简洁地道、节奏均衡，既保留了原表述的讽刺张力与自嘲意味，也符合英文惯用表达，为这一流行语的广泛传播提供了恰当的跨文化转译。

例 9: 如何呢又能怎

译文: So what?

出自某改编歌曲中的歌词，以打趣式的轻松语气表达豁达的态度。它精准戳中年轻人反内耗的情绪

需求，成为应对职场、学业压力的自嘲式解压出口。

“*So what?*”是英语中极具代表性的口语化表达，语气随性洒脱，精准对应原文“无所谓、不必焦虑、再糟也无妨”的内涵，在情绪功能、语体风格与使用场景上实现高度对等。该译法舍弃了中文的字面结构，采用英语文化中天然自带“反内耗、摆烂但豁达”意味的固定表达，既贴合年轻人的网络话语习惯，又简洁易记、传播性强，完美还原了原流行语作为解压出口的语用价值。

例 10: 浪浪山小妖怪

译文: nobody

“浪浪山小妖怪”出自 2025 年暑期国风二维动画电影《浪浪山小妖怪》，影片以中式美学为底色，讲述一群山野小妖怪结伴假扮唐僧师徒、踏上取经冒险的奇幻故事，凭借细腻画风与接地气的剧情登顶国产二维动画票房榜首。如今它早已不只是电影角色名，更成了全网通用网络流行语：用来指代平凡普通、出身草根、有点小怂、有点可爱、努力打拼、默默生活的打工人普通人，自带自嘲、共情、治愈、小人物共鸣的网络文化属性。

基于此，其翻译若采用直译版本“*Little Monsters of Langlang Mountain*”，仅拘泥于地名与形象的形式对应，句式冗长、意象生硬，仅适宜用作影视名称标注，却无法传递流行语背后小人物的精神共鸣，也不符合网络流行语简短凝练、易于传播的语体特质。相较而言，“*nobody*”舍弃“浪浪山”的地理意象与“小妖怪”的鬼怪具象，直击词汇背后“无名之辈、平凡个体、世间路人甲”的核心隐喻，用词极简、意蕴留白，既表达了身份的卑微与普通，又承载了当代青年自我调侃、共情生活境遇的网络语用功能。同时，该译法简洁易记、适配社交媒体文案、短视频玩梗与日常自嘲语境，完全符合网络流行语跨文化传播所要求的简约性、隐喻性与共鸣性。

3.4. 文化内涵隐喻意译法

流行语自带网络隐喻、文化梗、国风意象、圈层内涵，应放弃字面表象，只译深层隐喻含义，属于文化解码式意译。

例 11: 敬自己一杯

译文: *cheers to myself/here's to me*

“敬自己一杯”的本质是年轻人自我接纳、自我和解、缓解压力的温柔表达，并非传统意义上向他人敬酒。若将其直译为“*a toast to myself*”语义准确、仪式感鲜明，但作为网络流行语略显正式。若追求更贴合当代青年轻松、自愈、随性的表达风格，“*cheers to myself*”与“*here's to me*”更为地道。前者以口语化的“*cheers*”还原短视频场景下的轻松氛围，后者以简洁句式传递自我接纳与温柔和解的情绪内核，二者均更符合海外网络文化的表达习惯，传播性与共情力更强。

例 12: 助我破鼎

译文: *I will break through*

源自动画电影《哪吒之魔童闹海》中哪吒与敖丙合力击碎法器“天元鼎”时的经典台词。当代网友们以此为自已鼓劲打气，展现自己在面对困难时积极应对、不言放弃的决心。

如今的“助我”并非指向他人寻求帮助，而是表达一种自我赋能、坚定向前的内心信念；“破鼎”也已脱离器物本义，象征突破困境、打破束缚。因此翻译应摒弃带有求助意味的“*help me*”等结构，转而采用第一人称主动句式，突出主体的决心与力量。将其译为“*I will break through*”，更贴合该流行语作为自我激励口号的核心用法。该译法简洁有力、语气坚定，既避免了向他人求助的语义偏差，又符合英

文网络励志表达习惯，精准还原了年轻人面对困难时不言放弃、自我鼓舞的精神内核。

例 13: 来财

译文: stacks roll in

歌曲《八方来财》中重复循环的副歌歌词“来财，来”，凭借洗脑魔性的旋律在短视频平台迅速走红，成为各类短视频创作的热门背景音乐。《经济学人》将歌名《八方来财》译为 *Stacks from All Sides*，这一译名精准锚定原词的民俗祝愿内核、短视频洗脑属性与网络梗文化。副歌“来财，来”进一步将其压缩为短促、重复、呼唤式的祝愿短句，成为年轻人讨彩头、求好运的万能句式。

以此为基准，副歌重复短句“来财，来”的最优英译应为“stacks roll in”。该译法沿用“stacks”这一权威定型词汇，保持与官方歌名译法的术语统一性；搭配英语惯用俚语结构“roll in”，既有“源源不断、滚滚而至”的动态意象，又高度还原中文“来财”所蕴含财运汇聚、好运降临的祈福内涵。句式简短凝练、节奏轻快上口，完美适配歌曲副歌循环复沓的语感与短视频背景音乐的传播特征，既规避了“come money”粗俗直白、语义狭隘的缺陷，也摆脱了“get rich”功利感过重、缺乏玩梗气质的局限，更不同于音译“laicai”完全缺失语义与文化内涵的无效转译。

3.5. 句式功能重构意译法

原文若是对仗、对比、转折、反问结构，应不直译字词，重构英文对应句式，保留逻辑关系和修辞功能。

例 14: xx基础, xx不基础

译文: while ...is simple, ...is anything but

该流行语来源于某穿搭博主在社交平台上发布了一条题为《基础款显贵公式》的视频，其中提出：想要提升穿搭整体时尚感，应避免全身都穿基础款，比如遵循“上身基础，下身就不基础”之类的搭配原则。此句式核心在于通过“基础”与“不基础”的强烈反差制造幽默效果，既体现前后两项的对立关系，又带有轻松调侃的语气。

原句“前者基础、后者则相反”的句式框架明显带有对比意味，而“while”作为连词精准构建出所需的逻辑结构；该语境中的“基础”非字面意义上的“基础款”，而带有“基础、普通、常规、无亮点”的含义，“simple”用在此处就比“basic”更合适，且此用法准确还原了该词在网络调侃中的引申用法；“anything but”作为地道的英文表达，意为“绝不、根本不”，语气强烈且带有俏皮感，既完整传递出“不基础”的否定内涵，又保留了原句式的反差张力与戏谑色彩。整体译文结构简洁对称，符合英文表达习惯，同时精准再现了原句式用于自嘲或调侃的幽默效果，能够清晰传达智能时代网络流行语背后轻松戏谑的话语风格。

例 15: 千百次练习只为这一刻

译文: all that practice, for this moment

原句并非简单陈述事实，而是作为网络励志流行语，突出长期积累、反复训练与最终高光时刻的强烈对比，传递“量变到质变”的精神内涵。译文应舍弃逐字对应“千百次”的字面结构，以概括性的“all that practice”体现长期、重复、大量的练习过程，用“for this moment”聚焦最终目标与高光瞬间，句式简洁有力、节奏感强，符合英文励志口号的表达习惯。

3.6. 音译法

音译是一种简单直接的翻译方法，核心是照着原词的发音，用目标语言中发音相近的字母或文字来

对应翻译，不刻意追求字面语义的对应，重点保留原词的发音特征和本土标识，本质是“音似优先、语义为辅”的翻译选择。

例 16: 苏超

译文: Su Chao

苏超是“江苏省城市足球联赛”的简称，采“Su Chao”纯音译，既能保留中文赛事简称的简洁辨识度，也便于口语传播与品牌固化，符合国内区域性热门赛事简称的国际通行译法。音译保证本土特色与简洁性，完美适配“苏超”作为现象级群众体育赛事的国内传播与对外展示需求。

3.7. 音译法 + 意译法

当遇到由“外来词 + 本土语义拼接”构成的流行语时，若纯音译，外国读者看不出意思；纯意译又丢掉了原词独特构词风格和文化印记。音译加意译一边留韵味、一边讲内涵，两全其美，有助于降低读者认知努力，契合关联理论既能保留文化意象，又不用读者费力猜测词义，用最少处理努力获得充足语境效果。

例 17: 赛博对账

译文: cyber exchange

“赛博”是“cyber”一词的音译，意思是与网络有关的，最早出现在一些科幻作品和计算机科学文献中，随后逐渐渗透到大众文化领域，成为描述高科技、数字化和网络化现象的词语。此处“对账”并非字面财务层面的账目核对，而是比喻双方以个人经历与生活见闻为依托，开展沟通互动、互换信息，以此消除信息差带来的误解与偏见。赛博对账特指网民之间自发形成的跨文化线上交流对话。“exchange”本义侧重信息、观念与文化的双向交流互换，精准契合该流行语民间线上沟通、弥合信息鸿沟、实现跨文化相互认知的核心内涵，用词平实贴切，语体适配网络文化现象与社会跨文化交流语境。

3.8. 借词法

借词翻译多用于由英语词汇谐音汉化衍生而来的网络流行语，英译时不另行直译或意译，而是直接还原回归其英语本源词汇，既符合圈层用语习惯，又能实现语义精准对等。

例 18: 谷子

译文: goods

“谷子”一词源自英文“goods”的音译，在二次元圈层中专指动漫、游戏等衍生周边产品，译为“goods”实现了源词与译词的精准回溯。从形式上看，“谷子”是对“goods”发音的近似汉字转写，属于音译造词，还原为原词“goods”可直接追溯其语言来源；从语义上看，“goods”本义即为“商品、货品”，与“谷子”所指代的海报、立牌、玩偶等二次元周边在内涵上高度契合，既保留了原词的核心词义，又贴合亚文化语境下的特指用法。这种译法既尊重了网络流行语的生成逻辑，又实现了中英文词汇在指称意义上的对等，同时简洁通用、符合英文表达习惯，能够清晰体现该词汇从亚文化圈层走向大众消费、并催生“谷子经济”产业形态的文化与经济内涵。

4. 结论

关联理论以“实现跨语言交际最佳关联”为核心，为策略选择提供认知语用依据。其明示 - 推理模式、认知语境、语境效果与处理努力四大核心概念，贯穿策略选择全过程：译者需先推理流行语深层意

图(如“情绪价值”核心为“情感慰藉”),再结合目标读者认知环境,选择最优策略。如“活人感”译为“real-person vibes”,既降低文化意象理解成本,又复刻语境效果;“预制xx”译为“pre-made...”,以精准构词让读者低成本理解核心内涵。简言之,流行语英译策略的选择,本质是译者对原语意图、目标语认知、语境效果与处理努力的权衡,最终实现最佳关联与内涵有效传递。译者需兼顾流行语语言学与社会文化价值,平衡原语特色与目标读者认知,灵活选译,在降低理解成本的同时保留韵味,推动中国网络文化跨文化传播。

参考文献

- [1] 谢之君, 杨月华. 网络流行语认知价值及翻译[J]. 上海翻译, 2015(3): 23-27.
- [2] 赵彦春. 关联理论对翻译的解释力[J]. 现代外语, 1999(3): 276-295.
- [3] Sperber, D. and Wilson, D. (1986) *Relevance: Communication and Cognition*. Blackwell.
- [4] Gutt, E.-A. (1989) *Translation and Relevance*. University of London.
- [5] 林克难. 关联翻译理论简介[J]. 中国翻译, 1994(4): 8-11.
- [6] 杨义, 房战峰. 汉语网络流行语“水灵灵地”的形义特征与汉英翻译技巧[J]. 汉字文化, 2025(23): 160-162.
- [7] 郝宁宁, 张博淑. 基于生态翻译学的网络流行语英译策略[J]. 海外英语, 2025(13): 28-30.
- [8] 沈尧翔. 模因论视角下 B 站流行语的中译英策略研究[J]. 英语广场, 2024(36): 31-34.
- [9] Zhang, H. (2026) On Subtitle Translation Strategies under the Guidance of Relevance Theory: With Evidence from the Movie *Wandering Earth 2*. *English Language Teaching and Linguistics Studies*, 8, 71-87. <https://doi.org/10.22158/eltls.v8n2p71>
- [10] 陈雅楠. 关联理论视角下《王冠》第二季的字幕翻译策略[J]. 今古文创, 2026(6): 105-107.
- [11] 左百瑶. 扩展版关联理论与翻译——以幽默翻译为例[J]. 中国翻译, 2025, 46(5): 144-152.
- [12] 康慧玲, 师新民. 关联理论视阈下网络流行语翻译探究[J]. 品位·经典, 2022(6): 29-33.
- [13] 何宁, 马腾. 关联翻译理论视角下网络流行语的英译——以 2015、2016 汉语网络流行语为例[J]. 牡丹江大学学报, 2017, 26(11): 94-96.