

论英源音译词的形成与汉化趋势

孙小娜

珠海科技学院 广东珠海

【摘要】这对提高译文质量具有十分重要的意义。汉字是一种表意体系的文字，其特点是形义关系十分密切^[1]。作为表意文字，汉字的字形与意义之间存在着天然的紧密联系。长期接触汉字的使用者，会不自觉地形成一种依赖字形解读词义的认知习惯，即倾向于从字的视觉符号或偏旁部首中直接获取其指代事物的信息。这种心理，体现在对英源音译词的选字上，就是在字形及其意义之间搭起某种联系的桥梁，使它们看起来更像本土词汇^[1]。这些逐渐汉化的音译词大大地丰富了汉语的词汇，也增强了汉语语言的表现能力。音译词的“汉化”现象是一种必然的发展趋势。

【关键词】英源音译词；翻译；汉化趋势

【基金项目】珠海科技学院 AI 赋能实践课程教学项目 (SYSJ2025026)：英汉互译笔译 I

【收稿日期】2025年10月10日 **【出刊日期】**2025年11月8日 **【DOI】**10.12208/j.ije.20250408

On the formation of English originated transliterated words and the trend of their Hanization

Xiaona Sun

Zhuhai College of Science and Technology, Zhuhai, Guangdong

【Abstract】 The Chinese character belongs to a language of ideogram, the main feature of which manifests the close relationship between the form and the meaning. People who have studied and used Chinese characters tend to have the mentality of “interpreting without real understanding” or “guessing the meaning on the sight of the form” unconsciously, so they just comprehend something by the form or the component of the character. This mentality, when reflected on the choosing of transliterated words, has bridged a relationship between the form and the meaning, making this kind of characters look like native words. These gradually Hanized transliterated words have become an organic part of Chinese language, and has greatly enriched Chinese vocabulary and strengthened its expressiveness, so this Hanization is an inevitable trend in the development of transliterated words.

【Keywords】 English originated transliterated words; Translation; Trend of Hanization

引言

汉语中存在着数量众多的英源音译词，该类音译词的历史渊源可上溯至汉代丝绸之路的开辟。值得注意的是，此阶段的音译词不仅数量有限，应用范畴亦较为狭窄，其使用主要集中于汉译佛经这一特定的文本领域。真正意义上大规模进入汉语的阶段，始于改革开放之后。伴随着对外交流的日益频繁与深入，汉语中源自外语的音译词也随之逐渐丰富起来。这些音译词极大地丰富和发展了汉语词汇，为汉语词汇增添了一种异域风彩，从而增强了汉语的表现力，同时，也满足了人们追新求异的心理。

那么，汉语中英源音译词都有哪些特点呢？为什么有些音译词能够存活下来，为汉语语言所接纳，有些则很快被淘汰或被其他译词所取代？英源音译词的发展趋势又是什么？为什么会有这种趋势？

1 英源音译词的音节特点

英源音译词的主要特点有二：一、不以清辅音收尾；二、双音节和三音节词居多。

现代汉语语音中没有复辅音，即辅音连缀现象，其元音占明显优势，另外，汉语的音节结构具有显著特点，除鼻音外，通常不会以辅音收尾。因此，在对外部语言词汇进行音译时，一般需依据汉语的这一语音特性进

行相应改造，以契合汉语的表达习惯。当然，这种改造是在保留语音来源印记的基础上进行的，如英语中的“golf”译成“高尔夫”，“tank”译成“坦克”，而不是可以把它们任意对调。另外，“golf”和“tank”原本是两个单音节词，分别译成“高尔夫”和“坦克”后，前者成了多音节词，后者成了双音节词。究其原因，正是因为来源词末尾的清辅音[f]和[k]，并不符合汉语音节的固有特点。在这种情况下，就要在其后添加元音u, o, i等，使之符合汉语音节的特点^[4]。

现代汉语词汇体系中，双音节词占据主导地位，其次是三音节词。四音节及以上的词汇则较为少见，这是因为音节数量越多，词语的内部结构往往越松散，也就越容易发生拆分现象。比如：劳动、劳动者^[4]、劳动人民。前两个一般都认为是词，而第三个就会引起异议，因为可以把它分离为“劳动”和“人民”两个单位，并且很容易找到将其当作词来使用的例子，如“体力劳动”、“中国人民”^[4]。这是因为讲汉语的人对词的认识主要是分解认识。古汉语单音节词占优势，这一情况也影响到现代汉语，使现代汉语的单语素构成和复合构成占有明显优势。现代汉语构词上的这一特点对音译外来词产生了很强的制约性。一般说来，音译外来词，需从文化与心理角度去考虑译入语的语言文化传统。汉语的核心特质之一在于表意简洁，这一特点在音译词的留存与演变中尤为显著：能够在汉语体系中长久流传的音译词，绝大多数由2至4个汉字构成；反之，若过度拘泥于原词音节而译得冗长繁琐，此类音译词往往难以获得广泛使用与传承^[2]。例如，“international”一词最初被音译为“英特纳雄耐尔”，因音节过多、表达累赘，最终被更简洁的意译词“国际”所取代；“existence”旧译为“额悉思定斯”，现译“存在”；“philosophy”旧译为“斐洛苏菲”，现译“哲学”；“modem”最初被译为“调制解调器”，现改为“猫”，与“鼠标”相对，因为它符合汉语简明易记的特点^[7]。还有“逻辑”（logic）、“咖啡”（coffee）、“基因”（gene）、“白兰地”（brandy）、“夹克”（jacket）、粉丝（fans）等很多音译词也早已成为汉语中的常用词，它们之所以能被汉语吸收并在汉语中固定下来，主要是因为它们基本上都是双音节或三音节，符合现代汉语的构词特点和汉语社群对词的认知心理^[3]。

需要注意的是，音译词中的每个字都不代表意义，但说汉语的人习惯于每个字、每个音节都有意义，因此，处于汉字背景下的音译词往往通过改变音译词中的字而形成别的寓意^[4]。如：“Rose”是女子名，译成“露

丝”符合汉语社群的认知心理，而译成“路斯”或“录思”或其他别的两个同音字就很难得到认可。这就是音译词或外来词的汉化现象。这种汉化要符合汉民族的心理文化，符合汉语语言系统的内在规律和音节认知习惯^[4]。

当然，通过音译方式借入的外来词能否最终被译语所接受，关键还要看它们能否融入译语文化。能够融入的便可以存活下来，如“沙发”（sofa），“麦克风”（microphone），“吉普车”（jeep）等，否则就会被译语所淘汰，如“德莫克拉西”（democracy），“赛因斯”（science）^[4]，取而代之的是“民主”和“科学”。基于大规模语料的量化研究同样证实，音译词存活率与其“义符显性”呈显著正相关（朴奎陈，2024）。

2 英源音译词为汉语所接受的重要因素

音译外来词是借用汉字的读音来翻译的外文词语，由于每个汉字本身都有固定的含义，用几个汉字组合起来就可能产生某种联想义^[4]，例如，把德国纳粹的秘密警察 Gestapo 翻译成“盖世太保”能使人联想到“不可一世的保镖”，如果译成“丐试态宝”就会让人感到困惑，因为它不能引起任何有意义的联想。还有“shampoo”、“cocacola”、“Benz”等分别译成“香波”、“可口可乐”、“奔驰”也都能使人产生不同的联想。汉语同音字近音字很多，选用哪个字较为合适颇有讲究^[4]。

在汉语中有很多同音异义词。为了消除由此产生的误解，书面上会使用不同的汉字来加以区别，这是音译外来词时特别需要加以注意的。虽然从借词的角度看，音译外来词纯粹是借外语词的音，汉字只是记录借词的语音符号而已，但是，由于汉语中存在一音多字的现象，这样就把本属于语音的问题变成了选词用字语义问题。如：“AIDS”（爱之病），“e-mail”（伊妹儿），“talk show”（脱口秀），“mini skirt”（迷你裙），等等。只要读一读这些用汉字记音的音译词，就会产生与汉语字面意义相关的联想^[4]。

中国人自古以来就有一种很强烈的“正名”意识，在翻译人名地名时再三斟酌，显得异常的谨慎，力求名副其实、形意具显^[2]。经典的音译词既可以确切地传达原词的全部信息，又使人们产生正确的、有利于理解词义的联想，从而使读者一目了然。如“vitamin”的本意是“至关重要的物质”，译成“维他命”或“维生素”就很贴切；“coolie”原意为“出卖劳动做苦工的人”，译为“苦力”，既形象又贴切；Pepsi Cola 的音译词“百事可乐”达到了非常理想的音译效果，既确切表音，又

迎合了人们图吉利的心理^[4]。

一般说来，音译词应该只在发音上相似，不存在语音与语义相关联的问题，但由于英汉两种语言在语音和文字乃至文化上都存在很大的差异，致使汉语中的英源音译词成为例外。这一心理机制作用于外来音译词的择字过程，使译者倾向遴选既能摹声又可会意的字形，在“外来音”与“本土义”之间架设隐形通道（刘维一，2005）。这是因为汉字是一种具有表意特点的文字，是聚形音义于一身的统一体。汉字与语素基本上是对应的，一个字一般代表一个语素，只要使用了汉字，就很难避开汉字所代表的意义，使人难免“望文生义”^[4]。以“Simmons”为例，该词原系美国寝具企业商号，汉译时并未机械对音为“希蒙斯”，而是凝练为“席梦思”三字：其中“席”点明卧具属性，“梦”“思”兼具缱绻意蕴，整体营造出温柔浪漫的联想氛围；若按纯音对应译作“希蒙斯”，则失其诗性，难以触发汉语受众相似的情感共鸣。类似的音译词还有“托福”、“金利来”等，这些音译词的翻译都是利用了汉字的联想功能，极富创造力和表现力。

有时，为避免引起一些奇怪的联想，人们尽量选用不会产生某种联想的汉字组合，以避免望文生义，如“SARS”译作“萨斯”，而不作“杀死”；“clone”译作“克隆”，而不作“克龙”或“科隆”；“AIDS”译为“艾滋病”，而不用“爱之病”^[4]。同样，把“e-mail”译为“电子邮件”与“伊妹儿”就有明显差异；把“mini skirt”译为“超短裙”，其联想效果与“迷你裙”也是截然不同的。

在翻译地名、人名时，一般要尽量保持洋味，避免“汉化”。例如澳大利亚的 Sydney，中国大陆翻译为“悉尼”，一见便知是外国地名，而港台将其译为“雪梨”^[9]，让人联想到水果，这显然是不可取的。近年来，欧美源外来词的汉化路径成为新的研究焦点^[10]。

有些音译词在音译的基础上，还要适当添加表示类属意义的词以表明类别，如单用“艾滋”，意义就不够明确，加上“病”字后马上给人一种类属感，即便不了解这到底是一种什么病，但起码知道这是一种病，而不是其他别的什么东西。类似的例子还有“bear”（啤酒），“cement”（士敏土）“桑拿浴（sauna）”、“沙丁鱼（sardine）”、“马海毛（mohair）”、“蹦极跳（bungee jumping）”、“吉普车（jeep）”、“坦克车（tank）”、“丁克家庭（DINK family）”等等。所以，适当添加表示类别的词，可以在心理联想方面起到一种导向的作用。

3 英源音译词的汉化趋势

音译是汉语吸收外来语的基本方式，但其接纳并非被动照搬，而是主动重塑：形与义皆经汉化，步步贴近民族心理与语言习惯。音译的汉化，常表现为“以音载义”的一步到位：译者直接拣取音近且义佳的汉字，使原词甫一落地便兼具声响与意蕴，无须历经多译并存的竞争淘汰。典型如碳酸饮料“Coca-Cola”定译“可口可乐”，四字既摹其音，又暗含“入口甘美、饮中生乐”；姊妹品牌“Pepsi-Cola”译作“百事可乐”，亦同此理，寄寓“万事顺遂，皆生欢喜”。Goldlion 这个品牌的字面意思是“金狮”，最初译为“金狮”，产品销路不佳，因为“金狮”与“金失”或“金尸”同音，改为“金利来”以后，符合生意人多多发财的愿望，加上意译的那个“金”字更可直接表达财源滚滚之意，让人不仅怦然心动，一下子畅销四方。“bowling”译为“保龄球运动”，不仅“保龄”二字很好地对应了“bowling”的音，字面的含义又是“保持年龄”之意，亦即“青春永驻”，这就非常有效地宣传了该运动的功效。从这些音译词的汉化翻译中皆可看出翻译匠心之独运，译文之巧妙^[1]。

汉语词汇音节较少的特点决定了汉字的同音和近音很多^[1]。究竟选用哪个汉字本无定规，所以，一个词在最初音译时，往往出现用字的多样性问题。如“sauna”一词就有“桑那”、“桑娜”、“桑拿”等译文；“mini”也有“弥尼”、“靡拟”、“谜拟”、“迷你”等几种译文。然而。一词多形现象势必影响交流和使用，所以，必须进行规范和统一^[5]。在对译词进行规范和统一的过程中，人们逐渐意识到了形义统一或构词的理据。以“pinang”一词为例，这个词曾有多种译文：“宾郎”、“宾木良”、“槟门”、“槟榔”等形式，到了明代李时珍的《本草纲目》里，“槟榔”被确定为标准样式。因为槟榔是植物^[1]，其木字旁对词义具有表示类别的作用，因而得到了认同。上面提到的“sauna”，现在一般定作“桑拿”，因为“拿”字容易让人想起既传统又时尚的保健法——推拿，因而得到普遍认同。“mini”中的“弥尼”、“靡拟”、“谜拟”只是单纯表音，而“迷你”则既表音，又可表意，理据显明而充分，因此得以流行。

也有一些音译词从用字的多样性趋于统一，并非是为了追求形义统一或构词理据，比如“India”曾译作“天竺”、“天毒”、“天笃”、“天督”、“身毒”等，后来定为“印度”则是唐玄奘“正音”的结果^[1]。应该说，许多音译词的最终定音，要么是因为权威的作

用,要么是因为流传久远而约定俗成。这是文字作为一种符号的特性使然,正所谓“名无固宜,约定俗成谓之宜”。很多音译词的外来语色彩很浓,也都照样流行,也是这个原因。

有一些词的音译最终为意译所取代,其主要原因要么是音译音节冗长,要么是音译词不达意,要么是音译易生误解,或各种情况兼而有之。如“president”在清朝时译为“伯里玺天地”,既不能表意,又冗长拗口,意译为“总统”就很自然了,立即得到了汉语的认同。

“violin”旧译“梵婀玲”,也是见音不见意,今译“小提琴”,则语义顿时明朗起来。有的音译用字受汉字表意作用的影响,容易引起歧义或误解。旧时把“拿破仑”译为“拿破轮”,传说一考生不知此是外国人的名字,面对“论项羽与拿破轮”的考题时,竟望文生义,写出“项羽乃‘力拔山兮气盖世’的英雄,何止拿一破轮?”的笑话,就是上了表意汉字的当^[1]。

汉字是表意体系的文字,这种文字的特点是形义关系十分密切。长期学习和使用汉字的人往往在潜移默化之中产生“望文生义”或“见形知义”的认知心理,于是便不自觉地根据字形或偏旁所提供的信息来认识其所代表的事物,如水旁的字当与水流有关,草头的字当与植物有关,等等,但仍有许多音译词的字形和它要表达的意义之间存在着偏离现象,这就给人一种“形义相悖”的陌生感,促使人们对其进行某种改造,在字形及其意义之间搭起某种联系的桥梁,使它们看起来更像本土词汇。音译词在用字方面经过不断的调整和改造,逐渐汉化,成为汉语中的有机部分^[6],其结果是丰富了汉语的词汇,也增强了汉语语言的表现能力。由此可见,音译用字^[8]“汉化”的现象是一种必然的发展趋势^[5]。

4 结语

音译词“汉化”主要是为了行文的方便,其实音译词本土化的内在动因并非单一,其中的微妙往往是各种因素交互作用的结果。不过可以肯定的是,音译词用字的“汉化”基本都是遵循这样一个原则,那就是坚持

形义统一,理据显明,或符合汉字的使用习惯,让人感觉不到它们是外来语词^[1],而更像是汉语的本土词汇,这就要求译者不仅要考虑两种语音单位互相转换的准确性问题,还要考虑翻译的结果进入到汉语词汇系统之后在应用层面上的规范性和可操作性。表意体系的汉字与表音体系的英词之间要实现信息的对等转换往往需要付出更多的努力,尤其需要译者须深植汉字文化素养,方能于转换之间因字制宜,使原语与译语的文字符号各得其所,进而促成两种文化之互通。

参考文献

- [1] 龚雪梅. 音译用字的文字学考察[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2006(4): 110-114.
- [2] 刘维一. 音译词与文化[J]. 成都大学学报(社会科学版), 2005(6): 47-50.
- [3] 郑厚尧. 汉语文化对音译外来词的规约[J]. 上海翻译, 2005(4): 32-35.
- [4] 孙萍. 文化视域下英汉语言文学比较研究与翻译[M]. 长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2007.
- [5] 李艳, 施春宏. 外来词语义的汉语化机制及深度汉语化问题[J]. 汉语学习, 2020(6): 23-31.
- [6] 欧阳友珍. 现代汉语外来词汉化轨迹及规律初探[J]. 南昌大学学报(人文社会科学版), 2022, 53(5): 102-109.
- [7] 朴奎陈. 基于近五年《人民日报》的汉语外来词研究[D]. 北京: 北京语言大学, 2024.
- [8] 孙道功. 音译词汉化程度的影响因素考察[J]. 北方工业大学学报, 2023, 35(1): 88-94.
- [9] 周健. 音译外来词评说[J]. 学术论坛, 2005-02-28.
- [10] 黄婷婷, 章宜华. 汉语中欧美外来词汉化研究的现状与前瞻[J]. 辞书研究, 2025(3): 45-53.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS