

Wie lassen sich populäre Internetneologismen übersetzen? Übersetzungsbeispiele aus drei Essays rund um das *diǎosī*(屌丝)-Phänomen

Julia Buddeberg

Abstract

Im Zuge der Digitalisierung der chinesischen Gesellschaft stößt man als Übersetzer kulturjournalistischer Texte immer wieder auf schwer zu übersetzenden Internetslang. Inwiefern dabei die Übersetzungsstrategien der Reali-enübersetzung angewandt werden können, soll im Kontext eines konkreten Übersetzungsauftrags anhand von Textbeispielen aus drei Essays gezeigt werden. Im Zentrum der Essays steht der im Internet aufgekommene Neologismus 屌丝 (*diǎosī*), der den „Losertyp“ der chinesischen Gesellschaft charakterisiert und in China eine breite Rezeption erfuh.

Beitrag eingereicht am 13.02.2017; akzeptiert am 12.06.2017

Keywords: Neologismus, Internet, Übersetzung

1. Einleitung

„Welche Schwierigkeiten und Herausforderungen stellen sich durch Wandel und Erweiterung der chinesischen Gegenwartssprache in der Übersetzung?“ – dies war eine der zentralen Fragen, die auf der „4th International Sinologists Conference on Translating Chinese Literature“¹ thematisiert wurde. In diesem Kontext wurde auch die Übersetzung von populären „Internetneologismen“ (网络新词 *wǎngluò xīncí*) diskutiert, die von chinesischen Netizens in Internetforen geprägt werden und Teil der chinesischen Populärkultur sind. Während sich die Wissenschaft bisher beispielsweise mit den soziolinguistischen Dimensionen der „Chinese Internet Language“ (Gao 2007) bzw. mit der Übersetzung isolierter chinesischer Neologismen im Internetzeitalter (Yu 2015) auseinandergesetzt hat, soll in diesem Beitrag gezeigt werden, wie sich im Rahmen eines konkreten Übersetzungsauftrags Internetslang im Textkon-

¹ Die „4th International Sinologists Conference on Translating Chinese Literature“ (第四次汉学家文学翻译国际研讨会 *Dì sì cì hàn xué jiā wén xué fānyì guó jì yán tǎo huì*) fand im August 2016 auf Einladung der China Writers Association (中国作家协会 *Zhōngguó zuò jiā xié huì*) in Changchun statt.

text übersetzen lässt und inwiefern dabei die Übersetzungsstrategien der Realienübersetzung nach Markstein (2006) angewendet werden können.

Im Zentrum der drei chinesischen Essays, die im Jahr 2013 für das Goethe-Institut übersetzt wurden, steht dabei neben anderen Neologismen das Wort 屌丝 (*diǎosī*), das – um die Bedeutung vorwegzunehmen – den „Losertyp“ der chinesischen Gesellschaft charakterisiert. Um die konkreten Rahmenbedingungen des translatorischen Handelns abzustecken, wird zunächst der Übersetzungsauftrag vorgestellt. Es folgt eine nähere Betrachtung des Internetneologismus 屌丝, bevor im Hauptteil ausgewählte Textstellen auf Grundlage der Realienübersetzung analysiert werden. Zuletzt soll in einem Ausblick auch eine Brücke zum Übersetzungsunterricht geschlagen und thematisiert werden, inwiefern die Beschäftigung mit Internetneologismen auch hier bereichernd sein kann.

2. Übersetzungsauftrag

Gemäß der funktionalen Übersetzungstheorie wird das Ziel des Übersetzungsprozesses nicht allein durch das Informationsangebot des Ausgangstextes bestimmt, sondern vielmehr durch den Zweck der konkreten Übersetzung (Reiß und Vermeer 1984: 96). Für den Übersetzer orientiert sich dieser Zweck am Übersetzungsauftrag, denn „[t]ranslatorisches Handeln ist bestimmt von den Aufgabenstellungen der Auftraggeber“ (Stolze 2011: 195). Diese „Aufgabenstellungen“ bleiben in der Praxis allerdings oft diffus, da sie bei Auftragsvergabe selten ausformuliert werden und stattdessen vom Übersetzer eher implizit erschlossen werden müssen.

Anfang März 2013 beauftragte mich die Redaktion des Pekinger Goethe-Instituts, einige Essays zum Thema des damals in China aufgekommenen 屌丝-Phänomens² für das Internetportal des Goethe-Instituts ins Deutsche zu übertragen. Übersetzt man regelmäßig für einen Kunden, bekommt man eine gewisse Routine, die Anforderungen des Auftrags automatisch zu antizipieren. Trotzdem soll an dieser Stelle deutlich gemacht werden, welcher Informationen sich der Übersetzer im dem vorliegenden Fall bedienen könnte, um die Rahmenbedingungen der Übersetzung bezüglich Zieltextadressaten, intendierter Funktion des Zieltextes, Zeit und Ort der Rezeption, Medium der Veröffentlichung sowie Anlass der Textproduktion bzw. der Übersetzung (vgl. Nord 2010: 56f.) einzuschätzen.

Auf seiner Internetseite formuliert das Goethe-Institut Peking unter dem Menüpunkt „Aufgaben und Ziele“ seinen Auftrag, den interkulturellen Austausch zwischen China und Deutschland zu fördern.³ Dieser allgemeine An-

² Yang, Tang und Wang (2015) betrachten den Typus des 屌丝-Losers aufgrund seiner breiten Rezeption in den verschiedensten Medien als soziokulturelles Massenphänomen.

³ Siehe online: <www.goethe.de/ins/cn/de/ueb/auf.html> (Zugang: 17.01.2017).

satz wird z. B. in einem Newsletter vom 29.03.2013 spezifiziert, wenn es heißt, die Website des Goethe-Instituts setze sich zum Ziel „aktuelle Diskurse in China und Deutschland aufzugreifen und anzuregen“. Dieser Anspruch des deutsch-chinesischen Dialogs wird dadurch verstärkt, dass alle Artikel auf Deutsch und Chinesisch – und mittlerweile auch auf Englisch – erscheinen. So kann man auf der Website mit einem Mausklick vom Originaltext zur Übersetzung gelangen, weshalb die Beiträge nicht nur von an China interessierten Deutschen und an Deutschland interessierten Chinesen gelesen werden, sondern – wie ich von Studierenden weiß – auch bei Chinesisch-Lernenden zum Zweck des Sprachvergleichs anhand aktueller Texte beliebt sind. Da die „Beschaffenheit der Übersetzung“ laut dem für meine Übersetzungen geschlossenen Rahmenvertrag „[...] eine journalistische Umsetzung des [...] Originalartikels sein und sich so weit wie möglich am Originaltext orientieren“ soll,⁴ eignen sich die zwei- bis dreisprachigen Versionen der Beiträge tatsächlich recht gut dazu, um einen relativ klar nachvollziehbaren Übersetzungsvergleich anzustellen, und können zu diesem Zweck im Übersetzungsunterricht eingesetzt werden.

Als Zieladressat der vom Chinesischen ins Deutsche übersetzten Texte können also Leser angenommen werden, die, wenn nicht mit der chinesischen Kultur vertraut, so doch an ihr interessiert sind. In Einzelfällen sind die Rezipienten sogar in beiden Kulturen verortet und können die Texte in beiden Sprachen lesen. Diese Annahme wird von der Vorgabe der Redaktion gestützt, wonach bei chinesischen Namen, Eigennamen oder speziellen chinesischen Begriffen die Schriftzeichen in Klammern anzugeben sind.⁵

Der Newsletter, der am 20.03.2013 – allerdings nachdem die Übersetzungen bereits abgeschlossen waren – den Lesern des Onlineportals den Themenschwerpunkt 屌丝 ankündigte, macht zudem den aktuellen Anlass und das Thema der Veröffentlichungen deutlich:

Zunächst laden wir Sie ein, mit uns das neue Fokusthema „Diaosi“ (屌丝) zu erforschen. Ein aktuelles Schlagwort in China, das sich in selbstironischer Weise auf prekäre Tendenzen in der chinesischen Arbeitswelt bezieht.⁶

Ist man als Übersetzer zu einer Einschätzung des Übersetzungsauftrags gelangt, wird man sich im Übersetzungsprozess mit den spezifischen translatorischen Problemen auseinandersetzen. Im Fall der zu untersuchenden Texte stellte sich dabei insbesondere die Frage, wie die darin gehäuft vorkommenden Internetneologismen ins Deutsche zu übertragen sind.

⁴ Aus dem der Autorin vorliegender *Rahmenvertrag* vom 09.03.2010, § 4 (1).

⁵ Aus den der Autorin vorliegenden Allgemeinen Standards und Informationen für Übersetzer des Goethe-Instituts Peking.

⁶ Aus: *Newsletter Deutsch-Chinesisches Kulturnetz* vom 29.03.2013.

3. Der Internetneologismus 屌丝

Einen Neologismus kann man nach Hadumod Bußmann definieren als „neu eingeführten oder neuartig gebrauchten sprachlichen Ausdruck“ (Bußmann 2002: 463). Der aus dem Chinesischen übernommene Begriff „Internetneologismus“ (网络新词 *wǎngluò xīncí*) bezieht sich genauer auf Wörter, die, obgleich sie auch im mündlichen Sprachgebrauch Verwendung finden mögen, vor allem jedoch durch Netizens in den sozialen Netzwerken geprägt wurden und zunächst in Internetforen Verbreitung fanden. Shei spricht hierbei von „neologisms on the web“ und zählt darunter unter anderem „those representing newly conceived classes of people“ (Shei 2014: 319). In diese Kategorie fällt auch der Ausdruck 屌丝, der im Jahr 2011 im Rahmen einer Online-Diskussion in einem Fußballforum aufkam und in den chinesischen Medien einen intensiven Diskurs auslöste (Yang, Tang und Wang 2015: 201ff.).

Als Übersetzer geht es bei erster Begegnung mit einem Internetneologismus zunächst darum, dessen Bedeutung zu klären, bevor über Übersetzungslösungen nachgedacht werden kann. Das Wort 屌丝 war zum Zeitpunkt des Übersetzungsauftrags noch in keinem Wörterbuch zu finden. Der Bedeutung der Einzelmorpheme nach ist *diǎo-sī* (屌丝) als „Penis-Haar“ zu lesen, was zunächst ungewöhnlich vulgär klingt, aber für die Bedeutung noch wenig aufschlussreich ist. Um die genauere Implikation von Neologismen zu erfahren, ist man, sofern man nicht einen chinesischen Muttersprachler bei der Hand hat, meist auf Online-Recherche angewiesen, wobei bevorzugt eine chinesische Originalquelle zur Klärung der Definition herangezogen werden sollte. So findet sich in der chinesischen Online-Enzyklopädie Baidu ein relativ ausführlicher Eintrag zum Thema 屌丝, der hier seinem wesentlichen Inhalt nach zusammengefasst werden soll: Baidu zufolge ist das Wort 屌丝 ein „spöttischer Ausdruck der Internetkultur“, der zunächst als Anrede für die, was Geld und Aussehen betrifft, weniger begünstigten chinesischen Bevölkerungsgruppen verwendet wurde. Nach seiner weiteren Verbreitung im Jahr 2012 sei 屌丝 als Modewort auch von Angehörigen der Mittelschicht in selbstironischer Weise aufgegriffen worden, um sich so dem in China herrschenden starken sozioökonomischen Erfolgsdruck bewusst zu entziehen. „Die 屌丝-Kultur ist nichts weniger als das Erstarken einer virtuellen Subkultur im Internet angesichts sozialer Umwälzungen und das Wort 屌丝 eine humorvolle-Selbstverspottung“.⁷

⁷ Siehe online: <<http://baike.baidu.com/item/屌丝/1415463>> (Zugang: 30.12.2016).

4. Analyse der Textbeispiele

4.1. Die Übersetzung von Neologismen mit den Strategien der Realienübersetzung

Durch die Klärung des Begriffs 屌丝 mittels Baidu wurde deutlich, dass es sich dabei um einen komplexen soziokulturellen Begriff mit vielfältigen Konnotationen handelt. Für den Übersetzer stellt die Übertragung eines Neologismus, wie auch Peter Newmark feststellt, generell eine besondere Herausforderung dar:

Neologisms are perhaps the non-literary and the professional translator's biggest problem. New objects and processes are continually created in technology. New ideas and variations on feelings come from the media. Terms from the social sciences, slang, dialect coming into the mainstream of language, transferred words, make up the rest (Newmark 1998: 140).

Aus der Begriffsklärung geht außerdem hervor, dass der Neologismus 屌丝 als ein sprachgebundenes, kulturspezifisches Phänomen zu betrachten ist, was ihn aus übersetzungswissenschaftlicher Sicht in die Nähe der „Realie“ rückt, für die Elisabeth Markstein folgende Definition anbietet:

[...] Element des Alltags, der Geschichte, der Kultur, der Politik u. dergl. eines bestimmten Volkes, Landes, Ortes, die keine Entsprechung bei anderen Völkern, in anderen Ländern, an anderen Orten hat (Markstein 1999: 288).

Markstein erläutert weiter, dass die Realien als „Identitätsträger eines nationalen/ethnischen Gebildes, einer nationalen/ethnischen Kultur“ in der Übersetzung „einer größeren oder geringeren Transformation, zumindest einer kontextuellen Erklärung“ (Markstein 1999: 288) bedürfen. Sie bietet für die Übersetzung von Realien vier „translatorische Lösungen“ an: (1) die Übernahme aus der Ausgangssprache als Zitatwort bzw. für den Fall fremder Schriftsysteme als Transkription, (2) die Lehnübersetzung als wörtliche Übersetzung, (3) die Analogiebildung als sinngemäße Entsprechung in der Zielsprache (oft in Kombination mit einer Erläuterung) oder (4) die kommentierende Übersetzung (vgl. Markstein 1999: 290f.).

In der folgenden Analyse soll untersucht werden, inwiefern die genannten vier Übersetzungsstrategien bei der Übertragung von Internetneologismen in den Essays zum Einsatz kamen. Da die gewählte Übersetzungsstrategie auch davon abhängt, an welcher Textstelle der Internetneologismus auftritt, wurde die Analyse in Essay-Überschriften, die Einführung der Internetneologismen, die Wiederaufnahme des Begriffs in Pinyin-Transkription und die Übersetzung durch Analogiebildung untergliedert.

Weil die übersetzten Texte im vorliegenden Beitrag nur auszugsweise abgedruckt werden können, sollen sie hier zunächst in aller Kürze vorgestellt

werden. Die Essays haben jeweils einen Umfang von 2.000 bis 2.600 Schriftzeichen und können im weiteren Sinne als gesellschafts- oder kulturkritische Essays betrachtet werden, die das 屌丝-Phänomen, wenn auch mit unterschiedlichem Fokus, zum Gegenstand haben.

- a) Hu 2013: In 从“屌”到“屌丝” (Von „Diao“ zu „Diaosi“) analysiert der Dichter Hu Xudong (胡续冬) ausgehend von eigenen Jugenderinnerungen an die Subkultur der 1980er und 1990er Jahre die heutigen Schlagworte sozialer Distinktion.
- b) Pu 2013: Pu Huangyu (蒲黄榆), Journalist aus Peking, betrachtet in seinem Artikel 屌丝与国人对自我认知的寻找 (*Diaosi und die chinesische Suche nach sich selbst*) den 屌丝-Begriff als Synonym für eine Klasse ohne politische Privilegien, die nach einem eigenen Selbstverständnis sucht, und erkennt in dieser Suche eine erwachende Sozialkritik nach der entpolitisierten Phase der 1990er Jahre und der Dekade nach 2000.
- c) Zhu 2013: Filmkritiker Zhu Jingjiang (朱靖江) beleuchtet in seinem Beitrag 屌丝电影 (*Der Diaosi-Film*) den 屌丝-Film als eigenes Genre und benennt Vorläufer und kommerzielle Kinoerfolge.

Bei den analysierten Textstellen findet sich die Übersetzung zur direkten Vergleichbarkeit direkt unter der Ausgangstextpassage, auf eine Wiedergabe der Textstellen in Pinyin wurde aus Platzgründen verzichtet.

4.1.1. Die Essay-Überschriften

Wie der Kurzzvorstellung der Essays zu entnehmen ist, taucht bereits in den Artikelüberschriften das Wort „屌丝“ zunächst ohne nähere Erläuterung auf. Titel und Überschriften können grundsätzlich als „kommunikative Einheiten“ (Nord 2006: 292) mit starker kulturspezifischer Prägung betrachtet werden, die in der Übersetzung bei großer kultureller Distanz oft einer entsprechenden formalen Adaption bedürfen (Nord 2006: 292f.). In den vorliegenden Beispielen wurden die Überschriften allerdings relativ wörtlich übersetzt und der Internetneologismus 屌丝 zunächst als Signalwort des Fokus-Themas unerklärt in Pinyin-Transkription und wie von der Redaktion gewünscht ohne Tonzeichen übernommen. Dies ist mit dem Postulat einer relativ knappen und wörtlichen Titelübersetzung zu begründen, die sich nicht zu weit von dem nur einen Mausklick entfernt liegenden Ausgangstext entfernen soll.

4.1.2. Die Einführung der Internetneologismen

Da das Wort 屌丝 auch in China ein zunächst nur in einem bestimmten Milieu verwendeter Neologismus war, wird in jedem einzelnen der Essays der Begriff 屌丝 von den Autoren mehr oder weniger ausführlich eingeführt. Pu beispielsweise bettet in dem ersten untersuchten Übersetzungsbeispiel die Definition des 屌丝 in ein breites kontextuelles Sprachfeld ein und thematisiert durch den Bezug auf weitere häufig in Zusammenhang mit 屌丝 genannte Internetneologismen ein modernes chinesisches Klassenbewusstsein:

“屌丝”本是个上不得台面的词，[...]屌丝，引申为生理、财富和美感上处于社会底层的男性，矮、搓、穷。高帅富，指在生理、金钱和审美上占绝对优势的男性。白富美，指和高帅富同一阶层的女性。黑木耳指和屌丝处于同一阶层的女性。女神，指屌丝心中渴望的求偶对象。(Pu 2013)

Das Wort Diaosi [屌丝, wörtlich: „Schwanzhaare“, selbstironische Bezeichnung für die große Gruppe sozialer und ökonomischer Verlierer in China, Anm. d. Übers.] nimmt man eigentlich nicht in den Mund. [...] Mit Diaosi meint man Typen, die hinsichtlich Physiognomie, Vermögen und Stilempfinden in der Gesellschaft ganz unten stehen. Sie sind kleinwüchsig, hässlich und arm. Die Gaoshuaifu [高帅富, wörtlich: „großgewachsen, attraktiv und reich“] hingegen bezeichnen Männer, die physiologisch, finanziell und in Sachen Geschmack absolut im Vorteil sind. Die Baifumei [白富美, wörtlich: „hellhäutig, reich und schön“] gehören als Frauen zur selben Klasse wie die Gaoshuaifu und die Heimu'er [黑木耳, wörtlich: „schwarze Morchel“, übertragen: Flittchen, Anm. d. Übers.] wiederum stehen auf einer Stufe mit den Diaosi. Die Nüshen schließlich [女神, wörtlich: Göttinnen, Bezeichnung für ein schönes, meist jungfräuliches Mädchen, Anm. d. Übers.] ist die Angebetete, von der ein Diaosi insgeheim träumt.

Wie an dieser Textstelle ersichtlich wird, liefert der Autor im Ausgangstext für die Neologismen, die bestimmte soziale Gruppen beschreiben, einerseits bereits Erläuterungen mit, die vom Übersetzer leicht übertragen werden können. Andererseits aber steht der Übersetzer durch die metasprachliche Reflexionsebene des Artikels trotzdem vor dem Problem, chinesische Bezeichnungen einführen zu müssen, für die es im Deutschen keine direkte Entsprechung gibt.

Betrachtet man die Stellen, an denen die Internetneologismen auftauchen, genauer, wird für deren Übertragung ins Deutsche bereits ein bestimmtes Muster erkennbar: Zunächst wird das Wort in Pinyin-Transkription ohne Tonzeichen wiedergegeben und das, da es sich bei den Wörtern um Perso-

nenbezeichnungen handelt, in Großschreibung.⁸ Es folgt in Klammern eine metasprachliche Erläuterung, die sich zusammensetzt aus dem Originalbegriff in Schriftzeichen, einer wörtlichen Übersetzung der einzelnen Zeichen und – falls deren Bedeutung nicht selbsterklärend ist – einer möglichst knapp zu haltenden Erläuterung, die als Anmerkung des Übersetzers gekennzeichnet ist. Auf diese Weise vermitteln sich dem deutschen Leser die chinesischen Neologismen als „Zitatworte“ (Markstein 2006: 291) in Pinyin-Romanisierung, wobei der ihm fehlende assoziative Rahmen der Begriffe nachstehend mitgeliefert wird.

Nicht immer haben die im Text auftauchenden Internetneologismen so vielschichtige Konnotationen, dass explizite Erklärungen in Klammern nötig werden. Mitunter gibt es elegantere Möglichkeiten, einen Begriff beispielsweise durch eine als Apposition gesetzte selbsterklärende Lehnübersetzung oder annähernd wörtliche Übertragung ohne weitere Kommentare einzuführen. So ist z. B. bei Hu von den „*fú'èrdài* (福二代)“ „Reichen der zweiten Generation“ die Rede, oder es heißt bei ihm an anderer Stelle:

男屌丝与高帅富、女屌丝与白富美之间存在着不可逾越的鸿沟。(Hu 2013)

Zwischen den männlichen Diaosi und den Gaoshuaifu (高帅富), den großgewachsenen, attraktiven und reichen Männern, einerseits und den weiblichen Diaosi und den Baifumei (白富美), den hellhäutigen, reichen und schönen Frauen, andererseits besteht eine unüberwindliche Kluft.

4.1.3. Die Wiederaufnahme des Begriffs in Pinyin-Transkription

Nachdem die subkulturellen Internetneologismen einmal als sprachgebundene, kulturspezifische Ausdrücke eingeführt worden sind und der deutsche Leser nun ein Bild von der Bedeutung und den kontextuellen Bezügen der Begriffe hat, können die Termini in der weiteren Übersetzung einfach in ihrer romanisierten Form als Zitatworte verwendet werden. Etwa wenn Hu im letzten Abschnitt seines Essays beschreibt, wie sich in der Benennung der sozialen Gruppierungen das „Verständnis sozialer Distinktion“ dreißig Jahre nach Einführung der Reform- und Öffnungspolitik ausdrückt:

男女屌丝和高帅富、白富美之间巨大的社会经济状况反差是“屌丝”一词得以撒播的前提，“屌丝”一词折射出浓郁的阶层地位敏感性，如此多的网民认同“屌丝”所指代的卑微生存，说明社会阶层的剧烈分化已经成为普通民众认知现实的一个极其重要的维度。(Hu 2013)

⁸ Die Redaktion des Goethe-Instituts gab formal vor, dass *diāosī* in den Übersetzungen als Personenbezeichnung groß und, wenn es um den Begriff geht, klein und ohne Tonzeichen geschrieben werden sollte.

Die gewaltigen sozioökonomischen Diskrepanzen zwischen den männlichen und weiblichen Diaosi und den Gaoshuaifu und Baifumei sind die Voraussetzung dafür, dass die Diaosi heute in aller Munde sind. In dem Ausdruck spiegelt sich eine hohe Sensibilität für Klasse und Status wider. Dass sich so viele Netizens mit der rangniederen Existenz eines Diaosi identifizieren, zeigt einmal mehr, dass die strikte gesellschaftliche Klassentrennung die Wahrnehmung der Normalbevölkerung maßgeblich bestimmt.

Des Weiteren taucht der Begriff der 屌丝 im Ausgangstext verschiedentlich in Kombination mit anderen Wörtern auf, was im Deutschen durch die einfache Bildung eines Kompositums mit Bindestrich wiedergegeben werden kann. Beispiele dafür finden sich etwa bei Pu 2013 als 屌丝系 *diǎosīxì* = *Diaosi*-Fraktion oder 屌丝一代 *diǎosī yīdài* = *Diaosi*-Generation.

4.1.4. Die Übersetzung durch Analogiebildung

Auch wenn das Zitatwort in Pinyin-Romanisierung – ist es einmal eingeführt – eine relativ bequeme Rezipierbarkeit bietet, wurden auch andere Übersetzungsstrategien eingesetzt, die den deutschen Zieltext noch etwas anschaulicher und abwechslungsreicher gestalten können. Eine Möglichkeit ist dabei die Analogiebildung, die Elisabeth Markstein als „Verwendung eines sinngemäß entsprechenden ZS-Wortes“ (Markstein 2006: 291) charakterisiert. Zwei translatorische Lösungen in Form der Analogien des „Verlierers“ bzw. „Losers“ wurden beispielsweise angewandt, als Zhu ein paar Fragen zum Erfolg des 屌丝-Typs im Film aufwirft:

电影《人再囧途之泰囧》何以其吸引了无数自认“屌丝”的年轻观众？与改革开放之初的早期“屌丝”电影相比，如今的“屌丝”文化反映了怎样的社会变迁？(Zhu 2013)

Weshalb ist der Film *Lost in Thailand*⁹ ein so großer Erfolg bei zahllosen jungen chinesischen Zuschauern, die sich als Verlierer der Gesellschaft fühlen? Welcher gesellschaftliche Wandel zeichnet sich im Vergleich zu den Filmen über Loser-Typen aus der Anfangszeit der Reform- und Öffnungspolitik in der heutigen Diaosi-Kultur ab?

⁹ Die Slapstick-Komödie von Xu Zheng (徐峥) über drei Chinesen, die nach Thailand reisen, war im Jahr 2012 der erfolgreichste chinesische Film aller Zeiten. Der chinesische Titel verwendet zwei Mal das Schriftzeichen „囧“ (*jiǒng*), das grafisch an einen zerknirschten Gesichtsausdruck erinnert und unter chinesischen Netizens zum Symbol der 屌丝 wurde.

4.2. Fazit

Wie gezeigt wurde, stellt die Übersetzung von Internetslang mit der zunehmenden Digitalisierung der chinesischen Gesellschaft auch für den Übersetzer eine Herausforderung dar, die insbesondere in den aktuellen soziokulturellen Bezügen der Wortschöpfungen liegt. Die Internetneologismen sind oft vielschichtige sprachliche Phänomene, die besondere Übersetzungsstrategien erfordern. Dabei wurde anhand der Übersetzungsbeispiele gezeigt, dass für die sprachlich-kulturelle Übertragung der Neologismen die von Markstein empfohlenen Übersetzungsstrategien der Realienübersetzung in Frage kommen.

Allen Texten des 屌丝-Fokus war gemein, dass hier bereits im Ausgangstext über sprachliche Phänomene des chinesischen Internetslangs nachgedacht wird. Ein metasprachlicher Gehalt, der bei der Übersetzung berücksichtigt werden musste und sich zugleich durch die Übersetzung in die Zielsprache noch potenzierte. Da die Internetneologismen in den Essays später unter verschiedenen Aspekten wieder aufgegriffen wurden, mussten sie, nachdem sie in der Überschrift als Zitatwort verwendet wurden, bei ihrem ersten Auftauchen im Fließtext in ihrer Begrifflichkeit und in ihren teilweise vielschichtigen Bedeutungsebenen zunächst relativ explizit eingeführt werden. Dies geschah durch die Transkription in Kombination mit wörtlicher Übersetzung und/oder mehr oder weniger umfangreichen Begriffserläuterungen. Ist der Neologismus einmal eingeführt, gewinnt der Übersetzer hingegen mehr Freiheit, ihn kontextbezogen entweder als Zitatwort oder in Analogiebildung zu übersetzen.

4.3. Ausblick

Die Kombination aus sprachlicher Neuschöpfung und soziokulturellem Bezug macht Internettexpte auch für den Einsatz im Übersetzungsunterricht wertvoll. Texte mit Neologismen, die noch in keinem Wörterbuch zu finden sind und zudem ein besonderes Verständnis der chinesischen Kultur und Gesellschaft voraussetzen, eignen sich dazu, Übersetzungsprobleme zu identifizieren, Recherchestrategien zu thematisieren und Diskussionen über translatorische Lösungen anzustoßen. Im Übersetzungsunterricht können von den Studierenden beispielsweise nach einer Einführung in die dargestellten Übersetzungsstrategien aktuelle Blogbeiträgen auf Sina Weibo (*Xīnlàng Wēibó* 新浪微博) für eine Übersetzungsübung herangezogen werden. Die Studierenden sollen die Internetneologismen zunächst erkennen, durch Online-Recherche klären und schließlich kontextbezogene Übersetzungslösungen erarbeiten.

Mit der Untersuchung der Übersetzungsbeispiele rund um das 屌丝-Phänomen wurde ein erster Versuch gemacht, die Übersetzung chinesischer Internetneologismen mit den Mitteln der Realienübersetzung darzustellen. Angesichts der zunehmenden Digitalisierung der chinesischen Gesellschaft ist jedoch anzunehmen, dass die Sprache der Internetforen mit ihren Neologismen Übersetzer wie Lernende auch in Zukunft beschäftigen wird.

Literatur

- Bußmann, Hadumod (2002), *Lexikon der Sprachwissenschaft*, 3. aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart: Kröner.
- Gao, Liwei (2007), *Chinese Internet Language. A Study of Identity Constructions*, München: Lincom Europa.
- Hu, Xudong 胡续冬 (2013), 从“屌”到“屌丝” (*Cóng „diǎo“ dào „diǎosī“*, Von „Diao“ zu „Diaosi“), online: <www.goethe.de/ins/cn/zh/kul/mag/20629863.html> und <www.goethe.de/ins/cn/de/kul/mag/20629863.html> (Zugang: 05.05.2017).
- Markstein, Elisabeth (2006), Realia, in: Mary Snell-Hornby und Hans G. Höning et al. (Hrsg.), *Handbuch Translation*, zweite Auflage, Tübingen: Narr, 288–291.
- Newmark, Peter (1988), *A Textbook of Translation*, London: Prentice Hall.
- Nord, Christiane (2006), Buchtitel und Überschriften, in: Mary Snell-Hornby und Hans G. Höning et al. (Hrsg.), *Handbuch Translation*, zweite Auflage, Tübingen: Narr, 292–294.
- Nord, Christiane (2010), *Fertigkeit Übersetzen. Ein Kurs zum Übersetzenlehren und -lernen*, Berlin: BDÜ Fachverlag.
- Pu, Huangyu 蒲黄榆 (2013), 屌丝与国人对自我认知的寻找 (*Diǎosī yǔ guórén duì zìwǒ rènzhī de xúnzhǎo*, *Diaosi und die chinesische Suche nach sich selbst*), online: <www.goethe.de/ins/cn/zh/kul/mag/20629898.html> und <www.goethe.de/ins/cn/de/kul/mag/20629898.html> (Zugang: 05.05.2017).
- Reiß, Katharina und Hans J. Vermeer (1984), *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*, (= Reihe: Linguistische Arbeiten 147), Berlin: De Gruyter, (2. Aufl. 1991, reprint 2010).
- Shei, Chris (2014), *Understanding the Chinese Language: A Comprehensive Linguistic Introduction*, London und New York: Routledge.
- Stolze, Rade Gundis (2011), *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*, 6. Auflage, Tübingen: Narr.
- Yang, Peidong, Tang Lijun und Wang Xuan (2015), *Diaosi as infrapolitics: scatological tropes, identity making and cultural intimacy on China's Internet*, online: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443714557980>> (Zugang: 20.01.2017).

- Yu, Richard (2015), Translation of Chinese Neologisms in the Cyber Age, in: Leong Ko und Ping Chen (Hrsg.), *Translation and Cross-Cultural Communication Studies in the Asia Pacific*, Leiden, Boston: Brill Rodopi, 189–204.
- Zhu, Jingjiang 朱靖江 (2013), 屌丝电影 (*Diǎosī diànyǐng, Der Diaosi-Film*), online: <www.goethe.de/ins/cn/lp/kul/mag/deindex.htm> (Zugang: 30.04.2013).

通俗网络新词的翻译策略——以三篇关于“屌丝”现象的散文翻译为例

摘要

随着中国社会网络化进程的发展，译者在翻译文化新闻类篇章时经常会遇到难以翻译的网络用语。在本文中，笔者将从一项具体的翻译任务出发，选择三个散文中的实例，阐明如何运用相应策略翻译文化特征词。散文中的核心词是在网络上出现的网络新词“屌丝”，这个词表示中国社会中的失败者，为广大读者所接受。