

时尚网络新词的模因理据分析

夏玉宇¹,李珂²

(1. 广东商学院, 广州 510320; 2. 湖南工业大学, 湖南 株洲 412007)

摘要:时尚网络新词是网络技术环境下语言发展的新形态,是一种语言变异现象。基于达尔文进化论来解释文化进化规律的模因论,为研究网络语言成功复制和传播以及它们在交际中的语言特色提供了理论依据。网络模因之所以被复制和传播,是由于它凸显人情、经济直观、追求时尚、彰显幽默、蔑视传统、崇尚创新。

关键词:时尚网络新词;模因论;网络语言

随着国际互联网迅猛发展,一场以网络化、数字化为特征的通信方式发生了根本性变革,给人们带来了信息交流的多种方式,改变着人们的生活方式和观念。在互联网上,网民们通过BBS(电子布告栏)、网上论坛、虚拟社区、聊天室、QQ、网络游戏为主要载体进行交流,因此,根植于传统语言但又独具特色的网络语言这一新的语域得以浮出水面。网络语言从性质上说,不是一门新语言,而是一种新的社会方言,是以网络作为传播媒介所使用的语言系统,在这个言语社团里,谁都可以畅所欲言,也可以创造新的用法。一旦一种语言的突破得到大家的认可,就会很快在网上传播开来。例如,偶(我)、稀饭(喜欢)、菜鸟(trainee网上新手)、大虾(网络高手)、荡(download下载)、3x(thanks)、酱紫(这样子)、帖子(指网络论坛上发表的文章)、灌水(指论坛中乱发帖子)、闪(离开)等等,这些时尚新词在网上被广为模仿、复制和流传。

基于新达尔文进化论观点来解释文化进化规律的模因论(Memetics)研究,在西方学术界正如火如荼地展开,现国外已有专门的模因学术期刊,网上有模因中心、控制论原理等专题网页和讨论小组,模因一词已得到广泛传播,进入到了心理学、社会学、文化学、哲学等领域。近年来,我国学者们也开始积极介入,模因论也成为当前人文社会科学研究热点之一。国内最早对语言模因进行研究的是何自然,他

总结了模因研究的几个流派:信息观、传染观、文化进化观、模因符号观。^[1]因模因论与语言之间的研究刚刚起步,尚未形成一定的系统性。尤其将模因论和网络语言中时尚新词结合的研究还很少。本文拟以国内外模因学研究成果为基础,根据网络语言发展的现状及变化趋势,探讨时尚网络新词模因的必备标准、周期和表现形式,分析网络语言中的模因能被复制和传播的原因,希望为网络语言理解及其使用带来一些新启示。

一 时尚网络新词的模因理据

英国牛津大学著名动物学家和行为生态学家 Dawkins 1976年在《The Selfish Gene》一书中,首次正式提出模因是文化进化的单位。他在书中最后一章中问道:文化领域有没有一种类似基因的东西,也在文化进化过程中起重要作用呢? Dawkins的回答是肯定的。他认为,除了DNA以外,还存在另外一种复制因子。他将这种复制因子命名为“模因(meme)”。^[2]^[192]“meme源自希腊词“mineme”,意指“被模仿的东西”。模因论是基于达尔文进化论的观点解释文化进化规律的一种新理论。它试图从历时和共时的视角,对事物之间的普遍联系以及文化具有传承性这种本质特征的进化规律进行诠释。^[3]模因论认为,模因是一种与基因相似的现象。基因通过遗传而繁衍,模因是通过模仿而传播。作为文化传播单位,模因的表现形式繁多,像“音乐曲调、

收稿日期:2008-11-05

基金项目:株洲市社科联课题“时尚新词语及其社会文化心理蕴涵研究”(ZZSK08023);湖南省教育厅科学研究项目“时尚新词及其语用价值考察分析”(08C054)

作者简介:夏玉宇,女,湖南株洲人,广东商学院讲师,硕士;研究方向为语用学;李珂,女,湖北武汉人,湖南工业大学副教授,硕士,主要研究方向为语用学及方言学。

思想观念、谚语、服装样式、房屋建筑样式、链式信件和电子邮件病毒、宗教等等,传播开来就是各种各样的模因。^{[4]16}任何一个信息,只要它能够通过“模仿”而被“复制”,就可称为模因。模因与模因之间也会相互支持,集结在一起形成一种关系密切的模因集合,这就是模因复合体。

网络语言作为语言的一种变体,也是通过模仿而传播的语言模因,体现了文化进化的规律。模因论为研究网络语言成功复制和传播,以及它们在实际中的语言特色及其成因提供了理论依据。

(一)时尚网络新词成功模因必备的标准

道金斯提出成功模因有三个衡量标准,即“保真度、多产性和长寿性”。^{[2]245}任何一个事物,与它发生竞争关系的事物相比,只要它能够在保真度、多产性、长寿性方面占优势,那么它必定在这种竞争关系中获胜,成为成功模因。布莱克摩尔也指出“在所有可能的模因中,只有很少一部分能成功地从一个人的头脑被拷贝到另一个人的头脑”。^{[4]165}例如,网络语言中的“网”字通过衍生产生了诸如“网虫”、“网恋”、“网蝶”、“触网”、“网友”、“网上冲浪”等词。“网”这一简单模因通过诸多模因复合体被广泛复制传播,提高了多产性;同时,由于“网”具有继续衍生新词的能力,它的长寿性和保真度也被提高。下面将通过成功模因的三个标准,从网络语言中的强势模因和模因复合体这两个层面进行分析。

1.时尚网络新词中的强势模因。网络语言中的模因之所以能够广为流传与其使用者的不断模仿、复制与传播是分不开的。如果语言不再为人所模仿和使用,那它必然会逐渐被人遗忘并走向消亡。因此,模因的寿命有长有短,有些模因可能“长生不老”,而有些模因则可能只是昙花一现,还有些可能“死灰复燃”。网络语言作为模因,其生命力取决于它在使用的过程中能否得到认同,从而获得广泛复制和传播。能够被广泛使用、传播的网络语言必定是强势模因。例如,2003年末,一种新的奇怪疾病席卷广州,出现了各种各样的病名,例如“传染性非典型肺炎”、“非典型肺炎”、“严重急性呼吸综合征”、“非点”、“SARS”、“萨斯”、“沙士”、“沙斯”、“沙氏”、“沙示”等等。研究表明,“非点”、“SARS”、“萨斯”是最受欢迎的。从模因视角看,这三个是强势模因,在众多译名的竞争中获胜,成为被广泛复制和传播的强势模因。

2.时尚网络新词中的模因复合体。时尚网络新词中模因的发展过程充满了竞争和选择,道金斯在

《谜米机器》序言中指出:“模因的选择过程使得那些能够相互融合、互惠互利的诸模因相结合,以形成模因复合体。”^{[2]17}构成模因复合体的诸模因比相同的诸模因处于分离状态下时更容易得到复制,发挥的作用更多,即模因复合体在选择过程中的竞争力更强。例如,网络语言中“.....ing”这一特殊的构词方式,借用了英语进行时的时态标记-ing,与汉字结合构成模因复合体,表示“正在进行”。比如“吃饭ing”、“上网ing”、“郁闷ing”、“流口水ing”等,这一用法生动地反映了正在进行的状态。通过加词缀,既提高了模因的多产性,又保证了模因传播的保真度,有利于提高模因的竞争力。

在网络语言中,网民通常用“钻石王老五”指代“有钱单身男人”;用“狂顶”表示“强烈支持”;用“白骨精”指代“白领、骨干和精英们”;用“DIY(do it yourself的缩写)”,指“自己动手做的意思”;用“驴友”泛指“爱好旅游,经常一起结伴出游的人”;被无数蚊子咬叫“新蚊连吸”(与新闻联播谐音),等等。这些源于文化生活的模因为人们熟知,其本身具有的缺省意义在网络交流的语境中被激活,同特定的网络符号相联系,便于人们理解、记忆和运用。即网络语言的使用者激活这些存储于人们大脑中的世界知识,把它们同网络语言这种普通模因捆绑起来,构成意义上的模因复合体。正如布莱克摩尔所说,成功的模因应当是那些依附于被记住的行为之上的模因,通过这种方式,人们更容易理解记忆这些特定的网络语言符号,从而增加网络语言的复制能力和传播能力,有利于网络语言的长寿。

(二)时尚网络新词中成功模因的周期

除了道金斯提出的衡量成功模因的三个标准外,Heylighen提出了模因要成功复制必须经历的四个生命周期。^[5]网络语言中的成功模因的生命周期可分为四段:(1)同化。成功的模因必须能感染新的个体,进入他的记忆,受到应有的注意。(2)记忆。模因在宿主的大脑里停留的时间越长,传播并影响他人的可能性也就越大。(3)表达。它是指在交流过程中,模因必须从记忆储存模因中释放出来,能够被他人感知。最突出的表达手段就是话语。(4)传输。模因自上而下进行传输。以上四个阶段,周而复始,形成一个模因复制环路,选择在每个阶段都有,一些模因在选择过程中被淘汰。^[6]

对于网络语言而言,在这四个阶段中后两个阶段即表达和传播阶段尤为重要。表达和传播阶段在实质上是一样的,表达过程就是传播过程。在表达

阶段,宿主通常倾向于选择那些有趣和重要的模因。在传播阶段,模因的选择标准为公众瞩目性和以模因为中心的劝诱传播性。通常,简单便捷、易于表达的模因会通过选择标准成为成功模因。在网上进行交际,网络语言模因稳定的媒介就是互联网。总的来说,互联网彻底改变了目前信息的传播结构,它使得信息传播超越时空,提高传播效率;使得传播内容多元化、传播渠道畅通化、信息传播交互化和个性化。例如,在网络交流时,网络语言使用者使用一些借代词、谐音词、数字、图片、表情符号:服了U(我服了你)、泡菜(在论坛上读贴发贴的人)、<@_@>(醉了)、CU(see you,再见)、9494(就是就是)等,这些网络语言比起其他规范的语言表达形式来说,更符合网络传播的一些特点,更能体现网络语言使用者的创造力和个性。

(三)时尚网络新词中模因的表现形式

网络语言中的模因的表现形式多种多样,可以根据句法功能来分,网络语言中的模因可以在字、词、短语、句子、段落乃至篇章中体现出来。也可以按照语义特征分,网络语言中的模因分为基因型和表现型两种。下文就以后者二分法进行系统阐述。

1.基因型。基因型的网络语言中的模因特征是“相同的信息异型传递”。模因在传播复制的过程中尽管名称越来越时尚,与原始形式大相径庭,但实质没变,形成了内容相同、形式不同的基因型模因。相同信息的异形传递在汉语的网络语言中也特别流行:“青蛙”、“菌男”的原始信息是“指男网虫,丑男”,前者意指丑陋的癞蛤蟆(想吃天鹅肉),后者作为“俊男”的同音反语;“恐龙”、“霉女”的原始信息是“姿色欠佳的女网虫”,前者“以侏罗纪公园中难看的动物作比喻”,后者则是“美女”的同音反语;网络语言的异形传递往往与原始信息的发音近似。“竹叶”这个模因从“主页”复制;斑竹由“版主”复制;水饺由“睡觉”复制。某些网络语言会复制为汉语拼音字母缩略或用数字取代,也有按原来的英语词语音译,复制成为汉语的新词或表达一个新义:如“拍马屁”与复制的“PMP”同义;“妹妹”复制成“MM”;email被复制为音译的“伊妹儿”,modem(调制调解器)复制为“猫”;“亲亲你”、“气死我了”、“不要生气”分别复制成数字“770”、“7456”、“8147”等。所有这些异形传递的模因,其原始信息也都是不变的。

2.表现型。表现型的网络语言中的模因的特征是“不同的信息同型传递”。例如,随着湖南卫视

《超级女生》节目的热播,“超女”之风顿时深入人心,成为这两年流行语中的新宠。随着“超女”这一模因越来越受人们关注,就有饰品店挂招牌称“超女时尚饰品店”,手机游戏命名为“超女厨房”,这些都属于模因的直接套用即重复。此外,模因使用者还可以在原有基础上通过类推的形式创造出新的模因变体,“超女”一词就引发了一些由它复制过来的新模因,如“抄女”、“炒女”、“钞女”,也活跃在各种网络媒介中。又如,“……奴”指那些成为某些物质或人的奴隶,还美其名曰提高生活质量的人。从而派生出“房奴”、“车奴”、“卡奴”、“证奴”、“礼奴”、“妻奴”、“白奴”等等,这些例证都是以不同信息的同型传播,从而构成内容各异、形式相同的表现型模因。

二 时尚网络新词中的模因复制和传播原因的分析

时尚网络新词中模因之所以能被复制和传播,并进一步流行正是因为这些模因适应了网络交流的特定环境,是语言模因适应信息时代语言交流的结果。网络模因要被人们普遍地模仿接受和传播,归纳其主要原因如下:

(一)凸显人情,经济直观

人们在网络交流时,很难见到对方的表情,因此奇思妙想地创造了一系列具有感情意义和形象色彩的符号,这些符号都是由键盘中现有的特殊符号、字母和数字组成,它们在互联网上,尤其在电子公告板、QQ聊天和手机短信中十分盛行。许多象形类的网络语言能够表示人的心情、面部表情和肢体动作,使网络上冷冰冰的语言多一些灵动和人情味。如:“-”)其中两点是眼睛,“-”是鼻子,“-”)是笑的小嘴巴,是网民最常用到的一个标点笑脸符号,表情符号是十分丰富的,象这样的符号还有很多,如:“-D”大笑;“-I”无动于衷,漠不关心;“-&”张口结舌;“-P”吐舌头;“O:-)”天使;“-9”舌头舔着嘴唇笑;“Q^”吐舌头笑;“~e~”坏笑;T-T表流泪等等;还有表示惊讶的:“-@”惊讶地张大嘴,连小舌头都看见了;“-O”吃惊或恍然大悟、“-?表示疑问,“!!!!”表示很惊讶、赞叹等等。表示生气和痛苦的:“->”眉毛竖起来了要发狂;“-c”哭了,“Zzzzz……”表示睡觉的意思等等,它们以形象直观地方式表性达意,风趣诙谐之余,又不乏简洁生动,因而被广泛使用。另外,还有许多符号既简略,又经济。例如,“HRU”(How are you? 你好吗?);“CU”(See you);“Y”(Why);4a4a(是啊是啊);K4(“考试”之谐音);数字“555—”(呜呜呜—)

模拟哭泣的声音,传达一种悲伤的情绪;@>>——>——(一支玫瑰)这些符号已成为网络空间的最独特的流行语,类似一种新生的象形文字,脱离了所有文字的本体,超越一切语言界限和障碍而成功的模因。

(二)追求时尚,彰显幽默

网络语言是特定时代的产物,因而带有明显的时代烙印。某些网络语言中的模因的形成过程近似移用,往往打破语境的束缚,把原本适用于甲语境的源语结构挪到乙语境,使语言浸染时代的气息,产生出社会语用中“赶时髦”的修辞效应。例如现在大行其道的PK就是一个时尚前卫的流行语。PK本是网络游戏用语“Player Killing(玩家决斗)”的缩写,意为“单挑,较量”,这两个简洁铿锵的字母随着“超级女声”迅速窜红,一时间“神州无处不PK”,它的流传一时成了汉语目前最为强势的语言模因之一了。PK至今还在不断被复制和传播,明显地让人感到那是“赶时髦”。又比如,Spencer Johnson于1998所著的《Who Moved My Cheese》(《谁动了我的奶酪?》)出版后迅速成为畅销书,其书名也迅速成为模因,在很短时间内就家喻户晓,成为人们竞相模仿的对象,并因此衍生出了许多新的语言模因:Who Moved My Truth? / Who Moved My Love? / Who Moved My Cookie? / Who Moved My Data? 时髦前卫的网络语言中的模因,或诙谐幽默,或揶揄讽刺,给网络语言平添一种特别的音趣和意趣,增加了网络语言的语用信息。

(三)蔑视传统,崇尚创新

网络空间为人们的主体性发挥提供了平台。在虚拟网络世界里,人与人之间的交往往往匿名,所以约束比较少,可以自由地表达自己的观点,展示自己个性化的一面。从而激发了恶搞者的创造力、想象力和幽默感,于是网络成了“恶搞文化”发展和传播的最好平台。现在,“恶搞”现象在互联网上极为流行,以至形成一种文化,可称之为“恶搞文化”。“恶搞”一词来源于日语“Kuso”,是“粪”的意思。开始是教游戏玩家如何把“烂游戏认真玩”的意思,后来经台湾传入大陆,渐渐演化成“恶搞”之意。此处的“恶”并没有恶意的意思。恶搞,可以是图片,以网络小胖的图片为代表,他独特的斜视表情被软件修改成各种各样的图片,戏谑搞笑。此外,网民们还

善于推陈出新,许多旧词被赋予新的意义,如,不死(布什),沉水扁(陈水扁),骡鸡鸭(诺基亚),捞屎来吃(劳斯莱斯)等。而这些恶搞作品也反映了网民叛逆、追求享受、反抗沉重的时代特点。又比如,网上流行的一则题为“看哪家银行的缩写最牛”的段子可谓是这族特有缩写词汇的经典例证:CBC(存不存?);BC(不存);ABC(啊,不存!);ICBC(爱存不存!)。我们都知道CBC、BC、ABC、ICBC原本分别是建设银行(Construction Bank of China)、中国银行(Bank of China)、中国农业银行(Agricultural Bank of China)、中国工商银行(Industry and Commercial Bank of China)的英文首字母缩写,但它们在这里却被偷天换日,巧妙地解读成了汉语拼音首字母缩写,由于重新解读后的意义与大家所熟知的经典意义大相径庭,读者会在片刻摸不着头脑之后又哑然失笑。这组缩写的“特别”之处就在于它们产生的动因有些“另类”。

三 结语

时尚网络新词是网络技术环境下语言发展的新形态,是一种语言变异现象。模因论是解释文化进化规律的新理论,为网络语言引入了信息复制的观点。在网络语言中模因的作用下,网络语言中的新词语得到复制,创造网络语言中新词的创意也同样得到复制,从中可以窥探网络语言的变化和发展。由于篇幅所限,将另行撰文从文化传播角度对网络语言做进一步的探析。

参考文献:

- [1] 何自然,何雪林.模因论与社会语用[J].现代外语,2003(2):200-210.
- [2] Dawkins, R. *The Selfish Gene*[M]. New York: OUP, 1976.
- [3] 何自然.语言中的模因[J].语言科学,2005(6):54-64.
- [4] Blackmore S. *The Meme Machine*[M]. Oxford: Oxford University Press, 1999.
- [5] Heylighen, F. *What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution* [EB/OL]. <http://pespmc1.vub.ac.be/Papers/MemeticsNamur.html> - 20k -, 1998.
- [6] 尹丕安.模因论与隐喻的认知理据[J].西安外国语学院学报,2005(2):12-14.

(责任编辑:卫 华)