

网络流行语衍生、传播的理据和方向^{〔*〕}

○ 杨 勇

(阜阳师范学院 外国语学院,安徽 阜阳 236041)

〔摘要〕网络流行语指由某些当下发生的社会热点事件引发,网民运用自己的智慧创造或改造并在一定时期内流行于网上的一些独特的字、词、句等表达方法。解构主义、狂欢化理论以及模因论是网络流行语衍生与传播的三个最重要的理据。网络流行语的衍生与传播过程其实就是平民利用网络这个平台解构现存权威体系,不断疯狂模因复制的狂欢化过程。信息化的今天,狂欢化已经成为新兴一代的一种表现手段、话语体系、价值观念,甚至是生活方式。他们几乎每天都以网络为广场在解构、模因复制、狂欢,现实的平凡生活和网络的狂欢生活,互相补充,并行不悖。网络流行语传递的能量有正有负,要区别对待,因势利导,扬长避短。优秀的可以推广,低劣的要规范甚至打击,以减少语言的生态污染和维护母语的尊严。

〔关键词〕网络流行语;解构;狂欢化;模因;理据;方向

一、引言

在网上聊天,网络虚拟社区和论坛等崭新的交际手段中,由于一些时事热点或社会焦点问题的促发,网民发挥自己的智慧,创造或改造出一些内容和形式高度统一,匠心独运的表达方法。这些由网民所创造并得到其他网民认可、接受和高频使用,在一定时期内盛行于网上的字、词、句等就是网络流行语。其衍生主要是由于一些重大社会事故、社会热点新闻事件的激发和点燃。比如“被XX”

作者简介:杨勇,博士,阜阳师范学院外国语学院副教授,主要研究方向:网络语言、句法学等。

〔*〕本研究受教育部青年基金项目“类型学视野下汉语句末助词的句法语义互动研究”(基金编号:15YJC740104)资助,系第一批中国外语战略研究中心科研项目“网络时代汉语流行语的生态学研究”、安徽高校省级科学研究重点项目“生态语言学视野下的网络语言研究”(SK2016A0704)阶段性成果。

一词,据段益民^[1]考证,首现于安徽阜阳某局长状告区委书记张治安,后来在狱中死亡,警方鉴定死亡现场呈自杀迹象,网民创造“被自杀”一词,表达了对这一事件的质疑和不满,由此引发了网络的连锁反应,从此,“被XX”进入日常生活,被就业、被慈善、被代表、被捐款、被医保、被富裕、被小康、被潜规则等等,一个“被时代”在广大网民的狂欢中被催生出来。本文拟以当前网络流行语为研究对象,分析其衍生与传播的理据和方向。

二、网络流行语衍生与传播的理据

一个新的网络语一旦产生,如果足够贴切新奇,表现力强,必然会被海量的网民疯狂复制,就像病毒一样,不断地自我复制、仿拟,同时产生一系列的变体,将一次次的网络狂欢推入高潮,然后在时间的大潮中,大浪淘沙,这些词语或去或留,生命力的长短取决于其表现力和交际值的强弱等等因素。网络流行语衍生与传播的三个最重要理据是解构主义、狂欢化和模因论。

(一)解构主义

解构主义是从结构主义阵营而来的,并在对结构主义进行否定、反诘、驳难、叛逆中逐步形成的一种哲学、文化和文学批评理论。解构主义在巴尔特、拉康、福柯、巴赫金的理论中已初露端倪,但真正确立这一理论的是法国哲学家、符号学家、文艺理论家和美学家雅克·德里达(1930-2004)。在德里达的直接影响下,文学批评领域掀起了一场声势浩大的解构主义运动,最后在美国形成以希利斯·米勒(Hillis Miller)、杰弗里·哈特曼(Geoffrey Hartman)、保罗·德·曼(Paul de Man)、哈罗德·布鲁姆(Harold Bloom)等为代表的“耶鲁学派”(Yale School)的解构主义批评,影响深远,至今不衰。限于篇幅,本文仅关注德里达的解构主义理论。

德里达1930年7月15日出生于阿尔及利亚的艾尔毕阿尔(El-Biar)的一个犹太家庭,19岁赴巴黎求学,毕业后在巴黎高等师范学院工作20余年。受尼采哲学、海德格尔现象学等的影响,1967年,德里达的三部重要著作《言语与现象》(Speech and Phenomenon)、《论文字学》(Of Grammatology)、《书写与差异》(Writing and Difference)相继出版,标志着解构主义的正式面世,其主要观点如下:

1. 反对逻各斯中心主义(logocentrism)和语音(或言语)中心主义(phonocentrism)。在西方传统哲学的理论体系中,逻各斯中心主义处于非常核心的位置。逻各斯(logos)是希腊哲学和神学中的术语,本义是指普遍隐藏于宇宙之中,超然存在于万物之上,支配宇宙并使宇宙具有形式和意义的本原、本质或绝对真理,类似于汉语中的“道”。“逻各斯中心主义不仅设置了各种各样的二元对立……而且为这些对立设定了等级,对立双方在那里不是一种对等的平衡关系,而是一种从属关系,第一项每每处于统治地位和优先地位。”^[2]德里达对逻各斯中心主义的消蚀和瓦解,动摇了西方哲学和社会文化赖以存在的基石,建立在逻

各斯中心主义之上的种种二元对立以及由此产生并维系的森严的等级秩序随之轰然倒塌。语音中心主义是逻各斯中心主义的特殊形式,指的是传统观点认为语音先于书写,在语音/文字这个二元对立中,语音处于支配地位。文字只是纯粹的载体,而语音本身就有意义,德里达通过“延异论”解构了这一对立,解放了受压制的“书写”。

2. 延异论。延异(différance)这个法语词汇,是德里达杜撰的,它包含三重意思。第一是 defer,表达的是时间上的延迟、延搁。意义永远达不到终极所指,于是变化就成为永恒。第二是 differ,表达的是空间上的距离和差异,在德里达看来,差异也是永远的,所以由二元对立产生的同一性一直是解构的重点之一。第三是 differre,这是一个拉丁语词,表示播散或者说播撒,是一切文字固有的能力,它永无休止的延迟下去,永无休止的游戏下去,是意义的种植。同时,由文字组构的文本是开放的、动态的。“文本无定解”,文本具有无终止性和互文性。

3. “互文性”(supplementarity)和“替补说”(intertextuality)。主要生发于哲学的语言学转向,结构主义大师,瑞士著名语言学家索绪尔提出的能指和所指分别指的是符号本身和符号所指代的事物,德里达通过延异论解构了这一组二元对立,认为文字是一系列符号推迟和差异的永无止境的游戏,而所指的意义也不过是一连串无休止的语言代替,替补介于完全缺席(absence)和完全在场(presence)之间^[3],使得在场持续不断的被延异。

德里达及其所代表的解构主义一直饱受争议,是“哲学中的非哲学思想”^[4]。但毋庸置疑的一点是解构主义始终以颠覆形而上学,叛逆话语霸权,质疑任何权威,否认一切中心,反对恒定意义为终极目标。“解构一直都是对非正当的教条、权威、与霸权的对抗。”^[5]相信进步、解放和革命;解构主义者反理性、反传统、反中心,追求异质性、多元性、差异性,主张文化平等、价值多元,尊重他者,关注弱势和边缘,为差异和边缘群体拓展生存空间,这也是为什么解构主义产生后,很快走出哲学、语言学、文学的领域,不断扩散、延伸,已经渗透到政治、伦理、宗教、教育、文化甚至建筑等艺术领域的原因。

解构主义的这些理念已然渗透到社会的方方面面,已经深入到人们的潜意识当中,网络流行语的衍生与传播中,处处是解构的“幽灵”。网络的存在本身,就是对权威和精英的挑战和解构。原来少数人拥有的信息和资源,现在通过网络和各种其他媒体,瞬时到达地球的每一个角落,公众获得了前所未有的知情权和话语权,可以通过网络媒介对社会上发生的任何事情发表自己的见解和观点,只要内容充实,只要形式优美,就能广为网民接受和传播。2010年,因为天气、市场、供求等原因,大蒜价格飞涨,赶超鸡蛋甚至猪肉价格,网民谐音衍生“蒜你狠”,激起新一轮的网络狂欢,类似“三字经”纷纷出现:豆你玩、糖高宗、姜你军、葱击波、油你涨、苹什么、辣翻天、鸽你肉,一直延续到日本核泄露事件后食盐价格飙升的“盐王爷”,后来随着市场的调节,蒜和姜的价格下降,菜农利益受损,又出现了蒜你贱、被姜军的狂欢化语言。这是民众对通货膨胀、食品涨价、政

府调控的讽刺,是对权威的质疑,与狂欢节的脱冕异曲同工。

解构不仅仅是怀疑、批判与否定,网络在解构和颠覆的同时,也在建构,建构一个更加合理、民主、坦率、随意、和谐的新秩序,不论建构的结果如何,至少饱含对这种新秩序的向往和追求。

(二)狂欢化

米哈伊尔·米哈依洛维奇·巴赫金(Mikhail M. Bakhtin, 1895 - 1975)被誉为“二十世纪最重要的思想家”之一,他同时还是哲学家、伦理学家、历史文化学家、人类学家、民俗学家、语言学家、符号学家、文艺学家、文艺理论家、批评家。他一生坎坷,疾病、流放、监禁、贫穷、批评一直围绕着他,65岁方被学术界发现,在苏联乃至欧洲引起强烈轰动,其学术思想博大精深:对话主义、复调、多声部性、超语言学、交往美学、哲学人类学等等,反响强烈,影响深远。

狂欢化理论是巴赫金整个博大精深的思想体系中的一个重要组成部分,本是用来分析陀思妥耶夫斯基和拉伯雷的作品的,是一种文艺理论。巴赫金对狂欢化理论的全面论述主要集中在《陀思妥耶夫斯基诗学问题》与《弗朗索瓦·拉伯雷的创作与中世纪和文艺复兴时期的民间文化》两本专著中,尤其是后一本书,是对狂欢化理论的全局阐释。

“狂欢化的渊源,就是狂欢节本身。”^[6]但是狂欢节(Carnival)的起源,很难精确追溯,或说狂欢节起源于古代罗马人和希腊人迎新春的典礼;或说这个节日起源于欧洲的中世纪,古希腊和古罗马的木神节、酒神节、农神节都可以说是其前身;或说起源于非基督徒的节日庆典,如希腊酒神节、古罗马农神节和牧神节以及凯尔特人的宗教仪式等。还有说该节日曾与复活节有密切关系。现今世界上不少国家还有狂欢节,一般在2、3月份举行,其中以巴西的狂欢节最为有名。

巴赫金认为一切狂欢节式的庆贺、仪礼、形式的总和就是狂欢式^[7],狂欢式的世界感受包括四个范畴:第一:取消等级以及与它有关的各种形态的畏惧、恭敬、仰慕、礼貌等等,亦即由于人们不平等的社会地位等(包括年龄差异)所造成的一切现象。第二:人们之间的任何距离就不再存在,随便而又亲昵地接触。第三:俯就,随便而亲昵的态度,应用于一切方面,狂欢式使神圣同粗俗,崇高同卑下,伟大同渺小,明智同愚蠢等等接近起来,团结起来,订下婚约,结成一体。第四:粗鄙。狂欢式的冒渎不敬,一整套降低格调、转向平实的作法,如插科打诨、不洁秽语、摹仿讥讽等。

而“狂欢式转为文学的语言,这就是我们所谓的狂欢化。”^[8]巴赫金一开始是以狂欢化为切口,来解读陀思妥耶夫斯基和拉伯雷的作品,认为狂欢化“一直帮助人们摧毁不同体裁之间、各种封闭的思想体系之间、多种不同风格之间存在的一切壁垒。狂欢化消除了任何的封闭性,消除了相互间的轻蔑。把遥远的东西拉近,使分离的东西聚合。”^[9]狂欢化理论在文学史上一直传承,起着非常重要的作用,后来,跨越了文艺和文学,对文化、社会、哲学等也有同样的指导作用,学者们将狂欢化升格为一种思想体系。

在科学技术日益发达,社会变化日新月异,网络触角无处不及,草根文化不断解构精英文化的今天,狂欢化已经成为现代网络的表现方式,是现代人的一种价值观念,是新兴一代的话语体系甚至是他们的生活方式。生活在网络的现代人,几乎每天都以网络为广场在狂欢,现实的平凡生活和网络的狂欢生活,互相补充,并行不悖。可以说,网络流行语的衍生与传播过程就是网络流行语解构精英和权威的狂欢化过程。

巴赫金认为狂欢化有几大要素:时间一般是节日,因为狂欢不是生活的常态,而是常态生活的颠覆;地点一般是在广场,因为广场是国家的客厅,是民众的广场;参与者具有全民性,不分男女老幼,不分阶级等级,共同欢庆;狂化内容是吃喝玩乐,主要仪式是笑谑地给狂欢国王加冕和随后脱冕。狂欢式的生活,是脱离了常轨的生活,在某种程度上是“翻了个的生活”,是“反面的生活”^[10]。相比之下,网络流行语的狂欢化除拥有狂欢节的基本特征,比如全民性、自由性、宣泄性、两面性等以外,还有下列不一般的特征。

1. 跨时空性

网络的狂欢跨越了时空的界限,所以狂化显得更频繁,更像一个生活的常态,因为每天都有这样那样的事情发生,于是这里的表演此起彼伏,你方唱罢我登场。可以说网络狂欢的时间因素不再成为局限了,几乎每天都在狂欢,地点限制也没有了,因为虚拟的网络平台让距离不再成为距离,这是全国的狂欢,甚至是全球的狂欢,网络为所有人搭建了一个没有边缘、不散场的广场,参与人是所有网民,只要你有时间有兴趣,任何人都可以参与到网络的交流、讨论、声讨、搜索甚至是谩骂和攻击中来。2010年10月16日晚,在位于河北省保定市北市区的河北大学工商学院学生生活区,发生了后来引起全社会广泛关注的“官二代”校园“飙车案”,致两女生一死一伤。肇事者李启铭不但没有停车,反而继续去校内宿舍楼接其女友。在生活区南门被拦截住时,他嚣张地说“看把我车刮的……有本事你们告去,我爸是李刚”。经警方确认,李启铭的父亲的确是李刚,系保定市公安局某区分局副局长,河北大学即在该区公安分局辖区。此事经报道后,在网上和网下顿时引起轩然大波,无数网民纷纷讨伐肇事者,同时一场“我爸是李刚”的语言狂欢拉开大幕。猫扑于10月17日凌晨4时左右首先发起“‘我爸是李刚’造句大赛”,到当天早上7时,就有700多网友通过电脑或手机参与,到20日3:49,不包括其他网站上的类似活动,仅在猫扑网上就已经累计造句82页,共1219条回复及评论,被阅读45840次,被网友分享63次^[11],一大批狂欢化话语由此产生:洛阳亲友如相问,就说我爸是李刚;俱往矣,数风流人物,我爸李刚;少壮不努力,我爸是李刚;但使龙城飞将在,不如我爸是李刚;仰天大笑出门去,谁叫我爸是李刚。各种各样的版本也应运而生:普希金版“假如生活欺骗了你,不要悲伤,我爸是李刚”;李白版“床前明月光,我爸是李刚”;凤凰传奇版“我在仰望,月亮之上,我的爸爸是李刚”以及特仑苏版“不是所有爸爸都叫李刚”……

2008年5月汶川地震中,中学教师范美忠弃学生而独自逃跑,有网民戏谑为“范跑跑”,从此这个词语的接力和狂欢就一直在延续,郭跳跳、躲猫猫,因工程质量问题产生的楼歪歪、楼薄薄、楼脆脆、楼晃晃、楼垮垮、楼裂裂、楼酥酥,南京汉中门大桥工程质量产生的桥粘粘、桥糊糊、桥裂裂、桥塞塞,善意讽刺市民为多得到一些拆迁补贴而产生的“楼加加、楼接接”等,这一场狂欢的余波还在,类似的词语还在不停地涌现,充分反映了大众对社会问题的关心和担忧,民主意识的加强和他们希望改进提高社会监管体系的愿望。

2. 解构性

从上述狂欢化的四个范畴能看出,狂欢化的核心是脱离常规生活,是“反面的”生活,是一种长期压抑、压迫下情感的宣泄和释放,是对专制和主流意识形态的消融,是对高贵的降格,是对主流文化、权威文化、精英文化的解构,是一种颠覆性的思维方式和行事方式,是民间话语的开掘和放大,是自由、平等、和谐精神的张扬,是对动态、多元、开放、发展的呼唤。狂欢节上核心仪式是加冕和脱冕,正是这些思想和精神的象征和隐喻。受加冕者,往往是同真正国王有天壤之别的奴隶或小丑,狂欢的人群给他们穿上帝王的衣服,给予他们象征权力的王冠或权杖,登上国王或王后的宝座。随后的脱冕仪式,却要扒下加冕者身上的帝王服装,摘下冠冕,夺走其他的权力象征物,还要讥笑他,殴打他。加冕和脱冕密不可分,合二为一,象征着狂欢化的核心:交替与变更的精神、死亡与新生的精神。

网络狂欢中的加冕和脱冕,在于一个个草根英雄的出现,在于网民的恶搞,在于对政府和社会事务的戏谑和讽刺。网民可能因为一句话、一个动作、一件事、一张照片、一个视频就被加冕,成为广场的英雄,比如凤姐,比如犀利哥、比如叫嚣“我爸是李刚”的李启铭。在网络上,网民也可以给蒙娜丽莎加上胡子,给张飞穿上裙子。大量的恶搞文化,大话文化,是对经典的改写,也可能是糟蹋;是对权威的解构,也可能是对自身命运无奈的慨叹。

狂欢节上的一切都有两面性,加冕与脱冕,解构与建构,死亡与新生、高贵与低贱等等,相生相克,在矛盾中斗争,在矛盾中发展,这也是狂欢化一直受欢迎的一个深层原因。解构性和上述德里达的解构主义异曲同工,殊途同归。

3. 幽默化

狂欢节上的笑是普遍的,是无时无刻无处不在的,是针对崇高事物,是指向权力和真理的交替,是指向世界上不同秩序的交替。笑涉及交替的双方,针对交替的过程,针对危机本身,这是深刻反映着世界的笑,是无所不包的笑。

网络流行语中也包含了这样的笑,流行语之所以能广为流行,就是因为不仅有内容,更有喜闻乐见的形式,有幽默化的倾向,有插科打诨,有讽刺摹拟。现实中常说官二代、富二代,这是让人羡慕的一代,网民幽默的造出了农二代、穷二代等等。房价的一路飙升,让大量的年轻人买不起房,于是,买套“经济适用房”,找个“经济适用男”,死了能有个“经济适用墓”,也就够了。社会的不公正,秩序的混乱都是网民笑的对象,只是,有的笑是带泪的微笑。在这个“鸭梨(压力)山

大”的时代,生活在重压下的网民,需要一些轻松幽默去缓解压力,迎接新的挑战,于是网络的狂欢成了最好的宣泄。遍观历年的网络流行语,莫不如此。

(三)模因论

1976年,牛津大学著名动物学家和行为学家理查德·道金斯(Richard Dawkins)出版《自私的基因》(The Selfish Gene)一书,首先提出“模因(meme)”这一概念。在道金斯看来,正如基因(gene)是人类遗传进化的基本单位一样,模因是文化进化和传播的基本单位,究其本质,模因是一种复制因子^[12],是借用达尔文生物进化的理论来解释人类文化进化的一个新的理论视角。该书出版后,受到学界的广泛关注和热烈讨论,模因论(memetics)从此成为一门新兴学科。道金斯认为一个模因要想得到成功的复制和传播,必须具备以下三个特点。第一是长寿性(longevity),指的是模因必须在口头或书面流传的时间很长,模因存在的时间越长,被复制和传播的可能性越大。第二是多产性(fecundity),指的是成功的模因必须保证自己不断得到复制,越受欢迎的模因,被复制和传播的速度越快,范围越广。第三是复制忠实性(copying-fidelity),忠实指的是成功的模因在复制过程中必须保留原有模因的核心或精髓,否则,就是模因变异,被其他的强势模因同化、吞并。当然,忠实性可以是原原本本的复制,也可以是形式变而内容不变,或者内容变而形式不变,这又涉及到模因复制和传播的两种方式:基因型传播和表现型传播^[13],简而言之,就是重复和类推两种传播机制(何自然,2008)。

Francis Heylighen 详细划分了模因复制传播的四个阶段^[14]:

1. 同化(assimilation),指的是模因有意或无意地进入个体的视野,被个体所发现、理解并接受的过程。模因一旦在个体的思想里留下印记,不管深浅,就使得个体成为模因的宿主(host),在未来的日子里,宿主就有将模因传染给别人的可能。

2. 记忆(retention),指的是模因在宿主记忆中保留的时长。保留的时间越长,模因传染的几率越大,传播给别人的可能性越大。不是所有的模因都能存活下来,模因之间优胜劣汰,通俗易懂、喜闻乐见的模因由于其容易理解和记忆,存活下来的可能性更高。

3. 表达(expression),指的是模因被宿主传播前,转化为宿主所能感知的有形体。表达最常见的方式是演说和交谈,其次是图文以及言行举止。表达的方式可以是刻意的,也可以是无意的,比如名人的言行举止,往往在不经意间引领时尚,所谓东施效颦,就是这个原理。

4. 传播(transmission),主要指模因从一个宿主到另一个宿主之间的流通和传染过程。模因传播的方式很多,所有的模仿手段都属于其传播方式;传播的载体有声音、文本、或电子媒介。演说时,通过声音传播给受众;阅读时,通过纸质材料或电子媒介传递给受众。

1999年,苏珊·布莱克摩尔(Susan Blackmore)出版《模因机器》(The Meme

Machine)一书,总结了模因论二十多年来的发展,大大拓展了模因论的内涵和外延,认为只要是通过广义上称为模仿的过程而得以复制和传播的因子都可以称之为模因。

在国内,第一个引入模因论的学者是何自然、何雪林(2003)^[15],何自然(2005)还将模因论应用于语言学和语言教学,提出语言模因的概念^[16],在何自然及其团队的影响下,模因论广受国内学者关注,成为一门显学。

从上述简介不难看出,模因是模因论的核心观念,而模仿又是模因的精髓,因为从发生学的角度来说,只要发生广义的模仿过程而得以复制和传播就是模因,这些理论是网络流行语衍生与传播的重要理据。在网络上,字、词、短语、句子、段落乃至篇章都可以成为模因,被广大的网民疯狂的模因复制,在一定的时间内,大量传播。一个“囧”字,“八”像眉眼,“口”像一张嘴,由于其字形摹状了人尴尬、为难、窘迫之貌,被赋予郁闷、悲伤、无奈、困惑、无语等等意思,所以在网上的交际中,被疯狂的模因复制,成为“21世纪最风行的一个汉字”。“给力”一词,一般理解为有帮助、有作用、给面子、支持等,不仅在网上海量复制、风行,还登上一向以严肃、严谨著称的《人民日报》头版头条。2010年11月10日,《人民日报》头版头条标题《江苏给力“文化强省”》,让不少读者有些“意外”,从此,“给力”呈井喷之势席卷各类媒体,后来被《咬文嚼字》评为2010十大网络热词之首^[17]。短语的典型例子更是不胜枚举,上面提到的因“范跑跑”而模因复制的“ABB”型构式,“蒜你狠”而模因复制的“A你B”或谐音一个常用短语的“ABC”型构式,“经济适用男”而模因复制的“经济适用X”型构式,等等。句子被模因复制也不乏其例,“我爸是李刚”造句大赛是强势模因的典型表征。段落的模因复制,何自然、何雪林(2003)举了《大腕》中一段经典台词被网络复制改编的例子,何自然(2005)又举了朱自清《匆匆》一文第一段被网络结构仿制的例子,此处不赘。篇章成为模因,被复制传播最广的,当推唐朝诗人刘禹锡的经典名篇《陋室铭》,2004年《咬文嚼字》杂志社还举行了一次“仿《陋室铭》”征文比赛,收到几千篇应征作品,获奖的六篇作品刊登在三个月后的第11期上^[18],网络上的仿制更多,有《公仆铭》《贪官铭》《关系铭》《明星铭》《攀登铭》《愚公铭》《女友铭》《形式铭》《会海铭》《酒宴铭》《网络铭》等等,多是针砭时弊的佳作,试举两例:^[19]

《教室铭》:分不在高,及格就行;学不在深,作弊则灵。斯是教室,唯吾闲情。小说传得快,杂志翻得勤;琢磨下围棋,寻思看电影。可以写情书,想女友。无书声之乱耳,无复习之劳形。虽非跳赛场,堪比游乐园。心里云:“混张文凭。”

《买卖铭》:没有执照,有钱就行;工商检查,停业就灵,斯是黑店,惟我聪明。工商刚刚走,小店就开门。顾客常常来,小店生意隆。可以掺假货,无人知。有过期之调料,有变味之食品。长长一条街,都是咱兄弟。店主云:“发财容易!”

模因有好有坏,传播的能量有正有负,优秀的强势模因会淘汰低劣的弱势模因,但是强势模因不一定是优秀的模因,所以在模因传播中,固然会遵循自然界优胜劣汰的进化法则,更需要网络语言研究者和管理者去引导和规范。

三、网络流行语衍生与传播的方向

网络是一种特别的生态体系,网络是现实社会的延伸,是对现存权威和中心的解构。网络流行语是某一时期社会生活的变化在语言中的映射,因为一些当下发生的社会热点或新闻事件,网民运用自己的智慧,创造或改造出一些独特的字、词、句等表达方法,其他网民理解并接受,成为强势的模因,在网络上疯狂的复制,构成一次又一次的网络狂欢。解构主义、巴赫金的狂欢化理论以及模因论是网络流行语衍生与传播的三个最重要的理据。

网络流行语简约而不简单、形象而不失幽默、随意而为却往往妙手天成,有其独特的魅力。相同的话语换种方式说、幽默的说,这些表达简捷明快、温情可爱,不仅贴近社会和语言的现状,真正做到了喜闻乐见,而且在一定程度上反映说话者的人文背景和诉求愿望,故而广为普通民众所接受,被网友大量复制、模仿,能在短短的时间内,完成自身的发育发展,并很快跨过网络,倒灌入其他交流领域,影响深远,甚至感染到官方媒体,为官方语言所吸纳、同化。这是草根语言对正统语体的解构,是网络的狂欢,反映了语言的变化发展,反映了语言使用者求新求异的心理,反映了地球村上的居民同呼吸、共命运的生存态势。网络流行语通过生动形象、温情可爱或者是调侃讽刺的语言,诉说着重大的社会问题,能让沉重压抑的事情变得可以接受、可以理解,至少是让人有去接受、去理解的欲望,在社会压力普遍提高、人际关系悄然冷漠、利益冲突日益加剧的今天,网络流行语无疑是一道亮丽的风景,一缕清新的空气,看后令人不禁莞尔。随着“微时代”的到来,“一键转发”传播风暴的威力越来越凸显,网络流行语不断得到模因复制,多级放大,对我们工作和生活的改变正在悄然进行。

当然,网络流行语也存在诸多问题,网络流行语的大量模仿、滥用,能否长期保鲜,能否为语言学界和官方真正接受,能否去粗取精、扬长避短,长期的、稳定的存在等等,这都是需要解决的问题。另外,大量符号、数字、字母、物称等充斥其间,泥沙俱下,甚至一些不文明、不雅甚至是粗俗的表达也趁机冲出禁脔,比如现时正火的“屌丝”一词,在中国传统文化中,任何场合下,“屌”一字,都是禁忌语,现在公然流行,男女老少,信口说来,没有丝毫的不好意思,确实令人大跌眼镜^[20]。网络流行语不仅对语言的规范性造成了极大的冲击,而且庸俗、媚俗化气息越来越浓重,商业大潮下“快餐化”对中华民族引以为荣的千年传统文化的冲击不可小觑。

网络流行语的衍生与传播过程其实就是平民利用网络这个平台解构现存权威体系,不断疯狂模因复制的狂欢化过程。狂欢就其意义来说,是全民性的,无所不包的,所有的人都加入到亲昵的交际^[21];在狂欢中,人与人之间形成了一种

新型的相互关系。在网络信息技术触角无处不及,草根文化不断解构精英文化的今天,解构、模因复制、狂欢化已经成为现代网络的表现方式,是现代人的一种价值观念,是新兴一代的话语体系甚至是他们的生活方式。网络狂欢化同样具有狂欢节的全民性、自由性、解构性、宣泄性、两面性和幽默化等特点,同时因为其跨越时空,席卷全球,使得网络的狂欢更频繁、更持久。生活在网络的现代人,几乎每天都以网络为广场在狂欢,现实的平凡生活和网络的狂欢生活,互相补充,并行不悖。网络的狂欢有着巨大的能量和力量,要因势利导,发挥其积极一面,为社会的发展进步做贡献,同时要抑制其消极一面,将破坏力降到最低。

从传播学的角度看,很多网络流行语只会昙花一现,很快淡出人们的视野,成为历史的尘埃;当然,也有许多网络流行语会夹缝求生,傲然生长,“随风潜入夜,润物细无声”。对这些新的语言现象,要持开放、开明的态度,多些宽容、尊重,试着去观察、去接受、去理解。不过,单纯依赖语言进化中的优胜劣汰的自然竞争法则则是远远不够的,由于网络传播过程中,流行语负载的信息会被不断的放大,其影响力绝对不可小视,所以对不同的语言模因要区别对待,扬长避短,取其精华去其糟粕,把好传播的方向。优秀的模因可以引导,令其健康发展,丰富人民的语言生活,甚至可以充实到现代汉语词汇和词典当中,予以推广,为社会主义建设事业服务;而对于那些一般甚至是低劣的模因,比如“屌丝”之类不文明的表达方法,要自觉抵制,遵守书面语言和口语的规范,维护母语的尊严,不断加强语言文明建设,构建更加和谐的语言生活。

注释:

- [1] 段益民:《网络政治话语“被 XX”的多元解析》,《云南行政学院学报》2010 年第 2 期。
- [2] [3] 德里达:《论文字学》,上海译文出版社,1999 年,第 1,228 页。
- [4] [5] 德里达:《书写与差异》,三联书店,2001 年,第 12、16 页。
- [6] [7] [8] [9] [10] [20] 巴赫金:《巴赫金全集(5)》,白春仁、顾亚铨译,河北教育出版社,1998 年,第 172-173、160、161、177、161、169 页。
- [11] 猫扑风向标. <http://www.mop.com/fxb/biao/533/>.
- [12] Dawkins, R. The Selfish Gene: 30th Anniversary Edition. Oxford: Oxford University Press. 2006.
- [13] Blackmore, S. The Meme Machine. Oxford: Oxford University Press, 1999.
- [14] 转引自何自然:《语用三论:关联论·顺应论·模因论》,上海教育出版社,2007 年,第 133-134 页。
- [15] 何自然、何雪林:《模因论与社会语用》,《现代外语》2003 年第 2 期。
- [16] 何自然:《语言中的模因》,《语言科学》2005 年第 6 期。
- [17] 《咬文嚼字》编辑部:《2010 年十大流行语》,《咬文嚼字》2011 年第 2 期。
- [18] 《咬文嚼字》编辑部:《仿〈陋室铭〉征文揭晓》,《咬文嚼字》2004 年第 11 期。
- [19] 这两则例子引自百度文库:http://wenku.baidu.com/view/f5146d6748d7c1c708a14577.html?from_page=view&from_mod=download.
- [21] 杨勇:《委婉语研究的热点和趋势——兼论“屌丝”等非委婉语的逆袭》,《学术界》2013 年第 9 期。

[责任编辑:弘 亭]