

网络流行语的再认识

陈松林¹, 尚从永²

(1. 安徽建筑大学 法律与政治学院, 合肥 230601; 2. 合肥师范学院 经济与管理学院, 合肥 230601)

摘要:在综述以往网络流行语概念界定和主要特征研究的基础上,提出网络流行语的属概念以网络语言为宜,可从时间属性、空间属性和表现形式界定其内涵;在总结以往对网络流行语的分类研究基础上,发现多学科的分类依据代表了不同的关注点,拓宽了研究视野,使人们对网络流行语的认识更加全面。

关键词:网络;流行语;操作定义;分类依据

中图分类号:H136

文献标志码:A

文章编号:1008-6021(2018)01-0095-04

《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2017年6月,中国网民规模达7.51亿,占全球网民总数的1/5。互联网普及率为54.3%,超过全球平均水平4.6个百分点^[1]。互联网对人们的生活、工作和学习有着日趋广泛的影响,网络流行语的研究逐渐受到重视,不同学者从各自角度探讨了这一焦点,呈现出多学科、多议题的特点。总体来看,目前主要是从网络流行语的产生、传播、影响和使用者心理等方面进行探究,缺乏对网络流行语操作定义的基础研究。研究者从自身专业角度和关注视角得出对网络流行语某些特征强化的相关定义,较粗略地描述了网络流行语特征,存在定义模糊、界定不清等缺点,还存在一些分歧亟待厘清^[2]。

任何一个概念都有内涵和外延两个方面,内涵是指概念所反映对象的本质属性,外延是指概念所反映对象的具体范围,明确内涵的逻辑方法是定义,明确外延的逻辑方法是分类。本文拟在综述以往研究的基础上,剖析网络流行语的操作定义和分类依据,为后续相关研究建立共同话语机制提供参考。

一、以往研究对网络流行语的概念界定

(一)网络流行语的属概念

属种关系是定义概念的出发点,一个概念的外延包含着另一个概念的全部外延,这样两个概念之间的

关系称为属种关系。在属种关系中,外延大的概念称为属概念,外延小的概念称为种概念。

目前,研究者界定网络流行语的属概念主要有:

1.网络词语

网络流行语,顾名思义就是在网络上流行的语言,是在网络上几乎同步发生、迅速流行、风靡于网络内外的热门词语,多伴随社会热门事件出现,从属于网络语言,是网民们约定俗成的表达方式^[3]。网络流行语是一种特殊形式的口语,是人们在网上交际时使用的别致、活泼而新鲜的词语,它们一般产生和专用于网络社交语境^[4-5]。

2.网络语言

网络流行语是对某一热门事件,或对众所周知的现象,使用通俗易懂、短小精干的语言形式进行总结,在网上发布,引起众多网民点击或热捧的能代表大部分大众心理的语言形式^[6]。

网络流行语就是一定时段内主要在网络场域被网民自发使用的、最活跃的、具有发酵功能和特殊意义的并往往对社会现实产生影响的语言符号^[7]。网络流行语是由网民创造或由网民积极传播的,进而被多数网民认可、接受并使用的语言^[8]。网络流行语是指在一定时期内,在网络聊天平台中被网民们普遍使用的聊天语言,是一定时期内社会政治、经济、文化、

收稿日期:2017-09-15

基金项目:安徽建筑大学质量工程项目“安徽省高校人力资源管理专业应用型人才培养模式改革研究与实践”(项目编号:2015zzg02)

作者简介:陈松林(1968—),男,安徽合肥人,副教授,博士。研究方向:组织行为和人力资源管理。

环境及人们心理活动等因素的综合产物,并在网络传媒的推动下盛行的词、短语、句子或特定的句子模式^[9]。网络流行语是在网络文化的大背景下孕育产生的一种特殊的语言变体。特指狭义的网络语言,即在网络时代出现的,最初只应用在网络载体上,只通行于网虫(网民)之间的一部分网络语言,后来逐渐走进非网络载体,且日益向约定俗成的自然语言渗透,又区别于日常自然语言,用来表达特殊含义的词语和句子^[10]。

3. 流行语言

网络流行语即互联网上流行的用语,是网民们约定俗成的表达方式^[11]。网络流行语最初是网民间用于交流的约定俗成的用语,后逐步演变为网民对中国社会重大事件总结出的流行语言,早期的网络流行语主要表现为词、符号或固定短语,近年来特定的句式或文体也可作为网络流行语^[12]。

4. 语言

网络流行语就是与网络有关的一切语言形式^[13]。网络流行语是由互联网创造,一定时期内在网络中广泛流行的语言符号,在交际过程中主要表现为出现频率较高的字词、短语、句子或特定的句子模式^[14]。网络流行语是在互联网上产生,在一定时期被网民广泛使用、高频率出现的语言符号,它包括字词、短语、句子和特定的句子模式^[15]。网络流行语是由网民创造或由网民积极传播的,进而被多数网民认可接受并使用的语言^[16]。

5. 媒体语言

网络流行语是由网民创造并传播,首先在网络交流中使用的一种媒体语言,它广泛地出现在聊天、网络社交等各种互联网应用场合,代表了一定的互联网文化,并渗透到现实生活中,对社会、政治、经济、文化产生了一定的影响^[17]。

(二) 网络流行语作为种概念的主要特征

研究界对网络流行语特征的概括主要有三个视角:

1. 语言学视角

网络流行语除了语言的社会性特征外,主要是其创新性,表现在语法变异、词汇变异、语言表现手法的变异^[13]^[4]。网络流行语具有时尚简洁,方便输入;幽默诙谐,奇特搞笑;想象奇特,韵味丰富的特征^[18]。网

络流行语具有创造性、方便性、娱乐性和不规范性的特征^[19]。

2. 传播学视角

网络流行语具有“快”(伴随网络新闻事件即时生成,迅速火爆流行)、“广”(反射进入全民语言)、“飘”(在主流释义外还可根据需要随时游走漂移,飘忽不定,使用也无拘无束,随心所欲)、“多”(一个流行语可衍生出多种形式,多种用法)的特点^[20]。网络流行语具有语料来源的广泛性、使用群体的层次性、使用目的的多样性、传播范围的无界性等特征^[21]。流行性和与事件紧密相关是网络流行语的两大显著特征^[22]。

3. 符号学视角

网络流行语具有现实性和象征性、隐喻性和反讽色彩、衍生性和推广性、蹿红快和周期短的特点^[23]。

二、以往研究对网络流行语的分类

网络流行语属概念的差异导致在界定概念外延的分类差异。

(一) 语言学角度的分类

从形式结构看,网络流行语分为汉语拼音缩写类汉语拼音简略型(BT=变态),英语缩写型(BMW=big mouth woman 长舌妇),合成类(白骨精=白领身份+公司骨干+社会精英)^[24]。网络流行语有首字母缩略、数字谐音、符号语言、汉语谐音、词语码混合及语义迁移等几种类型^[25]。从构成方式看,网络流行语分为语义偏离、语法偏离、借形赋义三类^[26]。网络流行语分为单纯流行语(完整的词语形式,如打酱油)和格式流行语(一定的语言格式,走红的网络作品、畅销书籍、风靡的广告语、流行歌曲、热播电视剧、著名的电影对白等)^[5]^[8]^[4]。从造词法看,网络流行语分为象形(囧=愁眉苦脸)、叠字(东东=东西)、偏旁造词、缩写、英语动词词形变化(吃饭 ing=正在吃饭)。缩写细分为汉语拼音首字母缩写法、英文首字母缩写法、汉语缩写法(如偶像=呕吐的对象)^[11]^[15]。

从修辞法看,网络流行语分为借代(纯净水=无任何内容的灌水)、隐喻(恐龙=长相不好的女生)、夸张(雷=惊吓)等^[11]^[14]。从语义表达看,网络流行语分为谐音型、旧词新义型(玉米=李宇春的粉丝)、隐喻型。谐音型细分为字母谐音(CU=See You)、汉字

谐音(喜欢=稀饭)、数字谐音(56=无聊)、拟声手法(5555……=哭声)和象形手法^{[18]44}。近年来网络流行语分类又增加了句式模仿(贾君鹏,你妈妈喊你回家吃饭)、事件指代(我爸是李刚)^{[12]85}。

从语音上看,网络流行语分为汉语谐音、外语谐音(闹太套=not at all)、英汉组合谐音(Hold住)、意译音译兼用(me too=我吐)。汉语谐音细分为汉语普通话谐音(神马=什么)、方言与汉语普通话之间谐音(有木有=有没有,出自河南、山东方言)、数字谐音^{[11]115}。

(二)传播学角度的分类

从来源看,网络流行语分为源于方言词语、外来词语、影视文学作品、网民个性创造和新闻事件等几种类型^{[21]12}。也可分为一般网络用语、网民自创流行甚广的网络俏皮话及与社会公共事件相关的网络流行语^{[16]87}。

从意义看,网络流行语分为利益诉求、情绪宣泄、价值追求三类^[27]。

三、网络流行语的操作定义

综述以往研究发现,网络流行语的概念分歧来源于不同学科背景的人对其属概念的界定差异,语言学背景的学者关注语言的形成和演变,传播学背景的学者关注流行的模式和心理动因,前者多以语言、网络语言、网络词语为属概念,后者主要以流行语、媒介语言为属概念。由于关注点的差异,在网络流行语的特征分析上必然存在相应的差异,语言学背景的学者侧重分析网络流行语的形式变异、内容意义和使用效果,传播学背景的学者着重分析网络流行语的传播方向、速度、范围、意义拓展等。

从推进网络流行语深入研究考虑,网络流行语的定义需要达成一定程度的共识,否则,各说各话,鸡同鸭讲,不利于学者间的对话交流。本文认为,网络流行语是网络语言和流行语两个概念的交叉,从研究的可操作性角度看,网络流行语属概念以网络语言为宜,因为判断语言是网络语言的难度要低于判断语言是流行语的难度,流行语涉及流行的时间和地域,需要相对权威的机构定期统计发布,没有这个前提,学者就可能搞错研究对象。在统一以网络语言作为属

概念的前提下,不同学科可以对网络流行语的特征进行不同视角的解析,语言学可从语音、语义、修辞、结构等方面进行研究,传播学可从来源、传播途径、传播模式、意义演变、传播动力等方面进行研究。至此,我们对网络流行语的操作定义是在特定时间和地域内被广泛传播和使用的网络语言,具体表现为出现频率较高的字词、短语、句子或特定的句子模式。从研究的社会价值考虑,学者们要重点关注那些年度和全国范围的网络流行语,因为这些网络流行语更能反映时代特征和社会问题,是研究社会心理和社会变迁的一扇窗口。

如果以语言或媒介语言为属概念,则外延过大,容易拿语言或媒介语言的共同特征来描述网络流行语的个性特征,不利于对网络流行语进行深入分析;如果以网络词语为属概念,则外延过小,排除了句子和特定的句子模式,没有完全包含网络流行语的内容,会遗漏研究对象。

四、网络流行语的分类依据

从以往网络流行语分类研究的思路看,分类依据集中在网络流行语的来源、形态、意义三方面,语言学较多关注网络流行语的构成方式、语音、语法等语言专业方面的研究,传播学较多关注网络流行语的心理诉求。

近年来,从社会学、社会心理学视角研究网络流行语的学者越来越多,对网络流行语的分类将更加丰富,而且多从内容属性、社会功能、社会心理等使用语言的主体“人”的角度进行划分,言为心声,以网络流行语为切入点,揭示社会问题和大众心理。

不同的分类依据代表研究者的不同关注点,让人们们对网络流行语的认识更加全面,有利于研究者拓宽视野,探索新的研究地带。

总之,按照“属加种差”的方法,网络流行语的属概念是网络语言,种差体现在空间属性、时间属性和表现形式,即在特定时间和地域内广泛传播和使用频率较高的字词、短语、句子或特定的句子模式等网络语言。随着多学科的介入,网络流行语的分类依据将呈现丰富化的态势。

参考文献:

- [1] 新华网.CNNIC 发布第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].(2017-08-05)[2017-9-15].http://news.xinhuanet.com/info/2017-08/05/c_136501443.htm.
- [2] 王仕勇.近十年我国网络流行语研究综述[J].重庆工商大学学报(社会科学版),2012,29(5):9.
- [3] 韩沁钊.网络流行语研究综述[J].牡丹江教育学院学报,2015(7):33.
- [4] 黄涛.流行语与社会时尚文化[M].上海:上海辞书出版社,2004:97.
- [5] 汤玫英.网络语言新探[M].郑州:河南人民出版社,2010:76.
- [6] 于慧.网络流行语十年回顾及其文化失衡现象探究[J].产业与科技论坛,2017,16(8):193.
- [7] 王仕勇.网络流行语概念及特征辨析[J].探索,2014(4):189.
- [8] 杨萍.网络流行语:网民自主话语生产的文化景观[J].新闻前哨,2010(4):87.
- [9] 廖友国.网络流行语兴盛的心理动因探析[J].牡丹江教育学院学报,2009(1):116.
- [10] 马利,涂靖.网络流行语的语义变异探析[J].宜宾学院学报,2007(10):94.
- [11] 翟蓉菲,湛莉文.中文网络流行语的分类理据和翻译策略[J].现代语文(语言研究版),2012(6):114.
- [12] 张传辉,李志超.网络流行语中的文化映射[J].新闻爱好者,2012(1):85.
- [13] 吉益民.论网络变异流行语的社会批判性[J].淮阴师范学院学报(哲学社会科学版),2011(3):4.
- [14] 申亚妮.网络流行语的探析[J].新西部,2009(16):170.
- [15] 曾祥月.网络流行语的文化解析[D].合肥:安徽大学,2011:8.
- [16] 杨萍.网络流行语:网民自主话语生产的文化景观[J].新闻前哨,2010(4):87.
- [17] 顾明毅.网络流行语与网民态度使用影响的实证分析[J].新闻爱好者,2012(9):8.
- [18] 陈晶.浅谈网络流行语[J].北京教育学院学报,2008,22(1):45.
- [19] 王旭,李香平.网络流行语的今天与明天[J].中国青年研究,2001(4):19.
- [20] 陈一民.语言学层面的网络流行语解读[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2008,2(6):95.
- [21] 陈绍富.基于新闻事件的网络流行语研究[D].重庆:重庆工商大学,2011:10.
- [22] 孙洁,樊启迪,巢乃鹏.网络流行语的概念辨析与传播过程[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2011,13(3):17.
- [23] 黄碧云.新生代网络流行语的符号学解析[J].新闻与传播研究,2011(2):107.
- [24] 牟薇薇.社会语言学视角下网络流行语的分类及英译策略[J].凯里学院学报,2017,35(2):61.
- [25] 谢亚军.网络流行语的类型与结构特征探讨:省力原则的视角[J].内蒙古民族大学学报,2009,15(1):49.
- [26] 伍凌.网络流行语的构成方式及形成原因:以 2008 年网络流行语为例[J].宁波广播电视大学学报,2009,7(3):43.
- [27] 王仕勇.理解网络文化:媒介与社会的视角[M].重庆:重庆出版社,2011:32.

Re-understanding of Network Buzzwords

CHEN Songlin¹, SHANG Congyong²

(1.School of Law and Politics, Anhui University of Architecture, Hefei 230601, China;

2.School of Economics and Management, Hefei Normal University, Hefei 230601, China)

Abstract: On the basis of reviewing the conceptual definition and main characteristics of network buzzwords in the past, it is suggested that the concept of network buzzwords be suitable for network language, which can define its connotation from time attribute, spatial attribute and expression form. On the basis of the classification study of buzzwords, it is found that the classification of multidisciplinary represents different concerns, broadens the research horizons and makes people understand the network buzzwords more comprehensively.

Keywords: network; buzzwords; operational definition; classification basis

[责任编辑 夏 强]