

网络流行用语的认知社会语言学分析

Cognitive Sociolinguistics Analysis of Internet Buzzwords

朱丽萍

Liping Zhu

泰州职业技术学院基础科学部 中国·江苏 泰州 225300

Fundamental Science Department of Taizhou Polytechnic College, Taizhou, Jiangsu, 225300, China

摘要: 自媒体时代, 网络流行用语广为传播, 其形式多样, 语义丰富。论文从认知社会语言学的角度来探讨其产生的社会原因, 反映的社会现象, 揭示语言与社会文化, 交际语境的互动关系, 从而更清晰地认识这一语言变异和社会变迁。

Abstract: Since the media era, Internet buzzwords have been widely disseminated in various forms and rich semantics. From the perspective of cognitive sociolinguistics, this paper probes into the social causes, the social phenomena reflected, and reveals the interactive relationship between language, social culture and communicative context, so as to better understand this language variation and social change.

关键词: 认知社会语言学; 网络流行语; 交际语境

Keywords: cognitive sociolinguistics; internet buzzwords; communicative context

DOI: 10.12346/sde.v3i6.3823

1 引言

网络流行用语作为新兴的语言形式不仅流行于虚拟的网络世界, 还广泛传播于现实的社会环境。语言的社会性决定了语言的形式和功能, 而网络流行语其表现形式和功能, 是由具备相同社会特征的人, 即网民, 在相同的社会环境中, 即网络中所普遍使用的一种语言表现形式。论文基于认知社会语言学的视角来探查网络流行语的本质及其所折射出的人类认知和社会文化特征, 以期能丰富语言变异的社会语言学研究。

2 认知社会语言学概述

社会语言学家陈原认为: “社会语言学着重研究语言的变异, 即语音、词汇、语法、表现方式等在不同的社会环境中, 不同的人物中, 不同的阶层中, 不同的文化背景中, 不同的时代中所引起的变化^[1]。” 认知语言学以认知科学和体验哲学为理论背景, 认为语言的创建、学习和运用必须通过人类认知加以解释。认知社会语言学 (cognitive sociolinguistics) 在研究方法和理论框架上将认知语言学和

社会语言学两大学科有机融合, 于 2007 年第十届国际认知语言学研讨会上正式确定了这一学科, 其研究核心是语言变异问题, 探究语言、认知和社会三者之间的关系, 强调语言运作机制会受到个人认知的一定影响, 而个人认知和认知系统保持因果循环关系, 即个人思维和社会环境, 语言文化背景之间产生互动。

3 认知社会语言学视角下的网络流行用语分析

3.1 网络流行用语的表现形式

网络流行语和现实语境中的言语交际最突出的区别在于词汇层。在网络语境中, 由于社会心理、经济性等因素, 网民觉得语言中现有的词汇比较缺乏, 他们为了表达自己的思想, 往往会采用不同的方式新造词汇, 从而使得网络交流取得更好的交际效果。网络词汇的生产原则往往是最经济的方式来创建新词新意。根据现有的流行网络词汇, 其表现形式多为以下几类。

3.1.1 旧词新意

2020 年 9 月, “秋天的第一杯茶” 突然成为微博热搜。

【作者简介】朱丽萍 (1979-), 女, 中国江苏泰州人, 硕士, 讲师, 从事社会语言学及应用语言学方面的研究。

这个短语首次出现在朋友圈或微博就是网民以此秀恩爱或秀感情,指一杯热奶茶在这个冷冷的秋天能让人觉得心里特别温暖。当这句话在网络火了之后就成为了网民应季玩的一些梗,让大家要红包更理所当然,不会觉得很尴尬。所以,如发朋友圈这样一句“我也想要秋天的第一杯奶茶”就约等于向亲密的朋友或家人说:“给我发个红包也让我可以秀一秀吧!”

更多采用给旧词赋予新意的例子,如“白月光”,来源于张爱玲的小说《红玫瑰与白玫瑰》。其本意指可望不可即的人或物,一直在心上却不在身旁。“白月光”一词因热播电视剧《延禧攻略》中秦岚饰演的富察皇后是乾隆皇帝心中的白月光而走红。现在这个词汇常见于饭圈梗,更多用来形容自己倾心仰慕的“爱豆”(英文单词 idol 音译,意为偶像)。“种草”,类似网络用语“安利”的用法,指把一样事物分享给另一人,让其也喜欢这件事物;“躺平”,指无论对方做出什么反应,你内心都不起任何波澜,表示顺从心理。现在用“躺平”指低欲望的生活方式,与“佛系”“摸鱼”同指青年丧文化。

3.1.2 谐音词

谐音词主要表现为汉字谐音、英文谐音、数字谐音或混合谐音,如常用的神马(什么)、菇凉(姑娘)、杯具(悲剧)、内牛满面(泪流满面)、就酱子了(就这样子了)、爱豆(idol)、778(吃吃吧)、hold住(坚持住)、造(知道)等。

3.1.3 缩略语

以年轻人热衷的网络社区 B 站为例,哔哩哔哩用户发送的海量弹幕,其中高频出现的比如汉语拼音首字母类的“xswl”(笑死我了)、“zqsg”(真情实感);中文的缩略词如“爷青回”(意为爷爷的青春又回来了)用来表达人在变化后的环境中,面对曾经熟悉的人和事物时,油然而生的一种喜悦之情。

3.1.4 借代

借代词汇古已有之,如须眉(男子)、庙堂(朝廷)、布衣(百姓),现在思维活跃的网民以同样的方式新造出许多语意丰富的借代词汇。例如,“洗衣液男孩”(指爱干净的男孩子)、“阳光男孩”(朝气蓬勃,富有正能量的男孩子)、“鸡腿姑娘”(来源于电视剧《庆余年》中的林婉儿,后指梦中情人)等。

网络流行词汇作为一种文化现象,表达了年轻人的张扬个性、追求时尚,他们在追求用简洁而别出心裁的各种流行网络词汇在达到有效沟通的同时也实现了内在的娱乐。网络流行语已经在线下的现实世界中广为传播,不断“侵袭”着人们的语言体系,已经融入了日常生活,在潜移默化中影响

着人们的语言交际方式。

3.2 网络流行语的产生依据

研究语言发展的认知因素以及和社会文化之间的关系是认知社会语言学的关注重点^[1]。网络流行语作为以词汇变化为主的语言变体,在其变异过程中,关键性的认知驱动就是基于相关性的转喻和基于相似性的隐喻。例如,2018年《咬文嚼字》收录的十大网络流行语中的“巨婴”,本是指体型巨大的婴儿。近年来,人们用这个词指心理滞留在婴儿时期的成年人。这类人以自我为中心,缺乏规则意识,没有道德约束,一旦出现超乎自己预期的情况则情绪失控,产生过激行为,使用婴儿的方式来向他人甚至周围环境表示抗议。这种基于本体和喻体之间的相似性的隐喻是大量网络词汇创造的重要依据。

“转喻是指在同一认知域表述和理解部分与整体的认知现象,即可用一个部分来认识另一个部分或整体,或通过整体来认识部分,两者具有接触或邻近关系^[2]”。在网络交际语境中,网民当表达某一事物缺乏相应词汇时,往往会根据所指对象的某一显著特征,借用已有词汇来对其命名,如2015年逐渐流行于网络评论区的“老司机”一词,本意指富有驾驶经验,驾龄时间长,几乎不发生交通事故的机动车驾驶员。在微信、贴吧、微博等网络语境中,这个词变异成了指行业老手,对各种规则、内容以及技术、玩法经验老道的人,更指在网上分享资源或者炫耀自己资源的人,如在平台上分享资源失败时被称为“老司机翻车了”,之后又进一步衍生出“车祸现场”这一新词。

由此可以发现,网民创造的大量新词从认知社会语言学的角度分析,在一定程度上都受转喻或隐喻机制的影响,其目的就是使网络交际简洁便捷,从而大大丰富了网络语言和文化,反映了语言、文化和社会间双向互动的关系。

4 结语

随着网络技术的日新月异,网络语言不断发展和快速传播,证明语言正如一个生命体一般,有着新陈代谢,而这种成长过程是语言使用者在特定的语言环境中受到文化和认知机制的影响,主动或被动地创造着或改变着语言。立足认知社会语言学,有利于深刻分析网络流行语的产生及传播机制,有利于了解这个更为开放包容的现实世界。

参考文献

- [1] 陈原.社会语言学[M].上海:学林出版社,2004.
- [2] 王寅.认知语言学[M].上海:上海外语教育出版社,2007.
- [3] 黄嫣.社会语言学的新发展:语言变异与认知科学的交叉研究[J].天津外国语学院学报,2020(1):24-34.