

网络语言中的“萌化”现象探析

康璇

南开大学汉语言文化学院, 天津

收稿日期: 2024年3月18日; 录用日期: 2024年5月8日; 发布日期: 2024年5月15日

摘要

随着互联网的普及, 网络交际在交流中的作用日益凸显。值得注意的是, 一种特殊的“萌化”语言表达正在悄然出现, 在语音和语法上均有不同的变异表现。“萌化”语言与起源自日本的“萌文化”密切相关, 是外来文化在中国生根发芽、中国化的典型表现。此外, 这一现象也与社会学、心理学中的交际视角、PAC理论乃至代际文化等密切相关, 是“新新人类”的“新新语言”。研究“萌化”语言也能进一步促进对青年网络语言的了解, 进而了解新一代青年的心理和代际特征。

关键词

网络语言, 萌文化, 代际文化, 亲和动机, PAC理论

An Analysis of the “Cuteness” Phenomenon in Network Language

Xuan Kang

College of Chinese Language and Culture, Nankai University, Tianjin

Received: Mar. 18th, 2024; accepted: May 8th, 2024; published: May 15th, 2024

Abstract

With the popularity of the Internet, the role of network communication has become increasingly prominent in communication. It is worth noting that a special “cuteness” language expression is quietly emerging, with different variations in pronunciation and grammar. The “cuteness” language is closely related to the “cuteness culture” originating from Japan, and is a typical manifestation of the rooting and localization of foreign cultures in China. In addition, this phenomenon is also closely related to the communication perspective, PAC theory and even intergenerational culture in sociology and psychology. It is the “new language” of “new people”. The study of “cuteness” language can also further promote the understanding of young people’s online language, and further understand

the psychological and intergenerational characteristics of the young people.

Keywords

Network Language, Cuteness Language, Intergenerational Culture, Affinity Motivation, PAC Theory

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 何谓网络语言

随着互联网的发展,一种以互联网为媒介的语言随之兴起。

《现代汉语词典》第7版定义网络语言为:网民在网上聊天室和电子公告板系统等里面习惯使用的特定词语和符号。可见网络语言包括特定词语和符号两部分,本文就其特定词语展开,探讨网络语言中特定词语的“萌化”现象。

据中国互联网信息中心(CNNIC)2022年8月发布的《第50次中国互联网发展状况统计报告》,截至2022年6月,我国网民规模为10.51亿,其中20~29岁、30~39岁、40~49岁网民(属于青年网民范畴)在总体网民中占比较大。

因此,青年网民作为我国网民的主力军,所使用的网络语言可视为网络语言的主要代表,本文主要针对青年网民使用的网络语言进行探讨分析。

1.2. 何谓“萌文化”

“萌”自古有之,《说文解字》释其为“草芽也”,后引申为“开始发生”之义。但是现在所说的“萌文化”却和古代汉语中的“萌”似乎关系并不密切。

“萌文化”起源自日本,20世纪80年代日本MAG文化兴起,“萌え”一词开始流行,传入中国后与原有的“萌”进行词义融合。《现代汉语词典》第7版中“萌”的义项包括:1)发芽,2)开始发生,3)稚嫩而惹人喜爱的。《现代汉语词典》第6版未收录第三个义项,可以在一定程度上证明表示“稚嫩而惹人喜爱”的“萌”,并非汉语本土产物,而是日本“萌え”传入后的新义项,用于形容可爱、惹人喜爱的人或事物。

对于“萌文化”的定义,不同学者对其界定不同,本文采用这一定义:“起源于日本的可爱文化,并受MAG文化影响,最初依靠Cosplay模仿、仿造等手段流行起来,带有结构性、去政治化、去压力化、轻松愉快以及消费文化特征的青年亚文化”[1]。“萌文化”传入中国后迅速传播,进而成为一种普遍的文化现象。

“萌文化”作为青年群体中的一种普遍文化现象,对当代青年产生了一定的影响。时下流行的“萌系装扮”、“卖萌行为”都与“萌文化”的传播有一定联系,可视为“萌系审美”的体现[2]。语言中表现为“萌化”的网络语言。“萌化”的网络语言即受“萌文化”影响并具有“萌”特性的网络语言。

2. 网络语言的“萌化”倾向

随着网络交际的发展,网络语言呈现出一种“萌化”趋势,如“找到了好吃的东东”、“晒个美美

哒照片”……其中的“东东”、“美美哒”属于一种“卖萌”的语言表达，体现了在“萌文化”影响下，网络语言呈现出“萌化”倾向。

“萌化”的网络语言主要包括语音变异和语法变异两方面。

2.1. 语音变异

“萌化”网络语言在语音上通过变异表现，可以分为声母变异、韵母变异和声调变异。

2.1.1. 声母变异

声母变异表现为[f]和[x]、[n]和[l]、[ts]和[tʂ]、[tsʰ]和[tʂʰ]、[s]和[ʂ]之间的混淆。

首先是[f]和[x]的混淆，比如“非”([f])转化为“灰”([x])，“今天灰常灰常开心”，是[f]转化为[x]的形式。再如“很”([x])转化为“粉”([f])，“粉喜欢我的新口罩”，是[x]转化为[f]的形式。[n]和[l]的混淆，比如把“受不了([l])”说成“受不鸟([n])”。再比如入选2016年十大网络流行语的“蓝([l])瘦香菇”（即“难([n])受想哭”），都是[n]和[l]混用的典型代表。[ts]和[tʂ]、[tsʰ]和[tʂʰ]、[s]和[ʂ]均属于舌尖前音和舌尖后音之间的混淆。“孩子”和“孩纸”为[ts]和[tʂ]的混淆；“出来玩”和“粗来丸”为[tsʰ]和[tʂʰ]的混淆；“生气”和“僧气”为[s]和[ʂ]的混淆。

以上几组变化为声母部分的混淆变化。

根据儿童语言习得研究的结果，在儿童习得语言的初期，容易将[f]和[x]、[n]和[l]、[ts]和[tʂ]、[tsʰ]和[tʂʰ]、[s]和[ʂ]混淆，形成了“娃娃腔”[3]。而“萌化”的网络语言借用这种“娃娃腔”的形式，仿佛一个刚学会说话的孩子可爱地撒娇，让自己的语言表达更带有一种幼儿式的“萌”的意味。

2.1.2. 韵母变异

韵母最典型的是[n]和[ŋ]的混淆。韵母的变化不同于声母部分，声母变化是双向的，但韵母变化是单向的，即从[n]转化为[ŋ]。“您”和“宁”是[n]转化为[ŋ]的典型代表，用在双方地位平等的情况下表示一种亲近之感，使用者的表达显得更可爱、更“萌”。

2.1.3. 声调变异

声调变异的代表主要有“爸^[51]爸”和“粑^[214]粑^[35]”、“妈^[55]妈”和“麻^[214]麻^[35]”等。以上形式是通过声调的变异来表现使用者“萌”的特点。

值得说明的是，在上述三种变异中，不乏地区方言对其产生的影响。如“台湾腔”现象的分析结果中，提到“爸爸”等的声调变化就受到了台湾方言的影响[4]。需要说明的是，方言影响和语言“萌化”并不冲突。许多网络语言，如“蓝瘦香菇”等均发源于方言，而非方言区的使用者发现这种表达听起来更“萌”、更可爱，从而广泛使用这种表达方式。因此，方言影响和“萌化”是对网络语言考察的两个视角，“萌化”现象中包括受方言影响而产生的网络语言，二者不是非此即彼的对立关系。

2.2. 语法变异

语法包括词法和句法，其中萌化倾向所导致的语法变异集中在词法和句法两个方面，都以形式变异的方式表现。形式变异指重叠形式的使用。重叠形式包括词法上单纯的重叠形式，以及句法上重叠加助词的形式。

2.2.1. 词法——单纯重叠

单纯重叠是把词语变为重叠形式，比如“东东”（“东西”）、“友友”（“朋友”）、“漂漂”（“漂亮”）、“饭饭”（“饭”）均为词法上的重叠。

与声母变异中儿童式表达一样，单纯重叠也可视为网络语言对儿童式表达的模仿。儿童语言习得研

究认为,在习得语言初期,儿童掌握的词汇有限,而为了满足汉语双音节的表达需要,儿童往往会采用重叠方式弥补音节[5]。网络语言通过对儿童式表达的模仿,而具有了幼儿式的“萌”。

2.2.2. 句法——重叠加助词

除单纯重叠外,网络语言中还存在重叠加助词形式。助词主要包括“哒”、“滴”、“的”。有学者认为,“哒”、“滴”属于“的”的变体,功用方面也基本继承了“的”的用法[6]。因此,本文将“哒”、“滴”和“的”视为一组常用助词进行分析。近年常用的“萌萌哒”、“美美滴”、“臭臭的”等均为词重叠后加上“哒”、“滴”、“的”这一组助词的形式,形成的“XX的/哒/滴”形式可视为词组或短语。

值得注意的是,这类形式中不乏贬义形容词重叠现象,如“丑丑哒”,现代汉语中贬义形容词重叠能力极弱,但近年来“丑丑哒”、“怪怪滴”等贬义形容词重叠加助词的例子却不断增加。这种贬义形容词重叠现象可能与网络语言的“萌化”倾向有一定关联。贬义形容词重叠后加助词,意义不再是原有完全消极、负面的意义,否定色彩带有一定程度的减弱,使用者在使用过程中更有撒娇意味,呈现近似于“萌化”表达的倾向。

综上,语音和语法上网络语言都有“萌化”倾向,表达更可爱、更轻松愉快,是“萌文化”影响语言的重要体现。

3. 网络语言为何“萌化”

网络语言的“萌化”倾向是受“萌文化”影响的结果。这种现象背后不乏更深层次原因,值得分析。

3.1. 交际视角

社会心理学中,“亲和动机”是影响交际行为的重要因素,更亲和的、不具有攻击性的表达使交际双方获得心理满足从而辅助交际[7]。也有学者从语言心理学角度提出了语言的两个功能:传达命题和维持社会关系,并进行了实验,进一步说明平等的、更亲和的表达方式有益于实现交际目的、维持社会关系,进一步印证“亲和动机”能影响交际[8]。

网络交际与传统交际最大的区别是交际方式不同。传统交际以面对面的口语交际为主,通过语气、肢体等手段表达说话人的情态。但网络交际主要为线上非口语交际,具有一定的非现实性和隐匿性,说话人只能通过文字形式表现情态。为了让自己的表达更富于亲和力、更能满足“亲和动机”,使用者创造出了“萌化”的网络语言辅助表达。

而根据深度访谈结果,95%的访谈对象认为使用“萌化”的网络语言能够拉近交际双方之间的距离、减少摩擦,达到更愉快的交际效果,从而弥补网络交际表达情态较为困难的缺点[9]。

因此,从交际角度来看,“萌化”网络词语具有独特优势,满足网络交际需求,因此网络语言选择了“萌化”作为其表达手段之一。

3.2. 使用者视角

PAC 理论

Eric Berne (1961)提出“交互作用分析学”,其中的PAC理论,认为自我状态分为三种:父母自我状态、成人自我状态和儿童自我状态,且三种状态存在混淆[10]。

从这个角度来看,“萌化”网络语言可视为成人使用者在心理方面表现出儿童自我状态的语言表现。“儿童”状态意味着被保护和安全的心理感受。当今社会,青年群体面临着较大的生活压力。在高强度的生活环境中,处于中年和少年之间的青年群体,由于内心尚且不够成熟,表现出对压力的逃避倾向。他们试图以“不想长大”式的心理逃避生活中遇到的种种挫折。而儿童式“萌化”的网络语言即青年群

体试图寻找心理“避风港”的语言途径。因此，从这个角度分析，“萌化”的网络语言是青年群体一个重要的情感寄托，能够带给他们心理上的满足。

3.3. 代际文化视角

3.3.1. 横向文化对比：青年亚文化

上文提到，网络语言的“萌化”是“萌文化”影响的结果，而“萌文化”属于“青年亚文化”的一种[11]。

“青年亚文化”为“亚文化”的分支，即以青年为主体，从内在观念、外在行为和生活方式上与主流文化相区别，在社会总体文化中处于次要地位的文化系统[12]。特点是追求个性化、带有反叛性，并以其不同于主流文化的方式来表达青年群体的自我意愿。

“青年亚文化”对青年生活影响巨大。网络语言中由于其主力军为青年网民，网络语言不可避免地受到“青年亚文化”影响，体现出反叛主流文化、求新求异、追求个性化的特点。

在“青年亚文化”和其分支“萌文化”的双重影响下，网络语言既表现出新奇、个性化等特点，又呈现“萌化”倾向。同时，“萌化”倾向实质上也是求新求异、个性化表达的体现。

3.3.2. 纵向文化对比：社会代际特征

青年亚文化是和主流文化进行横向对比，从而凸显出自身特点的文化，社会代际特征则是纵向对比考察青年心理行为的角度。

网民主力军包括 80 后、90 后和 00 后三代。这三代网民作为网络社交的主体，其创造使用的网络语言也会受到社会代际的影响。

与传统一辈相比，80 后、90 后和 00 后们的生活环境更为开放、生活方式更为便捷。在以美国文化、日本文化为代表的他国文化影响下，他们展现出不同于传统中国人的特性，自我意识更强、崇尚“我”标签、心态更为开放，能够接受与传统大相径庭甚至相悖而行的思维观念[13]。

针对青年人的语言表达，有学者戏称，80 后、90 后和 00 后的发声趋势就是“就不好好说话”[13]。无论是十几年前风靡青年社会的火星文，还是现在各式各样新奇的网络语言，都表现出 80 后、90 后和 00 后们试图脱离传统语言表达的趋势，即不会按照传统“好好说话”。

具体到网络语言中，“萌化”现象是其不会“好好说话”的典型体现。诸如“孩纸”、“吃饭饭”等“萌化”的表达，当传统一辈为这种独特语言感到困惑之时，网络青年却认为这样说话很可爱，很“萌”，能够在不同于传统的表达中凸显自身意识。

3.4. 大众文化影响

“大众文化”即在现代工业社会中所产生的、与市场经济发展相适应的一种市民文化[14]，特点是娱乐性、商业性，糅合“享乐主义”和“消费主义”。当代社会中娱乐精神成为大众文化的核心[15]，表现出“众人乐乐”倾向。特别是在网络的支持下，大众文化的“娱乐”态势愈发明显[13]。

“萌化”网络语言也可视为“娱乐”的产物，是大众文化语境下语言娱乐化的典型代表。通过“卖萌”、“可爱”的表达方式，对话双方置身于轻松、愉快的网络氛围之中，暂时脱离了高压的现实生活，获得了心理快感。

综上，从青年亚文化、社会代际特征以及影响整个社会的大众文化角度来看，“萌化”的网络语言凭借自身新奇性、个性化、娱乐化的特点满足了各方面需求，成为不断发展壮大的语言现象。

4. 总结展望

本文简要介绍了当代网络“萌化”语言的特点，认为“萌化”的网络语言是日本“萌文化”传入中

国后的一大影响表现,分为语音变异和语法变异两方面,结合交际视角、PAC理论以及代际文化等探索其产生原因,发现使用者普遍认为“萌化”网络语言有助于缓和语气,进而辅助交际。

就“萌化”网络语言自身而言,其更新速度非常之快,每隔一段时间就会涌现出一些“萌化”表达,同时,有些“萌化”表达也会被渐渐抛弃。而哪些“萌化”网络语言最终会存活下来并且被吸纳进现代汉语系统,则需要时间和历史的检验。

参考文献

- [1] 胡静. 网络文化传播视域下的萌文化研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京邮电大学, 2015.
- [2] 唐怡萌. 基于使用与满足理论的大学生“萌”现象研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南交通大学, 2018.
- [3] 司玉英. 普通话儿童语音习得的个案研究[J]. 当代语言学, 2006, 8(1): 1-16.
- [4] 杨伟忠. 台湾腔成因新探[J]. 闽台文化研究, 2020(3): 88-93.
- [5] 申国菊. 浅析网络流行语中的低龄化语词[J]. 北方文学(下旬刊), 2014(11): 89-91.
- [6] 张谊生. 当代汉语新兴助词“哒”“滴”的功用、特色与成因[J]. 语文研究, 2021(1): 14-21.
- [7] 张承芬, 马广海. 社会心理学[M]. 济南: 山东人民出版社, 2010.
- [8] R.J. Sternberg, K. Sternberg. 认知心理学[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2016.
- [9] 秦阳, 万丽唯. 使用与满足视角下的网络语言低龄化现象探究[J]. 新闻知识, 2019(2): 39-42.
- [10] 杨眉, Thomas Ohlsson. 人际沟通分析学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2018.
- [11] 李帅. 青年亚文化视角下“萌文化”研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2016.
- [12] 陈敏. 青年亚文化批评话语研究[M]. 北京: 知识产权出版社, 2016.
- [13] 顾明毅. 中国网民社交媒体传播需求研究[M]. 广州: 世界图书出版广东有限公司, 2014.
- [14] 邹广文. 当代中国大众文化及其生成背景[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2001, 16(2): 46-53, 67.
- [15] [美]约翰·费斯克, 王晓珏, 宋伟杰. 理解大众文化[M]. 北京: 中央编译出版社, 2001.