

Generation, Propagation and Destination: The Destiny Logic of Internet Language Popularization and Replacement

—Analysis of Youth Subculture Based on the Top Ten Online
Buzzwords of 2012~2017

Zhenzhen Hu

School of Journalism and Communication, Southwest University, Chongqing
Email: 2924583150@qq.com

Received: Jul. 5th, 2019; accepted: Jul. 19th, 2019; published: Jul. 29th, 2019

Abstract

This paper analyzes the source and origin of the Internet buzzwords in 2012~2017, and combines the language characteristics and communication applications with the perspective of youth subculture. It is found that in the creation of online buzzwords, the youth group is unique in the subculture of collage. The resistance strategy is the main method; in terms of its style representation, the current network buzzwords are characterized by "further entertainment and gradual weakening of resistance"; on the output path, most of the network buzzwords follow "diffusion-cycle replacement". The path is eliminated, but a few online buzzwords can be preserved as usual expressions.

Keywords

Internet Buzzwords, Youth Subculture, Text Analysis

产生、传播与归宿：网络语言流行与更替的命运逻辑

——基于2012~2017年度十大网络流行语的青年亚文化分析

胡祯珍

西南大学新闻传媒学院，重庆
Email: 2924583150@qq.com

收稿日期：2019年7月5日；录用日期：2019年7月19日；发布日期：2019年7月29日

摘要

本文将2012~2017年度网络流行语的来源与出处、语言特征和传播运用等结合青年亚文化视角进行了分析,发现:在网络流行语的创制方式上,青年群体以拼贴这一亚文化独特的抵抗策略作为主要手法;在其风格表征上,当前的网络流行语呈现出“娱乐性进一步增强、抵抗性逐步削弱”的特征;在其输出路径上,网络流行语多数遵循“扩散-周期更替”的路径被消弭,但也有少数网络流行语能成为惯常表达而得以保留下来。

关键词

网络流行语, 青年亚文化, 文本分析

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

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

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



Open Access

1. 研究缘起

互联网持续发展过程中,活跃于虚拟社区的青少年不断创造和发展出属于附属群体的网络亚文化,网络流行语便是其中的一种。作为网民自制文化,网络语言以不同于主流文化的方式创造出来,新鲜、有趣、更迭速度快,有着其自身的发展和传播规律,同时也映射出一定青年亚文化特色。

既往关于网络流行语的传播学研究中,关于网络流行语的走红动因的分析较多,有研究从文化生态和社会心理两个维度对其进行分析,指出技术发展、亚文化形态以及特定的受众心理成为促进网络流行语发展的条件[1];有部分研究对网络流行语传播机制进行了探讨,有学者从宏观上通过对其传播机制的技术演进和文化符号逻辑两个层面的分析提出网络流行语向话语转变的必然性[2],也有不少研究以特定的某个流行语为例从微观层面对其传播模式进行探析;还有研究着重于对网络流行语所产生的影响进行探讨,如网络流行语对主流文化规范[3]、青年价值观[4]、大学生思政教育[5]等影响。本文从青年亚文化视角出发,选取2012~2017年度的十大网络流行语作为研究样本,采用定性与定量相结合的方法,对网络流行语进行细致、系统的分析;已有的关于网络流行语的亚文化研究多注重其与青年群体、主流文化或社会心理等宏观层面的互动与互构,本文综合已有研究将研究视角置于网络流行语的自身机理与发展规律上,通过对年度网络流行语从产生、传播到输出的整个过程的观察与分析,最后落脚于网络流行语的归宿及其周期更替的逻辑这一鲜为其他学者关注的方面,不仅对亚文化的生产与意义进行一定反思,也为主流文化的扩充与发展路径提供一定借鉴意义。

本文从网络流行语的自身机理与发展规律的研究视角出发,以2012~2017年度的十大网络流行语为样本,通过对其产生、传播到输出的整个过程的观察与分析,最后落脚于网络流行语的归宿及其周期更替的逻辑,不仅对亚文化的生产与意义进行一定反思,也为主流文化的扩充与发展路径提供一定借鉴意义。

2. 研究分析——2012~2017年度十大网络流行语的分析

2.1. 来源和出处: 娱乐平台的场景挪用

网络流行语的出处是其青年亚文化传播的起点,诞生于不同场景、社会语境的网络流行语也注定有

着不同的性质、意义和价值。通过对作为研究样本的网络流行语追根溯源,研究发现:年度网络流行语中 68%出自国内综艺节目、网络直播、游戏、影视、微博等娱乐平台,其中具有典型性的台词、语言、网友评论等被网友挪用至其他场景和语境,从而实现大规模扩散。

比如,2017年的“你有 freestyle 吗”走红于 2017 年一档十分火爆的 hip-hop 选秀节目《中国有嘻哈》,节目中作为评委的吴亦凡经常在考核选手时提问“你有 freestyle 吗?”,伴随着节目本身的火热度与明星效应,这句话被网友迁移到各种语境进行引用,迅速被复制传播;2016 年的“洪荒之力”在该年热播仙侠剧《花千骨》中用于指代最强神力,后被游泳选手傅园慧用于采访中快速走红;2015 年的“明明可以靠脸吃饭却偏偏靠才华”源于喜剧演员贾玲在微博上的自我调侃;2014 年“画面太美我不敢看”原始蔡依林歌曲《布拉格广场》中的一句歌词,被网友引用广泛传播;2013 年“高端大气上档次”原是电视剧《武林外传》中的一句台词,后见于冯小刚的电影和运动员刘翔的引用中,渐渐被网友扩散至广泛流行;2012 年的“江南 Style”、“最炫民族风”则都源于当年大火的歌曲名。

这些网络流行语大多由特定语境下的原有用语挪用而来,原创语言较少;在此基础上,网友在流传过程中对其进行二次创作,为现有的语言能指赋予新的所指内涵。如“还有这种操作?”一开始是竞技类游戏圈术语,用于吐槽或赞扬一些夸张、令人大跌眼镜的游戏操作方式;但在网上广泛流传开后,这句话的应用语境大大扩展,用于表示对一些另类、奇葩事件的惊讶和感叹。

2.2. 语言特点: 语词的“异化”传播

网络流行语以不同于主流文化的属性、功能和立场存在,在语言的呈现形式、语词运用以及表达效果上都表现出对主流文化的“异化”:在形式上网络流行语通过解构与重建表现出不同于主流文化的创造性,在语词的运用过程中常出现原有语义的变形和延展。

主流文化的语言应用在词汇搭配和语句组织上都有着极为严谨的语法要求,语言文字的运用必须遵从既定法则和常规使用法,网络流行语则突破了主流文化这一设限的框架。基于 2012~2017 年年度十大网络流行语的分析可知,网络用语对传统用语的形式变异主要表现为原有语词组合搭配的解构和新的运用方式的重建。如:“尬聊”一词使用仿拟的构词法,模仿“尬舞”一词的形式创建出一种新的能指符合;“喜大普奔”取“喜闻乐见、大快人心、普天同庆、奔走相告”四个词语的第一个字组合形成的新的缩略表达形式。

在网络用语的产生和流传中,因为网友的创造性表达,网络流行语在发展和传播过程中不可避免地会发生词义的变异,包括词语意义范围的扩大和缩小,词性的正反颠倒,及其所指内涵的更替。如“套路”一词原指某种特定不变的处理事件的方式,是一个中性词汇,但在网络语言中其词性和词意都发生异化;“还有这种操作”在原有语境中是指的游戏操作,而当其作为网络流行语流传开来后使用语境扩展、语义泛化,网友的使用更多是借用流行语产生的戏谑效果,而模糊了其真实涵义。

2.3. 传播运用: 主体运用的功效区分

根据使用主体和使用方式的不同,网络流行语的传播运用可以主要分为两种:一种是青年群体用于社交传播中。当代大学生作为“新媒体的定义用户”、90 后“数字原住民”,是网络青年亚文化群体中的生力军,因此本文以大学生为对象对其网络流行语使用情况进行了问卷调查,回收有效问卷 206 份,发现在社交运用中网络流行语“形式幽默,调节氛围”的作用被列为首位。

另一种是媒体在新闻报道中对网络流行语的运用和传播,其中尤以网络媒体的运用最为突出。通过对相关报道标题的梳理,本文将十大流行语的用法分为两种:其一,用以表情,这类网络流行语在形式上本身是一个完整的句式,内容上侧重于表达特定的感叹和情绪,其语义延展,具体内涵模糊,主要用

以加强情绪化和娱乐化表达；其二，用以达意，这类网络流行语多为词汇属性且承载具体的意义内涵，它们在报道使用中承担了一定的意义和语法功能。

3. 网络流行语的青年亚文化特征

网络流行语作为青年亚文化的产物，其自产生到运用的发展轨迹都承载着青年亚文化从生产到输出的传播特点，此外，网络流行语作为亚文化语言其语言特点也在一定程度上折射出青年亚文化的风格意义。根据上文对“2017 十大网络流行语”从来源出处、语言特点到传播运用的分析，本文从创制方式、风格表征以及输出路径三个方面做出相应的青年亚文化解读。研究发现其产生以拼贴作为主要的创制方式，风格表征呈现出娱乐化升级而抵抗削弱的特征，在输出路径上网络流行语在作为交流工具大量扩散之后，其亚文化特性通常以周期更替或主流吸纳的方式消解。

3.1. 创制方式：以拼贴为主

网络语言作为一种青年亚文化，既承载着青少年群体寻求社会认同、标新立异、对主流文化进行抵抗的反叛心理，又囿于创造现实受到主流文化的限制和影响，亚文化群体作为一种非官方的、边缘的群体并不能从本质上对主流文化进行颠覆，而只能借助既有的文化土壤做出一定形式上抵抗，这就决定了亚文化和主流文化具有潜在的一致性和形式上的对立性的统一，是一种暧昧而复杂的结构关系，这种关系也形成了青年亚文化以拼贴为主的独特创制方式。

“拼贴”最先由列维·斯特劳提出，是指一种“操作规则总是就手边现有之物进行[6]”的创造活动；克拉克将“拼贴”一词用于青年亚文化研究时，认为它是“在一个总体意指系统内部，把物体重新进行排序和语境重组来表达新的意义”，是一种“即兴或改编的文化过程客体、符号、行为由此被移植到不同的意义系统和文化背景中，从而获得新的意味[7]”。通过网络流行语的创制方式分析可知，他们通常并不是从空无中创造出全新的内涵和意义，而是借助主流文化系统中现有的符号对其进行剪接、挪用和篡改。如前文语言特点的分析，网络流行语在使用过程中会发生语境扩大、语义变形等意义异化，这正是拼贴手法“语境重组”、“文化改编”，权且利用现有之物进行创造的体现。通过统计分析发现，2012至2017年度网络流行语中，分别有63%和20%的网络流行语是对原有用语的挪用与改编产生，原创语言占比仅17%，拼贴成为网络流行语的主要创制方式。

3.2. 风格表征：娱乐升级，抵抗弱化

抵抗是亚文化理论中的一个重要关键词，亚文化是边缘性的、批判性的，作为与主流文化的对立，抵抗成为了其风格的重要表征，青年群体为寻求自我认同、彰显独特性创造的网络语言也不例外。学者李明洁曾对2008至2011年的网络流行语进行价值分析，将流行语从内容表达上归为“认知”和“情感体验”两大项，经分析得出这个时段中的网络流行语大多切中了某些社会现象不公不义的敏感神经，在一定程度上折射出某种社会心理状态特别是社会情绪[8]。许多由社会热点引发的网络流行语也常伴随着这样的特点，暗含着网友情绪情感的宣泄流露和意志的共鸣，以一种戏谑、嘲弄的方式呈现出与主流文化格格不入的形态，以此表达从风格表征到社会情绪对主流文化的抵抗。

从2012~2017年度网络流行语的语言特点可看出，网络流行语的抵抗形式依然存在，它们通过语言的异化传播对主流文化进行颠覆；但从社会心理诉求、精神期盼的层面来说，近年来网络流行语在此层面的抵抗性大大削减。与此同时，网络流行语的娱乐性进一步升级：从出处看，网络流行语主要出自综艺、电影、游戏、直播等多样化的娱乐平台，披着娱乐的外衣诞生；从表达内容看，十大网络流行语主要用于社交交流中的日常表达，且原创程度低，不再像以往某些流行语一样紧跟社会热点暗含某种批判

性隐喻；此外，其极具调侃性的语言特点及其运用于社交和媒体报道的特殊属性，无不为其添加了浓厚的娱乐注解。

3.3. 输出路径：功能性扩散 - 周期更替/主流吸纳

网络流行语在社交传播中的运用使其作为备受欢迎的交流工具得到广泛扩散，但最终会因自身特性与功能的不同或消逝于网络语言的周期更替，或消解于主流文化的吸纳。

1) 扩散：作为交流工具的运用

网络流行语得以扩散的最大助力便是作为交流工具被运用于社交传播，形式新颖、生动有趣的网络流行语在社交交流中广受欢迎，并由线上社交延伸至线下社交的日常交流中。除此之外，网络流行语的另一创造形式表情包伴随着社交平台交流习惯应运而生，成为促进网络流行语扩散的重要载体。

2) 消弭：周期更替

以网络流行语在媒体报道运用中承担的两种不同功能——表情和达意为征兆，不同网络流行语会因自身特性最终以不同的方式消解其亚文化属性，走向不同的结局。对于用以表情的网络流行语，主流文化的采用主要是借助其流行元素，丰富表达形式和情绪表现，但因为语境和语义边界的消弭，极易造成网络流行语的泛滥——被用于通用的各种对象、场合、内容，原有的亚文化风格被消解，新鲜性消褪，代之以反复出现的低俗化。这类网络流行语具有较强可替代性，往往随着热度的消减消逝于网络流行语的周期更替中。以 2016 年的流行语“蓝瘦，香菇”为例，该语曾一度走红，当时甚至有公司抢注商标，但在热度达到一定峰值后其热度回落，归于平静，最终逐渐消解在整个网络的喧哗中。

3) 保留：主流吸纳

而对于具有达意功能的流行语，如“尬聊”，它们是适应社会发展而出现的新的意指符号，因其独特的意指功能为原有语言系统做出一定补足，不能轻易被替代。主流文化的吸纳意味着意识形态领域的收编，会使网络用语从“新词新语”渐渐变成惯常表达，网络流行语原有的亚文化特性也会被消解，但它们的生命力不会就此终结，而是被更大范围地接受和运用，由亚文化语言进入大众传播语境，为主流文化体系注入鲜活力量。

4. 结语

大多网络流行语的生命力是短暂的，它们能反映一定时期内青年亚文化群体的话语特色和创作心理，也会随着一段时期的结束而降低热度直至消逝；网络流行语的功能和作用也是有限的，它们或许在一定阶段很好地表达了亚文化群体想要抒发的情绪，在某种程度上补充了原有语言系统，却容易在交流使用中影响语言使用规范，因为极低的使用门槛和极大的重复性造成过于泛滥和低俗化。只有少数网络流行语因为独特的意指功能在网络文化的更替中保存下来，为主流文化体系注入鲜活力量，为现代汉语的更新和补足做出了贡献。因此对于网络流行语，一定要辩证地看待其与主流文化发展的关系，关注特定阶段的网络流行语对该阶段网络流行语的总体发展特点以及青年亚文化特定传播规律的折射。

参考文献

- [1] 王清杰. 网络流行语的文化生态与社会心理分析[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2011, 38(4): 43-45.
- [2] 严励, 邱理. 网络流行语传播机制的逻辑分析及话语转向[J]. 当代传播, 2015(1): 41-43.
- [3] 姚必鲜. 网络流行语对主流文化的僭越与消融[J]. 新闻爱好者, 2011(10): 110-111.
- [4] 刘畅, 吴国琴, 刘舒. 网络流行语对青年价值观的影响及对策[J]. 思想理论教育, 2012(17): 75-78.
- [5] 陈佳. 网络流行语对大学思政教育的影响[J]. 新闻战线, 2015(20): 121-122.

- [6] 列维·斯特劳斯. 野性的思维[M]. 李幼蒸, 译. 北京: 商务印书馆, 1987: 23.
- [7] 费斯克. 关键概念: 传播与文化研究辞典[M]. 李彬, 译. 北京: 新华出版社, 2004: 31.
- [8] 李明洁. 流行语: 民间表述与社会记忆——2008-2011 年网络流行语的价值分析[J]. 探索与争鸣, 2013(12): 82-86.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网首页: <http://cnki.net>, 点击页面中“外文资源总库 CNKI SCHOLAR”, 跳转至: <http://scholar.cnki.net/new>, 搜索框内直接输入文章标题, 即可查询;
或点击“高级检索”, 下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2169-2556, 即可查询。
2. 通过知网首页 <http://cnki.net>顶部“旧版入口”进入知网旧版: <http://www.cnki.net/old/>, 左侧选择“国际文献总库”进入, 搜索框直接输入文章标题, 即可查询。

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ass@hanspub.org