

# 模因论视域下生僻字热词的走红原因

## ——以“龙行龘龘”为例

张颖璇

曲阜师范大学翻译学院, 山东 日照

收稿日期: 2024年2月18日; 录用日期: 2024年3月28日; 发布日期: 2024年4月7日

### 摘要

21世纪, 是属于因特网的时代。网络以其内容的多样性和创新性以及传播手段的多元化得以吸引大量年轻用户, 也带动了诸如“龙行龘龘”这类生僻字网络热词的发展。在网络的助力下, 一些原本艰涩古奥的生僻字, 开始让人感到亲切且趣味十足。为了更好地揭示生僻字的走红原因, 本研究尝试借用模因论, 以今年走红的热词“龙行龘龘”为例, 深入解读生僻字网络热词的起源、发展以及传播的机制, 为进一步研究生僻字发展动因及其传播机制提供更多理论依据。

### 关键词

生僻字, 网络热词, 模因论, 传播机制

# An Analysis of the Dissemination of Rare Used Hot Words on the Basis of Memetic Theory

## —Taking “Dragons Flying” as an Example

Yingxuan Zhang

School of Translation, Qufu Normal University, Rizhao Shandong

Received: Feb. 18<sup>th</sup>, 2024; accepted: Mar. 28<sup>th</sup>, 2024; published: Apr. 7<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

The 21st century belongs to the era of Internet. The diversity and innovation of the network's content, as well as the diversification of its means of communication, have attracted a large num-

ber of young users, which has also led to the development of rare Internet buzzwords such as “dragons flying”. With the help of the network, some of the original difficult ancient and rare words began to make people feel friendly and interesting. Therefore, based on the “memetic theory”, this paper takes the buzzword “dragons flying” as an example to deeply interpret the origin, development, reproduction, spread and reasons for the popularity of the rare used hot words. It provides a theoretical and practical reference for further research on the future development trend of rare used words and their regulation.

## Keywords

Rare Used Words, Internet Buzzwords, Memetic Theory, Dissemination Mechanism

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

进入 21 世纪以来，互联网技术以及社会发展日新月异。随着社会的前进，语言的语音、语义、形态也都在跟随人们的需求不断变化着。据《康熙字典》记载，“𪔐”出自第一部楷书字典——南朝的《玉篇》，音同“沓(dá)”。“龙行𪔐𪔐”形容龙腾飞的样子，昂扬而热烈。直到今年央视春晚主题揭晓——“龙行𪔐𪔐，欣欣家国”——原本无人问津的生僻汉字一下子“火出了圈”。“𪔐”字重获新生，正是它的字形与人们表达新春祝愿的需求锁定在了一起。对此，人们不禁会产生疑问：“为什么诸如‘龙行𪔐𪔐’的生僻字网络热词会迅速流行起来？”为了解决人们的疑问，本人在前人的基础上，阅读大量文献，发现该类热词的传播规律，本文将以“龙行𪔐𪔐”一词为例，以“模因论”为基础进行深入分析，以小见大，揭示生僻字网络热词的传播机制及其引发的思考。

## 2. 国内研究综述



Figure 1. The number of papers published in Chinese core journal criterion of PKU and CSSCI containing “rare words”

图 1. 发表于北大核心和 CSSCI 的论文中包含“生僻字”的论文数

通过中国知网对网络语言研究情况进行跨库检索，截止到 2024 年 2 月 27 日，发表于北大核心和中国社会科学引文索引(Chinese Social Sciences Citation Index, 简称 CSSCI)的论文中包含“生僻字”的论文有 47 篇(见图 1)，包含“模因论”的论文有 396 篇(见图 2)。由此可见，国内学者对模因论研究较多，但生僻字传播的研究较少。对模因论的研究逐年推进，越来越受到学者们的重视，研究队伍不断扩展，研

究成果不断涌现。但在已有的著述中，大多数文章仅限于对生僻字本身的描述以及对如何看待生僻字的探讨，没有将生僻字和网络热词结合起来对其传播以及走红原因加以分析，更没有从模因论的角度分析生僻字热词的走红原因，且篇幅相对短小，学术性不强，研究的角度也大多大同小异，研究程度有待深入。另外，在理论支撑上，生僻字网络热词传播的研究还缺乏系统的理论指导。因此，本文尝试在前人研究的基础上，基于模因论的视角，以“龙行龘龘”这一含有生僻字的网络热词为例，对生僻字网络热词进行研究，使人们更好地了解其传播机制及其影响。



**Figure 2.** The number of papers published in Chinese core journal criterion of PKU and CSSCI containing “memetic theory”  
**图 2.** 发表于北大核心和 CSSCI 的论文中包含“模因论”的论文数

### 3. 语言模因视角下“龙行龘龘”的传播过程分析

#### 3.1. 模因及语言模因论

语言模因论是由我国学者何自然先生于 2003 年引入国内的一种新理论，是基于达尔文进化论观点提出的，用以解释文化进化规律[1]。该理论的核心是模因(meme)，它研究的是语言现象。模仿性是语言模因形成的前提，而复制性则是语言模因的本质特征。语言模因之所以能够被模仿并传播，根本原因在于其具有自我复制性[2]。新词语在网络上要想流行，必须经过大众的模仿和广泛的复制使用，借助模因力量得以传播。因此，生僻字网络热词的流行是典型的模因现象。语言模因论也必将能够最好地解读语言模因的形成、复制和传播过程。

模因(meme)一词最初是由牛津大学的新达尔文主义倡导者理查德·道金斯(Richard Dawkins)于 1976 年在其著作《自私的基因》(The Selfish Gene)中提出的[3]。我国学者何自然将 meme 翻译为“模因”，意在让人们联想到它是一种模仿现象，类似于基因的现象[4]。基因通过遗传而繁衍，而模因通过模仿而传播。在进化生物学家苏珊·布莱克莫尔(Susan Blackmore)的《模因机器》(The Meme Machine, 1999)一书中，她向我们展示了详实的证据，人类遏制不住的思考、语言交流，都是模因作祟[5]。随后，学者们将模因论与语言学相结合，提出了语言模因论。和生物基因一样，模因在复制和传播过程中也遵循“优胜劣汰”的原则[6]。有一些网络热词出现后由于符合人们的需求，而被反复复制，不断得以传播；而有一些热词虽然得到了短时间的传播，却没有永久的流传下去，终究是昙花一现。因此，得到广泛使用的网络热词必然经过选择和淘汰，是一种成功的模因，也是一种强势的模因。成功的模因在复制传播过程中必然经历四个生命周期，即同化、记忆、表达和传播[7]。

#### 3.2. 语言传播的四个阶段

##### 3.2.1. 同化

首先，在一个新的热词问世之后，该新词会引起网友广泛讨论，之后会不断的出现在人们的视野中，因此该用词成功“传染”其宿主，进入宿主的记忆中，当语言模因进入到人们的认知结构之后，会形成

短时记忆，人们会在一段时间内频繁使用，从而在一定范围内爆发引起其他人的关注，并开始进入其他人群的认知结构中。这一过程属于模因复制的同化阶段。生僻字网络热词“龙行龘龘”中的“龘”字源于“龘”字，最早见于许慎的《说文解字》。古人对“龘”字的释义为“飞龙之状”。今年是龙年，由三个“龙”组成的“龘”字，在字形与字义上都体现了“好彩头”，起初只是被人们用在新年往来问候的语句当中，逐渐带火了“龘”“龘”等字。因其具有美好寓意，“龙行龘龘”被网友们不断重复、传播，直到2024年央视春晚主题揭晓——“龙行龘龘，欣欣家国”，生僻字网络热词骤然走红。2024年总台春晚以“龘”字为题眼，用“龘龘”之姿生动描摹十四亿中华儿女奋发有为，昂扬向上的精神面貌。“龙行龘龘”一开始只在群众中进行小规模爆发传播，并进入到人们的认知结构中，更新人们的语言模因库，对其进行同化，使得群众频繁使用。在2024年央视春晚公布主题之后，由于“龙行龘龘”出现的频率过多，便逐渐突破小规模传播，开始进入到网络各平台，如抖音，微博等等，引起其他用户的关注。

### 3.2.2. 记忆

随着探讨的进一步深入，网络流行语会被大众赋予更加明确的定义，从而更多的被人们适用于生活中，任何一个网络流行语想要得以流行，都必须反复出现在大众的视野中，对人们已经同化的语言模因不断刺激，才能使人们在潜移默化中形成对该语言模因的记忆点。比如，“龙行龘龘”如今作为网络热门词汇，经常出现在各大社交媒介之中，随着社会的前进，语言的语音、语义、形态也都在跟随人们的需求不断变化着。“龘”字重获新生，正是它的字形与人们表达新春祝愿的需求锁定在了一起，因此它反复出现在社交媒体中。其反复出现能够加深人们对该语言模因的记忆，促使人们对该词的记忆从短时记忆转向长时记忆。

### 3.2.3. 表达

新的用语得到流行与传播，被广泛使用在大众社会生活的各个领域，强势扩散。人们根据流行语的不同定义，将记忆中的模因信息提取出来以契合当下的环境领域，从而创造出更多带有流行语的句子，这个传播过程也就是人们语言记忆再现的过程。为了长久存在，语言模因不断模仿具有传播优势的语言，进行自我更新与复制，使其得到更大范围的扩散。生僻字网络热词“龙行龘龘”的出现更新了语言模因的表达方式，“龘”字的“出圈”是语言丰富的体现。新的词语的出现，代表着人们新的表达需求。随着“龙行龘龘”的热度逐渐上升，生僻字热词的语言模因对“龙行龘龘”进行模仿与更新，创造出了更多类似的生僻字网络热词，例如“前程龘龘，生活龘龘，事业龘龘……”。

### 3.2.4. 传播

最后，网络流行语以微博等多种网络媒体为载体，其通过文字、图片、视频等形式得以大量模仿与复制，具有一定的稳定性。由于语言模因中的文化因素，且“龙行龘龘”情绪感染力强且能强烈地引起网友共鸣，该词在2024年初迅速走红。其传播的载体也从最初的微博扩散到各种新媒体平台如朋友圈、抖音等，乃至人们生活中的日常对话中。

经历这四大阶段后，一个网络流行语才从一个潜在的模因发展成为一个真正的网络语言模因，并在人们的日常生活与社会各个领域中得到广泛复制与传播。由此可见，生僻字网络热词不仅仅实现了表达方式的创新，同时也携带了多层次的情感内涵，因此极易引起网友共鸣，实现其大众化以及大规模传播。

## 4. 结语

作为一种语言模因，生僻字网络热词经历了模因复制的同化、记忆、表达、传播四个阶段，得以大量复制与广泛传播，最终走红。生僻汉字重获新生，被赋予现代社会新的语义，也让我们看到了一条了

解传统、盘活文化的新路径。在模因视角下，基于特殊的社会背景及人们在不同状况下的社会心理，生僻字网络热词应运而生，并借助发达的网络媒体广为传播，应用于人们的日常话语体系中，对于理解网络语言及文化起到了推动作用，模因论为网络热词的复制传播提供了理论支持。在我们丰富的传统文化宝库当中，还有许多与“𪛗”字相似的汉字留待我们发掘。这些原本在语言使用中被淘汰的生僻字，随着时代的进步，和人们表达需求的日益丰富，也得到了重获新生的机会。传统文化如何获得新生，被网友玩活过来的“𪛗”字或许就是一个好的方式。

## 参考文献

- [1] 周聪慧. 语言模因论视角下最新网络流行语探析[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2017, 19(3): 1-5.
- [2] 楚艳芳. 近二十年网络语言研究综观[J]. 浙江传媒学院学报, 2016, 23(5): 104-112.
- [3] Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*. Oxford University Press, Oxford.
- [4] 何自然. 语言中的模因[J]. 语言科学, 2005, 4(6): 54-64.
- [5] Blackmore, S. (1999) *The Meme Machine*. Oxford University Press, Oxford.
- [6] 何碧龙. 翻译模因论的迁移视角下汉语网络流行语的英译策略探究——以2016年中国网络流行语为例[J]. 齐齐哈尔师范高等专科学校学报, 2017(4): 65-67.
- [7] 何自然. 流行语流行的模因论解读[J]. 山东外语教学, 2014(2): 7-13.