

DOI: 10.12361/2705-0866-05-07-130911

模因论视域下小品的言语幽默研究

——以《一年一度喜剧大赛》为例

蒋沁语

西北师范大学 外国语学院, 中国·甘肃 兰州 730000

【摘要】喜剧小品是主要通过精炼又富感染力的语言与形体表演相结合, 构建简单却生动的场面或艺术形象的一种艺术表演形式。以幽默诙谐为导向的语言创作及使用, 使小品台词蕴含众多的原始语言模因及变异语言模因。本文以小品语言为研究对象, 对热播小品综艺节目——《一年一度喜剧大赛》中的语料进行分析, 探究小品语言中语言使用特点及其触发言语幽默的原因, 以期为欣赏解读小品言语幽默及小品创作提供一些启发。

【关键词】模因论; 语言模因; 小品; 言语幽默

A Study of Verbal Humor in Sketches from the Perspective of Memetic Theory

——Take the "Annual Comedy Competition" as an Example

Qinyu Jiang

College of Foreign Chinese, Northwest Normal University, Lanzhou 730000, Gansu, China

[Abstract] Comedy sketch is an art performance form that mainly combines concise and infectious language and physical performance to construct simple but vivid scenes or artistic images. The creation and use of humorous and witty language makes the sketch lines contain many original language memes and variant language memes. This paper takes sketch language as the research object, analyzes the corpus in the popular sketch variety show "Annual Comedy Competition", and explores the characteristics of language use in sketch language and the reasons why it triggers verbal humor, in order to provide some inspiration for appreciating and interpreting sketch verbal humor and sketch creation.

[Keywords] Memeticism; Verbal memes; Opusculum; Verbal humor

1 背景

小品以语言内容为主要幽默生成因素, 多以日常生活的某个经历或现场为主题, 又要涵盖当下热点利于传播, 其语言生活化又流行化。本文选取小品综艺《一年一度喜剧大赛》中成功晋级的小品中的语言模因作为语料, 对它们进行定性研究, 探究小品作品中应用的语言模因复制传播方式以及它们如何触发言语幽默。

2 理论基础

2.1 模因和语言模因

模因一词由Richard Dawkins (1976) 首次提出, 其形meme源于基因gene。作为模因论的核心, 模因被视为文化的基本单位。李捷、何自然等 (2011) 认为人类通过复制和传播对模因进行选择 and 淘汰, 从而促进文化的进化。

人类使用语言交际时倾向于复制或模仿改变所接触

印象深刻、感染性强的语言模因, 这种复制和模仿被认可后更加促进了公众的模仿行为使被选择的模因和变体更为流行。语言模因就是在话语传播流行过程中, 这些不断被模仿传播的、包含词、句、语法和内容层次的语言信息。含有大量对话的小品, 其中热门的作品一定与所含的高质量、强势的语言模因息息相关。

2.2 语言模因的复制传播

模因复制并不意味着对原始模因进行从内容到形式的全盘继承。语言模因在复制和传播过程中往往与不同的语境相结合, 形成新的模因复合体。从模因论的角度来看, 语言模因的复制和传播有两种: 基因型和表现型。

同一信息内容的模因以相同形式或不同形式进行传播和复制, 其本质的内容始终没有发生改变, 这类模因就被比喻为基因型的模因, 以传递信息为主, 针对同一思想内容

使用不同的语言表达形式,以达到相应的语用效果。

表现型模因是相同的语言结构内部传递不同的信息内容的模因,也就是不同的信息同型传递,形式相同但内容各异的模因。它模仿已知的语言结构,根据实际需要,变动原来的语言信息或其中的成分,进行纵向组合,形成新的模因复合体。

2.3 言语幽默和语言模因

Victor Shklovsky在其“陌生化理论”中提出“偏离(Deviation)”概念,偏离即对常态的背离。前文已知语言模因的复制传播并不是单纯的复制粘贴,而是会产生变形。这种在语言模因在复制传播过程中的变形,在蔡银(2016)看来就是一种对原始模因偏离。

柏格森(1917)首先将幽默分为情景幽默和言语幽默,言语幽默是面向文本内容的幽默。Raskin(1985)认为关于幽默理论的研究中占主导地位、最具影响力的理论便是乖讹理论(Incongruity-resolution Theory)。Beattie对乖讹的定义被广为引用,认为与常规的相悖会使人发笑,这种触发了幽默的“不一致、不和谐”正是一种对常规的偏离。由此可以得出,语言模因在复制传播过程中的偏离正是触发幽默的一种途径。

语言模因偏离在小品中最重要的功能是产生诙谐、幽默的语用效果,下文便从模因复制传播的两种方式入手,分析在《一年一度喜剧大赛》中,经评委与观众投票成功晋级的小品如何使用两种语言模因生成积极的语用效应,生成言语幽默。

3 基因型模因在《一年一度喜剧大赛》幽默言语中的应用

3.1 相同信息的原形传递

小品演员通常通过对有高关注度或被广泛接受的语言模因进行引用,不对信息的内容和形式进行改动而直接传递信息。这类语言模因的应用通常以对名言、警句或流行语的引用,让拥有该认知背景的观众快速地获得此模因的内涵和拓展信息,或是迅速引起观众的共鸣和兴趣,如:

1) 病人: 停! 你们俩别闹了,我赶时间,广告跳过去不行!

护士: 亲,想要跳过广告,可以成为我们的会员,包年388,包月98,连续包月88,请问您要哪一种?(《互联网体检》)

例1中护士直接引用了目前各类软件平台对于会员和广告机制的设置,想要高效、优质的使用体验就必须消费成为会员。对于本就被会员制和大量广告冲击折磨的观众,当这种耗时耗财的机制与时间就是生命的医疗行业相结合时,很难不产生极大的共鸣和荒诞讽刺感,这种共鸣也就促使该模因更容易被复制传播。

3.2 相同信息以异形传递

这类模因也以复制信息内容为主,复制过程中出现虽然内容发生了变异,可能形式与原始模因大相径庭,但这些变化并不影响原始信息,复制出来的仍是原始信息的内

涵。在所构建的同一语境下,小品演员在传递信息时变化表达方式将发音、词汇、语法或词义组合变形使用,可以获得简洁、新奇、幽默的表达效果,增加传播机会,如:

2) 主任: 是兄弟就来砍我,我是渣渣辉。

病人: 这什么情况? 我不是成为你们的会员了吗怎么还有广告?

护士: 这不是我们医院的广告,是弹窗广告。(第二期《互联网体检》)

例2首先是一个强势模因的直接引用,本来是张家辉代言页游的其中一句广告词,原意为我张家辉邀请各位下载这款游戏。在该模因的生成阶段,由于张家辉的普通话并不标准,念出的广告词就带有浓重的香港口音,强烈的港普发音特色导致观众在模因同化记忆复制和传播阶段,都会选择将张家辉在语音中的偏离直接模仿,使用“渣渣辉”代替“张家辉”。众多口音方言梗或破音梗就是如此,以某种特质强烈却不影响理解又易于模仿的语音语调表达原始信息,产生幽默效果的同时还刺激观众进行模因的模仿和传播。

4 表现型模因在《一年一度喜剧大赛》幽默言语中的应用

4.1 同音异义横向嫁接

这类语言模因的嫁接方式又可细化同音同形异义、同音同形反义、同音异形异义三种类型。第一类语言模因字音字形不变,却传递不同的信息,通常是弱势模因借强势模因来提高自身的关注度与传播效果;第二类模因用相同的字音字形传递与原模因相反或相对的信息,好似用乐景以衬哀情,这种强烈反差能形成矛盾对立的氛围,使原本想要表达的信息情绪感更为强烈;第三类模因读音相同,自行不同,传递的信息也不同,就是我们通常所说的“谐音梗”。如:

3) (密室逃脱游戏中)

老师: 最近都演什么啦?

学生: 最近演丧...老师您还是快逃吧。

老师: 呀,唐突了还跟你聊上了,没影响你工作吧? 那老师先走了。

(老师去而复返后)

老师:蒋龙,你看我给你设计的这人物小传怎么样?

学生: 张弛! 老师.....求您了,让我逃脱吧。(《最后一课》)

例3中第一个逃脱使用的是随着新兴的逃脱类游戏出现而产生的新义,指继续推进密室逃脱的游戏进程,而不是跟身为工作人员的自己叙旧。第二个逃脱可以理解为该模因的原始信息——逃跑,离开这个让自己尴尬的地点和人。同一个语言模因,在同一个场景、由同一个人说出、对着同一个对象,却传递着不同的信息,表现出角色愈发迫切的心情——从尚能假借游戏之名到难以自抑脱口而出内心的真实想法。

4.2 同形联想嫁接

这类嫁接方式中语言形式没有变化,但嫁接于不同场合导致产生不同的意义联想,如:

4) 一班长:这场保卫战对我们来说失去的太多了。这场战役,就是从北边开始的,战线逐步的后移。到了中部的时候我们还想抵抗一下,但是没有守住。现在,连南边都寸草不生了!

.....

通讯兵:做毛不易啊! (《三毛保卫战》)

例4的小品以经历严重脱发后头皮上仅剩的三根头发为主角,将脱发比为一场战役,其他掉落的头发比作牺牲的同志。语篇中所有的战争描述便是进行了同形联想嫁接,将其嫁接于头皮状况。保卫战和战役是头发为主视角的脱发,脱发中的战线后移便是发际线的后移,战争中的抵抗则是以头发主人为主视角的采取措施延缓脱发或是试图生发,阵地失守即防脱失败,南边寸草不生则是后脑勺区域内的头发全部都掉光了。毛不易原本是明星的名字,放在该场景下传达信息则变为了作为头发,生存就十分的艰难。在与原使用场景毫无关系的场景下赋予语言模因全新的联想意义,制造了幽默。

4.3 同构异义横向嫁接

该类语言模因的结构和形式都不变,但内容变了,为另外的词语所取代。如:

5) 帮主:祖师爷西兰花在上,减肥帮帮规第八条.....

帮众1:大哥!

帮主:是他们俩说要么瘦要么死的。凡我帮众,私自摄入糖、油、碳水化合物者,虽远必诛;凡我帮众,减肥半途而废者,虽远必诛;凡我帮众,自己管不住嘴,还拉别人下水者,虽远必诛。滚出中国!我减肥帮历来奉行节食减肥,只有你俩,越减越肥。说!谁是卧底? (《减肥帮往事》)

例5中横向嫁接了“XX者,虽远必诛”的语言模因,原模因产生于西汉陈汤上书内容,后复制传播用来强调我国主权和领土完整的不可侵犯,也用来表达爱国情怀。而该作品中构建了专门以减肥为目的的帮派,帮派的形象往往与亡命之徒、未达目的不择手段等形象挂钩,国有国法、帮有帮规,帮规嫁接虽远必诛这种带有强硬语气及霸气的语言模因逻辑自洽,但当他们都与减肥这种日常生活中的小事挂钩时,就产生了笑点。

5 《一年一度喜剧大赛》热播的原因探究

5.1 语言外因素

从节目语言外的因素来看,首先是现代人生活的精神压力大,而作为可以产生幽默、纾解压力的生活化表演形式,小品正好满足了观众的精神需求,更利于其被理解、接受和模仿传播;其次,科技的进步利于小品作品不断地复制传播,拉长其传播生命周期;最后,节目请来了相对有名气的明星作为评委,利用明星效应吸引关注度和传播度,在同质量的节目中便会在复制传播中脱颖而出。

5.2 语言内因素

(1) 易学性

模因在传播前需要先要被理解记忆后才能进行模仿。而小品题材生活化,其中语言模因无论是应用基因型模因或是表现型模因,这些熟语、经典名篇或是广告语、电影对白等都是已经存在于人们的记忆中,并且在日常生活中随处可见。这些语言模因往往本身简单易学、不难记、朗朗上口,便于理解和使用,从而促进传播。

(2) 高效性

受本身作品时长限制,小品总会尽量用精炼的语言传递更多的信息。与此同时,人们在使用语言进行交际时,也总希望用最少的语言传递最多的信息,以达到事半功倍的效果。而小品中的语言模因,使用起来简单快捷、省时省力,所以被观众或是间接被语言模因感染的人在日常生活、网络交际中进行广泛地使用,得到大量的复制与传播。

(3) 能产性

能产性,是指复制因子的某些变体必须能够产生多个副本,适用于多种不同的情境语境。只有被复制得多,才说明语言的生命力强,流传开来的可能性才越大。小品中所运用的语言模因也有这种类似公式一样的结构,通过替换其中的某些部分就可以应用于不同的场景和语境。越能适应各类使用场景的语言模因就越会被传播使用。

(4) 言语幽默

小品运用基因型模因和表现型模因以创造幽默诙谐的语用效果,因此形成的言语幽默会刺激观众对这些语言模因的传播,而日常人际交往中使用这些语言模因制造笑点能够产生积极的交际效应,促进观众对于该模因的使用,这也就促使弱势模因能够转变为强势模因,推动整个作品的复制传播。

6 结论

语言模因的复制和变异导致了言语幽默的产生,语言模因的变异极大程度上丰富了人类的语言;而言语幽默也促进语言模因的传播,使其在传播中胜出,二者联系紧密。在模因视角下,对基因型、表现型模因的应用使得观众更易于理解小品的言外之意或是深层主题。同时,小品主要是通过应用基因型模因、表现型模因产生乖讹与常态偏离,从而触发言语幽默制造笑点,提升小品质量和传播生命周期。而语言类节目在对语言模因不断复制变异的过程,某种程度上也促进着语言本身和文化的进步。

参考文献:

- [1] 蔡辉,尹星.西方幽默理论研究综述[J].外语研究,2005(1):5-8,15.
- [2] 蔡银.情景喜剧幽默言语模因偏离现象及成因分析——以《爱情公寓4》为例[J].哈尔滨学院学报,2016,37(3):4.
- [3] 何自然.语言模因中的元语用意识[J].华文教学与研究,2021(1):41-47.
- [4] 何自然.语言中的模因[J].语言科学,2005(06):54-64.