

从模因论视角探析流行语“打工人”的传播与流行

袁 驰

沈阳师范大学 外国语学院, 中国·辽宁 沈阳 110000

【摘要】模因论是一种基于达尔文进化理论的观点来解释文化进化规律的新理论,语言是它的载体之一,具体地说,语言也是一种模因。2020年12月4日,《咬文嚼字》发布了2020年度的十大流行语,“打工人”作为一个新兴词汇位列其中。“打工人”的生成、复制、传播以及流行都与模因理论有着密切关联,本文从模因论的视角出发,分析了“打工人”这一语言模因经历同化、记忆、表达、传递四个阶段的传播后,依靠相互支持的模因复合体成功的成为了强势模因,并且广泛传播与流行。

【关键词】模因论;语言模因;流行语;打工人

流行语的出现某种程度上是社会的发展变化在语言层面上的反映,它新颖、独特,使语言更具选择性、更加多样化,不断丰富着人们的语言生活。在2020年12月4日《咬文嚼字》发布的十个流行语中,“打工人”位列其中,并引起了人们的广泛关注。因此,本文试从模因论的视角探析流行语“打工人”,主要分析该词复制与传播的过程,以及流行的原因。

1 模因理论与网络流行语

模因论立足于达尔文进化论的观点之上,它是阐释文化进化规律的新理论。“模因”这个词首次出现 Dawkins 所著的《自私的基因》一书中。他认为模因和人类基因类似,是文化传递单位,它的核心是模仿。简单来说,“模因”可以是旋律、风格、想法、时尚的服饰、流行用语等,也可以是科学理论或宗教上的信仰。流行语便是其中最具有代表性的一种语言模因。它顺应时势而出现,形式多元化,载体多样,能够反映某一时间段内社会文化生活和人们情绪想法的变化和发展,迎合人们当下的表达需求。

2 语言模因的复制与传播

Heylighen 认为模因的复制与传播要经历以下四个阶段:第一,同化,即模因引起了宿主的关注,从而激发了宿主去了解,并在了解的基础上产生认同感,然后去接受的整个过程。打工人,最早多指外出打工或者从事体力劳动的一部分人,一般是指去外地务工人员。在2020年9月,一名网络视频博主以摆出打工的姿势,并配文“早安,打工人!”。宿主因为有相似的经历或者因为该表达充满趣味而注意该语言模因,然后在自己的认知系统中对其进行理解,这样一来,宿主自然而然的把“打工人”这一语言模因存入了自己的脑海中。第二,记忆,即模因在很长的一段时间内被留存在宿主的记忆里。由于宿主存储量是有限的,不能将进入大脑的所有模因都长时间的记住,因此,只有三类的模因能在这个阶段被长时间的保留下来。他们是承载重要信息的模因,令人耳目一新的模因和与宿主认知结构适应性比较强的模因(凌云,2019:236)。“打工人”首次是以视频的形式上出现在网络上,从听觉、视觉等方面给宿主留下了深刻的印象。又因其含义切合大众,易让宿主与其产生共鸣,得以在宿主的记忆中保留。第三,表达。这一过程是指记忆模因转化为宿主能够感知的有形体。这种有形体可以是篇章、图片、视频以及行为举止。“打工人”这一模因被宿主下意识的表情包、视频以及朋友圈文案等形式进行表达,进而使其他的宿主可以感知,并注意这一模因。最后,传输。传输是指模因从一个宿主被传到另一个宿主或着传给更多的宿主的过程,即模因的复制和传播的过程。这一阶段应该具备可视化的载体或媒介,并且它们应该具备一定的稳定性,以防表达的内容在传输的过程中出现失真或扭曲。“打工人”本就是一个网络流行语,目前的互联网技术相对成熟,为“打工人”的传输提供了稳定的媒介。

以上的四个阶段,周而复始的进行着,有些模因在以上四个过程的选择中被淘汰。而“打工人”经模因复制和传播的四个阶

段后,凭借较强的复制能力,长期存活,经过广泛传播,从网络走向社会,逐渐家喻户晓,成为强势模因。

3 “打工人”的流行原因

语言模因在复制传播的过程中要想成为成功且广泛流传的模因,甚至是流行语模因,不仅要具备成功模因的三大特性,即长寿性,多产性以及复制的忠诚度。同时,还需要模因之间的相互联系和支持,并且模因也需要被集合在一起,从而形成一种关系密切的模因复合体。在这些因素的相互制约和作用下,语言模因“打工人”才能成功的传播并成为流行语。

通常情况下,语言模因在复制传播的过程中并非是静止的或孤立的。相反,一种语言模因要想在激烈的竞争中长时间成为模因宿主关注的焦点并不断进化发展,就必须与其他模因因子或模因复合体相互影响、相互交融、产生联系(蔡一宁,2020:65)。“打工人”之所以能够成为强势模因也是模因复合体对其产生有利影响的结果。从语言模因构成上看,“打工人”是由“打工”和“人”两种简单模因因子构成的语言模因,但是,这种组合并非是偶然。其实,除“打工人”之外,还有“打工日”“打工魂”“打工日记”等以“打工X”为表现形式的流行语模因复合体以及“早睡人”“尾款人”“考研人”等以“X人”为表现形式的流行语模因复合体。“打工X”和“X人”词群都是传播范围广泛且能产度很高的模因复合体,其中“X人”词群中的“尾款人”更是被《青年文摘》公布为2020十大流行语之一,因此,使“打工人”的传播更加迅速,更加广泛,使之可以在网络中流行,并且进一步在日常生活中流行。

4 结语

综上所述,语言模因“打工人”经历了复制的四个阶段,成功的成为了强势模因。最后凭借相互支持的模因复合体、丰富多样的载体,从网络走向社会,成为流行语。此外,从模因论的视角来探析流行语,可以让我们更好的了解它们的复制与传播,流行与消亡。模因论也为我们研究多元化的语言现象提供了全新的视角和方法。

参考文献:

- [1] 蔡一宁,曹起.关于热词“柠檬精”若干问题的思考——基于语言模因理论[J].辽宁工业大学学报,2020(6):65.
- [2] 何自然.流行语流行的模因论解读[J].山东外语教学,2014(2):9-10.
- [3] 何自然,陈新仁.语言模因理论与应用[M].广州:暨南大学出版社,2014.
- [4] 何自然,冉永平.新编语用学概论[M].北京:北京大学出版社,2009.
- [5] 何自然,谢朝群,陈新仁.语用三论:关联论?顺应论?模因论[M].上海:上海教育出版社,2006:132.

作者简介:袁驰(1998.12—),女,满族,辽宁抚顺人,沈阳师范大学外国语学院,20级在读研究生,硕士学位,外国语言文学,语言学方向。