

融媒时代网络语言的传播、发展与规范

如今,报刊、广播、电视以及基于互联网的数字媒体和互动媒体等各种形态的媒体之间呈现出了融合趋势。融媒时代的到来不仅改变着信息的传播方式与人们的生活和思维方式,也影响并塑造着语言特别是网络语言的传播与使用。对融媒时代的网络语言进行研究,既具有语言学价值,又具有传播学研究意义。

融媒时代网络语言的来源与功能特征

从来源上看,大部分网络用语都是对已有语言资源进行再创造的产物。这主要表现在以下五种类型。第一,利用生僻字来表达现代意义,如“囧”,本意指“光明”,现用做一种表情符号,意为“无奈”;“槩”原是“梅”的异体字,现用来形容一个人呆上加呆。第二,在词语原意基础上增加新含义,例如,“土豪”如今的新含义为“富有却缺乏文化与品位之人”。第三,利用谐音来创新,例如“酱紫”(这样子)等。第四,把词语进行缩略,比如“高富帅”“白富美”等。第五,把构字、构词部件进行再组合,例如“艹”和“根”组成上下结构形成一

个新字,意指草根。除了这五种主要类型外,还有一些字母、数字、图形以及混合字符等构成的网络交际符号。

从功能上看,首先,网络语言的核心作用在于反映社会热点、传递社会心态和情感。例如,“APEC 蓝”“打虎拍蝇”“大妈”“表叔”等反映出网民对国家公共事务以及社会热点事件的认知、情感和评价。“单身狗”“世界这么大,我想去看看”“且行且珍惜”“明明可以靠脸吃饭,偏偏要靠才华”等则表达出人们内心的情感、生活态度与价值观。其次,网络语言具有诙谐、幽默、娱乐与个性表达的特点。融媒时代激发了青年网民参与社会对话的愿望,同时也给了他们颠覆传统话语体系、追求个性表达的机会。这类语言能够恰当表达出网民的诙谐与幽默,甚至还表达出群体无厘头、狂欢、无聊以及围观起哄的心理状态。再次,网络语言具有简洁、省力、高效的特点。为了节省语言输入时间,网民们会对冗余信息进行结构性删除,因此,网络用语往往呈现出简化的、不符合使用规范的缩略用法,例如“累觉不爱”“细思恐极”“不明觉厉”“男默女泪”等。这些网络四字用语虽不符合汉语语法规则,但还是被广大网民接

有讲师的主观色彩。要尽可能避免语音分享中的情绪化、主观化,将知识进行立体化展现。首先,是“相同知识的不同分享”。可以在对课程进行细分的同时,增加同一课程讲师人员配备,达到多人多视角解读的效果。这样用户在学习时就有了更多的选择,也对该知识点有更全面、立体的认识,可削弱分享式知识的主观色彩。其次,根据用户类型,将知识点进行细化分层。从消费市场来看,我国互联网用户的渗透趋势是从一二线城市向三四线城市,从中青年人群向低龄人群(18岁以下)及中高年龄人群(45岁以上)。这种变迁表明,知识付费市场仍存在巨大潜力。平台可利用这种趋势,制定适用于不同用户的讲解方式。例如,与经济学相关的知识,可以依据用户的年龄、生存环境适当进行分类,对相同知识点的讲授深度、模式、价格进行划分,从而进一步扩大市场规模。

3. 回归内容本身,摆正平台定位

“得到”将自己定位于知识服务、互联网大学,更应该是供人们学习、生活的辅助性工具,所以平台更多应是扮演老师的角色,对其用户的学习起到引领作用。平台要引导用户树立自主学习、终生学习的价值观,致力于平台知识内容的制作和产出,以及正确价值观的引导,而非极力渲染以省时、省钱、省力的方式轻松掌握一门学科的学习方式。

小 结

打破出版、媒体、教育三者界线的知识付费平台,正不断让更多群体利用碎片化时间接触更优质的信息、更专业的知识。生活的快速变迁,只会让人们学习新知识的欲望更加强烈。如此来说,知识付费必然存在广阔的市场空间。即便知识付费只是创业者基于商业目的偶然成功,也已经颠覆传统的知识传授模式,实现了专业知识与互联网技术的融合。但无论时代和技术如何变迁,系统、全面、独立思考都将是个体掌握知识的核心要素,因此平台和用户都应摒弃惰性思维,以保证知识输出有深度,知识用户有收获,形成良性循环。

注释:

①陈静:《估值70亿的逻辑思维,其背后的核心逻辑深度分析》,搜狐网, http://www.sohu.com/a/192016436_624051, 2017年9月14日

②王传珍:《中国知识付费行业发展白皮书2017》,易观智库, <https://www.analysis.cn/analysis/trade/detail/1001061/>, 2017年12月6日

③祝智庭:《教育信息化的新发展:国际观察与国内动态》[J],《现代远程教育研究》,2012年第3期

④张克永:《碎片化学习中的认知障碍研究》[D],吉林大学硕士学位论文,2014年

⑤张安勇 战强:《成人碎片化学习探索》[J],《继续教育》,2015年第10期

(作者单位:中国传媒大学互联网信息研究院)

受、使用与传播。

网络语言的传播特征

1. 传播主体年轻化,青年网民起主导作用。当前,我国总体网民规模达8亿多,网民中学生群体最大,2015年《中国青年报》社会调查中心进行的网络语言使用情况调研结果显示,网络语言的使用正成为青少年日常生活的一部分:45.3%的受访者属于80后,21.9%为90后,还有1%为00后;数据还显示,89.8%的受访者使用过网络流行语,这其中又有28%的受访者表示他们经常使用网络流行语。^①由此可见,网络语言的传播主体呈现出年轻化趋势,青年网民在网络语言的生产与传播中起主导作用。

2. 传播速度快,呈病毒式扩散趋势。网络流行语多源于社会热点事件,这些词语一旦出现,就通过网络迅速传播,呈现出病毒式传播特点,掀起舆论热潮。从模因论视角来看,网络流行语是一种“强势语言模因”,一经产生便具有强劲的复制和传播能力。^②例如,网络流行语“有钱就是任性”因结构简单但意义丰富,迅速被网民扩展成不同语境下结构形式相同,内容和意义不同的版本,如“腿长就是任性”“长得帅就是任性”等。

3. 传播时间短,排浪式消费难以持久。许多网络新词语因社会热点事件而产生,又随热点事件的平息很快淡出人们的视野,所谓“来去匆匆”。人民网舆情监测室研究人员曾对2014年产生的25个网络新词语的使用频率和范围进行制图分析,研究发现其传播趋势呈显著波浪形状。这种现象类似于经济学中的“排浪式消费”概念,即消费者的跟风心理使得某种消费品的购买迅速形成消费浪潮。^③网络流行语的产生与平息也可看成网民对语言产品的消费行为。这种现象的形成主要有以下三个方面的原因。第一,网络热词往往与社会热点事件有关,其产生与平息和热点事件的传播期与影响力有关。第二,社会热点事件频发,随之产生的新词迅速占领网络空间,对原有流行语造成冲击与稀释。第三,如果该词不能适应各种语境下的使用,那么就很难得到长期使用。事实证明,网络热词新语很难得到长期使用,仅个别词语能够进入主流媒体。

融媒时代网络语言的发展与规范

1. 什么样的网络语言才能广为流传?第一,在语言上,要看是否符合汉语造字、造词以及造句的语法规律。这一点从2014年发布的第三版《现代汉语规范词典》中新词汇的收录情况可以看出。《现代汉语规范词典》是我国第一部全面贯彻《通用规范汉字表》的语文词典。2014年该词典的再版引发了全社会的关注,因为其中收录了数百条反映当代社会热点的新词汇,包括网络热词如“给力”“正能量”“吐槽”“失联”“接地气”等。而同时期的网络流行语如“高富帅”和“喜大普奔”

等则没有收录。这是因为“高富帅”这种短语缩略形式不符合汉语构词法,而“喜大普奔”这种生造的网络成语是不规范的缩写与编创。这些网络语言会造成汉语语法以及人们的使用习惯的混乱,因而没有收录。第二,在实践上,要看是否满足了人们的交际需求。网络语言的生命力深深根植于人们的交际需求。例如,近几年,一些字形有趣但几乎失去使用价值的生僻字,如“屮”“𠃉”等,常借助互联网以全新的意义闯入人们的生活。然而,这些生僻字在流行一段时间后又会在人们的视野。究其原因就在于人们已经不需要它了。当然,已经退出历史舞台的文字与现代生活联系起来,或击中现代社会的某个兴趣点时,它又会重新焕发出新活力,但能否继续使用下去,还要取决于在更长时间里、在更广泛的使用语境下,该词语能否继续被大众使用,并普遍接受其已形成的用法。

2. 如何看待融媒时代网络用语的发展与规范?面对融媒时代不断涌现出来的网络新词语,如何对其进行发展与规范是当今语言学界以及传播学界都应思考的问题。我们认为,需要以辩证的眼光看待融媒时代网络语言的发展与规范,“疏”与“堵”结合,“收”与“弃”兼顾。

第一,公民网络用语规范意识须强化。网络用语的过度使用会导致语言使用不文明与不规范现象。例如,目前网络上仍充斥着一些不文明词语,除此之外,还有一些不规范用词现象,如语音失范用语“蓝瘦香菇”“不造”等;语法失范用语“小伙伴s”“吃饭ing”等;缩略失范用语“十动然拒”“城会玩”等。这些失范用语不仅会阻碍传统文化的传播与发展,而且会对青少年产生负面影响。因此,大众传媒、出版发行、语言教学、辞书编纂等公共宣传领域应强化与引导正确使用网络用语的意识,谨防滥造与滥用网络流行语。

第二,语言传承与发展有其自身规律,无需谈“新”色变。相对于近9000个常用汉字和5600个汉语常用词,网络新造词语只是很少一部分,可以忽略不计。语言系统是一个包容性极强、具有自身净化功能的体系,从汉语发展规律来看,网络新造词语很少能进入汉语系统,即使有少数在长期使用中被保留下来,那并不是人们刻意的选择,而是汉语系统自身发展的结果。从这个意义上讲,网络新造词语不会扰乱语言系统的发展,我们应以包容的、发展的眼光来看待网络新词新语。

注释:

①向楠:《64.2%受访者认为当下网络流行语入侵汉语现象严重》,《中国青年报》,2015年2月5日

②刑星:《语言模因与网络用语关联解读》[J],《语文建设》,2017年第3期

③人民网舆情检测室:《2014中国网络语象报告》,www.yuqing.people.com.cn,2015年1月20日

(作者为贵州师范大学外国语学院副教授,厦门大学海外教育学院博士研究生)