

主谓倒装式网络流行语的多维探究

高田娇

(河北大学 外国语学院 河北 保定 071000)

[摘要]近年来网络流行语的传播势头迅猛,在各大社交平台上都一批又一批地涌现出红极一时的网络流行语。这种语言变异现象和社会发展之间是相互制约、相互影响的。本文基于“厉害了,我的X”和“拿来吧你”两种主谓倒装形式的网络流行语,从语言特点、语言使用主体、流行原因几个角度来分析主谓倒装式网络用语的变异和同时期社会发展的关系,以图进一步促进网络用语研究的进程。

[关键词]网络用语; 社会语言学

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1456

一、引言

网络热词的传播速度极快,社会语言学认为,语言与社会共变,二者相互影响,相互制约。语言具有强大的生命力,网络用语的发展和变异与同时期的社会现状、社会心态以及社会价值取向不可分割。网络用语具有标新立异的特点,语言变异形式多样,大多不受传统语义搭配、句法规则的限制,允许说话人根据语境选择不同的词汇进行填充。格式框填这种半自主的参与式创作激发了网民的能动性,导致网络用语衍生语的批量生产、广布流传,呈现出模态衍生趋势。本文聚焦主谓倒装这种变异形式,选取“厉害了,我的X”和“拿来吧你”两个热门网络用语,基于网络真实语料,从社会语言学角度来探究该种主谓倒装式网络用语的语言特点、语言使用主体、流行原因,以图进一步探究语言与社会共变的规律。

二、研究综述

现阶段国内关于网络流行语的研究,主要集中在语言学、社会学、传播学等方面。网络热词的个案研究大多从结构分析、流行原因、社会功能这几个角度进行论述。从符号的角度出发,吴茜研究发现网络流行语的文本符号表征身份认同,网络流行语的“话语实践”建构身份认同。构式语法将流行语作为一种流行构式,从句法、语义、语用和修辞维度对个案进行深入剖析。如郝佳,胡晓研从流行语祈使句的界定、构式、变体、语境等四个方面展开讨论,发现流行语祈使句构式特点及其语用功能,主要是通过语境吸收获得,其变体也因语境的不同表达着相应的语用意义。近年来,也有许多学者从模因论的视角进行研究,认为网络流行语是一种强势模因。如何自然列举了“作为信息主体的人的心理意向”“潜势模因确定的语境条件”“主体期待发挥的语用功能”“复制方便模仿记忆的信息表征”“公众人物效应与媒体炒作”五个促成流行的因素。总体来看,关于网络流行语的研究逐渐呈现跨学科、多样性的特点,学术成果颇丰。

三、语言特点

“厉害了,我的X”源于“厉害了,我的哥”,网传的出处为教官替学生打游戏神操作,后不局限于“哥”,可将主语替换为其他名词,如“厉害了,我的姐”等。“拿来吧你”出自某平台短视频博主,因其在短视频中以魔性发音高频使用,爆火并流行于各大网络平台。上述两种网络用语都为主谓倒装句式,具有娱乐性、时效性、形式多样化的特点。

(一) 主谓倒装

主谓倒装句,即主语与谓语互换位置,在分析对象中具体为谓语“厉害”和主语“我的X”顺序倒置、谓语“拿来”和主语“你”顺序倒置。这种主谓倒装形式在现代汉语口语中非常常见,该句式的内部词语顺序颠倒之后并不影响词义、句子成分、语法关系,且句意基本不发生改变,但会产生不同的语用效果。

“厉害了,我的X”中将“厉害”作为话语焦点,比正常语序的情感更加强烈,用来表示对主语所指的人或事物的惊叹、赞叹,表达一种敬佩之意,同时带有诙谐、调侃的语气。各种媒体平台都热衷于使用该网络热语作为新闻标题来吸引眼球,如:厉害了我的哥!张玉宁首发登场就进球、顺便还拿了个当场最佳!(《大连晚报》2016年12月)

“拿来吧你”将谓语“拿”置于句首,强调了说话人的强硬态度,将主语“你”放在句末体现了对听话人的调侃。该网络用语广泛流传的图上有这样的示例:“曾经对馈赠和善意都有些羞怯,带着一丝‘我真的可以吗’的忐忑,现在直接拿来吧你,我值得我应该我配!”在具体的真实语料中,“拿来吧你”也被应用在各个自媒体文章的标题,如:拿来吧你!人民海军就是这么“飒”!(腾讯新闻-人民海军官方账号2021年7月)

(二) 娱乐性与时效性

作为网络用语,“厉害了,我的X”和“拿来吧你”都因其突出的幽默效果得到网友的追捧,进而被广泛运用于各大社交平台。主谓倒装式网络用语字面意义与深层意义之间的分离表现出了网络用语的创新和求异,这种游戏化的表达方式也传递出诙谐、调侃的娱乐性特征,体现网络用语的后现代性。流行语正因具备各种各样的娱乐性而得到爆发性的传播,但也因具备时效性容易淡化出大众的视线。2016年流行语“厉害了,我的X”在当年可谓风头无两,甚至官方媒体都以《厉害了,我的国》作为国家电影纪录片的标题;而到了2021年,鲜少有自媒体使用“厉害了,我的X”的形式作为标题。同样,近日风靡网络的“拿来吧你”被各大媒体文章选作标题吸引流量,但一旦出现下一个爆火的网络用语,“拿来吧你”大概率会被取而代之。

(三) 形式多样化

在数字化时代,多媒体发展飞速,网络生活已不再局限于文字化的单一表达,音乐、视频、直播等形式随着5G的发展而应用于全民自媒体账号。“厉害了,我的X”和“拿来吧你”不单单成为了网民聊天时的常用词汇,更在广告宣传

图、短视频背景音、直播互动中被广泛使用。可见，现今的网络用语都具有形式多样化的特征，以多模态的形式传播。

（四）情绪化表达

网络用语的语义限制不强，在不同语境中可以表达不同的含义，说话人的出发点不同会产生不同的语用效果，具有情绪化表达的特点。同样都是“厉害了我的x”句式的话语，大众传播中主流媒体“厉害了我的国”相关报道正向传递肯定意义，而人际交往中的“厉害了我的哥”却未必表达崇敬之意，可能表达了说话人调侃或反讽的情绪。“拿来吧你”被网友更加随意地使用，如“睡觉，拿来吧你”，类似的标题无法单独表达出确切的语义，只能结合视频内容进行猜测，大致意思为“失眠了要快点睡着”。类似套用网络热词所生造的句子，其所指过度泛化，仿佛可以用来形容任何事物，句意不再单单靠词汇和句法限制，而是根据说话人的情绪来表达不同的含义。

四、语言使用主体

网络热词的使用主体可概括为个人和媒体（包括自媒体和大众媒体）。

网民个人在使用过程中往往追求个性化，通过语言变异来体现个性。流行语的出现不仅符合网民对标新立异的追求，流行语的广泛使用与快速传播更体现了网民的从众心理。网民具有年轻化的特点，网络语言具有开放意识，包容性高，对新事物的接纳度高。网民在使用网络流行语时只管使用而对其来源和传播原因不予深究，为使用而使用的行为实际上就是对新奇与潮流的追求，也是获得认同感和彰显身份的一种手段。网络用语在传播过程中，不同的语言社区为寻找共同语言，追求群体归属感，而乐于通过使用流行词表现合群的特点。

媒体为追逐热度、吸引流量，而频繁使用新出现的网络用语作为文章、视频的标题。自媒体的好物推荐、大众媒体的广告宣传，以及网络社交媒体平台的互动，都会倾向于使用当下最热门的流行语，通过诙谐、幽默的效果拉近和网民的距离，为媒体打造积极的年轻化的形象。同时，因追求流量，部分媒体在使用网络用语时具有盲目性，适用场合荒诞，但这种荒诞也为媒体增加了一定的热度。

五、流行原因

（一）社会文化背景

网络语言变异现象在一定程度上反映了当下的社会文化。虚拟、开放、交互的网络社会促进思想解放，网络交际不再遵循语言固有规范，导致语言变异。数字时代的大背景和自媒体的大潮流，以及多样化的网络社交平台，都为新产生的网络流行语提供了多元化的传播渠道。

经济飞速发展的同时，竞争压力不断增大，民众的压力也愈发增长，在整个社会的高压氛围下，过度娱乐化的虚无主义收到了不少年轻人的追捧。网络社会作为镜像反映社会现实，各种网络媒体平台都开始对荒诞、无厘头的表现方式和相关用语热烈追捧。网络流行语此消彼长，一夜爆红又快速消亡，正和当代年轻人快节奏的生活和碎片化的时间相适应。

（二）网络用语的经济性

社会发展节奏加快，对交际的效率也提出了一定的要求。如“厉害了，我的X”、“拿来吧你”这种类似结构的网络用语以简洁凝练的短句表达了最多的语用含义，且适用范围极广，其隐喻含义随语境的改变而随时发生变化，情景适配力极强。网络流行语字数简短的特征利于复制和传播，同时，网络流行语的句式结构并非十分严谨，网民可套用流行语的结构进行具体的语句更改。这种半自主式的交际方式刺激了网络用语的传播与再创造，更使网民获得了高度的参与感与群体认同感。

（三）网络用语的模因性

Heylighen提出模因复制和传播要经历四个阶段：同化（assimilation）、记忆（retention）、表达（expression）和传输（transmission）。主谓倒装式流行语作为强势模因，可以从模因复制传播的角度来分析其流行原因。互联网的语言模因特色不只是通过复制创造新词语，而且每一次的个人创新将通过仿制方式传递。模仿者们不仅借用别人的仿制品，而且还仿制他人的创意。“厉害了，我的X”和“拿来吧你”是在网络交际中高频使用、充分曝光、传播广泛的强势模因，记忆难度低，使用便捷，复制速度迅速，因而在短时间内爆发式流行，在众多网络用语中脱颖而出。

六、结语

社会的发展推动语言的变化，语言反过来也影响着人们的思维及生活方式。口语交际模式演变而导致的思维变化，最明显地体现在网络语言上。主谓倒装式网络用语具有娱乐性与时效性，同时具备形式多样化、情绪化表达的特点。网民个体和网络媒体是该网络流行语的主要使用者。从社会文化背景、网络用语的经济性和模因性出发，可以发现主谓倒装式网络用语的流行原因。需要警惕的是，主谓倒装式的网络用语会在一定程度上加剧语言使用不规范的现象，使大众的思考力和注意力日渐碎片化。如何正确引导网民适度地、相对规范地使用网络用语，是日后需要进一步探讨的问题。

参考文献：

- [1] 王炎龙, 夏赛楠. 网络语言强势模因的传播变异研究——基于2012-2016年度网络用语的分析[J]. 新闻界, 2017(08): 46-52.
- [2] 吴茜. 符号·媒介·权力: 网络流行语的青年身份认同建构[J]. 新疆社会科学, 2021(01): 133-139.
- [3] 郝佳, 胡晓研. 流行语祈使句构式分析[J]. 汉语学习, 2021(02): 59-63.
- [4] 袁伟, 高媛. 2010—2019年香港与内地网络流行语的语用对比及互动传播研究[J]. 现代出版, 2021(02): 59-64.
- [5] 何自然. 流行语流行的模因论解读[J]. 山东外语教学, 2014(02): 8-13.
- [6] 何自然, 何雪林. 模因论与社会语用[J]. 现代外语, 2003(2).

作者简介: 高田娇(1997-), 女, 河北保定人, 硕士研究生在读, 研究方向语用学。