

从模因论看“给力”一词的传播与应用

秦 晶

(长春大学人文学院 吉林 长春 130022)

【内容摘要】“给力”一词在2010年广泛传播,是一种令人关注的语言现象,值得分析和研究。本文从模因论的视角出发,对“给力”一词的传播、应用及变异进行研究,指出“给力”不仅是一种模因,更是一种强势语言模因,它的复制和传播是一种语言进化的表现。

【关键词】模因 模因论 “给力”

中图分类号 H02

文献标识码 A

文章编号 1007-9106(2011)03-0099-03

一、引言

“给力”在《咬文嚼字》编辑部公布的“2010年十大流行语”中位列榜首。2010年11月10日的《人民日报》头版刊登了一篇题为《江苏给力“文化强省”》的文章,“给力”作为一个网络流行语正式被官方媒体所认可。纵观2010年,“给力”一词的传播速度之快、使用频率之高、应用范围之广作为一种语言现象,值得我们关注和研究。

模因论(memetics)是一种基于达尔文进化论的观点解释文化进化规律的理论。其核心概念是模因(Meme),这一概念最早是牛津大学动物学家 Richard Dawkins 在其著作 The Selfish Gene(《自私的基因》)中提出的,他认为模因是文化遗传单位;后又将模因作为大脑里的信息单位,是存在于大脑中的一个复制因子。本文将从模因理论出发,分析“给力”一词作为强势语言模因,复制、传播、应用以及变异的现象。

二、“给力”是一个语言模因

(一)“给力”是模因

新版《牛津英语词典》对“模因”的解释是:“模因为某一文化的基本单位,这种单位是通过除遗传以外的其它方法,特别是通过模仿而得到传递的。”“给力”这个词是一个文化基本单位,它可以通过模仿而得到传递的,从一个人的头脑被拷贝到另一个人的头脑,从人的头脑被拷贝到网络上或是说话的声音上或是印刷品上,从这种意义上说,“给力”是一个模因。

Blackmore 认为作为复制因子的模因必须具备以下三个条件,即变异、选择和保持。就“给力”而言,作为一个模因,也具备这三个条件。

首先,“给力”具有变异性。“给力”在不断地模仿、复制、传播过程中,已经发生了变异,如“这个电影真精彩,实在太给力了”、“这装备真给力啊”、“好不好玩?给不给

力”、“这张牌很给力”等例子中,“给力”有“牛”、“酷”、“棒”之意,在《江苏给力“文化强省”》(《人民日报》2010年11月10日)、《中石油“给力”五大措施力保甘肃油品供应》(《西部商报》2010年11月12日)、《7万个亿了!财政应“给力”民生》(《燕赵都市报》2010年11月12日)等新闻标题中,“给力”明显具有动词性,应解释为“强力支持”、“致力于”、“采取”。正如著名心理学家 Frederic Bartlett 所揭示的一则故事在每一次被转述的过程中,都或多或少地被转述者加以润色。所以,“给力”在每一次被模仿、复制的过程中,也被加以“润色”,逐渐产生了变异。

其次,“给力”具有选择性。“模因同样具有选择性——某些模因更易于引起人们的注意、更真实地被人们记住、更易于被传递给别人,而另一些模因则从来得不到传播”(Blackmore)。在《西游记·旅程的终点》这集中文配音的动漫中,和“给力”同时出现的词汇,有“完全体”、“老湿”、“羡慕嫉妒恨”,但它们和“给力”相比,复制、传播的范围和频率明显低很多。笔者用 Google 时光隧道搜索功能对这4个语言单位进行了搜索、对比,如图:

表1:“给力”与相关词使用频率对比统计 单位:条

	2010年 8月	2010年 9月	2010年 10月	2010年 11月	2010年 12月
给力	837	592	980	3680	11900
完全体	6	9	0	7	15
老湿	1	2	6	16	40
羡慕嫉妒恨	60	55	51	124	260

通过图表可以看出,“给力”的使用频率远远高于其它三个,这说明“给力”本身所具有的新鲜感和形象性等

* 作者简介:秦晶,长春大学人文学院中文系讲师,研究方向为现代汉语词汇研究。

特点,更容易引起人们的注意,更容易得到广泛的复制和传播。也可以说,“给力”在与其它词的竞争中获胜,成功地生存下来,像“病毒”一样占据着我们的大脑,并像“病毒”一样从一个“宿主”传递到另一个“宿主”。

再次,“给力”具有保持性。“当模因得到传播时,包含于模因之中的观念或行为自然也就得到了保持”(Blackmore)。“给力”在复制、传播中,其内涵也得到了保持。当我们说:“西班牙太给力了!”、“德国,不给力啊”或是在报纸上看到《高房价给力光棍节》(《东方早报》2010年11月12日)或是在网络上看到《让子弹给力地飞吧!》(经济观察网2010年12月17日)。虽然在词性上、意义上有所不同,但“给力”的字音、字形、原始内涵都保持一致性,不会在传播过程中完全走样。当我们模仿别人使用“给力”,或是以别人为榜样学会了“给力”一词,那么“给力”就是模因,而且在我们头脑中被保留了下来。

(二)“给力”是一个强势语言模因及其传播过程

何自然把模因引入语言领域,他认为,语言是模因的载体之一,模因有利于语言的发展,而模因本身则靠语言得以复制和传播,更进一步说,语言本身就是模因,它可以在字、词、句乃至篇章层面上表现出来。笔者把语言模因界定为,通过模仿而得以复制、传播的作为模因的语言单位(字、词、句、篇章)。“给力”作为一个词,也是一个语言单位,同样也是通过模仿而复制、传播,所以“给力”可以看作是一个语言模因。何自然指出:语言作为模因其生命力取决于在使用的过程中能否得到认同,从而获得广泛的复制和传播,而得到广泛复制和传播的模因一般是强势模因。Dawkins也指出应该用三个指标来衡量复制因子的质量高低,即保真度(fidelity)、多产性(fecundity)、长寿性(longevity)。

“给力”作为一个语言模因,在广泛地使用过程中,形成“XX真给力啊/太给力了/很给力啊/非常给力/最给力”等模因复合体。在上述模因复合体中,“给力”通过模仿,得到精确地、广泛地复制、传播,且意义一致,所以具有较高的保真度。

“给力”的使用数量巨大,用Google的时光隧道搜索功能对2010/1/1—2010/12/31这一时间段进行搜索,通过所显示的数据图表可以清晰地看出“给力”使用数量的增长情况,如图:

表格:“给力”使用量统计

单位:条

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
搜索结果	6	2	20	12	5	30	84	837	592	980	3680	11900

此图表显示从6月起,“给力”的使用逐月递增,增加的数量也是非常巨大的。而且目前还处于继续增长的状态,可以看出“给力”这个语言模因具有较强的多产性。

2010年11月“给力”登上《人民日报》头版头条,被看做是“给力”从网络语言进入官方语言的标志,之后越来越多的媒体,不论是报纸、电视、广播还是网络都争相采用“给力”作为新闻标题,而且在生活中,个体的频繁使用使得“给

力”更加迅速地被复制和传播,可以预见到作为一个语言模因“给力”不会在短时期内消亡。总之,“给力”完全符合强势模因复制能力强、出现频率高、传播范围广的特点,符合保真度、多产性和长寿性这三个标准,是一个语言强势模因。

“给力”作为一个强势语言模因,像“病毒”一样,从一个“宿主”传递到另一个或更多的“宿主”,在短时期内被迅速的模仿和扩散。Heylighen认为,模因从被新的宿主选择后并被传递,会经过四个不同的阶段,即同化、记忆、表达和传播。(1)同化:“给力”这个语言模因被宿主注意(引起宿主的关注)、理解(纳入自己的认知体系)和接受(宿主下意识滤掉或积累起来与传统文化相异或一致的模因)。(2)记忆:“给力”在宿主记忆中停留,其停留的时间越长,传播并影响其他宿主的可能性就越大。(3)表达:“给力”从宿主记忆储存中释放,转化为宿主能够感知的有形体,表达方式有话语、文本、图片、行为等等。(4)传播:“给力”在传输阶段,通过视频、帖子、博客等载体和各种媒体,被复制、传递,迅速在网络和传统媒体上蔓延,成为一个强势模因。

三、“给力”的应用及变异

在广泛复制、传播过程中,“给力”的词性、构成短语时与其他词的结构关系以及词义发生了明显的变化。

(一)“给力”作形容词

1.副词+给力

(1)《让子弹飞》配乐“很给力”(《城市晚报》2010年7月30日)

(2)从洛杉矶到成都土木男太给力了(《华西都市报》2010年8月31日)

可以看出“给力”之前的副词有“很”、“太”、“真”、“特别”、“无比”、“不”,还有“最”、“相当”等等,这里的“给力”可以看作是形容词,表示肯定的意义是“棒”、“牛”、“酷”、“爽”,“不给力”则是形容和预期的目标相差甚远,副词修饰形容词构成了偏正结构。这种用法出现频率最高、适用范围最广、影响力最大。

2.给力+名词

(3)加息,中国“给力”一击惊起全球千层浪(新华网2010年10月23日)

(4)快男超女演绎“给力青春”(《北京晨报》2010年12月6日)

在这里,“给力”相当于“有力”、“精彩”之意,“给力”作为形容词,和后面的名词形成了定中结构,这种结构出现的要比“副词+给力”晚。

3.给力+动词

(5)奇怪的歌给力地唱(《江淮晨报》2010年10月19日)

(6)让子弹给力地飞吧!(经济观察网2010年12月17日)

在这里,“给力”作为形容词充当了状语,相当于“给劲”、“带劲”之意,在“给力”之后常常加“地”。目前,这种用法还不是很普遍。

(二)“给力”作动词

“给力”一开始是以形容词出现的,但在其复制、传递的

过程中,词性和意义都发生了演变,逐渐带有动词的意味,这也符合语言模因的变异现象。

(7)江苏给力“文化强省”(《人民日报》2010年11月10日)

例(7)一出现,立刻引起广泛热议,有人质疑“给力”在网络上形容词,而在此标题中却是动词,对此人民日报总编室回应“给力”作为动词并未有不恰当的地方,“给力”作为动词是可以成立的。

(8)今年就业形势给力毕业生(《江西日报》2010年11月30日)

以上各例中,“给力”作动词,一般后面都带有名词,相当于“致力于”、“对……有帮助”、“助力”等意义,形成了动宾结构。还有一种情况是“给力”作动词,后面不加名词。

(9)证监会给力 房企再融资剧变(《中国房地产报》2010年10月24日)

(10)多建好园,政府应给力(《浙江日报》2010年11月30日)

例(9)(10)中,“给力”作动词的用法很明确,相当于“发力”之意。

“凡是活的语言,应当说无时无刻不在变异之中,这也可以解释为语言模因在复制、传递过程中出现变异”(陈琳霞、何自然 2006)。通过考察“给力”的应用和变异,可以看出模因的变异是语言发展、进化的一种重要方式。

四、结语

在国内,虽然模因论还是一个新的理论,但越来越多的

学者已经用这一理论解释不同的语言现象。在语言模因的作用下,一个词语得到复制,在一定时期作为强势模因,形成了人和语言的互动模式,促进了语言的发展和进化。“给力”这个语言模因也不例外,目前它是一个强势模因,它的复制、传播是成功的。所以用模因理论去阐释一个流行词语的复制、传播方式,可以让我们更好地把握语言的发展和演变规律,为我们的研究开辟新思路。

参考文献:

- [1] Susan·Blackmore.高申春,吴友军,许波译.谜米机器[M].长春:吉林人民出版社,2001.
- [2] Dawkins.卢允中,张岱云,王兵译.自私的基因[M].长春:吉林人民出版社,2006.
- [3] 何自然,何雪林.模因论与社会语用[J].现代外语(季刊),2003(2).
- [4] 何自然.语言中的模因[J].语言科学,2005(6).
- [5] 陈琳霞,何自然.语言模因现象分析[J].外语教学与研究,2006(2).
- [6] 谢朝群,何自然.语言模因说略[J].现代外语(季刊),2007(1).
- [7] 吴燕琼.国内近五年来模因论研究述评[J].福州大学学报(哲社版),2009(3).
- [8] 武和平,王玲燕.强势模因的生成、复制及传播——“山寨”一词的个案研究[J].语言教学与研究,2010(5).
- [9] 陈琳霞.广告语言中的模因[J].外语教学,2006(4).