

网络流行语“确认过眼神”模因现象研究

周 飞 沈 莹

摘 要：“确认过眼神”字面上通俗易懂，表达了两者之间通过眼神达意的过程。这一语言表达形式近期在各大网络平台上被大量转载和改编，广为流传。文章视其作为一种强势语言模因，并从模因论的视角出发，阐释这种语言模因现象的起源以及它的复制与传播过程，并分析其模因变体以及流行理据，以此增进人们对语言模因现象的认知，推动网络流行文化的发展。

关键词：网络流行语；语言模因；模因变体；流行理据

作者简介：周飞，男，外国语言学硕士生。（广西大学 外国语学院，广西 南宁，530004）

沈莹，女，教授，博士。（广西大学 外国语学院，广西 南宁，530004）

中图分类号：H13

文献标识码：A

文章编号：1008-6552 (2019) 03-0028-06

网络流行语作为一种社会潮流影响下的语言表达，总能在短时间内受到大众的追捧，进而在不同的人或事物间大量被复制、改编并传播，影响着人们的语言和文化生活。2018年，一微博网友发布的图片被大量评论和转发，图片内容为一张1元钱红包，并配文“确认过眼神，你是广东人”，借以表达对红包面额少的抱怨。此举引起了网友们的共鸣，纷纷展开各地红包数额的讨论，使得“确认过眼神”就此爆红网络，同时这一语言范式迅速被网民们模仿、改编、复制和传播。那么，层出不穷的网络流行语出现于人们的日常生活，为什么“确认过眼神”能成为成功的强势语言模因？其模仿、复制和传播过程以及流行理据是值得深思的。因此，本文以“确认过眼神”这一语言模因现象为例，试运用语用学理论中的模因论，对此网络流行语进行阐释与解析。

模因论是解释文化进化规律的一种新理论，它以达尔文进化论的思想为根基，^[1]而 Meme（模因）一词由动物学家理查德·道金斯（Richard Dawkins）在其著作《自私的基因》中首次提出，^[2]随后何自然教授将 Meme 这一概念引入中国，译为“模因”。一切事物通过模仿，被复制并且得到广泛而有效的传播都可以称之为模因，它是与文化相关的信息来源，而语言是人类文化传播的主要途径，以语言作为传播媒介的模因我们称之为语言模因。^[3]正是由于网络流行语能得到大众媒体的广泛复制与传播，因此它能成为最常见的语言模因。根据海利根（Heylighen）的观点，成功的模因要具备长寿性、多产性和复制的忠实性三个特点，并经历同化、记忆、表达和传播四个阶段，任何一个阶段的缺失都会影响模因的传播。^[4]那么当语言模因满足上述要求，它便会被成功传播，而不同语言模因的传播覆盖率是有差异的，因此便衍生出强势和弱势两种语言模因：强势语言模因表明这种语言模因在特定时间内被广泛而有力地传播；然而，无论是事物还是语言都是不断向前发展的，网络流行语表现得尤为典型，它是一种不断优胜劣汰、推陈出新的语言，一旦强势语言模因不再活跃，它便会慢慢地从人的记忆中淡化，甚至消亡，从而转变为弱势语言模因。^[5]从模因论的视阈来看，语言模因揭示了话语流传和语言传播的相关规律。下面笔者就模因的特点来分析本文要阐释的“确认过眼神”网络流行语的模因现象。

一、网络流行语“确认过眼神”的复制和传播

“确认过眼神”字面上通俗易懂，表达了两者之间眼神交流的过程。原话出自歌手林俊杰的歌曲《醉赤壁》，完整的歌词为“确认过眼神，我遇上对的人”，之后经微博、抖音、新闻评论等网络平台的

不断引用和转发，“确认过眼神”成了当下人们熟知的网络流行语，其用法更是贯穿于生活、学习、媒体、社交等方方面面，可以理解为：它已成为一种潜在模因，进入人们的认知。通常的用法是前面一句为确认过眼神，后面接上其他想说的话，其结构可以表示为“确认过眼神，XX”，例如：

(1) 确认过眼神，你就是对的人。(相亲广告)

(2) 确认过眼神，没有抓错人。(平安杭州)

从上述两例的语义逻辑来看，“确认过眼神”都可以看作主句实施的先决条件，而满足此条件的参与者也必须不止一人；从结构来看，上述两例都分为两部分，“确认过眼神”作为一个不变成分，而变化凸显于主句的部分，主句依据作者说话的意图形成不同的版本，例(1)中主句以主系表的结构呈现，例(2)中主句以省略主语的动宾结构呈现。然而，交际的过程中，参与者自然不限于一人，并且说话者在不同的语境下交际的意图不同，语言的表现形式也会不同，由此看来“确认过眼神，XX”是灵活多产的。然而，语言的模仿本身便是一种模因现象，它通过对固有的语言现象进行模仿创造出新的语言表达形式，从而传播自身在交际中的意图，那么这些原有的语言本体，也就是潜在模因。例如，“确认过眼神”这种现成的语言模因现象，会成功地传染给宿主，进入宿主的记忆中，当这种潜在的语言模因现象符合宿主的认知和理解，宿主会将其保存，并且在记忆中停留的时间越长，记忆就会越深刻，输出的概率也会越高。在特定的语境下，一旦符合宿主的交际需求，宿主先前认知中的同化记忆内容就会被刺激，“确认过眼神”模因便会被宿主以原封不动或是创新的形式表达。^[6]在此过程中，其他宿主(交际的另一方)的头脑里也会对“确认过眼神”模因给予关注，并通过自身的知识对此语言模因进行分析。通过分析，他们也会将“确认过眼神”这一语言模因纳入自己的认知体系，当他们的认知理解能与这一语言模因的语义以及句法适用范围达成共鸣时，他们便极有可能同样复制“确认过眼神”这个语言模因，如此循环往复地不同宿主间传播，这就形成了“确认过眼神”模因的传播，并且传播的频率越高，模因的生命力就越强，并且呈现稳定性，^[7]而在这种情况下，强势语言模因便形成了。

二、网络流行语“确认过眼神”的模因变体

根据迪斯汀(Distin)^[8]的观点，人的大脑里汇聚着各式各样的信息，模因的元表征便来源于此，而表征即是信息的再现或复制，比如交际的过程中，听话者在适当的语境下通过自己的语言将说话者的语言重新表述出来，然而这种输出的语言尽管与元表征信息存在一定程度的相似性，但更多的是涉及各式各样的变体。换句话说，宿主在接收到说话者信息的同时，大脑已经对他传输的信息进行了选择和同化，即宿主大脑中的信息模因开始模仿和复制，只是在配合交际双方会话过程的同时，宿主结合不同情景语境、语用意图对自身的影响，^[9]最终表达出与说话人话语有一定相似性的不同回答，而这些不同的回答便是语言模因变体。何自然提出两种不同传播形式的语言模因变体，^[10]即同构异义的复制传播形式(表现型)与同义异构的复制传播形式(基因型)。就像2017年盛行于网络的“我可能复习了假书”一样，随后各种版本相继在网络出现，一时间“我可能XX”在我们的生活中普遍化，例如：

(1) 我可能收到了假红包。(新浪综合)

(2) 我可能是个假人。(新浪综合)

上述例子都属于“我可能XX”模因的同构异义形式，即表现型复制传播形式。同理，“确认过眼神”盛行于网络后，被广泛复制和传播，但这一语言模因中同构异义和同义异构两种传播形式都存在。这种强势网络语言模因的变体如下。

(一) 同构异义

同构异义指语言模因的结构形式没有发生改变，但内容根据说话者想要表达的语境的不同而各异，

它是模因的表现型。也就是说,“确认过眼神,XX”结构中,X是一个变量,可以用任何完整的主谓结构或是动宾结构来替换。例如:

(3) 确认过眼神,这就是要找的投资方式。(金融界基金)

(4) 确认过眼神,才会做好演讲。(武汉培训通)

(3)和(4)均来自网络语料,例(3)中“确认过眼神,XX”结构里的X是一个完整的主谓结构,例(4)中X是一个省略主语的动宾结构,但它们始终与“确认过眼神”搭配,开头不变,那么我们可以把“确认过眼神”这一个不变的成分看成是后部分XX需要满足的条件。然而,在汉语的语言体系中,一个完整的主谓句或是动宾句型是不胜枚举的,因此它搭配广泛,流传性广,形成同构异义表现型的复制传播方式。

(二) 同义异构

同义异构是指组织语言模因的结构形式有所不同,但模因部分所表达的意思是相同的,称基因型模因。相对于同构异义表现型而言,其结构更复杂,“确认过眼神”这个模因本体也会产生细微的变化或是单独作为一个成分,并产生多种类型变体,但不影响其含义的表达。例如:

(5) 咱们确认过眼神,这事就这样定了。

(6) 确认过眼神吗?——你就是TA要找的人。(答题闯关)

(7) 甲:周末去郊游,行不行?

乙:确认过眼神。

以上例句均是与“确认过眼神,XX”相似的类型变体,然而上述三个例子中,“确认过眼神”这个模因本体都有发生变化。例(5)中,“确认过眼神”添加了主语“咱们”;例(6)中,“确认过眼神”加上了汉语中表示问句的标志词“吗”;例(7)中,“确认过眼神”不添加任何成分,作为一个独立的成分充当问句的回答,并且在顺序上与表现型复制传播方式相反,构成了“XX,确认过眼神”形式。尽管存在这样三种不同的变体,仔细揣摩句子的意思后,依然可以把“确认过眼神”看成是事件成立需要满足的条件。在例(5)中,当双方确认过眼神后,就表示彼此默许了事情的走向;例(6)以问句的形式来吸引参赛者的注意力,并以巧妙的回答激发看过此“答题闯关”栏目的人的欲望,然而要满足后者,前者的回答必须是肯定的,也就是说前者是后者成立的条件;例(7)中的回答方乙方仅用“确认过眼神”也同样表示默许了甲的提议,尽管“确认过眼神”不再是上部分出现的内容,但此处乙的回答仍然可以看作是郊游顺利进行的条件。那么上述三个例子都可以看作是“确认过眼神,XX”模因的同义异构表现形式,依然是作为事件成立需要满足的条件,表示同意、默许之意。

根据各大网络平台使用量以及转发率的观察,我们发现强势语言模因“确认过眼神,XX”同构异义的模因变体形式是被复制传播最广泛、转发率和使用量最高的一种表达。当然,强势语言模因的形成依赖于自身意义和结构上的独特性,如此而来便能获得宿主更多的关注,一旦此种语言模因的复制使用量和变异输出形式增多,其存活率也会随之变强。^[11]“确认过眼神,XX”在特定的语境下常被表示为实施另一件事所预设满足的条件或表示赞同、默许的语用功能,其表意明确,结构简单。同时,又是出自当红明星的歌曲,经过微博、朋友圈、抖音、表情包等各大平台的发酵,对于人们有较大的吸引力,不断地复制与传播使之成为强势语言模因,并且在日常生活中这一语言模因无论处于哪种场合,面对哪些对象,都可以满足人们创造性的使用需求,使得每一次变异后的语言输出形式在表达时都足具吸引力和新颖感,因此被人们以同构异义和同义异构两种形式不断运用和传播。

三、网络流行语“确认过眼神”的流行理据

任何强势语言模因都不可能平白无故地形成,何自然认为“语言的选择和使用的过程就是各种模

因相互竞争的过程”^[3]。当语言模因能迎合宿主的喜好,被宿主循环往复地运用和表达时,其自身生命力也变得强大。然而网络科技的进步使得携带语言模因的载体不仅限于人类的言语交际,新兴的传播媒介和工具也会加速这些语言模因的传播和发展,网络流行语便是其中一例。当人们认知记忆中同化的语言模因与这些网络流行语模因达成结构和意义上的识解与共鸣,人们便倾向于直接使用或创新使用这些网络流行语。在信息化时代的冲击下,“确认过眼神,XX”受到了人们表达上的青睐,成为强势的语言模因,其流行的主要理据表现在语言形式特征和语用功能特征上。

(一) 语言形式特征

1. 简洁性

语言的表达追求简洁性原则,即在日常交流中以最简洁的话让听话者获取最大的语用效果,网络流行语这类的语言模因也不例外。在网络语言交际中,人们为了在固定的时间内方便、快捷地传递信息,经常会趋向于选择使用那些模因域广的、简洁的词语来表达一大段的内容,这样的使用方法迎合了互联网时代下人们避免过度语言输出的需求。以“确认过眼神”为例,这一语言模因简洁易学,能迅速进入人们的认知记忆,语言的使用者可以根据自己的使用需求直接使用或是间接创造出新的语言变体,有利于这一语言模因的复制与传播。此外,以例(5)为例,“确认过眼神”代替的是彼此都默许,在意见上达成了一致,而用这一语言模因来代替就成功避免了交际双方需要再次点明彼此说过的内容,简洁方便,也顺利地达到了交际的目的。

2. 多产性

语言模因的多产性指的是模因的某些变体能适应不同语境的需要,在不同的语境下产生不同的版本。

(1) 确认过眼神,你是想要幸福的人。(婚恋网广告)

(2) 滴~滴滴……确认过眼神,是惹不起的人!(搜狐新闻)

以例(1)为例,大部分情况下,“确认过眼神”作为一个不变成分,只需要在其后添加完整的主谓结构或动宾结构,这种形式也符合上文所提到的表现型复制传播形式。而在例(2)中,这一则新闻标语在“确认过眼神”之前加上了“滴滴打车”这一成分,但很明显这一新闻首先能吸引读者的注意力,其次是用叠词的前置方式加以强调其危害性,再回顾上文同义异构复制传播方式,那么可以知道“确认过眼神”在形式上并没有位置摆放上的局限性,可以前置,也可以中置,也可以给其添加主语后置或是作为独立成分存在,那么这一语言模因可以产生不计其数的模因变体,毫无疑问,它是多产的。此外,其多产性也有利于人们对这一语言模因的模仿,并且其模仿的范围不仅限于网络交际,还延伸至日常生活的方方面面,例如表情包、新闻以及广告等,随着传播范围的不断扩大,人们就越容易接触到这些新事物和新现象,不同的人对此又会产生新的语言表达形式,从而使之成为强势语言模因。

(二) 语用功能特征

1. 交际性

人们主要用语言实现交际的目的,网络流行语则是一种选择性的言语行为,它在被输出的同时也产生了特定的言后效果。网络上输出的语言是不胜枚举的,为什么“确认过眼神”能够得到人们广泛的复制与传播,这也说明这一强势语言模因有其自身优势,从而满足了人们的交际需求。

(3) 甲:老板,我刚用支付宝给您转钱了。

乙:老板笑着回答:“确认过眼神”。

在例(3)的小对话中,老板没有直接肯定地回答“好的”或“收到”类似的话语,而是运用“确认过眼神”这一强势语言模因,实则后者相比于前者有更强的交际性。第一,“确认过眼神”相比“收到,好的”这些中性词更具幽默感,迎合了老板脸上的表情“笑”。第二,商业的情景语境下,轻

松幽默的语言氛围更有利于吸引顾客,拉近顾客之间的距离感,显得亲切。并且,在满足上述交际性优点的同时,语言交际的最终目的“买卖行为”,也顺利完成。

2. 形象性

形象的语言在交际中可以达到事半功倍的效果,更有利于人们表情达意,人们也更倾向于记住这种形象性的表达,一旦符合语言交流的语境,这种语言便会以创新或变异的形式得到复制与传播,“确认过眼神”也正是符合此道理。第一,在中国的文化里,眼神一词自古以来便被赋予许多的意象,例如“眼神暗示”“眼神交流”等,人们用眼神便可以观察到说话人的态度以及情感倾向,并且自古也流传着“眼见为实”的说法;第二,“确认过眼神”能给说话人一种形象的画面感,让人想象到彼此心领神会直到双方意见达成一致的过程。所以,“确认过眼神”相比于一般的肯定说法能传递更多的意象,并给人想象的空间,更重要的是这些都符合人们的认知,能够被人们所理解,因此在人们的日常生活中被广泛复制与传播。

3. 时尚性

网络流行语是特定环境下的产物,具有时代气息,能够传递新信息,引领新潮流。一方面,“确认过眼神”在表达上新颖、有趣,符合大众猎奇、追求时尚的心理,因此人们会模仿和使用,进而使其得到广泛的复制与传播;另一方面,网络对于人们的日常生活是不可或缺的,无论是网页消息还是各大平台都会推送点击量较大的文章、话语、歌曲、视频等,而这些都可以形成复制的模因。通常这些多是与名人、明星相关,因此这些语言模因本身也具备较强的时尚引领性,以及较大的认同感和接受度。他们会有自己的粉丝群体,经过粉丝群体和网民们不断地复制与传播,新的大众群体不断融入,使之成为大量使用的强势模因。而“确认过眼神”的原出处便是歌手林俊杰的歌曲,自然也不例外。

4. 娱乐性

时尚前卫的网络流行语,或风趣幽默,或揶揄讽刺,满足了人们娱乐性的需求。以“确认过眼神”为例,由于网络世界的虚拟性以及不受太多限制的特点,人们可以自由发表自己的言论,正是这样的环境激发了大量网民的创造力、想象力和幽默感,“网络吐槽”“恶搞文化”也随之兴起。例如:

(4) 确认过眼神,你根本不是人。(搞笑段子)

(5) 确认过眼神,你是想抢我钱包的人。(搞笑段子)

从上述两例我们可以总结出以下几点:第一,读音上通顺押韵,理解上风趣幽默,让人不自觉地想笑,极具娱乐性;第二,“确认过眼神”出自明星的话语,这也决定了其自身带有的娱乐性话题;第三,“确认过眼神”还被制成表情包,不同于以往语言需要靠听觉来获取,在视觉上给予人们强烈的娱乐性冲击,例如(6)

(6) 表情包:



确认过眼神,你是对的人

当然,特定的语境也会不断地触发“确认过眼神”的模因潜势。然而,强势语言模因生命力旺盛,不会在短时间内消失,相反会在变化的语境中不断推陈出新或是变异。^[12]但是并非所有的语言模因都能被大众所理解和接受,这还得取决于模因在传播过程中模因宿主在社会语用环境中的使用范围和接受程度。

四、结 语

通过对“确认过眼神”语言模因现象的分析，一方面，我们能加深对网络流行语的模仿、复制与传播整个机制与流程的理解；另一方面，我们能了解网络流行语传播的形式，即以直接重复、创新或变异三种普遍的形式传播。并且，“确认过眼神”成功地盛行于各大平台有其自身所具备的语言形式以及语用方面的优势，它既具备话语输出的简洁性，产出形式的灵活性，娱乐大众的幽默性，又能拉近交际的距离感，提供形象的画面感，引领社会的时尚感，而这些都影响着语言文化的发展以及人们的日常生活。然而随着传播技术的发展，网络平台自身的虚拟性和无限性也容易造成类似“确认过眼神”一类的网络流行语缺乏严格的规范意识和健康的使用环境，那么语言的误用也会给广大青少年留下错误的引导。因此，在网络流行语模仿、复制、传播的过程中，其模因宿主在交际中应该注意语言模因及其变体的正确性和合理性，以此增进其他宿主对于网络流行语模因的认知，推动流行文化的发展。

参考文献：

[1] 王晓燕,刘富华.网络流行语“马伊琍体”模因现象分析[J].新疆社会科学,2015(1).

[2] Dawkins, R, M. (1976). *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press.

[3] 何自然.流行语流行的模因论解读[J].山东外语教学,2014(2).

[4] Heylighen F, A. (1998). What makes a meme successful. In Proc. 16th Int. Congress on Cybernetics. Namur: Association Internat. de Cybernétique. 418-423.

[5] 樊孟轲.模因论视角下网络流行语的探究——以“一言不合就XX”为例[J].湖北科技学院学报,2017(5).

[6] 曹进,靳琰.网络强势语言模因传播力的学理阐释[J].国际新闻界,2016(2).

[7] 夏玉宇,李珂.时尚网络新词的模因理据分析[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2009(1).

[8] Distin, K, M. (2005). *The Selfish Meme*. Cambridge: Cambridge University Press.

[9] 李捷,何自然.语言模因的主体性与语境化[J].外语学刊,2014(2).

[10] 何自然.语言模因及其变体的应用[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2016(2).

[11] 傅福英,卢松琳.论网络语言的进化及特色——以模因论为视角[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2010(4).

[12] 孙雨,韩戈玲.模因论视角下网络流行语“小目标”的语用研究[J].浙江外国语学院学报,2018(2).

[责任编辑：赵晓兰]