

去中心化：后现代性与媒介革新下的流行语

甘莅豪

摘要

流行语的“去中心化”反映了媒介技术创新下社会变迁的“去中心化”趋势。在互联网语境中，流行语的生成经历了一个公众对普通词语再生产的过程，其往往体现了对权力的“去中心化”。或者说，一个词语即使再平白无奇，一旦被公众赋予“去中心化”的意义，就具有广被传播，成为流行语的可能。

关键词

去中心化、媒介、社会变迁、流行语

作者简介

甘莅豪，华东师范大学传播学院副教授（上海，200062），博士。本文是国家社会科学基金项目“公共危机传播中的网络舆情分析研判机制研究”，（项目编号：11CXW017），教育部人文社会科学规划青年项目（项目编号：11YJC740027）最终成果的一部分。电邮：ganlihao@126.com。

Decentralization: Post-modernity and the Popular Words under Media Innovation

GAN Lihao

Abstract

Popular words and phrases are the results of public reproduction. It usually involves the decentralization of power. In other words, any ordinary word will become a popular word if it is attached with the meaning of decentralization by the public. The trend of decentralization also represents the decentralization of the society, a result of innovation of media technologies.

Keywords

decentralization, media, social change, popular words and phrases

Author

Gan Lihao is an associate professor at the School of Communication, East China Normal University. This paper is a part of the research project "The network public opinion analysis of public crisis communication"(project number:11CXW017), subsidized by National Social Science Foundation of China, and a part of the research project(number: 11YJC740027) subsidized by Humanity and Social Science Youth foundation of Ministry of Education of China.Email:ganlihao@126.com.

在网络背景下,流行语作为一种与当今社会紧密互动的语言现象,应该是传播学、语言学、社会学、修辞学不可回避的一项新兴课题,而一个新兴课题能否得到较为深入的分析 and 研究,首先在于学界能否就此课题提出较有意义的问题,其次在于学界能否用合适的方法来合理地解决这些问题。

以往流行语研究提出了以下几个问题:某个或某类流行语的形式和语义结构如何构成和演变?这些演变又基于什么样的语言学机制,基于什么样的社会、心理基础?针对以往局限于单个或单类流行语研究,本文试图提出几个问题:各个或不同种类的流行语之间有无关系,即它们到底是毫无联系地随机产生,还是彼此之间有共同的诞生原因和动力,如果有,这个动力又是什么?流行语群诞生、传播的动力和社会变迁如何发生关系?

问题提出的不同,导致运用的方法可能不同。以往流行语研究往往只关注于单独一个或一类流行语,所以可以基于结构主义视角,找出语言学意义上流行语的演变机制,比如运用语法学理论描写流行语在形式上的演变机制,运用语义学理论描写流行语在语义上的扩散机制,运用语用学理论描写流行语在隐喻上的认知机制,而当我们把视野投向流行语群的时候,我们并不能仅仅把流行语看成具有语言学意义的特殊语言现象,而应该将其定位于体现社会变迁的透镜,即我们不是从结构主义视角找出流行语背后的某种机制,相反也许我们应该运用话语分析的方法,结合流行语的语境,从解构主义视角来考察流行语生产、使用、再生产,及其和社会变迁趋势的呼应。

一、“斜眼”隐喻的重新阐释

“斜眼”即患有斜视的眼睛,这种眼睛无法专注于一个中心,或者说观察者以为斜眼专注于甲处,其实它专注于乙处,它既是一种病态的表现,也是一种轻视的神情,或者说斜眼无法形成唯权威的谄媚,相反它更可能是一种反叛、一种不屑,也可能是精神分裂的外在表征。薄泽(Nicolas Beauzee)在《方法论百科全书 语法与文学》中把斜眼和语言通过比喻结合起来,指出“Louche【斜眼的,曲解】”,这一词语在语法的上下文中,用来指初看是一种含义,但是实际却指示完全不同含义的表达。……就像斜眼的人看似在望向一个方向,实际却是在看别的地方。”(转引自布尔迪厄,2005)实际上,这个比喻表达了两层意思:第一、语言单位是形式化后的概念,也是言说者的眼睛,即语言单位在对世界区别化、概念化、情绪化的同时,也给了言说这种语言的人一双洞察又带着曲光的眼,透过这个眼睛,我们看到了一个五彩缤纷的世界,但这个世界是在语言认知框架限制下的世界。第二、语言单位虽然可以影响言说者的认知,但是言说者也决定着语言单位的意义。每种词语都可能有无穷种语义项——不同的语境可能赋予该词语不同的义项,而言说者则可以根据自己认同的语境选择这个词语的义项,即言语博弈中的双方或者多方虽然使用了同一个词语,但是由于彼此认同的语境不同,可能对此词语的理解完全不同甚至相反。

如果说第一层意思是名词“斜眼”,指称“限制言说者对世界认识”的语言单位;第二层意思是动词“斜视”,强调言说者曲解语言单位意义。这两层意义并不是彼此孤立,而是相互影响的,表现了一个词语“再生产”的演变过程,即使用者在某个语境中使用该词语之后,受众开始关注并“斜视”该词语,即受众结合语境对该词语进行偏离使用者初衷的阐释,并将阐释义临

时赋予该词语中,随着该词被频繁使用,该阐释义就会渗入并固化入该词语意义中,该词语随即完成再生产,变成斜眼,重新进入流通领域,随后新受众在理解该词语的时候,透过该斜眼,会自然理解并联想到渗入进该词语的阐释义,而生产此阐释义的语境借助词语的流通也随之得以传播。可见,动词“斜眼”是一种“去一把握”、无结构的“见”(利奥塔,2011),这种“见”是对名词“斜眼”的颠覆,是对语言系统试图将“混沌世界归入它用来组织经验的那些结构、规则,将他者变成同一”(利奥塔,2011)的超越。

作为语言现象之一的流行语,自然也 and “斜眼”隐喻密切相关。而本文将从三方面论述流行语如何体现斜眼的“去中心化”:

首先,分析流行语如何对现代语言学逻各斯中心主义进行颠覆。流行语本质上并非是词典学中意项分明、秩序井然的词语,而是语用学中意义含糊、甚至对立,并随着语境变化而变化的词语,即一方面,新词语的出现与流行其实意味着言说者重新认识、区分、概念化世界,而这种重新认识可能是为了顺应并促进社会变迁。另一方面,流行语“再生产”的过程,必然伴随言说者的斜视,即使用者最初用它看此处的时候,接受者重新解读它,并将其看向他处。而接受者重新解读该流行语的时候,他在告诉使用者,我不仅是使用者,还是生产者,或者说在现实力量强弱悬殊的话语博弈中,虽然作为弱者的接受者可能并不具备行政、资本上的优势,但其可以通过生产流行语取得话语上的优势。

其次,探讨流行语如何对社会系统和精神世界“去中心化”。“去中心化”过程其实和权力博弈密切相关。福柯在研究话语和权力的关系时,通过考古学和系谱学方法,展现了权力如何通过构建话语,以及在自反性的作用下,话语又如何重新建构权力、知识和秩序。而作为话语类型之一,部分网络流行语经过公众转引、再生成,而呈现出“多向度”“多功能的”“历史的”以及“批判”的多重特征。(费尔克拉夫,2003)即大众往往通过流行语在权力之网中建构自身话语,确定“诉求点”或“抵制点”(胡春阳,2007),从而进一步推进社会舆论和思潮的演变。

最后,探讨流行语如何适应与建构互联网这种“去中心化”媒介。互联网促使科层制趋向扁平化,从而有可能成为一个彼此平等、没有强权、没有压制的“公共领域”。在这个领域的“交往行为中,语言理解可以成为共识的力量,亦即语言自身的约束力能够把行为协调起来”(哈贝马斯,2001)。可见,作为一种语言现象,流行语似乎具有另一种神奇功能——虽具“乌托邦性质”,但亦为“拯救人类内涵”的交往话语开辟空间。

二、社会系统和精神世界的去中心化

21世纪,网络流行语层出不穷,包括来源于公众事件的词语流行语“躲猫猫”“欺实马”“俯卧撑”,来源于公众事件的语录流行语“很黄很暴力”“我是出来打酱油的”“你信不信,反正我信了”“先感谢国家”“一个艰难的决定”,也有来源于某个网络公众人物的“凤姐”“犀利哥”“芙蓉姐姐”,还有来源于某个特殊句式的“被+V”,也有来源于方言的“山寨”,还有来源于官方话语的“和谐”“情绪稳定”“不明真相”,来源于外来语的“控”“粉丝”等。这些流行语来源表面看似不同,可实际上它们有共同的流行原因和动力:后现代背景下的去中心化。

1967年波普尔(K.R. Popper)提出了三个世界理论,认为世界除了物理世界和精神世界以

外,还有客观思想世界(Popper, 1973: 123)。哈贝马斯据此认为社会系统和客观思想世界对应,并一方面将其细分为三个亚系统:政治系统、经济系统、文化系统,一方面认为其和语言符号关系密切,即“社会系统表现为一个具有符号结构的生活世界。”(哈贝马斯, 2009)而维果茨基(2010)亦指出精神世界和语言关系密切,认为“语言是思维的工具。因此,作为语言现象之一,流行语亦可能在三个亚系统和个人精神世界四个方面表现为“去中心化”:

(一) 政治去中心化的流行语

“政治去中心化”指公众面对某些管理部门公然愚民的行为,不再唯命是听,不再迷信行政权威,而是开始怀疑其合理性,并通过行使监督权,彰显自我权力。流行语和“政治去中心化”密切相关。

首先,我们考察来源于公众事件的一组流行语“躲猫猫”“欺实马”“俯卧撑”。“躲猫猫”源于2009年2月8日男青年李乔明因盗伐林木被羁押入看守所内受伤死亡事件。“欺实马”源于2009年5月7日富二代胡某在杭州市区内飊车引发的恶性交通事故。“俯卧撑”句源于2008年6月28日瓮安打砸抢烧突发性事件。这三个流行语最初都来源于官方对公共事件的解释:

昨日上午晋宁县公安局相关负责人的回答是,通过他们的初步调查,发现李乔明受伤是由于其在放风时间,与同监室的狱友在看守所天井中玩“躲猫猫”游戏时,由于眼部被蒙而不慎撞到墙壁受伤。(云南信息报, 2009年2月13日)

根据当事人胡某及相关证人陈述,案发时肇事车辆速度为70公里/小时左右,而肇事发生地路段限速50公里/小时。胡某承认,当时未注意到行人动态。(杭州西湖区交警大队事故通报会, 2009年5月8日)

李树芬在与刘某闲谈时,突然说“跳河死了算了,如果死不成就好好活下去”。刘见状急忙拉住李树芬,制止其跳河行为。约十分钟后,陈某提出要先离开,当陈走后,刘见李树芬心情平静下来,便开始在桥上做俯卧撑。当刘做到第三个俯卧撑的时候,听到李树芬大声说“我走了”,便跳下河中。(贵州省公安厅新闻发言人王兴正, 2008年7月1日)

这些官方话语引发了公众强烈质疑:一个在羁押期间的成年人,怎么还有心情和狱友玩躲猫猫?“躲猫猫”又怎么可能致人死亡?根据国家法律,在限速50公里的地方行驶,如果超速50%,即超过75公里,就涉嫌犯罪,而70公里顶多是交通肇事。那么杭州警方称肇事车辆速度为“每小时70公里”是否是官方为了帮助富二代胡某逃避罪责的措辞?官方为何避实就虚,用大量篇幅描述“俯卧撑”,而不阐述李树芬自杀的真实真相,到底想隐瞒什么?可见,当官方利用自身权威,使用“躲猫猫”“七十码(公里)”“俯卧撑”等词语试图取信公众的时候,由于措辞不得体,事实描述明显不合情理,以及带有强烈的偏袒性,引发公众斜视,看到个别地方管理部门公然愚民的弄权形象。

公众并没有停留于斜视,而是将官方话语中某些典型词语提炼出来,并把“公然愚民”含义固化入此词语中,并迅速在不同场合高频率使用此词语,最终促使此词语变成流行语:“卫生部食品安全‘黑名单’不能对公众‘躲猫猫’”(中财网, 2011年07月25日);“一家筹建五星级酒

店的“欺实马”闹剧”（迈点网，2009年05月22日）；“动车车头是自己跳进泥塘做俯卧撑的”（新浪微博，2011年7月26日）。这些流行语都变成了斜眼，暗含了强烈的讽刺含义，当网民一遍一遍地使用这些流行语的时候，总能唤起“政府公然愚民”的群体记忆，而不知晓这些公共事件的网民碰到这些流行语的时候，又会积极探求这些流行语的来源，从而反过来加快公共事件的传播，而管理部门的行政权威也逐渐在流行语的传播中瓦解。

其次，我们考察来源于党内重大理论术语的流行语——“和谐”。“和谐”初看起来并不像一个网络流行语，可是考察此词语的演变途径，我们发现此词语在流行与再生产过程中，逐渐具备了网络流行语的特质。我们先看下列例子：

a.要坚持多边主义，实现共同安全；要坚持互利合作，实现共同繁荣；要坚持包容精神，共建和谐世界。（胡锦涛 第60届联合国峰会讲话）

b.很好很强大很和谐的被慰问专业户——郑继超！（天涯论坛）

c.此帖是某些人的禁忌？已被和谐3次了！图片数据均是公开的！（新浪微博）

d.郭美美的微薄禁止评论了，只好留这里：美美我知道！！人民会谢谢你的大无畏精神的！！没事，现在风口浪尖上！他们不会和谐你的，但以后要小心被癌症，被爱之，被车祸！！（新浪微博）

f.“造假”发挥得淋漓尽致啦！真河蟹和假河蟹早已见分晓。（新浪微博）

从a句到f句展现了“和谐”如何从官方话语一步一步演变成网络话语的过程，a句中官方话语的“和谐”含义，继承了孔子所说“君子和而不同，小人同而不和”中“和”的文化内涵，强调了“多边主义”和“互补”。b句“很和谐”其实是个反语，其所蕴含的文化内涵已经出现反转，即“很和谐”指向“君子和而不同，小人同而不和”中的“同”，而不是“和”。而c句“和谐”和“被……”句式的结合，更强烈地表达“同化”的意思，d句“和谐”已经由形容词转变成了动词，直接表示“同化”，而f句“和谐”从一个抽象概念视觉化为“河蟹”，从形式上具备了网络流行语的特征。

从这个过程，我们可以清晰地看到“和谐”如何在斜视效应下发生演变：生产者在突发事件频发的时代，试图用“和谐”理论来维持社会稳定，但是此术语在传播过程中，经过公众的斜视，却变成了某些行政部门暴力执政的代名词。而网民通过将严肃的“和谐”从形式上再生产为娱乐化、滑稽化的网络术语“河蟹”，调侃了某些行政部门自身并不能真正做到“和谐执政”，从而完成“政治去中心化”。

再次，我们考察网络流行语“情绪稳定”，“情绪稳定”来源于官方宣传套话，往往用来表达管理部门面对突发事件，采取措施迅速有力，效果明显：“中石油称，兰州石化公司在全力组织抢险的同时，已迅即对全厂装置进行风险排查，在运装置运行平稳，职工队伍情绪稳定。”

（人民日报，2010年1月9日）作为官方宣传话语，“情绪稳定”最初确实起到了维护社会稳定的效果，但是后来随着各类突发事件频发，此词语被不分场合地频繁滥用，最终演变成官方套话，引发公众质疑和反感，比如面对“死伤者家属情绪稳定”之类的套话，公众开始质疑“事故刚刚过去三四天的时间，死难者家属仍在撕心裂肺的哭号，一些领导干部怎么能不顾客观事实说出

死难者家属情绪稳定之类的鬼话”(心灵之光, 2010), 于是针对“情绪稳定”, 公众也进行了斜视性地再生产: “目前海洋生物情绪稳定, 中海油又一次河蟹圆满完成了突发事件实战演练。”

(新浪微博) 公众故意将已被滥用的套话进一步反常规、反逻辑、反事实地滥用, 把指称对象从人类扩大到毫无意识的物体或者动物, 从而实现了对方套语的讽刺和瓦解, 完成“政治去中心化”。

最后, 我们讨论最近流行的语录体流行语“至于你信不信, 我反正信了”, 此句源于2011年公共事件“7·23甬温动车追尾事故”, 铁道部新闻发言人王勇平在新闻发布会上的发言: “他们把车头埋在下面, 盖上市土, 主要是便于抢险。他们给出的解释是这样, 至于你信不信, 由你, 我反正是信的。”“至于你信不信, 我反正信了”最初目的是为了让公众信服, 但由于发言人用语强硬, 给出理由又经不住推敲, 并没有达到让公众信服的效果, 相反, 网民立刻斜视性地再生产: “北京今天没堵车, 这是一个奇迹, 但它就是发生了。至于你信不信, 我反正信了。”(天涯论坛) 网民通过对该官方话语嘲弄、仿拟、泛化, 并将其命名为“高铁体”, 从而赋予其流行特质, 进而把“难以置信”的意义固定入该流行语中, 促使该话语变成“斜眼”流行开去, 成功实现对方所谓权威解释的瓦解, 完成“政治去中心化”。

综上所述, 我们可以看出对权威的不信任, 对被愚弄的愤怒是流行语流行的重要原因。可以预见, 在网络背景下, 即使最平白无奇的话语, 一旦和“政治去中心化”相关, 都有成为流行语的潜质。

(二) 经济去中心化的流行语

所谓“经济去中心化”指公众面对当今中国部分垄断企业控制了社会资源, 享受着政策保护, 得到了政府补贴, 可却屡屡无视并侵犯消费者利益的现实, 开始质疑垄断企业的合法性, 并有意维护自身作为消费者的根本权益。流行语和“经济去中心化”密切相关。

首先, 我们来考察流行语“山寨”的起源。2003年联发科技股份有限公司成功研制出了第一颗“基频芯片”, 推向市场。这种芯片内置了功能丰富的软件平台, 功耗很低, 售价便宜, 大大降低了手机准入门槛和手机价格, 大量非正规工厂也由此诞生。但是由于国内依然实行“牌照制度”, 这些手机生产厂无法通过“牌照制度”审批, 实际处于非法状态, 由此被命名为“山寨厂”, 其生产出来的手机叫“山寨机”(缪俊, 2009)。

虽然“山寨”作为流行语往往和“假冒”“伪劣”联系在一起, 但是从其诞生的那一刻起就蕴含了积极的含义: “狼性山寨机: 他们不怕丢脸, 他们进军海外。”(南方人物周刊, 2008年8月20日)可见, “山寨”蕴含了消费者对大型企业依仗政策保护, 实行经济霸权, 导致产品价格居高不下下的愤怒, 对某种固有的产品因为垄断, 长久没有创新和换代的不满。它还是公众对民间智慧和创新的呼唤, 是公众对“经济去中心化”的呐喊。

其次, 我们再来考察“一个艰难的决定”如何成为网络流行语的。此语最初来源于腾讯公司: “当您看到这封信的时候, 我们刚刚作出了一个非常艰难的决定。在360公司停止对QQ进行外挂侵犯和恶意诋毁之前, 我们决定将在装有360软件的电脑上停止运行QQ软件。”(腾讯公司《致QQ用户的一封信》)

腾讯公司在使用该话语的时候, 主要是为了表明自己对恶性竞争的无奈, 希望得到用户的谅解。可是公众却从字里行间中, 看出腾讯和360公司进行竞争的时候, 为了自我利益, 任意践踏

消费者权益的本质,由此迅速对其进行斜视性的再生产,自发产生出著名的QQ体:“广电总局作了一个非常艰难的决定,如果发现用户下载美剧,将自动转化成新闻联播。”从而把“一个艰难的决定”变成“斜眼”,流行开去,在广大网友中造成影响,最终成功揭开垄断企业的虚伪面纱,维护了自己的利益。

综上,“经济去中心化”和“政治去中心化”都体现了弱者对强者的反抗,它们揭示了流行语可能具有在网络场域中,把彼此并不认识的“乌合之众”(古斯塔夫·勒庞,2005)团结起来,进行群体性活动,夺取话语权,对抗行政权与资本权勾结而双重异化的社会霸权的作用。

(三) 主流去中心化的流行语

所谓“主流去中心化”即公众对一段时期内占据主导或中心地位,受到社会广泛认同和关注的,体现主流意识形态的事件、人物、媒体、思想和生活方式等的质疑和漠视。主流意识形态往往具有统一公众思想、引导社会舆论、开展社会运动、维护社会稳定、开展对敌斗争等积极功能,但是随着时代的进步,经济全球化、社会多元化、意识多样性越来越被广泛认同,大一统的主流意识形态开始遭到公众的质疑:主流意识形态会不会对思想自由进行限制?热点事件真有其关注的价值吗?主流人物真的就值得尊敬吗?主流媒体宣传真的可信吗?流行语往往和这些疑问密切相关:

首先,我们考察2008年的一句流行语“很黄很暴力”。该流行语源自2007年12月27日新闻联播播出一段抨击不良网络视听节目的报道,其中采访了北京某学校的一个女生,这个女孩子对着CCTV话筒很正经地说道:“上次我查资料,忽然蹦出一个网页,很黄很暴力,我马上把它给关了。”接着,“很黄很暴力”成了一句流行语,以极其迅猛的速度在整个互联网快速传播开来。小姑娘并不是个强者,其很正经的“表态”之所以会被网友斜视性地恶搞,正是因为“很黄很暴力”带着浓厚的迎合报道、应景制造典型、诱导道德判断的色彩,具有充当新闻联播主流意识形态宣传“木偶”的嫌疑。网友通过把此词再生产为一个斜眼,表达了对主流宣传的去中心化。

其次,我们再考察2010年的一句流行语“先感谢国家”。该流行语源自2010年3月7日上午,国家体育总局副局长、国际奥委会副主席于再清参加全国政协体育界分组讨论,谈到周洋在温哥华冬奥会夺得1500米冠军后的感言“让父母生活得更好一点时”表示:“感谢你爹你妈没问题,首先还是要感谢国家。小孩儿有些心里话没有表述出来,说孝敬父母感谢父母都对,心里面也要有国家,要把国家放在前面,别光说父母就完了。”接着,“先感谢国家”就被网友斜视性恶搞,再经过韩寒等舆论领袖的使用,迅速在互联网传播开来。“先感谢国家”流行的原因在于很多运动员在表达主流意识形态——“爱国主义”时,常常套路固定呆板、言不由衷。公众对此深为反感,从而通过对该词语进行再生产,把“先感谢国家”变成斜眼,表达了对周洋“真情流露感言”的赞扬,从而完成对主流意识形态套语的去中心化。

最后,我们再看看2008年度十大网络流行语之一“打酱油”。该词语源自广州电视台在街头随机采访市民,“请问你对艳照门有什么看法?对陈冠希等明星又有什么看法?”某男性受访者从容应答:“关我鸟事,我出来打酱油的……”这句话在网络间迅速被网友恶搞,出现“酱油男”“酱油党”等新名词,并被引入社会各领域。“打酱油”虽然源自娱乐新闻一次很普通的采访,表达了受访者对热点事件娱乐化、娱乐事件主流化的反感,但更重要的是它还可能被表

达为公众对参政议政诉求无法得到满足的无奈。它是公众开展的一场“非暴力不合作”话语运动,表达了公众通过消极地不迎合主流,自我放逐式的“主流去中心化”。

总之,“主流去中心化”是对主流意识形态的反思,对某些主流人物、媒体的无情揭露,是对某些人自愿中心化、自愿臣服的奴隶心态的嘲讽。当网友利用斜视打造流行语的时候,实际是在宣示自己的价值,暗示自己就是中心,而不是去迎合中心,套用另一句流行语,就是“我的地盘,我做主”。

(四) 精神去中心化的流行语

所谓“精神去中心化”是指:人们通常认为人类基本的思考结构及认知是统一的,人类可以理性地控制自己的精神和行为,可是弗洛伊德的潜意识理论告诉我们非理性是一种与理性相对立存在的本能,是人类固有的一种动力,也就是说每个人并非时刻都能自主地控制自己,每个人都是自控与非自控的结合体,具有精神分裂的潜质。流行语往往和“精神去中心化”相关。

首先,我们来看看流行语“粉丝”,“粉丝”源自2005年湖南卫视“超级女声”选秀节目,指称某些对偶像盲目崇拜的人,这些人通常表现为无法自控、非理性的特征。

其次,我们再来看看流行语“控”。“控”在字典中的解释,是自我对他者的控制,可是流行语中的“控”却是一个精神分裂字眼,它来源于英文单词complex(情结)的前头音(con),日本人借用过来(コン),形成“某某控”的说法。“控”在此需要被分裂式的理解,即“所役”等同于“所自役”,人们试图控制某物,实际被物(事物)所役。

接着,我们再考察流行语“被+V”。“被+V”这个句式只有在具备分裂性理解的可能情况下才能符合流行语的特质,比如“被杀死”就不具备流行语特点,而“被自杀”却具备流行语特点,因为“被”表示“受控”,而“自杀”却是“自控”性动词。显然,“受控的‘被’+自控性动词”在分裂中讽刺了一种荒诞的现实:强权部门连弱者自主性的精神空间也要压制。

最后,我们考察一组来源于网络人物的流行语“犀利哥”“凤姐”“芙蓉姐姐”,这三个流行语也是分裂性的词语。“犀利”意思是睿智、洞察力、思维缜密、切中要害,可是“哥”却是一个在街边乞讨的精神病人。“凤”“芙蓉”在中国文化意象中象征高贵、纯洁、漂亮,可是“姐”却是一个下层、庸俗、略带神经质的形象。

总之,“精神去中心化”的流行语一方面本身具有自控与被控的两面性,另一方面要求言语者对流行语进行分裂性地理解,其主要强调了现实的荒诞,以及公众对自身处于精神病人式无法自控的无奈处境的反思。

三、流行语与社会趋势的共变

上个世纪60年代中期美国学者威廉·布赖特(William Bright)就提出了语言和社会结构的“共变”理论:词语内含的社会意义与社会具有共存的关系(Bright, 1966)。费斯克(John Fiske)认为,话语是“一种被社会化发展出来的语言或再现系统,有赋予和传播一整套有关某一重要话题的含义”(转引自麦查尔,2008)。福柯也指出,“话语意味着一个社会团体依据某些成规将其意义传播于社会之中,以此确立其社会地位,并为其他团体所认识的过程”(转引自王治河,1999)。夏中华(2010)则指出,“流行语则是这种历史见证的显示器,它反映社会生活变化最积极最准确最快速,要研究流行语,认识流行语的发展规律,就不能脱离社会,社会生活的发

展变化是流行语形成的根本原因。”

我国各个年代的流行语可以充分证明其和社会发展的共变关系。上世纪50年代,随着大跃进运动和困难时期的来临,流行语有:鼓足干劲、力争上游、放卫星、合作社、大锅饭、自力更生,艰苦奋斗、超英赶美、以钢为纲、忙时吃干,闲时吃稀、跑步进入共产主义、瓜菜代、老大哥、苏联的今天就是我们的明天、纸老虎、糖衣炮弹、供给制、解放、我为人人,人人为我、身体是革命的本钱等。60、70年代文化大革命出现的流行语简单粗暴,充满斗争性:打倒、横扫、炮轰、火烧、打翻在地,踩上一脚、砸烂某某狗头、牛鬼蛇神等。80、90年代改革开放,国民视野大开,一些港台流行语和新鲜事物出现:大哥大、老板、蛮好的、抢滩、登陆、生猛、火暴、炒作、玩家、做秀、的士、巴士、的哥、酷毙了、帅呆了、靓丽、人气、指数、红包、桑拿、打工仔等。21世纪随着互联网的普及,“躲猫猫”“俯卧撑”“犀利哥”“被……”等流行语开始大量出现。

那么为何互联网在21世纪能够成为流行语的制造厂,其和社会变迁有何关系?未来学家奈斯比特(2010)早在90年代考察中国城市后就发现中国将出现“权力从中心向边缘的分散化趋势”,而媒介技术的创新又进一步解构了原有单向文化的社会结构。Web2.0的核心理念之一就是“去中心化”,其“是由高度集中控制向分布集中控制转变,变得更加个体化和多元化,直接影响了网络文化的形成和呈现”(高宪春,2010)。在Web2.0时代每个人个人博客网页就是信息节点,传统大众传媒的“把关人”已经丧失作用,在SNS社群中每个人创建自己的播客,拥有自己的粉丝,都是自我创建社会网络的中心,搜寻者、咨询者、浏览者、反馈者、对话者的界限越来越不明显,现实社会的科层制也被瓦解,每个人都有利用Web2.0获得更大权力的可能性。随着微博的出现,嵌套性的传播途径更是进一步瓦解了中心,即以每个用户为中心的人际关系网络在关注他人或被他人关注时,会嵌套到另外一个用户的圈子里,成为他人的外围(张佰明,2010)。总之,“去中心化”的创新媒体技术是孕育流行语的土壤,是网友斜视的乐园。

“中心化”社会形成的关键在于信息不对称,即一个机构控制了大部分资源,我们只能被动地接受信息,而在“去中心化”社会,用户面对的是一个信息爆炸的社会,任何试图掩盖信息的行为都会受到公众的唾骂,所以“去中心化”并不是没有权威,而是人人都是权威,并不是无人关心政治,而是人人都具有了高度的参政意识。而“去中心化”的流行语就是中国大众高度参政意识的话语与口号,是一个个“觉醒的斜眼”。

五、结语

清华大学社会学教授李强(2004)在解释“中国社会不平等基尼系数已经超过警戒线为什么还保持稳定”时指出,目前中国社会结构已经出现了严重的两级分化,但是这两个阶层如果没有交集,则不会产生重大的社会问题,只有同时出现以下这两个情况的时候,才会出现重大社会问题,“第一,出现了客观的‘社会结构失衡’,第二,人们主观上出现了‘公正失衡’意识,即产生了‘不公正感’。”根据李强的论断,基尼系数过高表明了中国社会结构早已失衡,而中国社会之所以保持稳定,关键原因在于两个阶层还没有交集,人们主观上还没有产生强烈的“不公正感”。

可是网络带来的信息透明化,促使两个阶层之间开始产生交集。而这种交集最直接的表现就是网络流行语。流行语的“去中心化”正是中国公民自我意识的觉醒,这种觉醒直接导致公

众对权威的反抗,引发公众强烈的“不公正感”。随着流行语在“不公正感”心理动因的作用下迅速传播,又会激发更多民众产生“不公正感”。

实际上,流行语的“去中心化”蕴含着另外一个“中心化”的过程,它把网络场域中彼此并不相关的乌合之众联系起来,通过流行语斜视的默契,建立身份认同,促发出网络群体性事件,并借助手机短信、大众媒体渗入现实社会,最终导致重大社会现实问题。

总之,随着互联网的进一步“去中心化”,信息透明化乃是大势所趋,通过严密地舆论宣传和监管,限制人民自我意识觉醒的方法已不太可行,而每一次权力部门对舆论不当的宣传和压制,亦可能遭到公众报复性地斜视,并最终损害权力部门自身。作为引领社会变迁的先锋号角,流行语告诉我们,从社会结构上减少两级分化、平衡各方利益,缩小社会差距才是维持社会稳定的根本办法。

引用文献 [Works Cited]

- 皮埃尔·布尔迪厄(2005).《言语意味着什么——语言交换的经济》.北京:商务印书馆.
[Bourdieu, P. (2005). *The meaning of talking: economy of language exchange*. Beijing: The Commercial Press.]
- 诺曼·费尔克拉夫(2003).《话语与社会变迁》(殷晓蓉译).北京:华夏出版社.
[Fairclough, N. (2003). *Discourse and social change*. Beijing: Huaxia Publishing House.]
- 高宪春(2010).“去中心化”对网络文化的影响.《网络传播》,(2),54-55.
[Gao, Xianchun (2010). The influence of decentralization on network culture. *New Media*, (2), 54-55.]
- 尤尔根·哈贝马斯(2001).《后形而上学思想》.南京:译林出版社.
[Habermas, J. (2001). *Postmetaphysical thinking*. Nanjing: Yilin Publishing House.]
- 尤尔根·哈贝马斯(2009).《合法化危机》(刘北成,曹卫东译).上海:上海世纪出版集团.
[Habermas, J. (2009). *Legitimationsprobleme im spatkapitalismus*. Shanghai: Shanghai Century Publishing.]
- 胡春阳(2007).《话语分析:传播研究的新路径》.上海:上海人民出版社.
[Hu, Chunyang (2007). *Discourse analysis: a new path of communication study*. Shanghai: Shanghai People's Publishing House.]
- 古斯塔夫·勒庞(2005).《乌合之众——大众心理研究》(冯克利译).北京:中央编译出版社.
[Le Bon, G. (2005). *The crowd: a study of the popular mind*. Beijing: Central Compilation & Translation Press.]
- 李强(2004).当前我国社会分层结构变化的新趋势.《江苏社会科学》,(6),93-99.
[Li, Qiang (2004). The new trend of social stratification's change in China. *Jiangsu Social Sciences*, (6), 93-99.]
- 让-弗朗索瓦·利奥塔(2011).《话语,图形》(谢晶译).上海:上海人民出版社.
[Lyotard, J. F. (2011). *Discourse, figure*. Shanghai: Shanghai People's Publishing House.]
- 丹尼斯·麦奎尔(2008).《大众传播模式论》(祝建华译).上海:上海译文出版社.
[McQuail, D. (2008). *Communication models for the study of mass communications*. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House.]
- 缪俊(2009).“山寨”流行语中语义泛化与社会文化的共变.《修辞学习》,(1).
[Miao, Jun (2009). The co-variation of semantic generalization and social culture embodied in popular

words. *Rhetoric Learning*, (1).]

列夫·维果茨基 (2010). 《思维与语言》(李维译). 北京: 北京大学出版社.

[Vygotsky, L.S. (2010). *Thought and language*. Beijing: Peking University Press.]

王治河 (1999). 《福柯》. 长沙: 湖南教育出版社.

[Wang, Zhihe (1999). *Michel Foucault*. Changsha: Hunan Education Press.]

夏中华 (2010). 关于流行语流行的基本理据的探讨——基于近三十年汉语流行语的考察与分析. 《语言文字应用》, (2), 89-96.

[Xia, Zhonghua (2010). Linguistic motivations for popular words in Chinese. *Applied Linguistics*, (2), 89-96.]

心灵之光 (2010). 人怎么能说出“死者情绪稳定”之类的鬼话. 2011年10月3日访问于好心情原创文学网站, http://essay.goodmood.cn/a/2010/1130/20_29284.html.

[The Light of the Heart (2010). How can human beings tell some lies about dead people's stable emotion. Retrieved on Oct.3, 2011, from The website of Original Literature of Good Mood, http://essay.goodmood.cn/a/2010/1130/20_29284.html.]

张佰明 (2010). 嵌套性: 网络微博发展的根本逻辑. 《国际新闻界》, (6), 81-85.

[Zhang, Baiming (2010). Embeddedness: the basic logic for microblogging's development. *Journal of International Communication*, (6), 81-85.]

Popper, K.R. (1973). *Objektive erkenntnis*. Heidelberg.

Bright, W. (1966). The dimensions of sociolinguistics. Paper presented at the Sociolinguistics: proceedings of the UCLA Sociolinguistics Conference. The Netherlands: Mouton.

(责任编辑: 任媛媛)