模因论视角下中日韩新词新语教学

刘 洋,王 珏
(佳木斯大学外国语学院,黑龙江 佳木斯 154007)

摘 要:模因论广泛应用于外语教学。尤其是对外语教学中词汇起到了极大的促进作用。基于“十三五”时期,教育教学更加注重人文关怀与精神关照,使得该理论与教学实践高度融合,影响更为广泛。作为高校外语一线教师,充分运用模因理论指导实际教学,这无疑是为新时期大学外语教学提供了创新的研究路径。笔者基于模因论视角,通过多年在教学中的实际经验总结,对教学中涵盖中日韩三国语言的新词新语进行分析,目的在于进一步引导学生提高学习效率,改进教学效果,借此提高学生外语学习水平,为探索教学科研新成果贡献力量。

关键词:模因;中日韩;新词新语
【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.06.249

1 模因与模因论

模因论(Memetics)(简称:meme),在牛津大学道金斯作品《The Selfish Gene》(《自私的基因》)最早多次提及,是一种基于达尔文进化论的观点解释文化进化规律的新理论。它指文化领域内人与人之间相互模仿、散播开来的思想或主意,并一代一代地相传下来。最主要的特点就是通过模仿得到传播。模因(meme)用了与基因(gene)相近的发音,表示“出自相同基因而导致相似”的意思,故模因指文化基因。何自然和何雪林于 2003 年将 meme 译成“模因”,是有意让人们联想它是一些模仿现象,是一种与基因相似的现象。基因是通过遗传而繁衍的,但模因却通过模仿而传播,是文化的基本单位。当前,在教育学、心理学、文学等学科教学纷纷创新教学教法,提高教学质量的大环境下,该理论以其独特的文化性、人本性、实践性被国内外学者重点研究,笔者以中日韩三国新词新语为例,探索部分新词如何成为强势模因并进一步传播发展的。

词汇是语言系统里最活跃的部分,从模因论的角度看,语言模因揭示了话语流传和语言传播的规律。语言是模因传播的载体,模因靠语言复制和传播,而另一方面,模因传播也有利于语言的发展。语言作为文化的一部分,本身就是一种模因,模因也寓于语言之中,任何字、词、短语、句子、段落乃至篇章,只要通过模仿得到复制和传播,都有可能成为模因(谢朝群、何自然,2007)。任何东西只要通过模仿而被传递, 或者人们通过模仿获得并加以传播的任何东西,都可以算作是模因。如果一些新词出现,通过人们的模仿,逐渐传播开来,流行起来,就可以被认为是模因。强势模因具备强势生命力,在传播中会在其基础上产生并不断再次衍生出与其相关的新词新语。

2 词汇教学与新词新语

在我国,吕淑湘、陈原先生最早研究了新词新语,曾明确指出:新词新语既包括不久之前产生,其含义、色彩和表现形式都给人们以新颖感的那种词语,也包括旧有词语的新义项、新用法。一直以来,存在新词、新语、新词语共存的局面。甚至存在将新词新语归化为流行语的说法。

对于新词、新语、新词语的定义和划分,不同学者尽管有不同的观点,但其实核心概念基本一致。对于外语词汇教学来说,新词新语不仅仅是在日韩社会流行传播,通过互联网,很多新的词汇也被汉语所吸纳,成为大众流行的新词汇。因此,本文中出现的“新词”所指等同于一些论文中的“新词新语”。模因的传播方式就是通过模仿进行传播,也就是说模因是文化传播的一种基本单位。根据模因论中新词新语的传播性,在外语词汇教学中导入新词新语,紧跟时代的步伐,通过新词新语让学生了解到方方面面的知识和信息,对枯燥的外语词汇学习来说无疑是增添了新鲜的血液。以模因论视点研究词汇教学的方法是为了更好的提高学生的学习效率, 改善教学效果,提高学生的外语词汇量,让学生对枯燥的词汇产生兴趣,提高学生学习的主动性。

3 模因论与新词新语

教育部发布的《中国语言生活状况报告 (2018)》中指出,在 2017 年,共诞生的 242 条新词汇中“共享”一词最受青睐。综合类十大流行语“十九大”“新时代”“共享”“雄安新区”“金砖国家”“人工智能”“人类命运共同体”“天舟一号”“撸起袖子加油干”“不忘初心,牢记使命”中,出现“共享”一词,十大新词语中也出现了与“共享”有关的“共享充电宝”。“共享”一词同时出现在了十大新词语和综合类十大流行语这两个榜单中,堪称最热门高频词。

在社会背景和经济背景下,产生了如共享单车,共享充电宝,共享汽车,共享停车,共享宝马,共享农庄,共享茶馆等模式;从语言的角度来说,都属于以 “共享”为模因而出现的新词新语。

韩国 2017 年度新词新语中,“프로 ○○러 ”名列其中。表示“专业”与表示动作行为人的名词型语尾“-er”结合而成,指的是总是有○○行为的人。○○可以代入任何单词。

ex.) 프로 야근러 / 프로 잔소리러/ 프로 SNS 러 / 프로 삐짐러 / 프로 바쁨러

例:专业夜班者/专业唠叨者/专业 SNS 者/专业闹别扭者/专业忙碌者

在信息化时代背景下, 互联网环境产生了大量的新词新语,广泛应用于人们的日常生活中,特别是活跃于年轻人之间。例如,在网络上出现的「肥えた家」、「コール」等新词新语。

「肥えた家」是日本 ACGN 界的亚文化术语,最初出现时用作贬义,形容不爱运动,爱吃高热量零食,喜欢长时间对着电脑屏幕的青年肥胖人群。

「コール」是日本演唱会 Live 应援文化,最早指 LIVE 时台下观众们跟随音乐的节奏,按一定的规律,用呼喊、挥动荧光棒等方式,与台上的表演者互动的一种自发的行为。

「肥えた家」和「コール」随着互联网的传播,在中国也出现了对应的新词新语。「コール」文化,被中国年轻人称为“打 call”。现在也引申为“为某人加油打气”、“支持某人某事”的含义。「肥えた家」通过二次元文化的传播被中国年轻人所熟知, 并逐渐在互联网上流传,形成了“肥宅”一词,如今用作无恶意的嘲讽,但仍保留广义用法,来调侃并不肥胖的御宅。

无论是“共享”还是“프로 ○○러”、“『OOファースト』”,这些模因不断被模仿、复制和传播,通过模仿不断被传递。这些新词既反映了各个国语言生活中的重大事件、热点问题及实态数据,又为给语言生活提供了新鲜的研究素材。

语言是传播的工具,新词新语是时代的产物。新词新语牵动着社会公众的目光,影响着各国语言生活,对顺利进行信息传递和信

(下转 251 页)

项目:佳木斯大学基础研究类(社科类)面上项目:“从模因论视角对比分析中日韩新词新语”(2016JDMS11)

(上接 249 页)

息交换有着正面的作用。外语学习者是国与国之间经济、文化、科学、政治等诸多领域的传播者。当代中国需要让世界人民了解中国。外语学习者有责任、有义务通过语言将当代中国的发展面貌传播到世界各国。了解、学习、掌握各个领域的新词新语对传播当代中国的发展面貌、新兴产物、意识形态具有重要的意义。模因的传播方式就是通过模仿、复制等途径进行传播,也就是说模因是文化传播的一种基本单位。根据模因论中新词新语的传播性,无论是日语教学者还是韩语教学者,在词汇教学中应以本国的经济、文化、政治等诸多领域为背景,对中日、中韩新词新语进行对比教学,使词汇教学的内容更加丰富,更加能够被学生这一年龄层所接受,进而提高学生的学习主动性。同时也符合高校思政教学的方针政策。

4 结束语

模因论对语言教学具有指导作用。高校日语和韩语专业的学生大多是无基础、零起点,如何使其能够更加兴趣化、专业化地学习,提高学习效率,方法便显得尤为重要。在模因论的指导下,以模因为基础,以模仿为核心,采用模仿与联想相结合的教学方法进行词汇的学习和练习,比传统的教学方法更加科学、有效。

参考文献

[1]谢朝群,何自然,语言模因说略[J].现代外语,2007(1):30-39.
[2]赵改梅,王乃斌.模因与词缀化新词现象探究[J].时代教育,2016(10):57.
[3]姚爽.模因论视角下的中日流行语的比较研究[J].语言文化,2014(4):302-303.
[4]周炜,廖瑛.从新词到流行语:模因论解释[J].重庆理工大学学报(社会科学),2001(1):107-110.
[5]谭静.模因论观照下的网络新词新语研究[J].南通航运职业技术学院学报,2017(2):13-16.
[6]https://blog.naver.com/rspak/221171237427riyu.
[7]https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3658906&cid=59579&categoryId=59579.
[8]央广网.

作者简介:刘洋(1986-),女,汉族,黑龙江人,本科,佳木斯大学外国语学院,朝鲜语专业教师,黑龙江大学硕士,研究方向:亚非语言文学;王珏(1983-)女,满族,黑龙江人,硕士,佳木斯大学外国语学院,日语专业教师,研究方向:日语语言文学。