

The Cognitive Context's Analysis of Language Meme

—A Case Study of Internet News Headlines

Tingting Fang

Shanghai Maritime University, Shanghai
Email: 1508291243@qq.com

Received: Apr. 26th, 2017; accepted: May 15th, 2017; published: May 18th, 2017

Abstract

In times of the Internet, the design of the Internet news headline is of vital importance for how to make the Internet news novel so as to arouse public's attention. The application of language meme as an effective and creative method has been increasingly employed; the news editors usually adopt appropriate meme's transmission strategy like making slight changes to the proverb and popular songs thus to construct the strong meme in Internet news' headlines. The strong meme can enhance the news headline's infectivity and transmissibility and appeal to the readers. This thesis will analyze this phenomenon from the perspective of cognitive context; meanwhile will also provide some suggestions for news' editors to create successful Internet news.

Keywords

News Headline, Language Meme, Cognitive Linguistics, Cognitive Context

语言模因的认知语境分析

方婷婷

上海海事大学, 上海
Email: 1508291243@qq.com

收稿日期: 2017年4月26日; 录用日期: 2017年5月15日; 发布日期: 2017年5月18日

摘要

互联网时代, 网络新闻如何能在海量信息中脱颖而出, 取得网民广泛关注, 新闻标题的设计至关重要。

文章引用: 方婷婷. 语言模因的认知语境分析[J]. 现代语言学, 2017, 5(2): 87-91.
<https://doi.org/10.12677/ml.2017.52012>

运用语言模因作为提高网络新闻标题有效性的创造手法，越来越被广泛运用，新闻作者通常采用恰当的模因传播策略对成语谚语、流行歌曲等进行语言变异，建构新闻标题中的强势模因。强势模因使新闻标题更具感染力和传播力，更能吸引读者。本文将从认知语言学中认知语境的角度对这种现象做出阐释，同时为网络新闻编辑者能创造出成功的网络新闻标题给出借鉴。

关键词

新闻标题，语言模因，认知语言学，认知语境

Copyright © 2017 by author and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 认知语言学与模因论

1.1. 认知语言学

认知语言学的核心原则是“现实—认知—语言”，认为语言是人们基于对世界进行“互动体验”和“认知加工”而形成的。互动体验凸显语言的体验性、客观性；认知加工表明语言的人本性、主观性。王寅将认知语言学定义为“坚持体验哲学观，以身体经验和认知为出发点，以概念结构和意义研究为中心，着力寻求语言事实背后的认知方式，并通过‘认知方式’和知识结构等对语言做出‘统一’解释的、新兴的、跨领域的学科”。认知方式可以细化为互动体验、意象图式、范畴化、概念化、认知模型、概念整合、隐转喻、识解、关联等等。

1.2. 模因论

模因概念由牛津大学生物学家理查德·道金斯(Richard Dawkins)在1976年[1]出版的《自私的基因》(The Selfish Gene)一书中首次提出。它在人类文化传递活动中的作用有如基因在生物遗传中的作用，所以被定义为文化传递及进化的单位。模因通过模仿而得以传播。它既可以纵向传播，从上一代传播给下一代，也可以横向传播，从一个人的大脑传播到另一个人的大脑或其他任何媒介。任何能够通过模仿而被复制并得到传播的东西都可以称为模因。布莱克摩尔(Blackmore)进一步充实和完善了模因的观点，在《模因机器》(The Meme Machine)中初步确立了模因论的理论框架。模因的传播并不等于百分之百的原样复制，而往往是通过模因集合重组，形成模因复合体。海利根(Heylighen) [2]认为模因的成功复制要经过四个阶段：同化、记忆、表达和传播。语言本身也是模因，语音、词语、语句、篇章等只要通过模仿而得以复制和传播，并且都有可能成为语言模因。

2. 认知语言学对语言模因现象的解释的回顾

随着认知语言学的发展，有学者开始尝试使用认知的方法对模因现象进行研究，主要包括运用相关理论、图形背景理论、类型理论以及心理空间理论等，取得了一定的成绩。关于从关联理论的角度来阐释语言模因现象，李鑫华(2000: 254) [3]做了尝试。根据 Sperber 和 Wilson (2001 [1986, 1995]: 158)的理论，每个交际行为都是一个明示推理的过程，他们的基本主张强调认知和交际(Sperber & Wilson, 2001 [1986, 1995]: 158):

- 1) 人类认知倾向于调整到最大关联(Human cognition tends to be geared to the maximization of relevance):

2) 每一个明示的交际行为都传递一个具有最佳关联性的假设(Every act of ostensive communication communicates a presumption of its own optimal relevance)。

当讲话者模仿某一目标时, 他/她把自己的交际意图用一个受话者熟知的既成的语言形式呈现出来, 讲话者的明示和受话者的推理都是非常经济的, 从而在付出较少的认知努力的前提下达到最佳关联, 收到较好的语境效果。关联的方法为解释语言模因现象提供了一个全新的视角。本文就网络新闻标题的语言模因现象为例来进行阐释认知语境的运行机制。

3. 基于认知语境的语言模因理解机制

Sperber 和 Wilson (1986) [4]最早在《关联性: 交际与认知》一书中提出了“认知语境”(Cognitive Context)这一概念, 他们指出, 人的认知能力取决于认知主体所处的物理环境、心理状态、思想假设等因素。关联理论是当代语用理论之一, 对于理解交际理解过程具有强大的解释力。认知语境从根本上否定了语码模式的互有知识论, 将语境看成认知的、动态性的, 并在此基础上进一步阐明语境假设的选择, 语境效果的达成等, 从这个意义上说, 认知语境是关联理论的基础。此论文将运用认知语境理论阐释网络新闻标题中的基因型和表现型两种语言模因, 分析它们的理解过程以及所产生的传播效果。

3.1. 网络新闻标题基因型语言模因的理解

根据何自然[5]对语言模因的分类, 我们知道语言模因大体上分为基因型和表现型语言模因, 模因在新闻标题传播运用中可分为基因型和表现型。基因型语言模因的特点是“内容相同而形式不同”, 即同一信息通过不同的语言载体传播。由于不同的语言载体会激活不同的默认语境, 从而促使人们在理解过程中对当前语境进行不同程度的解读, 进而产生不同的传播效果。

Blackmore (1999: 61) [6]认为, 以传递信息内容为主的模因储存在我们的大脑中, 可以比喻为基因型的模因。基因型模因在新闻标题的构建中, 表现为相同信息的直接传递, 即新闻记者借用某些固有的成语、谚语、诗词名句、流行语等, 即借用这些强语言模因的表达形式, 又传承了其在大众中受认同的意义。在语境相近的网络新闻标题中中国使用它们, 可以增强其接受感和可接受性, 为读者创造他们熟悉的语言环境。例如:

- (1) 为什么找不到外星人? 或因地球生命是“早产儿”(新浪新闻 2016年8月2日)
- (2) Uber 与滴滴和解后的第一件事, 和优步中国同事“绝交”(新浪新闻 2016年8月5日)
- (3) 人类未来或许能打造出液体“终结者”(新浪新闻 2016年8月5日)
- (4) “独角兽”公司越来越少? 至少在美国是这样(新浪新闻 2016年9月4日)
- (5) 三星手机爆炸“罪魁祸首”是自己的子公司(新浪新闻 2016年9月4日)
- (6) 三星也开始“减肥”了(新浪新闻 2016年9月4日)
- (7) 苹果手机市值一周暴涨 630 亿美元, 供应商股价“鸡犬飞升”(新浪新闻 2016年9月4日)

“早产儿”是一个典型的基因型语言模因, 其默认认知语境是隔离室保温箱里那些弱不禁风的小生命。早产儿是新生儿中的特殊群体, 其生理和病理的特殊性, 意味着他们一出生就应该得到特有的关爱和照顾。从某种意义上说, “早产儿”一词的含意与“特殊群体”、“特有关爱”接近。对信息加工者而言, 理解这句话的第一个挑战是“新生儿是什么意思?” 如果其认知环境中没有关于早产儿的背景知识, 一定会感到匪夷所思。但如果将标题改成直白的话语, 虽然传播同样的内容, 但是效果大相径庭。所以说, 运用“新生儿”这一语言模因所激活的默认语境, 使人们建立更加丰富的最佳关联期待。

同样的, 作为基因型语言模因的“绝交”、“终结者”、“独角兽”、“罪魁祸首”、“减肥”、“鸡犬飞升”使得人们建立了最佳关联期待, 达到最佳语境效果, 从而使得网络新闻标题达到预期的效

果成为成功的标题。

3.2. 网络新闻标题表现型语言模因的理解

Distin (2005: 19) [7]指出, 模因类似于基因, 其蕴含的信息必须能够通过复制保留于某种形式中, 使其潜在地影响模因的表现型。与基因型语言模因相对应的表现型语言模因的特点是“形式相同而内容各异”。与基因型语言模因不同的是, 表现型语言模因并不会直接影响推理过程本身, 它之所以得到反复传播, 是因为其具有强大的实际效果的表现力, 因此, 对听话人的认知加工同样具有更高的要求。例如:

(1) 一言不合就下架, 苹果为何总是伤害中国开发者(新浪新闻 8 月 5 日)

“一言不合就 XX”是典型的表现型语言模因, 它源于贴吧, 本来是“一言不合就飙车”, 现在它也是一句吐槽用语, 多表示意料之外的神展开, 指毫无预料的发生了某件事情, 冷不丁的就突然做出某事了。

不管什么样的内容, 人们都可以运用上这样的句式, 以表达对突发的事情表示不知所措的态度, 如所举的例子中所体现的一样, 对于听众去解读这其中所包含的意思需要分两步: 第一, 撇开“一言不合就 XX”对原来的信息进行解读, 这一步只需做到传播信息与交际双方的认知水平相匹配即可实现; 第二, 与“一言不合就 XX”的默认语境建立最佳关联, 形成理解。我们认为, “一言不合就 XX”: 第一, 由于这样的模因来自网络, 由于网络语诙谐幽默的特性, 人们在解读时自然会与说话人轻松调侃、打趣地态度相关联。因此, 当听到用上这样的句式时轻松欢快的氛围油然而生。第二, 在“一言不合就 XX”的默认语境中, 让人自然地建立起了事情发生的太突然, 始料未及的最佳关联期待。

又例如:

(2) 公考“体检门”急需引入第三方破局(网易新闻 11 月 10 日)

“门”在词典中的意义主要指“房屋、围墙、车船等出入口能开关的障蔽装置”, 其他诸如“宗教、学术思想上的派别”等含义实际上是由前者引申而来。但自“水门事件”爆发后, “门”逐渐成为“事故、丑闻”的代言词, 这就为受传者得用百科知识正确理解例(1)的意义提供了途径。

在理解过程中, 不论是基因型语言模因还是表现型语言模因, 都需要在默认语境的关联基础上进行认知加工和交际推理, 如此才能实现理解。

4. 总结

运用认知语言学的观点来观察、分析修辞现象, 既可以加深我们对各种语言模因现象乃至人类言语交际行为的内在规律的认识, 又可以通过语言这扇窗口来考察人的认知取向, 从而进一步提高对人的认知, 提高对认知与语言的关系及性质等的认识。

要使语言模因运用得体, 发挥出最佳交际功能, 网络新闻编辑者主要应注意采取以下两个方面的策略: 1、寻求最佳相关; 2、认知语境的趋同。我们知道, 交际双方在认知语境上越趋同, 交际就越容易成功。对于仿拟这种创新性言语行为来说, 具备这一意识尤为重要, 即网络新闻编辑者应格外注意强化自己对看新闻者趋同的语境和心理的认知, 努力使自己创造出来的言语现象能与看新闻人的认知习惯、先在经验、认知图式相吻合, 只有这样, 才能保证自己所表达的意思能被言语对象准确地接受。

参考文献 (References)

- [1] Blackmore, S. (1999) *The Meme Machine*. Oxford University Press, Oxford.
- [2] Distin, K. (2005) *The Selfish Meme: A Critical Assessment*. Cambridge University Press, Cambridge.
- [3] Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*. Oxford University Press, Oxford, 192.

-
- [4] Heylighen, F. (1998) What Makes a Meme Successful? *Proceedings of 15th International Congress on Cybernetics Association Internet, de Cybernetique, Namur*, 418-423.
- [5] Sperber, D. and Wilson, D. (2001) *Relevance: Communication and Cognition*. Foreign Language Teaching and Research Press, Beijing.
- [6] 李鑫华. 英语修辞格详论[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2000.
- [7] 陈琳霞, 何自然. 语言模因现象探析[J]. 外语教学与研究, 2006, 38(2): 108-114.

期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: ml@hanspub.org