

两岸四地共有外来词语在内地的发展变化及其原因

刁晏斌

(北京师范大学 北京 100875)

摘 要:有许多外来词语是两岸四地共有的,其中很多在内地有了新的发展变化,具体表现一是表义范围扩大,二是使用范围扩大,三是衍生出大量以共有外来词语为构成要素的新词语。上述变化有多方面的深刻原因,主要是网民数量庞大、造词意识和热情空前高涨,造词资源无比丰富,对外来词语的创造性使用以及类推仿造新词语等用语造词手段发挥到极致等。

关 键 词:两岸四地;外来词语;词语模

中图分类号: H102

文献标识码: A

文章编号: 1673-1670(2012)04-0104-08

两岸四地的外来词语及其使用共性大于个性,具体来说,共性主要表现在“类”的方面,即就种类来说,四地是一致的:一是来源,主要是英语,其次是日语;二是引进方式,不外乎音译、意译、音兼义译、半音译半意译以及借形等;三是基本使用情况,主要用于造句,少数也可以用于构词,甚至趋向于或者已经实现了语素化。

四地外来词语及其使用的个性差异主要有以下三个最重要的表现:一是总体上的差异,即各地(特别是大陆与台港澳地区)在外来词语的来源、引进方式和翻译习惯等方面有一些较为明显的不同;二是具体的差异,即各种类型的词语所占比例不同,许多时候也不排除有无之别;三是在使用中的发展变化情况有比较明显的不同,其中最主要的表现是内地在引进后有更多更复杂的延伸性和扩大性使用。

本文即以第三方面的差异为对象,主要讨论两个问题,一是那些四地共有的外来词语在内地的发展变化,二是造成上述发展变化的原因。

一、四地共有外来词语在内地的发展变化

本文所讨论的四地共有外来词语,主要是内地从台港澳地区引进的,由此而实现了由一地或几地通用到四地共用。这样的外来词语为数众多,其中有许多都发生了这样或那样的变化,具体说来一是有许多获得了高频甚至超高频的使用率,并在这一过程中发生了各种各样的变化(词汇的高频使用与它发展变化的

可能性和现实性往往是互相促进、互为因果的),而同样的变化在台港澳地区却没有发生,或者是发展变化没有内地那么多、那样充分;二是内地以这些引进的外来词语为基础,进一步类推仿造出大量的新词语,由此也与台港澳地区形成了很大的不同。以下我们就围绕这几个方面进行讨论分析。

(一) 扩大表义范围

这种情况最为多见。内地人口众多、媒体众多,新闻资源极为丰富,多种因素互相推动促进,致使不少外来词语都有很高的使用频率,远非台港澳地区所能比,由此就带来了词义扩大的极大可能性。比如“拜拜”,《现代汉语词典》(第5版)已收此词,释义为:

<口>动①客套话,用于分手时,相当于“再见”。②指结束某种关系(含委婉或诙谐意):自从得了气管炎,他就跟香烟~了。[英 bye-bye]

按,bye-bye在英语中只有“再见”一义,港台地区译为“拜拜”,基本属于改革开放初期最早引进大陆的那些外来词之一。然而,我们查考台港澳地区各类语料,发现此词在书面语中一是用得很少,二是基本只在原义范围内使用。反观大陆,情况就大不相同了:一是使用范围不断扩大(不限于口语,也常用于书面语),二是表义范围也不断扩大,二者互相作用,所以使用频率也比较高。

“拜拜”一词在大陆范围内实际上实现了葛本仪

收稿日期: 2012-07-04

作者简介:刁晏斌(1959—),男,山东烟台人,北京师范大学文学院教授,博士生导师。

所说的“词的一个意义”和“一个词的意义”这两个方面的发展^{[1]235—236}。后者是指增加了义项,这一点权威性的《现汉》已经有所反映;前者则是指在一个义项上的发展,这里就是“结束某种关系”义的不断扩大和拓展。唯一不同的是,括号中的“含委婉或诙谐意”基本可以去掉了(其实这也是发展变化的一个方面,即由修辞义到普通义,由修辞性使用到一般性使用)。

就后一点来说,有人作了进一步的归纳,比如亢世勇、刘海润主编《新词语大词典》(上海辞书出版社2003年版)就列出了此词以下几个义项:一是再见,二是引申指与人断绝关系、中断交往,三是不再参与某事,四是不再使用原有的东西。其实在我们看来,后三个义项都在《现汉》第二个义项的范围内,即它们只是具体的语境义而不是固定的词典义,也就是说,它们属于词的一个意义的变化,而不属于一个词的意义变化。

最初的使用中,“拜拜”一般与“说”构成一个述宾词组,合表上述各义,例如(本文用例均取自《人民日报》等主流媒体,为节省篇幅,一律不注出处):

(1) 位于建国门桥东南角的凯莱大酒店外围正在逐层搭建脚手架,很快它就会被密实的铁架和绿色围挡所遮盖,而随后它将彻底和公众说拜拜——整体拆除。

如果说此例中因为“说拜拜”的对象是人,因而还与“本义”相去不远的话,那么下一例就不是这样了

(2) 有了心脑血管病,并不代表您就得和美食说拜拜了。相反,您可以吃得既健康又美味。

有了这样的基础后,“说拜拜”中的“说”就可以脱落了,这样“拜拜”就可以独立做句子成分,这是语义扩大后带来的用法变化。例如:

(3) 周迅与李大齐分手,孙楠刚与买红妹拜拜后就与潘蔚闪电结婚。

(4) 活动主办单位北京市环卫科研所负责人吴文伟表示,机械扫雪就意味着与融雪剂拜拜了。

(5) 前不久全家欢欢喜喜向住了几代人的蓬牖茅椽般的破屋拜拜,搬进了新建的红砖水泥房。

如果“拜拜”的主体由人变成了物,则此词的发展又进了一步:

(6) 一边艰苦奋斗开拓市场,一边承受各方歧视的无情打压,谁也没法指望“八亿件衬衫换一架飞机”的时代会和我们拜拜。

(7) 李军接受了马季勇主任的忠告,除了按时按量服药外,在家里尽可能地少油少盐,大块肥肉从此拜拜。

与此类似的例子有许多,比如宗守云讨论了“贴士(tips)”一词由香港引进内地以后的变化:tips在英语中是“小费”和“秘密消息”的意思,香港引进后,后一义项常用于博彩业(特别是赛马),并进一步引申出“预测结果”的意思。内地一般既不用付小费,也没有成规模的博彩业,所以此词引进后,意义发生了明显的变化,主要是由“秘密消息”义引申、扩大为“窍门方法、注意事项、意见建议”等意义。^{[2]217—219}

除去以上几个常用义项外,“(小)贴士”还常用于表示某一方面的知识、信息等,例如:

(8) 历史小贴士:第十二次全国代表大会上新进中央委员共211人,最年轻的是时任甘肃省建委副主任胡锦涛。

再比如,沈怀兴曾经对“酷”的使用情况进行过考察,一共归纳出它的46个不同义项,沈先生感叹道,在短短的数年间,一个“酷”字竟然产生了这么多不同的涵义,也真够一般人眼花缭乱的。^[3]

(二) 扩大使用范围

我们以“粉丝”一词为例,对这方面的现象和表现进行考察分析。

据说“粉丝”一词来自英语fan的复数形式fans,而fan是fanatic的缩写,是“热衷于……的人”的意思。台湾媒体最早把fans音译为“粉丝”(按:香港则音译为“番士”或“番屎”,后者有时还简缩为“X屎”。这与把show译成“骚”一样,都是香港音译不避“不雅”字眼的典型例子),台湾林资敏有《抓住怪怪粉丝(fans)——视觉营销策略》一书,2003年8月在大陆出版。从2004年起,此词开始常用,特别是随着2005年湖南卫视“超级女声”热播后,风靡全国。^[4]

“粉丝”的使用范围扩得很大,我们2012年5月18日在人民网上检索,一共得到含此词的文章4521篇,仅《人民日报》就有526篇,其中2006年以后用的几乎都是新义。既可以单独使用,也可以构成新词语。单独使用的例子如:

(9) 以微博为例,一个人拥有1万粉丝,每个粉丝再有100个关注者,仅仅两次传播,影响就能达到百万量级。

我们看到的由“粉丝”构成的组合形式有以下是一些:

粉丝电影、粉丝团、粉丝圈、粉丝区、粉丝群、粉丝族群、粉丝代表、粉丝网、粉丝基地、粉丝家园、粉丝时代、粉丝论坛、粉丝结构、粉丝文化、粉丝俱乐部、粉丝大本营

铁杆粉丝、空气粉丝、僵尸粉丝、初级粉丝、老粉丝、熊猫粉丝、政治粉丝、苹果粉丝、电驴粉丝、超级粉丝、城市粉丝、微博粉丝、红学粉丝、死忠粉丝

以下是一个实际的用例:

(10) 培养更多的“空气粉丝”,让大家关注身边的空气质量,以自身的实际行动推动减排,可以说是这些自测空气者的初衷。

除此之外,“粉丝”一词还有以下两种“变体”形式:

一是拆分使用,把“粉丝”简缩为“粉”或“丝”,作为构词成分,与另外一个单音节形式构成一个新的指称形式。至于选择“粉”还是“丝”,大致取决于两个条件:一是与某一现有词语的谐音形式(包括同形),二是所要表达的意思。比如“铁丝”,是“铁杆粉丝”的简缩,为了与已有的“铁丝”同形,所以只能取“丝”而不会取“粉”,例如:

(11) 前些天,打开电视随意搜索频道时,无意中碰到了多家卫视播放的《北风那个吹》。随便瞄了几眼,未曾想就此与《北》剧结了缘。以后几乎每晚都很耐心地坐在电视机前,“铁丝”一般追到剧终。

同一个“铁丝”有时还可以表示另外的意思,例如:

(12) 从此,我们无须掠过天空,只要在地上奔跑,仅用四五个小时便能在京沪间穿梭。这美妙的感受迅速催生了一批“铁丝”——高铁“粉丝”。

属于“丝”系列的,再如演员徐静蕾的粉丝简称“蕾丝”。

用“粉”而不用“丝”的,如超女张靓颖的粉丝“凉粉”,超女李宇春的歌迷“玉米粉”(又称“玉米”,是“宇迷”的谐音),以及刘翔的崇拜者“翔粉”。此外还有“粉笔”指超女周笔畅的粉丝,为了照顾已有成词“粉笔”的词形,对“粉”的顺序作了调整,因而与其他同类词语形式不同。

二是使用近音替换,衍生出新的形式。其实是为

了与已有成词取得一致,而改变字形,主要是把“粉”改成“饭”,比较典型的例子是“盒饭”(超女何洁的fans),非典型的如温家宝总理的粉丝叫“八宝饭”、胡锦涛的叫“什锦饭”,二人的粉丝合称“什锦八宝饭”。

以上不少形式近乎文字游戏,但也不乏机智。老舍先生说,人民群众是最伟大的语言学家,仅就“粉丝”及其衍生词语而言,就足以证明此言是千真万确的。

其实有类似发展变化的外来词语有很多,再比如很多人都关注过的“的士”,香港报纸早在1948年就已使用,改革开放以后被内地吸收^{[5]127}。引进内地后,此词简缩后与“打”构成固定组合“打的”(同样的意思香港一般用“搭的士”),几乎与同义的“打车”(搭出租车)一样常用,另外还有“打个的”这样的衍生形式。以下各举一例:

(13) 乡镇一般干部虽然没有专车,但照样可以包车,或打的回去。

(14) 谈者一脸自豪,记者不禁心动,打个的就跑了去。

“的”扩大使用范围的主要表现是实现了语素化,构成了大量新词语。外来语素“的”在表义上大致有两种类型:一是保留本义,指与出租汽车相关的人或事,如“的哥、的票”;二是意义泛化,即不限于汽车,如“摩的、板的、火的、飞的”等。

其实,在更多情况下,扩大表义范围与扩大使用范围在同一个外来词语身上都有表现,二者互为因果,相互促进和推动,上述“的”就是这样,此外再如我们曾经讨论过“OK、卡拉OK、DIY”等的使用情况,无一不是如此。^{[6]278—280}

以上两个范围的扩大通常有三种表现形式,一是一般只在造句层面实现,如“拜拜”;二是基本只在语素层面扩大范围,如“的”;三是同时在造句和构词两个方面扩大,如“粉丝”。

(三) 类推仿造新词语

外来词语的类推仿造大致包括两个层面,一是“类”的层面,即按照某种类型的翻译思路 and 习惯,而“如法炮制”出更多的同类形式;二是“例”的层面,即对某一具体词形的复制,从而造出同一格式的更多词语。前者因为没有共同的词形,因而不属于我们讨论的范围,而后者则包含共同的构词要素,所以我们所说的类推仿造主要指此类。这方面的情况相当普遍,我们举两个例子来进行说明。

姚荣松曾谈到台湾音译词“吧”具有很强的构词

能力,所举例词如“吧椅、吧柜、吧女”等^[7],但是就具体的数量来说,似乎并不太多,除了最为常见的“酒吧”和“吧台”外,我们在1 000万字的台湾语料中,仅看到以下一些:

咖啡吧、迪吧、T吧、G吧、早餐吧、钢琴吧、夜吧、书吧、吧桌、吧间、吧女、泡吧、小吧馆

在香港的1 000万字语料中,也只有“酒吧、自助吧、清吧、网吧、雪茄吧、水吧、香槟吧、吧柜、吧台、吧凳、吧女”。

而在大陆,“酒吧(间)”虽然早就有了,但是作为构词语素的“吧”,却应当是改革开放后从港台引进的。引进之后,“吧”成了非常能产的构词语素,由它构成的“吧”族词为数众多,而这无疑是类推仿造的结果。李玄玉对此进行了总结,她认为目前富有内地特色的“吧”有以下类别:一是艺能类,如“陶吧”;二是手工类,如“布吧”;三是科技类,如“话吧”;四是艺术类,如“电影戏剧吧”;五是特色类,如“摩托吧”;六是休闲类,如“酒吧”;七是求知类,如“书吧”;八是童趣类,如“玩具吧”;九是健身类,如“跳舞吧”;十是餐饮类,如“茶吧”;十一是美食类,如“汤吧”;十二是回归自然类,如“氧吧”;十三是时尚类,如“指甲吧”^[8]。我们姑且不论这样的分类是否妥当,仅就它所列举的那些“吧”类词而言,确实称得上林林总总、洋洋大观,并且多数似乎也不见于台港澳地区。

以上是以“吧”为中心语素的情况,此外,我们还看到了一些以“吧”为修饰语素的新词语,如“吧台、吧凳、吧椅、吧女、吧友、吧娘、吧蝇、吧兄、吧弟、吧客、吧街”等^{[6]102},其中有的也是对港台已有形式的类推仿造。

如果说以上的各种“吧”都指一个具体的处所,那么当下网络中不计其数的各种“吧”,如“爆料吧、下载吧、考试吧、言情小说吧”等,则只指一个虚拟的处所,而这无疑又进一步拓展了“吧”的使用范围和空间。

大陆的日语借形词语或构词成分主要从台港澳地区(主要是台湾,或者经由香港)引进,所以多数都是两岸四地共同使用的。大陆与其他各地的不同,主要表现在几个典型的构词成分如“族、屋、男、女”等,构成了更多的新词语,而其中最具典型性的,无疑是“族”。

曹大为曾就《人民日报》1995至2005近11年的“族”类词的使用情况作了一个整体调查,1995年出

现的数量是19个,到2005年是44个,呈递增的方式逐年上涨。^[9]

刘甜列举了以下一些比较新的“族”类词语,其中多数是大陆“自产”的:

电脑族、游戏族、漫游族、英语族、篮球族、小说族、冬泳族、龟族、爬爬族(爬虫类)、内衣族、晚睡族、美腿族、丝袜族、图图族、博族、汽车族、地铁族、公交族、拼车族、搭车族、卡族、拇指族、地摊族、租屋族、上班族、打工族、办公族、出差族、背包族、妈妈族、美女族、宝宝族、银发族、玉米族、薄皮族、啃老族、爱乐族、爱表族、哈韩族、月光族、北漂族、快闪族、闪族、跑族、哈宝族、哇喔族、负翁族、驴族、不婚族、e拍族、时尚Q族、嗨の族、SOHO族、NONO族、BOBO族、FREE族、赛族、御宅族、跪族、醋溜族^[10]

二、四地共有外来词语在内地发展变化的原因

上述差异的产生首先有着非常丰富深刻的社会背景和原因,其中最主要的就是社会生活日益开放,人们的思想空前活跃,社会越来越走向多元和包容,人们有了越来越多的话语权,而借助于网络等新媒体,人们的话语权也有了空前的释放空间。除此之外,还有造词用语主体、资源以及方式等方面的原因,以下我们主要就后一方面略作讨论。

(一) 网民数量庞大,造词意识和热情空前高涨

现在互联网是造词的主阵地和主要传播地,网民是造词的主体。许多新词语往往都是在网络中产生、流行,然后才进入现实交际中,有的甚至在短期内迅速成为全民词语。

根据中国互联网络信息中心2012年1月发布的《中国互联网络发展统计报告》,截至2011年12月底,中国网民数量突破5亿,达到5.13亿,而大专及以上学历人群中互联网使用率在2011年已达96.1%,目前基本饱和;过去五年内高中学历人群的渗透率增长最为明显,2011年占网民比重也已经超过九成,达到90.9%。因此,高中及以上学历的人群是网民的绝对主体,这样有文化素质的网民群体基本能够比较熟练地使用汉语言文字,同时也基本具有创造性地使用已有语言形式或利用已有造词材料创制新词语的能力。数量如此庞大的群体所释放出的造词用语能量,远非台港澳地区所能比,而这也正是许多外来词语从台港澳地区引进后能够“再生”发展,

产生大量的衍生新词语的重要原因之一。

在当今的社会条件下,全民的造词意识空前高涨,许多人的“语言天赋”得到充分的展示和淋漓尽致的发挥,他们的造词能力也得到完全、彻底的释放,这既包括“从无到有”即创造出全新的词形,也包括“从少到多”,即以某一或某些已有词形为基础,或加以发展变化,或进行类推模仿,从而创造出更多新词形。就外来词语的发展变化以及由此而形成的与台港澳地区差异而言,主要情况是后者。

就当今的整个社会语言运用和表达时尚或习惯而言,人们已经习惯于这样的模式:对于新生的某一社会事件或引人关注的人物,往往趋向于推陈出新,用一个不同于以往的指称或表述形式,无论是创造者还是使用者,大家都乐此不疲。所以,由此就造成了两个直接相关的现象:一是新词语、新的表达方式如雨后春笋,层出不穷,二是它们一旦出现,有可能会在一夜之间传遍大江南北,呈现出人们所说的“井喷式”爆发。

就外来词语的衍生形式而言,大致也是如此。前边我们简单提及日语借形语素“族”的使用情况,下边我们再引用一段相关的描述:

2009年新词语中,以“族”为后缀的词语有47条。其中使用频率最高的是“蚁族”。……各种各样的“族”也描绘了职场众生相:安于现状的“咸鱼族”,假公济私的“庐舍族、偷菜族、时彩族”,聪明能干的“司马他一族”,承受高压寻机发泄的“捏捏族”和“鬼旋族”。备受争议的年轻一代中,有满怀爱心并付诸行动的“瓢爱族”;有能够利用有限资源,精打细算,创造完美生活空间的“虾米族”;有踏实可爱的“麦兜族”;有充满阳光的“向日葵族”;有不断学习进取的“午动族、刷刷族、泡泡族”;当然也有经历磨难的“飘摇族、毕漂族”。“悄婚族、裸婚族、草食族、婚活族”反映了他们中部分人的婚恋观。“朝活族、秒杀族、搞手族、智族、准老族、车车族、虚客族、闪玩族”则描绘了一幅曼妙多姿的社会生活画卷。^①

我们很难想象,如果没有“全民造词”这样的基础和条件,如此鲜活而又生动、形象而又传神的“族”

类词语会如此集中地大批涌现。

当今利用外来词语或语素再造新词语,大致有以下几个比较明显的价值取向,而这种多样化的造词取向也是外来词语不断衍生出新词语的一个重要原因。以下就上举的“族”类词语为例进行说明。

一是形象化。主要通过形象生动的喻体来实现。比如以下是关于“虾米族”的一段说明:

2009年9月,肯德基推出第一款虾类主食产品——“至珍七虾堡”。在一个汉堡的空间里,并排放进了七只货真价实的大虾,引发了年轻消费者关于“小空间大生活”的讨论。“虾米族”是在当今经济危机背景下诞生的全新时尚族群:虽然面对房价攀高、工资不涨、预算有限等不利条件,但仍能动脑筋,拼创意,利用好每一寸空间,花好每一分钱,在有限的资源下,不仅保持生活品质不下降,更要活出大精彩,生活有滋有味。^②

二是陌生化。主要通过一些简缩形式或无理组合形式来实现,前者如“午动族”中的“午动”,义为“午间活动”,而“活动”的内容并不单一,诸如阅读、参加培训、补习外语等,都可包括在其中,所以,这实在是一个高度凝缩的形式;后者如“男就族”,指依靠男友就业的年轻女性,“男就”就是一个无理组合形式。

三是游戏化。比如“有碗族”,是对公务员的戏称,因为他们是有“铁饭碗”的群体,而此词之所以产生,并在一定范围内替代了“公务员”,很大程度上就是因为“好玩”,而这正是当今一种比较常见的造词心态。

四是儿语化。主要表现是模仿儿童语言,使用一般成年人通常不会使用的一些重叠形式。类似的例子如“车车族”(业余时间开车摆摊卖东西的人)、扣扣族(日常生活中善于精打细算、注重节俭的人,‘扣’同‘抠’)、捏捏族(在超市捏碎各种食品来发泄情绪、缓解压力的人)、泡泡族(喜欢长时间泡在书店看书的人,又指喜欢泡温泉的人)、刷刷族(为了追求高分,重复参加考试以求‘刷新’成绩的人)。”

以上几个方面经常是结合在一起的,即往往由一个词就能体现出多方面的追求和旨趣。比如,现代汉语一般不大单独使用“男”、“女”,现在这两个字由于

① 见《中国语言生活状况报告2009》下编331页,商务印书馆2010年。

② 侯敏、周荐主编《2009汉语新词语》,商务印书馆2010年。

受日语的影响(最初也是借由台湾这一渠道)而实现了语素化^[11],形成了两个仍在不断扩展的词族。例如“奶嘴男”,指没有责任心、喜欢依赖他人,永远长不大的男性。这既是一个比喻,因而具有很强的形象化色彩;同时也是一个无理组合形式,陌生化程度相当高,因而“新”意很浓;另外,它无疑也表现出相当明显的嘲讽、戏谑意味,所以也不乏游戏色彩。再如“牛粪男”(暂时没有良好的经济基础,却拥有可靠的人格魅力和信得过的品质,不乏上进心,能够为家庭努力奋斗,对爱情忠诚度高,像牛一样执着的男子),它的“好玩”之处无疑是利用了与“牛粪”的谐音以及二者之间的反差,同时也具有鲜明的形象色彩和十足的陌生化效果。

(二) 造词资源丰富 远非其他地区所能比

大陆地大物博、人口众多,加之处于社会转型时期,所以有层出不穷的各类事件与人物,提供了几乎取之不尽、用之不竭的造词资源,这一点也远非台港澳地区所能比。所以,我们看到,由外来词语衍生的新词语中,很多都反映了大陆地区独有的人和事物,由此而形成了新词语中比较独特的部分。

比如“克隆”,义为“生物体通过体细胞进行无性繁殖,复制出遗传性状完全相同的生命物质或生命体”,它的另一个义项是“比喻复制”(见《现代汉语词典》)。

此词在台港澳地区用得并不多,并且在台湾语料中,我们只看到它的“本用”,香港似乎也是如此,我们只在与内地语言一致性更高的澳门语料中,见到以下一个比喻义的用例:

(15) 韩国能够通过一部连续剧《大长今》把韩国传统饮食文化介绍给世界,类似的方式我们完全可以克隆。

而在大陆地区,因为一段时间以来,各种造假事件和“山寨”现象层出不穷,社会对此也极为关注,媒体的报道和网友的议论都非常多,所以此词就不断扩大比喻义的陈述范围,同时使用频率也不断升高。我们2012年5月13日在人民网进行全文搜索,共得到包含“克隆”一词的文章3985篇,同日我们在“百度”进行搜索,更是得到67,700,000个相关结果。在大量的用例中,既有很多本用的,但有更多是比喻性的使用,表示“复制、模仿、仿造、假冒、抄袭”等意思,例如:

(16) 目前深沪市场中的上市公司,似乎简单“克隆”国外公司在网络业中所有

过的经历。

(17) 在“松本”品牌迅速发展的时候,克隆“松本”竟然登堂入市,针对这一情况,松本公司持续打假不放松。

(18) 而目前报纸版面上存在着相互仿造、雷同现象,广播电视节目的内容与形式也存在着“克隆”现象,这都不是创新。

(19) 但在最需要创造性的网际空间里,不少网站却在大肆抄袭任意克隆。

(20) 但凡某品牌车的款式俏销,诸多仿制产品便接踵而至,“克隆”得几乎乱真,却有其表无其质。

再比如“-门”,黄彬瑶说“汉语中的‘XX门’事件也同样举不胜举,如狂妄地叫嚣‘我爸是李刚’的‘李刚门’,黄健翔的‘解说门’,文静的‘哈欠门’,肯德基的‘秒杀门’、‘豆浆门’,家乐福的‘价签门’,一度沸沸扬扬的‘艳照门’。在百度搜索一下,可得到上千个相关的词条。”^[12]正因为如此,刘云也说,“-gate”这个外来词缀在进入汉语之后,其生命力就更加旺盛了,形形色色的“门”事件层出不穷,而其语义也得到了扩大,出现泛化现象,几乎渗透到了各行各业。它所表达的不仅仅是一件丑闻,或是一件具有新闻效应的事件或风波,甚或是引人关注或有争议的事情。“门”几乎成了丑闻、风波、闹剧、绯闻、纠纷、事件等的同义语。^[13]

造词资源的丰富,还因为其来源的多元化,即除了来自现实生活外,也可以出自影视作品、相声小品、动漫游戏以及流行歌曲等。比如,随着电视连续剧《新结婚时代》和《双面胶》在全国的热播,“凤凰男”和“孔雀女”一下子成为热词,前者取意于“鸡窝里飞出金凤凰”,指的是那些出身贫寒、几经辛苦考上大学,毕业后留在城市工作生活的男子;后者则与前者相对,指在父母溺爱之下成长、从没有受过挫折、衣食无忧、无需讨好恭维别人就能享受舒适安逸的生活的城市女孩,二者结合所带来的矛盾和冲突,成了都市人热议和关注的话题,而这也正是两词“发热”的原因。

(三) 某些用语造词方式和手段发挥到极致

就已有外来词语意义和用法的变化来说,主要原因是对它们的创造性使用;对以外来形式为要素创制衍生新词语来说,则主要是对已有词语模的类推使用。在当今的言语实践中,这两个方面几乎都发挥到极致,而这也成为造成两岸四地共有外来词语诸多具

体差异的一个重要原因。

外来词语使用的创造性主要表现在以下几个方面:

一是修辞性的使用。当今是修辞活动极为活跃的时期,这一点在外来词语的使用上也有充分的表现。比如前边讨论过的“拜拜、克隆”,前者主要为借代用法,后者则是比喻用法,它们都在高频使用中获得了固定的修辞义。

再如“卡拉 OK”,本指一种电视伴唱的娱乐形式,也借代为指进行这种娱乐活动的设备和场所,或者是唱卡拉 OK 这一动作本身,例如:

(21) 阿元的招聘广告很特别,突出放上厂里员工打篮球、乒乓球、羽毛球、唱卡拉 OK 的照片。

(22) 王延才家的书屋兼有文艺活动室的功能,经过多年的苦心经营,室内灯光、音响、电视、卡拉 OK 一应俱全。

(23) 如出租房屋,有的甚至用于商业投资,变成了卡拉 OK、游戏厅等商业场所。

(24) 人们也许只是在家中打牌下棋看光盘,也许会走出家门看戏游园卡拉 OK。

此外,卡拉 OK 也用于构成新词语,其中有的也不乏修辞义,例如:

(25) 网络文学在很大程度上被认为是“文学卡拉 OK”、“文化快餐”。

更多新词语是在“本用”下构成的,它们虽然不含修辞义,但是无疑也扩大了此词的使用范围,这样的新词语如“卡拉 OK 机、卡拉 OK 设备、卡拉 OK 音响、卡拉 OK 唱盘、卡拉 OK 光盘、卡拉 OK 小影碟、卡拉 OK 混响电路、卡拉 OK 音乐、卡拉 OK 角、卡拉 OK 厅、卡拉 OK 室、卡拉 OK 歌厅、卡拉 OK 舞厅、卡拉 OK 歌舞厅、卡拉 OK 店、卡拉 OK 包厢、卡拉 OK 包间、卡拉 OK 酒廊、卡拉 OK 广场、卡拉 OK 赛、卡拉 OK 演唱会、数字卡拉 OK、数码卡拉 OK、自助卡拉 OK”等。

二是突破性的使用。即在某一甚至是某些方面,突破原有外来词语在词形、意义或用法上的限制,从而扩大其使用范围,实现新的表达功能。比如上举的“卡拉 OK”,除修辞性的使用以及用于构成新词语外,还有形式上的突破,包括节缩以及添加等,例如:

(26) 乐吧:有别于一些 OK 厅的“暗箱操作”和“特殊服务”,乐吧是一些真正音乐爱好者、欣赏者的去处。

(27) 据说“吧间”里面有很多好玩的东西:有卡拉可以 OK,有啤酒可以品味。

(28) 自然娱乐方式是很多样的,可以看戏可以卡拉永远 OK,可以健身可以泡吧喝咖啡,不过这都有一个前提——在钱包允许的条件下。

三是俚俗性的使用。上边的“有卡拉可以 OK”显然就不乏这样的因素,而一度曾经比较流行的“I 服了 YOU”自然也可以看做此类。

张谊生讨论了一个比较独特的音译词“败”,认为它是在与英语“buy(买)”谐音的基础上,受到同形的“败家(子)”的“败”挥霍浪费的语义感染而形成的^[14]。例如:

(29) 购物好像永远是旅途中必不可少的一项,不论你是纯血拼自由行还是跟团抽空儿买买,不论你是在亚洲逛店还是去欧美败物,商家们已经进入了打折前的倒计时,而我们要做的就是攒够 MONEY 和假期,踏上旅途,冲向购物天堂,“败”它个酣畅淋漓。

在此基础上,有时更是直接使用“败家”,意思相同,例如:

(30) 婚后我们仍然过着“月光夫妇”的逍遥日子,两个人败家,总比一个人败家来得痛快惬意。

充分利用外来词语模,实现批量化造词,是外来词语衍生发展的最主要方式。苏新春讨论了外来语素问题,认为“的、奥、秀、吧”等是比较典型的语素化了的汉字,此外已经或正在语素化的还有“巴、咖、啤”以及“波、迪、摩”等^[15]。苏氏确定语素化的一个重要标准就是复现率。换一个角度看,这些外来成分之所以能够实现语素化,根本原因就在于它们成为词语模中的模标。

在这方面,一个基本事实是“基础”词语模是由台港澳地区引进的,但是由此构成的许多新词语却是后者所没有的,这就体现了差异的一面。上举的“-族、-吧、-男、-女”等,无不如此。

比如,除了前边谈到的“族”外,用“一族”作为模标构成的新词语也相当多,我们仅在 1995—2004 年的《人民日报》中就检索到以下一些:

拇指一族、有车一族、爱车一族、淘汰一族、工薪一族、买房一族、哈韩一族、养犬一族、移动一族、背篋一族、青春一族、刷卡一

族、ST一族、PT一族、飙车一族、健身一族、上班一族、品位一族、海洋一族、抄书一族、打工一族、白发一族、玩网一族、穿孔一族、爱书一族、购车一族、贫困一族、QQ一族、街舞一族、高收入一族、补习一族、吆喝一族、打折一族、候鸟一族、26岁一族、精品一族、潇洒一族、粉领一族、摩托车一族、户外活动一族、攒机一族、单纯消耗一族、追星一族、电脑一族、手机一族、发烧一族、持卡一族、考级一族、酒吧一族、龙卡一族、动物一族、种花养草一族、保鲜一族、写字楼一族、网络一族、活力一族、红太阳一族、工薪一族、工艺制作一族、游牧一族、雅皮一族、副食品一族、精品一族、共生矿一族、咔嚓一族、白发一族、爬格子一族、爬格一族、年轻一族、年轻时尚一族、小个儿一族、漂一族^{[6]105}

参考文献:

- [1] 葛本仪. 现代汉语词汇学[M]. 修订本. 济南: 山东人民出版社 2001.
- [2] 宗守云. 新词语的立体透视[M]. 桂林: 广西师范大学出版社 2007.
- [3] 沈怀兴. “酷”义的泛化——兼谈语言规范化问题[J]. (香港) 语文建设通讯 2000(62).
- [4] 郭得霞. 从“粉丝”到“扇子”[J]. 华北电力大学学报(社科版) 2000(2).
- [5] 石定栩, 邵敬敏, 朱志瑜. 港式中文与标准中文的比较[M]. 香港: 香港教育图书公司 2007.
- [6] 刁晏斌. 现代汉语史[M]. 福州: 福建人民出版社 2006.
- [7] 姚荣松. 台湾现行外来语的问题[J]. 师大学报, 1992(37).
- [8] 李玄玉. 从“酒吧”到“跳舞吧”[J]. 阜阳师范学院学报 2004(2).
- [9] 曹大为. “族”的类词缀化使用分析[J]. 山东社会科学, 2007(5).
- [10] 刘甜. 基于社会语言学的“X族”词语模语义建构分析[J]. 中州大学学报 2012(1).
- [11] 吴侃, 刘志昱. 近年日语外来词对中文的影响[J]. 日语学习与研究 2010(3).
- [12] 黄彬瑶. 汉语后缀“-门”的社会语言学分析[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版) 2010(3).
- [13] 刘云. 说X门[J]. 汉语学报 2008(4).
- [14] 张谊生. 网络新词“败”的形成与发展: 汉语同形语素的感染生成及修辞解释[J]. 福建师范大学学报 2009(2).
- [15] 苏新春. 当代汉语外来单音语素的形成与提取[J]. 中国语文 2003(6).

The Development and Causes of the Common Loan Words in Four Places across the Taiwan Strait

DIAO Yan-bin

(Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: Many loan words are common in four places across the Taiwan Strait, many of which have a new development in the Mainland. It performs in three aspects concretely: the first is the expansion of its expression; the second is the expansion of its use range; the third is the derivation of many new words with the common loan words as constitute elements. These changes have various profound reasons. The main causes are the large number of Internet users, the word coinage awareness and enthusiasm, the abundant word coinage resources, the creative use of loan words and the extreme copy of new words by analogy.

Key words: the four places across the Taiwan Strait; loan words; the mold of words