

2014 年

第 4 期

【总第十九期】



中国语情

ZHONGGUO YUQING

教育部语言文字信息管理司 指导
中国语情与社会发展研究中心 主办

目 录

(2014 年第 4 期 总第十九期)

热点观察

有一种蓝叫“APEC 蓝”	1
“征集最反感流行语”：羊年春晚的新看点	10

语文前哨

“学霸”类流行词语面面观	17
语言卖萌小议	23

专项调查

武汉居民语言态度调查	28
------------------	----

他山之石

美国互联网信息管理模式窥管	39
---------------------	----

新词语快报

“妈癌”、“任性”等	43
------------------	----

热点观察

有一种蓝叫“APEC 蓝”

2014 年亚太经合组织（APEC）领导人会议周 11 月 5 日至 11 日在北京举行。为了迎接 APEC 会议，北京市及周边地区实施了一系列环境整治工作。会议周期期间，北京的天气一扫往日的阴霾，出现了湛湛蓝天。人们对这久违了的晴空感慨万分，有人称之为“APEC 蓝”，并随之流行开了。

一、新词“APEC 蓝”

1. APEC 蓝的流行

根据微博搜索的结果，含有新词“APEC 蓝”的微博最早出现在 11 月 2 日，整个 11 月间共出现了至少 435,082 条含有“APEC 蓝”的微博。百度指数反映“APEC 蓝”最初引起人们的关注是在 11 月 5 日。百度指数中，搜索指数基于人们通过百度搜索某词的频数，媒体指数基于新闻标题中某词出现的频数。“APEC 蓝”的搜索指数从 11 月 5 日开始迅速上升，形成一个高峰，并在 11 月 11 日达到最高点。媒体指数总体趋势与上方的搜索指数一致，最高点出现在 11 月 13 日。搜索指数所反映的两个时间点正好是 APEC 会议周的头一天与末一天，说明了两之间紧密的联系。百度指数的反应相对于最早的微博有 3 天的时滞，媒体指数高峰相对于搜索指数又有 2 天的时滞，说明“APEC 蓝”是首先产生、流行于网络，并通过媒体进一步传播的一个新词。

“APEC 蓝”2014 年 11 月百度指数

日期	搜索指数	媒体指数
11-01	0	0
11-02	0	0
11-03	0	0
11-04	0	0
11-05	2,784	14

11-06	7,214	20
11-07	10,242	197
11-08	10,391	18
11-09	9,667	0
11-10	9,919	100
11-11	12,748	441
11-12	11,070	379
11-13	9,422	810
11-14	6,241	459
11-15	6,027	358
11-16	5,181	84
11-17	4,223	286
11-18	3,241	219
11-19	3,227	343
11-20	4,434	225
11-21	3,298	203
11-22	3,468	17
11-23	3,864	10
11-24	3,116	139
11-25	3,194	261
11-26	3,258	342
11-27	2,774	264
11-28	2,517	110
11-29	2,754	15
11-30	2,629	4
平均值	4,896	177

来源：index.baidu.com



图1 百度搜索指数“APEC 蓝”2014年11月折线图



图2 百度媒体指数“APEC 蓝”2014年11月折线图

2. APEC 蓝的用法

“APEC 蓝”属于定中偏正结构，在句子中通常做主宾语。我们试图从例句中归纳“APEC 蓝”一词的意义与用法：

(1) 自从 APEC 蓝消失后，这里的天一直都云雾缭绕，烟气氤氲，让我总有种羽化成仙的感觉。只是这极不舒服的呼吸道还提醒着我自己并没有脱却凡胎肉骨。好毒～（微博. 2014-11-27.）

(2) 台北天天都是 APEC 蓝。（微博. 2014-11-24.）

(3) 天天 APEC 蓝，盘点世界上空气最好的十个城市。（凤凰网旅游频道. 2014-11-26.）

(4) 消灭室内烟霾，让‘APEC 蓝’常驻室内。（微博. 2014-11-28.）

(5) 脚步声响彻黄昏里各个中式院落，应和着落日红、银杏黄和 APEC 蓝。于是，在寒凉的空气中，彩色的声音尝起来便是甜的了。（微博. 2014-11-6.）

(6) 我们的校服是 APEC 蓝。（微博. 2014-11-25.）

(7) 第一天万科实习的感觉就是 APEC 蓝！觉得自己可以饱学一番的心情简直蓝到没话说。（微博. 2014-11-17.）

(8) 给家里换一个灯泡，也许就将稍纵即逝的“APEC 蓝”换成天天蓝。（邹雨飞. 换个灯泡留住“APEC 蓝”，承诺只卖 LED 灯. 重庆时报. 2014-11-20）

(9) 也有人说呢，现在北京的蓝天是 APEC 蓝，美好而短暂，过了这一阵就没了。（习近平. APEC 晚宴致辞. 北京水立方. 2014-11-10.）

(10) He is not really into you. It's an APEC Blue! 他其实没那么喜欢你，那只不过是昙花一现！（微博. 2014-11-06.）

其中，(1)句特指 APEC 会议期间北京出现的蓝天，记作义项 a。(2)(3)(4)句中，模糊了原本词义中的特定时空限制，泛指各时各地的蓝天，泛指好天气，记作义项 b。(5)(6)句则从“APEC 蓝”中抓取了“蓝色”这一要素，记作义项 c。(7)句抓取了“APEC 蓝”中“美好”这一要素，喻指美好的事物，记作义项 d。(8)(9)(10)句抓取了“APEC 蓝”中“短暂”这一要素，喻指短暂易逝的事物，记作义项 e。

义项 a 是“APEC 蓝”的本义，义项 b 是对本义的泛化，这是比较常见的用法。义项 d、e 从本义中抓取了某一要素，充当了比喻的喻体。但是“APEC 蓝”

作为喻体的语义还比较弱，义项 d、e 常与表示意义的“美好”、“短暂”等词共现，在喻体后指明性状形成“像 APEC 蓝一样美好/短暂”的结构。(2)(3)(8)句都出现了“天天”，与“短暂”相对，(8)句更是增加了修饰语“稍纵即逝的”以强化语义指向。(10)句使用英语的形式表达短暂的意义，但是语义依赖于后面汉译的解释。

而义项 c 同属于从本义中抓取要素的引申，由于符合具体事物加颜色类别的颜色词结构，就能够独立使用。这与同类结构的蓝色系形成了一个聚合，如普蓝（Prussian Blue）、牛津蓝（Oxford Blue）、蒂芙尼蓝（Tiffany Blue）、国际克莱因蓝（International Klein Blue, IKB）等。我们知道，每一种颜色都可以用不同比例的红（Red）、绿（Green）、蓝（Blue）三色光合成显示，形成 RGB 色彩空间。RGB 三维坐标可以唯一地确定某种具体的颜色。普蓝，即普鲁士蓝，得名于普鲁士人首创的著名蓝色颜料，色值 RGB(0, 49, 83)。牛津蓝是牛津大学的官方配色，尤其用于牛津大学运动队，定义为 RGB(0, 33, 71)。蒂芙尼蓝，(129, 216, 208)，是珠宝公司蒂芙尼的颜色商标。国际克莱因蓝得名于艺术家克莱因（Yves Klein）的创作，被誉为“最蓝的蓝”，它的坐标(0, 47, 167)非常著名。“有一种蓝叫 APEC 蓝”正是说明了聚合的整体效应，而“APEC 蓝”也被赋予了(50, 100, 180)的参数。(6)句使用“APEC 蓝”一词，给母校增添了几分国际化的色彩。

3. APEC 蓝书写形式的争议

“APEC 蓝”这个新词形式上就会产生一些争议——它是一个“西文字母开头的词语”，而且还是西文字母与汉字的组合体。APEC 本身是一个西文字母词，是 Asia-Pacific Economic Cooperation（亚洲-太平洋经济合作组织）的首字母缩略形式。按照国际通用的读法，APEC 用国际音标记作[^leipɛk]。书写形式为西文字母与汉字的组合体的词语，常见的有 AA 制、B 超、POS 机、T 台、T 恤、U 盘、X 光等。

将西文字母改成汉字书写，实际上是一个音译的过程。[^leipɛk]头一个重读音节对音到汉语普通话的音系主要是 ai 的音节。目前网上的写法有“爱、艾、埃”，亦有保留西文 A 的。后一个非重读音节对音主要有 pai-ke、pei-ke 两种音节组合。网上的写法有“派克、佩克”。我们把含有汉字对音转写（音译）的文字形式列表如下：

文字形式 ^①	百度结果（个）	谷歌结果（个）
爱派克蓝	1,170	4,920
艾派克蓝	511	8,460
A 派克蓝 ^②	766	5,640
埃派克蓝	3	8
爱佩克蓝	7	8
艾佩克蓝	8	9
A 佩克蓝	2	1
埃佩克蓝	0	0
对照组：APEC 蓝	11,600,000	1,450,000

“爱派克蓝”、“艾派克蓝”、“A 派克蓝”这三种是音译形式的主要部分，但是数量仅为“APEC 蓝”的零头。说明目前的文字形式基本统一为“APEC 蓝”。

“APEC 蓝”在书写形式上统一了，但是在语音形式上余地较大，会出现多种中式英语的音位变体。如果要统一语音形式，可以采用汉字书写规范读音。那么我们应该选择哪一种汉字形式呢？

从搜索结果即网民使用频数来看，建议规范为“艾派克蓝”。不选择“爱派克蓝”的理由有二：一是总搜索结果少于“艾派克蓝”；二是“爱”字身兼常用的实义词，容易引起歧义。

从语音节律角度看，建议规范为“埃派克蓝”。首先“埃”与“艾”一样是常用的音译字。其次，“埃”是阴平调，反映了原词头一个音节的重读。而选择“艾”就会出现三个连续的去声。默认最后的“克”字读轻声，那么“艾派”两个去声音节连读。此时前一音节音高范围变窄，音长变短，即原来去声高降调 51 变为 42，总体三连去 51-51-51 变为 42-51-21，重音落在了“派”字上。这是与原读音不符的。如果把“艾”字读作阴平声，亦违背了用汉字规范语音的初衷。

是否规定一种汉字书写形式，涉及语言政策的问题。无为而治，放任自由，可能会造成多种书写变体，影响语言交际，亦会被指责丧失汉语的纯洁性；行政干预，宏观调控，则需要强制让大多数网民改变书写形式，很可能费力不讨好。究竟采用哪一种方式，还需要慎重权衡。

^①此处搜索均带有双引号“”，以保证词的完整。搜索日期 2014-12-11.

^②搜索引擎搜索西文字母不区分大小写。

二、事件“APEC 蓝”

“APEC 蓝”的出现，与 APEC 会议密不可分。我国承办今年的 APEC 会议做了许多准备工作，会议召开地北京更是严阵以待。11 月 3 日至 12 日，北京市机动车实行单双号限行。自 11 月 4 日起，北京、天津、河北、内蒙古、山西、山东六省份陆续启动最高级应急减排措施。其中河北省燃煤电力企业限产减排 50%，钢铁、焦化、水泥、玻璃等高排放企业全部停产，涉及 VOCs 排放工序的企业全部停产。11 月 7 日至 12 日，除会议保障岗位以外的在京机关单位等调休放假。

同时，北京及周边的医疗、殡葬、邮政、供暖等与民众生活息息相关的行业均受到不同程度的影响。APEC 期间恰逢电子商务促销节“双十一”，京津冀的快递时效延迟耽误了卖家发货、买家收货。天津、内蒙古的一些地区停止供暖令习惯了暖气的民众叫苦不迭。北京采取的限行措施使公共交通异常拥堵。11 月 6 日晚北京地铁一女子被安全门夹死的新闻更是激发了网友的不满。许多网友用“APEC 蓝”讽刺政府牺牲民众生活质量强制实施非常措施。保护生态环境的初衷是为了营造一个美好的生活环境，而这些措施反倒降低了民众生活质量，引发了不满。限行限产影响城市正常运转与经济发展，亦非长久之策。解决经济发展与环境保护的矛盾，任重而道远。

好在是人努力，天帮忙。在实施一系列限行限产措施的同时，冷空气于 11 月上旬影响北京，带来的北风稀释消散了空气污染物。11 月上旬，北京的空气质量明显提升。APEC 会议周期间，雾霾不见了，空气清新了，天空也变蓝了。这在令人感到欣喜的同时，也隐藏了一些其他的情绪。

回顾两周前北京举行的另一项国际活动，强烈的反差给人震撼。10 月 19 日，空气质量重度污染（日平均 AQI 为 289），国际田联金标赛事北京马拉松开跑，众多长跑爱好者佩戴着口罩在雾霾中坚持了四五个小时。部分民众惊叹于 APEC 期间空气质量立竿见影的效果，惊叹于政府的强制措施。他们认为北京马拉松时政府毫不作为，任由民众当人体吸尘器；而 APEC 时政府以强制手段限行限产，营造出明媚蓝天让来访的外国领导人感到舒服一点。“APEC 蓝”在他们眼中俨然成了“面子工程”的代名词，为了取悦外宾，牺牲民众利益，不惜动用手中权力急功近利地造成浮华无用的形象。

北京 10 月 11 月间空气质量指数（AQI）曲线呈现明显的 U 型，这与“APEC

蓝” 的搜索指数呈现的倒 U 型正好是此消彼长的互补关系。从中可见雾霾灰暗与明媚蓝天的反差也是新词“APEC 蓝”流行的一个原因。

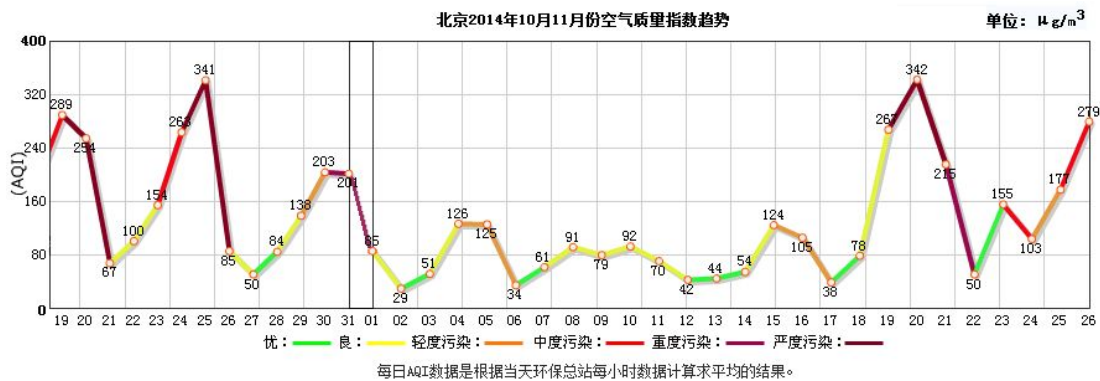


图3 北京10月19日至11月26日空气质量指数折线图
来源: www.tianqihoubao.com

而更多民众关心的是“APEC 蓝”能否长久。2008 年北京奥运会的时候，北京也关停工厂、限制车辆营造了“奥运蓝”，但是奥运过后，雾霾卷土重来。奥运蓝的经历让民众对“APEC 蓝”的前途也感到深深地担忧。APEC 过后，APEC 蓝可别也成为过去式。如果“APEC 蓝”只能延续一周的时间，过了这阵就没了，那么这与之前采取措施付出的牺牲相比“APEC 蓝”有些得不偿失。而图 3 显示，北京 11 月 19 日又出现了重度污染。为此，有人套用了经济转型中的“新常态”一词，呼吁“APEC 蓝”取代雾霾成为环境的新常态。

“APEC 蓝”的出现，表明我们有决心、有能力解决环境污染的问题。“APEC 蓝”的消失与民众的不满，也说明我们的决心不够坚定、解决方法有待改进。我们不愿意“APEC 蓝”重蹈“奥运蓝”的覆辙，不愿意继“APEC 蓝”之后又因为某某事件出现“某某蓝”，频繁出现的三分热度依旧不能改变雾霾的常态。我们希望“APEC 蓝”这个词能够持续地激发我们的决心，不断督促我们保护生态环境。往者不可谏，来者犹可追。如果我们坚持下去，今后北京的好空气会迎来更多的马拉松爱好者。

“APEC 蓝”的牵动着全国民众的心，本是常态的蓝天居然引起了民众如此的狂喜与愤慨，可见如今民众对于环境问题的关注与担忧。随着经济发展步入新常态，生态环境也要步入新常态。如何处理好经济发展与环境保护的关系，越来越成为一个凸显的问题。

(叶继舟、逯芝璇)

参考文献：

- [1] 2014 中国 APEC 峰会. 维基百科. [EB/OL].
<http://zh.wikipedia.org/wiki/2014%E4%B8%AD%E5%9B%BDAPEC%E5%B3%B0%E4%BC%9A>. 2014-12-15
- [2] 此处微博搜索关键词带有双引号 “”，以保证词的完整。
- [3] 样本为 2014 年 11 月 12 日 9:00 北京水立方附近天空。百度百科. 2014-11-13.
- [4] 此处搜索均带有双引号 “”，以保证词的完整。搜索日期 2014-12-11.
- [5] 搜索引擎搜索西文字母不区分大小写。
- [6] 骆倩雯. 六省（区）市联手交出满意“空气答卷”. 北京日报. 2014-11-10
- [7] 部分医院将停挂 11 月 7 日至 12 日号源. 北京市预约挂号统一平台.
2014-10-10
- [8] 林野. 北京八宝山为配合 APEC 暂停焚烧死者生前衣物. 中国新闻网（新京报）. 2014-11-04
- [9] 京津冀快递时效将延迟. 京华时报. 2014-10-31
- [10] 迎接 APEC 津滨海区断供暖. 星岛日报（新浪香港）. 2014-11-04

“征集最反感流行语”：羊年春晚的新看点

曾有调查显示，近七成网友反感春晚滥用流行语。2014年12月10日，春晚剧组官方微博发布消息，公开征集最反感流行语，让大家列举在春晚最不想听到的流行语。消息一出，网友们纷纷在留言中吐槽，“举荐”自己不愿在春晚中听到的流行词。

一、“征集最反感流行语”：褒贬不一

春晚剧组的做法引起了诸多媒体及网友们的热议，褒贬不一，主要观点如下：

第一类，认为别出心裁，表示赞同。

一些媒体认为，春晚本身就是流行语创作的大舞台，春晚就是创造流行。曾经的春晚给我们贡献了许多至今仍被人熟用的语句，如“太有才了”、“为什么呢”、“司马缸砸光”、“我叫不紧张”等流行语，找热词吐槽已然是看春晚的新传统。春晚曾经借用网络流行语也产生了意想不到的效果。去年，冯巩的“土豪我们做朋友吧”、“我和我的小伙伴们都惊呆了”彰显网络流行语的魅力^[1]是，流行语的滥用会使春晚语言类节目遭遇创意危机。此时央视发起“2015春晚征集最反感流行语”活动，广泛征求各方意见，进一步提升春晚语言类节目的创作水平，争取办出“接地气”的春晚，是有其积极意义的。对此赞同。例如：

《上海青年报》在2014年12月12日刊出《最反感流行语排行榜出炉，7成网友反感滥用流行语》一文，认为，“临近羊年春晚语言类节目审查，春晚剧组发布这九大流行语，让网友提意见，发起小调查，微博倾听民意，都是哈文开门办春晚理念的实践，今年的春晚与往年不一样是必然。”

《绵阳晚报》2014年12月12日同样刊出《春晚官博发布观众最反感流行语 央视为办接地气春晚也是蛮拼的》一文，认为“羊年春晚剧组通过微博征集网友意见，是一种值得借鉴和尝试的方式。”

《河南经济报资讯周刊》2014年12月12日刊文认为“央视为了办好一台春晚，竟然公开征集网友最反感的网络流行用语，春晚剧组此举，真可谓是别出心裁，令人耳目一新。”

光明网法制频道”在2014年12月12日发文《最反感网络流行语排行榜‘就是任性’、‘哪家强’入榜》，文章指出，“羊年春晚剧组通过微博征集网友意见，



能够近距离了解到观众的想法,知道观众需要什么,想看到什么。对于这些意见,春晚剧组可以更好地归纳总结,进一步改进和完善,争取办出‘接地气’的春晚。”

第二类,认为春晚遭遇语言危机,对此持怀疑态度。

部分网友和媒体认为,春晚此时征集最反感流行语,表明春晚语言类节目已经出现“语言危机”。仅仅通过在官方微博征集“最反感流行语”,并不能解决根本问题。春晚的小品相声从来都是一个创造流行语的发源地,这些创意经久不衰是因为作者深入生活,贴近百姓^[2]着互联网的发展,流行语层出不穷,网络能够给人以灵感,却也因为素材呈现井喷式而束缚了编剧的思路。怎样才能写出好剧本,创造出新的、生命力更长的流行语,成为春晚语言类节目编辑最头疼的问题。

人民网 2014 年 12 月 11 日发布《羊年春晚,别再做网络流行语‘拼盘’》一文,认为“春晚编剧只有读懂民众对于原创、用心、走心作品的渴望,才能对症下药。否则,即便春晚剧组‘也是蛮拼的’,一样挡不住民众的‘我也是醉了’的吐槽。”

东方网 2014 年 12 月 12 日发布《征集最反感流行用语,一场无聊的游戏》一文,对于春晚剧组征集“最反感流行语”持否定态度,文章指出“公开征集最反感的网络流行用语,也给人一种春晚剧组已是临近文思枯竭、江郎才尽的境地的感觉。特别是在春晚这样的大型晚会举办之际,似乎与晚会的格调不太相符。”

光明网 2014 年 12 月 13 日发布《年度最反感网络流行语出炉》一文,认为“如何办春晚,怎么办春晚,不能闭门造车,更不能秉持‘拿来主义’”。春晚需要创新,更需要民意的汇集,只有在节目编排和内容上契合观众需求,才能赢得更多的欢呼和掌声。”

《河南商报》2014 年 12 月 12 日刊出《春晚不该是网络流行语的二传手》,文章提到“春晚征集网友最反感的网络流行语,可别征集了事,更要落实在行动上,就以羊年春晚为开端,做到不滥用网络流行语,让节目推陈出新、创意不断。”

二、流行语能否植入春晚节目：众说纷纭

春晚可否植入网络流行语，也看法不一。

首先对于“最反感流行语”，我们应该有正确的理解。《华商报》资深文化评论人韩浩月认为，“当流行语几乎成为所有人的口语表达方式，但观众不想让它在春晚出现，是因为春晚用得太空生硬。”公众反感的是生硬地加入流行语，使春晚节目脱离实际生活，变得“不接地气”。反感的是直接嫁接、没有创新、没有创意的语言节目。

荆楚网 2014 年 12 月 12 日刊出《羊年春晚应谢绝“流行语”这位“不速之客”》一文指出，“希望羊年春晚能够谢绝网络‘流行语’这位‘不速之客’，走出创新乏力、创新价值不高甚至创新耗竭的瓶颈，再次带给老百姓们一场‘视听盛宴’。”

有的网友甚至认为，“央视春晚是一个严肃的地方，容不得半点瑕疵”^[3]、“春晚不只是迎合网络群体，而是要负责取悦大众，最好一个网络用语也不要。网络用语说实话完全登不上台面，很多都是自嘲，自我讽刺用的”^[4]、“春晚不要跟风流行，破了自家宅门，却添给他人砖瓦。春晚要回归创造流行语，这才是 4 水平。”^[5]

春晚应该是创新流行语的舞台，借用已经被观众使用过的流行语，已无太大的新意。再说，春晚面对的是全国观众，而网络流行语的使用，只是部分中青年人群，对于老人、孩子或是不经常接触网络的人群，这些流行语的使用难以理解。2014 年 12 月 15 日，在北京喜剧幽默大赛颁奖典礼上，曾以网络语言作品亮相过春晚的姜昆在颁奖时感慨，现在的网络流行语他也不懂了。的确，如果流行语生硬地穿插在小品、相声等语言类节目中，很多词汇、语句的含义未必能达到预期的效果。

其次，对于网络流行语的引入，也有部分网友认为不应采取全盘否定的态度。

《人民日报》海外版曾在 2014 年 11 月 27 日刊出《网络用语禁上电视惹争议：流行语有积极作用》一文，对“流行语是否能上电视”展开了讨论，文章认为“受众数量众多的广播电视节目理应在规范使用语言文字方面做出表率，但是，网络用语作为新鲜和时尚元素出现在一些本身具有娱乐性质的节目中也未尝不可。”

《南昌日报》2014 年 12 月 15 日发表《羊年春晚回归创造流行语》一文指出“流行语的引入，不能只怪春晚的创作，是我们整个流行文化环境都受到了网络的影响”，同时也表明“春晚‘要回归创造流行语’、‘深入生活、扎根人民’组织语言类节目创作。”

有的网友认为，“感觉贴近生活就好，像这些太流行的语言，一些父母或者爷爷奶奶那辈的不一定听不懂的”^[6]、“其实也没多大问题，只要大家看的开心就好”^[7]、“网络流行语用在春晚上挺好的，不管是谁首创，只要迎合百姓心里就好”^[8]等看法。

三、2014 年流行语：谁主沉浮

陪伴我们度过 2014 年的热门网络流行语有哪些呢？

第一，由事件产生的网络流行语。例如：

“且行且珍惜”、“萌萌哒”、“你行你上”、“你懂的”、“失联”

第二，由名人话语产生的网络流行语。例如：

“也是蛮拼的”、“我读书少，你可别骗我”、“现在问题来了”、“买买买”、“梦想还是要有的，万一实现了呢”

第三，由草根故事产生的网络流行语。例如：

“你家里人知道吗？”、“有钱，就是任性”、“现在整个人都不好了”、“友尽”、“我和你什么仇什么怨”

第四，由歌曲或影视节目产生的网络流行语

“也是醉了”、“我只想做一个安静的美男子”、“这片鱼塘承包了”、“不作死就不会死(No zuo no die)”、“画面太美我不敢看”

第五，由广告语产生的网络流行语

“挖掘机技术哪家强”、“根本停不下来”

还有一些由缩略、音译或引用等方式产生的网络流行语

“你造吗”、“逼格”、“心塞”、“高大上”、“白富美”、“打虎拍蝇”、“新常态”、“断舍离”、“人艰不拆”、“神器”

据不完全统计，以上词语是 2014 年曾经出现的网络流行语。2014 年 12 月 15 日，《咬文嚼字》杂志社发布“2014 年十大流行语”。“顶层设计”、“新常态”、“打虎拍蝇”、“断崖式”、“你懂的”、“断舍离”、“失联”、“神器”、“高大上”、

“萌萌哒”上榜。

表一：入围春晚征集“最反感流行语”与《咬文嚼字》杂志公布的 2014 十大流行语

入围春晚征集“最反感流行语”	“就是任性”	“我只想安静地做个美男子”	“也是蛮拼的”	“画面太美我不敢看”
	“萌萌哒”	“我也是醉了”	“那么问题来了”	“挖掘机哪家强”
	“心塞”			
《咬文嚼字》 2014 十大流行语	“顶层设计”	“新常态”	“打虎拍蝇”	“断崖式”
	“你懂的”	“断舍离”	“失联”	“神器”
	“萌萌哒”	“高大上”		

两相比较，“最反感流行语”中句子形式比较多，有点恶俗，语义表达上不够明晰，《咬》的十大流行语以词汇形式为主，语义自主性较强。“萌萌哒”是两者交集，表明公众对流行语认知的差异性。

《咬文嚼字》“十大流行语”是面向全国进行条目征集、筛选、再经过专家审核、征求意见等程序后最终产生的。《咬文嚼字》杂志的执行主编黄安靖表示：“进入备选的流行语还有很多，有的词语热度相当高，但由于违背了我们的三大评选原则，即时代价值、语言价值、社会价值，最终被放弃。”例如，有些流行语，在语法结构上不符合汉语词语构词规律，意义不明确，如“人艰不拆”、“不作死就不会死(No zuo no die)”等；其次，有些流行语在结构、语义、用法上没有创意，只是引用某些事件或名人的话语，仅仅在网上流行一段时间就会被淘汰，如“任性”、“也是蛮拼的”、“我也是醉了”、“你造吗”、“这片鱼塘承包了”等等；还有一些流行语低俗不雅、不符合社会道德规范，也没有被收录，如“尼玛”、“逼格”、“心塞”等。

以下选取 2014 年 12 月 14 日、15 日新闻媒体网站的例子说明被普遍接受的十大流行语的用法。

顶层设计：(1) 把握留学工作新形势 留学大国更应强化顶层设计（海外网）

(2) 试点央企负责人析改革思路：企业的改革实践要依靠顶层设计（中工网）

(3) 国企改革顶层设计最快明年一季度出炉（新华网北京频道）新常态：

- (4) 高端居住的新常态:看庄园如何傲视众墅 (中国日报网房产太原)
- (5) 新常态传递出新信号与新亮点(中国网)
- (6) 中国楼市行情起伏 地产商审慎预判“新常态”(中国经济网)
- 打虎拍蝇: (7) "打虎拍蝇"成网民交口称赞热词 (光明网)
- (8) "打虎拍蝇""萌萌哒"入选 2014 年度十大流行语 (人民网)
- 断崖式: (9) 卢布断崖式暴跌惊呆亚洲各国 1997 年金融危机难重演 (和讯网)
- (10) 安祖碧:"断崖式降职"可否为"落马热"降降火 (网易)
- (11) 评论:断崖式罚款能否净化官商"朋友圈" (中国网)
- 你懂的: (12) 十大流行语,怎一个"你懂的"了得 (中国网)
- (13) "你懂的""萌萌哒"上榜 (人民网山西视窗)
- (14) "任性""小鲜肉"落选,"你懂的"! (网易)
- 断舍离: (15) 孙子涵新单《不该再是旧的》 直面爱情断舍离 (搜狐)
- (16) 射手网"断舍离"的背后 (新浪)
- (17) "断舍离"生活需要 (光明网)
- 失联: (18) 家居老板失联 有业主交了几十万的租金要不回来 (大众网)
- (19) 女子打工失联陷传销 男子卧底救出迷途女友 (人民网)
- (20) 大学生"出家"失联续:姐姐疑有人不让弟弟见家人(中国青年网)
- 神器: (21) 手机抢春运火车票神器盘点:你只有 1%的几率抢不到 (光明网)
- (22) 泥娃娃 露曼魔光 yoyo 美肤神器 (搜狐)
- (23) 不用越狱 同样精彩:iOS 两大效率神器横评 (威锋网)
- 高大上: (24) 习大大参观江苏科技成果 5 项是扬州高大上项目 (人民网江苏视窗)
- (25) 《咬文嚼字》评流行语"高大上"入选 (辽宁省人民政府网)
- (26) 长春 270 路现"气电混合""高大上"公交车 (中国青年网)
- 萌萌哒: (27) 李小鹏与爱女站圣诞树前合影 网友:奥莉萌萌哒 (凤凰网青岛频道)
- (28) "金羊"萌萌哒来袭 乙未年贺岁金预热新春市场 (中国青年网)
- (29) 萌萌哒图案锁屏 搜狗壁纸安卓 2.4 版来袭 (中国新闻网)

我们知道流行语的发展是在某个时段内,呈现抛物线型分布,从无到有,在经历了时代、社会、受众和时间的考验后,从使用的高峰后突然下降,一部分成

为日常词汇，更多的流行语将会淡出人们的视野。我们对流行语的使用应保持清醒、正确、全面地认识。

小结

羊年春晚发起“征集最反感流行语”的民意调查，的确是一种值得借鉴和尝试的方式，显示了春晚剧组和观众都希望办出不同往年、更精彩、贴地气、代表大众审美的春晚。春晚表现的是一个国家的民族文化，在展现文化内涵的同时，不能仅仅为了博取观众笑声而过分引用网络流行语，造成文化的低俗展现。春晚的舞台需要更有创意、贴近生活，弘扬传统文化，传递正能量的语言节目，而不是借用简单借用当下流行语来博得观众的笑声。

（王丹荣）

参考文献：

- [1] 中国文化传媒有限公司：
http://www.ccdy.cn/chanye/dongtai/201412/t20141217_1036572.htm
- [2] 花边新闻网：<http://www.huabian.com/xwzt/2014/1212/95018.html>
- [3] 股城网：<http://finance.gucheng.com/201412/2900478.shtml>
- [4] 济南网络广播电视台：<http://life.ijntv.cn/top/2014-12-13/469939.html>
- [5] 《东方今报》2014 年 12 月 11 日
- [6] 京华时报：<http://it.chinabyte.com/30/13177030.shtml>
- [7] 陕西传媒网：<http://www.sxdaily.com.cn/n/2014/1213/c508-5578950.html>
- [8] 人民网：<http://media.people.com.cn/n/2014/1215/c14677-26209921-2.html>

语文前哨

“学霸”类流行词语面面观

继前几年“学霸”“学渣”走红之后，今年类推的“学X”系列又大行其道，例如学魔、学神、学霸、学痞、学民、学弱、学渣、学残等等。这些说法成为学生间自嘲或调侃的新表达。

一、“学霸”式类推词“学X”概览

以下是我们从网上摘录的对“学X”系列词语的集中解释，其来源已不可查，然而被广泛引用，甚至被《北京青年报》、《新华网》、《新浪新闻中心》等正规媒体采用。

1. 学魔：对学习走火入魔，癫狂状态，不做题会死掉。
2. 学霸：隐匿在人间有头脑的高智商人物，社交范围广泛，融合契合度高，琴棋书画样样精通，高端大气上档次。
3. 学神（学帝、学仙、学圣）：高大帅气，青春靓丽，不食人间烟火，天天游走在高难度的练习册当中却依然风华正茂。
4. 学痞：他们上课睡觉，下课玩闹，但他们的成绩仍然很好。
5. 学民：智商均衡，膜拜学霸，却瞧不起学渣等人物。他们只有一个信念，总有一天超越学霸，因此艰苦奋斗。
6. 学弱：他们因为没日没夜地熬油点灯，已经身体虚弱，不堪重负。
7. 学渣（学灰）：智商处于半疯癫状态，兢兢业业，刻苦学习，却总是不得志。
8. 学酥（学糕）：介乎于学霸和学渣之间，外表看起来像学霸，其实一碰就碎，全都是渣渣。

9. 学残：智商处于全疯癫状态。他们已经被学习折磨得痛苦不堪，没有人样。
10. 学沫：智商不够用，却也不是很努力，每天在混着日子。总是觉得能够不劳而获。
11. 学水：已经不能用智商与努力来评判他们了，他们已经自甘堕落，自暴自弃好多年。^[1]

从以上的定义我们可以看出，这些“学习外号”的分类大多是根据成绩排名、智商情况、学习态度来进行划分。有的学生还会给这些称号分等级。属于上层阶级的是学魔、学霸、学神、学痞，中等的是中流砥柱的是学民，而下层的是学弱、学渣、学酥、学残、学沫、学水。由这些称号还引申出其它流行语，例如“学渣逆袭学霸”、“学霸碾压学渣”、“抱学霸大腿”等。



“学X”系列词语除了“学霸”、“学民”外大都属于生造词。这些生造词的意义都是由学后面一个字的意义决定的。比如“学魔”的词义为学习得走火入魔，不做题会死掉，这里就是用“魔”来定义和修饰“学”，表现一种学习得痴迷成魔的状态。

“学霸”和“学民”属于旧词新义。

“学霸”在古代指学界的恶棍。《二刻拍案惊奇》卷四：“其时属下有个学霸廩生，姓张名寅。”^[2]而在网络中该词感情色彩也由贬义变为褒义，“霸”字有霸

王、称霸一方的意思，学霸也被赋予了新的意义：

(1) 平时学习非常努力且成绩非常好的学生。有时也指考前努力突击也能获得好成绩的学生。

(2) 目标非常明确，持之以恒，热爱学习的学生。

(3) 包括成绩在内，各方面都很强的学生。比如，除了成绩优秀，体育、艺术特长突出，社团经历也非常丰富的学生。

“学民”在古代指有知识的人，儒生。《商君书·农战》：“国有事，则学民恶法，商民善化，技艺之民不用，故其国易破也。”^[3]它在网络用语中意义也发生了改变，“民”字作平民解，学民指“智商平平，成绩也不突出的学生”，“学生中占大多数的群体”。

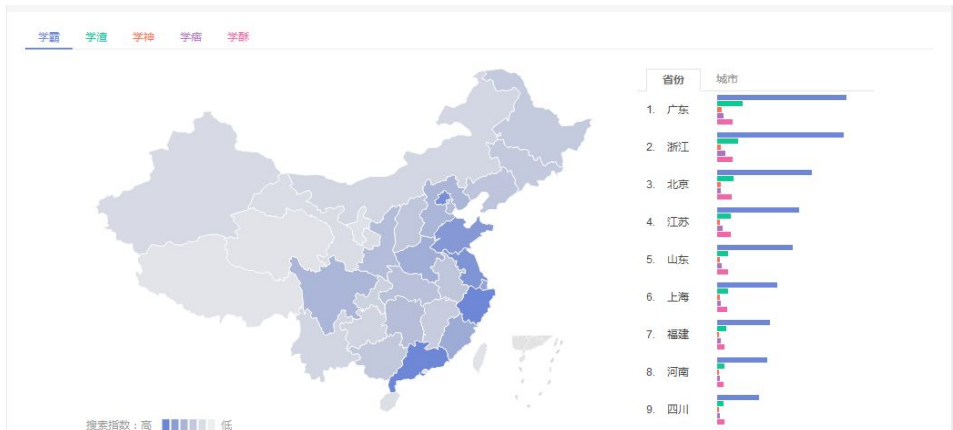
从词语构造方式上来看，“学X”系列与古已有之的“诗X”系列有些类似。“诗X”是中国古代诗人的别称。例如，李白被称作诗仙，杜甫被称作诗圣，李贺被称作诗鬼，王维被称作诗佛，孟郊、贾岛被称为诗囚，陈子昂被称作诗骨。“诗X”称号的得来都是有据可循。比如王维的诗深受佛教影响，包含禅理，故被称作诗佛；孟郊、贾岛都以苦吟著名，金人元好问称“郊岛两诗囚”，由此得名诗囚；陈子昂，其诗词意激昂，风格高峻，大有“汉魏风骨”，被誉为“诗骨”。

二、“学X”词语流行状况

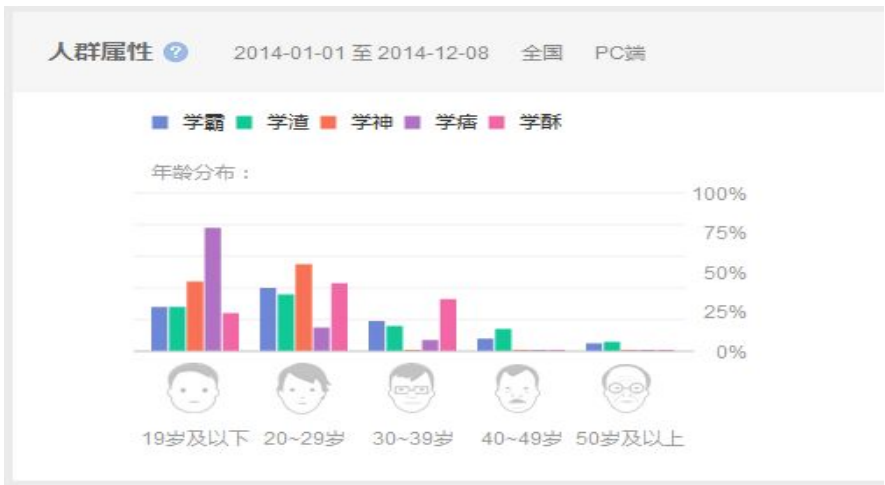
“学X”系列流行词语的源头应当是学霸，其它词语都是按照它的形式仿造的。笔者通过百度新闻的高级搜索，定位到2010年3月5日的有关学霸的一条新闻，来自腾讯新闻《挂科学生熬夜做学霸拜考神，考神留言：我烦了》^[4]，其中学霸意义与现在流行的网络流行语相似。而在此之前，“学霸”则出现在游戏角色命名中，即赛尔号的“学霸之魂”。学神一词源自一则新闻《矿大“学神”爆红网络，宿舍自办课堂帮同学备考》^[5]，文中写道：“他是‘学霸’吗？不，他是‘学神’。”由此将学神的地位提高到学霸之上。其它的“学X”流行词或因1月4号一个题为《10个等级“学习外号”》的帖子而走红网络。

“学X”系列词语的流行词生动地反映出时下学生们的生活状态和心理状况。“学霸”和“学渣”，“学神”和“学弱”的出现都是成对的，相对的，这反映出学生们在用学霸、学神等词表示对聪明学生敬佩、羡慕、自我激励的同时，也暗含一种自嘲和黑色幽默。

笔者用百度指数^[6]对“学 X”流行词的使用者进行分析。发现，在地域分布上，五个流行词语基本一致，在广东、浙江、北京、江苏、山东、上海和福建流行度较高。这些地区具有以下特点：发达地区、北上广、长三角经济圈、沿海城市；网络普及率高，人们的思想也更加活跃。因此，也是流行词的发源地和活跃地。



再从人群分布来看。使用这些词的人群以 19 岁到 29 岁的人居多，这个年龄段的大多都是学生。这在一定程度上反映出我国教育还是学习成绩占主导。



从性别分布上来看，男性的使用者多于女性。由于“学 X”系列词语大多用于黑色幽默、自我调侃和对他人的崇拜，男性用户居多也在情理之中。笔者发现一个很有意思的现象，这五个词中只有学痞是男性女性使用比例相同的，而在上图中，这个词是唯一一个在小于 19 岁的人群中使用多于 20~29 岁的词语。学痞的意思为平时游手好闲，最终凭借智力优势也能取得优异的成绩。笔者推断，这可能是因为 19 岁以下年龄段的大都是中学生，而中学生群体更加憧憬和崇拜这种类型的学生。



据《北京青年报》报道，北航附中高二的一名学生曾统计了自己班上“学霸”、“学民”、“学渣”三类人数，分别为 9 人、18 人和 7 人。这表明，学 X 系列流行语已不仅仅是单纯的称呼，其实已经深刻地影响着学生的生活甚至心理。“学民”是大多数普通学生，膜拜学霸，却瞧不起学渣。以学霸领衔的“上层”学生，虽然光环四照，被许多普通学生膜拜，但他们却也倍感压力。学渣等成绩处于“下层”的学生，自嘲之外，也难免产生一定的心理压力和阴影。这些应引起教育者重视。

另外，通过对“学霸”、“学神”、“学渣”、“学痞”“学酥”这几个词的百度指数个案分析，我们发现这类新词的一个发展规律，大致是先由一件轰动的新闻事件引起该词极盛的流行，然后在极短的时间内降温，最后趋于稳定不变或略微上升、下降。其中，较活跃的词，如“学霸”、“学渣”在发展过程中会因为一些爆炸性新闻而产生关注度的锯齿状正向波动。

三、大众的反应

大众对“学 X”词的反应较为强烈，很多人，尤其是学生表示感同身受。微博上首先发表“学习外号”的一条微博被转发上万次。

对于“学 X”词语的流行，社会看法不一：

有人认为，“面对应试教育，学生相互幽默自嘲一下，缓解紧张情绪，可以理解”；“很有意思，成为学生间相互调侃、评价定位的新方式。”

也有人认为，“分类会让学生之间产生三六九等的差距，给成绩较差的学生造成心理伤害。”“客观上，如此分类反映和折射出的是较黑暗或负面影响。因为学习是个很重的任务，在教育单一评价体系下，让大家分出三六九等，很多人成

为失败的学民、学渣等，是件让人很难过的事。”“学习外号会影响学生之间的人际交往，这些分类折射出教育单一的评价体系。

还有人认为，“如果只是把此类分级作为相互放松调侃或玩笑，并不造成伤害，则没必要也没法控制。但如果把它作为外号去攻击别人，就是对对方的不尊重。”“其实（学习外号）都是自嘲，一般只说学霸，不会叫其他外号一对方会不高兴。”“如果孩子心理承受能力比较强的话无所谓，如果孩子心理承受能力不强的话就容易心理受打击，如果被别人用生理缺陷的特点来取外号来取笑的话，那样的行为极其恶劣”^[7]

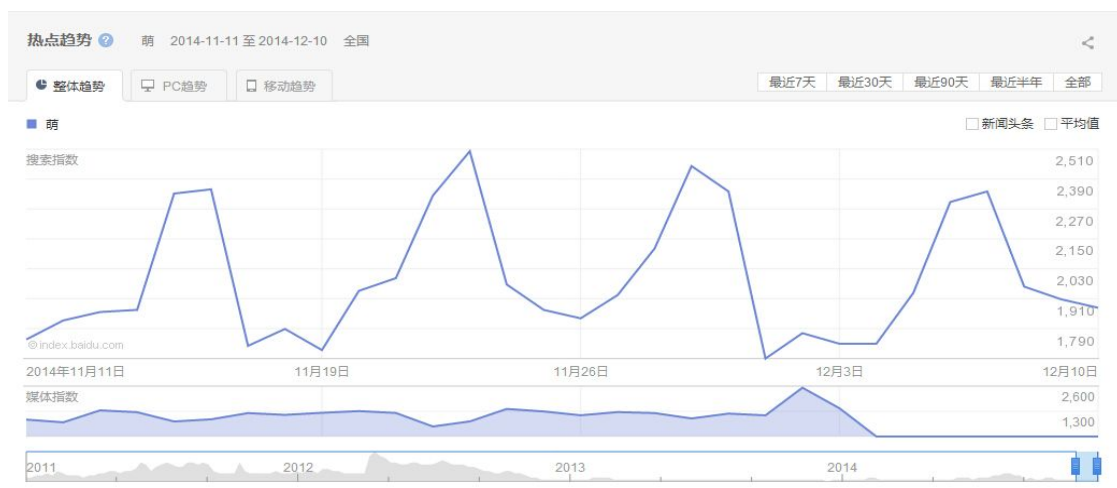
（李雅秋）

参考文献：

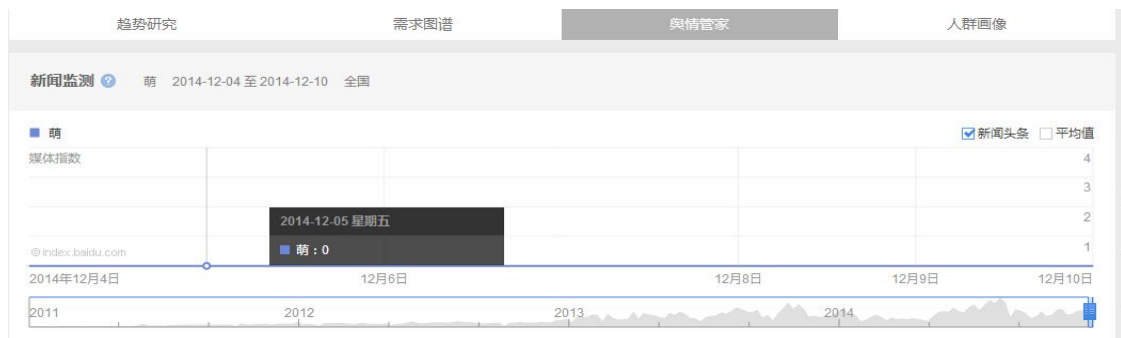
- [1] 百度百科：<http://baike.baidu.com/subview/12106171/12511385.htm>
- [2] 汉典对“学霸”的解释：<http://www.zdic.net/c/6/dc/217858.htm>
- [3] 汉典对“学民”的解释：<http://www.zdic.net/c/6/7d/131039.htm>
- [4] 袁春宇，《挂科学生熬夜做学霸拜考神 考神留言：我烦了》，《钱江晚报》，2010年3月4日。
- [5] 施歌，《矿大“学神”爆红网络 宿舍自办课堂帮同学备考》，《扬子晚报》，2014年1月10日。
- [6] 百度指数，<http://index.baidu.com/?tpl=crowd&word=%D1%A7%B0%D4>
- [7] 林艳，《中学生“学习外号”多达十余》，《北京青年报》，2014年01月02日。

语言卖萌小议

语言作为社会生活的一面镜像，它灵敏而快捷地反映着社会生活的变化。随着萌文化的持续升温，语言卖萌成为人们日常交际中的普遍现象。据百度指数显示，自 2011 起，“萌”作为新鲜事物逐渐进入媒体报道的内容，为大多数年轻人所喜爱和追捧；到 2012 年，“萌”在媒体中的使用频率呈不断上升趋势，许多语言社团正在关注和使用萌语现象，语言卖萌处于一种蓄势待发的阶段，其受欢迎的程度可见一斑；2013 年，萌语的使用人群和范围迅猛增加，像洪水般充分地占领了众多语言使用领域，萌语不仅在自媒体和日常交际中大行其道，甚至在大型活动宣传和政府工作招聘中，也同样大受亲睐；2014 年，萌语热度不减，使用频率居高不下，近一个月的百度指数显示，其整体使用频率呈波浪状起伏，这种指数走势与典型的日常用语的需求模式基本一致，语言使用者对于“萌”的需求已不再仅限于特殊场合、人群、目的等因素的需要，而是完全褪去了外来语的色彩^①，逐渐本土化。语言卖萌也成为了交际中一种自然而理想的风格和状态。



^① 萌在古代有两种意义，做名词时指草木的新芽，比喻新生的事物；做动词时表示草木发芽有开始、开端的意思。公元 7 世纪“萌”被日本借用为“萌え”表示植物发芽。20 世纪 80 年代末 90 年代初被日本动漫爱好者引入漫画语言，成为年轻人的常用语，用于表示对某一种形象或事物的好感甚至是迷恋。经过长时间的演变和互动，“萌え”又被汉语作为外借词吸收，“萌”的内涵也不断延展。现在“萌”广泛地用于描述能给人带来喜感和美感的人和物，如：活泼天真的儿童少女或者阳光可爱的大男孩以及表情搞怪的宠物等



在这个“无萌不语”的时代，语言也要向卖萌“投降”，由于交际者卖萌心态的要求，语言出现了大量特定的形式，为人们尽情表达情绪、调侃打趣提供了更多的空间。

一、语音转换

有意识地改变语言原本正确的读音去增强语言表达趣味性和感染力是制造一种“萌感”的重要方式。

变更声母或者韵母的读音，使词语听起来新奇活泼，用这种不规正的读音增加听话者的喜感，使交际过程轻松随意。如：“坏人”读成“坏银”，“人家”说成“伦家”，“喜欢”说成“稀饭”，“孩子”称为“孩纸”，“妹子”喊成“妹纸”等，这些语音的变异不仅使语言显得幽默可爱，更拉近了交际双方的距离。

模仿儿童或者方言的发音，更增加了语言的吸引力。如：“大师兄”读成“太西轰”，“爸爸”读成“粑粑”，“妈妈”读成“麻麻”等，人们常常用“于麻麻”称呼电视剧制片人于正，其中意义非常复杂。有对她打扮普通、亲民而产生的一种亲切感的认可和赞赏，但是“于麻麻”这个称呼更多的是讽刺和调侃她拍出的很多缺乏深度和逻辑的“神剧”。再如：“内牛满面”代替“泪流满面”用故意出错的汉字和本义产生强烈的违和感，加深了说话者某种激动地情绪，同时也让听话者心领神会，为这个巧妙的萌语而暗自发笑。

有的还采用合音或者同时改变声韵调的方式，用简单的语音形式表达词汇意义之外更为丰富的语境意义。如：“不知道”说成“不造”，“男朋友”说成“男票”，“不要这样子”说成“表酱紫”等，语言简洁又活泼喜人；又如：“哎哟”说成“矮油”，“辉煌”说成“回晃”，模仿东北口音，使之和普通话产生强烈的反差，让人联想到东北艺术小品的语言，倍感幽默亲切。

二、词语重叠

为了达到“萌”的效果，人们还采用了词语重叠的方式去增加语言的表现力。卖萌重叠不同于传统意义上的重叠，它增加了重叠单位的语用意义。利用卖萌重叠可以补充说话者的情貌、语气、态度、立场等辅助信息，同时也有拉近交际双方距离，流露出说话者的心情，活跃交际气氛等语用功能。

1. ABB 式重叠

近来，儿童语言备受追捧，ABB 式的叠连形式也成为语言卖萌的重要方式。为了让儿童更易习得新的词汇，理解语言的具体所指，父母在教授儿童学习词汇时通常会舍去词汇中的非核心成分而将核心成份叠连起来，将非同音的双音节词变成同音叠连的双音节词，如：“汽车”说成“车车”，“杯子”说成“杯杯”，“台灯”说成“灯灯”。儿童本性天真无邪、表情萌态百出，ABB 式正是模仿儿童语言而来的一种新的语言卖萌方式。

ABB 式通常是将动宾式离合词中的宾语叠连，在表达一种行为的同时传递了一份卖萌的情态，如：“睡觉觉”、“洗澡澡”、“喝水水”等。离合词两个词素之间的联系相对较为松散，中间可以插入一些其他的成分，如：“洗个澡”、“喝口水”、“睡会觉”。这一类词往往可以表达一个较完整的事件过程且词形多能扩展，所以在口语中当说话者将 AB 式变为 ABB 式后，交际双方并不会感到突兀。

2. AAA 式重叠

除了 ABB 式的叠连外，动词 AAA 式叠连也正被语言卖萌者越用越热。传统的动词 AAA 式主要用于对听话者从事的某种持续活动的抱怨情绪，表达出说话者不耐烦、不满意的心态。

玩玩玩，如果玩能让你考出大学，就天天让你玩！（电视剧《快乐星球》）

说说说，你除了说还会做什么？

吃吃吃，当心吃胖！

传统的动词 AAA 式叠连一般是听话者长时间反复从事某一种活动，而说话人对这个活动非常不满，动词词形重复得越长表示反对的情绪越强烈。这种表达形式明显地违背了交际对话中的合作原则，借以引起听话者的重视，从而达到劝诫制止的目的。而在这个语言卖萌的时代，动词 AAA 式叠连有了新的内涵，它退去了抱怨的情绪色彩，增添了说话者悠然自得的心理状态，对于自己反复从事的活动并没感到烦闷而多了一份轻松的自嘲或者自我的愉悦情怀。

双十一到啰，我要买买买啰！

回家一趟就是幸福，沉浸在吃吃的海洋中！

又是下雨天，可以睡睡睡啦！

淘宝上卖的美丽衣服快到了，下个星期就等着穿穿穿吧！

传统的动词 AAA 式的叠连大多数用于对听话者的责难，后面也通常会在加附上继续这种活动的严重后果。“卖萌” AAA 式叠连主要用在自己的身上，表示自己对这件事情的热衷，叠连不再是为引起听话者注意而进行的刻意重复，反而是对一件事的充满欣悦和期待的自然表达。为了增强“萌”的效果，人们时常模仿儿童发音，在使用 AAA 式叠连时还将语音刻意地进行了改动。儿童在初步学习语言因其发音器官发育不成熟，练习时间短，教授者发音差异大等客观原因而无法完全准确无误地发出字音，通常出现变调、掉音、增音等情况。在交际过程中，许多 AAA 式叠连的词语被刻意扭曲其读音的情况比比皆是，如：“吃吃吃”常读成“次次次”，“穿穿穿”常读成“甯甯甯”，“睡睡睡”常读成“碎碎碎”等。

三、“萌句”例说

网络新闻媒体的迅猛发展，使得新闻事件的受众范围扩大，人们可以通过自媒体时刻调侃社会上发生的新鲜事。在如潮的大众评论中，一些卖萌“神句”会成为“热语”，迅速进入人们的交际中，并产生多种灵活的用法和多种语用意义。由于人们对这一热点问题有着共同的关注，所以新选择的卖萌语句在交际的人群中有着共同的知识背景，大家会把它和与之相关的事件直接联系起来，从而领会说话者要表达的真实语义。

“有钱就是任性！”是网友调侃一件网络诈骗事件而引发的网络流行语，本义是对有钱人奢侈荒唐的行事风格的嘲讽，现在多用于调侃与自己预想的结果或者发展不一致的事情。它以事外人或者长辈的角度去“批评”局中人（老板、上司、老师等）“任性”，实际上自己的角色并没有能力或者资格去批评执事人，但是却还是一本正经、若无其事批评他“任性”以达到与实际形成反差的效果，在看似冷静理性的“批评”下，映射出说话人对现实的无奈反抗，达到了一种冷幽默的效果。

“还能愉快地玩耍吗？”本用于小孩子对玩伴能否和自己继续玩耍下去的可爱憨萌的发问。现在“玩耍”泛化到一切活动，用于调侃动的参与者之间的关系

是否还能继续维持。这句话模仿了儿童语言，使说话人萌态尽显，又可以用这种简短的句子表达比较复杂、隐晦的语义。如：“我不能和老板愉快地玩耍了！”——实际上是表达想辞职的意向；“学校这么晚才放假，还想跟我们愉快地玩耍吗？”——实际上是说学校放假的时间不合理。

“伐开心，要抱抱。”仿照方言改变了动词的语音，利用动词重叠来达到卖萌的效果。心情不好的女生常常在情人面前说这句话来撒娇、发嗲、求安慰，“抱抱”谐音“包包”，暗示男朋友既要抱抱以表示对女朋友的心疼，又要为她买包包用物质来补偿他的女朋友。

“我也是醉了。”来源于一款DOTA游戏，大意相当于“我服了”。这句话在交际中用于感叹或者讽刺自己感到无奈或者无能为力的事情。以“醉”代“服”更容易让人联想到人的“醉态”，增加了语言的幽默色彩。

正如潘文国先生认为，语言是一个自足的动态系统，每一种语言编码都是交际者对客观世界的认知，语言形式的出现不是随机的，背后必有原因。语言卖萌成为年轻人交际的一个普遍现象，这种语言使用者的年龄范围正向高龄和低龄两端延伸，下至低龄儿童上至中老年人都形成了这种“卖萌”的语言表达倾向。

随着网络信息技术的发展，人们交流的平台不断扩展，相比与传统的面对面交流方式，语言传播的速度和交际的机会得到了大大地提升。一种新的表达方式出现后由于其新奇的形式和灵活的用法被多数网民所青睐，渐而得到快速而广泛的传播。现代人的生活节奏快、压力大，语言卖萌是生活中成本低、效果好的减压方式，只需要将语言中的某些要素做一下改变，就能“扮萌”“卖萌”放松高压下紧张的心绪，愉悦彼此的心情，语言卖萌为什么会受到大众追捧也就不言而喻了。

（张雪雪）

专题调查

武汉居民语言态度调查^①

武汉话是湖北一带在悠久历史中保留大量古汉语发音习惯所形成的方言，汇聚了荆楚语言文化的精华。楚剧、汉剧及湖北四大曲种等地方戏曲，均以武汉话或湖北其他方言为载体，武汉方言一直以来都是官话方言区的代表性方言。

然而随着普通话在全国范围内的推广与普及，武汉方言与普通话的矛盾日渐凸显。武汉居民语言使用情况的变化也逐渐影响着武汉居民的语言态度。

随着多个发达地区推出“拯救方言”活动，各大武汉本土网络论坛都发起了“拯救武汉方言”的话题，参与者众多。无论是汉网组织的首次“武汉方言规范用字研讨会”，还是武汉方言研究第一人朱建颂开设“武汉方言研究培训班”，或是《武汉词语规范用字表》的推出，都引起的学术界、媒体及社会公众的广泛关注，甚至引爆微博热门话题^[1]。2013年8月新浪微博为此发起“武汉话会否消失”的调查，同样引起热议，众说纷纭^[2]。

“十二五”期间，武汉全面推开展方言优化行动，引导和推动武汉方言的传承与规范，支持方言文艺作品创作，并逐步消除“汉骂”。该举措在报刊和网络上掀起了新一轮“保卫武汉话”的风潮，关于“汉骂”，长江日报采访中调查到，部分人认为“湖南话因为演艺节目走向全国，广东话有流行歌曲助阵，四川话有方言剧看，东北话有小品帮衬，难道这些地方就比武汉强些？再说哪种方言没有骂人的话？武汉人主要是蛮不自信。”也有不少人因此都将武汉方言与“没文化”、“不文明”等字眼画上等号。

武汉话是荆楚文化的重要根基，其当地居民的语言态度决定了武汉话的传承和发展。武汉作为华中区域的中心城市及我国重要的科研教育基地，成为外来人口流动量较大的城市之一。故武汉居民不仅包括本地人，还有一部分是外来人口，汇集了各种方言使用者。关于武汉地区语言使用情况，武汉居民的语言态度的调

^① 本文为国家语委“汉语方言使用状况调查及相关对策研究”（ZDI125-22）项目专题研究之一。

查可大致分为武汉本地与外来移民两类。

针对不同对象，我们通过“问卷星”网络问卷调查及纸质调查问卷发放进行调查。本次研究调查对象的确定遵循以下原则：所选取的对象要覆盖不同年龄、性别、阶层、文化水平。问卷调查过程中保证问题意思传达明晰，被调查者被要求遵循自觉的原则，按自己的实际情况作答和填写试卷。为了尽量做到调查的科学性，提高测试的信度和效度，我们分别选取了武汉地区具有代表性的多个均匀分布区域。问卷包括 3 套体系：针对武汉本地全民的方言调查（有效样本 104 份），针对新移民的武汉方言调查（有效样本 217 份）。以下为具体分析：

1. 武汉本地人方言使用及语言态度情况调查

武汉本地人方言使用情况的调查，遵循户籍在武汉市，分布在武昌区，汉阳区，江汉区，汉口江岸区，硚口区，青山区，洪山区，并在武汉生活过很长时间，年龄层次分布均匀，能够熟练掌握武汉方言的选取原则。

不同人群认读情况调查。第一部分是针对不同年龄段人群对一组武汉方言单字或词组与普通话易混读词语的认读情况的调查。

表 1-1 各年龄段调查对象混读情况

年龄	2 个及两个以下	3 个到 5 个	5 个以上	总人数
	(人)	(人)	(人)	
20 岁以下	0	6	16	22
20~29 岁	3	7	12	22
30~39 岁	1	7	12	20
40~49 岁	1	7	7	15
50~59 岁	8	5	1	14
60 岁以上	9	2	0	11
合计	23	34	48	104

从表 1-1 中可以看出，不同年龄段的混读情况是不相同的。年龄越大，出现混读的词语越少；年龄越小，出现混读的词语越多。这与普通话在我国的多年普及密不可分，表明目前武汉市普通话的使用较之以前更加普及，并且对方言的影响越来越大，充分显示了“推普”工作的成效。青少年在普通话的熏陶下成长

和学习，渐渐地，普通话与本地方言发生自然融合，使年轻一代与年老一代在使用本地方言时产生了变异和分化，造成有时在说本地方言时不自觉地带上了普通话口音。

第二部分是针对普通话与武汉方言使用状况和公众对这两种语言的语言态度的调查。针对不同人群语言选择、使用情况及语言态度调查结果如下。

表 1-2 谈学习或工作内容时语言使用情况

年龄	武汉话	普通话	两者差不多	总人数
	(人)	(人)	(人)	
20 岁以下	0	16	5	21
20~29 岁	3	12	6	21
30~39 岁	8	9	4	21
40~49 岁	13	0	1	14
50~59 岁	16	0	0	16
60 岁以上	11	0	0	11
合计	51	37	16	104

表 1-3 谈日常生活内容时语言使用情况

年龄	武汉话	普通话	两者差不多	总人数
	(人)	(人)	(人)	
20 岁以下	6	11	3	20
20~29 岁	12	3	5	20
30~39 岁	16	3	1	20
40~49 岁	13	0	1	14
50~59 岁	15	0	0	15
60 岁以上	15	0	0	15
合计	77	17	10	104

由表 1-2，1-3 可以看出，说话场合不同，说的话也不同。基本上，对 30 岁以上的人来说，场合的不同并不影响他们的说话方式；对于老年人来说，武汉话地位不可动摇，场合并不影响其说话方式，也不会因谈话内容而改变语言选择。

而对于 30 岁以下的人来说，场合对他们说话方式影响很大，在非正式场合

与正式场合两种语言的使用比例有较大差异，他们基本上可以根据场合的不同来选择语言。调查中发现，绝大多数年轻人，不论是学习、工作、还是日常生活，普通话地位明显超过了武汉话，并且其差距非常明显。他同时，青少年在普通话的熏陶下成长学习，普通话与武汉方言发生自然融合，使用本地方言时产生变异和分化，造成本地方言中不自觉带上普通话口音^[3]。但总体而言，年轻人没有表现出对武汉话热烈强烈的情感上的认同。但大多数学生对待武汉话的态度是肯定的、积极的。

对普通话、武汉话偏好产生的原因的调查，结果如下：

表 1-4 武汉本地居民偏好讲武汉话与普通话的原因

偏好讲武汉话的原因			偏好讲普通话的原因		
选项	小计	比例	选项	小计	比例
更好表情达意	15	65.22%	更好表情达意	3	42.86%
显得亲切热情	15	65.22%	显得更亲切热情	3	42.86%
显得可信赖	6	26.09%	显得可信赖	1	14.29%
显得精明	1	4.35%	显得文明	4	57.14%
有身份归属感	12	52.17%	便于沟通	7	100%
普通话讲得不好	0	0%	武汉话讲得不好	2	28.57%
习惯	18	78.26%	习惯	5	71.43%
其它	1	4.35%	其他	0	0%
有效样本数	23	--	有效样本数	7	--

从表中可看出，武汉话偏爱者与普通话偏爱者均认为在各自的圈子里用相应语言能更好地表达情意，从而显得更加热情，值得信赖。除去少数由于语言学习障碍导致的偏好选择，武汉话偏爱者多数对武汉话有极强认同感，和身份归属感，交流时可以显得更加精明。而普通话偏好者则认为相对于方言，普通话显得更文明、得体，便于沟通。多数人表示日常生活更多用方言，自然亲切；工作及学习方面更多使用普通话，显得庄重、易沟通。

第四部分是针对未来普通话在下一代普及的态度调查，在共 30 份有效样本中，有 29 人表示一定会教自己的孩子讲武汉话，占总体的 96.87%，而认为不会教子女将武汉方言的仅有一人。的确有些家长担心从小教孩子武汉话，孩子长大就学不好普通话，出门交流有障碍，调查中有个 5 岁儿子的市民黄敏女士坦陈：“小伢讲一口武汉话，显得有点粗鲁，在幼儿园要受老师和小朋友歧视，显得家

教不好。”然而，大部分市民表示对于本土文化的情节的肯定，在孩子学好普通话的同时，会教孩子武汉方言。

其实，在猫扑、豆瓣等社交论坛上，有很多网民议论就关涉对武汉方言的态度。大多数人表示，目前的武汉，大街小巷还是充斥着武汉话，部分市民认为，武汉方言表述着武汉城市精神。在长江网、汉网论坛上，其中“不服周”、“不闹眼子”、“不信邪”均受到多数人认可。

对此，著名评书表演艺术家何祚欢表示，“武汉人自己爱‘痞’自己，还不够了解就轻易否定，武汉话其实是中国最美丽的方言之一，是本土文化的载体”。以其为代表的一部分人认为武汉话完全有可能消失，而方言消失必然成为“世界性的灾难”^[4]。

所以综上所述，绝大多数武汉本地人对于武汉话的态度是较为积极的，而对普通话也比较接受。这与其多年生活的方言环境所产生的文化共鸣有关，故整体来看对武汉本土居民来说武汉话的认同程度略高于普通话。

2. 外来居民方言使用及语言态度情况调查

随着经济的融合，随着武汉城市圈的出现，圈内 9 个城市，乃至全国各城市与武汉的交往日益增多，各地方言交流碰撞也更多。例如一项统计表明，在汉正街上开店做生意加上打货的人，四成以上来自仙桃、天门、潜江、汉川，天沔话似成了这里的“普通话”。

在对外来居民方言使用及语言态度情况调查中，选取调查对象为分布在武昌区、汉阳区、江汉区、汉口江岸区、硚口区、青山区、洪山区，不同年龄阶段，在武汉生活过一段时间，户籍并不在武汉的移民。与武汉本地居民的侧重认读正确性及使用武汉话场合与态度不同，新移民的问卷更倾向于对武汉话的认知、态度、学习意向和学习方式等方面的调查。本次调查共获得总有效样本 217 份。以下为调查问卷结果分析：

由图 2-1 可以看出，由于移民群体多为学生与务工人员，年龄断层较为明显，如继续以年龄划分分析，则不具有代表性。然而，如图 2-2 所示，被调查者的职业分布特性比较明显，较为均匀，故针对外来移民语言态度的调查，可根据职业大致划分为学生、专业技术人员、白领、商业服务业、重体力劳动者五类^[5]。

图 2-1 武汉移民群体年龄分布

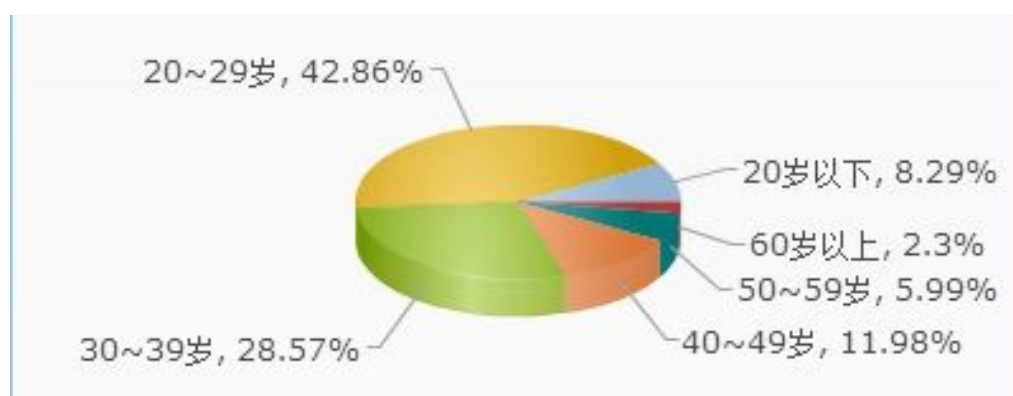
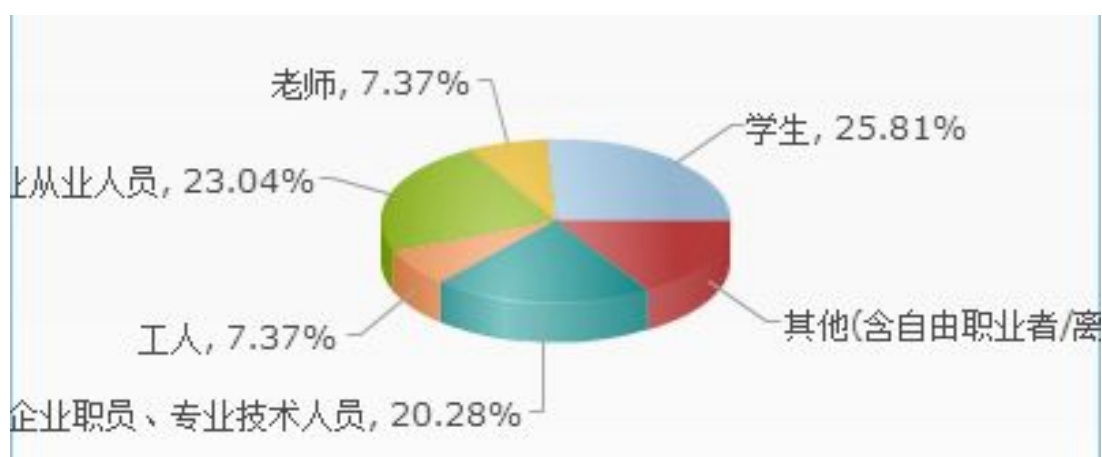


图 2-2 武汉移民群体职业分布



第一部分是新移民对武汉方言第一印象与情感态度的调查,该问题调查中有有效样本数为 54,采用多选方式进行。统计结果如下:

图 2-3 武汉移民对武汉话的印象

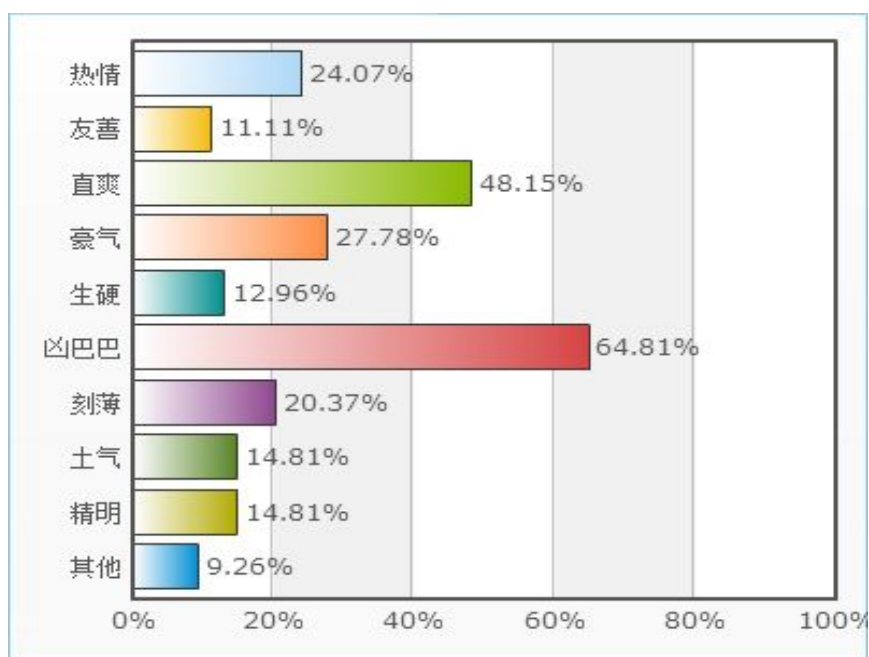
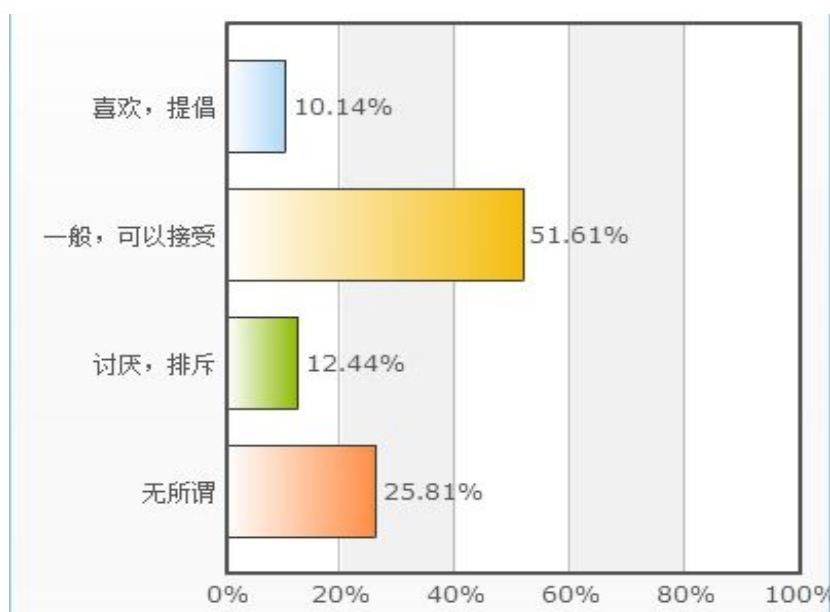


图 2-4 武汉移民对武汉话的态度



第二部分是新移民对武汉话掌握程度调查，该问题调查中有有效样本数为 217。
统计结果如下表：

表 2-1 新移民对武汉话的掌握程度调查表

选项	小计	比例
完全不会	7	3.23%
会一点点	82	37.79%

听得懂，但不太会用	77	35.48%
熟练掌握，沟通无障碍	51	23.5%
有效样本数	217	

图 2-3 与图 2-4 分别是武汉移民对武汉话的印象与态度的统计直方图，从而可以看出超过半数人对武汉话的感觉是“凶巴巴的”，同时也有近半数人认为武汉话很直爽，相当一部人认为其热情、豪气，同时也有人认为武汉话刻薄、土气等。总体来讲，对武汉话印象呈积极态度的与呈负面态度的总比例相对持平。但在对武汉话的情感态度调查中，有近一成移民表示喜欢并提倡武汉话，半数人认为一般，1/4 的人表示无所谓，真正对武汉话表示排斥的人群只有 12%。

从表 2-1 中可看出，近 7 成移民对武汉话的掌握仅停留在会一点点或听得懂，但不太会用的阶段，熟练掌握的占 23%，完全不会的只有 3%。

在调查样本中，不同职业人群对武汉话态度呈现群体特征。

对于外来学生群体，主要是大学生及部分随父母工作迁居武汉少年儿童移民，他们在日常交流中更倾向于使用普通话进行交流，基本不会说武汉话。许多学生初来武汉，对武汉话的情感认可度、兴趣度还是比较强的。调查样本 54 名学生中，85.71% 的学生会主动了解询问与模仿当地方言发音与用法，如“过早”、“造业”、“闹眼子”等。极少数学生（2.3%）表示会通过网络段子，武汉方言节目等了解学习武汉话。但是由于语言接触与学习的机会过少，使得其实际的认同状况与他们的潜在意愿存在很大差距。但是随着在武汉生活时间的增加，他们对本土风情文化有一定认知、习惯、磨合，可能会对武汉话逐渐改观，较难在短时间内表现出太高认可度。

对于高级技术或白领阶层移民而言，其高等教育文化背景及工作需求，决定其对这个城市的功能性认同感也比较强。调查的 47 名白领中，有 45 名表示他们会刻意学习武汉话。虽然他们对普通话的认同仍是高于武汉话，但逐渐因现实需求，也认同并学习使用武汉话。在交流时双语的转换，他们有一定的不适。他们对武汉话的态度趋于中立更偏积极开放的状态。

至于商业服务业阶层移民群体，其开放式服务性质决定普通话的重要地位，但他们也会适度选择语言。有较多的人同时使用普通话、家乡话、武汉话，虽然汉味可能并不太正，但并不妨碍他们积极实践的态度。他们对武汉的认同感也较

强，更接武汉的“地气”，这也从一个侧面反映了他们在武汉长期生活的意愿。

对于重体力劳动者移民阶层(有效样本数 15 人),由于多数受教育程度偏低,普通话普及程度不够,在武汉工作也多不具备稳定性与长效性,其使用本土方言的场合明显偏多,甚至普通话的使用都有一定困难。他们没有太大的语言阶层表现需求,保证最顶限度的交流沟通是第一位的。故而他们中 80%对武汉话持无所谓态度,但如果有交际需求,他们也并不排斥。他们本身并无明显认同感观念。家乡方言占主体地位,会出现方言与普通话混杂现象。

3. 第二部分是新移民将武汉方言作为自己的第二家乡话传承下去的调查,该问题调查中有有效样本数为 217,统计结果如下:

表 2-2 移民将武汉话作为自己的第二家乡话传承意愿调查表

选项	小计	比例
是, 非常乐意	55	25. 35%
否, 完全不想	40	18. 43%
没有考虑过这个问题	122	56. 22%
有效样本数	217	

由上表可看出, 与武汉本地居民将武汉话教给自己孩子的支持者所占比例 96. 87%相比, 新移民认可将武汉方言作为自己的第二家乡话传承下去的比例只占到 25%, 明显低于本地居民。多半移民表示没有考虑这个问题, 完全否定态度的则只占 20%。地域差异与其第一方言的首选性造成了武汉方言在新移民的下一代的传承中出现一定阻力。但情况依然很乐观, 毕竟仍有相当一部分人表示愿意将武汉话作为自己的第二家乡话传承的意愿, 大部分人将随着在武汉地区居住时间增长而对武汉话的态度有所转变。其子女也将随着武汉话的语言环境受到同化, 使武汉话, 家乡话及普通话实现三足鼎立局面。

综上所述, 对于外来学生移民而言, 其语言态度与年龄、居住时间与毕业去向有关。这反映了方言作为一种文化归属认同与语言功能需求的工具性。对于外来务工移民而言, 其语言态度与其工作性质与社会阶层有关^[6]。社会阶层较高, 所受教育较高的人对于语言的态度比之社会阶层较低者更积极主动一些, 更容易

产生身份与文化认同感，但整体程度上对于普通话的认可度更高一些。

结语

由以上调查分析可以看出，武汉居民在整体上是持有一个比较积极的语言态度的，武汉居民对武汉话仍有较强的认同感。目前武汉各界人士如今对“保卫武汉话”非常关注，像《都市茶座》、《经视故事会》、《垮天》等方言栏目也充分挖掘了武汉方言的无限魅力，《话说大武汉》电视台也推出设立四期话题来谈论“尊重和使用的方言”，《楚天都市报》推出“茶馆”与《南岸嘴》专栏^[7]。这一系列举措表明社会对方言文化的重视，也体现了时代的进步。因此所谓的“武汉话会彻底消失”，只是一个警示，提醒人们来关注方言保护，而不是对其过度担忧。

然而“保护武汉方言需要多方面，多渠道的努力。”^[8]对于武汉方言中的精髓，我们还是要抱有意识的传承态度，对于类似“汉骂”要进行回避和过滤，树立正确积极的语言态度。方言与普通话并非水火不容。按照我国语言规划理论奠基人周有光先生的说法，推广普通话是要实现“语文现代化”，普及现代共同语。而“保卫”方言，是维持地域文化生态和日常文化生活的重要手段，以求保持文化的多样性，两者相得益彰。对于武汉方言在与普通话接触过程中的选择、过滤和运用，制定正确的方言运用策略，是提升城市文化品位的一项重要工作，值得我们认真探究。广泛推广普通话的同时，也注意强调方言存在的权利与意义，从而真正发挥语言本身作为文化载体和媒介工具的作用，创造互利共生的双赢局面。无论是从文化层面的考量，还是从现实社会发展趋势的层面思索，这都是一个值得深入思考并认真的对待的问题。

（杨梦、阮桂君）

参考文献：

[1] 调查详情见网址：<http://hb.qq.com/a/20120228/000904.htm>

[2] 调查详情见网址：

http://hb.ifeng.com/dfzx/detail_2013_08/23/1141096_0.shtml

[3] 董福升.普通话与武汉方言接触状况调查[J].赤峰学院学报,2008,(6).

[4] 《凤凰网》：“何祚欢：有些武汉人把武汉话讲得稀烂”

http://hb.ifeng.com/dfzx/detail_2013_08/22/1137439_0.shtml

[5] 雷红波. 上海新移民的语言社会学调查[D]. 复旦大学, 2008.

[6] 具体问卷调查请参照：<http://www.sojump.com/viewstat/3645696.aspx>

[7] 宗丽.大众纸媒方言应用考察-以武汉是区域性报刊为例[J].咸宁学院学

报,2011,(8).

[8]朱建颂.保护武汉方言[J].武汉文史资料,2006,(9).

[9]《方言在武汉人中多起来》 长江日报 2010.08.22 第12版

[10]《部分市民认可武汉方言表述》长江日报 2011.11.17 03版

[11]大部分数据来源“问卷星”:

<http://www.sojump.com/report/2594514.aspx?qc=>

<http://www.sojump.com/report/833707.aspx?qc=>

<http://www.sojump.com/report/3645696.aspx?qc=>

他山之石

美国互联网信息管理模式窥管

一场美苏冷战，互联网应运而生。而美国不仅是互联网的滥觞之地，更是互联网发展壮大之中心。作为互联网起步最早、普及率最高的国家，美国在互联网管理方面经验颇丰，值得借鉴。

美国对于互联网的管理遵循“少加管制、重视自律”的原则。虽说如此，但自20 世纪70 年代制定《联邦计算机系统保护法》第一次将计算机系统纳入法律保护范围以来，美国先后颁布了130多项涉及互联网管理的法律法规，数量堪称世界之最。通过这些高密度的法律法规，美国政府在使得公权干预互联网合法化的同时，也尊重和维护了美国公民的言论自由，使之与宪法精神相符。正如英国学者尼尔·巴雷特所说：“计算机王国不是，也从来没有成为完全独立的社会，一个不用现实法律、条例、警察和军队约束的独立王国。”

一、美国互联网信息管理模式

美国政府对互联网的管理主要从五方面入手，分别是立法管理、技术监管、自律引导、市场调节、国际合作。在这里主要和诸位讨论一下立法管理和技术监管层次的网络管理模式。

1. 立法管理

从立法管理方面来说，上文提及美国涉及互联网的法律法规多达130多项，堪称世界之最。而且近年来美国政府为使其公权干预互联网合法化，出台了一系列相关法律法规。

自二十世纪60年代互联网产生以来，美国出台的重要法规主要包括：《1977 年联邦计算机系统保护法案》、《1984 年伪装进入设施和计算机欺诈及滥用法》、《1986 年计算机欺诈和滥用法》、《1987 年计算机安全法》、《1990 年电子通信秘密法》和《中小企业计算机安全、教育及培训法》、《1991 年高性能计算机及网络法案》、《1994 年计算机滥用法修正案》、《1995 年数字签名法》

（犹他州）、《1996 年电信法》、《1996 年全球电子商务框架》、《1997 年域名注册规则》、《1999 年统一电子交易法》等等。^[1]

尤其是“9·11”事件之后，趁着公民余惊未了，出台了《爱国者法案》。此法案使得美国安全部门获得监控互联网通信内容等权限。随后的《将保护网络作为国家资产法案》规定联邦政府在紧急状况下，拥有绝对的权力来关闭互联网；《信息安全与互联网自由法》规定美国总统有权宣布“信息空间的紧急状态”，并且在此状态下，政府可以部分接管或禁止对部分站点的访问。

从2010年6月起，美国国土安全部分布在各地的指挥中心已开始执行“社交网络 / 媒体能力”项目，对网上公共论坛、博客、留言板等进行常规监控，诸多知名社交媒体及众多热门博客均在监控名单中。^[2]

近年来，奥巴马政府积极推动网络身份证战略，即“网络空间可信身份标识国家战略”，简称“NSTIC”。官方将此比喻为“互联网上的驾驶执照”。美国政府当前正筹备测试线上ID系统，并且首先在宾夕法尼亚和密歇根州试点。此战略使得美国网民的一切网络活动透明化，那么由于网络的匿名性和自由性所带来的网络欺诈、恶意诽谤、网络恐怖主义袭击以及颠覆活动等便可有所收敛甚至胎死腹中。

2. 技术监管

从技术监管层次来说，目前在美国最流行的是分级技术、过滤技术和阻止进入技术。以前两者最为盛行。

分级就是把互联网上的各类内容进行分级整理，就像对电影进行分级那样。分级使得网民在使用搜索引擎时取得直接相关信息，而一些不符合道德规范、法律法规的内容会被屏蔽。较为知名的分级系统有PICS和P3P。这些分级系统通过积累不良信息的数据库系统，制定出筛选标准，帮助网民在使用者端对网络信息进行筛选。

过滤技术主要涉及过滤软件的研发。顾名思义，就是把带有不良信息（通常是一些敏感的关键词）的网络内容进行过滤和筛选。常用的过滤软件包括net nanny、cancelmoose、cybersitter、safesurf等。



美国作为最主要的过滤软件生产国之一，世界各国大多都向其购买这类封堵信息的软件。

美国的网络监控系统也是相当发达的。“食肉动物系统（属联邦调查局）”和“梯队系统（属国家安全局）”是美国开发的针对他国的监测系统。前者可以跟踪目标用户的所有网络活动，后者能够随意监听欧洲大陆所有的电话、传真和电子邮件。

同时美国政府从来不吝嗇于对互联网人才的挖掘和培养。这些高端人才为美国的互联网管理做出了巨大的贡献。

3. 美国互联网管理兼顾个人隐私与国家安全

美国是一个尊重言论自由和个人隐私的国度。自互联网诞生以来，美国陆续出台了《信息自由法》（1966）、《隐私法》（1974）、《电子通信隐私法》（1986）、《个人隐私与国家信息基础结构》白皮书（1995）、《儿童在线隐私保护法案》（1998）等法律法规。但是当互联网活动威胁到他人的权利与自由，甚至国家安全时，个人隐私便极其渺小。上文中有关立法管理的部分便提到了相关的法律法规。所以说美国网民的互联网活动像是在戴着镣铐舞蹈。

二、美国互联网管理模式对我国的启示

我国于1994年4月与国际互联网接轨，自此进入网络时代。互联网在中国发展迅猛：2008年6月我国网民数量一跃超过美国，居世界第一；2009年互联网全面覆盖所有城市；2010年我国互联网普及率达34.4%，超过世界平均水平。中国成为名副其实的互联网大国。

“水能载舟，亦能覆舟。”身为互联网大国，若是不能对网络进行有效的规范管理，任其犹脱缰野马，肆意奔腾，那么其产生的负功能将直接影响社会系统的正常运作。我们在网络管理方面仍然存在一些不足，所谓“他山之石，可以攻玉。”，美国的互联网管理模式是值得我们思考和借鉴的。总的来说可借鉴的有以下几条：建立专门管理体系，完善相应法律法规，增强技术监控能力，加强网民自律引导，引入市场调节机制。

小结

互联网和现实生活社会其实如出一辙。虽说互联网具有虚拟性和自由性，但

随着涉及互联网的法案法规日臻完善，互联网监管技术日益发达，互联网犯罪活动以及不正当的言论也难逃法网。这也验证了瑞典斯德哥尔摩大学传媒学教授安德斯·鲍威尔所持的观点：道德和法律的存在在于人们对于无序状态的担忧，而互联网的开放性必然导致无序的出现，但互联网的秩序迟早会到来的，网络无法也不应该摆脱法律与道德的束缚。在国际上，德国、澳大利亚、墨西哥等国实行了移动电话上网实名制，韩国、泰国、新加坡等国实行了互联网上网实名制。美国政府也在推动“网络空间可信身份标识国家战略（NSTIC）”。此乃大势所趋。我国也应紧跟世界潮流，扬长避短，借鉴他国先进经验，结合自身国情，有效地规范和管理互联网。

（乔娇娇）

参考文献：

- [1] 王静静. 从美国政府的互联网管理看其对中国的借鉴[D]. 华中科技大学. 2006
- [2] 谢新洲. 美国互联网管理的新变化[J]. 新闻与写作. 2013

新词新语快报

1. **妈癌**：就是替人操心，替人着想，朋友遇到问题比朋友还着急，待朋友如同对待自己孩子。症状为唠叨、操心、亲历亲为、不领人情。例如“在室友生病的时候一个小时慰问了 6 次，光荣地成了妈癌患者。”

2. **任性**：用来调侃有钱人不看重钱的做事风格，他们的行为很多时候能让大家大跌眼镜。后来又根据不同的个人特点，延伸出一系列的类似用语，如“长得帅就是任性”“成绩好就是任性”等等。例如“每天都是六菜一汤，别问我为什么，任性！”



3. **伐开心要包包（抱抱）**：网络用语，形容一个人不开心的时候在亲近的人面前撒娇发嗲求安慰，要买包包来满足爱美之心，也要抱抱来感受疼爱。例如“被作业逼成狗，伐开心要抱抱。”

4. **小鲜肉**：主要指 12 岁至 18 岁之间的性格纯良，感情经历单纯，没有太多的情感经验，并且长相俊俏、美丽的新生代男偶像。现在也多用于师兄师姐称呼学弟学妹。例如“师姐得意地说，小鲜肉们来了，又有人可以欺负了。”

5. **吓尿了**：人或动物在收到过度惊吓时会导致小便失禁，这里是用了夸张的说法，指太吓人了。例如“梦里梦到自己被无数只狗狂追，真是吓尿了。”

6. **焦郁碌**：指焦急、郁闷、忙碌。为理想渐灭焦急，为职场拼杀郁闷，为仨饱俩倒忙碌。或殚精竭虑，或熬更打点，或三餐不继，或暴饮暴食，三十功名未近，却只剩尘与土。例如“明天就要考试了，人人都成了焦郁碌。”

7. **55 度杯**：是 LKK（洛可可）设计创新设计集团自行研发、设计、生产而成的第一款“快速降温水杯”，100 摄氏度的开水倒入杯中，摇一摇（约 1 分钟），快速降温至人体可饮用的 55 摄氏度左右温水。“5”代表我，我有温度，两个“5”

代表“爱我（25）。一时间全民总动员不亦乐乎，55°杯俨然已经成了跨年爆款。

8. **也是蛮拼的**：出自爱奇艺热播剧《白衣校花与大长腿》热帖，然后通过《爸爸去哪儿2》曹格之口使其发扬光大，在网络上被大家所熟知，并广泛传播。挺努力的意思，为了达到目的做了自己所能做的一切，具有一定的反讽刺意味。例如“淘宝为了双12把页面改成这个样子(见下图)，也是蛮拼的。”



9. **摩擦摩擦**：出自网络歌曲《我的滑板鞋》，当作者还是一个少年的时候曾非常渴望拥有一双满意的滑板鞋，而如今他穿着时尚的滑板鞋走在回家的路上，在月光下看着身影时远时近，有了滑板鞋，与地面摩擦出魔鬼般的步伐。于是创作了这首歌来表达如获至宝的喜悦心情。例如“一步一步似爪牙，似魔鬼的步伐，摩擦摩擦，根本停不下来啊。”

10. **明明病**：是网络新词，并非疾病，却带有普遍性。对于这类症状，很多网友表示同感，并将这种疾病称为“2014年最高大上的不治之症”。例如“明知道该减肥，却总也忍受不了美食的诱惑；明知道该努力工作，可还是得过且过。”

11. **一百块都不给我**：原起于深圳两男子开房，无知“少女”惨遭网友欺骗弃路边，他骗我！他一百块钱都不给我！他把我丢在这里！好坏的！之后视频被网友加上各种音乐演绎，成为一种调侃语。同时也反映了大家的社会包容度增大，对这样的同性恋并没有一味排斥。



12. **什么仇啊什么怨，有本事就打死我**：公交车上，一男子吃瓜子乱丢，

猛男相劝无果打了他，瓜子哥嘴中不停重复着：我跟你什么仇什么冤，还不断喊着有本事就打死我……人们在批判瓜子哥时，也把什么仇啊什么怨用在了一些自己努力了结果并不尽如人意的的事情，或者形容两个不相关的事情突然撞在了一起。例如“东和天猫到底是什么仇啊什么怨？”

13. **我要为我们伟大的……点赞：**2014 年 12 月 31 日晚，习大大发表新年贺词，称 2014 年中国锐意改革啃下了不少硬骨头，为了做好这些工作，我们的各级干部也是蛮拼的。当然，没有人民支持，这些工作是难以做好的，我要为我们伟大的人们点赞。之后，这句话迅速在网络上传播开来，大家又造出了很多新句。例如“为了刷好微博，我各个时期也是蛮拼的。当然，没有粉丝的支持，这些工作是难以做好的，我要为我们伟大的粉丝点赞。”

14. **我的项链两千多：**哈尔滨一个眼镜妹把取款机当梳妆镜来照，招致别人不满，发生冲突，眼镜妹在被打的时候喊着“我的项链两千多。”后被网友用来调侃，戏说自己是有钱人。例如网友把以上几句用诗句串起来，来个最新诗词赏析“衣带渐宽终不悔，一百块钱都不给。旧时王谢堂前燕，什么仇啊什么怨。日出江花红胜火，有本事就打死我。四海皆传古镜歌，我的项链两千多。”连苏宁易购也在双 12 来临之际用这些热门词语来为打折做广告。



15. **你家里人造吗：**出自在网吧看新闻的网民发的“你在这这么屌，你家里人知道吗？”。这句话被反复转载，“你家里人知道吗？”瞬间成为网络流行语，充满发展潜力和反复使用的可能性，给了网民无限的灵感。现在人们多被人们说成“你家里人造吗？”例如人们在调侃朋友聪明的时候会说“你这么机智，你家里人造吗？”

16. **大爷式占座：**指男性将双腿张开的坐姿，特别指他们用这种坐姿将身边拥挤的人群挤开，或阻止别人坐他们旁边的座位。美国网民近期将这种行为

称为“manspreading(大爷式占座)”。



17. **你行你上啊**：从篮球迷的争论中而来的流行语，“你行你上”意思很明确，槽点也很明确，英文翻译为“You can you up”。例如“看个球赛各种嫌弃别人打的不好，你行你上啊。”



You can you up a
你行你上啊！

18. **脑洞大开**：脑洞是从脑补衍生出来的词。脑洞越大补得越多。脑补，即脑内补完。动漫方面的用语。通常是指在头脑中对某些情节进行脑内补充，对漫画中、小说中以及现实中自己希望而没有发生的情节在脑内幻想，也有发挥想象力和给大脑补充新的知识的意思。例如“看了大头娃娃版武媚娘，突然就脑洞大开了。”

(关鹏宇)

◆内部资料 免费交流
◆引用本刊 请予注明

指导：教育部语言文字信息管理司

主办：中国语情与社会发展研究中心

主编：赵世举

本期执行主编：张延成

编委：（按姓氏音序排列）

冯学锋 赫琳 黄晓春 李 佳

欧阳晓芳 阮桂君 田 源 王宇波

张延成 赵世举

刊名题字：眸 子

封面设计：范海鹏

邮政编码：430072

联系电话：027-68754320

出版日期：2014 年 12 月