

目 录

(2015年第4期 总第二十三期)

· 热点观察 ·

| | |
|----------------------------|----|
| 面向“一带一路”建设的语言服务问题成热点 | 1 |
| 大陆和台湾的文风差异受关注 | 8 |
| 方言版颜文字表情受热捧 | 13 |
| 网络低俗语盘点 | 15 |
| 生僻字受热议 | 18 |
| “窝心”一词惹争议 地域文化大碰撞 | 23 |

· 专项调查 ·

| | |
|---------------------------------|----|
| 2015年语言教育产业的“互联网+”发展现状与思考 | 26 |
| 语言类微信公众号使用状况调查 | 33 |
| 汉语方言使用状况的四种类型及相关对策 | 44 |

· 新词语快报 ·

| | |
|--------------------|----|
| 2015 新媒体锐词盘点 | 46 |
| 新词新语 | 53 |

• 中心要闻 •

| | |
|--------------------------------|----|
| 武汉大学召开专题会议研究语情中心建设工作 | 55 |
| 语情中心开始招收语言政策与语言规划博士生和博士后 | 55 |
| 语情中心三项成果获批示和采用 | 56 |
| 语情中心创办“语言与国家”茶座 | 57 |
| 语情中心学者谈“推普-方言保护” | 58 |

面向“一带一路”建设的语言服务问题成热点

2015年3月，国家发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》之后，语言及相关领域也积极响应，或出谋划策，或厉兵秣马。本刊上期发表了《“一带一路”建设推动语言战略研究及相关事业发展》一文，对当前“一带一路”相关的语言规划和语言战略研究进行了综述，本期我们着重从语言服务角度加以跟进。

一、各方在行动

（一）积极研讨 献言献策

本刊上期《“一带一路”建设推动语言战略研究及相关事业发展》一文已报道过武汉大学中国语情与社会发展研究中心会同广西大学语委等机构于6月6日在南宁主办的“服务‘一带一路’战略的语言资源建设与开发利用学术研讨会”，相关领域专家学者济济一堂，专题研讨了“一带一路”语言服务问题。此外新华网等媒体做了宣传报道，《中国教育报》以《“一带一路”需要语言服务跟进》为题对会议研讨成果进行了较全面综述，会议论文集即将由社会科学文献出版社推出。

6月23日，教育部语信司主持召开“推进‘一带一路’战略背景下语言规划研究座谈会”，全面谋划服务于“一带一路”战略的语言研究规划，与会领导和专家从不同角度提出了很多很好的设想和建议。

10月12日，宁夏大学举办“‘一带一路’战略与中国语言文化对阿传播高峰论坛”。专家们深入探讨了中国语言文化如何在阿拉伯国家更有效地传播，以及如何制定国家语言文化政策来推动这一进程，提升中国文化软实力。

11月2日，教育部语言文字应用研究所和江苏师大语言能力协同创新中心在徐州主办“‘一带一路’语言能力建设研讨会暨中国语言智库高峰论坛”，就“一带一路”语言服务问题展开了研讨。

12月3日，国家语言资源监测与研究少数民族语言中心举办“少数民族语言中心工作研讨会暨‘一带一路’民族语言服务高层论坛”，与会代表就民族语言研究工作如何更好地服务于“一带一路”建设等国家战略，加强与地方政府、企业协同，共同建立“产学研”结合的合作模式等进行了热烈的讨论。



（二）增加专业、培养人才

3月28日，北京外国语大学提出，为服务“一带一路”战略，未来五年内将开设的语种数扩大至百种以上。

5月14日，广东外语外贸大学召开会议，研讨与“一带一路”相关的语言文化学科建设，提出加强东语学院与其它单位的交流，由纯语言研究向国别研究发展。

9月15日，北京大学启动“‘一带一路’外国语言与文化系列公共课程”，旨在培养兼具专业素养和外语交流能力、精通“一带一路”沿线国家语言的复合型人才。

9月22日，北京语言大学“一带一路”研究院（西南）和北京语言大学华文学院（西南）揭牌，旨在整合滇西科技师范学院面向南亚、东南亚的国门高校优势，以及华文教育基地和小语种人才建设基地优势，充分发挥临沧在“一带一路”建设中无可替代的区位优势和重要作用。

12月30日上午，“新丝路”国际学院在武汉工商学院正式揭牌，专门为“一带一路”国家的企业和学校培训职业人才，计划于9月份开始培训一批国际经贸（世界语方向）人才。

（三）出版书籍 发展产业

11月2日，首部“一带一路”语言服务工具书《“一带一路”沿线国家语言国情手册》在江苏徐州正式发行。该书由江苏师范大学语言能力协同创新中心牵头编著，商务印书馆出版，呈现了“一带一路”沿线64个国家的语言状况。

12月3日，宁夏大学和社会科学文献出版社举办“中阿文化交流数据库启动仪式暨《‘一带一路’上的语言系列丛书》首发式”，该书助于社会了解“一带一路”沿线国家语言状况与政策。

在语言服务产业开发方面，一些企业也已着手打造面向“一带一路”的语言服务平台和产品，例如“小尾巴翻译”APP采用众包人工翻译模式解决用户出国语言不通的问题；百度翻译契合国家战略需要，逐步支持“一带一路”沿线国家的语种，包括阿拉伯语、爱沙尼亚语、保加利亚语等，未来还将扩充更多语种；武汉传神信息技术有限公司通过“语联网”构建语料库，以推动语言的标准翻译工作，固定语料、术语翻译都会被放入语料库，从而实现术语的统一、语料的复用，帮助语言文化更好的传播、传承。

（四）政府支持 听取建议

6月23日，教育部语信司召开“推进‘一带一路’战略背景下语言规划研究座谈会”之后，研制出台了《推进“一带一路”建设语言规划研究行动方案》，并于12月批准了首批6个科研项目，鼓励各高校、科研机构以及相关企业等积极开展与“一带一路”有关的语言政策、语言规划、语言状况调查、语言保护、汉语传播、语言服务、语言产业等方面的研究，为“一带一路”建设提供语言文字基础科研支撑；

12月11日，国家发改委西部司召开“‘一带一路’语言资源建设座谈会”，了解有关部门在“一带一路”沿线国家语言资源建设方面所做的工作和下一步打算，并听取了他们的建议。

二、专家献计策

（一）语言相通是基础保障

本刊上期《“一带一路”建设推动语言战略研究及相关事业发展》一文已报道过的由武汉大学中国语情与社会发展研究中心会同广西大学语委等机构主办的“服务‘一带一路’战略的语言资源建设与开发利用学术研讨会”上，很多学者就该问题提出了重要意见。武汉大学教授、中国语情与社会发展研究中心主任赵世举提出，“五通”的关键是要搭建人心联通桥，语言文化融通是“一带一路”建设的基础工程、先导工程和民心工程；厦门大学教授、国家语言资源监测研究教育教材中心主任苏新春则认为，“一带一路”的延伸，首先是语言先行、沟通先行、发展和谐关系先行。

在这次会上，还有很多专家学者对语言相通的具体途径进行了阐释。教育部语言文字应用研究所副所长魏晖研究员提出，语言互通应包含在“一带一路”互联互通的建设内容之中，纳入“一带一路”建设规划。他还提出了语言互通的四条途径：选择沿线国家较常用的一种或多种国际通用语作为主要交际语；推行沿线国家比较认可的一种或多种语言作为主要交际语；提升个体语言能力；发展机器语言能力。中国社会科学院民族学与人类学研究所研究员黄行在发言中指出：我国与“一带一路”国家分布着许多相同的语言，绝大多数跨国语言使用不同的文字体系，有的即使文字体系相同但字母设计存在一定的差别。而文字的差异不仅会影响书面交际行为，甚至可能导致文化遗产、标准语认同和语言政策的差异。深入研究这些问题，制订恰当的交流合作策略，努力避免文字差异带来各方面的分歧、误解和冲突，是“一带一路”建设非常值得重视的课题。新疆大学教授王新青翔实深入地分析了中亚五国较复杂的语言状况及语言政策，为推进我国与这些国家的语言文化融通提供了重要参考。武汉大学教授、中国语情与社会发展研究中心副主任张延成则运用现代信息技术手段，对国内外丝路语言研究文献信息进行了挖掘分析，探讨了为打造“人文丝路”和为丝绸之路建设提供信息服务的重要性和可行性。

9月22日，北京语言大学党委书记、中国语言文字规范标准研究中心主任李宇明教授在《人民日报》发表《“一带一路”需要语言铺路》一文，指出：“海行靠舟，陆运需车。语言，即思想之舟舆。在推进‘一带一路’建设中，语言应起到铺路、搭桥的重要作用。贸易畅通、货币流通，更是离不开语言服务，需要语言支撑。”

（二）语言服务规划势在必行

同样，在6月6日的“服务‘一带一路’战略的语言资源建设与开发利用学术研讨会”上，国家语言文字政策研究中心副主任、上海教育科学院高教研究所副所长张日培将“一带一路”语言规划中的重难点问题概括为：中西部现代化进程提速背景下的语言资源保护研究、跨境语言与周边安全研究、丝路外语教学政策与规划研究、沿线国家和地区的汉语传播研究、沿线国家和地区的华语教育研究、“一带一路”话语体系研究和语言智库建设与研究等七个方面。赵世举则将面向“一带一路”的语言建设必须满足需求总结为语言文化融通需求、语言人才需求、语言产品需求、语言应用服务需求和语言学术需求五个方面。魏晖也就加强语言能力建设提出了四个重点：国别研究；具体问题研究，如结合投资、建设、贸易、旅游等



相关语言能力研究，并将研究成果产业化、产品化、实用化；比较研究，如沿线国家语言文字比较研究、语言政策研究等；协同创新，即注重不同学科协同、沿线国家之间的协同等。中国语情与社会发展研究中心语情监测分析室副主任李佳则就调整我国外语人才培养格局，尤其是优化地区布局发表了看法。

6月23日，在教育部语信司召开的推进“一带一路”战略背景下语言规划研究座谈会上，李宇明指出，应在“一带一路”五大联通的基础上明确提出“语言互通”。他认为服务于“一带一路”的语言规划是以往语言规划研究的延伸，属于国际语言规划，重点要建设好五大工程：一是语言调研工程，二是语言人才工程，三是译介工程，四是语言服务工程，五是语言产业工程。

张日培指出，服务于“一带一路”的语言规划应当统筹国内和国际语言生活两个大局，既要探讨国内语言生活、语言生态的变化趋势及其对策，又要分析沿线国家和地区的语言生活、双边和多边交流的中的语言使用，更要思考旨在争取人心、赢得民意的人文交流对语言文字的需求。

赵世举教授指出，要深入研究“一带一路”建设的语言需求，制定专门的语言规划，加快培养相关人才，创新语言资源开发，构建相应的语言服务体系，尤其是要在与沿线国家的语言文化融通方面发挥积极作用。他还建议，服务“一带一路”建设的语言规划应着眼国家语言文字发展的全局和长远建设，在已有规划的基础上调整和优化。

中国外语战略研究中心沈骑教授认为，“一带一路”战略面临的语言问题分为内源性、外源性、双源性、多源性四类，并建议：1.中外合作出版沿线国家和地区语言生活状况报告蓝皮书；2.加强对沿线国家和地区的民族志研究；3.加强对沿线国家相关的舆情监测；4.建设语言智库建设，开展针对不同语言问题的对策研究；5.加强人才培养。

商务印书馆总编辑周洪波表示，相关语言规划研究要对接关于“一带一路”的主流研究，针对主流研究的迫切需求；要使理论研究“接地气”，通过做好相关出版工作，提升研究成果的实用价值，如出版沿线各国主要语言和汉语的精编双语词典。他还建议语委要加强统筹和顶层设计，整合全国的资源开展项目研究和工程建设工作。

国家语言能力发展研究中心文秋芳教授建议建设“一带一路”语言服务工程，编制《“一带一路”沿线国家和地区生活用语手册》，出版《“一带一路”沿线语言生活状况报告》，搭建相关网络语言服务平台，并推进相关政策、理论研究。

10月，沈骑在《云南师范大学学报》发表文章《“一带一路”倡议下国家外语能力建设的战略转型》指出，面对国家定位转变的新形势，我国国家外语能力建设亟待战略转型，即：国家外语能力导向从“引进来”向“走出去”的转型，国家外语能力需求从“内需型”向“外向型”转型，国家外语资源种类从“单一型”向“多元化”转型，国家外语资源质量从“工具型”向“专业型”转型。他还建议：设立外语规划部门，统领外语能力建设；开展外语需求调研，制定外语能力标准；完善语种规划机制，启动“战略语言”规划；加强外语人才规划，推动外语学科转型。

11月，教育部“长江学者”特聘教授、江苏师范大学语言能力协同创新中心主任杨亦鸣在《人民日报》发表文章指出，语言服务和语言能力问题在“一带一路”建设中具有基础性

和先行性，推进“一带一路”建设，对提高国家语言能力提出了紧迫要求。“解决‘一带一路’建设中的语言问题，需要迅速构建相关语言服务和语言人才培养应急体系，这也是国家语言能力的一种体现。”

（三）语言人才培养需求迫切

6月，李宇明教授建议，成立“一带一路”语言研究中心，开展专门研究；通过实施“‘一带一路’语言问题研究百篇博士论文工程”，支持、鼓励国内人才走出去对沿线国家和地区的语言生活和语言政策开展实证研究。

7月，中国语情与社会发展研究中心李佳、广西大学汉语国际教育中心李静峰综述“服务‘一带一路’战略的语言资源建设与开发利用学术研讨会”的观点说：“就现实而言，由于我国长期主要聚焦于欧美语言，对‘一带一路’区域的语言关注不多，准备不足。无论是熟悉的语种数量、可用的语言人才，还是语言产品及相关的语言服务，都难于满足‘一带一路’建设的需要。因此，适当调整我国语言规划，切实加强语言建设，提高语言服务能力已是当务之急。”

11月，杨亦鸣在上述文章中表示：“对我国来说，使用特殊教学法随时灵活培养急需的语言人才，或者采用语言志愿者方式，将志愿者放到相关国家和地区培养和储备，同时建立详细信息档案以便国家随时征用，都是语言服务人才培养的新途径。语言人才培养需要创新思维方式、改革培养机制，走协同创新之路。”

（四）话语体系亟待完善

9月，李宇明在上述文章中表示：“‘一带一路’建设的基本理念是互利共赢，表现在语言理念上就是提倡平等互惠，应尽快启动‘一带一路’术语研究，制定有关术语使用与翻译原则，摸清底数、列出清单、组织调研，建立语言数据库。在此基础上，编辑各国语言志，编纂单语词典、多语词典及各种专业词典，编写教科书及普及用书等。‘一带一路’建设的基本理念是互利共赢，表现在语言理念上就应提倡平等互惠。在各种概念的中外翻译中，也应尊重各种文化的语言使用习惯，注意词语使用得体。”10月，清华大学/广东外语外贸大学教授罗选民指出，在全球化的语境中，在不损害中国文化精神的前提下，以最合适的方式来解读和翻译最合适的典籍材料，从而达到消解分歧，促进中外文化的交流，极大地满足西方受众阅读中国典籍的需要。

12月，武汉大学文学院教授、中国语情与社会发展研究中心副主任赫琳在《中国教育报》发表《“一带一路”需要合适的话语体系》一文，指出：“‘一带一路’构想提出后，迅速成为国内最热门的话题，形成了非常强劲的舆论氛围。这对于推进“一带一路”建设固然具有积极的意义，但值得注意的是，其中某些话语站在他国的角度看，会有不爽之感，甚至可能产生误解和抵触。因此，有必要重新审视关于“一带一路”的各种话语表达，调整某些不恰当话语，构建得体的话语体系，以避免引起他人对“一带一路”构想的误解和担忧，更多地争取国际社会的理解和支持。为此，她提出了如下几点建议：第一，要校准话语基调，按照中央关于“一带一路”建设的精神，构建以合作共建、互利共赢为主旨的话语体系，充分体现“亲诚惠容”的主旋律。第二，系统整理关于“一带一路”建设的关键性词语，在充分研究“一带一路”沿线国家的文化、政治生态和语言表达习惯的基础上，有针对性地优选词



语,调整不合适表达。第三,组织不同领域专家,专门研究涉及“一带一路”关键词语的外文翻译问题,一一确定相关重要语种的对译形式,对外发布,引导社会规范使用,也为相关国家提供翻译样本,以免误译误用。第四,增强“一带一路”话语权意识,针对国际上有关话语反馈,进行及时、灵活、有效的应对,争取主动,避免被动。

(五) 语言产品有待开发

赵世举教授在《“一带一路”建设的语言需求及服务对策》一文中提出,要大力开发如下几个方面的语言产品:第一,功能互补的语言学习产品,例如教材、教学辅导资料、课件、音频视频课程、工具书、电子词典、网络学习资源、语言学习软件等;第二,方便适用的语言应用产品,例如便携式多语言翻译器、跨语文阅读器、高速率不同文字输入法等;第三,丰富多彩的语言文化产品,即以不同语言文字为元素或为载体的能够满足“一带一路”沿线国家不同文化需求的各种文化娱乐产品,例如适合跨语种消费的文学作品、影视戏剧、文化知识读本、学术著作、游戏、玩具等等。

中央财经大学新闻传播研究中心联合主任、智囊传媒总裁傅强表示,靠传统的翻译公司来解决上百种语言的问题是几乎不可能做到的,只有大的数据平台,才能解决这么大的问题。语联网的设想,就是希望用大数据、互联网的手段,给行业提供一个产业化的途径,共同整合资源,共享多语信息服务市场的红利。

三、结语

由上可见,面向“一带一路”建设的语言服务问题得到了广泛的关注,已经初步呈现政府在谋划、学界在研究、相关方面在行动的可喜局面,但整体规划协调尚显薄弱。“一带一路”建设是一项综合性、长期性的伟大事业,是国家发展的全方位推进,对语言的需求也将是多层面、全方位的,因此,国家做好统筹规划是当务之急。

“一带一路”建设的语言服务,工程巨大,需要深化相关研究,政府与民间双手推动,需要公益服务与有偿服务双腿行进。应整合各方面力量包括相关国家力量,努力为“一带一路”建设提供包括语言规划、语言咨询、语言教育、语言翻译、语言技术支撑等在内的各种语言服务。

参考文献:

- [1]搭建语言平台共享语言红利[N].长江日报.2015.10.05(第2版:要闻)
- [2]黄行.我国与“一带一路”核心区国家跨境语言文字状况[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版).2015(5): 1-8.
- [3]加尼姆·希卜里 “一带一路”建设要利用好互联网[N].新京报.2015.12.15(第038版:世界互联网大会会刊·访谈)
- [4]李佳、李静峰.“一带一路”需要语言服务跟进[N].中国教育报.2015.07.15(第006版:理论周刊)
- [5]李宇明.“一带一路”需要语言铺路[N].西安日报.2015.09.28(第07版:理论与实践)
- [6]沈骑.“一带一路”倡议下国家外语能力建设的战略转型[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版).



版).2015(5): 9-13.

[7]魏晖.“一带一路”与语言互通[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版).2015(4): 43-47.

[8]我国首部“一带一路”语言服务工具书正式发布[N].江苏教育报.2015.11.04(第 A2 版:综合新闻)

[9]杨亦鸣.提高国家语言能力迫在眉睫(刷新见解)[N].人民日报.2015.11.24(第 07 版:理论)

[10]“一带一路”需要合适的话语体系[N].中国教育报.2015.12.16(第 06 版:理论周刊)

[11]语言能力建设,为“一带一路”铺路搭桥[N].江苏教育报.2015.11.06(第 A2 版:综合新闻)

[12]张日培.服务于“一带一路”的语言规划构想[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版).2015(4): 48-53.

[13]赵世举.“一带一路”建设的语言需求及服务对策[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版).2015(4): 36-42.

[14]周倩.“一带一路”视野下的东南亚汉语推广市场分析[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版).2015(5): 71-76.

王宇波 谭昭 (武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)



大陆和台湾的文风差异受关注

一、缘起

11月7日，“习马会”在新加坡举行，习近平与马英九分别致辞。二人的致辞因各具特色成为“习马会”的一大亮点，引起了人们的关注。习近平在致辞中用俗语“打断骨头连着筋”来形容国共两党恩怨情仇的兄弟关系；马英九则引用张载的“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”来展望两岸同胞的美好愿景。前者通俗生动、简洁明了，而后者引经据典、典雅贴切，体现出不同的语言风格，于是人们由此将两人讲话风格差异延伸到对大陆和台湾文风的比较上来了。

二、社会反响

“习马会”后，比较大陆和台湾文风差异的文章频现各大网络媒体，如新浪网、搜狐网、凤凰网、青年网、中华网等纷纷发文或转载，各大微博、微信、论坛等更是讨论热烈。举例如下：

| 网络媒体 | 来源 | 时间 | 内容（关注形式） |
|------|--------------------|------------|---------------------------------------|
| 微信 | 微信号： kanchai303 | 2015-11-8 | 闲谈 打断骨头连着筋 VS 為萬世開太平——八一八国共两党文风（撰文） |
| | 天朝史诗 | 2015-11-13 | 国共两党文风之辨：打断骨头连着筋 VS 為萬世開太平(转) |
| | 茶余的微信 | 2015-11-17 | 【思考】大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? |
| 网站新闻 | 壹读 | 2015-11-11 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? by 五人儿(撰文) |
| | 搜狐网 | 2015-11-22 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? (转) |
| 论坛 | 环球论坛 | 2015-11-9 | 从习马会看国共文风哪家强(转) |
| | 中华网社区 | 2015-11-10 | 十年砍柴:从习马会看国共文风哪家强(转) |
| | 360doc 个人图书馆 | 2015-11-12 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? (转) |
| | 百度贴吧 | 2015-11-12 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? (转) |
| | 麻辣社区 | 2015-11-12 | 文气 VS 地气,大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转) |
| | 颖淮论坛 | 2015-11-13 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大(转) |
| | 海口网 | 2015-11-13 | 大陆和台湾的文风 为什么差别那么大? (转) |
| | 西祠胡同 | 2015-11-13 | 壹读百科:大陆和台湾的文风,为什么差别那么大? (转) |
| | 在海一方社区 | 2015-11-13 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转载) |
| | 百度贴吧 | 2015-11-14 | [新闻]大陆和台湾的文风,为什么差别那么大(转) |



| | | | |
|-----------|--------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 搜索引擎(12条) | 今日头条 | 2015-11-9 | 文风影响党运国运? 习马会上, 习近平又做出了表率(转载+评论) |
| | 中国青年网 | 2015-11-9 | 从习马会看国共两党文风哪家强(转) |
| | 新浪博客 | 2015-11-10 | [转载]从习马会两位先生致辞看国共文风哪家强? |
| | 凤凰网博报 | 2015-11-11 | 大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?(转) |
| | 凤凰网博报 | 2015-11-11 | 壹读: 大陆和台湾的文风为什么差别那么大(转) |
| | 网易博客 | 2015-11-11 | 大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?(转) |
| | 张掖市教育信息网 | 2015-11-13 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转) |
| | 突袭网 | 2015-11-13 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转) |
| | 秘书工作 | 2015-11-16 | 从习马会比较国共两党文风的差异文稿撰拟栏目推荐文章(转载+评论) |
| | 温州文化新闻网 | 2015-11-22 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转) |
| | 地方品牌网 | 2015-11-22 | 大陆和台湾的文风,为什么差别那么大?(转) |
| | 新浪博客 | 2015-11-25 | (转载) 大陆和台湾的文风为什么差别那么大? |
| 微博 | 十年砍柴微博 | 2015-11-7 | 你说你的“爲萬世開太平”, 我说我的“打断骨头连着筋”。你引用我陕西的张横渠, 我跟着你湖南的毛乡亲。一种汉语, 两岸各表。(博文) |
| | 十年砍柴微博 | 2015-11-7 | 真酸的人是马英九, 大白话都不会好好说(博文) |
| | 无界新闻客户端 | 2015-11-8 | 说话文、白无优劣, 关键是不要僵化, 看传播对象的感受。(博文) |
| | 《南方人物周刊》官方微博 | 2015-11-8 | 【无界评论 从习马会八一八国共两党文风】@十年砍柴(转) |
| | 新浪微博 | 2015-11-11 | 《[转载]大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大? 壹读百科》[[转载] |
| | 新浪微博 | 2015-11-11 | 《大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大? 壹读百科》(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-12 | 大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大? 【转载】 |
| | 新浪微博 | 2015-11-12 | 大陆和台湾的文风迥异, 知音对象不同。(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-12 | 【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-12 | 中华文化在港台//【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-13 | 文人怎么干得过政委? 【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-13 | 【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) |
| | 新浪微博 | 2015-11-14 | 大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?(转载) |
| | 新浪微博 | 2015-11-16 | 了解一点历史【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) |
| 新浪微博 | 2015-11-19 | 还是通俗点好呀//【大陆和台湾的文风, 为什么差别那么大?】(分享) | |



通过上表，我们大体可以看出：

第一，关注热情洋溢。

第二，关注面广泛，方式多样。很多媒体和众多人士纷纷通过发新闻、微信、论坛、微博等方式予以关注，或写文章，或参与评论，或转载信息等

第三，观点鲜明。有的肯定大陆文风，有的肯定台湾文风。

最早对此给予关注的是无界新闻评论员十年砍柴先生，11月7日他发博文评论称：“你说你的‘爲萬世開太平’，我说我的‘打断骨头连着筋’。你引用我陕西的张横渠，我跟着你湖南的毛乡亲。一种汉语，两岸各表。”“真酸的人是马英九，大白话都不会好好说。”^⑪11月8日，他又发博文称：“说话文、白无优劣，关键是不要僵化，看传播对象的感受”^⑫。同日，他在微信上发表《打断骨头连着筋 VS 爲萬世開太平——八一八国共两党文风》^⑬一文说：“习的大白话是中共八十多年文风的延续；马英九则承继了国民党半文半白的文风。”“中共的通俗白话之威力，远胜国民党的半文半白”，“文风最终决定了格局和胜负”。

11月9日，今日头条《文风影响党运国运？习马会上，习近平又做出了表率》^⑭评论称：“文风真的能影响党运和国运。习近平同志历来重视文风问题。总书记身体力行传承着我们党的优良传统，这次又再给我们做表率。”

11月11日，壹读百科在借鉴十年砍柴的文章基础上，发表了《大陆和台湾的文风，为什么差别那么大？》^⑮。文章进一步解释说：国民党的宣传多是半文半白，使用典故，相对来说典雅深奥，主要是为了向精英说话；而共产党所用的都是平民全能看懂的大白话，格外的通俗易懂、直达人心，并且鼓动性都很强，主要是为了向士兵和农民说话。最后指出：“今天我们觉得台湾文风优雅，只是因为大家的文化都提高了”。

11月16日，秘书工作《从习马会比较国共两党文风的差异》^⑯评论：“文风关系到会风，会风关系到党风和政风。无论从历史上看还是从现实情况看，中国共产党都是非常重视文风建设的，可以为此文提供佐证，因为文风也是社会现实的一面镜子，这也是实事求是哲学思想的重要体现。”

三、不同观点

各种言论归纳起来有三类：

1、肯定大陆文风

【河南省南阳市网友】：马文太飘、太虚、不接地气，习文掷地有声、实实在在。

【盼红军】：印象较深的是以前电影里出现的这样一个镜头：为了向工农大众宣讲团结就是力量，不用多说，找根筷子，一折两段；然后抓一把筷子，怎么也折不断了。寓意团结的力量。生动形象、简单明了！

【正气存内】：真正有学问的人会用通俗的语言把深奥的道理告诉大家，目的是为了提提高民众的思想认识，让大家受益。没有真学问的人就喜欢用别人听不懂的语言才能显示自己高人一等，而民众并不能从听不懂的语言中受益提高。

【半浅清秋霜】：文宣的内容和形式主要不在于表述者本人的文化水平和审美情趣，而



在于宣传对象是哪些人。共产党从成立开始，文宣的对象就重点在工农大众，讲究通俗易懂，直达人心。文风最终决定了格局和胜负。

【专喷公知精蝇】：国民党的文法听着就有股子酸秀才的味道。不务实啊！

【墨之铭】：TG 体现民众大愿所以表达直白得多，GMD 所谓的精英党喜欢玩虚火的。

【忘了 61223635】：我听着文绉绉的，酸酸的。好像不是发自内心的。虚伪的感觉。

【汉语中】：说话不在于文脉有多深，让全部说汉语的人都容易懂就好。你的文脉在深你说的话别人听不懂，哪真叫对牛弹琴。

【墨聪】：其实，打断骨头连着筋挺用的好，一语双关，有时候没必要过度解读。

【南小粉 2】：张载这几句当年连战来大陆就说过，太空了。记得以前胡适就批评过这种言论，说点能办到的人话好不好。

【doraemoniscat】：这种掉书袋的文风适合文人小知识分子的口味，而这种人在政治上恰恰是最没用的，软弱，易怀疑，自命清高。如果一个政党主要支持者是这样的，那么它离没落也就不远了。比如今天的国民党。

【琅琊学士】：我们党白手起家，平淡与真诚是刻在骨子里的精髓。华丽虚荣的东西何用之有！

【章晓华微博】：中共文风还有个极其明显的好处，就是军事命令的执行和军事经验的推广。一个命令下去，下级都能清楚明白上级意图。毛泽东写的《井冈山斗争》、《中国革命的战略问题》通俗易懂，一般识字的底层军官都能看懂并掌握；各个解放区、野战军的军事斗争经验，能得到迅速推广。

2、肯定台湾文风

【天道近】：暂且不论习马文字高低，有一点可以肯定，那就是在传统文化传承方面（包括语言文字使用），大陆经过上世纪五十和六十年代的清洗已荡然无存。

【boreyz】：文白本无优劣之分。关键看是否言之有物。我朝的文宣调子高，但干货少，空洞浮躁。对岸的则有数据有主张有文采，至情至理。

【lily26632472】：仓实凛而知礼仪，大陆的经济好转也到了开始民众精英化的时候，有深厚传统的典雅国学也该复兴了！

【手机用户 4675857060】：两岸的文风不同，台湾有八股文底，大陆以白话文为基础，文字精炼当然是八股文，白话文是直话直说，松散而不够精炼！

【哈杰德】：社会发展到人们需要优雅文化的时刻已经到来，学一学受益。

【北京市网友】：除了马用了几句典，这两篇文白程度差不多啊。马的个人语气反而真诚一些。

【落霞映雪】：其实现在我们可以再重拾儒雅文风了，绝对对现在浮躁的社会风气有改变作用。

【浙江省衢州市网友】：没觉得怎么不妥。反倒觉得国军军歌朗朗上口，唱起来既押韵又有气势，觉得半文半白没什么不妥，而且马的文章大家听起来也觉得不错。

【书剑孤侠】：打断骨头连着筋，血浓于水……你真的觉得这样表达好吗？残酷的斗争思维外化出的语言，怎样都沾着历史内战的腥气！反观人家，那才是四书五经的衣钵传人，



才有着儒雅的气质。

【南华阿凡达】：感觉小马哥更问心无愧些，面对大陆，谦卑而不自卑。

【闻松 V】：两岸领导人的致辞基本可见各自政府思路：大陆习先生主打亲情牌(务虚)，台湾马先生强调价值观(务实)。哪个更具有现代性与可操作性，一见便知。

【淮河之阳的阳光】：感觉，两个人说话一对比，感觉我们像没有文化一样！尽管我也不想承认。

3、主张文风兼容

【形而上学的沉思】：一种汉语，各表东西。秦湘异域，其实一隅。

【爱存心间义在手】：两岸应该互相学习，台湾的传统文化底蕴丰厚，大陆的乡土文学有生活气息。

【光宇之夏】：应该互相学习，大陆是接地气，接地气过了就是从流俗，搞庸俗化！台湾是文绉绉的，太过了就变成了酸腐秀才，要双方取长补短，还要吸取西方文化的优秀质量，中华文明才能发扬光大，否则闭门造车，只会越来越沉沦。

【陇东退伍兵】：两岸的语言是中国化是同根同祖，两岸的文化是一脉相承，两岸历史是上下五千年。台湾的马先生文雅，但是社会不太文明，小社小资本确大风流艳舞狂歌流行不太文雅，当官者语言文雅做法不在规则上很多，统一思想大大达不到大陆的要求，山头主义，宗派主义，党派多而不集中，群众得不到政策的实在效应。

【阳光灿烂开心果】：一个高大上，一个接地气，如果能够在同一个中国下，国民党、共产党、民进党等多党合作平等竞争竞选监督制约制衡合作，百姓享受民主自由选举权利，自己选择自己的执政党，乃大幸事啊！

参考文献：

- [1]<http://weibo.com/shiniankanchai>
- [2]<http://weibo.com/shiniankanchai>
- [3]微信公众号：kanchai303
- [4]<http://toutiao.com/i6215144286766236162/>
- [5]<http://chuansong.me/n/1904993>
- [6]<http://www.msgz.org/article/19/8790.html>

许娜（武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心）

方言版颜文字表情受热捧

一、基本情况

近期，微信推出一系列方言版颜文字表情，受到大家热烈追捧。据不完全统计，微信表情商店里的方言版颜文字表情多达 20 多种，覆盖了汉语七大方言的五个方言区，分别为：

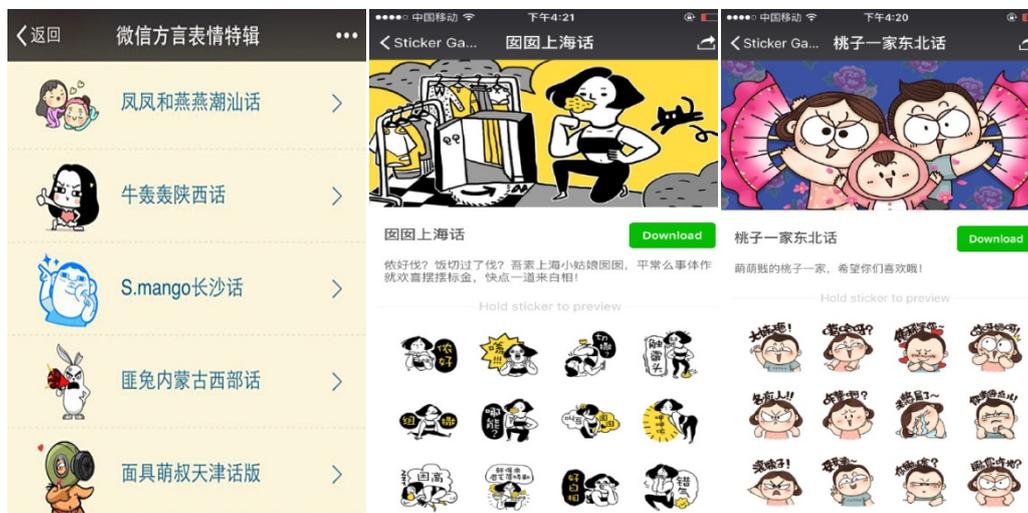
1. 北方方言：东北官话（想念熊东北话、小鸡炖蘑菇、神经大圣东北话、棉裤钢弹之东北话、桃子一家东北话）、北京官话（京腔京韵北京话）、冀鲁官话（面具萌叔天津话）、中原官话（牛轰轰陕西话）、西南官话（肉松武汉话）。

2. 闽方言：主要是闽南语（小红人潮汕话、悠克熊潮汕话、潮汕话版铅笔君、程程潮汕话教室、凤凤和燕燕潮汕话、黄果男闽南语系列）。

3. 粤语：小鲤鱼粤语篇、发发广东话、彼尔德广东话。

4. 吴语：麦拉风上海话、囡囡上海话、彼尔德余姚话。

5. 湘方言：S.mango 长沙话。



这些表情图中的文字以日常生活用语为主，其中俚语最为常见，例如：(1)囡囡上海话微信表情：依好伐？/饭切过了伐？(2)桃子一家东北话微信表情：咋整啊？/哎呀妈呀！/你瞅啥？/瞅你咋地？(3)但是也有一些粗俗话语包含其中，比如东北话表情包：滚犊子！

方言版颜文字表情包都是日常生活中使用频率较高的语句。推出之后，很快就在年轻人中流传开了，媒体也给予了关注。例如，中国社会科学网：《重庆言子表情包 网友直呼“撇脱”已有粉丝团》，潇湘晨报网：《最 nia 塞的长沙话微信表情包上线》，汕头特区晚报：《“做泥”“卖小李”火遍社交网络》，等。



二、受热捧原因

一方面，诙谐幽默的方言表情给网络沟通注入了新的活力，增添了聊天中的乐趣。对那些本来就吸引大家关注的方言，比如粤语来说，不仅能让日常聊天变得更加有趣，还能借助微信这个大平台，将广东方言推向全国，让更多人领略粤语的魅力。

方言是区域特征的标签和地方文化的载体，方言表情不仅让信息沟通更顺畅，而且更生动形象。比如广东话里的“洒洒水”、“毛毛雨”，虽然同样是“小事情”的意思，若用普通话来表达就逊色多了。

另一方面，对于那些公众并不十分熟悉的方言，微信表情商店推出方言版颜文字表情包则是一次进入大众视野的机会。以天津方言来说，很多天津方言词汇已逐渐消失在人们的日常用语中。《面具萌叔天津话》微信表情，极具天津话亲切幽默的特点。如“别褶里”、“搭个搭个呗”、“拾不起个儿”、“给你拿拿龙”等，幽默诙谐的天津方言结合精心为聊天场景设计的卡通动漫形像动画，组合成别具风格的天津方言微信表情，使人们在聊天中增加乐趣的同时也感受到了天津的方言文化。

三、结语

方言的使用空间日益受到严重挤压，如何改变方言日渐衰微的现状越来越引起人们的重视。方言版颜文字表情受热捧，反映出方言在本地地区存在丰富的土壤。微信有着数以亿计的用户应用基础，因此，方言表情有着大量潜在的使用人群。类似《程程潮汕话教室》之类的方言表情在微信表情商店中上架，降低了方言的学习使用门槛，通过社交关系链快速传播，不仅有助同一地区的人用乡音快速拉近距离，也有助于来自不同地区的用户更高效地交流。

郑婷婷（武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心）

网络低俗语盘点*



一、网络低俗语现状

2015年6月2日,由国家互联网信息办公室指导,中国文化网络传播研究会主办的净化网络语言主题座谈会召开。人民网舆情研究室在会上发布了《网络低俗语言调查报告》。^[1]报告显示,2014年全年按照原发微博提及量排行,“尼玛”位居网络低俗词语排行榜第一位,其次是“屌丝”和“逗比”,另外“装逼”、“滚粗”、“你妹”、“草泥马”、“我靠”等榜上有名。网络低俗语排行榜如下:

1.尼玛 2.屌丝 3.逗比 4.砖家/叫兽 5.屌 6.你妹 7.装逼 8.草泥马 9.我靠/我擦/我屮艸芔茻 10.妈蛋 11.逼格 12.特么的 13.撕逼 14.滚粗 15.蛋疼 16.小婊砸 17.傻X 18.跪舔 19.绿茶婊/心机婊 20.碧莲 21.碧池 22.土肥圆 23.你M的 24.矮矬穷 25.焚蛋/坟蛋

(2015-06-02 中国新闻网)

1. 使用情况

人民网舆情监测室根据网民用到的低俗词语,进行了简要的筛选统计,选取25个(组)网络词语进行信息检索,16个(组)网络低俗用词的原发微博数量达到千万次以上,其中4个(组)网络低俗用词的原发微博数量达到了亿次以上。检索中文报刊媒体发现,媒体在标题中使用最多的三个用词是“屌丝”,“逗比”和“叫兽”。而根据网民检索情况分析,网络低俗用词之间存在较高的关联性,“尼玛”、“你妹”、“蛋疼”,“绿茶婊”、“碧池”、“小婊砸”有明显的网民搜索相关性,网络语言低俗恶俗的情况由此可见一斑。^[2]

2. 产生途径

网络低俗语的产生途径大约可以分为四种:一是生活中的脏话经由网络变形而受到广泛传播,例如“草泥马”、“尼玛”等词语同音利用;二是词语因输入法运用而呈现出象形创造,如“屌”、“我屮艸芔茻”、“我凸(艹皿皿艹)”;三是英文发音的中文化、方言发音的文字化使网络低俗语言不断翻新,比如“碧池(bitch)”、“逼格(bigger)”、“装逼(zhuangbility)”、“滚粗(滚出)”;四是网民自我矮化、讽刺挖苦的创造性词语,如“屌丝”、“土肥圆”、“矮矬穷”、“绿茶婊”等。^[3]

3. 起源和发展

细究起来,几乎所有的网络低俗语都来源于贴吧、论坛等网络场所,比如“屌丝”一词起源于雷霆三巨头吧对李毅吧粉丝的恶搞称谓。虽然网络低俗语发端并活跃在网络上,但是网络语言低俗化向部分纸质媒体转移已有显现。一些市场类刊物、文化类报纸甚至党报党刊管理下的都市晨报、都市晚报为吸引眼球,故意制造包含网络低俗语言的标题。例如《绿茶

*本文为国家社科基金青年项目(12CYY030),教育部人文社会基金青年项目(12YJC740106)阶段性成果。



婊只是明骚女汉子才是暗贱》，《马年将到“草泥马”给您拜年了》，《让明星情侣“撕逼”飞一会》等，此类文章无禁忌地使用网络低俗语言，不仅表现出社会文化对女性的不自觉的歧视，也反映出部分媒体无视社会责任。

2015年岁末，大大小小的自媒体和网站陆陆续续发布了“2015年网络流行语”榜单，“然并卵”、“绿茶婊”、“车震”等低俗语赫然在列。而2014年对应的流行语榜单中没有一个低俗词语。《咬文嚼字》杂志社12月15日发布了“2015年十大流行语”，此次评选按照“流行、创新、文明”三大原则，十大流行语竞争激烈，一些流行度较高的语词因种种原因未能入选，如不够文明的“然并卵”等。主编郝铭鉴认为：“‘然并卵’这样的网络词汇既无语言智慧，又无内容形式，只有语言使用者的任性。”^[4]公众已经开始意识到网络低俗语已经是语言生态的“雾霾”。

二、各方观点

中国互联网络信息中心（CNNIC）2015年7月23日发布《第36次中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》），《报告》称，截至2015年6月，我国网民规模达6.68亿，半年共计新增网民1894万人，互联网普及率为48.8%，较2014年底提升了0.9个百分点。^[5]庞大、迅捷的网络系统为网络低俗语的传播提供了便利条件。而关于网络语言的争议也从未停息，大致可以分为三类，对网络低俗语持否定态度、肯定态度以及中立逃避立场。

观点一：“网骂”是种病，必须坚决抵制网络低俗语。

人民网舆情监测室《网络低俗语言调查报告》一发布，便获得了广泛的舆论共鸣。仅仅一星期时间，人民网舆情监测系统显示就有相关新闻4108篇、微博872条、微信648条、博客263篇、论坛帖文805篇。不少媒体、专家、网民发声，表达了自己对网络低俗语的看法，倡导社会各界在网上正确表达，营造积极向上的和谐网络语言环境。

中国语文现代化学会副会长、教育部原新闻发言人王旭明指出，低俗网络语言环境下，人人都可能成为受害者。他呼吁，语言文明是国家精神文明的集中反映，也是国家软实力水平高低的象征，必须重视对网络语言环境的净化。^[6]

青少年国学教育办公室主任蔺玉红表示，面对遏制网络语言低俗等问题，应倡导网友自律，自觉使用规范用语。建议有关社会组织制定网络语言使用规范，倡导社会各界在网上正确表达，吸收“给力”“萌萌哒”这样向上向善的网络语言，卸载“屌丝”“尼玛”这样的低俗发泄。

“网民之间的互相监督很重要，号召网民参与到一些抵制网络低俗语言的讨论中，甚至积极主动对这种现象进行批评和抵制。”清华大学新闻传播学院教授郭镇之接受人民网记者采访时建议，从行政部门发布相应规定、网民参与、法律约束等方面着手，多管齐下。必要时，针对一些具体的情况，比如涉嫌诽谤、侮辱的，可以运用法律手段惩戒“网骂”。

“网络语言现象，是伴随着互联网发展动态变化的共生问题，网络语言，不仅反映着一个阶段的网民情绪、一个时期的社会心理、一个层面的民众素质，同时也反映了一个时代的文明风貌和一个国家的文明程度。”国家网信办副主任彭波说，“言为心声”，希望广大网友能够意识到目前网络上存在的不雅语言现象，从我做起，减少使用不雅词汇。

除此之外，不少网民及时评人撰写文章评议网络语言低俗现象。如凤凰博报网友“时言平”文章《低俗语言是粗鄙文化伴生的怪胎》、光明网社区网友“刘选启”文章《对网络低俗语言要远离、抵制和不使用》、新浪博客网友“章文的文章”《依法治理网络喷子》等，对

网络语言低俗现象进行了探讨和批评，呼吁“每个人都应该谨守不骂人的底线”，并建言通过法律手段打击网络上的越界辱骂。

观点二：“网骂”是网络生活必需品，且有一定的积极意义。

“网骂”倒也未必一定是“在网上骂人”，大多时候并不指向特定的辱骂对象，更多的是自嘲与戏谑。有人说，有网络就会有“网骂”，没必要大惊小怪。更有人认为，现代生活节奏快、压力大，“网骂”有“情绪疏导”的作用。^[7]言下之意，网骂是网络生活的“必需品”。

还有一部分人认为，年轻人最喜欢反传统与颠覆，因此新的词语不断诞生，也逐渐被大众所接受，保持了语言的鲜活性，有一定的积极意义，他们认为要以平常心看待这些网络语言，因为语言本身就不是一潭死水，网络语言的出现不是偶然的，是网民的一种创造，它能丰富汉语的词汇。

观点三：中立态度。

有人将网骂的成因归于匿名等网络特质——一个现实生活中彬彬有礼之人，在网络上也会满口网骂。有人把网骂视为一种言论自由，认为每个人都有按照自己的意愿发表言论的权利，即使是“网骂”，那也是自己的言论自由。

三、思考及建议

网络低俗语已充斥互联网，污染了互联网语言环境和社会风气，应该引起人们的足够重视。因此，低俗语作为互联网“污染物”的主要组成部分，不能听之任之，应加强监管和积极疏导。

其一，网络低俗语很容易识别，对网络低俗语的监管并不困难，关键是有关部门要加大惩戒网络低俗语的力度。其二，网络低俗语的泛滥，大型网站和网媒具有不可推卸的责任。除了对网络低俗语“睁一只眼闭一只眼”外，很多网站和网媒甚至成为网络低俗语的推广者，如《让明星情侣“撕逼”飞一会》这种含有网络低俗语的语句竟然成为文章的标题。因此，网站和网媒必须加强自我约束，同时认真审核其内容，不给网络低俗语立足之地。其三，许多年轻人把低俗当时尚、甚至当个性，是网络低俗语疯传的主要原因。因此，加强对年轻人的教育已是当务之急。从小学到大学，各级学校、媒体和社会都责无旁贷。

参考文献：

- [1]<http://news.163.com/15/0603/14/AR6MK0CU00014JB6.html>
- [2]人民网舆情监测室发布《网络低俗语言调查报告》<http://www.51xw.net/society/2015/10/7288.html>
- [3]粗鄙网络用语为何流行 <http://cul.qq.com/a/20150615/011094.htm>
- [4] <http://news.mydrivers.com/1/461/461534.htm>
- [5] http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201507/23/t20150723_6022843_3.shtml
- [6]专家呼吁净化网络语言:让低俗淡出、让文明回归
http://news.xinhuanet.com/2015-06/02/c_1115491209.htm
- [7]人民日报纵横：网骂岂是“必需品”<http://opinion.people.com.cn/n/2015/0619/c1003-27179245.html>

郑婷婷 王宇波（武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心）



生僻字受热议*

最近电视剧《芈月传》的开播，上海观复博物馆“冷字墙”的出现，让生僻字再度成为人们的热议话题。

一、生僻字的使用情况

近年来，人们关注并讨论的生僻字主要有以下四种情况：

1. 汉字类节目中的生僻字

自2013年《汉字听写大会》火爆荧屏以来，各卫视相继推出“文化汉字”类节目，例如汉字英雄、成语大会等，这些节目考查的文字难度不断升级，频出生僻字。无论是央视播出的《汉字听写大会》，还是全国各学校举办的各种汉字听写大赛，听写的词语难度很高，生僻字大行其道，例如“麤”“尗”“𠂔”“彙”“饕餮”“劓刑”“蹠蹠”等。2015年11月17日，武汉科技大学举办的“汉字听写大赛”就出现众多生僻字，如“踵事增华”“螽斯衍庆”“火龙黼黻”等。

2. 网络上流行的生僻字

网络上流行的生僻字通过以新的词汇意义进入人们的语言生活。2015年7月8日，人民日报官方微博盘点了30个“最常见”的生僻字，包括“囧、糶、奕、炆、壺、天、彙、彙、憇”等。网络生僻字的流行，不仅影响了人们的语言生活，还促进了其他产业的相关发展。例如，“囧”“炆”字流行之初，某运动品牌生产了“囧”系列运动鞋，淘宝商家开始售卖以“炆”为主要元素设计的T恤衫。

3. 影视剧中的生僻字。随着历史剧的盛行，剧中出现的大量生僻字，引起了观众的讨论和思考。2015年11月30日，大型历史古装电视剧《芈月传》登陆北京卫视，剧中有不少生僻字，引发网友热议，掀起了一股全民识字热潮。其中有许多与姓氏、地名等相关的生僻字。例如：

芈[mǐ]，春秋时楚国祖先的族姓。

郢[yǐng]，古代楚国的都城，在今湖北省江陵县。

穰[rǎng]，战国时楚邑，今河南省邓州市。

虢[guó]，西周初期诸侯国名，分东虢、西虢。

媵[yìng]，古代随诸侯女儿出嫁的人。

驷[sì]，古代同驾一辆车的四匹马；或套着四匹马的车。

*本文为国家社科基金青年项目(12CYY030)，教育部人文社会基金青年项目(12YJC740106)阶段性成果。



图 2 “生僻字” 的搜索趋势

从搜索指数来看，对生僻字的关注总体呈波动上升趋势。11 月 29 日后搜索指数开始明显升高，并在 12 月 15 日达到最高，这种现象可能与近期热播的《芈月传》有关。

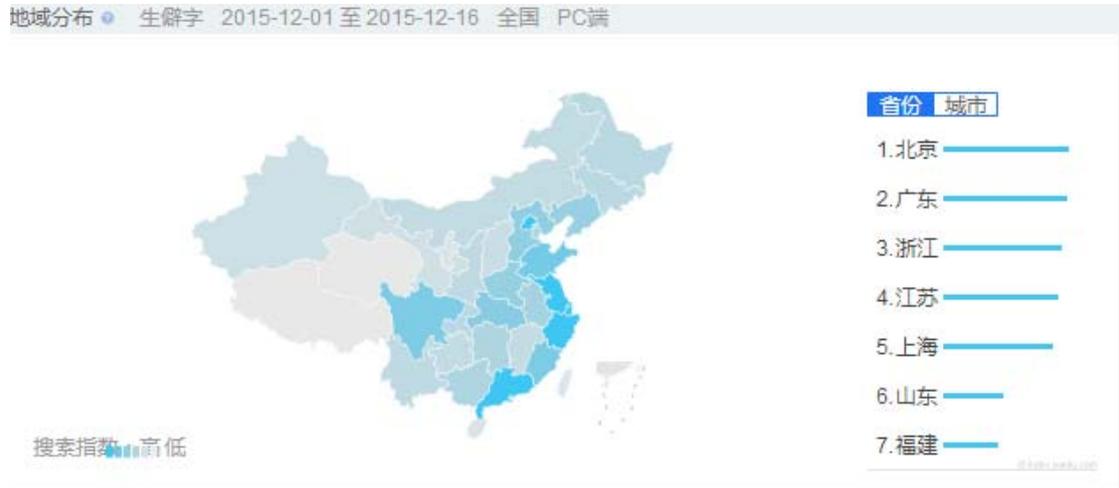


图 3 “生僻字” 的地域分布概况

从地域分布来看，主要集中分布在北京、广东、浙江、江苏、上海等省市。这些地区经济发达，人口密集度高，接受新信息的速度快，所以对生僻字的关注度较高。



图 4 “生僻字” 的使用人群概况

从年龄分布来看，“生僻字”的使用人群主要集中在 20-29 岁和 30-39 岁这两个年龄段。从性别分布来看，77%的使用人群是男性，女性只占 23%。

二、各方观点

（一）赞成使用生僻字

2013 年 10 月，网友质疑央视《中国汉字听写大会》生僻字太多，其总导演关正文认为汉字的书写，能够让大家感知文字的博大精深，从而唤起大家对书写的兴趣和对传统文化的记忆。

2015 年 12 月 7 日，人民网新闻《电视剧〈芈月传〉引热议，生僻字勾起多少文化记忆》认为，生僻字的背后蕴含着很深的文化底蕴和时代印记，可以勾起人们的历史记忆。南开大学汉语言文化学院副教授冉启斌指出，生僻字可以在一定程度上提升当代人的历史文化素养，



因为在生僻字中蕴含着历史文化信息，或是有着时代的印记，可以勾起人们的历史记忆。中国人民大学文学院教授宋文辉也表示，生僻字大多和产生这些字的特定时代的社会生活密切相关。《生僻字勾起多少文化记忆》中，指出从方言口语中的生僻字可以丰富书面语表达，使其更加生活化、口语化。

2015年12月11日，凤凰网发表了生僻字的价值在于记载着的文化和历史的评论。

2015年12月12日，腾讯网《重新认识生僻字有必要吗？》一文中，论述了生僻字流行的原因，汉字生僻字的增多也与汉语的书面语变革相关。。

2015年12月14日，中国科学社会网发布了题为《我们为什么不认识“𠄎”》的文章，论述了生僻字产生的原因和意义。生僻字的价值在于通过自身在古书和字典中的留存，忠实记录下一段语言、文字、社会、民族和文化的历史。

（二）反对使用生僻字

2015年3月10日，新华网《网评最难22个汉字，专家：已经没有了生活意义》一文中，南京大学文学院魏宜辉教授认为，有的生僻字是很晚造出来的，也有很多是方言文字演变过来的，它们都有存在和加以研究的价值，但是从普通人的学习生活来说，这些字就算认识了也没有任何意义。中国人民大学文学院副教授李禄兴认为，文字用于交际的最终目的是追求简捷和效率，而生僻字影响了文字交际的使用价值，也就自然会被社会淘汰。

2015年9月18日，中新网《当代汉语中的生僻字：有的用于取名，有的被当考题》一文，报道了在姓名、文艺类节目中使用生僻字的现象。中国社会科学院语言研究所副研究员唐正大认为，“字不同于词，字作为一个国家或民族的书写符号系统，需要一定的规范，这样才能保证文字在记录语言时的准确性和可沟通性。网络作为新媒体，具有传播快、受众广等特点，更应慎重使用此类文字，尤其应该注意是否用在引号中，是否明确标识出戏谑、娱乐的语境。”

（三）以宽容而严谨的态度对待生僻字

2011年12月9日，海南黄氏网《网络字词属另类酒瓶新装范畴，需宽容对待》一文认为，应以开放的态度看待网络生僻字，加以正确引导，谨慎运用网络语言。太湖无锡网《生僻字风靡互联网引出思考》一文认为，要抱开放、宽容和谨慎的态度对待文字的使用，不提倡学生使用生僻字，也不反对他们接触这些文字，但书面文字必须规范。

三、结语

对生僻字的使用，应根据不同的情况区别对待。大众在使用规范文字的同时，因为某些特殊需要而使用生僻字，我们应以宽容、理性的态度对待。对于一些确实复活的、有价值的生僻字，在条件成熟时也可以考虑吸收到规范字中。而对于滥用生僻字的行为，应予限制，以维护语言文字使用的规范。

参考文献：

- [1] <http://www.changjiangtimes.com/2015/11/517766.html>



- [2] http://news.xinhuanet.com/internet/2009-09/16/content_12062417.htm
- [3] <http://gb.cri.cn/27564/2015/12/02/1042s5185617.htm>
- [4] http://news.gmw.cn/newspaper/2013-07/18/content_1803390.htm
- [5] http://news.cqnews.net/html/2015-12/20/content_36025204.htm
- [6] 《上海人会说不不会写的 10 个汉字》. “汉语学习沙龙” 微信公众号,2015-12-11.
- [7] 《这些四川方言字, 99%的人都不晓得咋个写》. “成都晚报” 微信公众号,2015-12-27.
- [8] <http://media.people.com.cn/n/2013/1018/c40606-23244339.html>
- [9] <http://media.people.com.cn/n/2015/1207/c40606-27896509.html>
- [10] <http://theory.people.com.cn/n/2015/1207/c49157-27896258.html>
- [11] http://hebei.ifeng.com/detail_2015_12/11/4649696_0.shtml
- [12] <http://cul.qq.com/a/20151212/019285.htm>
- [13] http://www.cssn.cn/yyx/yyx_tpxw/201512/t20151214_2780457.shtml
- [14] http://www.js.xinhuanet.com/2015-03/10/c_1114586331.htm
- [15] <http://media.people.com.cn/n/2015/1207/c40606-27896509.html>
- [16] <http://mil.chinanews.com/cul/2015/09-18/7531544.shtml>
- [17] <http://www.huang0898.com/portal.php?aid=1305&mod=view>
- [18] <http://news.thmz.com/col89/2008/09/2008-09-18439708.html>

吴雪琼 王宇波 (武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)

“窝心”一词惹争议 地域文化大碰撞

2015年3月份，微博知名博主“回忆专用小马甲”发了一条关于虐待动物的微博，其中使用了“窝心”一词，引发了广大网民不小的争论，有人认为用词不当，也有人认为没有用错。通过对这一事件的深入整理，我们发现，“窝心”一词在不同方言有着不同的含义，其背后折射的地域文化差异引人深思。

一、一条微博引误会

“近来看到最窝心的新闻了，这是台湾各网站在疯传的一张照片，配图只有一句话：越南5岁女童饲养三年的狗花花意外走丢，几日后她行经狗肉摊时，一眼认出了已经被屠宰的花花……”^[1]这是知名微博用户“回忆专用小马甲”于2015年3月28日发的一条微博，博文中使用了“窝心”一词表达他的心情。这一词语却引发了粉丝评论中的一场较大的误会，有粉丝认为“窝心”一词此处使用不当：

“窝心？难道你那边窝心和我们的窝心不是一个意思吗？”

“哪里窝心？明明很残忍。”

对此，博主“回忆专用小马甲”做出了回应：“怪我没说好，肯定指虐心了，偷狗贼真丧尽天良！”

很明显，博主认为“窝心”的意思是让人难过，而在部分网友的使用习惯中，“窝心”指让人感到欣慰、温暖，由此产生了这个误会。

二、“窝心”词义大调查

天涯社区论坛有网友注意到“窝心”一词的地域差异，于是发起调查，下面摘录一些网友人回复：

1、苏州话中，窝心是体贴，开心的意思。

2、本人沈阳，在我家乡是“委屈、不开心、恼火”的意思。

3、本人山西，我一直理解的是温柔体贴得让人感到不好意思了。

4、本人山东，确实是憋屈不开心的意思。可能是南北的差异吧。其实在影视剧中这样有歧义的词，完全可以找个替代品嘛，避免出现歧义。中国那么大，方言的差异都赶上外语了。大家都用本家方言习惯来演剧和写文章，估计就乱套了。

5、本人杭州，我们这里用作贴心，温暖的意思，

6、东北人，在我们那，窝心是“憋屈”“闹心”的意思。

7、大连人，我一直以为这是“贴心”的意思，用南北方来划分，似乎也不科学……



8、江苏，窝心是贴心暖心的意思。

总结一下，对“窝心”的理解可大致分为4种情况：

A、贬义。楼主（大概是安徽的北方地区）、北方人、重庆人以及湖北人认为是憋屈的意思，也就是说——窝心在“官话”里是憋屈难受的意思。

B、褒义。湖南（湘方言）、安徽（应该是吴语区）、长三角（吴方言）、福建（可以肯定的是闽南话）还有貌似潮汕人的广东人认为窝心是贴心舒心的意思。

C、不了解。浙江温州人（吴闽方言之间）没有窝心这个概念。

D、拿不准。上海人用的是 wuxin，可能是捂心也可能是悟心，但更可能是窝心的变音，可归类到褒义派；广东人（广府话）有妖心妖肺，可能就是窝心窝肺，可归类到贬义派。

根据天涯社区的讨论，南方人普遍认为是“贴心，温暖”的意思，北方人普遍认为是“委屈、不开心、恼火”的意思，并且南北方的网友们都拿出了该含义的来源解释，如一上海网友解释道：“窝心是上海话中的‘开心，高兴’的意思，而在上海话中，和其相反的词叫：‘窝色’。‘窝色’这个词中还带有：心里堵的慌；想说又说不出来的意思。”一江苏网友解释道：“南方没有暖气，冬天煮的东西很块会冷掉，于是用稻草扎成一种小窝样的东西，刚好可以把锅放进去保暖，这东西叫窝窟，久而久之就引申出窝心这个词。”而北方的网友表示，“窝心”与“窝火”的意思差不多，都是让人生气。

三、词义和用法梳理

（一）词典释义

南北方言的这两种含义在中华书局出版的《汉语方言大词典》“窝心”条均有收录：

（1）受到委屈而憋闷、恼怒，是北方方言，包括东北官话、北京官话、胶东官话和晋语等四种次方言中均这样使用；

（2）高兴、满足，是吴方言，上海方言和苏州方言中使用。

（二）近代白话文作品中的用法

清朝小说《三侠剑》：“陶氏说道：‘公了，咱们有现成的宅了，为什么在这儿受他们这个窝心气呢？’”意为“苦闷”，作者为天津人。

清朝小说《九尾龟》二：“恰被梁绿珠扭过身来，附在秋谷耳朵上悄悄地说道：‘恩得来，阿要窝心。’”意为“高兴”，作者为江浙地区人。

从以上近代白话文小说中“窝心”一词的使用可看出，可能从一开始，“窝心”在南北方言中就有两种截然相反的意思。

（三）现代文学作品中的用法

在现代文学作品中，即便一些文学大家，也在这一词语时产生了分歧。

老舍《骆驼祥子》十五：“他窝心，他不但想把那身新衣扯碎，也想把自己从内到外放在清水里洗一回。”此处意为受到委屈、侮辱或诬蔑，不能表白而心中苦闷。老舍为北京满族正红旗人。

茅盾《多角关系》第十三：“哈哈！陶乐翁他们也躲着我们窝心去了！哈哈！”此处意为



开心快乐或高兴满意。茅盾为浙江省嘉兴市桐乡市人。

综上所述，“窝心”是一个方言词汇，由于南北方语言使用习惯以及气候导致的生活习惯的不同，“窝心”一词产生了不同的含义。南方人倾向于将“窝”理解为“让人温暖舒适”，因此在南方方言中“窝心”意为“高兴、满足”；而北方人倾向于将“窝”理解为“让人不愉快、憋屈”，因此在北方方言中，“窝心”意为“到委屈而憋闷、恼怒”。

四、“窝心”事件的文化思考

语言与文化有着非常密切的联系，“窝心”事件的背后折射出的其实是地域文化的差异。中国南北方自然环境差异较大，日积月累导致的文化差异也很自然地反映在语言上。

在我们的日常用语中，这类现象其实极为普遍，除了“窝心”以外，常见的还有“媳妇”、“馒头”等。“媳妇”一词，北方人倾向于将其理解为“自己的妻子”，而南方人倾向于将其理解为“儿子的妻子”；“馒头”在一些南方地区是有馅的，而在北方地区则是没馅的。在日常交流中若不了解其中的文化差异，就很容易由语言上的误会引发不必要的争端。

互联网时代，信息交流更为便捷，不同地域文化之间的交流也更为频繁。这更加要求我们，无论是虚拟空间还是现实空间，在语言使用和理解时都必须注意地域文化的差异性，要增进地域文化之间的相互理解和包容，避免误解和曲解，更要抵制那些借语言问题制造地域文化对立的言行，努力构建和谐语言生活和和谐社会。

参考文献：

[1] 新浪微博 <http://weibo.com/1796651060/follow?rightmod=1&wvr=6&search=回忆专用小马甲#place>

赵维宁 李佳（武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心）



2015 年语言教育产业的“互联网+” 发展现状与思考

一、引言

“互联网+”代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。语言教育和互联网结合，将互联网运用到语言教育中，形成了一种依托互联网的在线语言教育形式。通过网络，教与学可以不受时间、空间条件的限制，知识获取渠道灵活且多样化。对于工作繁忙、学习时间不固定的职场人而言，网络远程教育是最方便不过的学习方式。

随着网络普及率的提高、设备技术的不断改进，互联网教育如今已风靡全国。语言类培训因为覆盖的受众面最广，在各类在线教育项目中，涨势最为强劲。随着在线语言教育的认可度不断提升，全球在线语言教育市场将进入新的发展阶段。

二、发展现状

（一）主要类型

根据产品功能，可以将中国在线语言教育产品分为工具型和平台型两类，其中工具型的网络语言学习产品有词典翻译类、记单词类和口语听力类，平台属性的产品包含课程类、一对一真人外教类和社区类三种，以下分别是代表企业和主要特色。

词典翻译类：代表企业有道词典、金山词霸。主要利用互联网，为网民提供及时的语言翻译服务。

记单词类：代表企业有拓词、扇贝单词、百词斩。通过移动端或 PC 端进行智能化的单词背诵，提供类似词根记单词的方法等。

口语听力类：代表企业有英语流利说、有道口语大师。利用实时语音技术，通过闯关等有趣的方式进行口语训练，提升用户的口语能力。

课程类：代表企业沪江网校、新东方在线。为学习者提供系统、全面的课程学习，以直播、录播形式为主，供学习动机更为强烈的人群使用，如考研、出国人群等。

一对一真人外教类：代表企业有 51talk。利用互联网，为用户提供一对一真人实时互动语言课程，主要为口语类的课程。

社区类：代表企业沪江网。它为语言学习者提供在线交流的平台，多为免费，主要是为课程售卖类平台引流。

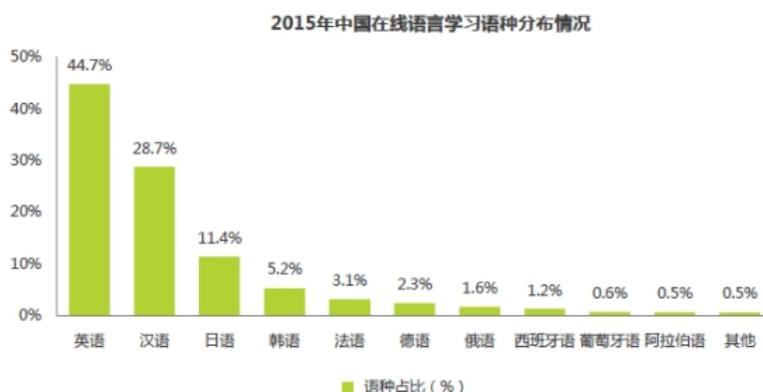
在以上六种类型的产品中，前三种工具型产品的使用频率更高，原因可能是工具型产品更偏向于功能性，用户依赖性高，而且无社交属性，甚至可以本地离线使用，已经形成了特定的用户群体。

（二）用户行为分析

1. 语种选择情况

今年年初发布的《2013-2014 中国互联网教育用户行为分析报告》曾指出，在语言、管理、育儿、K12 等全类目学习行为中，在线英语及其他小语种的选择率达到 **42.7%**，远远高出其他类目。其中，英语培训占比最高。全国语言类培训第一大在线教育平台沪江网也透露，其平台上学习外语的用户每年都在急速增长，英语学习增幅最为明显，其他小语种均居全国第一。

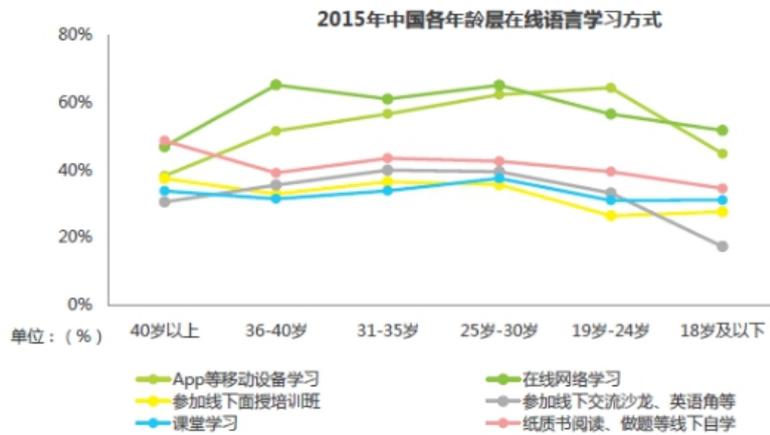
据艾瑞咨询资料显示，2015 年中国在线语言学习英语为主要语种，占比 **44.7%**，这与英语的重要地位密不可分；汉语具有一定稳定的学习人群，主要是学生群体及海外留学生群体，原因是汉语越来越受重视，而且来中国的留学生越来越多；日韩语等小语种受众集中，占比 **16.6%**，近五成用户学习日韩语出于兴趣爱好和追剧需要；法语、德语、西班牙语、阿拉伯语等小语种，共计占比 **9.8%**。



（数据来源：艾瑞咨询）

2. 学习方式和渠道选择

在线网络学习与 App 等移动设备互联网学习为首选，而用户更倾向 O2O 模式，两者相结合，基于面授教学，配合使用 App 等在线产品和服务。40 岁以上用户近 5 成选择纸质书阅读、做题等线下自学模式；90 后对于 App 等移动设备学习模式更偏好，高达 64%，而对比 40 岁以上人群，选择纸质书阅读、做题等线下自学模式 App 学习仅占 38%；65% 的 80 后选择在线网络学习模式，移动设备学习比重略低。



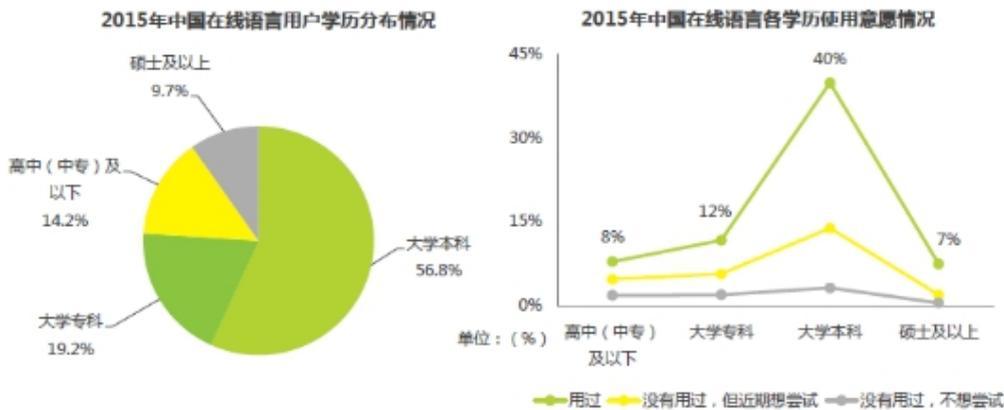
(数据来源: 艾瑞咨询)

随着智能手机的普及率上升,它已经成为在线语言学习的首选终端工具,使用手机的用户比例甚至超过了PC端。数据显示,80%的用户选择通过智能手机方式进行语言学习。其中,19-24岁的学习者选择使用移动端进行互联网学习的所占比例最高,达到了79%。出现这种情况的原因可能是年轻人对新技术新设备的接受度更高,更喜欢和倾向于尝试新鲜事物,而18岁以下学习者略低于19-24岁学习者,原因可能是18岁以下学习者更多地是中小学生学习,并没有手机或者不经常使用手机。

另外,可以看出的一个趋势是,随着年龄的增大,选择使用移动端学习的学习者比例在下降。

3. 文化程度

根据艾瑞咨询数据可以看出,2015年中国在线语言学习用户主要是学生群体,占比34%,其中主要为在校大学本科以上学历人群,高学历人群居多。大学本科学历占比56.8%,其在线语言学习意愿最高,而且近39.8%的用户已经用过在线语言学习产品。



(数据来源: 艾瑞咨询)

(三) 规模概况

1. 市场规模

艾瑞咨询数据显示，2014 年中国在线语言教育市场规模为 193.8 亿元，比 2013 年增长 23.7%，2015 年中国在线语言教育市场规模为 235.9 亿元，比去年增长 21.7%。预计之后几年将继续保持高于 20% 的速度增长，到 2017 年达 354.6 亿元。

2008-2017年中国在线语言培训市场规模及增长率



(数据来源：艾瑞咨询)

在线语言教育规模的增长主要有以下几个原因：

第一，费用相对较低。近年来，随着国际化进程的加快，外语已成为一种国际往来和对外合作的必备技能。但是由于线下语言培训费用水涨船高，用户对外语培训的态度越来越犹豫不决，当在线语言教育兴起之后，用户找到了一种性价比更高的语言学习方式。由于无需承担高额的场地租金等费用，目前线上语言培训的价格普遍比较便宜，几乎是同等课时线下课程的 1/5 到 1/10。广泛的受众面以及低廉的价格，促使用户纷纷涌入线上寻求解决办法。

第二，形式新颖，满足用户需求。资本市场的密集关注，促进了在线语言教育市场技术等方面创新，一对一、直播互动等模拟真实课堂传播技术的创新，满足了个人定制化的语言学习需求，抢夺了部分线下培训客户资源。

第三，市场要求。虽然我国在教育改革中降低了外语的分数，势必会降低基础教育阶段对外语的关注，但国际化对外语的需求则进一步促进语言培训行业的发展，预计 2017 年在线语言培训能超过 300 亿，达到新的高度。

2. 用户规模

艾瑞咨询数据显示，2014 年中国在线语言教育市场规模为 1477.6 万人，比 2013 年增长 23.1%，2015 年中国在线语言教育市场规模为 1766.1 万人，比去年增长 19.5%。预计之后几年将继续保持近 20% 的速度增长，到 2017 年达 2584.2 万人。



(数据来源: 艾瑞咨询)

2015年中国在线语言教育人数有1766.1万,其中高等学历在线语言教育人数达1045.8万;职业人群在线语言教育人数达442.8万;中小学在线语言教育人群达201.5万人;留学人群在线语言教育人数为68.6万;学前在线语言教育人群达7.4万人。

原因如下:

(1) 高等学历人群互联网渗透率超过90%,网络接受程度较高,对网络新服务的接受程度较高,所以在线语言教育的用户规模最大,蕴藏着较大的在线语言教育市场;

(2) 职业人群用户网络的渗透率较高,语言培训属于职业技能的其中之一,所以用户规模较高等学历人群低;

(3) 在现有的教学形式下,中小学人群互联网接触时间虽多,但用户在线语言教育的时间较少,更多倾向于线下培训班;

(4) 学前教育人群由于年龄层特殊,互联网渗透率较低,所以用户规模偏低。

3. 投资规模

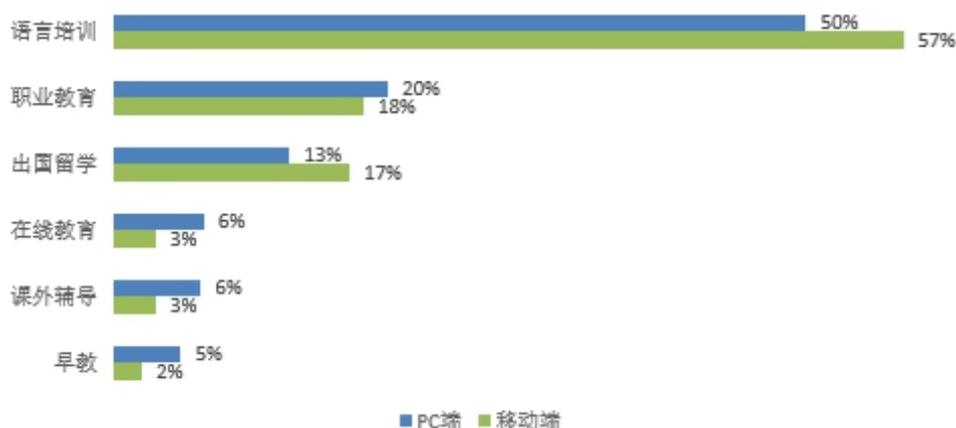
2014年中国互联网经济规模高达10445.9亿元,同比增长27.7%,未来依然会保持25%左右的增速,到2017年将会超过16000亿。互联网经济的增长,证明经济大环境进入到互联网时代,而教育行业也势必因这种变化而出现新的发展。2014年中国在线教育公开的投资数为127笔,其中在线语言投资金额和投资笔数较2013年都有大幅拉升,职业教育次之。不难看出,2015年中国在线语言教育投资金额进一步增加。其原因主要是:(1)随着中国国际化程度的提升,在线语言教育消费需求旺盛,用户规模巨大;(2)用户付费能力较强;(3)一对一、背单词、闯关学习多种创新模式共同发展,吸引了一定数量的用户;(4)系统学习的课程类标准化程度较高,适合大规模传播。

(四) 使用情况

用户支付意愿不高,课程完成率较低。《2015中国教育行业白皮书》指出,平时以在线教育(互联网视频、互联网文字)作为最主要学习语言方式的用户有近5成,比例达到44.33%。但用户对课程的支付意愿并不高,超过一半的网友对一门课支付预期在100元以下,仅有6.55%的网友愿意对一门课支付1000元以上。另外只有11.59%的网民表示完成全部在线学习课程,

三、趋势和展望

搜狐教育《2015 中国教育行业白皮书》数据显示，2015 年语言培训行业关注度最高，达到五成，其次分别为职业教育、出国留学、在线教育、课外辅导和早教。



因此，我们有理由相信，在线语言教育行业的关注度将会越来越高，该行业也会进一步发展完善。根据《2015 年中国在线语言教育行业发展趋势分析预测》，我们可以推断，未来语言教育行业和互联网进一步结合，会呈现出以下几个趋势：

趋势一：传统语言培训机构拓展在线渠道，在线语言教育市场进一步扩大。

从传统外语培训机构财报可以看出，虽然目前在线教育在企业营收份额占比多低于 5%，但并没有妨碍这些传统线下机构布局线上业务。目前已有华尔街英语推出在线外语学习课程和诸多移动学习工具；新东方投资创建“新东方在线”，并与腾讯成立合资公司，推出在线学习产品等。如此一来，传统机构一方面可以借助在线教育的新契机，开拓线上新业务，另一方面，也希望借助互联网的力量优化升级线下业务，借助 O2O 模式撬动在线外语市场。

趋势二：移动端语言学习形式逐步普及。

随着 4G 网络的普遍应用，移动学习用户增长明显，将逐步成为在线学习的一种普及形式。结合在线模式的语言教育有了移动终端的优势，多屏互动教学方式应用范围也扩大了，学习者就不必再局限于电脑前，而是可利用碎片时间，随时随地进行学习。因此，移动端语言学习用户规模将进一步扩大。

趋势三：产品盈利模式进一步清晰。

当用户量积累到一定程度，盈利就成为一个绕不开的话题，工具类产品以丰富的学习形式，贴合学习者的实际学习需求，如线上语言翻译工具、题库工具、文档工具、笔记工具等，具有较高的用户忠诚度和使用频度，并逐渐渗透到语言学习的方方面面，改变了用户的语言学习习惯。词典翻译类、口语听力类、背单词类产品一直在不同的方向上进行尝试。

趋势四：只做“赚钱的项目”

绝大多数的中国在线教育机构都扎根于语言学习、应试教育和技能培训三大领域，而涉足英语教育者尤其多。据中国教育部《全国教育事业统计公报》透露，目前中国拥有英



语培训消费群体近 3 亿，培训机构超过 5 万家，总市值逾 300 亿元。TutorGroup 预计，未来中国成人英语培训市场每年的增长幅度或高达 25%。至 2016 年，市场商机可达 210 亿美元。

参考文献：

- ① <http://baike.haosou.com/doc/7869991-8144086.html>
- ① <http://bulo.hujiang.com/diary/388877/>
- ③ <http://learning.sohu.com/s2015/book2015/>
- ① <http://mt.sohu.com/20151206/n429966498.shtml>
- ① <http://www.askci.com/news/chanye/2015/03/18/1559397pv3.shtml>

郑婷婷 王宇波（武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心）

语言类微信公众号使用状况调查

微信是腾讯公司于2011年1月21日推出的一款通过网络快速发送语音短信、视频、图片和文字，支持多人群聊的手机聊天软件。自2011年至今，微信凭借其强大的信息共享和跨空间服务功能，已成为大众一种重要的交流平台。利用微信公众号平台进行一对多的对话交流活动，已经成为了一种主流的线上线下微信信息推广方式。自微信公众号平台上线以来，品牌公众号成为网络社交领域与用户沟通的最有效的渠道之一。最新数据显示，微信公众号的数量已经突破1000万个，平均到全中国13亿人，相当于每130人中就有一个公众号在服务。各类语言学习和研究平台也纷纷借助微信公众号向大众传递语言信息，分享语言知识，或扩大语言服务机构的服务范围，增强自身媒体影响力。在自媒体时代下，语言类微信公众号正释放巨大能量，引导我们对语言现象进行更加深入的思考，同时也为我们提供更多学习语言的渠道。

“语言类”公众号包括语言学习、教学、语言研究等多个方面。本报告对语言类微信公众号进行梳理统计，对其运营特点进行多角度分析。再结合受众对于这类公众号的态度和服务期待、各语言类公众号给读者带来的影响等，探讨语言类微信公众号的使用状况，最后从微信公众号的建设方面提出相关思考。

一、语言类微信公众号统计分析

通过“搜狗”的微信搜索功能发现，语言类微信公众号数量庞大，其服务范围大小不一，服务性质也不尽相同。本文将对较为典型的语言类公众号进行类型概括和特点分析。^①

通过搜狗浏览器“微信”功能及手机微信客户端搜索到的语言类公众号较多，可以从多个角度进行统计。

（一）语言类微信公众号一览

1. 与语言生活相关的新闻资讯类

此类公众号将语言与社会时事紧密联系起来做语言动态跟踪分析，从热点事件中寻找语言热点。

*本文为国家社科基金青年项目（12CYY030），教育部人文社会基金青年项目（12YJC740106）阶段性成果。“典型”表示关注人数较多、内容较丰富、原创性较高、影响力较大、活跃度较高，典型的语言类公众号较有代表性。由于微信公众号的运营具有动态性，同时每天都有新公众号产生，本章主要是针对2015年12月18日前语言类微信公众号的运营情况进行分析。



表1 与语言生活相关的新闻资讯类公众号

| 微信公众号 | 功能介绍 | 推送消息列举 |
|---------------|------------------------|-------------------------------------------|
| 武大冯学锋 | 以社会标注语言,用语言度量社会。 | 【互联网世界再度开启“乌镇时间”】 【“认真脸”(·̀·̀)获日本年度大奖】 |
| 英语每日资讯双语阅读 | 中双语多篇当日的头条简要新闻。 | 【10大网络热词英语怎么说】 |
| 中国日报网 双语新闻 | 发送接地气的实用英语表达、最新环球热点资讯。 | 【新闻热词 上海试收“雾霾费”(smog fee)】 |
| 汉语网络热词 | 轻松有效地学习汉语网络热词。 | 【汉语网络热词 13--高大上】 |
| 网络语言 | 收录、解析最新网络流行语。 | 【我的内心几乎是崩溃的】 |
| 语言文字报 | 主要展示国家语言文字政策,社会语文生活等。 | 【来稿 我的语文时刻】 【2015年度真语文新星】 |

2. 与语言能力培养相关的教育培训类

此类公众号主要是语言学习和语言教学领域的学习交流的平台,是一个学习集合群体,不仅包括汉语教育,而且包括各类热门外语的知识交流和教育培训。

表2 与语言能力培养相关的教育培训类公众号

| 微信公众号 | 功能介绍 | 推送消息列举 |
|------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 汉语学习沙龙 | 学习和研究汉语及中国文化,交流国际汉语教学资料。 | 【双音节越造汉越词】 【写错频率最高的100个汉字】 |
| 国际汉语教师志愿者 | 了解世界各地汉语教学开展情况。 | 【汉字用心付出与收获】 【元素时装秀】 |
| 汉语与华文教育 | 发扬国学传统文化,关注全球华人子弟教育。 | 【《雷雨》中“繁”漪的正确读音】 |
| 孔子学院 | 欢迎来到孔子学院总部。 | 【镜像“非遗”传承人们的守望】 【2015中国文化“走出去”:中国文化与世界和谐交融】 |
| 英语学习网 | 由英语周报主办,栏目包括各类英语考试辅导。 | 【“美国制造”,出口中国】 |
| 上海对外汉语人俱乐部 | 致力于提升对外汉语教师的专业能力和传播中国文化。 | 【PPT技术在汉语教学及文化活动中的应用】 |
| 汉语堂 | 随手拍,随手存那些好看、好玩,可笑,可气的语言现象。 | 【2015微博十大流行语,你都认识么?】 【对外汉语教学中哪个声调最难?】 |
| 英语学习交流平台 | 英语口语英语基础,工作英语,英语系统学习。 | 【商务英语之产品介绍】 【零基础如何学好英语?】 |
| 语言与翻译 | 推送经典译例,翻译理论研究以及语言学的相关成果 | 【赵彦春论译:“砖家”、“叫兽”之类怎么译?】 【《英韵三字经》——背后的故事】 |
| 法语角 | 法语学习、交流、娱乐。 | 【法语微讲座:讲述你所不了解的法国】 |
| DES 普鲁士德语角 | Der DE Sprachstammtisch 是锻炼德语和交流中德文化的平台。 | 【DES 德语角 39 期/39. DE Stammtisch】 |
| 沪江日语 | 日语学习、考试、娱乐资讯及时速递、动漫影视台词、名言名句、中日双语阅读 | 【靠声优销量减:日本动画界的危机】 【一个字总结一年:2015日本“年度汉字”新鲜出炉】 |
| OLE 西班牙语 | OLE 西班牙语官方公众平台。 | 【西语诗歌--El ángel Bueno(善良的天使)】 |

3. 与语言学相关的研究评论类

此类公众号侧重于关注对语言进行的研究及相关评论,不仅有语言本体研究,且有与语用、语言教学理论等应用相关的研究和学习交流。

表 3 与语言学相关的研究评论类

| 微信公众号 | 功能介绍 | 推送消息列举 |
|------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 语言研究 | 主要推送语言学术问题、学术信息、学术文章。 | 【中国古代姓、氏、名、字、号的区别】 【2015 网络流行语大盘点(动感版)】 |
| 语言学微刊 | 由北大学人发起,服务于语言学学习和研究。 | 【“鳥”“佳”同源試證】 【划分词类中的兼类词问题】 |
| 认知语言学与汉语研究 | 认知语言学与汉语研究。 | 【《诗经》中复合词表征的事物概念框架研究】 |
| 语言学读书笔记 | 语言学分享平台。 | 【北外高翻老师教你用巧用 google 翻译】 |
| 礼仪社交语言学 | 交际语言技巧。 | 【如何巧妙应付别人的奚落】 |
| 少数民族语言文化研究 | 学习民族语言, 传承民族文化。团结民族同胞, 实现民族发展。 | 【四地携手同承达族语言文化】 【草原骄子文化习俗】 |
| 博雅语言学 | 关注学术前沿,领略汉语魅力。 | 【国内第一本语言类型学教材讲了些什么?】 |
| 语音实验 Workshop | 实验语音学研究、普通话教学的相关资料和信息。 | 【字际语言:如何跟外星人打招呼?】 【语音实验的常用软件有哪些?】 |
| 语言科学研究 | 语言科学研究。 | 【推进中国语言智库协同发展, 共同应对“一带一路”语言问题——“中国语言智库联盟”正式成立】 |
| 语言政策与规划研究 | 国别语言政策与规划、语言生活等信息和研究成果。 | 【一项新的世界汉语学习计划实施在即:美国“十万”强计划改为“百万”强】 |
| 第二语言习得研究 SLA | 推荐相关知识、专家介绍、优秀文献以及讲座、会议信息。 | 【language attrition 语言损耗】 【优选论(Optimality theory)】 |
| 国际汉语教学研究 | 传播国际汉语教学研究动态信息,与读者、作者互动交流。 | 【关于汉语教学语法的探讨国际汉语教学研究】 |
| 法律语言学 | 进行法律语言学研究,交流此领域的学术信息。 | 【概括性的法律语言及其翻译方法】 【近二十年法庭话语研究综论】 |
| 语言学午餐 Ling-Lunch | 推送语言学入门知识、语言学家介绍、研究进展、以及讲座、会议和招聘信息。 | 【短短 5 个词,完美反击 IS 组织】 【阿拉伯人并不爱用阿拉伯数字】 |
| 咬文嚼字 | 介绍现实生活中的语文知识,纠正语言文字使用差错,剖析语言文字现象等语言文字规范工作。 | 【2015 年十大流行语】 【“颠三倒四”面面观】 【慈禧为何称“老佛爷”】 |
| 东方语言学 | 推送语言学学术动态、会议讲座、人事招聘及学者论著 | 【聊吧古音构拟与材料】 【儿化与小称】 |
| 中国语言生活 | 生活中的语言,语言中的生活。 | 【浅谈汉语指示语替换的影响因素】 |
| 语言与未来 | 秉持科研致用、服务国家和社会的宗旨,为读者提供语言研究、语言政策、语言舆情等资讯。 | 【“语言研究与国家战略”成为当前研究重点】 【澳大利亚:首领地推出“普通话蓝图” 推广中国文化】 |



| | | |
|----------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 造字工房 | 造字工房—让字更有吸引力 | 【富有创意的字形会体现出其特有的魅力】 |
| 语言学交流平台 | 又名“林先生”(Mister-Ling),是上海地区最大的由民间创办的语言学公众号。 | 【语言期刊评选今年十大流行语】 【音系≈语音?音系<语法?】 |
| 语言服务 | 语言服务。 | 【苏晓君:皮尔士符号学与认知语言学的相容性】 |
| 章黄国学 | 立足传统“小学”,传承章黄学术,弘扬中国文化,凝聚民族情感,绍乾嘉而继章黄,自小学以通大道。 | 【章太炎讲国学(七):先秦诸子哲学】 【舌尖上的训诂:面条、饺子、馄饨、汤圆,都是一家人】 |
| 语言能力 | 共同探讨语言能力普遍机制及国民语言能力提升等相关问题 | 【我国首部“一带一路”语言服务工具书《“一带一路”沿线国家语言国情手册》出版】 |
| 语言文字周报 | 前身是《汉语拼音小报》,2001年改为现名主办单位为上海教育出版社。 | 【祝鸿熹 “守株待兔”守的什么“株”?】 【左·右】 【什么是语言中的约定俗成?】 |
| 语言服务一带一路 | 致力于整合语言服务生态系统优势资源,发挥政产学研在语言服务人才培养方面的协同作用。 | 【翻译人才培养不能止于学语言】 【专家谈媒体翻译人才的作用与发展】 |
| 语言学入门 | 语言学史、语言哲学、语音学、音系学、语法学、语义学、语用学、社会语言学、历史语言学、应用语言学知识。 | 【要了解计算语言学,文科生应该读什么书?】 【BBC 对周有光的采访】 【邢福义:学术研究不妨多点“小题大做”】 【语言学哪家强,麻省理工可称王!】 |
| 语宝 | 负责“中国语言资源保护工程”的具体实施和管理工作。 | 【今日方言词条展示-家常菜(广西藤县)】 |
| 语言生活那点事儿 | 推送语言研究相关讲座信息、会议通知,推介语言学相关新书等。 | 【写一封好的邮件用得上的英文句子】 【日军为什么爱说“大大的有” 大象公会】 |

4. 与语言运用相关的兴趣交流类

此类公众号关注语言的表达和运用,交流诗词、名言、经典语录赏析。

表4 与语言运用相关的兴趣交流类

| 微信公众号 | 功能介绍 | 推送消息列举 |
|--------|-------------------------------------|-----------------------------------------|
| 诗语言空间 | 定期更新文章、诗歌 | 【兰波诗选——黎明】 |
| 语言的力量 | 善加利用语言,功莫大焉;传递语言的力量,宣扬正能量。 | 【初次交谈,以情动人为最佳】 【面对强势的女性,你要怎么说?】 |
| 古诗词赏析 | 古诗词经典作品鉴赏。 | 【南高峰,北高峰,一片湖光烟霭中】 |
| 英语美文 | 贴身英语大口袋。唯美、实用、精彩英语大汇聚。 | 【地道英语音标发音规则(经典版)】 |
| 语言表达技巧 | 传递普通话语音发声知识,以及朗诵、演讲、主持、口语交流等语言表达技巧。 | 【语言表达内部技巧之——情景再现】 【如何纠正“鼻音”,让声音更加动听】 |
| 现代语言艺术 | 现代诗、散文和小说 | 【作品交流(现代诗)】 |
| 精美语言 | 感受经典,体会情感,享受人生。 | 【花开一季,亘古留香】 |

| | | |
|--------|-------------------------------|--------------------------------------|
| 经典智慧语言 | 每天和您传播正能量,创业,励志,语录,哲理故事,人生智慧。 | 【真正的修养,与贫富无关】 【人不一定信佛,但一定要有佛性】 |
| 经典语录 | 富有哲理与特殊意义话语记录。 | 【人生就像乘坐一辆公交车】 |
| 心灵鸡汤吧 | 感悟精彩人生;品味优雅文字。 | 【我信任自卑者,怀疑自信者】 |
| 阅读美文 | 每日推荐优秀的图书、书评。 | 【莫言:看别人的世界,品自己的人生】 |
| 佛语悟道 | 内心平静.读禅语,听禅意。 | 【求生极乐世界的两个修观方法】 |
| 一路书香 | 一路书香带你走遍人生的风景,倾听心灵的声音。 | 【怀念 30 年前的读书生活】 【选一种姿态,让自己活得无可替代】 |
| 读首诗再睡觉 | 每晚 22:00,为你读首诗。 | 【没人关心伊卡洛斯的坠落】 |

(二) 语言类微信公众号信息推送情况分析

1、在对 2055 个语言类微信公众号进行监控后发现,约 71%的账号为活跃账号,极推送信息、有一定关注度,约 29%的账号表现为不“活跃”。

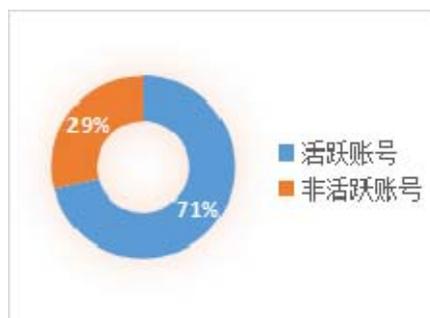


图 1 账号监控结果

2、语言类微信公众号一周内推送信息量对比

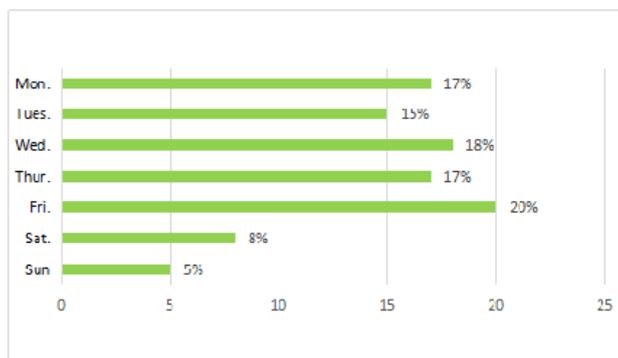


图 2 一周发布量所占百分比

由图可知,公众号运营者一般选择在工作日推送信息,周一至周五推送信息量较为均衡,周末的推送量较小。

3. 语言类微信公众号一日内消息推送时间趋势

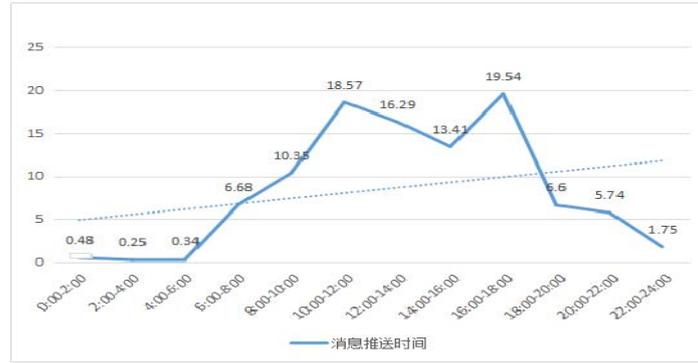


图3 一日内消息推送时间分布

从发布的时间看，中午 12 时和下午 18 时左右的上下班时间是信息推送的高峰期。

4. 不同类型文章阅读量对比

我们随机选取 10 个较典型的语言类微信公众号中的 150 篇文章，将其进行分类，统计不同类型的文章平均阅读量，所得结果如下。

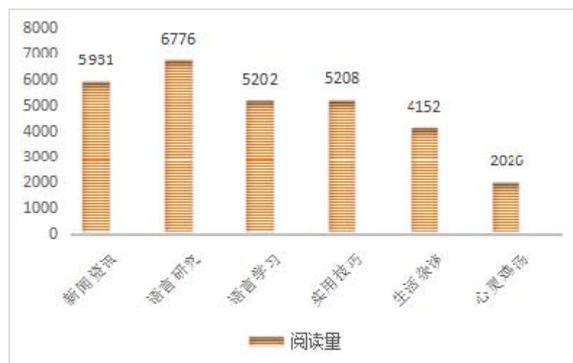


图4 不同类型文章阅读量对比

由图可知，读者比较关注的是语言研究，其次是与语言相关的信息资讯。

二、语言类微信公众号读者态度分析

为了解读者使用后的态度和感受，笔者设计了一份关于语言类微信公众号使用的调查问卷 (<http://www.sojump.com/jq/6758569.aspx>)，共收到 256 份问卷反馈，其中有效答卷 251 份。对这 251 份问卷反馈调查结果进行统计分析，结果如下：

1. 调查对象身份信息介绍

性别：男性 24.3%，女性 75.7%；

年龄跨度：17-55 岁，20-30 岁居多；

专业：语言类专业占 80.08%，非语言类专业占 19.92%。

受教育程度如下表所示：

表 5 被调查者受教育程度

| 选项 | 小计 | 比例 |
|-------|-----|--------|
| 高中 | 4 | 1.59% |
| 大学本科 | 107 | 42.63% |
| 硕士研究生 | 97 | 38.65% |
| 博士研究生 | 43 | 17.13% |

2. 订阅语言类微信公众号比例

在 251 个调查对象中，约有 207 人订阅语言类微信公众号，占总人数的 82.47%。而订阅此类公众号的读者中，有 83.81% 的人是进行语言类专业的学习或从事语言类工作，但仍有 16.19% 的非语言类人员订阅了语言类公众号。说明订阅者比例与其语言专业性密切相关。

3. 订阅语言类微信公众号的原因分析

表 6 关注公众号原因统计

| 选项 | 小计 | 比例 |
|---------------|-----|--------|
| 娱乐休闲，放松自我 | 116 | 46.22% |
| 获取相关新闻资讯和实用常识 | 176 | 70.12% |
| 开拓视野，提升自我 | 177 | 70.52% |
| 学习研究 | 118 | 47.01% |
| 其他 | 4 | 1.59% |

如表所示，70%左右的人订阅语言类微信公众号是为获取与语言生活相关的新闻资讯和实用常识、获得自我提升。这说明读者对于公众号的实时性、实用性和知识性的重视。

4. 文章阅读深度情况

对于公众号推送的信息，约有 8.76% 的人一般是认真阅读，11.55% 的人随意浏览，而绝大多数是随兴趣而定，有时泛读，有时精读，约占 79.68%，阅读的程度也深浅不一。

5. 语言类微信公众号内容关注偏向

表 7 内容关注偏向

| 选项 | 小计 | 比例 |
|---------------|-----|--------|
| 与语言生活相关的新闻资讯类 | 157 | 62.55% |
| 与语言学问相关的研究评论类 | 128 | 51% |
| 与语言教学相关的教育培训类 | 106 | 42.23% |
| 与语言学习相关的兴趣交流类 | 154 | 61.35% |

兴趣交流类和新闻资讯类公众号比较受欢迎，而研究评论类所占比重也不小。



6. 文章风格偏好分析

表 8 文章风格偏好统计

| 选项 | 小计 | 比例 |
|-------|-----|--------|
| 严谨、正式 | 91 | 36.25% |
| 轻松、幽默 | 213 | 84.86% |
| 文艺、深沉 | 116 | 46.22% |
| 其他风格 | 3 | 1.2% |

7. 对于信息推送频度高、互动性强的语言类微信公众号的态度

约有 77.92%的人表示喜欢信息推送频度高、互动性较强的文章，说明大部分读者期望实时更新信息、注重与公众号之间的沟通和交流。

8. 与公众号互动的情况

调查对象中约有 21.92%的读者表示常给自己所关注的公众号留言或参与互动，与之对应，很多读者积极建议公众号应加强与读者之间的互动。

9. 信息分享情况

只有 19.12%的读者经常把关注的这类公众号的推送信息分享给朋友或发送到朋友圈进行二次传播，43.82%的读者分享频率并不高。

10. 知识收益评价

语言类微信公众号有没有给读者产生实际的积极影响？调查显示，约 67.33%的读者认为可以从他们所关注的公众号获取很多有益信息，这表明大部分读者对公众号的知识性表示认可。但也从侧面可知，语言类微信公众号的建设还需加强引导。

11. 推送频次推荐

表 9 推送频次推荐

| 选项 | 小计 | 比例 |
|-----------|-----|--------|
| 一天两次（含）以上 | 9 | 3.59% |
| 一天一次 | 140 | 55.78% |
| 两天一次 | 44 | 17.53% |
| 三天一次 | 37 | 14.74% |
| 四天一次 | 1 | 0.4% |
| 五天一次 | 4 | 1.59% |
| 六天一次 | 0 | 0% |
| 一周一次 | 16 | 6.37% |

12. 读者对于公众号的服务期待

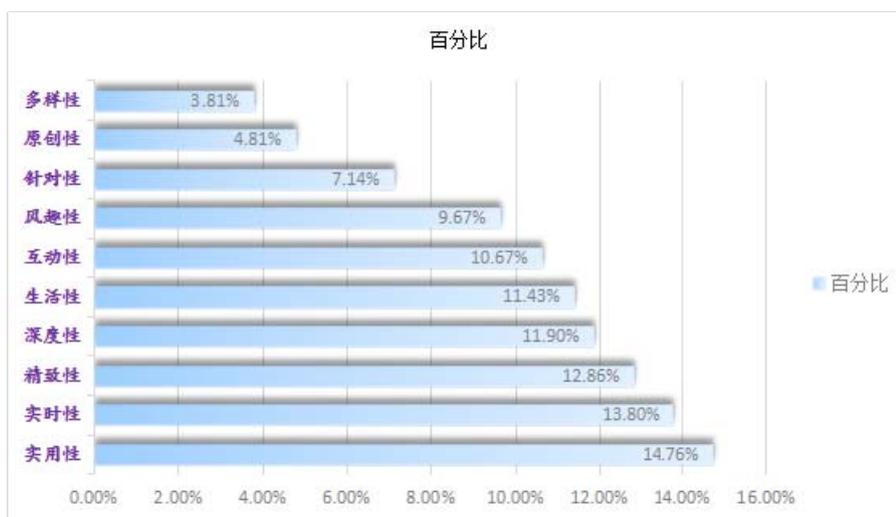


图 5 读者对于公众号的服务期待

上图反映的读者对于公众号的服务期待排序：实用性>实时性>精致性>深度性>生活性>互动性>风趣性>针对性>原创性>多样性，这反映的是读者对于实用性、实时性、精致性和深度性的密切关注。

(1) 实用性：提供学习和考试辅导、语言运用表达方法和技巧、写作和计算机运用指导。(2) 实时性：热点话题引导，新创造、新运用现象阐述，关注时事热点、新闻资讯，有时代性和时效性。(3) 精致性：字词书写（错别字的出现不容忽视）、语言表达、信息类目、界面设置等要满足视觉舒适性。(4) 深度性：文章内容充实，而不是泛泛而谈、讲解肤浅，语言研究等应有一定的深度和广度。(5) 生活性：语言与日常生活相结合，切实贴近生活，构筑“互联网+语言学”思维。(6) 互动性：自动回复是一种机械性的设置，能在一定程度上满足读者进一步获取信息的需要。而互动性要求加强双向交流，人工性地对读者的评论和问题作出回应和解答。(7) 风趣性：语言风格和表达方式的趣味性——语言幽默，表现形式风趣，寓教于乐。(8) 针对性：根据对订阅者群体特征和服务期待的分析，有针对性地发布相关信息，即“内容相关性”。(9) 原创性：要有内容上的创新，有特色，而不仅仅是简单的复制粘贴和转发转载。(10) 多样性：内容丰富多样，风格亦庄亦谐，表达方式多样化，适度扩展视野范围。

三、语言类微信公众号建设的相关思考

根据本次调查分析及日常对微信公众号使用的体验和观察，笔者对于语言类微信公众号的建设有如下几点想法。

(一) 照顾读者喜好

移动互联网时代，手机阅读主要是利用碎片化时间。公众号面对众多读者，就应当照顾到读者的喜好。相关调查表明具备下列特质的文章较吸引读者。

1、标题新颖，图文并茂



用户对于阅读的视觉要求越来越高,喜欢阅读和分享图文并茂、排版合理的文章。因此,一个拥有新颖标题的文章更受大众欢迎。据调查显示,一篇文章插图和不插图带来的阅读效应相形见绌。(见图 3.1)

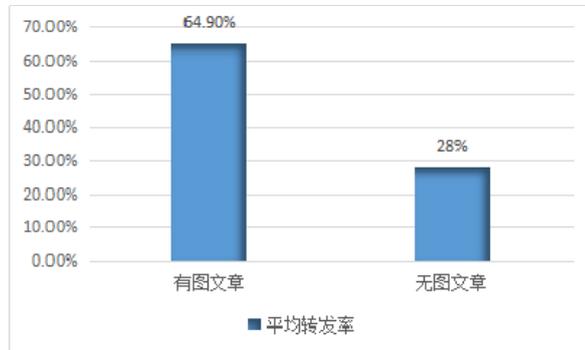


图 6 平均转发率对比

2. 公众号版面合理安排和功能设置人性化

推送文章要图文并茂,公众号的版面也要一目了然,用户使用时快捷方便。一般的微信公众号都设有“自动回复”功能,但是监控的账号中约有 45%的公众号没有菜单搜索功能,这给用户带来很大的不便。最突出的问题就是用户需要辗转操作才能看到历史消息、查询到往期文章。在此,笔者针对菜单和功能设置提出几点建议。

(1) 最基本的菜单设置。①往期精华(直接查看历史消息);②联系方式(运营者微信号、电子邮箱、QQ 号等);③相关网页链接;④推荐阅读/特色专栏(对往期文章进行定期总结和筛选,为读者提供精彩文章和主题阅读)。

(2) 功能拓展服务。①自动回复;②“数字—内容”链接(一个数字对应相关的推送消息或问题解答);③评论及回复(读者反馈意见或问题、网上投稿等)。

此外,目前公众号还不具备关键词搜索功能。这是个可以开发的领域,读者可以通过搜索相关的关键词快速查询到自己需要的信息,这将会对用户带来极大的便利。

(二) 提升信息推送质量,形成个性推广平台

1、提高原创性,发表新见解。优质文章转载可以让更多读者获取有益信息,但同时也应当鼓励原创信息的发布。借势热点,表达新想法;结合生活,分析语言运用新现象;立足时代,阐述语言研究新动态。

2、表达多样化,扩展新视野。信息表达多样化,不仅是内容覆盖的多样化,也是表达方式的多样化。一篇文章的主题思想,除了传统的文本式,还可以有多种表现形式,如漫画、视频、语音、GIF、PPT 表达方式等等,都可以使内容更加立体化,更吸引读者眼球。

(三) 重视数据反馈,适时进行信息调整

2014 年下半年,微信公众号增加了数据统计功能。运营者可以在后台看到用户数目增减、用户身份属性、阅读人数、消息分享转发人数等各方面数据,以此来了解账号的运行效果。运营者应当重视这些数据反馈,关注关键时间节点,抓住读者的偏好,换位思考,由此来估算文章和信息的价值,适时进行信息调整。

(四) 建立良好的互动关系, 拓宽读者反馈和互动渠道

目前, 公众账号最大的弊病在于缺乏与用户之间的互动, 影响到消息和文章的二次传播, 无形中对于信息的推广造成阻碍。要让用户获得体验满足感, 互动不可或缺。给读者回复评论、解答问题、搭建微社区等都是与用户进行良好互动、保持“粉丝粘性”的方式。

语言类公众号建设满足了使用者和提供者的双向要求, 让使用者从公众号获取他们所需要的知识和信息, 而让提供者通过分析数据来提升自己的服务。公众号应当做好内容规划, 并遵循严格执行与不断优化的原则, 让读者拥有良好的阅读体验。公众号的建设主要在于转变思维方式, 在主题明确、方向清晰、定位准确的前提下, 彰显语言价值、时代价值和社会价值。

参考文献:

- [1]除了微信公众号移动互联网下的新媒体营销怎么做? <http://www.allnet.cn/caijing/2015/1215/50166.html>
- [2]以上各语言类微信公众号只是部分列举, “功能介绍”及“推送消息列举”部分有所改动。
- [3]公众号助手: 融媒体时代地方新闻网站微信公众号运维模式探析。 <http://yq.zjol.com.cn/system/2015/05/22/020663746.shtml>
- [4]苏超: 微信公众号运营之数据分析。 <http://www.niaogebiji.com/article-8233-1.html>

程谢飞 王宇波 (武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)



汉语方言使用状况的四种类型及相关对策*

一、引言

虽然方言研究已经较为深入，但是对中国各个大中小城市语言使用的具体情况，却没有太多的报告，尤其是对小城市的语言使用状况，相关的研究成果更少。本文是研究计划的第一部分，对有代表性的大城市的语言使用状况和居民语言态度进行专题调查，将来还要对地级市、县级市进行专题调查。本文通过对汉语方言使用状况的调查，归纳出四种类型的方言使用状况，并针对不同的情况，提出了相应的对策。

二、汉语方言使用状况的四种类型

本文通过调查问卷与走访相结合的方式，发现汉语方言使用的情况可以归纳为以下四种类型：重庆型、广州型、武汉型和上海型。

（一）重庆型

重庆方言在当地是主流方言，只要不是太正式的场合，都会自觉地选择使用方言，而且对普通话也很包容。在方言自信上，根本不担心普通话会冲击甚至替代当地方言。在年龄分布上，从老人到小孩，都使用方言。小孩在学校使用普通话，回家使用方言。（这一点连外地移民也逐渐如此）。

（二）广州型

粤语在广东广西是最主要的交际工具，有良好的群众基础，人们基本上都能够自觉地使用粤语，只不过在语言态度上，对普通话带有排斥心理，对普通话的推广担忧，担心方言空间会受到普通话的挤压。从年龄分布上看，中老年人几乎全部采用方言，青少年在学校使用普通话，在家庭用语中，有不少也使用普通话。外地移民采用带方言口音的普通话更加普遍。

（三）武汉型

武汉方言属于西南官话，但其使用状况与同为西南官话的重庆话大不一样，武汉方言的使用范围正逐步缩小，方言已出现式微迹象，受普通话影响越来越明显。虽然当地人对自己的方言有感情，在街头巷尾，方言依然是本地居民主要的交际工具，人们普遍认为本地方言应该被传承，但是在实际操作层面，对方言的使用大多不能坚持，尤其是家里有小孩，家长会跟着小孩说普通话。有不少人认为自己方言跟普通话比较起来，还是普通话好听一些。从外省迁入武汉的居民来看，对武汉话的认同远远低于外省迁入广州者对粤语的认同。

* 本文是国家语委 2013 年重点项目“汉语方言使用状况调查及相关对策研究”（ZD1125-22）成果之一。

(四) 上海型

上海话的情况跟武汉比较接近,也正在迅速走向萎缩,但是当地居民的方言意识比较强烈,政府与民间都在为上海方言的传承做积极的努力。从年龄分布看,上海青少年,在幼儿园到小学低年级阶段大部分孩子说普通话,但是到初中以后,主动说上海话的人正逐渐增加,而且在对待普通话和上海话的态度上,两者基本处于对等的地位,态度上比较包容。

三、相关对策及建议

从以上分析可见,目前汉语方言使用的状况全国各地并不一致,各地需要根据当地的实际注意以下几个问题:

1. 在方言保存保护方面,树立危机意识。随着城镇化进程的加快以及人口流动的频繁,方言的消逝和变异大大加快,这是毋庸置疑的一个事实,各地方言文化的挖掘和保存这个工作不容忽视。

2. 重庆型方言代表了一大批,尤其是交通闭塞地区中小城市的语言使用状况,对此我们只需不加干涉,令其自由发展即可,因为普通话的扩散会随着网络媒体、电视广播自然地与当地方言共同发展。经济不太发达,交通相对闭塞的小城市,其语言使用状况与重庆接近,人们对方言高度自信,日常生活中使用的也全部都是方言,只是在特殊的场合,比如商场、电信局、学校、政府办公场所等地,售货员或工作人员会主动使用普通话。对这些城市,需要从语言文化的挖掘方面下功夫,同时密切关来自周边大城市方言的影响。

3. 广州型城市的语言使用状况最需要引起语言政策制订部门的注意,因为存在对普通话的排斥心理,在处理方言与普通话相互关系的时候需要慎重。

4. 武汉型城市的语言使用状况是当前民众最关注的,也是最需要引起我们重视的。经济发达的小城市,如宁波、温州、深圳、珠海等地,都属于这一类型。这些城市,对普通话的接受度相对较高,城市方言并没有受到应有的重视。对此,我们一方面需要加强语言资源的记录和保存,另一方面也需要加大语言保护、传承方面的宣传。

5. 上海正是方言受到社会普遍关注后,方言文化逐渐复苏的代表。对上海型城市,在加强当地方言文化挖掘的同时,要注重总结方言与普通话关系处理的良好经验。

四、余论:乡村方言的新动向

在我们的调查中发现,乡村方言的使用出现新的状况:随着农村青壮劳力进城务工越来越多,农村实际上目前基本处于“老弱守村”的状况,3-5岁的儿童,基本上是老人带的,所以在方言使用上,一方面出现了儿童的方言说得比他们的父母更为地道的逆转现象,另一方面随着儿童进入幼儿园、小学、初高中,迅速学会普通话以后,在态度上又极度厌弃自己的家乡方言这样的现象。这些新出现的现象,值得我们关注。

阮桂君(武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)



2015 新媒体锐词盘点*

1. **体感腐败**: 指发生在民众身边的腐败, 是民众日常能够看到、想到、触摸到的。这种腐败, 不仅直接侵犯民众的切身利益, 而且会动摇民众对党和政府的信任, 进而导致基层政治生态的逐步溃败。

2. **众包**: 指一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务, 通过互联网以自由自愿的形式转交给外部的大众群体来完成。在这一过程中, 只需要为贡献者支付少量报酬, 甚至完全免费。

3. **粮食银行**: 储粮户(主要是农民)将暂时多余的粮食存放于粮食经营企业, 储粮户拥有粮食的所有权, 经营企业拥有代储期内的使用权。粮食经营企业可以通过加工、贸易等盘活粮食资源, 在粮食的流动和周转中获得增值效益, 这部分效益即为“粮食银行”的利润和储粮户的利息。

4. **扶贫羊**: 指用扶贫资金给贫困户买的羊。扶贫羊工程作为一项扶贫措施, 在适宜养羊的地区, 提高了贫困村的造血能力, 实现了从输血扶贫到造血扶贫的转型。但在一些不适宜养羊的地区发放扶贫羊, 则出现了贫困户吃羊的尴尬事件, 这折射出当前扶贫工作中的一个问题——盲目克隆别的地方的产业。

5. **自干五**: 全称为“自带干粮的五毛”, 指那些自觉自愿为社会正能量点赞、为中国发展鼓劲的网民。贬损“自干五”的人说, “自干五”连收钱发帖的“五毛党”都不如, 不收钱, 只能“自带干粮”。光明日报刊文认为, “自干五”是在实事求是的前提下对污蔑中国的言论进行理性、历史、客观的辟谣、解释和批判, 自觉地遵守并践行社会主义核心价值观, 其行为无疑充满正能量。

6. **欠族**: “欠”发音为: bīng, 多用来形容草木衰落。2014年“双11”后, 一位天猫店铺操盘手用长微博阐述了从业以来承受的压力及苦楚。而后, 著名电商行业意见领袖龚文祥进行点评, 并将该类人群统一命名为“欠族”。当前, 欠族特指那些压力大、加班苦的小电商卖家, 他们每时每刻都在为处理供应链、库存、订单和店铺排名而煞费苦心、绞尽脑汁, 成为现代互联网电商平台网店间激烈竞争下的“炮灰”。

7. **踢猫效应**: 指对弱于自己或者等级低于自己的对象发泄不满情绪, 而产生的连锁反应。一般而言, 人的情绪会受到环境以及一些偶然因素的影响, 当一个人的情绪变坏时, 潜意识会驱使他选择下属或无法还击的弱者发泄。这样就会形成一条清晰的愤怒传递链条, 最终的

* 本文为国家社科基金青年项目(12CYY030), 教育部人文社会基金青年项目(12YJC740106)阶段性成果



承受者，即“猫”，是最弱小的群体，也是受气最多的群体，因为也许会有多个渠道的怒气传递到它这里来。

8. **150定律**：即著名的“邓巴数字”，由英国牛津大学的人类学家罗宾·邓巴（Robin Dunbar）提出，指人类智力将允许人类拥有稳定社交网络的人数大约是150人。这意味着，人们可能拥有很多社交网站的“好友”，但只能维持与现实生活中大约150个人的“内部圈子”。可见，社交网络给了我们联系，却未必给我们交流；拉近了我们的距离，却未必增加我们的亲密。

9. **跑友**：因为共同爱好而走到一起的跑步运动爱好者，其中以80后的年轻人为主，他们生活有计划、自制力强、性格开朗，同时认为跑步是一种健康、时尚的生活方式，而且在跑步中可以结交更多的朋友。

10. **睡眠负债**：指由于主动限制睡眠时间而造成的睡眠不足，比如追剧、网聊、加班、补习等，主要原因是社会环境、生活工作压力以及自恃年轻气盛等。长期处于睡眠负债的状况中，不但会影响情绪、工作表现，还会减低记忆力、警觉性、注意力和判断力，并且加速老化、造成肥胖，甚至引发其它严重疾病。

11. **互联网+**：这代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

12. **众创空间**：顺应创新2.0时代用户创新、大众创新、开放创新趋势，把握互联网环境下创新创业特点和需求，通过市场化机制、专业化服务和资本化途径构建的低成本、便利化、全要素、开放式的新型创业服务平台的统称。

13. **产城融合**：城市没有产业支撑，即便再漂亮，也就是“空城”；产业没有城市依托，即便再高端，也只能“空转”。不同于这种产与城的脱节，产城融合是产业与城市融合发展，以城市为基础，承载产业空间和发展产业经济，以产业为保障，驱动城市更新和完善服务配套，以达到产业、城市、人之间有活力、持续向上发展的模式。

14. **书香社会**：关注社会阅读，营造一个书香四溢的社会。具体是指，优质出版物供给更加丰富，社会基础阅读设施更加完善，特殊群体基本阅读需求得到更好满足，社会主义核心价值观深入人心，在全社会形成爱读书、读好书、善读书的良好风尚。

15. **半上流社会**：也称“中国式上流社会”。上流社会，指那些比普通大众相对成功、相对有权势、相对有财富、相对有名望、相对有知识的人组成的社交圈子。但在中国，由以房地产为代表的民营企业、跨国公司的高管、高干子弟、文体明星等组成，只有贫富差距，没有阶级之分。

16. **文化暴发户**：指利用工作或其他途径掌握了话语权者，亦或是因为财富而拥有了社会地位者，自认为是社会精英或者文化代言人，而实际上素养、价值观以及审美并未达到一定层次的人。文化暴发户制造出一种文化繁荣的假象。

17. **红顶中介**：指一些与政府部门有着复杂关系的中介机构，也被称为“二政府”。它们大到全国性的行业协会，小到地方区域性的行业协会或咨询公司等，“戴市场的帽子、拿政府的鞭子、收企业的票子、供官员兼职的位子”，在“灰色地带”游走，蚕食着行政审批改革的红利。



18. **智腐**：亦称“专利腐败”，是指官员利用职权之便，以个人或分管领域团队名义“研发”专利项目，并标榜自己专有智力成果，然后通过掌握的行政资源疏通关系，快速获批“专利”并因此获利。

19. **铁帽子王**：是指世袭罔替的王爵，它源于清代的封爵制度。铁帽子王和其他亲王相比，享有以下特权：一是“世袭罔替”，隔代不降爵；二是俸禄优厚；三是赐予世袭罔替王府，又叫铁帽子王府。如今，它成为中国反腐斗争中的一个新热词，指代反腐无禁区。

20. **灰色技能**：主要指一些大学生为了能找到一份比较满意的工作，毕业前专门修习《厚黑学》、喝酒唱歌等技能。也指某些企业要求毕业生具备的诸如喝酒、唱歌、搓麻将、打牌等有特殊要求的技能。这些技能并不是积极向上的，但是为了前途，大学生不得不学习。

21. **M型社会**：指富人在数字世界中，大赚全世界的钱，财富快速攀升，中产阶级因失去竞争力，而沦落到中下阶层。这样，整个社会的财富分配就在中间有很大的缺口，跟M的字型一样，左边的穷人变多，右边的富人也变多，但中间少。

22. **海绵城市**：像海绵一样吸水的城市。例如，在城市小区里布置若干地块，用吸水材料建设，作为海绵体，平时是市民的休闲公园，暴雨的时候就作为蓄水的地方。那些被海绵体充分吸收的雨水还可以再次利用，如浇花、洗车等，在一定程度上可以缓解水资源紧张的局面。

23. **无人农业**：通过农业无人机、无人驾驶车辆和卫星定位系统等全面操作和管控农业生产过程。人们只需通过对无人机传输的图片和数据做出判断和处理，属于真正的农业全自动化和现代化。

24. **渐变式退休**：一般来说，退休就意味着一个人到了一定年龄便停止工作回家颐养天年。然而，英国社会正在出现所谓的“渐变式”退休潮流——这些人不会立即为自己的事业上画上句号，而是逐步减少工作时间直至完全退休，“渐变”可能是几年甚至几十年。

25. **自愿加班族**：指由于底薪较低，而与企业签订自愿加班协议并长时间加班的打工者。大多加班族是迫于生存压力选择自愿加班的，但从根本原因上来讲，是企业或者整个劳动力市场有意压低基本工资标准，用一些规章制度隐性诱导胁迫工人选择加班，从而使自愿加班成了劳动密集型企业的常态。

26. **城市首位度**：一般用一个地区最大城市与第二大城市经济规模之比来表示这个最大城市的首位度，它通常用来反映一个国家或地区的城市规模结构和人口集中程度，用于测量城市的区域主导性的指标。一般认为，城市首位度小于2，表明结构正常、集中适当；大于2，则存在结构失衡、过度集中的趋势。

27. **非典型性腐败**：相对于传统的以权谋私、贪污索贿等腐败形式而言，“非典型性腐败”常以朋友之间的交情来进行权钱交易，“拿了好处却不办事，办了事却不一定拿好处”，好像这些都只是朋友间的正常人际交往，没有权钱交易的蛛丝马迹。因而，它具有范围更广泛、手段更隐蔽、形式更多样、判定更模糊、影响更恶劣等特点。

28. **假摔式降费**：国务院常务会议提出推动“宽带提速降费”后，电信业三大运营商推出降费提速方案。运营商称这是“有史以来最大幅度的资费调整”，但网友却将之吐槽为“假摔式降费”，认为新套餐、新价格不够给力，是假降费，并质疑运营商的诚意。这暴露出当前电信市场竞争度远未达到激烈的程度。



29. **链式举报**：指由一件主新闻事件引发的连锁反应式的信访举报集中现象。该词来源于发生在2015年5月的庆安火车站枪击案，当该事件成为舆论热点的时候，很多举报人借机举报官员贪腐问题，几天时间举报案件就达到了10余起，导致大批媒体记者涌入庆安。

30. **跨代贫穷**：指由于自然条件的制约和限制、经济政策的不完善、教育制度欠公平、教育资源的分配欠合理等，处于社会底层的家庭，向上流动的机会极小，家庭里面的下一代成员，从一出生开始就处于劣势，自然也极有可能长期处于贫穷状态。

31. **逆商**：源于英文 Adversity Quotient，全称逆境商数、厄运商数，又被译为挫折商或逆境商。它主要是用来表示挫折承受力的一种指标，反映的是一个人面对逆境、挫折时的心理状态和应变能力，是衡量某个人在社会生活中忍受逆境、战胜逆境的素质标准。1997年，加拿大培训咨询专家保罗·斯托茨博士第一次正式提出这一概念。

32. **路怒症**：随着驾车族日益壮大，因为开车而诱发心理问题的人越来越多，而这类人在国外被称为“路怒族”，所患的为“路怒症”。主要表现为：开车心情烦躁，容易发脾气，甚至会情绪失控。“路怒症”不仅对驾驶员的心理造成不良影响，更威胁到驾驶安全。驾驶员在心情激动时最好不要驾车，一些不良情绪可通过打球、跑步、跳舞等方式排解。

33. **阳光抑郁症**：抑郁症最典型的症状表现就是情绪持续低落、郁闷、唉声叹气、反应迟钝。而“阳光抑郁症”患者却往往会把自己真正的情绪隐藏起来，只向人们展示自己阳光的一面，长期得不到宣泄的负面情绪积累下来，形成巨大压力。因为有“阳光”“微笑”做掩盖，其对人造成的伤害往往会更大。

34. **朋友圈孝子**：指母亲节期间在微信朋友圈发表一些祝福母亲节日快乐消息的人。事实上，很多人的母亲根本不用微信，或者被这些“孝子”屏蔽在朋友圈之外，根本看不到他们发布的消息。这种孝顺的做法也只限于朋友圈而已，没有什么实际的意义。

35. **生态养老**：这是老年人通过亲近生态环境，享受自然之美，并在和谐的自然和人文环境中实现生理、心理健康的一种积极养老方式。如今，越来越多的老人已不再满足于离退休以后“提篮子、带孩子、绕着炉台子”的单调生活，他们也想走出家门，根据自身的爱好，用各种方式享受生活、陶冶身心。走近大自然，选择生态养老，已经成为一种趋势。

36. **蓝色幸福指数**：支付宝、知乎、墨迹天气、高德地图等8个互联网品牌发布城市生活“蓝色幸福”程度报告。这8家公司的LOGO都是蓝色的，所以这次的幸福指数被叫做“蓝色幸福指数”。区别于传统测算方式，“蓝色幸福指数”立足于新的时代背景，将智慧生活、创业环境、移动社交、空气质量等指标进行量化，呈现互联网时代的城市生活满意度。

37. **身份红利**：指中国各级官员在“下海”经商之前，都或多或少地拥有一定的行政权力，掌握着部分行政和经济资源。在强力反腐的背景之下，一些别有用心政府官员有可能在任上累积“身份红利”，通过辞职“下海”兑现。

38. **饭局红线**：是各地针对领导干部吃喝风所做出的具体规定，违反规定即为闯红线。各地相继拉起的“红线”除了为党员干部订立了规矩，更为党员干部提供了赴宴指南。严格遵守相关规定，能够帮助党员干部准确应对各类饭局，避免“四风”问题在饭桌上蔓延。

39. **微素质**：是指网民的上网素质。随着微博、微信等即时通讯工具广泛运用，以短小精悍的微文化为特征的“微时代”，正深刻地改变着人们的认知和表达方式。面对网上的各类信息，网民要明辨是非，不盲目转发谣言。



40. **股灾**：股市灾害或股市灾难的简称。它是指股市内在矛盾积累到一定程度时，由于受某个偶然因素影响，突然爆发股价暴跌，从而引起社会经济巨大动荡，并造成巨大损失的异常经济现象。股灾不同于一般的股市波动，也有别于一般的股市风险，具有突发性、破坏性、联动性、不确定性等特点。从 1720 年世界第一次股灾发生算起，几乎每一个有股市的国家或地区都发生过股灾。

41. **大健康产业**：是维护健康、修复健康、促进健康的产品生产、服务提供及信息传播等活动的总和，包括医疗产品、保健用品、营养食品、医疗器械、保健器具、休闲健身、健康管理、健康咨询等领域。有人认为，当前已经到来的是“健康保健时代”，健康产业也将成为继 IT 产业之后的全球“财富第五波”。

42. **阿 Q 大战**：指阿里巴巴和腾讯在移动互联网领域的交锋，这场战争从 2013 年一直延续到 2015 年。从场景支付大战到打车大战再到红包大战，两大互联网行业巨头在移动支付、即时通讯、打车软件等方面展开激烈竞争。近期，阿里巴巴推出 9.0 版本支付宝，与腾讯微信的功能更加接近，大战硝烟又起。有人指出，由于“阿 Q”两者的市场份额达到 80% 以上，无论是双方有意竞争还是互相配合的炒作，都有可能使它们成为移动支付领域的垄断者

43. **国际吐槽**：指一些网友通过社交媒体或网站，将吐槽内容传播到国外。这种“国际吐槽”很容易被其他国家的民众所熟悉，对国家形象构成一种潜移默化的标签化影响。

44. **友情股**：大学生在创业初期有足够的热情，但对一些现实情况缺乏准备，他们的团队常常由好同学、好朋友组成，往往出于友情把股权均分，每人持股一样多。这属于股权结构不合理，最终会影响企业的管理决策，对企业运营来说是一个大忌，容易导致创业失败。

45. **新型学徒制**：又称现代学徒制，是一种新型的职业教育道路，其核心是企业发挥培训主体作用，而政府进行适当补贴，是招生即招工、上课即上岗，毕业即就业的新模式。这有助于建立长期、稳固的企校合作模式，完善培训政策措施和培训服务体系，加快企业青年技能人才的培养。

46. **上线伦理**：是针对底线理论而提出的伦理概念。在伦理教育方面，上线伦理肯定榜样的示范引导作用。长期以来，国家、地区和部门都树立了一些榜样，对推动社会道德伦理建设发挥了一定的积极作用。在榜样精神的指引下，有的干部能成为孔繁森，有的普通人能成为雷锋。

47. **政府 3.0**：是韩国政府借鉴互联网领域提出的一个关于政府未来发展的计划。其侧重点在“以每个人为中心”的架构上，政府主动公开和共享信息，保障国民的主动参与，同时更加注重沟通与合作。它更多的是作为韩国政府的政治愿景，而非严格的学术概念，是政府 2.0 在韩国电子政府发展中的一种特殊表现形式及韩国政府提出的阶段性发展目标。

48. **衙内经济**：指官员子女利用其父母的权力和影响力从事经商活动而形成的一种经济形态。主要特征是：经营者拥有超出其他同行业者的政府特殊照顾，多为地方性垄断行业，与政府有密切关系，启动资金多为银行违规贷款或无正当来源。短期得利的是一家一姓，最终戕害的却是众多无辜者。

49. **玻璃心**：这是一个网络语，字面意思指内心太脆弱敏感、非常容易受到伤害的人。进一步引申意义为，别人不经意的玩笑话或打趣，都能使他受到伤害，胡思乱想。与“玻璃心”相对应的一个词是“钻石心”。



50. **4D 打印**: 是一种无需打印机器就能让材料快速成型的革命性新技术。比 3D 打印多了一个“D”，也就是时间纬度。人们可以通过软件设定模型和时间，变形材料会在设定的时间内变形为所需形状。有人指出，4D 打印不但能够创造出有智慧、有适应能力的新事物，还可以彻底改变传统的工业打印，与 3D 打印相比，具有更大发展前景。

51. **晒步**: 晒步数的简称，是基于微信的一个运动应用。“微信运动”是一个类似计步数据库的公众号，部分具备这一功能的手机微信用户只要在微信中关注该公众号，系统就会自动记录下用户在一天走多少路，并能看见自己与好友每日行走的步数，并在同一排行榜上得以体现，好友之间可以相互点赞支持并一比高下。

52. **零科技旅游**: 从 2014 年起，全球兴起一种新的度假理念，就是远离被数码产品包围的生活，不用手机电脑，不玩社交媒体，到屏蔽或没有互联网和手机信号的地方旅游，安静地享受不插电的清静时光。岛屿是零科技旅游的首选地。

53. **慢就业**: 指一些大学生毕业后既不马上就业也不继续深造，而是暂时选择游学或支教，慢慢考虑人生道路的现象。据统计，中国越来越多的“90 后”年轻人告别传统的“毕业就工作”模式成为“慢就业族”。

54. **创业圈地战**: 指中国几大互联网巨头正在加大对创业平台的投资。在国家政策扶持下，互联网创业的技术门槛正在降低，贷款金额相对容易获取，这对大众创业者是一个难得的机遇。目前，国内已形成阿里百川、腾讯开放平台、百度开放平台、小米开放平台等多家创业平台，其孵化的创业公司总量全国占比 81%。

55. **盲订**: 指消费者在不知道产品具体样式、价格和发布时间的情况下下单，最终获得物超所值商品回报的一种创新营销方式。盲订必须有极好的“粉丝经济”基础，即有一批“死忠”用户，并且用户和用户之间存在一个社交网络。

56. **软医闹**: 是与打砸医院、设灵堂等“硬医闹”不同的一种医闹现象，其特征是采取持续“维权”、压床、长期“盘踞”医务处、网络散布流言等方式，占用医疗资源、干扰医院正常工作秩序，并对医生的精神进行打击和伤害。近年来，简单直接的“硬医闹”逐渐减少，而更为隐性的“软医闹”比例上升。

57. **IP 电影**: IP 是 Intellectual property 的简称，即著作权、版权。一首歌，一部网络小说、话剧，或是某个人物形象，甚至只是一个名字、短语，把它们改编成电影的影视版权，就可以称作 IP 电影。当前，IP 成为电影行业的一个热词，各大影视公司公布的很多大项目都是围绕 IP 展开，“IP 电影”成为电影圈最火的概念。

58. **有偿社交**: 指一次付费的交友方式。例如，在网络上租个人假结婚、旅游、陪同出席各种聚会、陪跑、爬山、打球等等。当随机的、自发的、天然的“交际”变得不可能，人们便倾向于用有计划的、设计好的场景，来制造出相见、相识、相处的机缘。这是“有偿社交”的心理基础和发生逻辑。

59. **社交破产**: 指因为社交媒体而不堪重负、只好关闭所有的社交媒体账号的状态。自从社交媒体流行以来，联系人越来越多，感觉朋友遍天下。可维持这些“好友”关系，却可能成了一个负担。这时候，就需要宣布“社交破产”了。

60. **分享经济**: 也称共享经济，指能让商品、服务、数据资源及人的才能等具有共享渠道的经济社会体系。在互联网时代，利用移动互联网、大数据等技术进行资源匹配，可有效



整合重构闲置资源，以最小成本解决用户乃至社会的痛点问题。党的十八届五中全会提出，要“发展分享经济”。

61. **制度性话语权**：党的十八届五中全会提出，“提高我国在全球经济治理中的制度性话语权”。有学者认为，制度性话语权有两层含义。一是不仅有发表看法的权利和发表的看法得到关注重视的权利，而且这种权利还在制度体制上得到了保障；二是在全球经济治理涉及制度改革和重构的问题上，具有话语权和影响力。

62. **克强节奏**：是对李克强总理内政外交事务日程安排的真实写照。其特点是，日程安排紧凑，以分钟计，连休息和喝水的时间都很少；活动安排多，强度大，经常是国内国外连轴转。这样的工作节奏，被媒体形容为比博尔特百米速度还要快。

63. **见义勇为**：就是在出现危险情况时，要更加冷静、理智施救，更加讲究救助策略。新版《武汉市奖励和保护见义勇为人员条例》，将原版本中“不顾个人安危、挺身而出”的表述剔除，鼓励和倡导“见义勇为”、“见义善为”。

64. **互助养老**：一种全新的养老模式，是农村和社区养老的补充，强调普通居民间相互的帮扶与慰藉。这种养老模式离家不离村、抱团养老，老人们语言相通、习俗相近，大家每日里闲谈聊天、下棋打牌，既体现传统居家养老习俗，解放了农村劳动力，又能在一定程度上缓解农村养老资源紧张的态势。

65. **文化失觉**：是著名演员陈道明借用费孝通先生提出的“文化自觉”改编而来的，指在影视圈的人对其文化缺乏自知之明，并对其发展历程和未来没有充分的认识。陈道明认为，泛娱乐的文化生态、唯票房的剧本创作、纯圈钱的文企上市和没教养的艺人涉毒，深刻反映出当前的“文化失觉”现象和文艺浮躁风。

66. **吹哨人制度**：指食品安全监管领域的知情人爆料制度。知情人往往是食品生产企业内部人，他们能够尽早发现问题，吹响哨声，大幅度降低监管成本。该制度最早源于英国，当今欧美很多国家都有相关立法。2015年11月，陕西率先在乳制品和白酒生产企业全面建立“吹哨人制度”。

67. **刷剧**：英文为 Binge-watch，是英国柯林斯词典网站选出的 2015 年度热词，指在较短且集中的时间里一口气看完许多剧集（常是电视连续剧），改变了传统看电视习惯。根据柯林斯的年度调查，新型观众的爆炸性增长让“刷剧”一词的使用率自 2014 年以来增长了 200%。

68. **吃播经济**：是一种以互联网为媒介的经济形式，即通过互联网直播吃的过程——“我吃着，你看着，你还愿意付钱，我还能赚钱”。这种“吃播”模式从 2014 年开始逐渐火热起来。有人指出，“吃播经济”的发展是国民经济相比以前整体提升发展的表现。

参考文献：

[1] 苏胜利. 锐词. 《群众·决策资讯》. 2015 年第 1-6 期。

王宇波、郑婷婷、谭昭、程谢飞、吴雪琼
(武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)



爆照:照片能明显看清面部或身体其他细节,无遮掩、无PS。有名词、动词用法。例如“解放军新兵爆照:女神变身女汉子”、“后弦爆照带女儿当跟班,新年单曲即将推出”。

躺购族:意思就是躺在家里购物的一族。“躺购”是一种新的时尚购物方式,“躺购族”以移动消费者为主,电商为购物平台,只要通过手机或平板上网,消费者就可以“不跑腿,不动嘴”,窝在家中就能体验到舒适惬意的购物方式,同时畅享各种劲爆价格优惠,感受网络时代不一样的购物体验。

泥奏凯:“你走开”的广东话谐音词。源自周杰伦《爸,我回来了》新歌中这个词谐音背景音。搜狗输入法云端词库收入并推动。例如“暴力分拣泥奏凯!文明分拣进行ING”、“《单身狗泥奏凯》游戏由番茄游戏提供”。

老炮儿:老炮儿原称为老泡儿,在北京话中专指提笼遛鸟、无所事事的老混混儿。现在,老炮儿贬义色彩渐渐得以洗白,由一个专门用来形容市井混混的词,转化为一种精英的标签。一批具有文化话语权的北京籍名人,是“洗白”老炮儿的主力。冯小刚出演《老炮儿》的原因之一,就是因为剧本写出了北京老炮儿的精气神。《老炮儿》表面上讲的是一个老混混儿“茬架”的故事,但实际上冯小刚饰演的角色,却是社会规则的捍卫者,他不仅三度劝阻兄弟不能起用年轻人去打架,“生瓜蛋子下手没轻没重”,阻止流血事件发生,还将偶然发现的高官贪腐证据寄给了中纪委,“咱们虽是小老百姓,但有些事该办还得办”。电影《老炮儿》把一个北京俚语推送到大众面前,它蠢蠢欲动地想要成为一个最新最热的流行词。连胡同里一些大爷大妈,也走进了电影院。在漫长的市井时光里,老炮儿这个词,从未像今天这样熠熠生辉。

幽灵堵车:幽灵堵车是指看着前头堵车了,但是开过堵车的地带发现并没有什么特殊状况。这种堵车发生的原因是当车流比较饱和的时候,大家都匀速前进的状态是非常不稳定的。只要有一点儿扰动,如前方的司机变道或者踩一脚刹车,就会立即造成后方车辆依次做出连锁反应,然后形成一个虚拟的堵车点,这个堵车点会堆积大量汽车,然后逐渐蔓延到很远的后方。这是城市道路上发生的“蝴蝶效应”。

新偏执狂(new paranoia):美国共和党总统竞选人唐纳德·特朗普自宣布参选以来,多次凭借引发极大争议的离谱言论上头条,成为美国社会热门话题。其全面禁止穆斯林入境美国的言论更是成了各界关注的焦点。唐纳德·特朗普是美国政治中一种“新偏执狂”现象的写照。

手机肘(mobile phone elbow):沉迷于用手机聊天的人易患的一种“时髦病”。这种病症在医学术语里称为“肘管综合征”,患者会感到手部虚弱无力,很难用手开瓶盖,写字或弹奏乐器。长时间将电话贴在耳朵上的用户可能会有手臂产生疼痛的风险。手肘弯得太紧、



时间过长,会使主要神经过度抻张。这样不仅很疼,还可能导致手肘到手指的部分产生刺痛或麻痹感。手机用户可以通过经常交替换手打手机,来避免患上“手机肘”。

C919:11月2日,中国自主研发的首款新一代喷气式干线客机C919首架机在上海总装下线,预计将于2016年首飞。C919是中国继运-10后自主设计、研制的第二种国产大型客机。从此中国成为世界少数掌握研发制造大型客机能力的国家。C是China的首字母,也是商飞英文缩写COMAC的首字母,第一个“9”的寓意是天长地久,“19”代表最大载客量为190座。

高分四号:12月29日0时04分,我国在西昌卫星发射中心用长征三号乙运载火箭成功发射高分四号卫星。高分四号距地遥远,借助一台大口径面阵CMOS相机,它能获取50米分辨率可见光、400米分辨率中波红外遥感数据。打个比方,能看见大海里航行的油轮。目前的高轨卫星主要是通信卫星,传送通讯信号。而高分四号是遥感卫星,通俗说,就是“天眼”看地球。高分四号定点于地球同步轨道上,位于赤道上空,观测范围覆盖我国及周边地区、约三分之一的地球表面。利用与地球同步、相对于地球静止的优势,高分四号能够对目标区域长期“凝视”,获取动态变化过程数据,执行诸如森林火情监视等近实时应急任务。

美食物理学:美食物理学是指将物理理论和试验方法应用于食物、烹饪和饮食方面的学问。这个词是由gastronomy(美食学,烹饪法)和physics(物理)组合而成的,也可以写成gastro-physics。另一种相关名词形式为gastrophysicist,意为“美食物理学家”。牛津大学教授查尔斯·斯宾塞和他的同事通过一系列名为“美食物理学”的科学探索,对人们如何体验食物和饮料的微小细节进行研究。人们和谁一起吃饭;食物如何被摆放和描述的;盘子和餐具的颜色、质地和重量;进餐中的噪音——所有这些因素都会影响食物的口感。

主要看气质:2015年11月24日凌晨,知名歌手王心凌在个人微博发了新专辑《敢要敢不要》中的一张配图,绿色背景凸显古堡风,但手里拿着汉堡大嚼。如此造型让网友直呼“脑洞大开”。随后王心凌在与网友的互动中回复:“主!要!看!气!质!”于是引发网友火速跟风,在发自拍照的同时都要配上一句:“主要看气质。”该“金句”在网络上迅速发酵,短时间内话题迅速登顶热搜第一。2015年12月初,逐渐演变成微信朋友圈“主要看气质”的接龙游戏,微博也随后刷屏。接着又诞生魏菲儿主唱的最新神曲《主要看气质》。

供给侧改革(supply-side reform):也叫供给侧结构性改革(supply-side structural reform)。供给多与需求对应,需求侧有投资、消费、出口三驾马车,供给侧则有劳动力、土地、资本、创新四大要素。供给侧结构性改革旨在调整经济结构,使要素实现最优配置,提升经济增长的质量和数量。推进供给侧结构性改革,是适应和引领经济发展新常态的重大创新,是适应国际金融危机发生后综合国力竞争新形势的主动选择,是适应我国经济发展新常态的必然要求。

张廷成(武汉大学文学院/中国语情与社会发展研究中心)



中心要闻

武汉大学召开专题会议研究语情中心建设工作

2015年9月29日下午，武汉大学校党委副书记骆郁廷教授在行政楼第二会议室主持召开会议，就中国语情与社会发展研究中心的建设工作进行了专题研究。武汉大学人文社科院院长沈壮海和副院长马淑杰、人事部副部长文云冬、财务部副部长欧宏政、文学院院长涂险峰、语情中心主任赵世举和副主任张延成、副主任赫琳出席了会议。

会议听取了语情研究中心主任赵世举的汇报，了解了国家语委和教育部有关部门的相关要求，就语情研究中心的体制机制等重要问题进行了认真研究。会议认为，语情中心是国家语委设在武汉大学的科研机构，今年又被教育部语信司确定为国家语言文字智库建设试点，体现了教育部和国家语委对武汉大学的重视。这对于促进武汉大学相关学科的学科建设、学术研究、服务国家战略和社会发展等都具有重要的意义和作用，学校将全力支持语情研究中心建设和发展。会议表示，将在可能的范围内，按照国家语委提出的建设标准把语情研究中心建设好。支持语情研究中心按照国家语委和教育部有关部门的要求，在不违犯国家有关政策的前提下，尝试开展切合国家语言文字智库建设实际需要的体制机制创新。会议就语情研究中心建设中的若干重要问题达成了共识，形成了决议。

语情中心开始招收语言政策与语言规划博士

生和博士后

为了践行打造集学术研究、咨政建言、社会服务、人才培养和国际对话于一体的多功能综合平台的发展理念，在学校、有关部门和文学院的大力支持下，中国语情与社会发展研究中心开始招收语言政策与语言规划方向的博士研究生和博士后。



据武汉大学研究生院网发布的消息，该方向博士生招生已经列入中心主任赵世举教授2016的招生目录中，纳入学校统一招生。中心招收的该方向的首名博士后已经进站，在赵世举教授指导下，重点开展“一带一路”建设背景下中国面向东盟的语言产业发展方略研究。

招收语言政策与语言规划博士生和博士后工作的启动，使本中心的发展和武汉大学文学院语言学科的发展又迈出了新的一步。

语情中心三项成果获批示和采用

2015年，中国语情与社会发展研究中心有三项研究成果获的领导批示和采用。

中心主任赵世举教授提交的咨询报告《全球竞争中我国面临的重大语言问题及应对建议》于2015年7月获中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东同志和国务委员、国务院秘书长杨晶同志的批示。两位领导同志高度重视该报告提出的建议，刘延东副总理在批示中从国家战略高度对国家语言能力建设提出了明确要求，并指示要努力建设与我国国力相适应的国家语言能力。当今，随着全球化和信息化进程的加快，语言及语言学的功能不断拓展，其触角已更加深入地延伸到社会生活和国家建设发展的方方面面，在日益复杂、激烈的国际博弈中扮演着特殊的重要角色。语言事业已经成为深刻影响社会稳定、国家安全、科技创新、经济发展和文化建设的重要因素，成为国家硬实力和软实力的重要组成部分。正因为如此，许多国家纷纷实施力度空前的国家语言战略，着力提升国家语言能力。该咨询报告正是基于这种发展大势，通过国内外的大量实例和数据，对我国与相关国家在语言能力建设方面的差距进行了对比，深入分析了我国语言事业的现状，指出我国语言短板日渐显露，在一定程度上影响了国家建设和发展，并且潜存着安全风险，迫切需要大力推进国家语言能力建设，以有效应对各种语言需求、机遇及挑战。该咨询报告还提出多项既具有现实针对性，又具有历史前瞻性的具体建议，如尽快制定、实施全方位的国家语言能力发展战略，调整语言管理体制、完善语言法制、增强语言治理能力，改善语言教育、提升国民语言能力，构建社会语言服务体系，以及切实推动语言应用研究和语言资源开发利用等等。这些建议切中要害，具有较强的可操作性。

中心副主任赫琳教授撰写的资政报告《努力建构合适的“一带一路”话语体系》。国家语委主任、教育部副部长杜占元批示，该报告很有针对性和时效性，并要求有关部门将报告呈报相关方面参考。该报告深入研究了关于“一带一路”的宣传话语，从语言、文化、心理、政治、经济、国际环境等多视角，分析了部分关键词语和某些表述在话语基调、词义色彩等方面存在的问题，以及由此可能产生的负面影响，并对如何构建得体的话语体系提出了多项具有针对性的建议。报告视角独特，鞭辟入里，对于完善我国“一带一路”宣传话语，消除有关国家误解和担忧，方便国际社会正确理解中国的善意，争取更广泛的国际支持，促进“一带一路”建设的顺利实施等，具有很高的参考价值。同时，在话语研究、跨文化交际研究等



方面，也具有理论意义。

中心语情监测分析研究室副主任李佳博士撰写的资政报告《方言称谓关乎国家统一和政治稳定亟待引起各方重视》。报告得到教育部语言文字信息管理司的高度重视，被编入《语言文字决策参考》并报送有关领导和部门。该报告深入梳理和分析了把汉语方言、次方言称为“x语”的社会现象。报告称，这类不恰当的表达，既不合学理，也不符合表达规范，如果习非成是，有可能造成社会语言意识形态混乱，影响国家语言文字方针政策的贯彻执行，甚至对政治稳定和国家统一带来消极影响。报告入情入理、切中要害，对于有关政策的制定、有关用语的调整和端正社会对国家通用语言与方言关系的认识，具有重要参考价值。

语情中心创办“语言与国家”茶座

为了探索形式多样、生动活泼的学术研讨形式，促进多学科对话，多视角研究语言，中国语情与社会发展研究中心策划创办了跨学科思想碰撞沙龙“‘语言与国家’茶座”，12月10日举办了首次活动。本次活动的主题是：“走出书斋，走进生活——语言研究如何服务国家与社会”。中心在校全体成员和特邀学者武汉大学政治与公共管理学院教授、《武汉大学学报》人文版常务副主编叶娟丽等参加了交流活动。活动由本中心决策咨询研究室主任阮桂君副教授主持。部分博士研究生也参加了交流。

中心主任赵世举教授介绍开办茶座的意图说：之所以以“语言与国家”为主题词，既是为了表明活动的主旨、范围，也是为了强化从国家高度审视各种语言问题的意识；之所以采取“茶座”形式，是为了营造一个宽松自由的氛围，以便大家无拘无束，放开眼量，驰骋思维，各抒己见，实现思想的充分碰撞。他结合自己的研究经历，畅谈了语言研究怎样服务社会和国家。他特别强调，作为武汉大学的学者尤其是青年学者应该有责任意识和社会担当，要有家国情怀，要以自己的专业领域为立足点、为把手、为切入口，找到自己服务于国家和社会的结合点，让自己的学术研究成果功能最大化，为社会发展和人类进步做出尽可能大的贡献。他还指出，即使是研究古代汉语的，也不能拘泥于古代，不能为研究古而研究古，研究历史、还原历史的目的，不是为了回到过去，而是为了古为今用，开创未来。他希望老师们关注时代发展，重视语言新领域、新问题的研究，特别是事关国计民生的重大语言问题，比如国家安全中的语言问题、语言科技、语言经济、语言服务、语言康复技术、语言关系等等，从中寻找兴奋点、结合点、突破口，在服务国家建设发展中有所作为、有所贡献。

叶娟丽教授作为政治学教授，从政治学角度，阐述了学术研究怎么样服务社会、服务国家，而且以一个政治学者的敏锐，对交流中涉及到的许多语言问题都表示了浓厚的兴趣，发表了高屋建瓴的见解，给语言学者带来很多启发。中心副主任张延成教授以大数据时代的语言研究与语言服务为主题发言，特别强调语言研究的前瞻性和对现代信息技术的运用；中心副主任赫琳教授认为，要体现语言学的价值，就必须关注和研究当代语言生活，解决社会中的语言问题，找到我们研究工作的落脚点和着力点；中心决策咨询研究室主任阮桂君副教



授主要结合自己长期开展农村和城市社区方言调查的情况，就方言保护问题发表了看法；中心成员郭婷婷副教授根据自己在美国匹兹堡孔子学院担任多年中方院长的切身感受，就汉语国际推广问题发表了看法；中心语情监测研究室副主任李佳博士从社会语言学角度，表达了对若干语言问题的看法，包括关于方言的称谓问题、关于不同群体之间语言关系和群体关系之间的关联性问题等；中心成员陈练文博士基于自己的研究领域，谈了如何从《史记》《汉书》等历史文献中挖掘中外文化交流史资源，为国家“一带一路”建设提供服务的设想。

参加本次茶座的老师和研究生一致认为，国家“一带一路”建设的全面推进和“十三五”规划的实施，必将带来更加丰富多样的语言需求。语言研究和社会语言服务的天地将会进一步拓展，大有可为。语言学者要有担当精神和责任意识，积极投身相关的语言研究和语言服务之中，大力推进语言学科开拓创新，为社会建设和国家发展做出更大的贡献。

赵世举主任在会上宣布，“‘语言与国家’茶座”将持续办下去，今后将邀请更多学科的学者参与，下一次的主题是：“语言的文化视角”。

语情中心学者谈“推普-方言保护”

2015年11月23日，中国社会科学网发表海英的文章《科学保护方言留住声音中的乡愁》，重点介绍了语情研究中心主任赵世举教授、副主任冯学锋教授和张延成教授关于正确处理推广普通话和保护方言关系的看法。主要内容如下：

赵世举教授指出：近些年来，推广普通话和保护方言的关系问题成为语言学界乃至社会各界的热议，其中不乏对立的观点，尤其是随着方言保护意识的增强，一些人士和地方疾呼“保卫方言”，有的地方甚至引发了群体事件，颇值得关注 and 深思。他认为，在正确处理推广普通话和保护方言的关系上，重点要解决好这样几个问题：（1）要转变观念，避免偏执。要在全面语言观、全面语言素质观的基础上看待推广普通话与保护方言问题。（2）要摆正关系、分清主次。推广普通话和保护方言这两项工作可以并行不悖，但方言和普通话的语言地位是不能相提并论、等量齐观的。不能把国家层面和个人层面的问题搞混淆了，更不能过度解读语言问题。（3）顺应发展，与时俱进。一是要顺应社会的发展，从社会发展的需要出发重视推普。二是要顺应语言的发展规律，不能人为地过分强调保护方言。要通过对方言的利用乃至开发来保护，在利用中增强其生命力，比如可以以方言为元素或工具开发语言产品、把方言保护与旅游开发结合起来等。

冯学锋教授结合近期《武汉晨报》等武汉地方媒体有关“武汉话危机”问题的连续报道，列举了两个对武汉方言态度相互矛盾的典型事例：一是市民毛先生的孩子因为从小只会说武汉话，结果在幼儿园被孩子们歧视。二是身为“老武汉”的厦门大学学生陈同学不会说武汉话，结果在与外地同学交流方言时感到十分尴尬。他认为这两个典型事例真实反映出了武汉话在传承中的矛盾现状。有统计数据，武汉近70%的年轻人不会讲武汉话。这是一个很严重的问题。冯学锋认为，现在需要重点讨论的是保护方言，普通话已是“强势方言”，“发展



中地方”方言的保护，成为矛盾的主要方面。保护武汉话刻不容缓。

张延成教授认为，保护方言要树立三种意识。一是抢救意识。抢救意识不强的话，前人的记忆、情感消失得比较快。老人一走，他（她）的时代也就带走了，方言中的人生经验也带走了。二是深入意识。不仅注意传统的系统研究，还要注意深入研究某些细节，比如如何更科学细致地记录和研究某一个音的舌位动作。三是应用意识。传统的田野是人与人面对面的，多媒体可看成是第二田野。这个田野怎么利用，需要加以引导。做好社交媒体的推广应用，让大家愿意参与。

据了解，三位教授的观点是记者根据他们 2015 年 11 月 14 日在湖北省人文社科重点研究基地-江汉大学武汉语言文化研究中心召开的“推广普通话·保护方言暨学科建设”座谈会上的发言整理的。