

第 2 期
2010 年
(总第四期)

中国语情

ZHONGGUO YUQING

教育部语言文字信息管理司 指导
武汉大学中国语情监测与研究中心 主办

◇ 目 录 ◇

(2010 年第 2 期 总第四期)

热点观察

方言保护问题检讨·····	1
上海“世博会与”汉语国际推广·····	10
台湾为甲骨文“申遗”引发热议·····	18

语文前哨

“神兽”现象与网络净化·····	23
“×男×女”新词族·····	30

专项调查

台北店名新观察·····	43
--------------	----

新词语快报

“全裸乡政府”等·····	48
---------------	----

方言保护问题检讨

近些年来，关于方言保护的问题讨论得十分热烈。有些人认为，随着普通话推广的深入，方言保护问题需要提到日程上来；也有人认为普通话推广的任务依然很艰巨，方言保护纯属无稽之谈；也有人认为，我们需要的是转变一种观念，普通话要继续推广，方言保护问题也要重视，双言甚至多言的局面将是未来很长一段时间的主流。

实际上，全国各地轰轰烈烈地开展的推广普通话的活动，一系列的口号已然为普通大众耳熟能详，例如“讲普通话从娃娃抓起”“说好普通话，迎四方宾客”、“说好普通话，走遍天下都不怕”等等。另一方面，反对的声音也是从未断绝过，我们的汉语言学，汉语音学的理论研究基本上都建立在斯大林式的“方言”与“共同语”关系的基础上。基础理论是“方言的发展要从属于通用语”、“方言最终会消亡于共同语”。改革开放后，不少学者对此提出了新的见解，官方也实施了专项工程来保护、传承地方戏剧和民间曲艺、戏曲等传统文化。近年来方言的地位逐渐得到了社会各界的广泛重视，作为一种文化多样性的表现形态而存在并且繁荣起来的各种“方言电视剧”、“方言小品”、“方言电影”乃至“方言话剧”席卷整个影视圈，而在网络上如雨后春笋一般涌现的各地官方方言网以及一些个人开办的网站、方言论坛等等也在向我们提供着、展现着各地方言的不同魅力。

基于这一现实情况，我们在谷歌、百度、新浪、雅虎等几个主要的信息量集中的新闻网站之上进行了一番调查，输入“方言与普通话”进行搜索（4月9日），谷歌共有749,000条结果，百度共有242,000条相关结果，雅虎共有260036条相关结果，新浪共有31100条结果，其中根据各类新闻中反映出来的情况，我们发现社会大众普遍对于方言多样性的保护达成了共识，有关“方言保护”及相关内容的新闻占据了大多数。下面是我们在跟踪观察的基础之上对各方意见的概括和分类。

（一）各方主要观点

1.支持方言多样性并且致力于方言保护的

1) 方言是应当保存的民族以及地区记忆、具有深刻文化内涵

人民日报海外版1月2日发表文章称汉语方言保留着古汉语成分，饱含“民族记忆”，保护方言就是留存民族记忆。有专家指出，一些民间力量，如“南腔北调”的方言电视剧、电视节目、电影以及少数的方言培训班，从某种意义上起到了保护方言的作用。（人民日报海外版，2009-01-02）

为了调查收集并保存当代汉语方言、少数民族语言和带有地方特色的普通话的实态、有声语料，国家语委启动了“中国语言资源有声数据库”建设，拟用声音(甚至多媒体)的形式保存“民族记忆”。2008年10月11日，有声数据库建设江苏省试点工作在苏州启动，苏州人说的“吴侬软语”成为第一批被录音留存进入国家数据库的方言。据悉，数据库建成后，将向社会开放。（人民日报海外版，2009-01-02）

“方言是一个活化石”，当这个化石消失之后，那么吴文化的文脉也随之会中断。包括评弹、昆曲之类也会消失，所以我们不能一味地普及普通话，也要像保护文化遗产一样，保护方言。（九月九重天，搜狐社区，读书沙龙，2010-3-19）

“独尊普通话，贬损母语方言”的庸俗文化沙文主义，是没有前途的。（百度贴吧网友 2010-2-19）

中国传统的戏曲曲艺，在当下面临着极其尴尬的处境，特别是地方戏曲曲艺。最重要的原因不是戏曲本身，而是，方言地位的沦丧，方言处于语言的边缘位置，地方戏曲也就随之衰落。（百度贴吧 网友 2010-01-02）

2) 方言（及其节目）与普通话并不矛盾，应适度保留方言的比例

国庆 60 年献礼大片《建国大业》中，传统上本该讲方言的老一辈开国领袖毛主席、周总理等，都是一口标准的普通话。这样的变化，在网上引来不小的争议。有反对者认为，推广普通话没错，可也要尊重历史、尊重事实。（泉州晚报，2010-2-20）

《小马说交通》是杭城电视媒体唯一一档权威的交通服务栏目，通过电视、广播多平台播出，主持人小马时而杭州话时而普通话，这种生动有趣的解说方式，也给他带来了不少粉丝。“我觉得方言节目有它存在的必要性，”小马不赞成压制方言节目，他以戏曲举例：“越剧、川剧、粤剧等戏曲都是说方言的，难道就因为他们方言的局限性，就要压制它？”（2010 年 01 月 28 日 浙江在线新闻网站）

保留方言学习和传承的适当空间。在 21 世纪，强大的电视媒体、纸质媒体、网络和人口的流动，使人们很容易学会普通话。在现代社会，在不同场合自由选择自己所用的语言也应得到尊重，地方广播和电视节目应有适当的方言空间。（解放日报-2009-12-21）

3) 方言的生存现状堪忧，保护方言是保护非物质文化遗产的重要任务

“方言能反映一个地方的风土人情、精神面貌。可现在能说一口字正腔圆贵阳话的人却越来越少，地方台一些电视节目里的方言也变了味。”著名方言曲艺表演艺术家卜小贵对方言艺术生存现状的担忧并非空穴来风。（泉州晚报 2010-2-20）

上海市语委办将遍访全市采集“上海方言数据库”和“方言地图”“我们现在说的上海话和张爱玲时代的上海话已经有很大不同，张爱玲时代的上海话通过小说等形式保存到现在，但是一些具体的发音等已经不能还原。现在做的方言数据库以及方言地图的采集工作，对保留 21 世纪初原汁原味的上海话有着重要的意义。（东方早报 2010-04-07）

4) 方言及其节目其实是一种地域文化心理认同的诉求，这种熟悉的“乡音”是任何其他语言都无法替代的，政府应在地区内部保护方言方面做出努力。

“上个世纪 90 年代以来，日渐勃兴的方言电视文本正成为方言区居民实现自我认同、从事意义和快感的再生产的文化资本，同时折射出地域亚文化不满自身现状、谋求重新建构自我身份、提升自我文化地位的诉求，以及地域文化在日益边缘化过程中的去中心化与中心化策略。方言在电视传媒的繁荣和全面扩张给人以措手不及之感，方言电视潜移默化地发挥意识形态影响，成为民间文化的传播方式和展示舞台。在市场化背景下的收视率逻辑中，电视作为一个文化生产场，势必以所在地区为目标市场、以区域性观众为主要定位，这时方言这种“独特的言语形式”可望成为连接观众的纽带，尤其在以展现地方风土人情为主要内容的文本生产中，电视视听合一的要求使方言运用成为真实性所安排的一种选择。”（韩鸿《方言影视的文化解析》）

不是说不要推广普通话，不同地域的人群进行沟通，必须讲普通话，可是一旦同一方言区的人在一起，要尽量讲方言，各方言区必须有专门的方言电视频道，政府应该在保护方言方面加大投入。（科学网博客 2010-3-19）

我们的教育和培训，必须尊重受教育者的“文化特性”，中小学教育中推广普通话没有错，没有问题，但，实事求是地说，对方言的尊重并没有做到位，语文教学片面注重工具语言的教授，只加强了“文化共性”，而大大忽视了“文化特性”，教导孩子们说普通话，这是正确的，但没有教导孩子们要热爱家乡话，要尊重家乡话，明确引导孩子们既使用普通话，又可以使用方言。（百度贴吧 网友 1-18）

对绝大多数人来说，母语——无论是国语还是乡语——包含着一种与生俱来的感情，只要有机会总会自觉或不自觉地流露出来。有些感情，有些话，只有用母语才能表达出来，传达清楚，尤其是在讲同一母语的人之间，再纯熟的普通话或外语都无法替代。（连载：人在时空之间 作者：葛剑雄 出版社：中华书局）

5) 独尊普通话会导致“语言霸权”，对于构建语言多样化的生态环境是不利的，“巴别塔”只是基督教的神话。

我们对外反对英语的霸权，力主汉语的复兴；可是，对内，也一定要在推广普通话的同时，推动方言的复兴，要提防少数语言工作者把普通话变成“语言霸权”。独尊普通话，就意味着要颠覆语言的多样性，侵犯八成以上的人们的语言权利。（百度贴吧 网友 3-10）

2月21日，是“国际母语日”，这是联合国教科文组织倡导的关注母语、热爱母语、保护母语的纪念日。语言问题，是我们从事社会、经济及文化生活各种活动的核心。在语言问题上，推行“世界母语日”的目的，是“让每个族群深刻认识到各自母语的重要意义，逐渐引起国际社会关注语言多样性和使用多种语言的根基问题。”（联合国教科文组织总干事松浦晃一郎语）

普通话是工具语言，是交际沟通的一种工具。我们正确认识普通话，要反对少数人把普通话变成语言霸（百度）权。这些想把普通话搞成“语言霸（百度）权”的人，总会高高祭起“口音统一”的旗帜，认为口音统一有利于大一统国家，其实，这个高帽是荒谬的。我们纪念联合国倡导的世界母语日，就结合联合国相关的国际公约来分析，我们是从现代人文的视野来看待问题。（百度贴吧 网友 2010-2-7）

6) 方言具备普通话所没有的价值，保护方言有利于儿童的语言学习与发展，对于培育下一代有利。

发动“白话文运动”的胡适在1925年说：“方言的文学所以可贵，正因为方言最能表现人的神理。通俗的白话固然远胜于古文，但终不如方言的能表现说话的人的神情口气”（解放日报）

当代著名学者章培恒在2007年《中国文学史新着》里引用小说《海上花列传》中一段苏州话对白后写道：“如此真切、生动，这一切是无法用普通话来表现的。虽然才气如张爱玲也办不到”，“这不是张爱玲译得不好，而是根本无法译。”这两人的话都说明了方言鲜活与自然的特性。（解放日报）

2.支持开展普通话普及工作的一派

1) 在影视作品之中应该有限制地使用方言，以普通话为主流

国庆 60 年献礼大片《建国大业》中，传统上本该讲方言的老一辈开国领袖毛主席、周总理等，都是一口标准的普通话。支持者则表示，为了塑造特定的人物形象，可以选择方言，但每个角色都说方言就让人难以接受，毕竟普通话还是主流。（泉州晚报，2010-2-20）

“作为‘80’后，以前看过不少领袖说方言的影视作品，听他们说普通话，是有点不习惯。不过我想，随着时间的推移，我们不可能再强求演员的形似，把故事讲好，把人物的精气神演出来才最重要。”王女士观看《建国大业》后认为，领袖说普通话表现出的气度彰显了大国风范。（泉州晚报，2010-2-20）

允许保留方言，允许在一定的范围之内使用方言，甚至可以允许方言广播、方言电视剧或者方言电影的存在，但是不能提倡和允许方言文字系统的存在，应该让方言只是停留在口头之上。至于方言的标写，可以采用世界通用的国际音标。（来源：文汇报 作者：刘民钢）

国家语委副主任、语言文字应用管理司司长王登峰日前在接受采访表示，我国对地方台使用方言进行播音有严格要求，例如播报新闻不能使用方言，方言节目的播出时间、时长和占节目总数的比例也都有严格要求。但是近年来方言的广播和电视节目越来越多，一些地方并没有严格按照国家有关规定进行约束。（华兴时报）

从宏观意义上说，一些节目使用方言，应该仅局限于普通话普及程度暂时较差、人们的交流还有赖于方言的特定地区与特定人群，而不能仅仅在理念上迁就“语言亲切感”。（华兴时报）

近日，广电总局新闻发言人朱虹表示，重大革命和历史题材电视剧、少儿题材电视剧以及宣传教育专题电视片等一律要使用普通话；电视剧中出现的领袖人物的语言也要使用普通话。（大江网）

2) 推广普通话关于中国在国际上的地位问题，应当将普通话推行政策贯彻到底。

张继波认为，汉语普通话的推广普及与中国在世界舞台上地位的不断提升是同步的，面对国外兴起的汉语和普通话学习热，国民更要在交流中以一口流利的普通话应对，从“要我学”向“我要学”转变也就不难理解了。（泉州晚报，2010-2-20）

3) 方言被普通话取代是势在必行的，是全球化、城市化的必然趋势，也是语言发展的必然。

孙曼均(教育部语言文字应用研究所副研究员)：“方言的作用也主要不在于交际。在当前全球化、城市化发展趋势下，方言受到普通话的影响而变得越来越不正宗，这也是大势所趋。倘若一味追求正宗，渴望它的回归，这肯定是不可能的。所以，这种情况下，要想人为地保护，恐怕是不现实的，如果方言不能够适应时代的需求，变化了，最终消亡了，这也是语言进化的正常历程，是语言发展的规律，是人类无能为力的。”

“有些主持人测试普通话过了级，港台腔却很重，甚至语调、断句错误，这种就应该强调规范和纠正。另外，官员在公开场合必须规定讲普通话，不讲普通话就不能上镜头，因为他们面对的是广大公众。教师教学应该做到使用普通话，大的地方做到，乡镇教师的普通话较差，这些是值得大力推普的地方。”（中国教育报 2010-3-10）

靳光瑾(教育部语言文字应用研究所副所长、研究员)：“我们国家的城市化进程和世界上比起来差距有多大？我们国家的城市化进程是 40%城市化，在国际上是 80%的城市化。全国人大都提出来加速城市化进程，这一进程必然促进通用语言的使用和发展。没有共同的语言是谈不到城市化进程的。”（中国教育报 2010-3-10）

中国地广人多，百里不同音。不仅各大语系之间（如北方语系与吴语系、粤语系、闽南语系）有极大的差别，就是同属北方语系的山东、山西、北京之间的差别也不小，彼此的沟通也很困难。然而自周代以来就树立了“大一统”观念，“一统”的理想状态就是全社会的人能够互相沟通，这就要有共通的、互相能听懂的语言。因此历代都要提倡通用语言。（来源：新京报）

4) 方言中未必承载了多么深的文化内涵，谈及“保护”过于夸大其重要性了。

孙曼均(教育部语言文字应用研究所副研究员)：方言借助了现代的传媒方式“复兴”了，所以，在文化娱乐领域引起人们的关注和兴趣。实际上这是表象，是假象，它的繁荣迎合了部分人的精神需求和情感的需求，同时也与激烈竞争中的现代传媒面向小众的发展趋势合拍，方言热便应运而生了。有些方言专家认为社会对方言的需求，其实不是它的交际，而且承载的不是真正的文化的含义。所以，从某种意义上说，文艺中的方言，更多的是市井化的调味品，不具有承载地域的文化特色，人们未能从中看到多少地域文化的东西，而是小品性的娱乐性的东西，方言成为大家娱乐的工具。（中国教育报 2010-3-10）

靳光瑾(教育部语言文字应用研究所副所长、研究员)：“不少地方的广播电视的方言节目实际上是一种炒作、标新立异，是吸引观众的一种炒作，而不是真正的语言的发展。”（中国教育报 2010-3-10）

陈章太(原国家语委副主任、研究员)：我们应该坚持继续推广普通话，坚决不同意提出“保卫方言”的口号，这种口号是极其不恰当、不负责任的，只会对我们国家、民族、社会、群众，包括广大方言区的社会推普不利。实际上，不可能产生普通话和方言的矛盾激化到需要保卫的程度。（中国教育报 2010-3-10）

5) 普通话才是弱势语言，需要扶持和保护的那一方。

谢俊英(教育部语言文字应用研究所副研究员)：其实方言有它的很广泛的生存土壤，可是普通话不是。有人谈到，普通话是一种克雷尔语，它以前不是母语，由于推广使用成为母语，所以，它特别的脆弱。如果国家不推广的话，我相信不用10年就没有人说普通话了，应该是大力推广的东西。说它对方言的威胁，我觉得根本构不成威胁，从调查数据来看。实际上普通话的普及，从50年代到现在50多年的推普，会说普通话的人占总人口的53%，可实际经常讲方言的人占总人口的80%多。所以，从这个数据来看，弱势的是普通话，这是我个人的认识。（中国教育报 2010-3-10）

6) 方言的地位并没有受到普通话的威胁，政府从未要消灭方言。

厉兵(教育部语言文字应用研究所研究员)：中国社会科学院语言研究所早些年建立方言音档，已经在各个方言区为他们建立方言音档，今天来看这些语音资料是比较纯的方言。实际方言受挤的原因不是普通话的冲击，是经济大潮、城市化以及数以千万的人涌进城市，人们必须选择一种共同语言。提出这些口号的绝大部分是经济发展地区，上海、广州、厦门、南京、杭州，我觉得这里多多少少还有一种地方主义色彩。这个口号不要泛化，否则影响很大。（中国教育报 2010-3-10）

推广普通话并不是要消灭方言，而是要在会说方言的基础上，还要会说民族共同语。推广普通话总的要求是正式的场合和公众交际的场合讲普通话，但并不排除在非正式场合讲方言。国家推广全国的普通话是有重点、有步骤地进行的，并不是一刀切，也不是所有场合一律不让说方言。以学校为例，首先要求语文课用普通话，然后提出各科教学都用普通话，使普通话成为教学语言，继而再要求普通话成为校园语言。即使是这样，也允许师生在校外的非正式场合讲方言。（河南省教育网）

7) 推广普通话是带动地区经济发展的必须。

1月14日本版及四川在线同时刊载《四川话 VS 普通话 当方言遇上开放》一文后，立即引起四川在线网友热烈跟帖：

网友：真的应该讲普通话。四川老乡们，普通话就那么难吗？其实不难！四川话与普通话的最大区别在于“四声”和“平翘”有些不同，发音除了个别字不同外基本一样。四川话本身属北方语系嘛！练练吧，看电视、听广播、个别字查查字典就解决了。真的不难。不要老让外省人笑我们“椒盐”！

网友：走出盆地还是要讲普通话，不然显得我们四川人好土哦，让外省人认为我们思想落后，不开放。普通话更便于交流。其实我们自己也常常自嘲四川人在外省说方言闹的那些笑话。当然我们四川人可以当成幽默，高兴一把，外省人就只能“油墨”了，弄不懂你表达的是什么意思。（四川日报 2010-01-15）

“我是一个在重庆工作了40年的四川人，我每天都要看四川台的《四川新闻》。我希望接受电视采访的公务人员都说普通话。”——四川在线网友“何志明”

“外地人到成都根本听不懂四川话，感觉四川非常闭塞，孩子们将来走出四川也会因为不会说普通话而造成语言上的障碍。”——四川在线网友“北京人”

四川省语委办公室主任陈小红认为，一个地方的语言习惯和当地的经济、社会发展水平息息相关，当说普通话成为一项迫切的需要时，推广普通话就水到渠成了。她说，由于语言习惯、经济和社会发展水平、对外交流程度等诸多原因的影响，在四川推广普通话的工作虽然取得了较大进展，但是未来依旧是“任重道远”。（四川日报 2010年01月14日）

8) 方言很“土”，在公共场合使用普通话是一种礼节，公务人员以及新闻播音人员更是需要使用标准普通话。

“说上海话是没有文化的表现，有点像美国土著红种人”（“新英雄闯荡上海滩，不限户籍个个精英”，《新民晚报》，李大伟）

“文明就是男人不说上海话，女人不说山东话！”（许石林博客）

如今媒体越来越多，信息量越来越大，节奏越来越快，出现这些现象或许无法避免。但我总希望，一个国家、一种语言应该有一种大家都容易听得到、看得到的标准。仅仅靠专家或辞典，是不足以影响和 指导大众的。要求所有的媒体都做到或许不现实，代表国家的几家媒体总该做到吧！或者应该进一步规定，某家电视台、广播台的某频道，以及某报刊的某版面为国家语言标准。它们将负责保证中国口头和书面语言的纯洁、规范和严肃，包括及时认可新的读音和语调、运用新的词语词汇，或对旧词使用新的解释。当然起决定作用的应该是权威的语言学家，必须由他们来保证这类媒体所使用语言的权威性。（《人在时空之间》 作者：葛剑雄 出版社：中华书局）

9) 有些地区打着“保护方言”旗号而实为地方文化保护主义

经济的强盛，往往容易引发对“文化强势”的追求。在有些人的潜在意识中，成了经济巨人，当地的方言也就成了与普通话“平起平坐”的强势语言——凭什么要让我来说普通话？这种有意无意的夜郎自大，恰恰也是有关法规应该重点关注的。（来源：华兴时报 责编：范静）

普通话的诞生正如书同文、车同轨、度量衡的统一，实质上意味着一种中央权威的确立，它的推广乃是中央对地方的同化与支配。与此相应，如果普通话受到了方言的威胁和挑战，很可能暗示地方对中央的分化。（大江网 作者：羽戈）

3.持中立立场，认为保护方言和普通话推广之间并不存在矛盾的

1) 方言和普通话在一定条件下是可以协调共存、共同发展、并行不悖的。

蒋朝晖发现,南方语系与北方语系在不断地相互融合,个别词汇和语音上的相互渗透尤其明显。“过去,普通话标准发音中有轻声和儿化音,现在很少见了。以北京方言为基础的普通话越来越受到南方语言的影响,某些发音舌位发生了前移,更方便发音。”(泉州晚报, 2010-2-20)

“推广普通话和方言的使用之间并不存在冲突。推行普通话是国家的利益和意志,是要求民众在该说普通话的场合必须说普通话,私底下或其他场合的交流,使用什么样的语言是每个公民的权利。有关专家说,“热爱祖国语言文字”不是一句口号,是关乎社会经济发展和全民文化素质提升的。强调“构建和谐的语言生活”,就是要正确处理普通话和方言之间的关系。(泉州晚报, 2010-2-20)

袁钟瑞(教育部语言文字应用管理司推普处处长):我觉得推广普通话和保护方言,现在有的人把它对立起来是不对的,这是完全可以并行相容的,不是你死我活的事情。方言是遗产,遗产有物质遗产和非物质遗产,物质遗产没有了就没有了,北京的城墙拆光了,再建也是假的了。但是,非物质遗产,比如说普通话,你们会说方言,我教你学会普通话并不是说我的普通话就不会了,这是共享的。所以,两件事完全可以相容,并行不悖。(中国教育报 2010-3-10)

大家都应该抱着百花齐放,百家争鸣的态度.容许方言的存在,大力推动普通话活动,使到暨能统一我中华语言的同时,又能体现出中华民族语言体系的丰富的,多采多姿的文化。只要大家都有正确的态度,持有夫子那种<子入太庙,每事问>的精神,虚心学习,尊重别人,这个矛盾并不是对立。香港所推行的二文三语的教育是最正确的,值得在普通话体系以外的语言体系的地区政府和人民,一个很好的借镜和推广,真正做到统一我中华语言的同时,也可以保存了我国的丰富的语言体系,保护和发展这项伟大的历史遗产。(大洋论坛)

据统计,广州话是香港家庭最常用的语言,大约91%的五岁以上人口在家中以广州话交谈。大约40%的人口报称以普通话为最常用的语言或能说这语言。91%的五岁以上人口在家中以广州话交谈,这体现了方言作为生活口音的属性;而大约40%的人口“最常用”或者“能说”普通话,这体现了普通话作为交际语言的重要作用。在生活中使用方言,在交际中使用普通话,两者彼此和谐的相处模式,通过这两组数据,就可以一目了然。(百度贴吧 网友)

2) 推广普通话并不意味着排挤、消灭方言,因此根本不存在“保护”方言的问题。

袁钟瑞(教育部语言文字应用管理司推普处处长)还指出,“同时,推广普通话不是要消灭方言,方言在不少场合具有自身的使用价值,这是贯彻多样化原则。早在1997年,我们很正式地对推广普通话的政策进行了阐述。方言,我觉得在中国是有特别悠久、厚重的社会基础、文化基础。人民群众对方言有深厚的家乡情结,在群众的日常生活中、在地方的戏曲、曲艺这些艺术形式中,在公共服务行业接待本地客人的场合,方言至今仍然广泛地显示着,并且将继续保持活跃的生命力,根本不存在什么方言即将消亡需要保护和抢救的问题。”(中国教育报 2010-3-10)

近年来一些人提出的“保护方言”,或者“保卫方言”、“挽救方言”等等,如果是针对推广普通话而言的,那就没来由,令人费解,因为没有人说过推广普通话要消灭方言。方言不能消灭,实际上也消灭不了。像汉语这样分布地域如此广泛、承载着如此

丰厚的地域文化的语言，即使普通话普及率达到 100%，人们在掌握普通话的同时，也不可能完全脱离方言，因为推广普通话，是要求人们有能力使用普通话，并不是绝对不允许说方言。（山东大学 钱曾怡 《推广普通话和保护方言》）

恩格斯所鄙视的那种“非黑即白”的机械唯物主义，现在在语言问题上泛滥开来，强调方言，就是对普通话的打击，把方言和普通话放到了极端对立的位置上，这是非常荒谬的。（百度贴吧 网友）

3) 普通话和方言之间存在着互渗的现象，说明二者可以共存。

随着现代科技交通通讯手段的发展和人民群众精神文明水平、生活质量的提高，不仅青少年儿童，而且越来越多的中老年人，不仅城市居民，而且越来越多的农民，即使是说方言也都在逐渐舍弃方言中难懂的、过时的和粗俗的成分，使得方言本身在语言词汇，乃至语法等方面逐渐向普通话靠拢。（中国教育报 2010-3-10）

40 年来的推广普通话工作，使各个方言已经发生变化，在语音、词汇方面都有向普通话靠拢的趋势，原先那种很纯正的方言几乎不存在了。同时普通话也不断从方言中吸取营养，借以丰富自己。原来根本没有的一些其他方言中的词也进入了普通话，例如“垃圾”、“过硬”、“敲竹杠”等。（河南省教育网）

普通话吸收新词有两个主要来源：一是积极吸收从国外传来的大量外来语，一是积极吸收从群众口中产生流传开来的生动口语方言。（解放日报）

4) 方言的变化并非完全因为普通话推广的缘故。

推广普通话无疑加速了方言的发展，致使方言原有的一些特点淡化而向普通话靠拢，但是这种结果并不完全是由于推广普通话而造成的。因为语言随社会的发展而发展，语言的演变是客观规律，任何人都无法阻挡。（山东大学 钱曾怡 《推广普通话和保护方言》）

[编者的话]

著名语言学家赵元任先生说过，普通话也是一种方言。只不过这种方言使用的地域更广，使用的范围更大而已。对于推广普通话和保护方言之间的争论，正好体现出了目前对方言和普通话相互之间关系的一种模糊认识。从更根本上说，推广普通话与保护方言是可以同时进行的。一方面，我们国家人口多，地域广袤，有一种通行全国的普通话，当然是十分必要的。另一方面各地的方言本身有着与地域文化紧密相连的关系，方言的消亡也意味着一种文化的消亡，所以也值得我们重视。目前存在的最大问题是，我们需要树立一种语言平等的观念，世界上任何一种语言都是平等的，没有高低贵贱之分，我们在推广普通话的时候，不是要消灭方言，而是要让讲方言的人掌握通用语，成为双言人或言语人。

从世界各国的语言政策来看，根据各国实际国情的不同，Annamalai (2002)，将语言政策的目标分为消灭、容忍、以及推动三类。消灭性的语言政策就是以处罚的方式禁止某语言在公开场合、甚至于私下使用，用意是让使用者觉得该语言是一种负债，转而采取被认可的语言，最后达到语言转移 (language shift)，也就是同化的地步。容忍性的语言政策就是保持现状，并未刻意去扶助弱势族群的语言，也不想去扭转跟随语言而来的结构性不平等，甚至于就是令其自生自灭。推动性的语言政策就是想办法避免任何语言的消失，包括鼓励私下使用、或是确保公开使用而不被歧视。

从欧美各国的语言政策来看，早期，尤其是殖民主义时期，多采用消灭的语言政策，现在多采用容忍和推动的语言政策。比如美国，英语是他们默认的共同语，但美国的联邦法律并没有规定英语就是官方语言，虽然近来已经有一半左右的州用法律的形式规定英语为官方语言，但是还有很多州，并没有规定英语是官方语，有不少的州是好几种语言一起使用的。又如，澳大利亚，最初采用的是“单一语言政策”，六七十年代后，开始采取文化多元，语言多样的政策，并规定每个澳洲人都有权利保有他/她的第一语言。在欧洲，法国是最强硬的“单一语言”政策的推行者，但是近代以来，他们也开始对外提出多语主义，对内并逐步放宽地区语言的活动。

相关博客信息链接信息

1. [方言与普通话的差别- 白老五的博客](#)
2. [请讲普通话，勿忘草根方言- 江枫渔火对愁眠-- 腾讯微博](#)
3. [上海强化方言抵制推广普通话-江山如画 \(jwl4638\)-搜狐博客](#)
4. [我们的方言 vs 普通话 - x°涇笕嘢百合... - 博客浙江](#)
5. [方言和普通话- 隔壁家的鸡- 小小邻居- 蓝袋鼠博客 Landaishu.com](#)
6. [方言和普通话会不会相互挤压- 钱乃荣老师的上海角落](#)
7. [推广普通话的必要性- 黑总的博客- 敏思博客](#)
8. [普通话只有工具意义，没有文化意义--roomx 的博客](#)

(阮桂君 纪诗红 编辑)

上海世博会与汉语国际推广

一、引言

世界博览会（World Exhibition or Exposition，简称 World Expo）是一项由主办国政府组织或政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性博览活动。它已经历了百余年的历史，最初以美术品和传统工艺品的展示为主，后来逐渐变为荟萃科学技术与产业技术的展览会，成为培育产业人才和一般市民的启蒙教育不可多得的场所。世界展览会的会场不单是展示技术和商品，而且伴以异彩纷呈的表演，富有魅力的壮观景色，设置成日常生活中无法体验的、充满节日气氛的空间，成为一般市民娱乐和消费的理想场所。举办世界博览会的目的，是透过一个国际性的展览平台，使参与的国家在主题上得到广泛的联络与交流。世界博览会是对当时社会文明的智慧的一种记录，和对未来的前瞻。

中国 2010 年上海世博会是世博会历史上首次在发展中国家举办的综合性世博会。2002 年 12 月 3 日，中国成功获得 2010 年上海世博会的举办权，实现世博史上无发展中国家成为综合性世界博览会举办国的历史性突破。上海世博会的主题：“城市，让生活更美好”。上海世博会的举办期：2010 年 5 月 1 日至 10 月 31 日，历时 6 个月。上海世博会的举办地点：位于南浦大桥和卢浦大桥之间，沿黄浦江两岸布局。世博会园区规划用地 5.28 平方公里，其中浦东部分为 3.93 平方公里，浦西部分为 1.35 平方公里。上海世博会的目标：将邀请 200 个国家和国际组织参展，预测参观人数达 7000 万人次。

因此，上海世博会将是我国民众与世界各国民众继 2008 年奥运会之后又一次大交流的盛会。很多人意识到了世博会是推广汉语的一个大好时机。

二、推广汉语，世博会机不可失

一位博主写道：利用世博会，传播汉语，用汉语结交朋友。用汉语发展我们的经济，这是开启中国文化的一把金钥匙，要世代传递下去。上海世博会五个主题馆的名字：永恒之城、活力之城、创新之城、生态之城和宜居之城，体现了中国文化和汉字的艺术魅力。世博会历史源远流长，它是一个富有特色的讲坛，它鼓励人类发挥创造性和主动参与性，它更鼓励人类把科学性和情感结合起来。让全世界的人们交流和熟悉的那魂系梦牵的细细丝带就是语言。上海世博会，7000 多万人的盛会，汉语是一个东道主，她将向全世界人们展示具有 5000 年历史的中国和现代的中国。上海世博会的举办，体现了汉语的生动、深刻与人性化，中国古老的文化与现代语言的完美结合，创造了 21 世纪的中国。那么，汉语又是世界经济、文化交流的工具，虽然不能说她终将替代英语或称霸世界，但爱汉语，学汉语，已经成为许多国家推广的重要事宜，为什么？因为中国古老

历史与文化，21 世纪的现代化，吸引了众多的外国朋友要立志探索和追求，他们顽强的咀嚼着，拼命地去掉那西方的味觉，品尝着京味，川味，河南味，东北味的汉语，如同吃上一个宫廷大餐。汉语，也是拓展中国经济与发展的工具。语言的局限就意味着天地的局限，就意味着国家发展的局限，经济与文化的闭关。中国的文化，是任何国家都不能比拟的。因此传送汉语，推广汉语是我们每一代国人不可推卸的责任。我们用汉语给我们自己验血，做我们文化脉络的 DNA 鉴定。验出的是：古典文学，是我们汲取传统文化的第一口母乳，使我们认识自己的渊源。李白、杜牧、李清照、苏轼，他们宽袖长袍仙风道骨长吟短诵，召之即来却挥之不去。现代汉语：是我们国家强大的表现，科学发展的表现，简略的风格是发展的趋势。¹

石兴良先生（全球汉语教学总会副会长）认为：世博会将会吸引到全世界人民的关注，届时又将有不计其数的外国人领略到中国文化的风采与魅力，于是必然地，新一轮学习汉语和中国文化的热潮又将掀起。因此，一旦世博会成功举办，那无论是对外汉语教学，还是国际汉语师资认证培训，都是一个提升关注度的巨大契机。而将来更多的专家学者投身其中，也将有助于这个专业的茁壮成长。²

雷仲谦（青岛市话剧院 88 岁的退休老演员）专程赴上海，只有一个目的：借 2010 年上海世博会推广汉语。耄耋老人为此次汉语推广计划确立了“与百万参加世博会的外国人共饗汉语”的主题。“上海世博会一开，数以百万计的外国人聚集此地，要吃饭，要住宿，他们需要简单的汉语。”此前，雷仲谦以老演员拥有的纯正的普通话功底在青岛开设了雷仲谦汉语私塾，这位 1956 年开始定居青岛的老北京在正式退休后反倒忙碌起来。此前，他的“三小时汉语教学速成法”已经取得国家专利号并打印成册；由他创建的英法德俄四国语言的汉语教学网站已初建完成，并以四国语言打出“欢迎各国人民参加 2010 年中国上海世博会”的特别宣传口号。而以老人自己名字命名的雷仲谦文化工作室业已在上海影视界一位老友的协助下正式注册成立。雷仲谦上海世博会汉语推广计划包括汉语学习网站的推广和相关图书的营销。据悉，目前老人正与世博会山东馆接洽，为自己的汉语推广助力。³

洪俊（汉语教学人士）认为有两件事很重要：一件是通过编写好玩的教材，让外国人真正喜欢上汉语。“我打算编个孙悟空的故事，让外国人看看中国文化多么有意思！”另外一件事，就是通过一些知名人士，知名活动的效应来推广自己的品牌：“比如在即将召开的上海世博会上，我打算向 200 多个国家的代表赠送茶叶和汉语学习用品。”“你想，要是一些知名人士，比如克林顿、安南、奥巴马，他们都开始说流利的中文，喝纯正的中国茶了，那么普通民众还有什么理由不向这股潮流靠近呢？”在洪俊的眼里，或许到那时，学汉语不仅仅是时尚，更是一种未来发展的需求了。⁴

三、世博会使全球汉语热升温

¹ <http://blog.qq.com/qzone/622007733/1251791735.htm> 2009-9-1

² <http://hi.baidu.com/%BB%AA%D1%D4%F5%E8/blog/item/b91dcd14a271a002c93d6d9d.html> 2010-02-23

³ <http://www.qingdao.gov.cn/n172/n1530/n32936/12728530.html> 2010-03-31

⁴ http://big5.lm.cn/invest/enterpriseinfo/trademarkstory/201002/t20100223_464857.htm 2010-02-23

随着奥运会、世博会的举办，中国经济的高速增长，中国在世界的影响力越来越大，中国崛起之势已经不可阻挡，并在全球引发新一轮“汉语热”。⁵两年前还只有 200 多名中小学生就读的美国芝加哥孔子学院，如今已有超过 12000 名学生。目前全世界有 109 个国家、3000 多所高等学校开设了汉语课程，在很多国家，学汉语的人数正以 50% 甚至更高的速度增长。

上海世博会引发爱尔兰汉语学习热⁶：随着上海世博会的日益临近，爱尔兰掀起了学习汉语的热潮。中文学习网站 ChinesePod.com 日前宣布，2009 年 9 月 1 日至 2010 年 5 月 1 日期间，该网站向爱尔兰人提供免费的汉语学习课程。这一课程面向所有的爱尔兰公民，将通过音频、视频、移动学习软件和在线指导等途径进行授课。据 ChinesePod.com 的创始人之一 Ken Carroll 介绍，这一课程主要针对没有汉语学习基础的初学者，课程安排简短轻松。Ken Carroll 表示，今年是中爱建交 30 周年，在上海世博会开幕前开展这一课程，旨在加强爱尔兰人对中国经济发展和语言文化的了解，同时也希望在全球经济金融危机背景下，探讨创新对经济复苏的推动作用。ChinesePod.com 成立于 2005 年，目前在全球拥有 25 万用户。

比利时学汉语成时尚⁷：目前，学汉语已成为比利时学生的新时尚。特别是前年的北京奥运会和今年即将举办的上海世博会，让比利时人学汉语的热情日益高涨。比利时每年都有一批学生前往中国学习汉语和中国文化。

四、世博会推广汉语，我们正在做什么

语言是交际的工具，人们只有凭借语言才能交流思想，获得知识。“有朋自远方来，不亦乐乎”，为了让四海宾朋尽享世博盛会，上海方面在语言方面下了很大工夫。

⁵最近几年，欧洲国家纷纷采取措施，鼓励人们学习汉语。以荷兰为例，目前开设中文课程的普通中学已有 30 多所。作为试点，2007 年，荷兰教育部首次批准荷兰著名的希尔弗瑟姆市立中学把汉语列入高中会考科目。2010 年 2 月，荷兰课程编制研究中心进一步把汉语考试列入了新公布的初中教学大纲方案之中。根据这一方案，汉语将成为荷兰初中毕业生的考试科目之一。作为推广汉语的第一步，从今年起，荷兰将首先在 8 所中学开设汉语考试科目。尽管汉语成绩暂不作为高中入学的考核指标，但他们的毕业文凭上将标注汉语成绩，证明其中文水平。这一方案获得通过后，汉语将与其他重要现代语言一样，正式进入荷兰的教育系统。为此，荷兰教育部还专门划拨了 100 万欧元的考试经费。另外，2 月 25 日，拉脱维亚教育和科学部长科克在出席中国驻拉大使举行的“汉语桥”师生元宵节招待会上，鼓励更多的拉脱维亚年轻人学习汉语。科克说，她很高兴看到有很多年轻的拉脱维亚才俊怀着浓厚的兴趣学习中文、了解中国，这是“两国深化文化领域合作的良好基础”。她认为，两国应进一步加强在汉语教学领域的合作。欧盟重视普通话价值：近年来，随着经济与文化的全球化趋势，欧盟也在逐步出台政策，鼓励欧洲人学习汉语等非欧洲语言。2007 年推出的欧盟语言多样化报告，就将汉语列为重点非欧洲语言之一，强调汉语普通话的全球价值，并把中国列为欧盟实现语言多样化的战略伙伴。同年，中欧联合推出语言教学计划，100 名欧洲学生接受奖学金，前往中国学习汉语和中国文化。2008 年 6 月，被命名为“欧洲之窗”的一个中欧语言交流项目启动，目标是在 2009 至 2013 年期间，为欧盟成员国的 200 名中文教师和 400 名中学校长提供前往中国学习的机会。2009 年 3 月底，由欧盟委员会和中国国家汉办联合主办的中国-欧盟语言多样化大会在北京召开，双方首次建立了在政府高层与学术界讨论和交流语言多样化以及在贸易与文化往来、教学交流、在欧洲促进汉语教学等领域的平台。时任欧盟委员会语言多样化委员的奥尔班说，语言是增强社会凝聚力的工具，语言学习能提高个人的竞争力，扩大个人的就业前景。(http://gb.cri.cn/27824/2010/03/02/145s2771205.htm 2010-03-02)

⁶ <http://news.cctv.com/china/20090902/107672.shtml> 2009 年 9 月 2 日

⁷ <http://gb.cri.cn/27824/2010/03/02/145s2771205.htm> 2010-03-02

据报道，上海拟制定地方法规推行规范汉字和推广普通话。因为调查显示，上海人能用普通话与人交谈的占总人口数的 70.47%（全国为 53.06%）；在公共场合常用普通话的低于 30%，在单位常说普通话的占 34.84%，低于全国平均水平。从这“一高一低”可以看出，上海市民已普遍具备说普通话的能力，但在一些必要的场合说普通话的意识尚待进一步提高。⁸

据世博会网的消息，上海拟制定的地方法规将把普通话将列入公共服务业一线人员的职能与技能考察指标，在上海的大学生也要分批分期逐步达到规定级别。根据《国家通用语言文字法》规定，公务员、教师、广电工作人员和有关服务行业的人员要达到相应的普通话水平级别，规范使用汉字。上海市的地方法规扩大了使用普通话和规范汉字的重点领域和重点人员：公交、航运、卫生、商业等十几个公共服务行业，是使用普通话和规范汉字的重点加强领域；大学生、职业学校学生、公交售票员、商店营业员等系统从业人员，将要进行培训与测试，普通话水平要达到相应级别。上海市将分基础教育、高等教育和职业教育、成人教育、社会教育四个层次开展语言文字规范化培训。新学期，上海市每区 2 所中小学开展少先队员“普通话口语表达”争章活动，提高中小学生的口语规范表达能力，带动全社会关注。部分高校相应专业，已开始对大学生进行普通话水平和汉字应用水平测试，并将在全市高校推广。借世博会举办契机，上海还将在市民中普遍开展“迎世博，普通话和英语 100 句”能力培训与考核，争取在世博会前达到一半市民参加培训、约 100 万人次分期分批通过双语能力测评考核的目标，更好地为国际人士提供规范化服务。⁹

另外，上海市还举行了“迎接世博会 推广普通话”、“迎世博、学双语”等多种活动来促使更多市民使用普通话，方便各地来客。

五、世博会推广汉语是一个大战略

从世博会引发的新一轮汉语热可以看出，抓住机遇推广汉语不是一件小事，而是关系国家软实力的一件大事，必须放到国家战略的角度去做纵深考虑。可喜的是，官方和学者都认识到了这个问题，上海在世博会申请成功不久就专门举办了一个论坛讨论这个问题。

据人民网 2005 年 09 月 22 日的报道，上海举行了“世博会语言环境建设国际论坛”，海内外语言学家和汉语言文字工作者探讨了 2010 年世博会为中国、为上海语言发展带来的机遇和挑战。论坛上，有嘉宾提出，要以世博会为契机，促进汉语的国际传播，增强汉语的国际影响力。¹⁰

⁸推广普通话普及英语 上海积极营造世博语言环境

<http://www.expo2010.cn/expo/chinese/sbdt/news/jrzg/userobject1ai21735.html> 2009 年 9 月 15 日

⁹迎世博，普通话要达标——上海 100 万人将分批进行双语能力考核

<http://www.expo2010.cn/expo/chinese/sbdt/news/sbsd/userobject1ai21703.html> 2009 年 9 月 14 日

¹⁰汉语国际传播正当时 <http://www.people.com.cn/GB/paper40/15763/1394308.html> 2005 年 09 月 22 日

余志鸿（上海大学教授、上海市语文学会常务副会长）：从理论上说，各种语言一律平等，但实际上语言在国际传播中有强弱之分。如今，英语的话语权仍然主导着世界。随着经济全球化，汉语走向世界，是现实要求。

唐发铨（上海教育出版社编审）：一种语言在他国的传播并不只是国力上升的副产品，也是“语言出口国”的政府和民众共同作用的成果。英语的传播很大程度上也是人为的因素，从“日不落”时代开始，英国就通过殖民、贸易、教育、文化等向世界传播英语。德国科学家也曾发誓：“科学必须说德语”，并身体力行努力实践，坚持用德语搞研究作交流。汉语虽然早就被列为联合国的工作语言，但地位并不高，目前主要还限于中国人自己使用。

李葆嘉（南京师范大学教授、语言科技研究所所长）：历史上汉语对汉族周边语言有“汉语化的过程”。首先表现为汉语对其他民族语言的持续影响；其次表现为汉语对毗邻国家语言的影响，越南语、朝鲜语、日语都先后借用汉字并长期作为官方文字。从中国语言文化几千年的发展来看，在多次移民和语言交融的背景中，汉语的国际化道路与欧洲语言的远徙扩张模式不同，一直处于时起时伏、绵延不绝的运动之中，在同化和影响周边民族、国家的语言过程中自身也受到了相应影响。

王玲玲（江苏苏州科技学院副研究员）：日本学者的语言国际化标准是：通用性、交流性、开放性。就汉语国际化的现状来说，有国内汉语的规范化问题，也有国外华语的延续问题。要全面认识汉语国际传播，还得区分普通话、区域华语、世界标准华语三者之间的关系，研究三者之间互动、包容和协调的关系。当然，最重要的是要形成以普通话、规范汉字为核心的传播方式。

余志鸿（上海大学教授、上海市语文学会常务副会长）：从历史情况看，汉语内部完成了“华化”，不断以同化和异化的方式吸收民族语和方言，发展成为现代汉语普通话。在国际传播上，东亚地区形成了一个“汉语言文化圈”。在当代世界，随着中国经济的发展，关注中国的人多了，希望学习汉语的人也多了，汉语国际传播的大趋势可以预期，那么，汉语的国际传播目前存在哪些困难呢？

王玲玲（江苏苏州科技学院副研究员）：首先，近年来国内英语热不断升温，汉语水平却有下降的趋势，这造成汉语的国内根基不足，许多年轻人甚至没有学习汉语的兴趣。再者，社会语言规范意识薄弱，大众传媒用语、用字不规范的现象也时有发生，这对汉语的国际传播也有消极影响。此外，国际性的汉语人才培养机制还不健全，能独当一面的汉语人才很少。

李葆嘉（南京师范大学教授、语言科技研究所所长）：要注意汉语国际化水平的维护。就拿远洋探险和地理大发现来说，郑和首次下西洋是 1405 年，哥伦布横渡大西洋是 1492 年，中国人的远洋航行足足比哥伦布早了 87 年，但中国在文化遗产、汉语传播方面，并未在远航涉足之处留下太多痕迹。汉语的国际传播不是短时间可以做到的，是一个长期的过程，犹如滚雪球，要靠一点一滴的积累。

唐发铨（上海教育出版社编审）：教育部语言文字应用管理司司长杨光曾经说，“以英语为主的文化霸权主义影响了其他语言文化的安全，挤压了其他语言文化的空间，使其他民族的自尊心受到伤害”。我很赞同这个观点，现在许多中国人在使用汉语时信心不足，这也是汉语国际传播中的重要问题。试想，一个中国人使用自己的语言都底气不足，更何谈他人呢？殊不知，很多外国人对汉语都有极大兴趣，只有自信地说出来，他们才不会觉得汉语是神秘的。

余志鸿（上海大学教授、上海市语文学会常务副会长）：汉语的传播不仅可以靠走出去的中国人，也可以影响来到中国的外国人。2010年世博会是中国和上海走向世界的窗口，如何巧妙地借助世博会推动汉语走向世界，如何增强汉语的国际传播能力，是一个值得重视的问题。

唐发铨（上海教育出版社编审）：汉语传播，主要的是普通话的推广使用。到目前为止，我国只有53%的人能用普通话交谈。汉语方言众多，这就使得许多外国人学了汉语不能在中国各地通用，进而影响了汉语在国际上的传播。世博会既是机遇也是挑战，抓住世博会人口流动大的特点，坚定、及时地推广汉语普通话的应用，对汉语走向国际具有积极作用。我们有“世博外语100句”，如果能在世博会期间向国外友人推出我们的“世博汉语100句”，也是汉语深入外国人心中的一个机会。

李葆嘉（南京师范大学教授、语言科技研究所所长）：汉语的国际传播，并非仅仅通过对外汉语教学来实现，也并非仅仅是目前中国经济发展的应急之需。上海是一个国际化大都市，也是中国的窗口，世博会是一个契机，要充分利用其交融性特点，把汉语推向世界。有这样一个平台，汉语的国际传播不能停留在技术层面上，更不是外国人在上海会讲几句简单的汉语就是汉语国际化了。

王玲玲（江苏苏州科技学院副研究员）：汉语传播是长期的，我们要珍惜世博会这个机会，加速汉语的国际传播。首先可以借助世博会上的经贸交往推动汉语传播。在一项对大学生留学中国的动机调查中，60%的外国留学生学习的目的非常明确——他们看好中国的经济发展势头。其次，要借助文化带动汉语学习，中国文化、华夏文化源远流长，许多国家对中国文化的兴趣有增无减。所以，在世博会期间充分展示中国文化、中国文明，无疑有助于汉语走向国际。

六、启示

综观上海世博会的语言准备工作，我们可以有以下启示：

1. 要善于利用大型国际活动来推广汉语

国家语委副主任、教育部语用司司长王登峰在2009年11月28日上海市“说汉语，迎世博，‘汉语口语水平测试’开考仪式”上指出：汉语的国际推广是教育部、国家语委的一项重要工作。举世瞩目的2010年世博会将在上海举办。语言文字工作要主动服

务于经济社会发展和 2010 年世博会。(<http://2010.qq.com/a/20091130/000053.htm> 2009 年 11 月 28 日)

利用大型国际活动推广汉语有着天然的优势，即“立竿见影”的实用价值和“润物细无声”的教学效果。孔子学院是目前最集中进行汉语教学、汉语国际推广的有效平台，但这在国际上却引发了中国是否在进行“文化入侵”、是否在对他们国民“洗脑”的质疑和批评。荀子说，“君子生非异也，善假于物也”，因此，我们推广汉语也应注意方式的选择，不搞大跃进式的突击，宜多多利用大型活动来推广汉语。

要做到这些，说起来简单，做起来并不简单。我们必须转变观念，树立信心。

首先要转变观念。中国人讲究“宾至如归”，总想让客人来到陌生的地方就有在自己家的感觉，而且“外交无小事”也是我们国家进行涉外活动时的一项重要准则，因此，但凡有涉外活动，我们都会在外语这方面花费大量的人力、物力、财力去适应外国人。

对于这一点，石兴良先生（全球汉语教学总会副会长）有深刻体会，他说新东方提出了“教好中国话，做好中国人”这样一句口号，为什么呢？因为，“如果你是留学生，你去到国外，在校园里问当地学生路时，你猜测他是否会把你带到目的地？”答案多半是否定的，因为在国外，许多中国人并未受到外国人来我国留学这般的好待遇，其主要原因还是出在中国人自身的素质和公共道德上。许多中国人对待外国人过度友好，让外国友人不能理解。因此，作为优秀的对外汉语老师人格魅力不可或缺，要注重礼仪、自身细节，并拥有强烈的民族意识，不仅仅要教会外国人中国话，还要教会外国人平等、友好的对待中国人，建立良好的中国人的形象。¹¹

而改革开放以来，由于英语国家在全球经济、政治、军事、科技文化等方面有着重要的地位，我们的教学过于重视英语，而忽视了母语教学，也没有重视汉语的国际推广。近几年，国家把汉语推广作为国家软实力建设的重要内容，说明国家已高度重视，剩下的就是如何落实的问题。要把汉语推广落到实处，首先必须在观念上认识到汉语推广的重要性，不能再囿于以往的思维和中国人过于热情而迁就别人的待客传统，要善于利用大型活动来达到推广汉语的目的，我们在对相关服务人员进行英语培训时也要抓住机会对来到上海的外国人进行汉语推广。其次要树立信心。鸦片战争的坚船利炮迫使中国打开了国门，也让很多人对自己的语言——汉语——失去了信心。现在随着国力的上升，全球的已出现了一波又一波“汉语热”，因此我们一定要树立信心，要敢于教老外们学习汉语。

2.要有专门、合格的汉语教师

“全世界对汉语学习的迫切，必然导致对外汉语教师的大量需求。”国际认证协会南京市汉语教师考试培训中心首席代表耿振表示，据联合国教科文组织预测，2010 年全球将需要汉语教师 140 万人，而目前只有 3 万名教师从事对外汉语教学工作，其中包括内地、港台和海外地区。在国内，目前对外汉语师资的培训机构主要为高校相关专业、

¹¹ <http://hi.baidu.com/%BB%AA%D1%D4%F5%E8/blog/item/b91dcd14a271a002c93d6d9d.html> 2010-02-23

孔子学院和其他专业培训机构。由于高校课程更强调教育理论，因此培养实践层面的汉语教师任务十分紧迫。据了解，目前汉语教师在国际上极度匮乏，如今内地有对外汉语资格证书的人总共才1万多。（<http://news.sina.com.cn/o/2010-03-20/025217244831s.shtml> 2010年03月20）

要推广中文，传播文化，必须要靠一批优秀的对外汉语教师。培养优秀的汉语教师，其要求非常严格。以新东方&国际 TCSOL 协会国际汉语师资认证班的课程设置为例，对外汉语教师要学习的课程主要包括：对外汉语教学理论（与实践相结合教授）、现代汉语知识、对外汉语教学语法、教学实践、中华才艺这五大板块。其中，教程实践包括：如何备课，如何进行课后评估等；中华才艺包括：书法、剪纸、中国结的学习和制作。其课程内容丰富，涉及面十分广泛。

3.要有专门的计划和经费支持

语言文字工作要主动支持经济社会发展和世博会。我们看到，上海世博会很好地做到了这一点，从始至终一直没有忽略语言这个项目。不仅有专门的经费培训相关人员，在全市也开展了学双语的活动。美中不足的是，没有见到世博会组织者有对外国来客进行短期汉语培训的计划。如果今后在举办类似大型国际活动时，将每一个来华外国人都作为潜在教学对象去看，有针对性地对他们进行简单汉语教学，这样的语言文字工作才是更主动地服务于经济社会发展和国家的大战略。道理很简单，只有外国人真正学会了中国话和中国文字，才会让他更深地了解中国文化，才能让他长久地关注中国。



台湾为甲骨文“申遗”引发热议

在一般人看来，甲骨文无异于天书，是“绝学”，非有坚定卓绝之志不能学习之，然而近段时间甲骨文却突然成了香饽饽，在各种媒体上被讨论得热火朝天。

一、事件回放：甲骨文“被申遗”

据媒体报道，台湾的一个民间组织“台湾文化总会”向联合国提出了将甲骨文纳入世界文化遗产的申请。报道说：目前出土的甲骨文文字约有 5000 多个，其中能够辨识的约 1500 多个，而台湾“中央研究院”的甲骨文收藏数量丰富，是中华文化的重要遗产。因此台湾文化总会特别将这些文字分项整理，并已经在 3 月 24 日正式寄给联合国，希望能将甲骨文纳入世界文化遗产。“台湾文化总会”会长刘兆玄表示，如果能成功让甲骨文成为世界文化遗产，下一步就是两岸共同合作，将以象形文字为字源的汉字，也推向世界文化，成为世界文化遗产。¹²

消息一出，立即在中国大陆学术界和民间引起了热烈讨论。

1. 学术界

专门研究非物质遗产和甲骨文的一些学者比较赞同“台湾文化总会”将甲骨文申请为世界遗产的想法，不过表示此事应该大陆和台湾联合申请。¹³

陈勤建（非物质遗产专家、华师大教授）：台湾地区如果单方面以甲骨文申报世界文化遗产，成功的可能极小，因为大量甲骨文珍品、相关资料以及发现地均在大陆。此前大陆对于甲骨文申遗工作相对滞后，与一些地方上的认识不足也不无关系，“理想的状态还是两岸联合进行甲骨文申遗工作。”

王宇信（中国殷商文化学会会长）：甲骨文是中国最早成系统的文字。3000 多年以来，甲骨文虽然经过了金文、篆书、隶书、楷书等不同书写形式的变化，但禅递之迹可寻，成为今天世界上五分之一人口使用的方块字，对中国人的思维方式、审美观念和文化积累产生了重要影响，“甲骨文还具有重要的世界性意义。甲骨文不仅是珍贵的文献史料，而且作为人类文明瑰宝，珍藏在我国各大博物馆和美国、英国、日本、德国、法国、加拿大、比利时、瑞典、荷兰、韩国、新加坡、俄罗斯等 10 多个国家的博物馆中。由此看来，甲骨文不仅是中国的，也是全人类的宝贵文化遗产。因此，将甲骨文列为非物质文化遗产具有世界性的历史意义。”

2. 民间

这件事在台湾岛内引起的反响并不是很大。岛内不甚关心，零星的讨论至多仅批评刘兆玄“管闲事”，“出面为中国出土的文物申请列入世界遗产”这算啥逻辑？但是曾担任过行政院长的他身分特殊，这项动作却引发大陆媒体较多的重视。¹⁴

¹²台媒称台湾已申请将甲骨文纳入世界文化遗产

http://www.china.com.cn/rollnews/2010-03/28/content_1297273.htm 2010-03-28

¹³甲骨文申遗 台湾“单飞”成功可能小

<http://www.dfdaily.com/node2/node31/node262/userobject1ai216392.shtml>

¹⁴“甲骨文台湾申遗论”助马敲开联合国大门？

相对于学术界关注于甲骨文的申遗必要性，新闻媒体和普通民众更关注台湾方面将甲骨文申遗背后的政治考量。

比如澳门的《新华澳报》在3月29日发表了署名“富权”的评论员文章。认为“虽然刘兆玄维护和推广中华文化的精神值得钦佩，然而以台湾名义“申遗”并不符合联合国教科文组织的相关规定。因为台湾地区并不具备向联合国申请“纳遗”的资格，刘兆玄此举也容易让外界猜测是为国民党“重返联合国公投”做实质性试探。”¹⁵

还有的网民更为激愤，直接质疑“台湾文化总会”此举的用意和是否有资格将甲骨文申遗。网民“黎民”认为“或许，没有及时进行甲骨文的申遗是大陆方面的失误，但这同样也不是台湾方面申遗的理由，正如大陆方面想将阿里山、日月潭拿去申遗，也不能以台湾方面没有申遗作为理由一样。”，而且“从更深层次讲，台湾方面这么做无异于又在挑起两岸的矛盾。对于台湾方面的这一举动，大陆方面是接受还是不接受？如果不接受，相信台湾人又会找理由攻击大陆，什么以大欺小、打压台湾、不承认台湾属于中华民族等等大帽子就会毫不留情地扣在大陆方面头上；如果大陆方面接受，等于将甲骨文的归属权拱手交与台湾，大陆人民情何以堪？因此，台湾方面的这一做法表面看是在维护中华文化，实际上是在两岸尚未统一的情况下，利用“中华民族”陷大陆于两难之中，从而为两岸的交流制造障碍。或许，刘兆玄等人的做法出发点并非恶意，但由于绕开大陆而为之，本身就是玷污作为中华民族宝贵遗产的甲骨文，这是大陆人民断不能接受的。强烈要求台湾方面收回申请与资料，与大陆方面共同协商解决，这才是对整个中华民族负责责任的体现。”¹⁶

关于甲骨文申遗的争论，我们必须结合它的更多背景才能看清是是非非。

二、背景：甲骨文的重生¹⁷

甲骨文是商朝王室用于占卜记事刻写于龟甲或兽骨（主要是牛肩胛骨）上的文字。清末光绪25年以前，村人在河南省安阳县小屯村的洹河南岸田庄耕种时，在土层中掘出一些龟甲兽骨碎片，发现上面刻有难辨的文字，由于不知其故，便把这些碎片当作龙骨转售给了药店。光绪25年（1899），考古学家王懿荣发现后，确认这些碎片具有极其珍贵的史料价值，并介绍到了学术界。沉睡地下3000多年的汉字“鼻祖”甲骨文也重新被世人认识。

1928年，在董作宾的领导下，中央研究院历史语言研究所先后在洹水南岸的小屯村一带和洹水北岸的侯家庄一带对甲骨文进行了15次考古发掘，出土龟甲、兽骨约有25000片。其中，1936年6月12日，在小屯村北宫殿区发掘出一个甲骨坑，保存着带字甲骨17096片，记录着商王武丁时期的许多活动，对考证武丁时期的社会政治、文化、生活有极宝贵的价值。

新中国成立后，考古工作者又进行了多次调查、发掘。1973年在小屯村南地，又发掘出甲骨7150片，其中刻字甲骨5041片。与这批甲骨同时出土的还有陶器制品，这种

<http://bbs.chinataiwan.org/thread-31588-1-1.html> 2010-3-30

¹⁵新华澳报：台湾为甲骨文“申遗”恐惹“入联”猜忌

http://news.southcn.com/h/2010-03/31/content_10622992.htm 2010-03-29

¹⁶台湾，你有什么资格将甲骨文申遗？

<http://bbs.chnqiang.com/viewthread.php?tid=171856> 2010-3-28

¹⁷为甲骨文申遗叫好

http://blog.sina.com.cn/s/blog_5716f2570100i33v.html 2010-04-03

甲骨与陶器共存的现象为甲骨文分期及殷墟文化分期提供了宝贵资料。1991 年秋，在花园庄东地发掘出一个仅 2 平方米的甲骨坑，但其叠压厚度却达 0.8 米，出土 1583 片甲骨，其中刻字甲骨有 579 片，记载内容丰富。

除殷墟外，50 年代初在郑州商代中期遗址中也发现了有字甲骨，在山西洪洞、北京昌平、陕西丰镐、周原遗址、岐山凤雏出土西周时期有字甲骨约 300 多片。

由于甲骨文的发现，又发掘出殷商古城遗址，展现出商朝盛世的万千景象，600 多年的历史巨变，终于从后世的文字记载，变成了实物作证、真迹再现的客观事实，变成了有血有肉的历史档案，实在是一件具有划时代意义的历史事件。2006 年 7 月 13 日，在第 30 届世界遗产委员会议上，殷墟遗址未经讨论就获得一致通过，被列入《世界遗产名录》。

然而，殷墟被列入世界文化遗产名录，这并不意味着甲骨文就是世界遗产。所以才有了近日台湾文化总会向联合国提交将甲骨文纳入世界遗产的申请。

三、甲骨文申遗的条件和必要性

台湾文化总会此次向联合国提交甲骨文世界遗产申请并不是近段时间的事，从刘兆玄 2010 年 1 月 14 日接任台湾文化总会会长之日，就已有这个想法。刘兆玄称：台湾有丰富的甲骨文资产，文化总会计划申请甲骨文为“世界记忆”。¹⁸

其实，大陆方面的有识之士早就在呼吁甲骨文申报世界文化遗产，¹⁹只不过由于各方面原因，国家一直未能将甲骨申遗提上议事日程。

可见，台海两岸都意识到了甲骨文的重要性，都认为应该将甲骨文申报为世界文化遗产，那么，甲骨文符合申报世界文化遗产的条件吗？申报世界文化遗产的必要性又是什么呢？

将甲骨文申报为世界文化遗产，是符合条件的。

有关甲骨文专家认为：甲骨文是中国的一种古代文字，是现代汉字的初型，是从遗存实物发现的中国古代最早的一种成熟文字，目前出土的 10 多万甲骨片，收藏保存良好。所有出土甲骨片，已有图文并茂的系统的录著版本；甲骨文近 5000 个单字，有 1/3 已有考释隶定。现有卜辞内容已可能识读；学术研究发表的中外论文已达 15000 多篇。甲骨学已成为国际“显学”。甲骨文申遗完全符合《世界遗产公约》（简称）文化遗产规定的第 1 条，符合文化遗产评选 6 项标准之第三项（iii）。

而江苏省甲骨文学会会长徐自学认为：“甲骨文申遗”非常必要。²⁰

1. 甲骨文字，殷商文明，上溯夏代，下续周朝，为补征五千年中华文明史，消除“疑古派”之风，澄清“中国文明西来说”，纠正“东周以上无史论”，提供了科学依据。甲骨文化、殷墟考古，雄辩地证明中华五千年文明，具有自源发展、一脉相连、古今不

¹⁸刘兆玄接掌台文化总会 拟申请甲骨文为“世界记忆”

http://news.ifeng.com/taiwan/2/201001/0114_352_1510957.shtml 2010 年 01 月 14 日

¹⁹江苏甲骨文学会会长徐自学呼吁“甲骨申遗”

<http://www.art2100.cn/shuhuayaowen/2009/0809/739.html> 2009-08-09

²⁰江苏甲骨文学会会长徐自学呼吁“甲骨申遗”

<http://www.art2100.cn/shuhuayaowen/2009/0809/739.html> 2009-08-09

断、生机无限、充满开创的精神，对人类文明的发展有重大贡献，她是世界文化遗产中极为重要的组成部分。

2. 2006年7月13日，第30届世界遗产大会全票通过将中国殷墟列入《世界遗产目录》。殷墟申遗成功，是对殷商文明的肯定，是中国考古学和“申遗”工作的重大成果。殷墟入遗之后的重要工程，理当是甲骨文申报世界文化遗产！

有人认为，“殷墟入遗，就是甲骨入遗”。其实不然。殷墟入遗公报指出：“出土惊人的甲骨文，证实了安阳殷墟是中国最早的古代都城遗址。”（见《中国文物报》）这清楚地表明甲骨文并未列入世遗名录。甲骨文，应当另立项目启动申遗工程！

“遗址”与“甲骨文”并非同一概念。甲骨文可以证明“遗址”存在；而“遗址”不能代表甲骨文。“遗址”只是某朝某时的遗迹遗存。而甲骨文是古代自源性四大古文字中唯一保存、延续、发展成为现代国际通用汉字的文字。一种文字体系保持数千年不间断，在世界上是独一无二的，无愧于称为异常珍贵的文化遗产。

3. 甲骨文是一种比遗址更高层面的具有特殊价值的文化遗产。契刻卜辞的龟版骨片，不只是甲骨文的载体，还是出土文物；文字是抽象物，而刻有文字的龟甲兽骨是一种物质存在、不可再生的历史遗物。她的历史、科学、艺术价值，国际公认，毋庸置疑。她是早年消逝的商代文明唯一可靠的见证物。

既然甲骨文符合条件，也非常有必要申报，那么，为什么大陆方面没有申请将甲骨文纳入世界遗产，为什么不具有申请资格的一个台湾民间组织却在张罗呢？

四、甲骨文申遗，到底难在哪里？

徐自学指出：我国自1985年签署《世界遗产公约》以来，国内申报文化遗产的项目与日俱增，但至今未见启动甲骨文申遗报道。目前，中国文化遗产申遗每年限报一个项目，已列入预备申报的项目很多，现在不列入申报范围，今后10年内都可能排不上队！因此，甲骨申遗，要力争朝夕！否则，有淡化的危险！

甲骨文申报世界文化遗产，外国学者比国人还积极。上世纪，瑞士汉学家林西莉（译音），曾经发出过这类呼吁，她还建议“国际图书大会，应把殷商甲骨文字作为会徽使用”。今年1月，江苏在联合国总部举办《联合国中国甲骨文书法展》期间，联合国高官和各国文化使节，都认为甲骨文不仅是中华文明之瑰宝，而且是世界珍奇的文化遗产。

可是，为什么在甲骨文的故乡，却迟迟难于启动甲骨文申遗工程呢？原因有三：

1. “文字”申遗，《世界遗产公约》缺乏明确标准，操作有难度，需要研究、探索。

2. 甲骨文字超越时空，超越民族，超越地方。她与发展地方经济不密切，缺少驱动力。目前，全球申遗热情高涨的，大多是遗址、遗迹之类，它与地方经济利益关系密切，一旦申遗成功，立刻带动地方经济、文化发展，所以有争先恐后之势。甲骨文入遗，得益首先在国家，在民族，在大局，重在国家“软实力”！因此，如果国家不启动，地方或收藏单位，都不会主动申报。（中国人不申报，也许今后会有外国人要申报）

3. 甲骨文出土15万片，散落中外。约近10万片在大陆，分藏在25个省市99个单位；台湾3万片，分藏5个单位；香港90片，分藏4个单位。国外2.6万片，由日本、

美国、加拿大等 14 个国家收藏。而甲骨文出土圣地安阳，收藏甲骨片不足出土量的 1%。这种状态，谁都无力充当申遗东道主！

可见，甲骨申遗不仅有观念问题，还有实际问题！

难虽难，可是台湾文化总会却提出了把甲骨文作为世界文化遗产的申请，那么，这件事该如何看？

五、甲骨文“被申遗”，是耶？非耶？

正如澳门《新华澳报》评论员文章所指出的，台湾地区不是一个主权国，即不是联合国会员国，虽然其保护中华文化的热忱可嘉，但其并不具备向联合国提出申请世界文化遗产的资格。不过，这个事情却足以给我们警示：

1. 对甲骨文要高度重视，除了修建博物馆外，还要大力扶持相关的研究。
2. 针对台湾方面的做法，国家有关部门可以及早进行海峡两岸“甲骨文申遗”研讨会，邀请必要的国外学者出席，探讨甲骨文申遗共识。²¹
3. 尽快整理语言文字方面的重要文化现象，申报世界文化遗产。



²¹甲骨文申遗 台湾“单飞”成功可能小

“神兽”现象与网络净化

一、什么是“网络神兽”

2009年初，为净化网络环境，保护未成年人健康成长，国务院新闻办等七部委联合发起了整治互联网低俗之风专项行动，关闭了一批违法违规网站，屏蔽了大量低俗信息。²²此举引起了一些网民的不满。为了躲避过滤软件，有网民利用谐音方式，虚构出了一系列闻所未闻的全新物种，如“草泥马”、“雅蠃蝶”、“菊花蚕”、“尾申鲸”、“潜烈蟹”、“古鸽”、“亚克蜥”等，以此来嘲讽网络审查制度，发泄内心的愤懑。这些闻所未闻的全新物种被戏称为“网络神兽”。

“网络神兽”具有如下特点：

(1) 多来源于不雅用语，具有讽刺性。

网络审查催生了一大批“网络神兽”。它们中有的来源于家喻户晓的国骂，有的为英文粗口的音译，有的则是对现实生活中某一现象的恶搞，都是网友虚构出来的发泄不满情绪的工具。例如：“鹁鸽”谐音“春哥”，指歌手李宇春，表达的是对李宇春中性化风格的不屑。

(2) 利用谐音做掩护，具有隐蔽性。

所有的“网络神兽”都是谐音包装的产物。例如：“尾申鲸”是“卫生巾”的谐音，“潜烈蟹”是“前列腺”的谐音，“古鸽”是“Google”的谐音。穿上“神兽”的外衣之后，这些不雅用语就不易被过滤软件发现，能够顺利通用网络审查。

(3) 受不少网友追捧，具有流行性。

“网络神兽”是网友恶搞的产物，它们在网络中的迅速传播，也与网友的不断追捧有直接关系。从最初的“草泥马”到如今的“古鸽”、“亚克蜥”，几乎每一个“网络神兽”的横空出世，都激起过网友关注的热潮。全球最大中文百科评论显示，在2009年上半年最新网络热门词排行榜中，“绿肥”搜索最多，该词条创作后仅一天就已经有1万人浏览。²³

二、“网络神兽”的衍生

“网络神兽”几经流传变异，版本不断更新，成员也越来越多，形成了庞大的“神兽”家族。

“草泥马”最早现身网络，它与“法克鱿”、“菊花蚕”、“雅蠃蝶”一起被称为“四大神兽”。随后，“尾申鲸”、“潜烈蟹”、“吉跋猫”、“吟稻雁”、

22 <http://space.tv.cctv.com/article/ART11231338007000156>

23 http://bbs.tiexue.net/post_3643705_1.html

“达菲鸡”、“鹌鹑”也加入其中，成为了“神兽家族”的新成员。这十个物种就是红遍网络的“十大神兽”。²⁴

继“十大神兽”之后，网友们创造的恶搞词汇日益增多，“绿鲃”、“古鸽”、“亚克蜥”等新物种相继在“神兽”家族中“安家落户”。2010年3月20日的百度知道提供了一个“十大神兽”的扩展版，其中列出的“神兽”多达三十四个。与此同时，一位名叫“OPSHANG”的网友还以昆明方言为依据，炮制了方言版“十四大网络神兽”。该网友声称：“昆明不止十四种神兽，由于动物种类很多，还有好多都没有选入。”²⁵ 2010年4月3日，百度贴吧还推出了“新版十大神兽”，这“十大神兽”分别是：九岭猴、瑙蚕、非珠牛、螺鱼凤、稿栗蚌、公务猿、欺实马、瘡蝇、河蟹、钟裹足蚯、央虱。²⁶

在“网络神兽”的衍生发展过程中，有两种变化值得重视：

一是来源上的变化。最初的“网络神兽”多源于不雅用语。后来，由于网络恶搞之风的推动，不雅用语以外的词汇也成了谐音包装的对象，“网络管理员”被谐音成“鸛狸猿”，“独裁”被谐音成“毒豺”，“70码”被谐音成“欺实马”，“绿坝”被谐音成“绿鲃”，“和谐”被谐音成“河蟹”，“公务员”被谐音成“公务猿”。²⁷

二是所指事物的变化。在随后出现的名词当中，表示兽类的仅占一部分，还有一些指植物、器械等，例如“中秧苔”（指CCTV）、“秤管”（指城管）等，它们也是针对网络审查发出的嘲讽。²⁸

三、“神兽”现象的风行

在“神兽”家族的衍生发展过程中，“神兽”现象也是一波未平一波又起。有报道说：《草泥马之歌》的视频在YouTube上已经吸引了近140万次的浏览量，一幅草泥马漫画的浏览量超过了25万，甚至介绍草泥马习性的文档也吸引了近20万次的浏览量……。²⁹“神兽”现象的风行情况由此可见一斑。以下是一些广为人知的“神兽”现象：

1. “草泥马”现象

在网友的恶搞之下，“草泥马”传说、“草泥马之歌”、“草泥马”视频、“草泥马”表情系列等纷纷出炉。

一些商家还趁机炒作，创建了“草泥马”玩偶网站，开发了“草泥马”系列玩偶。与此同时，名为“草泥马”的廉价坐骑、名为“萌萌”和“雷雷”的神兽气球、神兽动漫、神兽文化衫、等也应运而生。³⁰

2009年3月30日的《广州日报》还报道：有人依据“草”、“泥”、“马”三个汉字的字形，创造出了“草泥马”新字（见下图）。新字图片上传网站后，



'post_show.asp?BlogID=1545761&PostID=17125710

740761803 2010-4-3
topic/readSub_61_9322703_0_0.html
/57361
:010/02/220914172654.shtml
hp?news_id=64199

立刻引起了很多网友的关注。³¹

2. “谷鸽”现象

自 2009 年年底谷歌宣布可能撤出中国以来，神兽“古鸽”被炒得沸沸扬扬。

面对谷歌撤离的消息，许多网友表示不能接受，纷纷以各种方式表示内心的遗憾，国内某大型社区网站上甚至还发起了“挽留谷歌万人大签名”活动。也有网友对谷歌此举表示不满。“G 粉”网友与反谷歌阵营还因观点不同展开了论战。

在谷歌为何退出中国这一问题上，网友们一直争论不休。有人认为是正常的企业行为，有人认为谷歌想“以政治讹诈掩盖其商业失败”，有人认为此举完全是以退为进，也有网民认为是谷歌是在捍卫“言论自由”。³²

2010 年 3 月 28 日的《重庆晚报》刊登了题为《网络神兽古鸽迁移记》的文章。作者以神话方式将谷歌写成“古鸽”，称它是在中国濒临灭绝的鸟类，隐喻了谷歌撤出中国的事件。³³

3. “亚克蜥”现象

央视 2010 年春晚歌舞节目《党的政策亚克西》播出后，引起了部分网民的不满。他们采用谐音方式创造出了神兽“亚克蜥”，意在讥讽官方粉饰太平。

现在，有关“亚克蜥”的信息，如神兽“亚克蜥”的传说、“亚克蜥”的来历、“亚克蜥”研究报告、“亚克蜥”的相册等已成为一些网友争相浏览与转载的对象。下图是一则有关“亚克蜥”“知名度”的调查信息：³⁴



31 <http://msn.yinet.com/view.jsp?oid=49930113&pageno=1>

32 <http://zhidao.baidu.com/question/134021862.html>

33 <http://news.yard.cc/viewnews-26941.html>

34 <http://www.qnsb.com/space-282-do-poll-pid-324.html>

大陆青年作家韩寒还发起了“亚克西填词大赛”。他写道：“神州大地，神兽频出，当我起床的时候，耳边萦绕的都是亚克西的余音的时候，我知道草泥马的时代已经过去，亚克西的时代即将来临……我在此特地举行一届亚克西文艺大赛，欢迎大家填词……”。他还表示，愿意私人出资为亚克西大赛设置三个奖项。

35

四、几点思考

自“网络神兽”横空出世以来，有关“神兽”现象与网络审查的评议一直备受关注。据我们考察，相关评议主要有三种：

1. “神兽”现象是对网络审查制度的讽刺与反抗

国外媒体一般认为，“神兽”现象是对网络审查制度的讽刺与反抗。

《星岛日报》认为：“‘草泥马’不光颠覆统治意识形态主导的网上审查机制，也彰显网民反审查的新智慧，迭以怪招直捣莫谈国事的荒谬处境。”

《英国卫报》认为：“‘草泥马’是中国人对政府审查制度表达不满的方式。”

《纽约时报》认为：“‘草泥马’已经成为一个对抗审查制度的偶像”。³⁶

不少网民也持同样观点：

网民 GFW Blog 在《前线网民致中国政府的公开信》中写道：为了躲过审查顺利表达，网民被迫用拆字法、别字、同音字、符号扰乱等方式，这不仅是言论表达的沮丧，也影响了汉语的纯洁规范。十大神兽等网络语言的兴起，即说明了这种审查的可笑，也说明了言论审查的悲哀。³⁷

网民刘力榕对《草泥马之歌》的“诙谐的智慧”大加赞赏，认为它充分地展现了“中国人的艺术天才”。他同时指出：“‘草泥马’现象成为维护言论自由基本权利的一种抗争方式，网民们从默默忍受、敢怒不敢言到打破沉默、采取行动，‘草泥马’体现了一种新的生命！一种新的力量！”³⁸

网民熊顺聪认为：根据《世界人权宣言》第十九条和《中华人民共和国宪法》第三十五条，人人都应该享有言论自由，建一个“草泥马”的虚拟国度是“一个泄洪的渠道”，不应该受到压制。³⁹

网民一邪认为：“‘草泥马’以赤裸裸的‘低俗之风’，嘲弄着那个正要整治它的‘专项行动’，与自命高雅的‘导向文化’相抗衡。”⁴⁰

网民忽忽 Y 悠悠发帖说：“草泥马”已经变成“草根阶层对权贵阶层发泄不满的一个象征”。“当一件事情被是非颠倒，被掩耳盗铃式的加以修饰宣扬时，

³⁵ http://groups.google.com.hk/group/superpower/browse_thread/thread/e05ae98996f1f4b7?hl=zh-CN

³⁶ <http://hi.baidu.com/liulirong5369>

³⁷ http://docs.google.com/View?id=dds68dz_18fgwhnngd

³⁸ <http://hi.baidu.com/liulirong5369>

³⁹ <http://xiongzhai.spaces.live.com/blog/cns!31E8B0A0D9BAE12E!559.entry>

⁴⁰ <http://i.yoho.cn/583896/logview/1447553.html>

当真实声音被垄断的喉舌加以‘强暴’时，民众的不满只能用一个‘草泥马’来加以表达。这本是一种‘绝望’式的幽默。”⁴¹

2. “神兽”现象具有负面效应，必须进行网络审查

(1) “神兽”现象是利益驱动行为，互联网必须加以整顿。

2010年3月30日的《人民网》评论说：“十大神兽的名称都是骂人的话，简直就是是非不分，善恶不明，美丑不辨。让人恶心，令人作呕。”一些网站大肆传播“网络神兽”，“简直就是犍子里的鸡毛——钻到钱眼里了，不择手段地吸引网民眼球增加点击量，以此来牟取经济利益。是可忍，孰不可忍？”因此，“必须加大治理整顿的力度，保证互联网朝着健康的方向发展。”⁴²

(2) “神兽”现象是低俗文化现象，需要进行网络审查。

网民 zifeng 评论：“网络神兽”是“低俗网络文化的代言人”。“不知道这些东西的杜撰者是谁，明摆着的恶搞的东东，竟然成了神兽。草泥马、雅蠃蝶后面竟然还有产于日本促进中日友谊的‘干泥马’，这是多么低俗的名字，不要怪我想歪了。很明显杜撰者是一群素质低下的网民，我敢肯定。”⁴³

网民梦想心生评论：最初看来也许这么做是个“民族英雄”的表现，但细看回来不论从价值观、国家信念还是从实际意义等诸多方面来看，这不过是原本鲜滋美味汤头中的一粒老鼠屎。⁴⁴

(3) “神兽”现象是一种网络暴力，应该进行整顿。

2009年3月2日的《海南特区报》认为：“‘草泥马’还有一句没有脱离低俗的‘国骂’，它的出现“造成了大面积、高频率的反复传播和使用，并用于网友相互攻击语境，已是一种网络暴力了。”⁴⁵

(4) “神兽”现象是国人自辱，不值得提倡。

2010年3月20日的《邢台日报》认为：“‘草泥马’宠物的出现是国人自辱”，“当恶搞只剩下粗俗的骂人则反射出一种‘黔驴技穷’的悲哀，须知恶搞有尺度，别拿粗俗当有趣。真正的恶搞不失幽默风趣，以现实为基础，有爆笑的情节，嘲讽娱乐兼而有之，真正的恶搞精神是草根精神，有民间式的智慧和思想，譬如《疯狂的石头》。与成功的恶搞视频相比，‘草泥马’上不了台面，除了引发人性之“恶”，让‘马勒戈壁’等粗口传播更广，让人更粗鲁，更是非不分、美丑不辨，还有其他作用吗？”⁴⁶

(5) “神兽”现象危害青少年健康，应该予以制止。

41 http://club.sohu.com/read_elite.php?b=enjoy&a=8209727

42 <http://it.people.com.cn/GB/42891/42895/9048975.html>

43 http://hi.baidu.com/zifeng_003/blog/item/b4a99ffbaabe636c024f5666.html

44 <http://club.chinaren.com/0/145849259>

45 http://www.hntqb.com/read.php?news_id=64199

46 <http://press.idoican.com.cn/detail/pages/2010032021001/>

2009年2月5日的《金阳时讯网》报道：“风靡网络的所谓‘十大神兽’，暗藏不雅词汇，部分青少年受其影响学会不少粗口，引起一些家长忧虑。”家住贵阳的张先生就遇到了这样的事情。张先生认为：“这完全就是恶搞，完全就是色情、暴力、恐怖、不文明内容的词条”，“像‘十大神兽’这种低俗恶搞行为的迅速流行，也应由相关部门出面管理和制止，否则会对青少年产生负面影响。”

47

3. 寻求共同价值观，构建和谐网络社会

2009年3月2日的《海南特区报》认为：“网络本身就是一个娱乐含量很高的工具平台，很多事，上升到任何层面都是没有必要的，也不会有任何结果。”

48

2009年4月2日的新浪游戏认为：“作为大众的偶像，草根的英雄，神兽的出现就是为娱乐而生的。而中国的神兽已经不再是中国的神兽，而是世界人民的神兽。它已是一种轻松的文化现象，一种善于调侃的娱乐精神，一种无伤大雅的叛逆。”⁴⁹

2009年7月20日的《钱江晚报》认为：“‘荒诞词条’的诞生，可以看做是网民在利用‘维基’平台发表自己的意见和看法”，“‘维基型’百科的价值则在于：网民在百科网站上贡献出自己的知识与智慧，而网站则回馈给网民荣誉感与成就感”，希望“这种荣誉感与成就感将逐步唤醒网民的‘协作’和‘奉献’精神，最终使‘自律’、‘善良’等美德成为维基类网站参与者的共同价值观。”⁵⁰

网民欢欢在法国评论：“我们每个人在享受互联网带来的好处、感受它无穷魅力的同时，都会遇到这样那样的问题。如何正确地运用互联网，建设一个什么样的网络社会，这关系到每个网友的切身利益。而说起促进网络社会的健康发展，每个人都有着义不容辞的责任。构建和谐的网络社会，不排斥‘愣愤青’，也不贬抑‘打酱油’，但更重要的是要张扬理性、道德和责任”，“怎样把握好虚拟与现实、权利与责任、自由与法治的界限，实在是个值得思考的大课题。”⁵¹

笔者认为，“神兽”现象十分复杂，所涉及的问题很多，简单的是非对错判断并不能解决任何实质性的问题。作为政府，应该考虑的是如何健全互联网监督机制，营造良好的网络环境，为公众提供健康的言论空间。作为网民，我们在享受互联网带来的便利的同时，也应该处理好权利和义务的关系。

（许艳平）

47 http://gycnews.com/news/shehui/news/shnews/2009/25/news_092511364347F1EG4B979B10K9H9F7.html

48 http://www.hntqb.com/read.php?news_id=64199

49 <http://games.sina.com.cn/o/n/2009-04-02/1059305366.shtml>

50 http://zjdaily.zjol.com.cn/qjwb/html/2009-07/20/content_18702.htm?div=-1

51 <http://bbs.anti-cnn.com/thread-149788-1-1.html>



“×男×女”新词族

一、引言

《礼记·礼运》说：“饮食男女，人之大欲存焉。”古人指出了人的本性，也道出了人之为人的两大群体：男人和女人。虽然如此，汉语中原本就存在的直接对“男”和“女”加修饰词形成的词语并不是很多，我们熟知的也就是“美女”、“美男”、“淑女”、“处男”、“处女”、“少女”、“少男”、“丑女”、“丑男”等屈指可数的一些词。而且这些词有一个共同特点，就是其前修饰词均为形容词。但近几年，一个新的“X男”、“X女”的构词现象蓬勃发展，不能不引起我们的关注。所谓“X男”、“X女”构词，是指在“男”、“女”前面添加一个单音节、双音节或多音节的词来构成新词的方法，如：剩男、剩女、凤凰男、孔雀女、经济适用男、简单方便女等等。其前修饰词可以是形容词，如：熟男、怂女、鸡贼男；可以是动词，如：晒女、没女；可以是名词，如：面男、水壶男、双刀男、杠杆女、森林女；也可以是词组，如：摸乳男、拜金女。那么，这种语言现象的触发点在哪里，其构词特点有什么，不同的词命运又如何呢？

二、越洋而来的“X男”、“X女”

“X男”、“X女”的构词方式上个世纪在日本已然出现，只不过还不是特别流行。“宅男宅女”最先在日本使用。宅男”最初的定义从日语“御宅族”而来。御宅族的定义为单指热衷于次文化的人，但后来被误用为热衷动画、漫画或电脑游戏（软宅男）及电脑硬件、电脑进阶技巧（硬宅男）的人。“宅男”的原意就是男性御宅族，女性则称“宅女”。宅男是2000年台湾网络文化兴盛后产生的一个特定用语，随着人们的使用，“宅”这个字的定义，已经被人直接联想到汉字“宅=家”，因此现在大部分的人使用宅男或宅女这个字眼，一般而言是指不善与人相处，或是整天待在家，生活圈只有自己的人，使用上大多还是为贬意。由于台湾与日本文化的不同，在跨文化交流中产生了词汇空缺现象。台湾和日本的不同文化赋予“宅”不同的文化内涵，所以“宅男”在台湾变成了从“御宅族”转变而来的衍生词，“宅”字“入乡随俗”才保证了其在台湾和中国大陆地区的生命力。

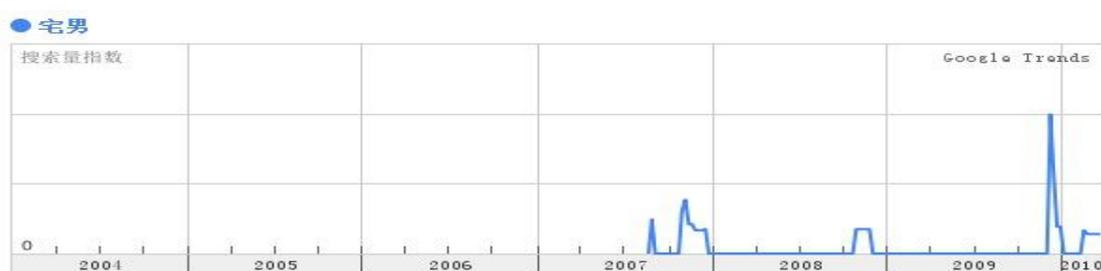
自2000年“宅男宅女”文化从台湾传入大陆以来，以“XX男”、“XX女”为形式反映社会不同男女群体的词语标签层出不穷，其中以2007年“剩女”一词的大规模爆发流行最为典型，该词也成为了教育部2007年8月公布的171个汉语新词之一。此外，还有“拜金女”、“败犬女”、“干物女”、“杠杆女”、“孔雀女”、“凤凰男”、“水壶男”、“牛奋男”、“草食男”、“玩具男”、“便当男”、“经济适用男”等

词，这些词由于社会文化观念的变化发展应运而生，反映了当代中国社会男女群体的多样性。

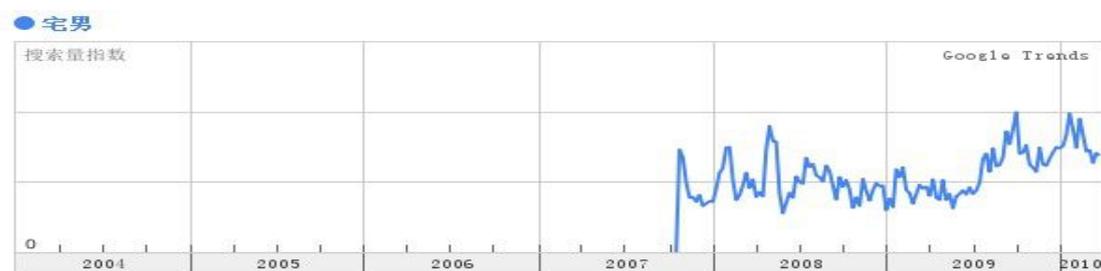
三、命运迥异的不同新词

根据 google trends 的搜索量指数可以看出，台湾地区比中国大陆早出现“宅男”一词，但 2008 年~2009 年间搜索量不及中国大陆地区，当然这跟网民的绝对数量有关。“宅男”、“宅女”一词从台湾岛内传入大陆后，一直都比较流行，在过去一年的搜索量较平稳，有继续流行下去的趋势。

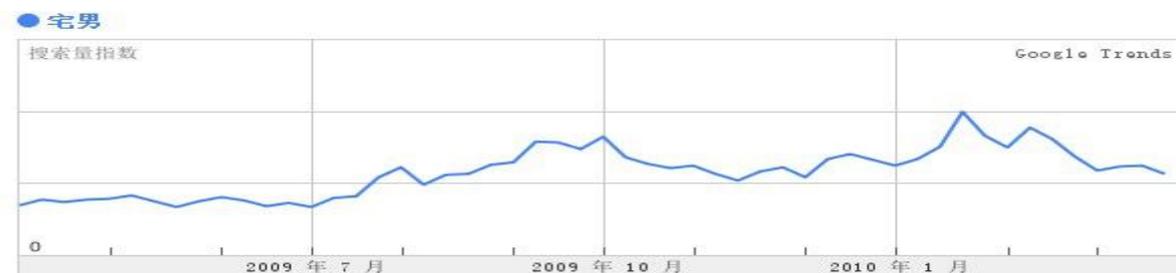
“宅男”在台湾的搜索量指数（图一）



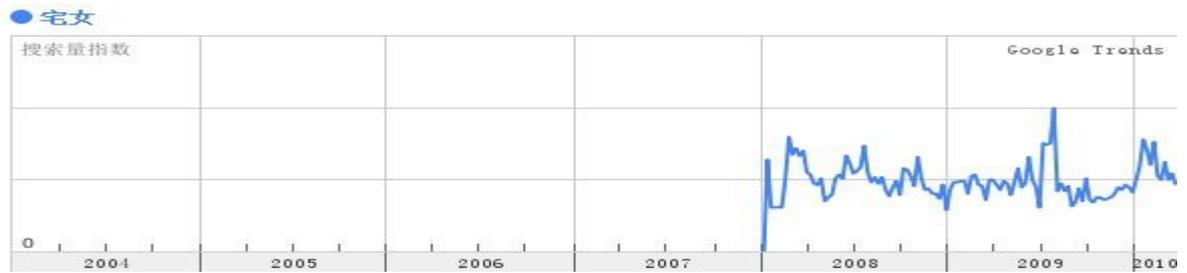
“宅男”在中国的搜索量指数（图二）



“宅男”在中国过去一年的搜索量指数（图三）

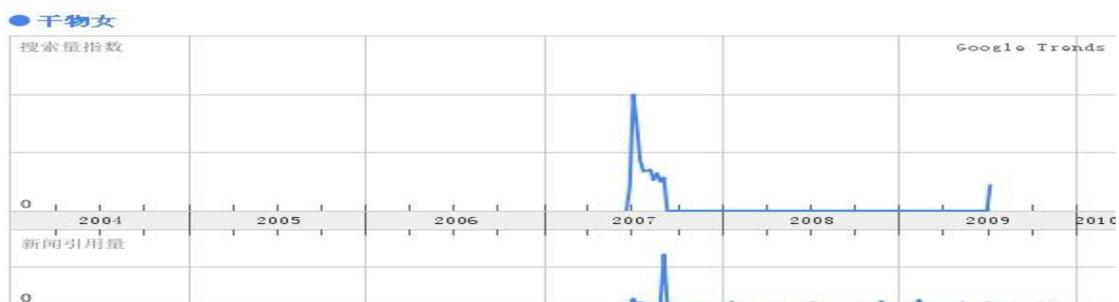


“宅女”在中国的搜索量指数（图四）



2007年还有一个从日本引进的外来语词引起了极大关注——“干物女”。这个名称源自日语对鱼干的称呼干物。该词源于日本火浦智漫画《小萤的青春》，被用来指无意恋爱的二十、三十岁女性。从google trends可以看出，“干物女”一词2007年7月在日本经历了一个突然爆发的流行后迅速沉寂，在中国经历了近半年的流行后也突然沉下水面。

“干物女”在日本的流行（图六）



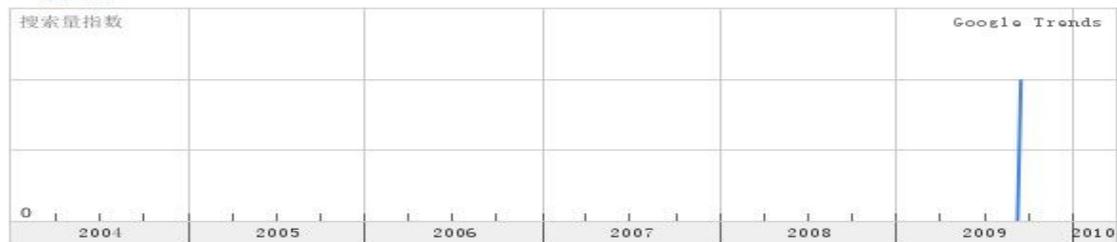
“干物女”在中国的流行（图七）



经历同样如此跌宕命运的还有“水壶男”和“杠杆女”两词，都在2009年下半年经历了突然搜索量直线飙升后就迅速消失不见：

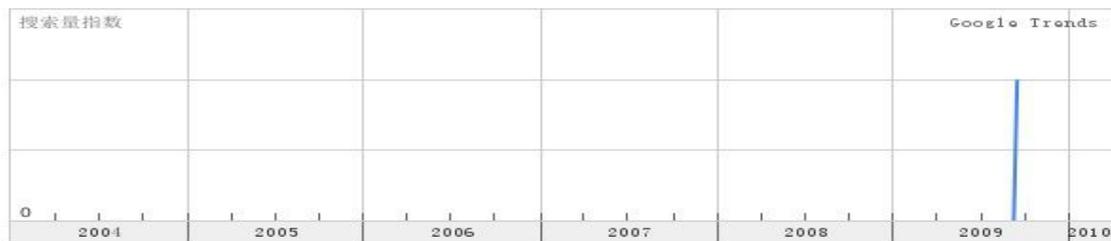
“水壶男”在中国的搜索量指数（图八）

● 水壶男



“杠杆女”在中国的搜索量指数（图九）

● 杠杆女



从构词方式上看，“水壶男”、“杠杆女”为偏正式，从修辞上看，为借代型。与之有相同构词方式和修辞格的另一词语“凤凰男”却有着截然不同的命运。

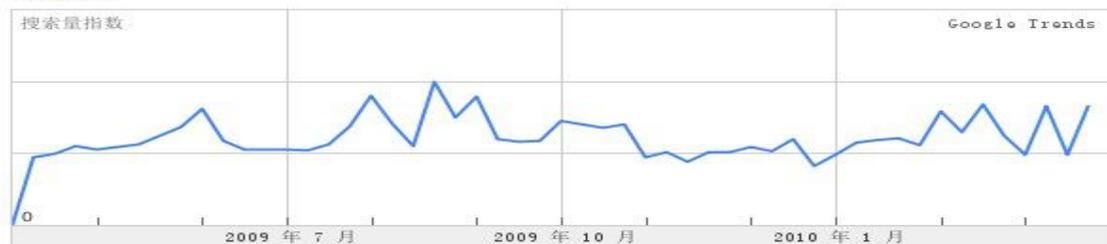
“凤凰男”在中国的搜索量指数（图九）

● 凤凰男



“凤凰男”过去一年在中国的搜索量指数（图十）

● 凤凰男



语言是社会生活的一面镜子，社会生活中新现象的出现也促进了新词新语的产生。时代变化多端，语词也跟着变换更迭，日夜兼程——反倒往往是生活在这时代里的人们，不大跟得上语言的更新速度。生于时代也死于时代，速生者难免速朽。从以上所举几例的分析可以看出，不同的新词却有着迥异的发展历程和命运。那么，是什么影响着这些流行新词的生命力呢？又是什么让同样构词方式的流行新词经历着不同的命运呢？

四、“X男”、“X女”式流行新词的命运操在谁的手中

笔者认为，“X男”、“X女”式流行新词的生命力由其音节特点、构词方式、词汇意义、词汇来源、传播途径等多方面决定，下面从音节特点、构词方式和词汇意义三方面进行具体分析。

一、音节特点

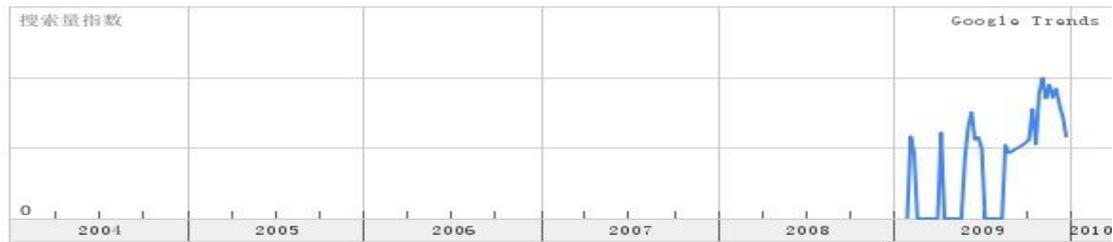
从最早的“宅男”、“宅女”“剩女”到“硬宅男”、“软宅男”、“优剩女”、“凤凰男”、“杠杆女”、“水壶男”等再到最近的“经济适用男”，此类词由“单音节+词缀”发展成“双音节+词缀”和“多音节+词缀”的结构方式。早在1995年，沈孟璎先生的《试论新词缀化的汉民族性》就已论及这种结构，他说：“值得注意的是，现阶段‘单音节+词缀’的双音节化格式，已呈弱化趋势。代之而起的是‘双音节+词缀’（或词缀+双音节）的势头，三音化成了带词缀新词的主流。”这是因为“语言长度越大，意义越确实，功能也就越窄小，而这样单位也就越容易自由结合，数量也就越多”。据曹炜先生对《新词新语词典》（李行健等主编，语文出版社1989）的抽样调查，双音节词语占26.182%，三音节词语占26.182%，四音节占30.142%，五音节占8.119%，六音节以上占7.174%。由这组数据可以看出双音节语言形式受到三音节和四音节的严峻挑战，其绝对优势地位已不复存在，新词语的语音形式实际上已呈现出双音节、三音节、四音节并驾齐驱的局面。新词语中多音节词语增多，主要原因是新词语表达的事物、概念较为复杂。”在“XX男”、“XX女”此类词中，由于表达的意思往往较复杂，有多重含义，因此多音节词语较多。

二、构词方式

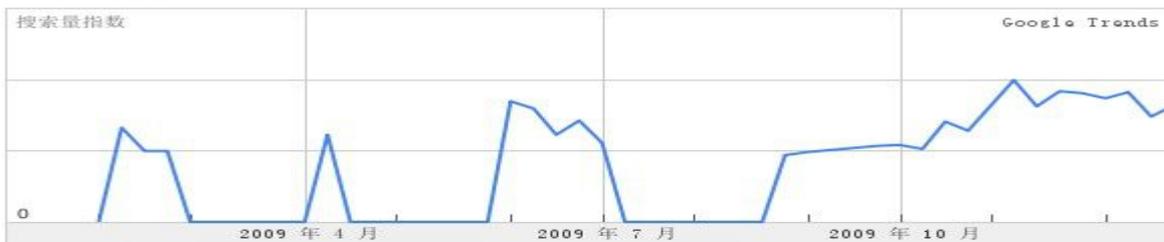
此类词的成词类型、构词形式，主要从句法构词和修辞构词两方面分析。其中句法构词主要包括偏正式复合式（宅男、宅女、剩女、37度男等）和简缩式（三不女、三高女、三低男、普相女等）；修辞构词主要表现为利用修辞格造词：比喻型（肉食女、草食男，牛奋男）、借代型（孔雀女、凤凰男）、仿词型（仿“硬件软件”产生的“硬宅男”、“软宅男”；仿“经济适用房”出现的“经济适用男”）。

如“经济适用男”一词由仿拟“经济适用房”而来，从google trends的搜索量（图十一）中可以看出，该词与“经济适用房”一词的搜索趋势走向基本相符。仿拟而来的新词语既是对语言的继承又是对语言的创造，它保留旧形式的同时，又添加了新内容，从而使新词语更富表现力、更富时代特征。“由于新词语总是在一定社会群体中产生并使用的，只要它符合人们的审美习惯和心理，一旦使用就可能会被他人模仿以至于流行开来，经过长期、反复的运用，逐渐固定下来，过渡到语言功能系统中，达到更高层次的趋同，这也是新词语被接受以及流传下来的一个心理机制。”

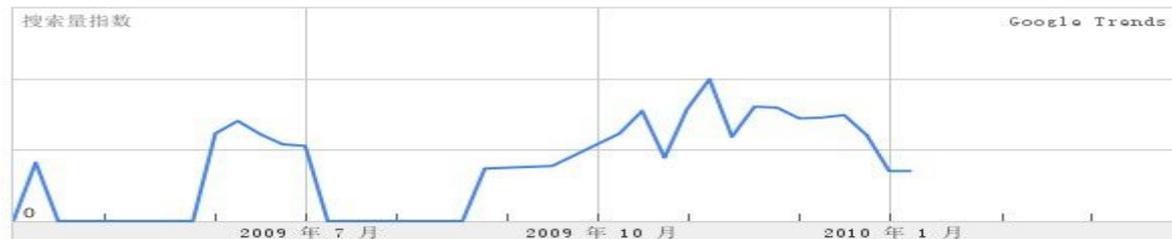
● 经济适用男



● 经济适用男



● 经济适用男



三、词义的分析 and 描写

利奇 (G. Leech) 在《语义学》中把词义分为七种

- (一) 概念义，词的逻辑的、认识的或指示的内容。其特点是，在交际中占中心位置，其语义特征是固定的、非开放的。
- (二) 含蓄义，词所表达的由它所指示的东西产生的在概念义以外的内容。其内容可随时代、集团、个人的不同而变化。
- (三) 风格义，词所表达的语言应用的社会环境的内容，如一般人的个人风格，地区方言和社会集团的风格，时代风格，语体风格
- (四) 感情义，词所表达的说者或写者的感情、态度的内容。
- (五) 反射义，联想到的同一词的其他意义。
- (六) 组合义，联想到的该词出现的语境中同其组合的其他词的情况。
- (七) 主题义，用语序或强调表示的意义。

以“孔雀女”、“凤凰男”为例，这两个词之所以较“干物女”、“杠杆女”、“水壶男”等词具有更强的生命力，原因之一则是具有利奇所说的概念义、含蓄义、风格义、感情义、组合义。（参考图六~图十）

“孔雀”、“凤凰”的概念义是固定的、非开放的，“孔雀”是一种鸟类动物，“凤凰”是神话传说中一种美丽而高傲的动物，同时还具有含蓄义，如“孔雀”在网络中还有“自作多情的人”之义，而在“孔雀女”一词中“孔雀”又被赋予了娇生惯养之义，

而孔雀开屏还意味着显摆。“孔雀女”作为网络用语具有强烈的网络语言风格，网络语言具有戏谑、反讽的意味，网络上把在父母溺爱之下长大的，从没经历过大风大浪，从小到大生活顺风顺水的城市女孩统称为“孔雀女”，便带有对这一群体的嘲讽意味。这一对词语还具有组合义，经常作为组合同时出现，一说到“孔雀女”就不得不谈“凤凰男”，因为，“孔雀女”和“凤凰男”的结合是当今社会的一个普遍现象，“凤凰”同样具有含蓄义，“凤凰”本是神话传说中，在这里用来形容因读书用功勤奋而从农村走出来的男人，有“麻雀变凤凰”之意，不过以前这句话多用来形容女子，山沟里飞出个金凤凰。“凤凰男”、“孔雀女”等词的生命力比“水壶男”、“杠杆女”强，原因之一则在于其言及义。

俏皮是容易的，但止于俏皮是不够的。“水壶男”和“杠杆女”等词在产生之初，其俏皮打动了使用者们，但很快便如昙花一现，则是因为缺少洞察力。那些真正具有生命力的语词，能触及到他人早已存在心中却未必自知的某些体会，能说出他人早已想说而从未说出、可能也不知道怎样说出的某一点微妙感受的东西，即有洞察力，是让智慧从俏皮中脱颖而出的法宝。洞察力不该是捏造的，不该是臆想的，不该是牵强的——往往是当现实溢出有的话语系统时，新的表达也才应运而生。是先有了一些用现有的词语“无以名之”的事物、姿态，才有了用以“名之”的新语词。“名”得好，能说出他人“心之所想，口味能及”之处，便有了流行的潜质——为什么“凤凰男”火速流传起来？因为现在社会上存在大量从山沟里飞出的凤凰男，非此不足以形容。为什么“水壶男”昙花一现？水壶男这个名称产生于日本。由于金融危机压扁了日本男人的荷包，又加上环保意识的提高，越来越多的日本年轻男人过上了背起便携水壶上班的生活。因此，“水壶男”就是指身背便携水壶上班、外出，或者说便携水壶是其生活的必备品的男子。这个词语的产生是与日本的社会发展紧紧相关的，是日本年轻潮男的装扮，流传到中国来以后，并未能在中国形成气候，中国的水壶男一群远未普及开来，所以“水壶男”一词的命运也就无疾而终。因此，词不达意是表面问题，言不及义才是本质缺陷。内容理应大于形式，俏皮永远不如洞察。

附新词典：

【宅男】指不善与人相处，或是整天待在家生活圈只有自己，使用上大多还是为贬意。在使用方面，“自嘲”以及“用在他人”的定义是完全不同的。如果是在自称，“我是一个宅男”或是“我真是宅”的时候，代表的意义通常是“我足不出户”或是“我看电视玩电脑一整天”等。但是如果是用在他人身上，如“醒醒吧！宅男。”“你这个阿宅”等的时候，其意义就是只会幻想、嘴炮或是在家里不出门与他人交际、不注重个人卫生等负面意义。也就是说，在一般人的心里，宅男这个字可能更贴近于家里蹲（也就是隐蔽青年）。此词来源于日本，但已与日语里“宅男”的意思完全不同了。

【硬宅男】与“软宅男”相对应，形容热衷于电脑、网络、3C商品等科技产品的宅男。

【软宅男】与“硬宅男”相对应，形容着迷于漫画、动画或电脑游戏等的宅男。

【草食男】形容像草食动物一样温和、被动、攻击性低、缺乏激情的男人。

【肉食男】具有肉食性动物某些特征的男性，他们对爱情采取积极主动的态度，浪漫多情，不甘寂寞。

【食草男】指像食草动物一样友善温和，在婚恋关系上不积极主动追求，保持不温不火态度的男性。这个词诞生于日本作家深泽真纪笔下，但真正流行应归功于写了《“食草男”正在改变日本》的日本市场营销公司总裁牛久保惠。

【食肉男】顾名思义，食肉男与食草男相对应，个人特质与食草男完全相悖，跟食肉动物有些类似。食肉男性格优点是果断、豪爽、敢作敢为、有义气，但缺点也不少，他们易冲动、粗心大意、大男子主义、以自我为中心、不懂体贴。

【玩具男】指的是韩国眼下兴起的新一代男性。他们一反传统的韩国男性形象，内心敏感、充满诗意，对待女性温柔体贴，却奉行独身主义。这类男性主要集中在 20 岁至 30 多岁，他们的典型特征是：在音乐中找寻慰藉，喜爱在小店淘衣服，会吹单簧管，骑小型摩托车，私人收藏红酒。除此之外，这类男性还相当“居家”，他们乐意自己在家烹制意大利面，并严格控制饮食。这是一个来源于韩国的新词。取自韩国 20 世纪 90 年代一个流行音乐组合“玩具”，该乐队因歌词伤感且富有诗意吸引了众多女“粉丝”的追捧。

【37 度男（37℃男）】形容做事恰到好处、不温不火的男性。他们有事业心却不是工作狂，有点帅却不让人流口水，有点钱却不花心，还会偶尔浪漫，爱家庭却不是“家庭妇男”，隐忍却不窝囊。

【凤凰男】凤凰男作为一种标签是指集全家之力于一身，发愤读书十余年，终于成为“山窝里飞出的金凤凰”，从而为一个家族蜕变带来希望的男性。

【牛奋男】与有房有车的“钻石男”相反，“牛奋男”的主要特点是暂时没有良好的经济基础，却有可靠的人格魅力和信得过的品质，他们在勤勤恳恳地为生活努力，拥有上进心，对家庭、对感情非常执著。他们属于传统本分类型的男人，通常没有恋爱史，忠诚度高，踏实肯干，人品第一，经济第二，象牛一样真诚，像牛一样为家耕耘。

【钻石男】各方面都极其优秀的男人，出身好、家世背景好、经济条件好、本人学历高、品位高、社会成就地位高。有时候豪门男丁也会被统称钻石男。

【PS 男】PS 男不是指那种喜欢 PS 自己照片的男人。P.S，是 Postscript 的缩写，意思是备注。所以 PS 男就是指那种一切以自我为中心，女朋友和其他人统统都是备注，将情感当做生活的附属品的男人。PS 男外形俊朗，浪漫风趣，表面上深受女生欢迎，实质上非常自我，绝不会为他人着想。

【酱油男】指对热门事件漠不关心或不愿发表言论的男性。由网络流行语“打酱油”衍生而来。

【蚊子男】指在网上卖蚊子尸体的人，意在炒作，始于南京人宁楠。

【鸡贼男】网络新词，带贬义性，指小气、吝啬，上不得台面，或特别能算计，特别抠门，暗藏私心，同时还带着点猥琐的男人。“鸡贼”为北方方言。

【蜜蜂男】女友不止一个，而且爱和比自己年长的女性玩暧昧的男人。

【蝴蝶男】蝴蝶男有着让所有女孩都着魔的浪漫，会跳舞，有魅力，在女人的百花丛中飞来飞去，凭借着斑斓的外衣，不断撩拨女人的心弦，在你刚一动情后，却发现他已经飞向下一处花丛了，永远不会专情一处；看似风度翩翩、温文尔雅的男人，内心却只是想着挑逗的情感。他们将肉麻当有趣，他们将滥情当潇洒，他们将无耻当美德。他们表面玩世不恭内心却胆小怯懦，他们追求享受却害怕责任，他们撩动女人心弦却玩弄感情。

【多嘴男】指像街头小巷的司奶一样热衷于小道消息的男人。来源于日语。

【迪斯男】指热衷于迪斯尼人物和迪斯尼乐园的男人。来源于日语。

【神男】像神一样英俊的男人。来源于日语。

【便当男】该群体主要是为了应对金融危机，而带便当上班的一些单身贵族。源于日本。

【经济适用男】也叫“经济男”。该类男人的定义是：身高一般，发型传统，相貌过目即忘；性格温和，工资无偿上交给老婆；不吸烟、不喝酒、不关手机、不赌钱、无红颜知己；月薪 3000~10000 元，有支付住房首期付款的能力；一般从事教育、IT、机械制造、技术类等行业。在网络上，“沙和尚”被选为“经济适用男”的形象代言人，而“沙和尚”之所以走红，就是因为“他是好儿子、好员工，是最具潜质的好老公、好父亲，可以称之为潜力股”。

【三不男】指在对异性的感情态度上不主动、不拒绝、不负责的男性。

【双刀男】是指 2010 年 1 月 26 日，广东一名叫黎恩旺的男子在原公司索要工伤赔偿被拒后，脱掉裤子，手提两把杀猪刀砍公司大门。他自称“没衣服、没饭吃，就只能去偷去抢。并不是我不想做好人，是家庭环境、社会现实没有给我机会。有钱人什么都有，我连烟都没得抽。与其苟且活着，不如通过这样来改变命运。”

【熟男】指在思想、人格、事业、物质等各方面条件都比较成熟的男人。

【亚熟男】顾名思义，是指那种表面成熟，其实并没有完全成熟的“准成熟男人”。它是男人进化到一定阶段，正在迈向成熟之间的阵痛阶段。这个阶段的男人，往往像迷雾一样，让女人看不透内里。

【轻熟男】是相对于“轻熟女”孕育而生的新名词。这个轻微略熟的男性集团军，大部分都集中在 80 后的年龄段，奔三了仍喜欢 T 恤、球鞋，总感觉自己还青春荡漾，认为自己还能更成熟……

【三低男】指具有“三低”特征——低姿态、低风险、低束缚的男人。低姿态就是不能有大男子主义，会真诚有礼地对待女性，尊重女性；低风险就是从事的职业风险低，有正当而安定的工作，且不会随意辞职；低束缚就是不约束女方，在生活上能各自独立，家事与育儿能共同负担，双方均可以安心从事自己的事业。此词来源于日本。

【三高男】这名称起源于日本明治时代，本来是指“高志”、“高德”、“高洁”。直至 1980 年代末，即日本泡沫经济的全盛时期，“三高”被赋予新意义，指当时部分女性的择偶条件——高学历、高收入、高个子，是当时的一项流行术语。

【白纸男（virgin man）】指那些没有恋爱经验的男性。中国人常用“一张白纸”来形容在某方面没有经验的人，白纸男翻成 virgin man 确实贴切。

【草莓男】即“草莓族”男人，就如草莓这种水果，外表光鲜夺目，却质地绵软，稍一施压就整个抵抗不住变成一团稀泥，和他们谈情说爱千万要小心拿捏，并懂得适时抽身。

【猥琐男】指外型上猥琐，贼眉鼠眼，形象邋遢，不敢光明正大地与人接触，心里有鬼似的男人。还有的人对异性有很强烈的渴望但是又不敢光明磊落，总是暗地里窥视异性，甚至没有一点选择性，只要是女的就行。行为上有些变态。此词大约出现在 2002 年，当时，一幅画面并不美观的图片出现在网上，因为画面男主人公笑容、动作的“猥琐”，有网友遂称之为“猥琐男”。

【理工男】指学理工科出身又拥有高智商的那么一群男士。他们的理工科知识面很广，热爱高科技发明，喜欢挑战电脑游戏，同时对生活充满好奇。不过，他们在人际交往方面似乎缺少一些必要的常识。

【乙男】指中等男人。在中国人心中，最好的，乃是“甲等”，次一级，便是“乙”。他们曾经一样有比天高的理想，只是因为机会因为能力因为种种说不清道不明的无奈

何，慢慢生命陷入平庸；他们大多有一份稳定的工作，对自己的第一要求为“安定”；他们大多有平凡的家庭，最好的理想是孩子将来能做成“人上人”。

【高低男】即高智商低情商的男人。他们智商很高，却普遍想法单纯，在婚姻、情感方面“高处不胜寒”。“高低男”什么都有了，就是情趣没有。

【肌肉男】指肌肉特别发达的男子。

【二手男】指离过婚的男人。

【离婚男】指离过婚的男人。

【面男】继“凤凰男”、“经济适用男”之后，网络上针对未婚男性出现了一个新的概念——“面男”，顾名思义，有时尚优雅的品味面、有热情洒脱的休闲面、有睿智从容的商务面、还有活力洋溢的运动面——没错，这就是“面男”，面面都有型，魅力100%！

【剩男】“剩男”的称呼是相对于“剩女”而言的，普遍指代那些年龄在30~45岁之间，仍处于单身状态的男士。

【水壶男】来自日本的新词，也称“水筒男子”。指在世界金融危机背景下，为了省钱和环保而背起便携水壶上班的年轻男人。

【洋葱男】就是那种伤女人心，使女人落泪，令女人痛苦的男人。他们就像洋葱一样，有层层外衣，让女人不能一下看到他的心，为了看到他的心里到底有没有装着你，看他的女子拿出了无畏的精神，不惜一层层的揭开去看，忍着过程中的泪和心中的痛，只为看看他的心里有没有她，可结果才知道，原来洋葱根本就是无心的。

【摸乳男】2010年3月30日，一篇名为《看了不愤怒的跟我说!请大家来看看》的帖子，在某著名社区论坛上受到网民们的广泛关注。帖子中照片显示，三名90后模样的年轻男子在广州一公园与女人像雕塑合影时，竟然作出了“摸乳摸臀”的不雅动作。这三名男青年遂被人称为“摸乳男”。

【型男】特别有型的男生或男人，是新兴的流行用语。源自台湾。

【帅男】长得特别帅的男人。

【多金男】指特别有钱的男人。

【直男】是GAY圈中对于异性恋男的一个特殊称呼，因为在英国常用bent（弯曲的）作为同志的代称。而用straight表示异性恋男性，直男由此而来。

【孔雀女（peacock woman）】在网络上，人们把城市女孩统称为“孔雀女”。她们是在父母溺爱之下长大的娇娇女，从没经历过大风大浪，从小到大生活顺风顺水。她们内心单纯，崇尚并向往纯真的爱情，更看重男人的能力，并注重男人的家庭责任感。有的“孔雀女”喜欢“开屏”，有意无意地“显摆”，爱慕虚荣，这让她们受到不少诟病。

【普相女】指相貌脸蛋并不出众的女生，即普通相貌女生的简称。

【干物女（鱼干女）】顾名思义，就是像香菇，干贝一样干巴巴的女人。指的是放弃恋爱，认为很多事情都很麻烦而凑合着过的女性。“干物女”凡事追求轻松，口头禅就是“麻烦死了”，“随便吧”。

【润物女】指那些相信爱，懂得爱，在工作之余进健身房，做美容，与闺蜜逛街，进培训班充电，过得有声有色的白领女性。与“干物女”相对。

【败犬女】指30岁以上，高收入、高学历、事业成功，但无感情归宿的女性。这种说法源自日本女作家酒井顺子的散文集《败犬的远吠》，书中指出，年过三十的未婚女性，无论事业上多么有成就、在职场上多么叱咤风云，只要未婚就是人生战场上的一只败犬。这本书引发了日本社会的热烈讨论，“败犬”一词广受关注。

【肉食女】这是一个来自日本的新词，是针对另一个网络新词——“食草男”而提出的。与“食草男”在爱情与生活方面呈现出的被动、懒惰、不愿承担责任的特征相反，“肉食女”主要用于形容那些主动追求男性的女性。这类女性多为白领，她们虽阅人无数，却仍待字闺中，一旦看见中意的男性，会如饿虎扑食一样主动表达爱意，且完全不顾旁观者的诧异目光。“肉食女”主要集中在80后女生群体中。最早肉食女应该算是20世纪90年代《东京爱情故事》里的莉香，在街头勇敢向完治表白：“完治，我们做爱吧！”

【森林女】打扮像是从森林中走出来的女孩，这样的女孩喜欢民族风服饰，不盲目追求名牌，生活态度也很悠闲，最大的特点就是喜欢随身带着相机，把美好的时刻给记录下来。“森林女”的出现引领流行潮流，也让女孩们开始注重内心自我的需求。

【三不女】也可称为“经济适用女”、“简单方便女”。在感情上不善良不等待不言败，在生活上不盲目不逛街不攀比。“三不女”具体是指年龄在25岁以上，有独立收入、喜好网购、自信且聪明的大龄女性。她们尚未出嫁，但并非“剩女”，她们爱打扮、爱生活、爱购物，成为新一代网购生活的代言人。

【简单方便女】简单方便女，又被称作“三不女”，是80后择偶的新标准。在经济不景气的情况下，浪漫情调和物质条件不再是第一重点，只能退而求其次，追求经济又适用。受MM们的启发，男孩们也遵循同样的理念制定了新择偶标准——“简单方便女”。她们不做作，清爽简单，洗完脸一扎头发就能出门；不拜金，看淡金钱，能自己养活自己，奉行物美价廉的购物观，会持家过日子；不复杂，感情经历简单，不爱折腾。

【剩女】“剩女”从字面上理解是“剩下的女子”或“被挑剩的女子”，指到了结婚年龄仍未出嫁的女子。最开始的时候，“剩女”是这样被定义的：“长得漂亮，学历高，有思想，有个性，有原则，有品位，有理智，感情丰富，心思细腻，十分自我、清高，孤傲……但找不到男朋友的那种女孩。”后来泛指高学历，高收入，高个子的一群在婚姻上得不到理想归宿的大龄女青年。

【白金剩女】指高学历、高收入、高年龄、有相貌的单身女性。

【优剩女】指优质并且大龄单身女性。

【大女】大龄女青年的简称。2010年，由小宋佳领衔主演的《大女当嫁》在央视八套热播后，引起了人们关于剩女现象的大讨论，该剧别出心裁地将“剩女”改为“大女”，号召大龄女们不要放弃对真爱的追求，与此同时，“要做大女和盛女，不做剩女”的口号也迅速在社会上流行起来。

【腐女】腐女是“腐女子”的简称，“腐”在日文有无可救药的意思。但不是象“御宅族”那样是骂人的话，而是一种有自嘲意味的自称。人们最普遍的理解是把“腐女”当作那些致力于同人志创作的深度“宅女”。腐女或腐女子主要是指喜欢BL (Boy Love)，也就是幻想中男男爱情的女性。腐女这个词起源很早，大概在80年代后半就开始出现并流传开来。

【宅女】也称“御宅女”，这种称呼最早出现于日本，是指痴迷于某件事物，足不出户，依赖电脑与网络的年轻女性。她们完全封闭在自己的世界中，并不在乎别人怎么看待她们。很多时候，“宅女”被认为难以与人相处，不易融入社会。

【没女】大致是指那些没长相，没身材，没青春，没学历，没财富，没家世的女人，代表人物是韩剧《我叫金三顺》里的金三顺。

【熟女】来源于日本A片，现在泛指30岁~50岁的成熟女人。但不是所有成熟的女人都是熟女。熟女不仅仅是性成熟，性成熟只是熟女的前提。真正的熟女应该拥有丰富的人生阅历，有内涵，气质优雅，自爱自信，懂得体贴和关怀。

【轻熟女】本是某时尚品牌开发出的新名词，相对于30~50岁的“熟女”而言，“轻熟女”泛指25~35岁之间、一群新兴的都会精英女性。“轻”，指的是外貌年轻；“熟”，指的是内心成熟，装扮得体，谈吐优雅，独具品味。她们不仅拥有“淑女”身上那种优雅与乖巧，更散发一种富有内涵的美。她们虽然年轻，但内心成熟，谈吐优雅。岁月在她们脸上和心里都留下了淡淡的痕迹，因此，她们已经能够合理克制自己的欲望，辨清自己的人生方向。

【布波女】译自BoBo，指的是那些拥有高学历，收入丰厚，追求生活享受，崇尚自由，具有较强独立意识的女生。在她们的身上，同时拥有上世纪70年代波西米亚的嬉皮以及上世纪80年代布尔乔亚的雅皮特质。

【晒女】来源于互联网上流行的“晒客”一词。“晒女”们热衷于用各种文字和照片将私人物件以及私人生活放在网上曝光，她们喜欢晒衣服，晒化妆品，晒老公，晒孩子，晒情感等等。“晒女”们乐于敞开心灵，在互动中找到共鸣，提升自己。

【小资女】小资原本为“小资产阶级”的简称，“小资女”特指追求物质和精神双重享受的女子。她们大多为都市白领，经济独立，生活悠闲，又与“中产阶级”相差一定距离。“小资女”一般有以下特征：有一些资历，有一些钱，有一些茫然。这就注定了她们有一点张扬，有一点味道，还有一点点自恋。提到“小资女”的生活方式，很容易想起这样一句经典的话：“我不在办公室，就在星巴克，我不在星巴克，就在去星巴克的路上。”

【乐活女】“乐活女”是由“乐活族”而来。她们认识到，除了自己，谁会真正关心自己呢！于是，她们发起了一种新的生活运动：吃健康食品与有机野菜，穿天然材质棉麻衣服，使用二手家用品，骑自行车或步行，练瑜伽健身，听陶冶心灵的音乐。她们注重个人成长，希望自己心情愉悦，身体健康，光彩照人。一句话，她们希望自己快乐地好好活着。

【37度女（37℃女）】这个词的来源与医学密切相关——人的体温通常不会超过37℃，在37℃以内就属正常体温，超过37℃人体会出现诸多不适。由此可见，37℃代表着一个临界点，意味着一切刚刚好。37℃女给人的感觉就如37℃一般，热情而不激越、理性而不冷漠、独立而不偏执。很明显，平庸的家庭主妇和工作狂当不得此称号。

【杠杆女】在网络上，“杠杆女”指代“旺夫益子”的女人，聪明的她们能利用一个支点，将平凡的老公或者男朋友“撬”起来，助其成功。

【怂女】与“乙男”相对而言。怂，很多方言中，这个字代表着窝囊。怂女——没用的女人。要相貌，只是说得过去，谈不上姣好；要身家，女孩时也算是小家碧玉，自立后，也不过是芸芸众生。

【作女】是指不安于平凡生活、渴望激情与刺激的女性。源于张抗抗写过的一个小说《作女》这个名字里的“作”读成一声的“zuō”，“作”有点不安现状的意思，跟折腾是近亲。比如小时候，找不着玩伴一起玩，太阳下山的时候碰见了，就会问：“你下午上哪儿作去了？”

【全销女】源自韩国的一个新词，是指使（在表演中出现的）赞助商品全部都销售一空的、非常有人气的女艺人。

【靓女】粤语口头禅。读领（leng，阴去声）女（neu，阳上声）。本义指美女。现泛指所有女性，年龄太大者当然另当别论。打招呼时用，例：“呢位靓女，请问大南路点走？”（这位美女，请问大南路怎么走？）

【索女】索女就是性感的意思！或者是很有个性的女人。

【脱光女】2010年3月8日下午，在广州地铁小北站B入口位置，8名单身美女决心今年要脱掉光棍，一边打出“信风姐，得自信！”的口号、一边向路人派发征婚传单，

最后还潇洒地将外套一件一件地脱掉，只剩下乳罩内裤。她们遂被网民和媒体称为“脱光女”。

【拜金女】就是崇拜金钱、金钱至上的女孩。

【乖乖女】从传统意义上讲，就是指在父母面前温顺听话，知礼节懂孝顺，轻易不会让父母为她操心费力的未成年女孩；从现代社会讲，基于自身生理及性格因素，一般不愿意与自己的长辈或尊者逆向抗衡的女孩子。无论在家庭、学校还是在社会。让家长不操心、招老师喜欢、善得上司放心是乖乖女最大的优点和特长。

【三高女】指高学历、高职务、高收入的女性。是仿拟“三高男”造的一个词。

（吴文青编撰）

专项调查

台北店名新观察

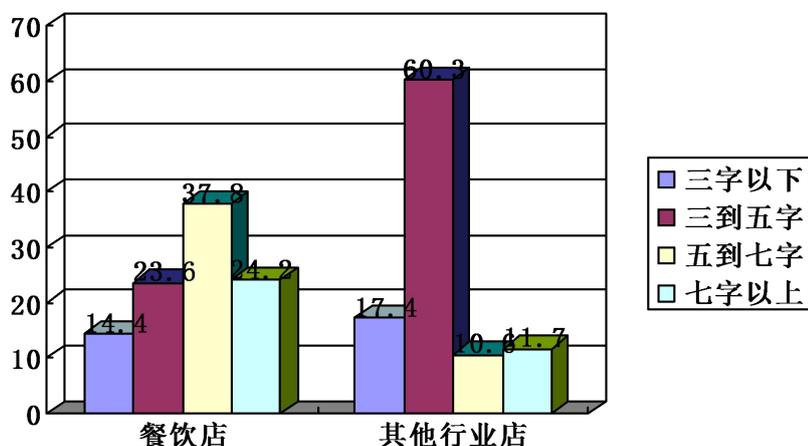
Google 街景视图是 Google 地图服务下的一项全新功能,通过它可以让人们足不出户就能浏览到其服务范围内任何国家、任意地区各个街道的全景。继率先在美国推出这项服务之后,Google 公司又在英国、法国、意大利等多个欧洲国家以及亚洲的日本、新加坡等国陆续上线,而 2009 年更是将服务延伸到中国的香港、台湾及澳门地区,不仅让世界各国的人们能够尽情领略中国这些较发达地区的街道风光及人文景观,也能让生活在内陆地区而又未亲历这些地方的我们,轻松地在电脑屏幕前游览这些地区,认识其发展状况提供便利。

正如诗歌中所谈到的,“乡愁是一湾浅浅的海峡”,与大陆隔海相望的台湾,尽管同样深受古老中华文明的滋养,但由于所处的特定地理位置及其社会历史环境的共同影响,使之与大陆文化又有着某种意义上的不同,在中华文化圈中独树一帜,闪耀着灼灼光辉。而语言作为文化的载体,必然也有所差别,本文主要以 Google 街景视图(Google Street View)为工具,将经济、文化较为发达的台北地区部分店名作为线索,试图考察当地的语言使用状况。经过认真思考,我们最终决定将考察目标锁定在诸如台湾大学公馆商圈、东区顶好商圈这种较为繁华的地段,以及以士林夜市为代表的,在夜幕笼罩下也依旧热闹非凡的一些地区。因此本文将通过观察以罗斯福路三段、汀洲路三段、新生南路三段、忠孝东路四段、复兴南路一段、敦化南路二段及士林夜市等路段的部分店名,认识这些地区语言使用的大致状况。

一. 店名语言的形式特征

首先,从语音上来看,一方面以音节来说,众多店名在呈现出多样性的同时,音节数的选择上则表现为以三到五个音节数为主,将被考察的四百个店名的音节数加以细致考虑可以看出,三到五字的店名共有 228 个,占总考察数的 57%。除此之外,我们还发现,与大陆的店名命名时音节数选择有所不同的是,台北部分餐饮店的店名并不追求简洁、易记的原则,相反采取以一种吸引眼球的多音节店名的方式出现,其中音节数在五个以上的有 62%,而例如“谁说 35 元没有好咖啡”、“海友十全排骨松田养生药膳食补”、“天麻蒙古鸳鸯火锅专卖”等这些音节数在七个以上的店名则有 56 个,约占所有 231 个餐饮店店名数的 24.2%。这些较长的店名都将各自的经营特色展现于名字当中,很符合实用性的原则,将语言的认知功用发挥得淋漓尽致。与此同时,我们也发现其它行业的店名并没有展现出如这些饮食行业这种力争将最大信息量涵括于店名中的命名特点,而倾向于采取一种更为含蓄、简短的命名方式。可见,其它行业的店铺,由于与那些更接近市民日常生活的餐饮店不同,商家为店铺命名时,除了遵循语言的实用性原则

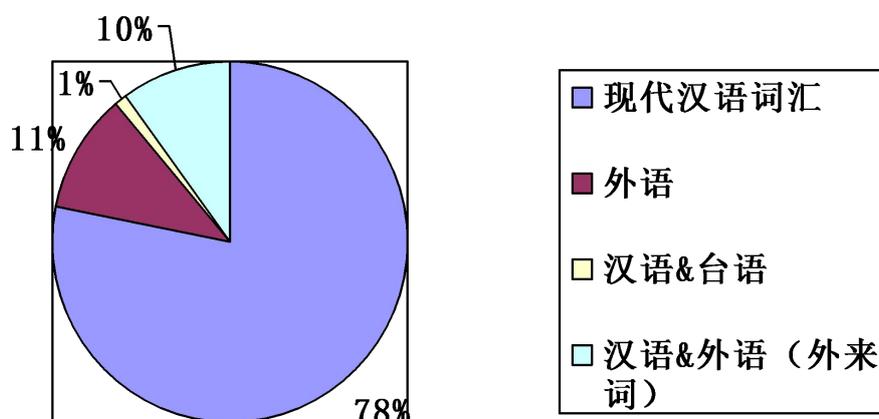
外，更考虑其经济性的准则，使店名能够以一种简洁明快而又耐人琢磨的语言赢得顾客的亲睐。以下图表是将餐饮行业与其他行业进行对比，表明它们在命名上音节数选择的不同：



另一方面，从读音上来说，有许多店名都别具匠心以修辞的方式呈现，如“ezTravel 易游网”则是以一种近似于陈望道先生在《修辞学发凡》中所归纳出的一种“节缩”的方法，以节缩了的词为该店命名。因为“ez”的读音为“i: zi”，这恰是单词“easy”的读音，因而以这种语音上缩略的形式将一个单词简写为两个可代表该词的字母，使店名更为简短的同时，又很有创见。当然，这种在店名读音上做文章的店铺并不在少数，除了节缩语音，还有以谐音形式出现的店名，如“IF 服装店”，英文单词“if”的读音与现代汉语“衣服”的读音相近，使顾客很容易知道该店的经营范围；“超级鸡车”（炸鸡店）中，以“鸡车”与“机车”谐音，从而达到类似于广告的宣传效用，激发起顾客的好奇心，由于“机车”在台湾的日常语言交际中，有意见很多、问题很多、太挑剔、啰嗦、不上道等意思，因而以“鸡”与“机”谐音，很容易让人联想到其它的意涵，从而对这个店名产生兴趣。与此有异曲同工之妙的还有“真虾月亮虾饼”、“泰便宜南洋小吃”、“玩美发型概念馆 perfect salon”等，这些都是将店名创意寄予在其读音的修辞性上的典型范例。无论是对现代汉语的使用，还是将英语读音与汉语语义相结合的创新，无不展现商家在语言运用上的巧思妙想。

其次，从词汇上来看，由于我们考察的地区属于台北经济发达的地区，很容易发现这些店名都表现出较强的开放性特征，除了以现代汉语以及台语的词汇为主要来源之外，尤以外文、外来词为店名的组成部分。其中，外文店名的店铺集中在罗斯福路三段、忠孝东路四段、复兴南路一段这些商圈的中心路段，不少外文店名以英文、日文命名，其比例约占到了总店名数的 11%，从中我们看出这些地区由于受特定的历史因素的作用与影响，对外来文化及其语言的接受力很强，也对其他民族文化在长期的接触中产生了一定的认同感。这些店名中，有约 10% 的汉语店名里，另外附有汉语店名的英文音译，如“美珍香 BEE CHENG HIANG”，“欣棠 SHIN YEH”等，这在大陆地区是并不常见的，表现出台湾作为中华文化接受欧美及日韩等外来文化影响的前哨站，对其语言的使

用情况明显优于大陆地区。以下是将所有 400 个店名纳入观察范围之中，统计其命名时所选语言的情况图表：

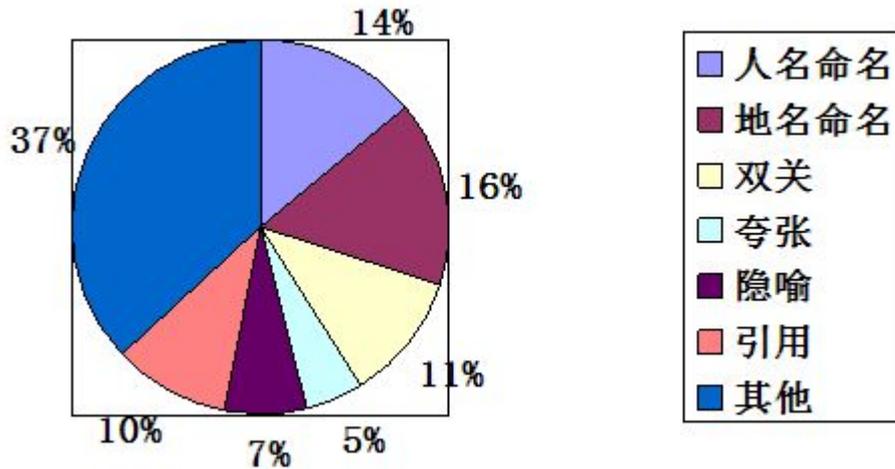


由于台湾现行的汉字书写体系以繁体字为主，因而这些以汉语词汇命名的店名多以繁体字出现，与实行了多年简体字书写规范的大陆相比，台湾的这些店名则更多了份与传统文化的密切关联，颇有种古色古香的味道。

当我们将这些以现代汉语词汇命名的店名进行分析，很容易发现这些店名的语义构成上，有不少店铺是以地名或人名为其命名，这些店铺多以诊所医院、餐饮店为主，而以人名或地名命名一方面可以让顾客方便记忆，另一方面也给人以亲切之感。当我们将店名以经营范围加以分类，再来考察其词汇的构成则发现，在某些行业中，部分词汇的出现频率颇高。如银楼店名，“宝”字在所有被考察的忠孝东路四段的 14 个珠宝银楼店中，使用率在 35.7% 左右，而“富”、“贵”、“裕”等也是这类店名的常用字。“宝”的字义中有表示玉器、泛指珍贵的东西之义，而“富”、“贵”、“裕”则都有充裕、充足、财产多之义，因此商家将这些字用于店名之中，表示一种美好的寓意。而饮食行业中，则以“真”、“好”、“一级”、“大”等词频频在店名中崭露头角，以士林夜市为例，所有 155 个店铺中，有 51 个店名，约 32.9% 的食品店以这些词为店名的组成部分，可见，这些用于形容食物品质的词汇，被众多商家用来为店铺做正面宣传，以创造更大的经济效益。

另外，从修辞上来考察这些店名，则发现以双关、夸张、隐喻以及引用等修辞手法的店名也不占少数。双关的命名，如“泰便宜南洋小吃”，其中的“泰”既关顾着该小吃店的南洋异国风味和情调，又以其与“太”的谐音而让人容易联想到其物美价廉的特色，可谓一语双关的成功范例。而以夸张的修辞呈现出的店名，诸如“超好吃起司马铃薯”、“豪大大鸡排”等，都以一种夺人眼球的方式将顾客的注意力吸引过去，这种将夸张的修辞用于命名的店铺多为针对年轻群体的快餐店、时尚服饰店等，也是迎合特定受众的消费心理一种方式。另一部分以隐喻见长的店名，有如“书林”、“转个湾”、

“蝶菜坊”等等，它们往往以点睛之笔给整个店铺营造出某种令人向往的意境，从而为店名增色不少。以下图表意在反映这些店铺命名时语义及修辞上的考虑：



二. 社会价值分析

通过考察这些店名的语言特征，我们可以看出作为一种应用语言范畴内的店名语言，绝大多数店名都充分展现了其语言的认知功用，有93%的店名都将其经营范围彰显于店名之中，使店名涵盖了一定的信息量，避免了令顾客在受其店名新颖性吸引的同时产生困惑的尴尬。

当然，这些店名除了有认知功用外，还承载着一定的社会价值。其一，是指示价值，或者称之为区别价值。由于有太多同类型的店铺均处于这个竞争激烈的商业环境之中，因此商家唯有使自己的店名能够在众多店名中别具特色，才能使顾客在光顾时不至于在店铺如林的街道上迷失方向，因而就有了现在这种争相以地名或人名甚至绰号命名的状况。如“福榕记士林大香肠”、“郭家葱油饼”、“信义房屋”、“大头龙蚵仔煎”等。其二，是宣传价值，店名除了能够将不同的店铺加以区别之外，经营者们更多的是期望以各自的店名，给顾客创造良好的第一印象，无论是激起顾客的好奇心，还是其它的情绪，都是他们寄托于店名之上良苦用心。因而他们纷纷在店铺的命名上各显神通，如有的店取名为“不一样有机健康餐坊”，直接在店名中标榜自己极有特色，还有的取名为“胜利号蚵仔煎”，给人以鼓舞人心的气势，如“忠诚号生炒花枝蚵仔煎”，则更宣扬了一种忠实、诚信的经营准则，同样也能够为经营者们吸引到顾客的注意力。此外，还有审美价值，店名是经营者们用来宣传自我的首要方式，因而他们不仅力求使之创造较好的广告效应，还追求店名的审美功用，一个让人感到赏心悦目的店名不但能够带来经济效应，还能赢得社会效应上的双赢。因此，经营者们在追求店名的新奇性之外，往往也不忘其应有的审美性。如“诗篇眼镜公”，将店铺的经营范围展现出来的同时还营造出一种富有诗情画意的氛围，“天仁茗茶”中，“茗茶”是茶文化中常用的词，又常代指品茗艺术，因而这样的店名就很有有一种深厚的文化感，让顾客看到店名时就似乎已经能够闻到远处飘来的阵阵隐约的沁人茶香。

通过观察这些台北部分店名的命名特点，我们不难发现，这些地区由于地处与欧美及亚洲其它地区进行经济、文化交流的优势地带，较之于大部分深处内陆地区的大陆城市而言，在接受外来文化上表现出一种开放性的姿态，而涉及到语言，则表现出兼收并蓄的特点，在保留与传统的本土文化下的现代汉语的密切联系时，也十分注重对外来语言的接受与使用。

（朱佳琦）

新词语快报

- 1. 全裸乡政府：**指为了建立廉洁、公正、透明的“阳光政府”，而将全部财务开支完全公开的乡政府。2010年3月，四川巴中市白庙乡政府公示出今年1月份公务开支明细表，详细记录每分钱的公务花费，被媒体誉为“政府全裸第一例”。例如：四川“全裸乡政府”账本：烟酒招待费用一笔不落。（工人日报，2010-03-16）
- 2. 潮外婆：**指穿着可爱、时尚、洋气，心态年轻的老婆婆。2010年3月，华中科技大学工业设计专业大二学生林冲为81岁的外婆拍摄了一组作品，以《我的疯狂外婆》为题上传至网络，可爱的外婆迅速成为网络红人。例如：网友力挺中国“潮外婆”，PK美国“疯老太”。（长江日报，2010-03-19）
- 3. 蚁族：**指大学毕业后，工作不稳定、收入不高、生活无保障、聚居于城乡结合部或近郊农村的高校毕业生群体。蚁族已成为我国的第四大弱势群体，越来越受政府部门的关注。例如：北京蚁族聚居村拟建白领公寓，五万蚁族或远迁。（新京报，2010-02-26）
- 4. 蜗居族：**指在大城市，为获得狭小生存居所而努力奋斗，承受着高房价所带来的巨大经济压力的白领族。“蜗居族”因电视剧《蜗居》的热播而成为社会关注对象。例如：深圳最牛蜗居族以三轮车为家，自嘲拥有“房车”。（http://www.chinadaily.com.cn/dfpd/2010-03/18/content_9607461.htm）
- 5. 犀利哥：**指“潮流型乞丐帅哥”。其原型是宁波街头一精神病乞丐。起初，犀利哥因穿着颇具东洋风格，成为某些人的崇拜偶像；现在，他已成为弱势群体的代名词。例如：“犀利风”潮爆大银幕，王力宏、黎明争做犀利哥。（<http://www.m1905.com/news/20100318/336300.shtml>）
- 6. 房小白：**起初是指游戏角色，现在指专职于为白领阶层提供房屋出租的私房所有者。例如：“房小白”成2010首个地产热词。（http://times.clzg.cn/html/2010-01/27/content_109731.htm）
- 7. 低碳春节：**指融入了“节能减碳”文化、追求健康环保的春节。例如：中国人开始在顺应民俗中探索“低碳春节”。（<http://news.163.com/10/0218/10/5VQ4D1BD000120GU.html>）
- 8. 泛性别：**是指在当下社会生活、娱乐文化中，对性别认识模糊化的一种现象。异性装扮、异性举止、演绎异性、无法从外观发现个人明显的性别特征，这些都是泛性别的表现。泛性别出现被认为是社会分化加速导致的同一性别群体内部出现的差异，也被认为是男女无性别差异教育的结果。例如：21世纪，泛性别游戏——网络的力量。（<http://www.southcn.com/it/itgame/200201100517.htm>）
- 9. 打金农民：**指专职于赚取网络游戏货币或者装备的中国玩家。他们最早出现于网游“魔兽世界”中，主要通过互联网将虚拟物品贩卖给国外的玩家，以换取真实的货币。美国玩家称其为“Chinese Gold Farmer”，意为“中国打金农民”。例如：中国“打金农民”新业务：售Twitter关注人数。（<http://www.cnbeta.com/articles/103315.htm>）

-
10. **恐剩族**: 指因单身状态而焦虑, 担心自己陷入剩男剩女行列的大龄青年。例如: 90后“恐剩族”女大学生急于相亲。(http://bbs.51.com/index.php?c=topic&id=B5E03450342A11DFA4D0002219905627&cat=11, 23)
11. **有备族**: 指出于某一本能, 随身携带救生物品, 以应对各种潜在灾难的人群。他们的出现与近期地震及其它自然灾害频繁发生有关。例如: 全球灾难频发催生“有备族”。(http://www.cnr.cn/allnews/201003/t20100308_506121449.html)
12. **孩奴**: 指为了养育子女, 必须承受巨大经济压力, 因而失去自我价值体现的父母们。他们多是80后的年轻人, 面对着要不要孩子的问题, “养不起”成为他们拒绝孩奴的主要原因。例如: 孩奴现象空袭80后, 专家呼吁抚育孩子要理性。(http://finance.ifeng.com/money/special/hainu/wealth/staff/20100116/1717500.shtml)
13. **淘男**: 在“淘男网”上, 女人叫“淘手”, 男人是“宝贝”, 是摆在“货架”上供女人选购的商品。女人选择“宝贝”的过程就是“淘男”。它是时下流行的网上交友方式, 带有浓厚的女权主义色彩。例如: 网上“淘男”更讨女人心——受80后、90后追捧, 不管娱乐还是交友都不必太认真。(北京晨报, 2010-04-01)
14. **黑领**: 指就职于政府部分和国有垄断企业, 工作隐蔽、收入隐蔽、生活隐蔽, 并且过着奢华生活的群体。例如: 黑领阶层, 中国社会的世袭贵族。(http://bbs.lady.163.com/bbs/study/130412218.html)
15. **词媒体**: 指将词作为传递信息的载体。其特点是: 最大限度地加快传播和记忆的速度, 将特定时间、地点、人物、事件进行超浓缩, 以便于口口相传。例如: 专家学者探讨“词媒体”: 让知识不再寂寞。(http://hudongbaike.blog.163.com/?fromIt)
16. **iphone女**: 指在iPhone上展示出色唱功, 从而风靡全球的韩国女孩Kim Yeo-hui。现在, “iPhone女”已经成为长相甜美、唱功出色、运用iPhone表演的女孩的代名词。例如: “比肩iPhone女, 十款网络人气手机推荐”。(http://tech.sina.com.cn/mobile/n/2010-04-01/07104010293.shtml)
17. **恐归族**: 指那些在外地工作, 由于种种原因恐惧回家团圆的人们。“恐归族”的恐惧, 非对回家本身有所抗拒, 而是在节日回家的种种烦心事折磨之下所产生的一种本能的反应。例如: 春节将近“恐归族”壮大, 理由各异进退难抉择。(http://www.chinanews.com.cn/sh/news/2010/01-27/2094182.shtml)

(许艳平)

● 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：武汉大学中国语情监测与研究中心

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 卢烈红

阮桂君 萧国政 萧 红

刊名题字：眸 子

封面设计：黄晓春

刊 址：武汉大学文学院《中国语情》编辑部

邮政编码：430072

联系电话：027-68754320

出版日期：2010年4月