



简析中国互联网网络用语及其对日常交流的影响

阮楠皓, 张正颀

四川省绵阳中学, 绵阳

Email: m19383658510@163.com; 2194868972@qq.com

摘要

21 世纪中国互联网得到普及, 个人信息设备 (如 PC) 进入人们的视野。以此为背景诞生的网络用语, 在对汉语词汇进行扩充、融合、更新的基础上, 与个人的日常生活之间产生了具有显著影响的作用与反作用, 引起语言研究者的广泛关注。因此调查和研究网络用语对了解中国网络文化以及社会风气的变化有着重要作用。本文从社会语言学的角度, 分析网络用语在特定社会背景下的诞生、发展、特质及其在中国互联网背景下对日常生活的影响。

关键词

网络用语, 社会语言学, 语言研究

The Brief Analysis of Internet Slang in China and Its Influence on Daily Communication

Nanhao Ruan, Zhengqi Zhang

Mianyang High School of Sichuan Province, Mianyang

Email: m19383658510@163.com; 2194868972@qq.com

Copyright © 2023 by authors.

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

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



Open Access

Abstract

In the 21st century, China's Internet has become popular, and personal information devices (such as PCs) have entered people's field of vision. On the basis of expanding, merging, and updating Chinese vocabulary, the Internet slang that was born in this context has a significant effect and reaction with the daily life of individuals, and has attracted extensive attention from language researchers. Therefore, the investigation and study of Internet terms plays an important role in understanding the changes in Chinese Internet culture and social atmosphere. From the perspective of sociolinguistics, this paper analyzes the birth, development, and characteristics of Internet terms in a specific social context and their impact on daily life in the context of the Internet in China.

Keywords

Internet Slang, Sociolinguistics, Language Studies

1. 引言

21 世纪是信息化的世纪, 截至 2022 年 12 月, 我国网民规模达 10.67 亿, 较 2021 年 12 月增长 3,549 万, 互联网普及率达 75.6% [1], 在网络技术不断发展, 网民规模不断扩大的当下, 中国网络文化逐渐成为中华文化的一个重要分支, 网民们在通过信息媒介进行交流过程中使用了一些特定语言、表达方式, 这些语言与表达方式的不断发展, 久而久之形成的较为固定的表达成为了网络用语。

上网是许多人必不可少的休闲方式, 网络用语伴随着一代又一代网民在网上冲浪, 帮助网民们用更简洁的方式表达自己的感情, 本研究通过收集资料, 根据资料总结出网络用语的发展趋势和特质, 及其对日常交流的影响, 提出合理使用网络用语的倡议, 帮助网络文化健康发展, 进一步促使线下交流和谐简洁。

2. 简析网络语言

2.1 发展和趋势

2.1.1 诞生与分类

网络语言 (Internet slang) 是指从网络中产生或应用于网络交流的一种语言, 包括中英文字母、标点、符号、拼音、图标 (图片) 和文字等多种组合。这种组合往往在特定的网络媒介传播中表达特殊的意义。网络用语诞生于网络环境, 其主要缔造者是网民群体, 上网门槛的降低等因素增长了网民群体的丰富性, 一定程度上使得网络用语日渐复杂, 多样。网民在网络上交流、表达的需求以及感情迁移所对应的表达方式与现实交流略有不同, 而这种不同在于网络语言的输入与查看基于键盘、显示器等硬件设备。以此为基础, 我们发现网络用语的种类虽繁多, 但具有一定的顺序性。

(一) 早期: 缩写、表情类

相较于将简单繁多的字符一个一个打下来, 人们倾向于使用更为便捷传神的表达。例如早期缩写类网络用语诞生于外国互联网, 如 “LOL” (laugh out loud) 表示大笑; “BRB” 是 “Be Right Back” 的缩写, 用来表示暂时离开一段时间, 稍后会回来。

表情类的代表有 “:)”, 这个以一个冒号和一个后括号组成的笑脸最早出现在 20 世纪 80 年代早期的计算机通信中。具体来说, 它被认为是由美国计算机科学家和程序员 Scott Fahlman 在 1982 年 9 月 19 日的一篇在线论坛帖子中首次使用的。他在论坛上建议使用 “:-)” 和 “:- (“ 这样的符号来表示笑脸和悲伤脸, 以帮助人们在在线交流中更好地表达情感。

(二) 媒体类

互联网发展带来各路媒体的大交融, 催生了新一类的网络用语。媒体类网络用语指人们在观看或参与媒体作品 (新闻等) 新媒体作品 (多为影视、动画、游戏等) 和自媒体作品 (如平台哔哩哔哩中的用户作品) 时从其中截取的具有特殊意义的经过或未经处理的片段。这种意义通常是出于强烈个人情感 (幽默、厌恶等)。其中, 出于幽默的一部分又称为 “梗”。媒体类网络用语因其源头的多样性成为网络用语中数量较为庞大的一支。

关于其特质, 此类网络用语在情感共鸣和传播性 [见 2.2] 上具有特定性, 仅在了解其作品源头的网民中传播迅速、影响深入, 某种意义上具有类似汉语中成语的特性。在时效性方面, 我们发现媒体类网络用语的寿命取决于其源头本身的质量与受众。

（三）解构类

由于词义弱化现象 [见 2.1.3] 和网民对于新鲜事物的趋向性等原因, 网络用语开始朝结构谐音化、图示化等新奇、博人眼球的形式发展, 解构类网络用语由此诞生。其中谐音化和图示化是最为常见的两种对日常语言和网络用语的解构方式。

谐音化, 顾名思义, 以谐音字代替某个字词句的网络用语, 这种代替可以是部分的(如“不要”变为“鼻要”), 也可以是全部代替(如“太酷啦”变为“泰裤辣”)。此类网络用语以陌生复杂的形态吸引他人眼球, 当人们不自觉读出来后对其印象加深, 潜移默化间起了强调作用, 因而比起原词语义有一部分提升。

图示化与谐音化相似, 不同之处在于替换物变为了 emoji 图。其初衷在于回避某些平台的敏感词审查。如“钱”替换成 , “刀”替换成 。

后来人们发现, 相较于谐音化, 这种存在猜字谜要素的网络语言吸引眼球的能力更强。由于其还可能给阅读者带来成就感的属性, 加深印象的效果更甚。然而由于几乎任何句子都可以改写成 emoji, 其存在不定形性, 这导致能否理解图示化网络用语的关键不再是简单的是否搜索或者了解其诞生背景, 而是是否有能力将 emoji 正确地转化回汉字或数字, 再正确地连成一句话。而且, 如果没有预先存储, 在输入法上大量打出所需的 emoji 十分耗时, 这表明图示化网络用语已同时失掉了早期网络用语的“简”和“明”的特质, 甚至引得部分网友称其为“抽象烂俗”。但令人意想不到的是, 它仍具有强大的传播性。我们无法否认的是, 目前为止, 它似乎是网络用语演变其中一个分支的终点。

以下为图示化网络用语举例:

给爷整笑了 → 给  整笑了 (部分替换)

听懂掌声 →    (全部替换)

2.1.2 爆炸式更新

随着时事更新、网民增多以及词义弱化 [见 2.1.3], 网络用语也在不断迭代更新, 近年来这种更新更是呈“爆炸性”的势态。网络用语来自于现实生活, 随着现实生活的改变和网民表达情感的需求上升, 新的且一般情感更为夸张、形式更为独特的网络用语也在不断被创造出来, 如 2.1.1 中的解构类网络用语。

近年来这种更新, 除上文所言, 很大原因在于网民人数的增多以及上网频率的变化: 例如三年疫情以来, 长时间居家改变了大部分人的上网习惯, 这样的环境使人们有更多的时间关注网络, 或不得不将时间花在网络上, 网络用语得以增多。

表格一: 近十年来我国热点网络用语摘要表

年份	热点网络用语	主要来源	总结
----	--------	------	----

2006-2011	/	/	2011年及以前网络用语活跃度相对较低,吸引大众注意较少
2012	中国好声音、元芳你怎么看、高富帅,白富美、你幸福吗、江南Style、躺着也中枪、吊丝,逆袭、舌尖上的中国、最炫民族风、给跪了	电视娱乐节目	来源广泛,绝大部分通过媒体传播。网络交流开始担任传播者
2013	“中国大妈”“高端大气上档次”“爸爸去哪儿”“小伙伴们都惊呆了”“待我长发及腰”“喜大普奔”“女汉子”“土豪(金)”“摊上大事了”“涨姿势”	电视娱乐节目	
2014	“我也是醉了”“有钱就是任性”“蛮拼的”“挖掘机技术哪家强”“保证不打死你”“萌萌哒”“时间都去哪了”“我读书少你别骗我”“画面太美我不敢看”“且行且珍惜”	日常交流	
2015	重要的事情说三遍;世界那么大,我想去看看;你们城里人真会玩;为国护盘;明明可以靠脸吃饭,却偏偏要靠才华;我想静静;吓死宝宝了;内心几乎是崩溃的;我妈是我妈;主要看气质	日常交流	
(续表)			
2016	洪荒之力,友谊的小船,定个小目标,吃瓜群众,葛优躺,辣眼睛,全是套路,蓝瘦香菇,老司机,厉害了我的哥	网络交流,访谈	网络词汇开始全面进入现实交流。如“洪荒之力”傅园慧表情包的传播。

2017	打 call; 尬聊; 你的良心不会痛吗; 惊不惊喜, 意不意外; 皮皮虾, 我们走; 扎心了, 老铁; 还有这种操作; 怼; 你有 freestyle 吗; 油腻	娱乐圈	娱乐圈成为网络用语来源新的主力军
2018	锦鲤、杠精、skr、佛系、确认过眼神、官宣、C 位、土味情话、皮一下、燃烧我的卡路里	娱乐圈	
2019	不忘初心; 道路千万条, 安全第一条; 柠檬精; 好嗨哟; 是个狼人; 雨女无瓜; 硬核; 996; 14 亿护旗手; 断舍离	综合	数据来源于官方统计, 来源广泛
2020	逆行者、秋天的第一杯奶茶、带货、云监工、光盘行动、奥利给、好家伙、夺冠、不约而同、集美。	综合	
2021	觉醒年代; YYDS; 双减; 破防; 元宇宙; 绝绝子; 躺平; 伤害性不高, 侮辱性极强; 我看不懂, 但我大受震撼; 强国有我	综合	
(续表)			
2022	“栓 Q(我真的会谢)” “ PUA (CPU/KTV/PPT/ICU)” “冤种(大冤种)” “小镇做题家” “团长/团” “退! 退! 退!” “嘴替” “一种很新的 XX” “服了你个老六” “XX 刺客”	综合	

2012~2021 年数据源	[现代汉语网]		
2022 年数据源	[澎湃新闻]		

相较于民间统计, 官方统计的“年度十大流行语”数据来自网友推荐、专家评选、网友投票, 可能由于部分不可抗力与实际网民流行用词产生偏差, 故仅做参考。

2.1.3 词义弱化、词义转移和情感弱化

词义弱化是指人们不满足某词所表达的含义, 于是发明含义更强烈的词作为代替, 导致原词含义在群体中变得不再强烈的现象。此现象普遍存在于互联网环境, 却不发源于互联网。生活中词义弱化的实例有“傻瓜”、“笨蛋”等从前有强烈辱骂意味的词不再具有攻击性, 而“呵呵”也不再会让人第一时间联想到单纯的笑等等。部分人将其称为语言界的通货膨胀, 这种说法并不准确, 因为词义弱化所带来的不仅仅是词义的“贬值”, 还可能带来词义的转移。就像以上实例中, “呵呵”增添的不仅是反方向的“不赞同”, 也新加入了讽刺、不以为意的意味。

词义弱化的源头在于词语的滥用, 当词语被万金油式地使用到各个领域且表达了不同的特定含义后, 词义就会模糊。这种模糊带来的是哪怕用词不变, 网民的聊天也会逐渐在认知上趋于平淡化, 这是不符合网民对更多情感刺激的需求的。词义弱化的运作过程是一个程度越来越大的循环, 互联网中成千上万的词已经置身其中。这些循环的单位核心并不是词语本身, 而是含义, 以一个含义为中心, 可以有若干个词环绕, 词义的弱化与转移一般是同时进行的, 只是程度可能不同。其中有的词仍在使用但已有不同程度的弱化, 有的正新兴, 有的词义已经被完全转移, 脱离了循环, 也有可能因此成为另一个循环的新成员。

网络用语作为基于特定平台和媒介的语言, 它的更新迭代也在一定程度上遵循此循环。与日常语言不同的主要有三点。其一是在循环中词义弱化到一定程度而又没有转移活力的词, 其结果似乎更为“惨烈”, 将会被渐渐遗忘, 几乎不会再有人提起。如“哥只是个传说”“雷人”等。另一方面, 当这些“小圈子黑话”具有足够强的能力(我们认为这种所谓能力实则是使其它圈子的网民产生共鸣的能力), 那么便有机会“破圈”, 甚至成为正规的现代汉语词汇, 如“给力”“躺平”等。其二在于网络用语的针对性大多更强, 很少出现词义转移的现象, 这与其一相呼应, 也从一个方面解释了为什么网络用语诞生速度快, 但活跃词总数增速却有所保留。其三在于媒体类网络用语由于其本身的故事性和指向性, 通常不会进入词义弱化循环。

以上所言词语的消亡, 在日常用语中发生频率远小于网络用语, 但网络用语的循环中有较大部分和日常表达的情感相重合, 因此对于网民来说, 日常某种情感同时参与了多个循环, 在他们眼中, 此类情感的弱化速率会更快。同时, 日常用语又难以从语境中消失, 于是已被大幅弱化的词语不得被使用、接触, 会使网民主观上产生一种假象的“情感弱化”, 具体表现为觉得网络上的乐趣

越来越少, 多数会影响到现实。但这并非绝对现象, 部分可能和网民本身的性格和网络在生活中的占比有关。

2.2 特质

2.2.1 时效性

网络用语的时效性除了词义弱化现象带来的影响, 对于部分词语, 在这里我们引入“词语快餐化”的概念。词语快餐化是指用来描述的词汇和表达方式变得简单、流行, 易于传播, 但其同时缺乏深度和精确性的现象。而当代的网络用语, 正朝着这个方向发展。人们的主观体验, 情感和感受因人而异, 在同样的情况下, 人们可以创造不同的词语来描述同程度的感情或处境。有些表达能够变得流行起来, 并不是因为有很深的深度, 可能只是因为它易于传播, 通俗来讲, 可以称为“洗脑”, 这样的词语往往在其诞生后盛行一时, 但随着人们对它的新奇度下降, 就逐渐淡出人们的视野——便是我们所说的快餐化。从某种意义上讲, 词语快餐化又可以算是词义弱化循环中的一个现象。

除此之外, 网络用语的生命周期还与其诞生源头有关, 如“疫情”相关词汇频率已大幅下降。需要强调的是时效性不具有普适性, 一部分网络用语不受其影响, 这与媒体类网络用语源头的质量、受众对其流行时长造成影响的性质相似。

2.2.2 情感共鸣

在 2.1.1 和 2.1.3 中不难发现, 不论哪个阶段、种类的网络用语均起到承载情感的作用, 只是程度有所不同。其能够引起情感共鸣也是网络用语传播性的前提之一。

语言本身的作用, 就具有交流、传递感情的作用。A 和 B 都了解某情景中产生的情感, 当 A 希望再次表达同样的感情时, 便可使用这个情景中的一些词语来传递相同的感情, 唤起 B 对这样感情的回溯, 以达到情感共鸣, 即将某种模式化的情境中产生的感情, 用文字的方式转述到另外一种情境(即当下的情境), 以使接受的一方产生情感共鸣, 这便是网络用语要达到的目的之一。

2.2.3 传播性

强大的传播性是几乎所有网络用语的共性, 其来源难以一概而论。简洁易懂显然是其前提之一, 当今技术手段快速发展, 融媒体、短视频平台以及社交媒体, 极大程度上丰富了网络用语的传播媒介。这些网络用语常常被人们以分享、转发的方式扩散, 部分形成热门话题。网络用语不仅能够迅速传达信息, 也容易在网络社区中塑造共同的文化和认同感, 满足人们的“被认可”与希望成为“大多数”的心理需求。

但仍存在相较原表达更为冗长, 但反而更为流行的例子(如表达“无语”与“家人们, 谁懂啊”比较, 后者更为流行, 这与网络平台的用户特性有一定关系)。值得注意的是, 网络用语的传播具有相对性, 一些冗长网络用语受到部分网民的厌恶与抵制, 方才的例子就是其中之一。这与网络用语诞生的初衷是简化交流在一定程度上有所关联。

3. 网络用语影响日常生活

3.1 原因

3.1.1 人的主观能动性

“主观能动性”是指个体在面对各种情境和挑战时,主动采取行动并发挥自己的主观能力来应对、影响和改变现实的能力。对于网络用语而言,人是网络环境的主体,人由于自己本身的喜好,习惯而产生的行为,反映出其改变环境的能力以及对环境改变的追求。这一点在网络空间中被“放大化”了。相对于现实生活而言,网络空间特有的隐蔽性,匿名性,为人们的压力释放,感情表达提供了一个更加自由且方便的环境,因此人们在现实生活中不太易于表达出来的或者表达程度较低的感情、追求、想法,可能在网络空间中被“放大化”,“具体化”。在现实世界中交流与网上交流,两者同样都是改造环境,而网络的环境似乎在更加自由的同时也更加脆弱。

3.1.2 网络与现实生活的深度结合

放眼全球,信息化正和传统产业进行不断的融合促进,从国内亦是如此,工业信息化、产业数字化,刺激着经济不断增长,带来日常生活与信息技术的深度结合,现代人的生活已经离不开网络,人们的衣食住行吃穿用度,都与网络有着密切联系。使用网络的人数变多,使得网络语言如雨后春笋般兴起,并随着人们日常与信息媒介的交互,潜移默化的影响着,改变着人们交流和表达的方式,最终这些影响集中反馈到了日常交流与生活中。也就是说,网络与现实生活的深度结合中,人们在不断影响着网络环境的同时,网络环境也随时影响、改变着现实生活,在相当长的一段时间内如此,从网络用语的变迁也可一窥社会风气以及人心所向:例如2019年的热点网络用语,就包含“14亿护旗手”,“不忘初心”等反映当下时代特征的语言。

3.2 表现

3.2.1 满足需求

崔茜茜在《认知视角下网络词汇应用性研究》中提出“新兴的网络词汇不仅体现出人们日常生活的方方面面,而且也体现着人们求新求简求异的认知心理。”[2]人们对网络环境的改造,对网络语言的塑造,也出于这样的认知心理。每个人都或多或少地在网络空间里寻找自己的存在意义。现代生活的压力常常带来李松蔚提到的“意义焦虑”,即一种对于自己所作所为意义的思考,因此产生了这种求新求异的心理。而求简的心理是几乎每个人都具有的,这种心理又在网络社交下受到了刺激,让网民倾向于“速战速决”与模块化的聊天[详见3.2.2]。在某种程度上,可以说网络用语的不同种类,是这些心理在不同网民身上占比不同的结果,如解构类网络用语就是为了满足求异心理占比较大的网民而创造的。

人们普遍对传达自己的感情有着较大的需求,而网络语言则或多或少满足了这样的需求,因为它大多简单,方便,较为易懂,能够提高人们传达感情的效率,满足人们的表现欲。

3.2.2 交流革命

网络用语发展的不同阶段和其对交流的影响有紧密联系,由此带来了一场交流革命。我们以2016年为界,以网络用语对日常交流的影响程度为标准,将其分为早期和现期两个阶段。

早期网络用语对于简化人们在网络空间的交流起了重要的作用,相比于现实生活中的传统交流方式,如写信,面对面交谈,网络空间的交流大多基于人与键盘,显示器等输入输出设备的交互。对于中国最早一批的网民,这种交流

方式更加的间接和繁琐。为了更快触及到人们内心深处的感受与情绪,网络用语的作用不可或缺,它们是传输人类感情任务的承担者。

现期的中国互联网网络用语展现出极强的生命力与自适应性,我们认为这源于三点:汉语形意结合的特点,网民的创造性、对时事情感的敏感性以及词义弱化的催化作用。这种能力对于同网络接触极密切的网民具有一定副作用,情感弱化占其中较为主要的地位。疫情三年使部分网民开启网络社交模式,这种社交大部分情况下会走向高速、低成本社交,从最开始的新奇、无话不说到最后的无话可说,这种空虚感一定程度上会促使网民回到现实交流。由于网络用语具有的传播性、感染力,一定程度上对现实交流的固有约束产生了弱化,网民习惯于在自由的聊天环境里不计后果地发言,这种下意识对网络用语的大量使用,使得现实交流与网络交流的间隔出现裂隙,现实交流开始变得模块化,各种程度的情感只用一个同样的词就能表示,而得到的回应通常也是较为固定的网络用语。而对于不了解网络用语的人,这甚至起到了阻滞现实交流的作用。

3. 结 语

在技术手段高速发展的今天,网络用语来源日趋广泛,满足着人们对于表达感情的需求,已然成为人民生活的一个重要部分。人的心理需求又不断反作用于网络用语与整个网络环境。我们认为,网络用语作为联系现实和网络世界的一大桥梁,其活跃数量具有较为稳定的特性,然而其活动范围已有野蛮生长的趋势,在网络交流与现实交流的边界被推向后者,导致后者被逐步包围甚至合并之前,我们认为有必要对网络用语在现实生活中的使用,采取一定程度的规范措施。

个人的网络意识不是一天形成的,正如网络用语的大环境也不是一天造就的。网络用语的爆炸式更新中,普遍存在词义弱化、词义转移以及情感弱化,这启示人们只有谨慎把握网络用语与现实交流之间的界限,明晰网络用语的价值与意义,合理地利用网络用语,才能在网络与现实不断地更加深入结合的时代背景下为人类创造更多的,更宝贵的价值。而这更需要个人,社会,集体的协同合作,共同规范网络用语的使用,推动网络环境的稳定向好发展。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第51次《中国互联网络发展状况统计报告》, 2023.
- [2] 崔茜茜. 认知视角下网络词汇应用性研究[J]. 现代语言学, 2023, 11(7): 3059-3064.