

现代流行语及其社会文化心理再探

梁 艳

(四川民族学院 中文系,四川 康定 626001)

【摘要】流行语指的是某个时期在某些人中广泛流行的语言形式。它既是一种语言现象,又是一种社会文化心理现象。在一定程度上可以说,它是时代的镜子,集中地折射出一定历史时期的社会变迁,文化生活和大众心理。本文从流行语产生的背景以及与新词语的关系入手,简要分析了流行语的来源和类型,并在此基础上阐述了流行语所凸现的社会文化心理,试图揭示出流行语这一特殊语言现象与社会文化心理之间的紧密联系。

【关键词】现代流行语;语言现象;文化心理因素

【中图分类号】H136.4 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2010)03-0009-04

流行语指的是某个时期在某些人中广泛流行的词、短语、句子的新的表达形式。在某种意义上,流行语的主体是新词语,但不完全等同于新词语。它们是两个不同的概念,二者产生的原因也不完全一样。只有由于各种因素而流行开来的新词语才能被称为流行语;流行语也不完全是由新词语构成的,有一部分是沿用下来的,如“阿飞、小白脸、拉皮条”等,上世纪二三十年代就已开始使用了。新词语产生的主要原因是日新月异的社会生活的需要,新词语是新事物、新概念、新观念的折射反映。流行语的流行除客观的社会文化条件以外,也跟群众的主观心理因素有关,有些流行语的产生并非完全由于客观的需要,更多的是人们的心理表现,甚至纯粹是一种文字游戏。笔者认为要研究流行语,首先必须要把二者很好的区分开来,故笔者调查了大量的现代流行语用例,对流行语的来源、分类及其产生的原因等方面作了一些探讨。

一 流行语的来源

流行语来源众多,包括网络用语、影视用语、方言词语和专门术语等。本文就其中三项来源做简单的阐述:

(一) 网络用语

随着互联网时代的到来,网络已渗透到人们的日常生活中,在网络这个虚拟世界里所使用的语言与日常生活的交际活动既有密切联系,又有明显区别。广义的网络语言大体可分为三类:一是与网络有关的专业术语,如“鼠标、硬件、软件、病毒、登陆、隐身、局域网、浏览器”等;二是与网络有关的特别用语,如“网名、网吧、黑客、第四媒体、电子商务、虚拟空间、信息高速公路”等;三是网民在聊天室和BBS常用的词语和符号。狭义的网络语言仅指第三类,它又可以分为五类:

(1)字母类,如JJ——姐姐、IC——(I SEE)我知道了、CU——(SEE YOU)、BF——男朋友、P9——啤酒、PF——佩服、BMW——别摸我(原为著名汽车品牌“宝马”)、FT——晕倒(英文Faint的缩写)、KL——“恐龙”等。

(2)单字类,如:当——(DOWN)、顶——支持、短——发短信、偶——我、表——不要(不要的合音。比如:“你表太好”是你不要太好的意思)、赞——支持、寒——寒心的缩写(表示自己某事失望)等。

(3)词汇类,如:蜗居——指自己的住所像蜗牛壳一样狭小、毕婚——指毕业后就结婚、蜗婚——简单的说指离婚不离家、低碳——指降低二氧化碳的排放、躲猫猫——喻指隐瞒事实、逃避监督、暗箱操作、钓鱼——指违反法律精神,别有用心地诱人上钩、被就业——讽刺高校虚报就业率的行为(由此衍生出“被”字语系,例如职工“被全勤”,举报人“被自杀”,交择校费的家长“被自愿”等。)、裸婚——不买房不买车不戴婚戒不办婚礼不度蜜月(由此衍生出“裸”字语系,例如:家属孩子存款都在国外,一个人留在国内做官叫“裸官”,干部退休后不再担任任何职务叫“裸退”,考试没做任何准备叫“裸考”等)、纠结——思绪极度困惑、秒杀——指以远低于成本价的价格买到指定商品、蚁族——指高学历低收入群体、木油——没有、走召弓虽——超强、青蛙——长得难看的GG、菜鸟——就是初级水平的新人、老鸟——高手、抓狂——受不了刺激而行为失常、唐僧——借自《大话西游》中的角色,指罗嗦、废话连篇的人等。

(4)数字类,如:02825——你爱不爱我、1573——一往情深、25184——爱我一辈子、3399——长长久久、440295——谢谢你爱过我、

收稿日期:2010-05-18

作者简介:梁 艳(1981-),女,四川内江人,助教,主要从事汉语言文字的教学与研究。

52460——我爱上你了、687——对不起、77543——猜猜我是谁、898——分手吧、9213——钟爱一生等。

(5) 数字字母类,如:3Q——(Thank you)、3D——三维图形、4S——是集汽车销售、维修、配件和信息服务为一体的销售店等。

(6) 符号类,如:~)——微笑、^_^表示眯着眼睛在笑、:~D表示非常高兴地张开嘴大笑、8~)表示眼镜一族专用的笑脸、:~<表示难过、:~!表示不屑一顾、~T表示火冒三丈、P——吐舌头等。

这些网络流行语主要通过谐音、替代、拟形等手段来表情达意,不仅简单便捷,而且幽默诙谐、符合网络快捷化的要求,还弥补了网络无表情性的缺陷,所以备受青睐,为网民广泛使用。有的词语,比如“886”、“青蛙”、“GF”、“菜鸟”、“3Q”等等,甚至进入了人们日常的口语交际当中。

(二) 影视用语

中国第一部青春偶像剧《将爱情进行到底》便引起了一种新的表达方式,套用这部电视的名字,便产生了“将独身进行到底”、“将考研进行到底”、“将胜利进行到底”等这样一系列的说法。^[1]冯小刚是近几年来中国最火的贺岁片导演,他的作品年年都会成为人们谈论的话题,他作品的名字、人物台词、甚至一个手机铃声,都可以成为时下最为时尚的流行语。如:《没完没了》、《不见不散》、《天下无贼》;其中《手机》中男主人公严守一的手机铃声更是在大街小巷此起彼伏的奏响。更有人为这些词语赋予了新的意义,如:“环球45分——地理课”,“北京人在纽约——英语课”,“魂断蓝桥——考试”等,这些说法在学生圈子中非常流行。^[2]

赵宝刚被誉为近几年来,中国最受欢迎的青春励志片导演。其2007年拍的《奋斗》和2008年拍的《我的青春谁做主》都受到了社会的关注、认可、好评。尤其是《我的青春谁做主》中的女主角“钱小样”更是一炮走红。甚至有人专门为钱小样编写了《钱小样语录》,当然这本语录主要来自电视剧《我的青春谁做主》的台词对话。《钱小样语录》又掀起了一个新的流行语浪潮。

每年春晚会的语言类节目,几乎成了流行语的生产基地。春晚已举办了28年,在由春晚引领的流行语统计中,小品王赵本山自1990年到2010年参加了二十一年春晚的他,就创造了14届春节晚会的流行语。如:1990年的“傻样”、1991年的“我想有个家。”1993年的“这张旧船票能否登上你的破船?”2000年的“小样,你穿上马甲,我就不认识你了?”

2001年的“走两步,没病走两步。”2002年“忽悠,接着忽悠。”2003年的“我这个心啊,是拔凉拔凉的。”2005年的“这个世界太疯狂,耗子都给老鼠当伴娘。”2006年的“那是相当的……”2007年的“你太有才了。”2009年的“这个可以有,这个真没有。”

还有一部分比较特别的影视语言,就是广告语。越来越多的广告语转变为能反映出一些社会进步的潮流和流行趋势,成为人们口口相传的经典流行语。例如奥柯玛冰柜的广告语:“没有最好,只有更好”,美特斯邦威的广告语:“不走寻常路”,安踏的广告语:“永不止步。”诺基亚的广告语:“科技以人为本”。还有很多搞笑的俏皮话更是成为了热门流行语“地球人都知道”等。

(三) 方言词语

近年来,许多颇具特色的方言词语因其独有的表现力而逐渐流传开来,成为了现代流行语的一个重要来源。如四川方言中的“扎起”、“洗白”“巴适”,东北方言中的“那嘎哒”、“坷碛”,粤港方言中的“埋单”、“收工”、“拍拖”,台湾方言中的“糗”,广东方言中的“八卦”、“跳槽”,上海方言中的“邋遢”、“翘辫子”等。其中使用最多的还是要数粤、港、台地区的方言流行词语。如,“山寨”原是港台地区的方言词语,意思是穷人居住的地方。随着港台喜剧,尤其是香港著名影星周星驰的影片在内地的热播,这个词语被大家广泛接受并大量使用。此外,还有很多港台地区的方言词语成为人们口中的流行语。如:“狗仔队”,“瓶颈”、“老豆”、“空姐”、“炒鱿鱼”、“宵夜”等。

二 流行语的分类

流行语可以从不同的角度做不同的分类,本文从流行语产生的背景以及与新词语的关系入手,将现代流行语大致分为旧词翻新、修辞造词、新创、外来词四类。

(一) 旧词翻新

这个特点形象的说法是“旧瓶装新酒”,是将现代汉语已有的词赋予新的意义、新的用法。这符合汉语一词多义的特点。例如:“神童”原特别聪明的儿童,现在被人们改装成了“神+童”,指“神经病儿童”。“打造”的原意是制造,如打造农具、打造船只。现在人们又赋予了它很多新的含义,如:“打造新北京、打造新农村、打造一部惊世骇俗的巨作、打造人才、打造性价比”等。这些新的“打造”的对象已经由物质的东西上升为了精神的层面。“下课”原意是“上课时间结束”,现在常用来表示“被撤换或者辞职”的意思。“四有新人”原指“有理想、有道德、

有文化、有纪律”,现在指“有形象、有身价、有头脑、有情趣。”“五子登科”原指宋代窦禹钧的五个儿子仪、俨、侃、偁、僖相继及第,故称“五子登科”。现在指“金子、房子、车子、妻子、儿子。”

(二) 修辞造词

1、诙谐双关

(1)文字谐音双关类:如:杯具——悲剧、洗具——喜剧[“刷牙”就是“悲(杯子)喜(同)洗”指牙刷]、雨过天晴——语过添情、研究生——烟酒生等。(2)数字谐音双关类:用“01925”表示“你依旧爱我”,“74839”表示“其实不想走”等。

2、仿词

根据表达的需要,更换现成词语中的某个语素临时仿造出新词,这种辞格叫做仿词。在流行语中使用仿拟造词常能获得生动活泼的幽默效果。如:妹妹你慢慢(仿“大胆”,属“反义仿”)的往“钱”(仿“前”,属“谐音仿”)走。

3、反语

就是所说的话与自己要表达的本意相反。运用反语有令人意想不到的诙谐效果。因此,如果有人表扬你是“圣女”、“可爱”,别高兴得太早,因为他有可能说你是“剩下没人要的女人”、“可怜没人爱”;反之,如果有人说你“真不是人”,那可说不定是句好话,因为“真不是人”目前的流行用法是指“真的不是平常人、能力非常强”的意思。

4、借代

借一物来代替另一物出现。如:用数学符号“N”来代替“多”(如“这话我已听过N遍了”),“范跑跑”指那种不能公之于众的行为。“打酱油”指冷眼旁观。

(三) 新创

在社会新生事物似雨后春笋般层出不穷的今天,求新求异的心理成为了一种社会普遍心理,人们热衷于创造和使用流行语。如:Out指过时的意思,于是人们又造出Outman(专指过时的男人,并且契合了儿童非常喜欢的动画人物“奥特曼”)。在这些新创的这些流行语中,有许多极具形象性,使用时让人感觉特别逼真贴切。如用“爱情票根”来指称结婚证书,用“豆腐渣工程”形容质量不过关的工程。

(四) 外来词

国门打开以后,中国与国外的政治、经济、文化等方面交往日益密切,许多外来词语也就在不知不觉中逐渐渗入到我们的日常生活中,成为了现代汉语中不可或缺的一部分。其可大致分成三种:

1、字母词

这里的字母词单指英语单词及其缩写。如:GCT、CEO、IT、MBA、TAXI、IQ、DIY、VCD、WC等。^[4]

2、音译词

由于外来事物涌入的速度加快,数量在增多,有些新词语一时来不及意译,再加上英语的普及使人们的英语水平明显提高,大量使用音译词成为不可逆转的趋势。如:“奔驰”、“马赛克”、“可口可乐”、“迪斯科”、“沙发”、“桑拿”、“秀”、“克隆”、“丁克”等。

3、汉语中夹带英语单词

随着英语的普及和人们英语水平的提高,年轻人的日常交谈中常夹带一些英语单词。这些混用的词语有一部分已经相对稳定下来,甚至通过媒体渗透到社会生活的各个领域。这种现象在某些双语地区非常突出。其可细分为三种情况:一是单个字母词与汉字混用,如网站名称“e家网”、广告“酷e代、Q人类的新亮点”等。在这里“e”和“Q”有具体的语义,并具有一定的能产性,有成词的可能性。二是英文单词与汉语词混编,如“好fashion、very想你、贝塔斯曼书社、office小姐、walkman一族”等,这些英文单词多是比较常用的。三是字母词与汉字混用,如“MP4时尚一族、降价IP卡、IQ测试题、QQ糖”等。这里的“MP4、IP、IQ、QQ”等字母已经相对稳定下来了。^[5]比较特别的还有英语现在进行时的语法标志“ing”。“约会ing”表示“正在约会”汉语是一种形态很少的语言,一般用“着”表示现在进行时态。英语时态很丰富,于是就形成了这样一种非常特别的表达方式。

三 流行语所凸现的社会文化心理

(一) 流行语的文化因素

改革开放使中国传统文化受到西方外来文化的强烈冲击,人们的思想、观念都在发生着变化。从“实践是检验真理的唯一标准”、“摸着石头过河”,到“不管是白猫还是黑猫,抓住老鼠就是好猫”、“发展才是硬道理”,这就是人们思想解放的程度变化。

伴随着经济的发展,人们的物质生活水平不断提高。在思想兴趣、价值观念等方面形成了新的文化潮流和审美情趣。这种文化潮流既能反映普通人的生活情感,使大众普遍参与,又能满足人的感官刺激,还表现出鲜活形象、滑稽夸张、方便快捷的特点。故当代文化潮流走势就在流行语身上印上了、幽默风趣、形象实用的时代烙印。如:“特困生”指上课时特别易困,爱睡觉的学生。“水手”指喜欢

灌水的人。级别高的也称水桶、水鬼、水仙。指女性灌水狂人时,还有个特定称呼——水母。”

各种个性的流行语大量涌现,并迅速的在某些地区乃至世界范围内流行开来。这与互联网的普及与发展和当前的语言规范政策相对宽松是分不开的。

(二) 流行语的心理因素

文化的进步使人们的个性得到张扬,标新立异的现代意识正逐步取代过去亦步亦趋的传统意识。这种求新求异的心理大量表现在言语交流活动中,希望通过与众不同的言语方式表达自己的思想、情感。而一些形象新颖、幽默风趣的言语表达形式又常引起那些对语言表达同样感兴趣的人的模仿,于是流行语便就此出现。并且表现出一定的能产性。如:“铁饭碗”指的是工作收入稳定的人,于是人们又造出和他结构相同的“瓷饭碗”、“泥饭碗”。“空姐”是来自于港台的流行语,是指空中乘务人员,但一般主要指未婚女性。于是人们又造出“空嫂”一词。丰富和完善了仅有“空姐”表述的不

完整性。再有自“水门事件”、特别是陈冠希的“艳照门”之后,什么“离婚门”、“疫苗门”、“捐款门”……无论什么事情,或大或小,人们都喜欢加上一个“门”还谈及这件事。比如上学期期末考试,有同学作弊被抓。我将留校察看处分念给学生听,希望他们引起重视。结果处分一宣布完学生马上议论开来:这次“考试门”弄得有点凶哦!

流行语的存在和流行是一种客观现实,它既是一种语言现象,又是一种社会文化心理现象。在一定程度上可以说是一面时代的镜子,是一本会说话的史书。集中地折射出一定历史时期的社会变迁,文化生活和大众心理。随着时间的流逝和社会的发展,一部分流行语注定会被淘汰;而那些适应实际需要稳定下来的流行语,因其进入了基本词汇系统,就会变成普通词汇。在这过程中还会伴有更多的新的流行语出现。流行语就是在这种不断产生、淘汰、稳定、更新的过程中不断延续,在发展中不断反映着社会的变迁带给人们思维方式、观念、心态等的种种嬗变^[6]。

注释及参考文献:

- [1]刘英.社会变异与流行语[J].语文学刊.2005,1.
- [2]魏慧萍.流行话语的双关[J].语文建设.2001,12.
- [3]刑欣.都市语言研究新视角[M].北京广播学院出版社,2003:13.
- [4]刘涌泉.关于汉语字母词的问题[J].语言文字应用.2002,1.
- [5]史有为.外来词——异文化的使者[M].上海辞书出版社,2004:16-18.
- [6]鲁科颖.当代流行语再探[J].西南民族大学学报.2006,3.

Reinvestigation on Modern Popular Sayings and Their Psychology of Social Culture

LIANG Yan

(Chinese Department, Sichuan University for Nationalities, Kangding, Sichuan 626001)

Abstract: Popular saying refers to the form of the language which is used widely by some people in a period. It is not only a linguistic phenomenon, but also a social and cultural psychological phenomenon. At some extent, it is a mirror of the times, which concentrates on the reflection of social change, cultural life and public psychology in a certain historical period. This article begins with the background of popular sayings and the relationship with the new terms. It analyzes the sources and types of the popular sayings, and on this basis, elaborates the social and cultural psychology and tries to reveal the close link between the phenomenon of the special language and the cultural social psychology.

Key words: Modern Popular Saying; Linguistic Phenomenon; Cultural Psychological Factor

(责任编辑:张俊之)