新中国流行语变迁记

有的消失不见　有的积累沉淀

本报记者　彭训文

“同志”“好好学习，天天向上”“革命不是请客吃饭”“破四旧、立四新”“五讲四美三热爱”“万元户”“I服了You”“囧”“给力”“香菇蓝瘦”……有哪些词儿您曾天天挂在嘴边？有哪些词儿让您摸不着头脑？

流行语，一个国家的“口头禅”。它们在大众中口口相传，承载着各个时代群体的集体记忆。它们像社会生活中一根根敏感的神经，潜入一个民族或国家的肌理之中。新中国成立后，汉语流行语经历了哪些变化？其中的社会意义和文化意义何在？弄清这些问题，对于处在转型时期的中国社会来说至关重要。

新中国成立至改革开放前　政治价值主导社会流行语

这个国庆节期间，长期从事语言学教学的中国人民大学文学院副教授骆峰，回到湖南老家看望90多岁的姑妈。让她惊讶的是，虽然老人年事已高，但依然清晰地记得上世纪五六十年代的一些歌曲的歌词——“天大地大不如党的恩情大，爹亲娘亲不如毛主席亲”，对共产主义就是“楼上楼下，电灯电话”“一大二公”等流行语更是记忆犹新。

如果给新中国60多年来的流行语做一个简单的划分，会发现这样一个奇特的现象，以1979年为界，在此以前，社会流行语一般与政治相联。

“新中国成立后，人民有了自己的社会文化理想——共产主义，充满了建设激情；但人们对共产主义的理解有明显的乌托邦色彩。”骆峰表示，“同志”“自力更生”“艰苦奋斗”“鼓足干劲”“力争上游”“赶英超美”“跑步进入共产主义”等流行语，都是当时人民精神面貌和生活常态的真实反映。

当政治价值成为社会认可的本位价值后，其另一种表现形式——强调阶级和阶级斗争的流行语从上世纪60年代开始蔓延。最明显的表现是“阶级斗争要年年讲，月月讲，天天讲”“路线是个纲，纲举目张”这样的话成为人们的口头禅。

身为“60后”的骆峰将这一时期的流行语特征归纳为：一致的精神认同、口号式的统一的表述口径和整齐划一的话语格局。像强调社会的整体秩序和利益的“一切听从党召唤”“到革命最需要的地方去”，强调社会公平公正的“宁要社会主义的草，不要资本主义的苗”“割资本主义的尾巴”，强调勤俭节约的“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”……这些词都体现了当时的主导价值观。

“持续不断的运动带来了政治词语的爆炸增加，让这一时期的社会流行语充斥着斗争性和反智性。”中国社会科学院语言研究所副研究员唐正大对本报记者表示，这些词基本来自最高领导阶层的政令和宣传，它们被制作和传播的目的，就是要成为流行语，具有清楚鲜明的目的性和与党中央的高度一致性。另外，这些流行语语义鲜明、表达清晰，具有高度的语义透明性，直接指称那个特定时代的重要主题、事件和日常的政治生活方式。同时，从表达层面来看，没有也不可能有诙谐戏谑的色彩。这些都是后来的流行语所不具备的特点。

改革开放至今　社会转型迸发多元词汇

1979年以后，改革开放的春风不仅带来一场巨大的经济体制变革，更带来了人们思想和社会价值观的巨大变化，流行语开始变得丰富。

“那时候，几乎所有的报纸、广播，都会讲‘脱贫致富’这4个字。”如今已退休在家的北京市民王阿姨，对于上世纪80年代印象最深的是人们对致富重燃希望。“我的老家在江西农村，村里要是出个万元户，那整个村都会感到光荣。”在那个时期，“万元户”不仅成为了衡量当地经济社会发展的指标，更代表着当时人们的幸福指数。

这一时期，语言系统中的热词开始集中反映社会各领域新事物新观念。像经济领域的“贫穷不是社会主义”“让一部分人先富起来”“不管白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫”“勤劳致富”“万元户”“下海”“市场经济”“下岗”；文化领域的“迪斯科”“摇滚”“春晚”“炒作”；教育领域的“五讲四美三热爱”“千军万马过独木桥”“留学”“托福”；通讯领域的“大哥大”“BP机”“电脑”“软件”；金融领域的“炒股”“牛市”“熊市”等。

中国政法大学马克思主义学院副院长孙美堂表示，这显示人们关于利益、财富等方面的观念开始变化，人们终于可以堂堂正正地以富有为荣，而且这是与国家整体的经济体制改革密切联系在一起的。

此外，随着市场经济的发展，大众文化全面兴起，一些地方的流行语开始借助强大的政治、经济、文化等优势上升为全国流行语。像北京流行语中的“大款儿”“大腕儿”“托儿”“没戏”，港台流行语中的“老公”“老婆”“打工”“炒鱿鱼”“哇噻”等词语广为流传。

图片来源于网络

进入21世纪后，互联网的发展让网络流行语在中国的迭代速度日益加快。

“在我开始接触网络的聊天室时候，很多人都希望遇到自己的‘轻舞飞扬’或是‘痞子蔡’。但是现在，你看谁还用‘MM’‘恐龙’这些当年的流行词？”“80后”小伙杜峰，如今在北京一家网络公司任职。在他看来，网络聊天室的兴起可谓是网络流行语的发端，“‘MM’‘886’‘大虾’这些词都是在网聊的时候产生的”。

随后，模仿成为网络新词的主要形成方式。“范跑跑”“躲猫猫”等反映社会热点事件的3字词，“男默女泪”“十动然拒”“人艰不拆”等4字缩略词逐渐流行，风靡至今。

教育部、国家语委早些时候发布的《中国语言生活状况报告（2016）》中，“重要的事情说三遍”“你们城里人真会玩”“主要看气质”等，成为2015年度网络流行用语。这已是中国连续第11次向社会发布年度语言生活状况报告。

“全民造词现象的确是新世纪以后流行语的一大转型。”在唐正大看来，这些流行词的出现充分体现和发挥了身处现代社会的人们特别是年轻人在语言文字创造过程中的智慧、才能、情感，它反映的更是一种具有个体自我参照性的集体情绪。

用好流行语“镜子”作用　健全社会心态疏导系统

“流行语是社会发展的镜子。”唐正大表示，从总的趋势来看，流行语的逐渐丰富，是国力日渐强盛、改革开放红利逐渐出现等因素在语言文字中的体现。换句话说，改革开放不只是解放了生产力，还使人们在思想文化方面的创造力获得空前解放。

值得注意的是，很多社会学家已经意识到流行语对于社会心态的折射作用。例如，“点赞”“给力”“正能量”反映公众积极向上、充满信心的状态；“躲猫猫”代表公众对获知事件真相的迫切；“拼爹”反映大众对社会不良现象的不满；“人生是一张茶几，上面放满了杯具”则说出了一些新生代对人生的悲观主义看法。

一些流行语所代表的负面心态也反映了人们参与公共讨论的能力不足和目前公共讨论的渠道不畅。有学者认为，流行语作为一定时期内大家共享的表达方式、思维方式、共同态度，应纳入到社会心态的测量指标当中，以便及时了解人们对国家大政方针、社会热点事件等的认知和态度。

同时，应当通过培养人们参与公共讨论的能力，开辟更多更畅通的参政议政渠道，让人们的正式言说能够发表出来，提升解决社会问题的效率和效果，这将有利于疏导目前的焦虑、不满的负面社会心态，也就自然减少反映负面情绪的流行语。

流行语对汉语的意义何在呢？唐正大表示，流行语的产出量、新词构词方式、词语内涵、所涉及的方面等包罗万象。对于这些新词新语的研究，可以让我们反思汉语更深层次的语音、词汇、语法特点，更大发扬汉语创造新文化的作用。

不过，骆峰同时提醒，一些粗鄙化、低俗化、反文化倾向的流行语，应受到严肃的文化批判。“这需要媒体应用的规范、教育领域的节制、出版行业的谨慎。只有这样才能避免这些流行语污染社会文化，保持汉语基本的规范与社会心态的健康。”骆峰说。

厉害了，我的网络流行语

刘　峣

使用和了解网络流行语，有时并非出于自愿，而是被“逼”的。

那边“洪荒之力”的余温还未散去，这边“厉害了，我的哥”又集体刷屏。你也许要问，“‘厉害了，我的哥’是什么？”正在一头雾水时，微信、微博中已经出现“厉害了，我的国”“厉害了，word哥”等变体，而使用它们的不仅有朋友，还有媒体“大V”。这时，你不得不焦急起来，仿佛错过了课堂上的一个知识点，只得赶紧补补课，好赶上这一波语言“更新包”。

厉害了，我的网络流行语。

快，似乎是网络流行语最直观的特点。一觉醒来，新的流行语伴随着新闻传播开来，几天前的热词已经开始降温，甚至都有些陌生了。如此快的更新和迭代速度下，网络流行语能够记录历史、记录时代吗？

事实上，当网络流行语真正流行之时，往往早已脱离了最初的语境，意义与内涵也在传播过程中不断增删，直至形成公认的稳定意义。而不少流行语的价值，正是在从线上到线下、从网民到全民的使用过程中逐渐产生的，这或许正是一些网络流行语能够脍炙人口的原因。

从某种程度而言，网络流行语就像是社会文化的“试纸”，能够精准地检测出语言背后的社会“酸碱度”。如今，以网络语言为代表的“网络亚文化”，已逐渐从边缘走向舞台中央，成为一种显性文化，进入并影响社会公共生活。

进入互联网时代20多年来，网络语言在中国的生长与迭代速度日益加快，影响的群体也越来越大。一方面，很多网络流行语已经在口耳相传中“扶正”，荣登大雅之堂。另一方面，尽管正从小众进入大众、从边缘走向主流，但网络语言及其背后的网络文化依旧在寻求“权威认证”。无论是“给力”，还是“蛮拼的”，都因这样的“认证”而具备了记录时代的正能量。

“从前的日色变得慢，车、马、邮件都慢，一生只够爱一个人。”木心的这首《从前慢》小诗，让人回想起互联网普及之前的“慢时代”。彼时，一句话、一首歌、一本书似乎就可以用来讲述一段时光。流行的符号简单而又鲜明，社会的面貌也似乎是静态和单一的。

而在“快时代”中，令人目不暇接的网络流行语虽然数不胜数，但语言形成的群像却同样鲜明，显示出思想的开放、观点的多元、社会的多彩。

快也好，慢也好。流行语的背后，都是时代。

新华社发

■延伸阅读·世界各国的流行语

日本：源自具体的事件

日语流行语的产生和传播，与日本社会的发展和变迁密不可分。

21世纪后，日本在政治方面迎来了不安定的时代，成为发达国家中领导者任期最短的国家。相对于记住令人眼花缭乱的日本首相的名字，人们更是记住了日本政局的代名词。接着，关于政治和社会的流行语就出现了。比如“格差社会”（社会差距），“政権交代”（政权更替）等。而低调务实的野田佳彦被称为泥鳅首相，“泥鳅政权”入围了2011年日本流行语大奖前10名。

在日本，有很多流行语来自欧美。许多日本人认为，来自欧美的外来语是时尚的标志，所以他们在生活中经常使用。另外，在流行语的构造方面，日本的流行语一般都源自具体的事件。如“爆买”用以描述以中国游客为主的外国游客在日本大量购买商品，在2015年日本“新语—流行语大奖”中获得年度金奖；2016年6月21日，因公款私用而辞职的原东京都知事舛添要一在记者会上强调自己“不违法，只是有点不合适罢了”，这句发言马上成为大家恶搞的段子，用以形容“本来很明显的重大的错误，却被掩饰得很轻描淡写”。

日本对于流行语的重视较高，每年，日本都会评选出年度流行语，还会一本正经地颁奖。如日本搞笑艺人“日本电气联合”的台词“不行哦~不行不行”，迪士尼动画片《冰雪奇缘》日文版主题歌“随它吧”，少女漫画或偶像剧中帅哥为让心仪女孩无处可逃的“壁咚”，都曾获得日本年度热词奖。

俄罗斯：与战争、社会变动相关

俄罗斯流行语与战争、社会变动密不可分。

2014年，受乌克兰问题的影响，西方对俄罗斯采取制裁手段，着实让“制裁”一词火了一把。“战斗民族”骨子里透出的幽默感，对于来自西方的威胁也不过是一笑而过。俄副总理德米特里·罗戈津声援苏尔科夫说：“制裁对于我来说真的是世界性的赞誉，非常感谢美国的支持。”一些俄罗斯饭店老板想出了“反制裁菜单”的点子，以此吸引同样爱国的食客。而面对“乌克兰危机”和“西方制裁”，“郁闷”也成为了俄罗斯2014年的流行语。

另外，媒体的传播，也使俄罗斯流行语变得更加容易为人们理解和接受。尤其青年人还会把流行语当成时尚，在生活中频频使用。如动画片《马达加斯加》中一个可爱的毛茸茸的幼崽儿，让“咪咪咪”这一感叹词广泛应用，用于描述可爱和感人的图画或视频。

韩国：紧密联系流行文化

韩国以1998年的东南亚金融危机为转折点，提出“文化立国”战略，打造以流行歌曲、娱乐节目和偶像剧为主导的文化产品，形成“韩流”。而韩国流行语的使用与流行文化的发展密切相关。

韩国每年都会出现很多新造词或者流行语，或出于电视剧，或出自于电视综艺节目。2015年最热的新造词流行语是“脑性男”，综艺节目《大脑性感时代—问题的男人》，让这个词成为讨论最多的话题。“脑性男”的意思是“大脑性感的男性”，即智商很高并且大脑思路清晰的男性。韩国美妆时尚节目较多，在节目中介绍产品的时候会用“这真是我‘人生的……’”这样的表达，其意思是至今为止人生中最好的。“人生”后面加上词，例如人生照片、人生美食等，可以表示在人生中最有意义的事物。

德国：社交媒体贡献多

微博、微信等社交媒体是中国大多数流行语的诞生地，德国的流行语同样由民众在推特和脸书等社交媒体中创造。由德国语言协会评选的2013年度词汇“Groko”（大执政联盟的缩写）就来自推特。

德国人向来严谨，而这一点在德语严密的逻辑中也有所体现。德国每年不仅要选出年度词汇，而且还要选出“年度坏词”和“年度青少年流行语”。德国2014年度的“年度青少年流行语”中，有“你做到了啦”、“赞一个”等词。

德国社交媒体中，经常出现许多网民创作的词，或者一些词语延伸出新的含义。如字面意义为“纯正”“纯粹”的词，现在等于“酷”“赞”；“智力贩子”其实指的是“教师”。德国《图片报》曾调侃道，即使是德国人，如果你已不再年轻，那想要了解这些流行语真正的含义恐怕都需要“翻译”来帮忙。

（本报记者　王萌整理）