

文章检索

特别专题

组织机构

专家库

您的位置: [首页](#) >> [论文库](#) >> [青年恋爱、婚姻与家庭研究](#)

## 青少年“流行语”现象调查报告

陈 思、杨长征 | 最后更新: 2003-12-30

## 青少年“流行语”现象调查报告

陈 思 杨长征

“流行”作为一种社会现象及其普遍化，是现代社会的特征之一。社会生活节奏的加速，价值多元程度的扩大，求新求异心态的泛化，大众传播媒介的普及等等，都成为“流行”现象得以形成与扩散的社会基础。应该说，作为一种独特语言现象的“流行语”，在任何时期都会存在。但是，在社会、文化、心理变化加剧的时期，“流行语”现象不仅会更加丰富，而且常常更加突显。由于社会性和文化性是它的本质属性，因此，流行语总是从特定的角度，表达着人们的价值观念和文化心态的取向与动态。就“流行语”的兴起与传播而言，素有标新立异特征的青少年、尤其是城市青少年所创造的“流行语”最为引人注目。“流行语”已经成为青少年表达生活感受与自身需要的一种重要符号，从而也就成为了作为一种“亚文化”形态的青年文化的一个重要组成部分。“流行语”本身并没有什么值得大惊小怪的，我们需要警惕并密切关注的是：“流行语”背后当代青少年特有的、流动的、真切的社会文化心态。

## “流行语”与“青少年流行语”

“流行语”，是指在一定时期、一定区域内广泛流行的词语。“流行语”作为社会文化的一个组成部分，从语言变化的角度反映了社会的变迁与发展，表达了人们一定时期的价值观念和社会文化心态。“流行语”具有新鲜性、生动性、简约性、时尚性、流变性等特征。“流行语”经常表达人们在特定时期的新观念、新感觉，或社会生活中冒出的新事物，如20世纪80年代的“下海”、90年代的“上网”等。一批“数字族”、“字母族”的出现，如“886”、“QQ”、“BBS”等，也反映了流行语新颖的表达形式。再如“伊妹儿”这种说法，十分生动，把冷冰冰的电脑拟人化，变得亲切可爱。此外，流行语

的字数大都在4个字以内，且多为一个词语，如“美眉”、“帅呆”、“酷毙”等。从形成机制上看，某个语词之所以一经产生就会迅速流传开来，是与它所具有的高度的流变性、时效性、现实性、鲜活性、大众性这几个重要特征分不开的。

“青少年流行语”，是指主要由青少年创造、使用，并在青少年中流行的词语。青少年作为一个广泛的群体、社会的新生力量，对“流行语”这一文化现象有着很强的接受能力，他们是“流行语”的主要创造者和使用者。“青少年流行语”是“青年文化”（亚文化）的一个重要组成部分。通过对“青少年流行语”现象的考察，可以透视出青少年的价值观念和一个时期特定社会文化心态。

## 青少年“流行语”现象问卷调查的主要发现与分析

课题组实施的“青少年流行文化现象”问卷调查，对于青少年中的“流行语”现象，重点调查了四个方面的问题：（1）近两年在青少年中哪些词语最为流行；（2）青少年对“流行语”的使用状况，包括哪些人使用，以及使用的场合、对象、目的等；（3）青少年对“流行语”的看法、评价，以及父母、老师的态度；（4）对“酷”的认知与行为。以下是调查的主要发现与分析：

### 1、近两年在青少年中最为流行的10个词语

调查显示，对于课题组根据近几年有关“流行语”的研究文献与资料提出的30个候选词语，被调查者认为其中近两年最为流行前10个词语如下（见表1）：

[表1]您认为哪些词语近两年最为流行？（限选10项）

排 位（1-10）	选 项	选择人数	百分比
1	美眉	1584	58.5%
2	QQ	1241	45.8%
3	翠花，上酸菜	1143	42.2%
4	网虫	1127	41.6%
5	伊妹儿	1114	41.1%
6	网恋	1105	40.8%
7	有没有搞错	1038	38.3%
8	酷毙了	986	36.4%
9	帅呆了	981	36.2%
10	哇噻	920	33.9%

紧接其后的其他“流行语”是：“菜鸟”（32.3%）、“哈日/哈韩”（31.0%）、“flash”（30.5%）、“宽带”（30.3%）、“东东”（24.4%）、“给我一个理由先”（23.8%）、“拍拖”（23.3%）、“等你Q我”（23.2%）等。

## 2、“网络流行语”在青少年流行语中占有重要地位

通过表1可以看出，在前10位被调查者认为的近两年最流行的词语中，占据前6位的全部为网络中的“流行语”。这体现了网络在当今青少年生活与学习中的强大优势和影响。网络这一新兴的事物，以迅速的传播速度、广阔的传播范围，适应了现代社会人们快节奏的生活方式。“网络流行语”作为网络交际的重要工具，既体现了网络世界独有的特色，也表达着青少年独特的心态。

“美眉”——位居“10大流行语”的榜首（占58.5%）。“美眉”一词，源于台湾语“妹妹”，由于发音的声调不同，音译成普通话就变为“美眉”。用“美丽的眉毛”这一身体的一部分，来代替对“美丽的女孩”的称谓，十分生动、形象。现在“美眉”泛指女子，常被年轻人挂在嘴边，反映了一些人对女性的一种态度。自古以来，女性就被视为“上帝创造的艺术品”，是一种美的象征。爱美之心，人皆有之。人们对女性的爱慕，就是种对美的追求。另一方面，“美眉”的使用通常出现在调侃、戏谑的情景下，反映出一些年轻人不很严肃的态度：上网总爱找“美眉”聊天、看“美眉”的照片，谈论的话题也多为“美眉”。尤其是青少年中的一部分男性，尚处在成长时期，对“性”会有种本能的冲动，谈论“美女”是日常交流中的一个普遍而又轻松的话题。“美眉”以比较隐讳的方式，将一部分人的心事说出来，满足了他们的心理需要。由于“美眉”在网络中频繁使用，有人把它简化为“MM”，以汉语拼音首字母缩写的形式来代替，既新颖、含蓄，又为输入此词省去不少时间。受其影响，以后又出现“GG”、“DD”等“网络流行语”，分别代表“哥哥”、“弟弟”。

“QQ”——即OICQ，一种网上聊天的系统，现在已越来越多的成为青少年网上交流的主要方式之一。“QQ”之所以受到年轻人的青睐，与网络交际的独特性分不开。网络最大的特点就是虚拟性、隐蔽性。它可以不通过双方任何身体、语音的接触，而直接与对方交流。它同时具有最大的开放性，可以选择各种各样的人进行交流。这种交流方式对双方而言，既充满了新鲜感，又可以畅所欲言，极大地缓解了生活、学习中的压力，是一种非常适合青少年的休闲娱乐方式。它既符合了年轻人的求新心理，又不用为自身的安全担心。此次调查显示，在“上网”者中，有74.4%的被调查者主要通过QQ聊天，有34.3%的人“上网”聊天是为了放松一下，有23.6%的人是为了交流感受。选择与自己志趣相投的人经常聊天、互相倾诉，会有一种群体的归属感，而不会寂寞，也使现代生活变得更加丰富多彩。正是基于以上原因，QQ才受到青少年的喜爱。

“翠花，上酸菜”——此句源于雪村的flash《东北人都是活雷锋》中的一句歌词。该作品将MTV用动漫的形式表现出来，加以方言的修饰、语言的调侃，使之成为一种在网络中出现的全新的艺术表现形式，把网络中的技术与流行音乐（歌曲）结合起来，给人以全新的视觉、听觉效果。最后一句“翠花，上酸菜”完全出自东北生活中的情景，原汁原味，十分生动、诙谐。因此，这句“东北味”十分足的话语迅速传遍大江南北，成为一句受年轻人喜爱的流行语。

“网虫”——此词伴随网络的出现而诞生，因此出现得较早，如今已是妇孺皆知了。“网虫”，是

指那些长时间“泡”在网上的人。由于网络涉及的范围极广，包含的信息量极大，可以满足不同人的不同需求。因此，有些人长时间“泡”在网上，或搜集整理资料，或看电子书籍，或聊天、玩游戏，或网上购物。他们可以在网上做很多事情，甚至可以在网上“虚拟社区”中生活。网络给他们带来了极大的便利和想象空间，他们可以足不出户就完成许多事情，网络是他们的“快乐家园”。

“伊妹儿”——英文为email，即“电子邮箱”。传统的书信由于流程复杂、速度缓慢，现在已经逐渐被电子邮件取代。网络的快速传输功能在此再一次体现。“伊妹儿”已经成为人们交流的重要方式。用“伊妹儿”这个中文音译词来代替email，也显得更加亲切，使冷冰冰的电脑与不着边际的网络，变得温馨而富有人情味儿。

“网恋”——这是随着网络的出现而产生的一种新的恋爱现象。每个人都对爱情有美丽的幻想，“网恋”也是实现这种幻想的方式之一。但网络是一个虚拟的世界，由于网络的隐蔽性，交流的双方彼此不能见面，“网恋”在披上浪漫的面纱的同时，也把真实的面目遮盖起来。当返回现实发现其实并不如想象的那么美丽，很多“网恋”便成了一场悲剧。青少年处于成长发育时期，容易对异性产生渴求与冲动，而不去理智地思考一下“网络爱情”的现实性。目前“上网”的年轻人越来越多，经历“网恋”的人也越来越多，调查显示，约有20%的被调查者有过“网恋”的经历或想有“网恋”的经历。在大学里，“网恋”一词尤为流行。因为大学校园本来就充满着浪漫的气息，大学生又对新事物有强烈的猎奇心理，且高校的网络已经十分普及，因此“上网”聊天和“网恋”在大学生中更受关注。调查显示，认为“网恋”近两年最为流行的初中生为27.5%、高中生为37.9%，而大学生的比例高达48.6%。

### 3、源于港台的“流行语”优势明显，直接表达与宣泄青少年的情绪

表1显示，排位前10的流行语中，除了“网络流行语”（1-6位）外，剩下的7-10位词语均为源自港台流行文化的“流行语”，且都直接表达、宣泄着某种情绪与感情。

“有没有搞错”——源于香港影星周星驰的电影，现用于表达一种不满的情绪。周星驰的影片构思巧妙、语言诙谐，吸引了众多青少年的目光，其独特的语言特点自然被迅速接受并传播。

“酷毙了”、“帅呆了”——多用于赞叹某人的着装、言行、神态、气质等引人注目、不同常人。调查显示，在被调查者中，经常用“酷”一词评价某人的占23.9%，偶尔用的占61.5%，2项合计85.4%。对于什么样的人才能称得上“酷”（限选3项）：64.2%的被调查者认为是“有个性，有追求”，49.6%的人认为是“气质冷漠，不轻易说话”，41.7%的人认为是“极限运动（蹦极、滑板、攀岩等）玩得特好”。

“哇塞”——多用于惊异的感叹。

这类“港台味”十足的词语在内地青少年中的流行，一方面可看出港台流行文化的优势及其对内地青少年的广泛影响，而青少年对此又具有很大的包容性。青少年对新鲜事物最敏感、最好奇、最容易接受。青少年往往能够快速吸纳各种外来文化，对各种新鲜、刺激、好玩事物做出反应。这些特点反映在青少年的日常语言上，就是大量使用外来词汇，包括由港台流行文化传入的流行语汇。另一方面，也可以看出现在的青少年更易于直接把内心情绪表达出来，同时追求引人注目的效果。当今的青少年有着与前人不同的成长背景，他们多数是“独生子女”（此次的被调查者，“独生子女”占到60.9%），从小被“众星捧月”般生活着，习惯于按照自己的意愿行事。“独生子女”的特殊性也使他们敢于发泄情绪。

应该看到，当今青少年注重自我的感受是积极的，但同时语言表达的单一化也是一个不容忽视的问题。

#### 4、使用流行语是多数青少年日常生活中的普遍现象

调查显示，流行语与青少年的日常生活密切相关，越来越成为他们生活的一部分。对于上述流行语，有11.3%的被调查者承认在平时说话或写东西时“经常使用”，有57.9%的人“偶尔使用”，有5.9%的人“没用过，但想用”，3项合计占75.1%。

青少年共同的语境与生存空间，是“流行语”现象产生与流变的必要条件。调查显示，对于哪些人经常使用流行语（限选2项），有58.0%的被调查者认为是“周围的好朋友”，有23.7%的人认为是“网友”，有23.7%的人认为是“男同学”，有22.5%的人认为是“女同学”。

网络、娱乐场所、宿舍、教室的互动性强，气氛轻松，是青少年学习、生活、交往的主要空间，也是青少年使用流行语的主要场所。调查显示，对于“您主要在哪些场合使用”和“您主要在哪些场合能够听或看到”流行语（分别限选2项），被调查者的选择结果是：网络占34.1%和41.4%，娱乐场所占29.8%和38.0%，宿舍29.3%和26.2%，教室21.4%和25.6%，在所有选项中分别排在1-4位。

#### 5、多数青少年对流行语的评价与态度正面、积极

调查显示，对于流行语的总体感觉（限选2项），超过半数的被调查者认为流行语“轻松有趣”（51.8%），排在第一位，2-4位的是“简洁明了”（29.3%）、“生动形象”（20.0%）、“没有感觉”（12.1%）；而认为流行语“怪里怪气”（12.1%）、“哗众取宠”（10.5%）、“胡说八道”（5.2%）的人，比例之和也才二成半。这组数据说明，多数青少年对流行语的总体评价是正面的、积极的，他们并不认为流行语是一种“垃圾语言”。

对于使用流行语的动机（限选2项），有38.4%的被调查者认为是“为了好玩”，37.3%的人认为是“为了同学/朋友之间更容易沟通”，30.1%的人认为是“什么也不为，只是出于习惯”，也有22.5%的人认为是“为了显示自己时髦”；而认为是“为了挑战社会的正规语言”和“为了不让父母/老师听懂”的被调查者，只占5.2%和3.4%。可见，多数青少年在使用流行语时，并没有考虑更多的语言文化层面的因素，只是把流行语作为日常生活中的一种调味品，为了轻松休闲而已。当然，通过流行语密切同伴间的关系，也是一个非常重要的动因。换句话说，青少年中的“流行语”现象更多的是为了自身与群体间的需要，而非是为了挑战社会，或与长辈们作对。

相关的调查数据也显示，有61.1%的被调查者“赞成”或“比较赞成”“年轻人和老年人说话不一样，是正常的社会现象”的观点；有50.2%的被调查者“赞成”或“比较赞成”“时代在发展，语言创新是件好事情，年轻人应该走在语言创新的前列”的观点。当然，不同代际间的语言差异，客观上会造成一定程度的沟通困难，对此也有42.2%的被调查者表示“赞成”或“比较赞成”。但总体看，多数青少年对流行语的态度及其评价，是比较正面和积极的。

#### 6、父母、老师对青少年流行语的态度“理解”、“不反对”者占多数

父母、老师对于青少年中的“流行语”现象的态度是一项重要指标。调查的结果却有些出人意料：

（1）被调查者认为父母能够“理解”的（40.5%）多于“不理解”的（37.1%），“不反对”的（56.8%）多于“反对”的（20.8%）；另有10.4%的人认为父母是“无所谓”的，12.0%的人“不清楚”父母的态度。（2）同样，被调查者认为老师能够“理解”的（42.4%）多于“不理解”的（24.6%），“不反对”的（39.6%）多于“反对”的（27.4%）；另有9.6%的人认为老师是“无所谓”的，23.4%的人

“不清楚”老师的态度（见表2）。

[表2]您的父母、老师对您使用的流行语是否理解？态度如何？（限选1项）

父母的态度	百分比	老师的态度	百分比
理解，不反对	28.8%	理解，不反对	24.3%
理解，但反对	12.3%	理解，但反对	18.1%
不理解，但不反对	28.6%	不理解，但不反对	15.3%
不理解，也反对	8.5%	不理解，也反对	9.3%
无所谓	10.4%	无所谓	9.6%
不清楚	12.0%	不清楚	23.4%

从表2可以看出，虽然有部分父母、老师对青少年的“流行语”现象并不完全理解，有代际差异的存在，但依然多数人持不反对的态度。在现代社会中，父辈们日益认识到子女成长有自己的文化氛围，作为家长只是起监督作用，不该过多地干涉他们的生活，应给孩子宽松的环境，这有益于他们的成长。这从一个侧面也反映出当代的父母、老师的素质在不断提高。当然，这可能与青少年在家中或学校老师面前使用流行语的频率较低有关。可能还有一个因素，就是有一部分父母、老师对孩子的要求仅限于考试分数，对品德、修养、习性等方面没有足够的重视，导致对青少年流行语的态度比较宽容，或无所谓，甚至不清楚。相比而言，对于“流行语”老师持反对态度的人要比父母多一些，但依然人数有限。

### 7、对“酷”的认知具有一致性，但多数人只是“欣赏”而非愿意“实践”

“酷”一词，是近几年青少年流行语中的一个重要的词语。它表征“新生代”中一部分人的新的价值取向、人生态度，甚至生活方式，具有丰富的信息含量。因此，本次“流行语”现象调查将其作为一项重点内容。

调查显示，被调查者中无论大学生还是中学生，无论男生还是女生，在对“酷”的理解与认识上基本是一致的。对于什么样的人才称得上“酷”，被调查者的选择主要集中在三点：（1）有个性，有追求（占64.2%）；（2）气质冷漠，不轻易说话（占49.6%）；（3）极限运动（蹦极、滑板、攀岩等）玩得特好（占41.7%）（见表3）。

[表3]您一般认为，什么样的人才称得上“酷”？（限选3项）

选项	人数	百分比
有个性，有追求	1675	64.2%
气质冷漠，不轻易说话	1293	49.6%

极限运动（蹦极、滑板、攀岩等）玩得特好	1088	41.7%
开跑车兜风	374	14.3%
不清楚	207	7.9%
总是戴着黑墨镜	195	7.5%
电子游戏玩得特别好的人	186	7.1%
其他	175	6.7%
剔光头的女人/留长发的男人	169	6.5%
能用英语骂人	113	4.3%
有不少男/女生追求	103	3.9%
抽烟的女孩	93	3.6%
穿紧身衣/小衣服/露脐装	92	3.5%
头发染成五颜六色	68	2.6%
戴耳环/鼻环	56	2.1%

表3说明，对于可能会赋有社会争议的一些青少年流行文化中的“另类”现象，诸如“剔光头的女人/留长发的男人”、“抽烟的女孩”、“穿紧身衣/小衣服/露脐装”、“头发染成五颜六色”、“戴耳环/鼻环”等，绝大多数的被调查者并未将其列入“酷”的范畴，青少年对“酷”的内容的理解主要还是正面和积极的。

调查显示，有64.%的被调查者认为“酷”是一个中性词，有24.%的人认为是褒义词，认为是贬义词的仅有4.7%，对此不清楚的也只占6.6%。对“酷”的“中性”定位，或许说明对六成以上的青少年来说，“酷”与“不酷”是无所谓的。因此，对多数人来说，“酷”的影响力目前还是有限的，远未深入人心。

调查的另一个发现是：尽管多数青少年欣赏“酷”，但却不愿意身体力行地去尝试。调查显示：对“酷”表示“欣赏”的被调查者占574%，“不欣赏”的人只占162%。在“欣赏”的人中，表示“想尝试”的人只占218%；表示“不愿尝试”的人占312%，另有44%的人表示“不敢尝试”，加上“不欣赏，不愿尝试”的162%，3项合计“不尝试”者占518%。另有216%的人表示“无所谓”。这也说明，“酷”在多数青少年中正处于“知、观、行”的分离状态，“认识”、“欣赏”是一回事，“行动”却是另一回事。

8、家在城市的青少年对流行语的认知超前，家在城镇与乡村的青少年对流行语的认知滞后  
调查分组数据显示，不同家庭背景的被调查者，对流行语的认知存在差异：（1）对于近两年新流行

的词语（事物），如“翠花，上酸菜”、“哈日/哈韩”、“零距离”、“flash”、“MP3”、“闪客”（玩flash的高手）、“一起去hi”（服用“摇头丸”蹦迪）等，来自城市家庭的被调查者的选择率，要高于来自城镇和农村家庭的被调查者。（2）对于相对比较旧一点的“流行语”，如“网恋”、“网虫”、“帅呆了”、“酷毙了”、“伊妹儿”、“哇噻”、“有没有搞错”等，来自农村、城镇家庭的被调查者的选择率，要高于来自城市家庭的被调查者。特别是来自农村家庭的青少年，对这些流行语的选择相对集中，平均比例高达四成六，高出城市家庭青少年近一成（见表4）。

[表4]“您认为哪些词语近两年最为流行？（限选10项）”家庭所在地分组数据

流行语（较新的）	来自城市家庭	来自城镇家庭	来自农村家庭
“翠花，上酸菜”	45.0%	44.9%	32.1%
哈日/哈韩	35.9%	27.6%	17.5%
零距离	24.5%	17.3%	17.9%
flash	32.9%	29.8%	24.0%
MP3	22.3%	19.5%	14.3%
闪客	21.5%	17.0%	10.5%
一起去hi	17.0%	14.8%	13.7%
流行语（较旧的）	来自城市家庭	来自城镇家庭	来自农村家庭
网恋	36.8%	47.4%	51.0%
网虫	38.1%	48.6%	48.2%
帅呆了	33.8%	33.6%	46.8%
酷毙了	33.8%	37.8%	45.0%
伊妹儿	39.3%	45.6%	45.0%
哇噻	30.2%	37.3%	44.6%
有没有搞错	37.4%	36.3%	43.8%

近几年我国城市的经济、文化发展速度较快，新词汇的更新速度也随之加快。加上青少年的“发



明、创造”，“新词新语”不断涌现，不断替代不再“时髦”的“旧词旧语”。毫无疑问，成长于城市家庭的青少年是“流行语”的先行者。而城镇、乡村经济、文化的发展速度相对缓慢，成长于城镇、乡村的青少年对流行语的接受速度也较为滞后，往往一些词语在城市流行之后才传播城镇、乡村。所以，近一二年内刚刚在城市流行的词语，还不可能完全被来自城镇、乡村的青少年所认知。调查结果呈现的上述差异，正是这一社会现实的客观反映。

#### 9、不同年龄的大、中学生对流行语的选择、使用及其父母、老师的态度差异明显

调查分组数据显示，若以18周岁作为区分中学生和大学生的大致标准，则18岁以下的中学生与18岁（含）以上的大学生，在有关流行语的问题上存在很大差别。

其一，两者选出的前10位流行语及其先后顺序有较大不同（见表5）。

[表5]“您认为哪些词语近两年最为流行？（限选10项）”年龄分组数据

18岁以下			18岁（含）以上		
排位（1-10）	选项	百分比	排位（1-10）	选项	百分比
1	美眉	50.5%	1	美眉	64.5%
2	帅呆了	46.6%	2	QQ	48.8%
3	酷毙了	42.8%	3	网恋	46.8%
4	有没有搞错	42.7%	4	伊妹儿	46.1%
5	QQ	42.3%	5	网虫	46.1%
6	翠花，上酸菜	40.5%	6	翠花，上酸菜	43.7%
7	哇噻	36.4%	7	有没有搞错	35.5%
8	网虫	35.5%	8	菜鸟	35.2%
9	伊妹儿	34.2%	9	Flash	34.4%
10	网恋	32.4%	10	宽带	34.3%

从表3中可以看出，18岁以下的中学生和18岁（含）以上的大学生所关注的流行语是有区别的。中学生还比较感性，易直接表达自己的感情，因此“帅呆了”、“酷毙了”、“哇噻”等词语占有重要位

置。另外，由于受年龄、学业压力、视野等限制，相对于大学生，他们还没有太多机会与精力接触更多的新事物，因此表现在对新事物的接受程度上，还不及大学生，如“Flash”、“宽带”等。

其二，从初中到大学，表达性流行语下降，“网络流行语”上升。

若把中学再分为初中、高中两组，可以看出一些渐变的趋势：从初中到大学，被调查者所选择的感性的表达性词语及其比例是在逐渐下降的，而“网络流行语”及其比例是在逐渐上升的（见表6）。

[表6]“您认为哪些词语近两年最为流行？（限选10项）”初中、高中、大学生分组数据

表达性流行语	初中生	高中生	大学生
帅呆了	53.5%	33.3%	29.3%
酷毙了	51.2%	30.7%	32.1%
有没有搞错	46.8%	34.6%	36.5%
哇噻	39.2%	29.4%	34.0%
网络流行语	初中生	高中生	大学生
美眉	46.8%	55.6%	66.0%
QQ	37.3%	48.0%	49.1%
网恋	27.5%	37.9%	48.6%
网虫	32.8%	38.9%	47.2%
伊妹儿	32.9%	39.0%	46.5%
翠花，上酸菜	38.5%	42.5%	44.0%
菜鸟	26.1%	30.7%	36.1%
Flash	21.5%	28.7%	35.8%
宽带	20.7%	30.1%	35.3%

从表6可以看出，随着年龄与学业的增长，青少年的理性思维逐渐增强，对事物的看法也不再停留在表面，情绪也变得不太容易冲动，不会轻易流露感情，动辄感叹、发泄。因此，对于一些直接表达情绪的流行语，大学生的使用频率远低于中学生，尤其是初中生。另一方面，大学生对网络的接触越来越多，他们有充裕的时间，对网络就更加精通，一些与网络有关的流行语也自然被更频繁地使用。因此，初中生在“网络流行语”方面明显不如高中生、大学生，尤其是大学生。

其三，在流行语的使用场所上大学生与中学生明显不同。调查显示，由于大学生住集体宿舍且上课

无固定教室，因此他们使用流行语的场所多在宿舍（50.3%）和网络（38.3%），在教室的使用比例仅为10.0%。而初中学生使用流行语最多的场所是娱乐场所（35.9%），其次是教室（31.2%）；高中生首先是网络（35.3%），其次也是教室（34.7%）。

其四，两者的父母、老师对流行语的态度差异也很大（见表7）。

[表7]“您的父母、老师对您使用的流行语是否理解？态度如何？（限选1项）”年龄分组数据

	18岁以下		18岁（含）以上	
父母的态度	18岁以下	18岁（含）以上	老师的态度	18岁（含）以上
理解，但反对	17.1%	8.7%	理解，但反对	24.0%
不理解，也反对	12.7%	5.8%	不理解，也反对	15.6%
理解，不反对	23.4%	31.4%	理解，不反对	14.9%
不理解，但不反对	22.4%	33.0%	不理解，但不反对	12.3%

且不看父母、老师对流行语的理解程度，仅从反对与否的态度来看，18岁以下中学生的父母对流行语的“反对”比例为29.8%、老师为39.6%，分别是18岁（含）以上大学生父母（14.5%）、老师（19.4%）的近2倍。这是因为中学生年龄还小，对流行文化尚无敏锐的辨别力，容易随大流，受一些不好的社会习气的影响。此时父母、老师对孩子要负的责任更大一些。而大学生是已经年满18周岁的成人了，他们对于社会事物已经有一定的价值判断能力，因此父母、老师的干涉会少得多。另外，大学生大都住校，与父母的日常接触要少了许多；在学校与老师的交流机会也并不很多。因此父母、老师不太了解他们在学校、课外都说些什么，对“流行语”持反对态度者自然也不会太多。

责任编辑：路得

版权所有 京ICP备05031004号

地址：北京市西三环北路25号 邮编：100089

编辑部：86-10-88422055 电子信箱：[louke11@yahoo.com.cn](mailto:louke11@yahoo.com.cn)

