

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](#)

## 2002年北京高校流行语状况调查

陈思 | 最后更新: 2003-12-30

## 2002年北京高校流行语状况调查

陈思

流行语是一定时期一定范围内广为流传的语汇，是一定时期社会的政治、经济、文化、环境及人们的心理活动等因素的综合产物。它具有新颖性、生动性、简洁性等特点。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80年代的“下海”，90年代的“上网”。一批“数字族”、“字母族”的出现，如“886”、“584”、“TMD”、“BBS”也反映了流行语新颖的表达形式。“恐龙”这种形容人非常丑的说法，十分生动夸张，把人与恐龙联系，讽刺效果非常强。此外，流行语的字数大都在4个字以内，且多为一个词语，如“灌水”、“恐龙”、“牲口”等。

流行语是社会生活的一面镜子。它的变化反映了社会的变化，折射出当下人们的文化心理和社会心态。高校流行语作为社会流行语的一个重要表征，反映了当代大学生群体独特的社会文化心态。为了搞清楚流行语在高校大学生中的使用状况，笔者于2002年1月对北京一些高校大学生进行了一次问卷调查与访谈。

## 北京高校流行语的调查结果及主要发现

本次调查的范围限于北京部分高校，调查对象为1998级至2001级的在校本科生。高校涉及北京大学、清华大学、中国人民大学、北京理工大学等14所。调查采取问卷调查与访谈相结合的方式，兼顾男女性别差异、文理专业差异和年级高低差异。被调查者1998级32人、1999级30人、2000级、49人，2001级39人。共发放问卷140份，回收134份，回收率为95.7%。调查内容主要为：（1）被调查者的基本情

况，包括性别、年级、学校，专业等；（2）选出高校“十大流行语”；（3）使用流行语的情况，包括使用的频率、原因、场合等；（4）对“高校流行语”的看法。

### 1、北京高校“十大流行语”及其内含的信息与情绪

被调查者每人写出十个高校流行语，范围任意。经统计，得出高校“十大流行语”。其结果与排位如下（见表1）：

[表1] 北京高校“十大流行语”排位

排 名	高校流行语	人 数	百分比
1	郁闷	74	55.2%
2	靠	52	38.8%
3	Faint	48	35.8%
4	酷	29	21.6%
5	牛	24	17.9%
6	Shit	24	17.9%
7	变态	23	17.2%
8	考研、考G、考托	16	11.9%
9	去死（吧）	15	11.2%
10	上网	13	9.7%

其他流行语还有：傻B、MM（美眉）、TMD（他妈的）、白痴、I服了You、QQ、大虾（大侠）、BBS（电子公告牌）、星际（电脑游戏）、puke（呕吐）、流星花园（台湾电视名）、886（拜拜了）等等。

根据调查得出的“十大流行语”所包含的内容及表达的感情，笔者大致将其分为四类：

第一类：表达消极情绪，词语有“郁闷”、“Faint”——

选择“郁闷”一词的人数比例超过了50%，这似乎是高校独有的一道风景线，反映出部分高校学生在现实生活中所受到的压抑。社会的发展对当代大学生提出越来越高的要求，学生压力增大，烦恼增多，需要发泄，“郁闷”一词在此情况下频频出现。它既表达了一些大学生心中的忧郁、烦闷，又体现了高校某种特有的文化氛围。在日常生活中出现这么一个文绉绉的书面语，倒反而增添了几分对现实生活的讽刺味道。

“Faint”英文单词意为：“虚弱、晕倒”。此词在清华大学尤为流行，在调查中有近60%的清华学

生将其列入“高校流行语”的范畴。众所周知，清华学生学习压力大、课程紧，他们整天奔波于教室与宿舍之间，几尽晕厥，“Faint”便成为他们发泄的词语。不说“忙晕”了，却说洋文“Faint”，倒别有一番情趣。它既新颖，又能表达心情，还能化解某种现实生活中的压力。

第二类：表达愤怒情绪，词语有“我靠”、“变态”、“去死（吧）”——

调查显示，“我靠”、“Shit”、“变态”、“去死（吧）”此类粗俗语言，在高校流行语中占有较大比重。其选择者有男生也有女生，且男生远多于女生，分别为73.6%比15.8%。但“靠”与“Shit”这两个词男女比例大体相当。究其原因，笔者认为，“靠”是由“操”演变过来的，隐藏粗俗色彩，变得较中性，使女生也可借以发泄，适应“文明”与发泄的双重需要。

“Shit”在英文中是“该死”的意思。用“Shit”来表达汉语的意思，既听不出粗俗，又发泄了情绪，这也是其受到多数学生“垂青”的原因。

从情感表达角度而言，“Shit”与“变态”、“去死（吧）”原为说话者生气、愤怒时使用的词语，但现在更多的时候是作为语气词在使用，表达一种不如意的心情。随着社会压力的加大，不如意的事接踵而至，部分大学生的心理也变得焦躁不安，甚至出现生理、心理变态的现象。

现代社会人的生死观已发生巨大变化。“死”不再可怕，人们更多地把“死”挂在嘴边。当然，“去死（吧）”不是真让人去结束生命，只是不愿见到某种人和事物，表达对某种憎恶感，有时甚至连憎恶也谈不上，只是一种发泄。

第三类：表达惊叹情绪，带有称赞的意味，词语有“酷”、“牛”——

“酷”源于英文的“Cool”，它有几种含义：（1）形容人冷峻、严肃、气度非凡。通常用于男性。外表英俊冷漠、坚毅果敢、内涵不露的青年男性被称为“酷哥”。如：“吸引她的反而是那股冷眼的气息，加上那种天塌下来也与他无关的酷样，好想特别讨厌理会别人，只差没贴个‘生人勿近’的牌子了。”（《这个男人有点酷》，于晴）（2）形容事物非常好，而且很有特色、别树一帜。如：“现在风靡世界的康柏要和你玩3局很酷的游戏。”（《北京青年报》1998.7.29）

在此次调查中笔者发现，“酷”还有其他含义。如：形容衣服款式新颖；形容人的行为怪癖、夸张；有名车；自由自在；生活在网络中；携带笔记本电脑等。由于这种多义性，“酷”含义就只能在具体语境中理解。“酷”只有一个字，却传递了很多信息，是个很有特色的流行语。

“牛”在《现代汉语词典》（商务印书出版社1996年版）中解释为：“比喻固执或骄傲”。“牛”是“牛气”的缩略形式，“牛气”的意思为：“形容自高自大的骄傲神气”。人们用这个词形容一个人很有本事。

第四类：反映新事物、新现象，词语有“考研、考G、考托”、“上网”——

“考研、考G、考托”、“上网”反映的是新事物、新现象。当代社会已不满足于大学本科学历。大学生为将来有好的工作，在本科毕业后，更多选择的是“考研”或出国留学。其相关考试如GRE、“托福”也就跟着热起来。由此成为大学生谈不完的话题。“考研、考G、考托”给大学生带来压力的背后，是社会对人的素质要求的日益提高。

“上网”反映了新的通信手段的优势。现代化的通信手段使人们的生活得到了最大的方便。网络以其丰富多彩性、快捷互动性吸引了人们的目光。“上网”也成为大学生获取新信息的主要方式之一。

## 2、不同年级与不同性别的大学生对流行语的接受度

笔者为测试被调查者对于高校流行语的态度，列出“较能接受”、“不太能接受”、“无所谓”三项让被试者做出惟一选择，调查结果如下（见表2）：

[表2]不同年级大学生对流行语的态度

	较能接受		不太能接受		无所谓	
	人 数	%	人 数	%	人 数	%
1998级	19	61.3	2	6.5	10	32.2
1999级	19	67.9	0	0	9	32.1
2000级	23	47.9	3	6.3	22	45.8
2001级	22	59.5	3	8.1	12	32.4

在表2的基础上又从男女生的性别差异的角度，对以上三项做了人数统计和百分比统计，结果如下（见表3）：

[表3]不同性别大学生对流行语的态度

	较能接受		不太能接受		无所谓	
	人 数	%	人 数	%	人 数	%
男	35	53.0	5	7.6	30	45.5
女	40	58.8	3	3.7	15	22.1

从表2、表3中可以看出，大部分学生对流行语并不持排斥态度；对于这一语言现象，男女生均表示理解。在调查中，只有10.4%的人对流行语表示不能接受。如果将“无所谓”看作是认同的范畴，则认可流行语的人数比例达到89.6%。由此可见，高校流行语还是有相当广泛的接受主体的。此外，从各年级对流行语接受程度的差异来看，大学四年级学生表示接受态度的人数比例较其他年级多。这是因为大四学生面对更多压力，他们更希望一种轻松的环境，调节一下紧张的生活。有位大四的学生认为，流行语毕竟反映了社会的变化与人们思想观念的变化，而且流行语以其轻松活泼的形式出现，给我们的生活带来了乐趣。此外，男女生对流行语的态度差别不大。可见，流行语作为一种现象已被青年男女大学生广为接受。

### 3、高校流行语的传播媒介

调查显示，有71.6%的学生认为，网络是流行语影响最大、传播效应最强的媒介；影视次之（64.9%）。此外，还有一些因素影响流行语的传播，如生活中人们相互间的语言交流。在调查中，有62.7%的人是从周围人获知流行语的。可见流行语的另一大传播途径是学生间的口耳相传。尤其在高校生活中，同学学习、饮食、起居都在一起，更为高校流行语的流行与传播创造了条件。调查还显示，被调查者认为，港台、国外语言对流行语的形成与传播也有一定影响（分别占43.5%和23.1%）。

这里我们要着重讨论一下网络语言对流行语的影响问题。在高校流行语中有很大一部分是网络流行语，如“MM”、“BT（变态）”、“886”、“TMD”、“大虾”等。流行语现象作为青年流行文化现象的一个方面，在网络时代体现出其独有的特色。网络文化正在越来越深刻地影响着青年人的价值取向、思维方式和情感模式，包括青年共同的语言，所认同的社会心理、价值体系、审美情绪等。另一方面，网络文化也表现出对青年人的消极影响。其中一点就是道德感的弱化。网络流行语中粗话很多，网络的虚拟性在某种程度上易使一部分人产生“游戏式”的欺骗心理，从而易使道德感、责任感弱化。这需要我们加强网上伦理道德教育，提高网络文化素养，这也是网络时代青年文化建设的一个重要内容。

### 4、高校流行语的使用场合

调查发现，有94.8%的人认为，流行语的使用是在校园。由于校园是学生云集之地，学生对生活学习的压力有着共同的感受，又同处一个校园文化的环境中，自然有着共同的话语。高校学生间接触频繁，流行语的传播速度也随之加快。调查显示，流行语在家中的使用比例仅占3.7%，大大低于预想。高校学生渴求新鲜事物，他们的观念在不断更新；而父辈们却早已形成固定的思维模式。他们接受新事物的能力远远低于子辈，传统文化在他们脑中积淀已很深，语言的更新更是件难事。因此，流行语这类时代感很强的“新新语言”，不太能参与学生与家长间的交流。

由于流行语轻松、活泼、生动，使日常生活增添了不少乐趣。其形式也短小，精简，更适合日常生活轻松、活泼的气氛，所以有92.5%的人认为流行语是在日常生活场合中使用。而与之相比的正式场合，由于严肃庄重的氛围，对语言的使用形式有着限定，不适合轻松、活泼的话语，所以被调查者对此选项的选择率仅为0.7%。从这里也可以看出，大学生所认为的“流行语”多是轻松、诙谐的语汇。其实有些流行语是可以进入正式场合的，如WTO。但人们更多的是处在日常生活中，平时更愿提及的是身边有趣的事物，所以不会在正式场合过多地使用流行语。

### 5、对于高校流行语中脏话的态度

流行语中的脏话被广泛使用，是一个值得研究的问题。经统计，被调查者对流行语中脏话的态度如下（见表4）：

[表4]不同性别大学生对流行语中脏话的态度

	赞 同	反 对	无 所 谓

	人 数	%	人 数	%	人 数	%
男	23	17.1	11	8.2	32	23.9
女	5	3.7	31	23.1	32	23.9

从表4可以看出，男女生在此问题上差异很大，主要表现在男生持赞同意见的比例占17.1%，而女生仅为3.7%。持反对意见者，男生较少，占8.2%；而女生更多倾向反对，为23.1%。认为“无所谓”的占到多数，男女生均为23.9%。

男生较之女生更多的不拘小节，说话言语无所顾忌，以显得洒脱，似乎具有一种“男子汉”的气概。而且男生也很容易“扎堆”，语言之间的相互影响更大。他们更侧重于将不满情绪发泄出来，而不像女生有较多的顾忌。自古以来的道德标准是：女孩要持重，不能沾染坏习气。男孩说脏话似乎习以为常，而女孩则会被更多地视为没有教养。但随着男女的日趋平等、心理趋同，女生说脏话现象也较之以前增多，所以仍会有3.7%的人赞同流行语里有脏话。

此外，对流行语中的脏话抱有“无所谓”态度的人占多数。他们中有些人认为，说脏话只是一种发泄，不一定是教养不佳的表现。我们认为，发泄类词语不等于粗话，可能更多表达的是人们日常的某种心情；而对于十分粗鄙的脏话，大学生则应该杜绝。作为社会精英的高校学生，自身素质的高低从某种意义上，决定着今后中国社会的整体素质，因此应该自觉抵制“脏话现象”。

## 对高校流行语几个相关问题的进一步讨论

### 1、对流行语之“流行”的理解

按照社会心理学的观点，人们在进行各种活动时，都会自发和产生一种从众心理。这种从众心理表现出的现象之一就是“流行”。笔者认为，“流行语”流行的原因主要有以下几个方面：

一是社会变革方面的原因。作为上层建筑的意识形态，其性质和发达程度最终是由经济基础决定的，即由社会生产力发达程度所决定。只有当人们有了一定的经济基础，基本上满足了低层次的物质需要之后，才有可能去追求“流行”。比如对个性文化的理解，人们满足了吃饱、穿暖、住好之后，才渴望追求自由、新颖、独特的个性。社会人之间日益频繁的接触，使这种求新心理得到共鸣，从而满足了人们普遍的共同的心理要求。于是人们（主要指青年）纷纷追求“酷”，“酷”便成了一种时尚。

二是传播模式和手段方面的原因。某一内容或行为之所以能在一个时期和一定范围内广为流传，主要是依靠了不同传播媒介的传播，使个别的心理与行为流传开来。如一部分的社会流行语可以直接通过口耳相传，而一些网络流行语则一般通过网络来传达或表示。

三是心理因素方面的原因。追逐“流行”是满足人们心理需要的一种方式，而流行语则是一种能

满足人们心理需要的工具。如一些开心好玩的流行语，可以让那些拥有郁闷、恐惧等人的心情放松，而网络流行语则可以让所有网友彼此更加贴近或可爱。流行语的传播速度有时候往往以几何速度增长，是因为许多人使用流行语是为了满足一种追赶时髦的心理需要，从众心理会使流行语在极短的时间内在某一区域达到普及的地步。

## 2、对“酷”的理解

青年是未来社会的中坚，影响了他们的思维模式即意味着影响了未来的社会。“酷”由“Cool”演变而来，自港台传进内地后，现已成为年轻人品评某一事物的常用词语。由于其特有的表现力及亲和力，它已是当今青年最常用的流行语之一，并已成为分析当代青年社会文化心态的一个最佳切入点。

改革开放以来，我国青年对外来文化的接受能力表现出前所未有的高涨。经过20多年与外来文化的碰撞与洗礼，当代青年的思维模式已完全不同于他们的父辈，很大程度上已从单一的政治、经济和文化模式中解放出来，追求个体的自由发展已成为人生的主要目标。当代青年的价值观念以实现自我价值为第一要素，凸显着追求个性与独立意识的大势。

肯定自我价值，使人们的创造性和开拓性得到极大的发挥，这是社会进步和发展的表现。但我们也不能对此盲目乐观。因为青年人的自由观、价值观存在着一定程度的不确定性和片面性。他们往往只看到事物的表面，而缺乏对其本质的深入思考。大众文化的世俗性又影响了他们对信仰的追求，独立的人格在其中被渐渐忽视和消解了，随之而来的是思维的单一、雷同和想象力的匮乏。对此，我们应该有足够的警惕。

## 3、西方文化对高校流行语的影响

在被评出的“高校流行语”中，有一些是非汉字形态的，如：“MM”、“BT（变态）”、“Faint”。其中“MM”、“BT”都是汉语拼音首字母的缩写，这一方面受英语首字母缩写的影响，可以看出英语的普及和汉语对英语的借鉴吸收；另一方面体现人们追求语言表达新颖、简捷的趋势，尤其像“MM”、“BT”源于网络语言，适应了网络这一快速的传播媒介的要求。语言的混合使用，如“I服了YOU”，也显得生动有趣，反映了中外文化在语言层面的融合。

另外，在此次调查得出的“高校流行语”中，也有如“上网”、“笔记本”之类的词语。这一方面体现了国外先进技术对国人学习、生活方式的积极影响；另一面也要看到，在学习西方文化的过程中，我们也确实丢失了中国一些值得延续的传统。一份资料对比了20世纪我国每20年流行的事物，其中青年喜爱的书由《钢铁是怎样炼成的》到《青春之歌》再到“网络小说”；娱乐方式由“大合唱”到看电影、读小说再到“泡网吧”。虽然形式在不断变得“先进”，但一些需要理性思考的东西少了，显得人生与生活的厚度不如以前了。当代中国正处社会的转型阶段，需要大量引入西方的先进文化与新的科学技术。如何做到摆脱陈旧的传统束缚，更好地吸收新的文化与技术，同时又不丢弃传统中有用的东西，把西方的文化、科技换化为自己的东西，在交流中产生新生力量，服务于中国社会的发展，是当代青年尤其是高校学子们需要认真思考的问题。

高校流行语已成为大学生日常生活的一部分。对这一现象不能做简单的判断。高校流行语有其独特的文化氛围，同时也离不开社会的文化背景。它既受社会影响，又反过来影响社会。高校学生是社会的精英，代表社会发展的方向。高校流行语既反映了社会的进步、青年人独立意识的觉醒，也不可避免地对大学生产生一些负面影响。我们应该发扬其创新独立的精神，同时抵制其不良因素，加强道德教育，提高文化素养，努力创造出更加丰富多彩的健康的社会文化。

陈思：中国人民大学中文系99级本科生

责任编辑：杨长征

[\[返回首页\]](#)[\[关闭窗口\]](#)



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)

