

关于网络传播语言特点的观察

2005-11-28

作者： 张小平

关键词： 网络语言 传播特点 | 阅读：230次 |

网络语言是作为网络的伴生物相应而生的，在使用过程中初步形成了鲜明的个性化特征。一般来说，网络传播语言由两部分内容构成：一是普通话全民通用的语言形式；二是仅使用于网络交际的非全民通用的语言形式。本文主要讨论第二种语言形式。这种语言形式有如下特点。

一、创新性

具有革命意义的创新性是网络语言最大的特点。网络是一个在推崇个性、追求方面走得有点极端的世界，它为网民们提供了充分发挥想象力和创造性的最自由的空间，这种空间因缺少了传统社会生活中无所不在的“监督”而显得更加自由、更加珍贵。网民们能够在网络上最大限度地发挥自己的想象力和创造性。同传统的书面语言相比较，网络语言由于减少了外来的束缚，发挥了作者的自由性，往往在构思上更为巧妙，往往语出惊人、令人瞠目，从而最大限度地反映出每个人在语言上的创造力。这种创新性主要体现在词汇和语法两个方面：一是对已有词语的变异使用及新词新语的创造；一是对常规语法的突破。请看下面的例子：

“灌水”原指向容器中注水，在网络中则表示在网上发表长篇大论而又内容空洞、“水分”含量高的文章；“恐龙”原指外形奇特的史前动物，网络语言中则指相貌丑陋的女性网民；“青蛙”是指网上的男性公民；“水母”指在BBS上极能灌水的女性网民；“猫”是调制解调器modem的汉译缩略语。这些词语都是对已有词语的变异使用。还有一类是网络中形成的新词语，如“菜鸟”，指初上网的新手；“见死光”，指网恋后与网友初次见面感到不满意而迅速各奔东西；“东东”意指“东西”；“偶”是“我”的一种比较调皮的说法，并由此推衍出“偶们”。这些词语在普通话中是没有的，至少是没有这样解释的，而在网络中却已习焉不察。构成网络新词语的词素大多是语言中固有的，它们利用仿拟、飞白、比喻、谐音、拟人等手法构成新词。除在构词法上的随意组合、任意搭配外，网络语言在句式的选择上也常常冒传统语言学天下之大不韪。如常采用港式语法的说法，像“难过得死掉了”、“累死掉了”、“走先(先走)”、“早上(早上好)”等；还常在文章的标题末尾添加相当于语缀的成分“……的说”，如“今天晚上谁去听音乐会同去的说”，其实“……的说”并无实在意义，这种句式的使用只是表明紧随时尚罢了；还在句末常用“喔、噢、的噢”等语气词作语缀，如“要记着去捧场噢”“慌乱是会出错的噢”等。

二、经济性

由于网络交际所依赖的手段的特殊性，网络语言还具有明显的经济性特征。网络语言除用字节俭外，还尽量突破原有书写符号的局限、改变现有语言中某些词语形音义方面的约定俗成，创制了新的形音义的结合体，如字母词、数字词、图形符号等，其丰富性远远超过了传统的语言模式，并且靠这些简单的符号传达丰富的思想感情和内涵。网络中的语言符号主要分为以下几种情况：1. 汉语拼音的缩写，如“GG(哥哥)、DD(弟弟)、PPMM(漂亮美眉，即漂亮的女性网民)、PMP(拍马屁)、SK(烧烤)、GXGX(恭喜恭喜)”等；2. 英文的缩写，如：BTW(by the way顺便问一下)、FM(follow me跟我来)、GF(girl friend女朋友)、BRB(be right back马上回来)等；3. 数字和字母的谐音，如“1314(一生一世)、1573(一网情深)、596(我走了)”“U(you你)、CU(seeyou回头见)、How a u (How are you你好)、Whoau(Who are you你是谁)”等；4. 英语、拼音、数字谐音混用，如：u2(you too你也是)、me2(me too我也是)、3ku(thank you谢谢你)、CBA(Cool bi la酷毙啦)等。从上面的例子可以看出，网络语言对现有语言成分的改变主要体现在“形”上，它是用最简洁的“形”来巧妙设言语交际的跨度，缩短信息交际的宝贵时间，并且这种跨度的设置，在一定的语境中，人们凭借自己的知识储备，完全可以逾越，而一旦跨越，便会带来一种愉悦，具有一定的刺激性。

此外，从句式的选用上也可以看出网络语言的经济性，网民们为了提高交流速度，很少运用长句子、复杂句子，而多用短句。2至10个字的句子非常多，句子的省略现象极其普遍。我们在网上随机选取了10句聊天记录，其中字数低于5个字的有9句，超过5个字低于10个字的有一句；标点符号1个；有修饰成分的3句；没有复句。虽然这不能代表网上聊天的所有记录，但也可窥一斑而知全豹，透露出网络语言经济性的特点。

三、形象性

在网络中，网民们还充分利用键盘上的符号，象形创制了许多极为生动形象且风趣幽默的表情和动作的图形，用以表达自己的喜怒哀乐，来模拟现实交际。如： ^ ^微笑* ^挤眉弄眼(@@)童心未泯 :—)高

请输入您要搜索的关键词



jn 文章 jn 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1] 如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- “中国主张：传播理论本土化” 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究” 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督” 2009-09-24
- [更新]2009“中国新闻传播学” 2009-08-31
- “传播与中国·复旦论坛” 2009-08-19

兴：—)非常高兴：—p吐了一下舌头 (o)(o)非常吃惊：—(不幸或悲伤：， ——喜极而泣

此外，还有键盘符号与英文单词结合使用组成的“克里奥耳”型图示，如在：//后面加上英语中的动词，这个词就变成了一种言语行为，表示说话者的表情、动作和姿态。：//sign叹气：//admire羡慕的表

情：//grin咧嘴笑：//smile微笑：//blush脸红、惭愧：//nod反对、不同意

这些网络符号在电脑屏幕上构成了一张卡通式的脸庞，不仅形象传神，而且使网络聊天具有了“可互视、可互听”的近距离交际效果。网络符号是一种特殊的语言成分：它没有语音形式，书写形体也不同于文字形式，但可以表达一定的意义内容。它给虚拟的网络生活增添了许多生气和实在感、即时感。

网络语言的形象性还表现在一些形象的网络词语上。如把网民称为“网虫”，于是初级网民是“爬虫”，高级网民是“飞虫”。再如，把“这样子”连续为“酱紫”(多少受到了风靡于青年网民中的卡通片《蜡笔小新》的影响)，既有视觉效果，又隐含了味觉效果。网络中这样的词语不胜枚举，下文中“诙谐性”中所列举的词语实际上也同时具有形象性的特点。这些词语往往给抽象、平淡的概念赋予了具体可感的生动的形象，形成了网络语言的形象性的风格特点。

四、诙谐性

诙谐性是网络语言更为吸引人主动使用并进行传播的又一特点。网络常为有闲、有情人士所光顾，网民的相对年轻化更使网络语言充满活力，他们苦心构思出许多生动有趣的网络语言、营造出轻松幽默的阅读氛围。如“菌男”、“霉女”是指相貌丑陋的男女。这两个词一方面与“俊男、美女”谐音，反其义而用之；另一方面“菌”“霉”能立刻使人想到过期、变质的食物，都具有很强的反讽效果。再如“温酒吧(Windows98)、温酒屋(Windows95)、斑竹(版主，指网络管理员)、板斧(版副，指网络管理员)、烘焙鸡(主页homepage的拟人化译称)、瘟都死(windows)、板砖(用来攻击别人的帖子)”等词，都是用风趣幽默的语言命名平淡的事物，充分体现了网络语言的诙谐性的特点。网络作品中的诙谐也是非常普遍，像网络中非常流行的模仿痞子蔡的《第一次亲密接触》、雪村的《东北人》以及影片《大话西游》等的作品更是让人忍俊不禁，并由此产生了“大话一族”、“亲密接触一族”、“东北人一族”。

五、粗俗化

在网络语言不断追求个性、不断创新的滚滚洪流中，还悄然涌动着一股小小的浊流：语言的粗俗化。如今的网络可以说充斥着粗俗、轻佻的语言，像“TMD(他妈的)、WBD(王八蛋)、P(屁)、NQS(你去死)、SHIET(狗屎)”等随处可见。有人曾通过雅虎的搜索引擎进行搜索，发现包含“狗屁”字眼的中文网页有1359个，而被鲁迅先生当年讥讽为“国骂”的“他妈的”则高达3305个之多。如今，网络语言的粗俗化有愈演愈烈之势，并开始向传统媒体渗透，甚至有些粗话已登堂入室成为传统主流媒体的新宠。这不能不引起我们的注意，也亟待有关部门制定相应的管理规范，以引导网络净化语言，形成文明、清洁的语言风气。

总之，网络犹如一个管轨，可以为网民们提供一个自由宣泄情绪的通路。网民的表现欲、想象力、自我意识和深层诉求都能够在此得到淋漓尽致的表现和抒写。他们的创作在某种程度上就是体验“我言故我在”的生存快感。也正因为如此，网络语言才形成不同于传统语言的鲜明个性。网络语言的出现对现有语言形成了一定的冲击。网络作为一种虚拟人间，作为第四媒体，它的出现势必会引起我们对现有语言以及第四媒体有关问题的深入反思。在虚拟空间使用的网络语言，其构成特点、所蕴涵的社会文化、心理因素等等，将是今后信息传播方面一个十分重要的课题。

(作者系山东大学文学与新闻传播学院2000级博士生，济南大学文院教师邮编：250002)

【责任编辑：木子】

(责任编辑：)

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码： (游客)请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：0456



发表评论

评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved