

警惕“网语倒灌”现象

【编者按】

“屌丝”“逼格”“尼玛”……这类不雅的词汇，正越来越多地出现在网络乃至社会日常生活中。在线上，人们用这些网言网语快意恩仇；在线下，这些网络语言给我们的生活乃至文化传承造成困惑——商业广告滥用低俗网言网语，主流媒体时现不加甄别使用的网络语言，小学三年级学生

写作文大量使用网络用语……这样真的好吗？

现阶段网言网语为何如此流行？如何化解网络语言低俗化造成的不良影响？第7期“议事厅”，新华每日电讯记者就此采访了华东师范大学社会发展学院民俗学研究所社会语言学教授李明洁。她认为，中国的网络社会正处于语言“粗

口期”，网言网语低俗化是社会转型期问题与矛盾交织的症候。化解网络语言低俗化问题，在防止媒体、名人、商业滥用的同时，还应引导网友理性合理使用。在加强治理的同时，应鼓励和培养网络空间自然健康的生态

采写：杨绍功



漫画：曹一

主题访谈



华东师范大学社会发展学院
民俗学研究所教授
李明洁

网络语言“粗口期”极具破坏性

在中国，网络语言发展大致有几个节点：一是2005年中国网民突破1亿，网络流行语现象初步兴起。可以说，2005年至2007年，中国网民们处于网络使用的学习阶段。这个阶段没有十分突出的网络事件，流行的“PK”“美眉”“粉丝”等网络词汇，多是描述性话语，尚未形成显著的文化现象。

2008年至2013年，以“屌丝”一词的出现为代表，网络流行语开始大量生成并广泛传播，成为当代中国最显著的文化现象之一。这个阶段，发生了许多标志性的网络事件，网络流行语也大多从这些事件中产生，比如“屌丝”“打酱油”“山寨”“你懂的”等。当时，几乎每一个网络流行语都对应一个新闻热点，这个阶段的网言网语已处于沸腾的状态。

近几年，随着网络舆论下沉，网络语言出现分化，从广场式舆论场转向了沙龙式舆论场。部分网络语言转向了委婉隐晦的黑色幽默，比如“重要的事情说三遍”“我妈是我妈”。也有部分转向了更小众化、个性化的情绪表达，比如“内心几乎是崩溃的”“吓死宝宝了”等。

比如，“屌丝”一词作为2012-2013年的网络热词，就是借助流行文化风潮、快速建构

并解构的“语言身份”的典型代表。凡此种种，其话语形式的发明，无疑都是生活意外事件导致的话语偶然，但也是改革进入深水期后必然出现的文化现象。

李明洁教授认为，现在的中国网络社会处在语言上的一个“粗口期”，就如同人在成长过程中会有语言的“粗口期”一样。一个人的“粗口期”主要是青年时期，是荷尔蒙分泌刺激的结果。而网络社会的“粗口期”也源自社会矛盾的纠结刺激了社会荷尔蒙多发。这种“粗口期”极具破坏性，很多原本需要避讳的冒辞被滥用就是一个例子。

◎网络社会的“粗口期”，源自社会矛盾的纠结刺激了社会荷尔蒙多发。这种“粗口期”极具破坏性，很多原本需要避讳的冒辞被滥用就是一个例子

◎如果我们的舆论对公序良俗的冲击熟视无睹，对这样的“语言暴力”习以为常，甚至认同暴虐粗鄙的流氓无赖的文化糟粕，那是很可怕的

◎更透明的社会运行有助于对包括语言在内的舆论环境进行预期管理。比如，在处理网络舆情时，权威部门应对舆情焦点事件及时公开发声，正确引导网络舆论，一些负面的网言网语就不会被创造出来，更不会流行

低俗网语“上浮”冲击公序良俗

如今网络流行语有日趋低俗化之嫌，与一些媒体、商业机构和社会名人不审慎地使用低俗网络语言的“示范”效应不无关系。

比如，2012-2013年“屌丝”成为网络热词，就与若干个网络事件有关。2012年4月，作者韩寒在微博中自称“纯正的上海郊区农村屌丝”；2013年4月，巨人集团的“屌丝”网游广告登陆美国时代广场，后来该广告因被投诉而遭禁播……这些都是知名社会主体带来的不良“示范”效应。

一些媒体尤其主流媒体滥用网络流行语，也可能带来不良后果。比如，某报纸把中国经济的发展比喻成“屌丝的逆袭”，有些主流媒体的网站大量充斥着“踹逼”“逼格”等网言网语。李明洁教授认为，这表明一些媒体自身把关不严、媒介素养不够，对低俗网络话语的危害还没有清醒的认识。

更常见的一种现象，是资本驱动的网络流行语滥用。从化妆品、服装、手机、汽车，到电影、旅游、电视节目、网络游戏，几乎任何一种商品都可以找到用低俗网络流行语写成的广告。无论是物质生产，

还是文化消费，资本的注入都加速了网络流行语的泛滥。资本是垄断的、暴利的、贪婪的、实用的、功利的，它力图最大限度地拓展消费人群，希望把一切都包装成“屌丝”商品，以迎合人们因对自身状况不满而自我贬损的称谓。

与嘲弄一切、解构一切相对应的，是网络上弥漫着的虚无氛围。网络流行语被滥用，必然带来价值的虚无。2009年，“哥X的不是X，是寂寞”成为热门桥段，竟被仿拟8390万次；在一波接一波的造词活动中，连“校长，开房找我”也可以变成酒店广告。“另美国风”盛行，民间话语的无心狂欢和价值虚无主义的无底线调侃，往往也是社会性“肌无力症”和“道德失忆症”传染的病态表征。

低俗网语对社会的负面影响是巨大的。“屌丝”与“草泥马”“尼玛”“逼格”等词形成了另类聚合，它们合力冲击了“冒词禁忌”。冒词就是骂人的话，“冒词禁忌”属于社会语言的公序良俗，即在公共社交场合忌诋侮辱、谩骂等用语，尤其是对生殖器官类、性行为为类以及污秽类用语要规避。“屌丝”对“冒词禁忌”

的破坏，是近年来最典型的代表。这类现象绝非单纯的社交文明礼貌用语的问题，其掩藏的深刻危机是危险的伦理（包括语言的和文化的）逻辑。从语言史来看，“语汇下沉”现象才是正常良好的现象。比如，在国外，表示10的100次方的数学概念Google变成日常词汇“搜索”，在国内，“久仰”“幸会”等文雅的日常用语多来自历史典籍。这种表达优雅、内涵丰富的语言，从社会精英阶层向下传递，就是“语汇下沉”。而恶俗粗鄙的语言则会被控制在一定阶层或一定语境内使用，“低级语汇”一般不会被允许上浮为日常语汇，更不可能作为“优势话语”进入主流媒体，这是文明社会的约定俗成。在伦理颠覆、善恶混淆、社会矛盾多发时，就可能会出现“语汇上浮”这类非正常现象。

现在很多年轻人甚至感觉不到“屌丝”和“逼格”等低俗网语里的“语言禁忌”。如果我们的舆论对公序良俗的冲击熟视无睹，对这样的“语言违规”习以为常，甚至认同暴虐粗鄙的流氓无赖的文化糟粕，那将是很可怕的。

及时回应舆情有助减少“粗口”

特征，对这个阶段的网络流行语现象，我们应进行教育和引导。就像年轻人喜欢愤世嫉俗、带有叛逆心理，网络语言在这个“粗口期”会表现为一种对抗式的强烈表达。就像父母管教青春期的孩子，治理网络流行语低俗化问题，应当抓大抓常，持之以恒。

在社会转型时期，更透明的社会运行有助于对包括语言在内的舆论环境进行预期管理。比如，在处理网络舆情时，权威部门应对舆情焦点事件及时公开发声，正确引导网络舆论，一些负面的网言网语就不会被创造出来，更不会流行。

中华民族向来对文化有敬畏之心，有向上向善的文化传统。整个社会应当鼓励和弘扬这种精神，坚守这种价值传统，而不是让拜金主义、流氓文化、暴力崇拜以及过度的商业化和低俗的权力文化冲击、腐蚀的社会价值观。

最后，应鼓励和培养正能量的沙龙式舆论场。前面分析过，有部分网络语言转向了委婉隐晦的黑色幽默，也有部分网络语言转向了更小众化、个性化的

直接情绪表达。对前者应当营造良好环境，让语言表达更自然；而后者则是网络语言中的积极新生力量，代表了网络流行语的正能量，应当鼓励和培养。随着网络社会的发展，当前的网络空间已由之前的广场式舆论场，转为沙龙式舆论场。在广场式舆论场中，作为意见领袖的“网络大V”，对网络流行语的形成会发挥很大作用；而在沙龙式舆论场中，更多网络流行语来自专业化、小众化的认同。比如，“吓死宝宝了”“萌萌哒”这类小清新风格的网络流行语，就是网友们在朋友圈等更加亲近的范围内使用的语言，可能不深刻，但也有某种可爱的意味。还有“攻城狮”等在特定专业领域获得认同的网络词汇，也有其积极意义。这类语言的使用开始明显区分使用范围和人群，而且更加个性化和多元化。

总之，化解网络语言低俗化问题，在防止媒体、名人、商业滥用的同时，还应引导网友理性合理使用。在加强治理的同时，应鼓励和培养网络空间自然健康的生态。

英美主流媒体如何对待低俗网语

吴黎明

一方面，印刷媒体要用很长的时间来观察一个新词的使用情况；另一方面，他们接纳新词时的总体原则是，可以接受新词，但不会认可低俗用语



中国进入移动互联网时代，网络词汇更新速度比过去更快，一些低俗、粗鄙的网络语言开始入侵传统媒体报道，这个现象引起了争议。那么，国外是怎么处理这个问题的呢？

与中文一样，英语世界里的新词也层出不穷。英国《牛津词典》每隔几个月都会收录一批新词，比如去年8月，它就收录了“YouTuber”（视频网站YouTube用户）“Redditor”（社交网站Reddit用户）“pwn”（黑客俚语，指攻破系统的声音）等网络词汇。美联社的style book也会定期更新，最近它就把国外网友用得很多的“normcore”（normal and hardcore，指穿衣风格简约而不简单）收了进去。

但值得注意的是，国外印刷媒体在接纳网络新词方面比较谨慎。一方面，印刷媒体要用很长的时间来观察一个新词的使用情况——以“normcore”为例，这个词在2014年的Google搜索关键词排行榜上早已榜上有名，但直到现在才被接纳；另一方面，他们接纳新词时的总体原则是，可以接受新词，但不会认可低俗用语。

西方社会在如何对待网络语言的问题上，其实也有很多争议。有人认为应该放开，增强语言发展活力。他们试图用“CU”或“CYA”（see you or see ya的谐音词，均指再见）、“BTW”（by the way的首字母缩写，指顺便）等更有效率。另一派则认为，网络语言会对语言发展带来负面影响，导致语言表达“标准降格”。

相对来说，在大众媒体和教育界，反对滥用网络语言的声音更加大。去年10月，英国BBC有一则报道称，伦敦郊区著名的哈里斯学院禁止学生在功课和演讲中使用“ain t”“innit”和“coz”等网络语言（三者均为缩写，前两个表示否定，第三个表示因为）。学校在声明中指出，此举是为了让学生“自信而恰当地进行表达”。学校认为，“说正确的英语”是学生软实力的重要组成部分，将有利于他们未来就业。

此举引发舆论热议。英国一位编辑俚语词典（New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English）的编辑Terry Victor公开对哈里斯学院表示反对，

其核心理由是“你不能审查年轻人的语言”。但是，有很多国会议员支持这项禁令，认为在社交中用网络语言没问题，但在正规的**环境和职场环境里应禁止。

在中国，各种网站、微信公号等新媒体，是网络语言出现频率最高的地方。但国外的情况有些不一样——欧美著名的娱乐八卦网站Gawker早在两年前就宣布，禁止在报道中使用网络语言，如LOL（laugh out loud，大笑），OMG（oh my god，我的天）等，目的是让其报道更加职业。尽管各界对Gawker的决定褒贬不一，但这从侧面反映了一个共识：新闻用语应该规范，对网络语言要慎重。

关于如何使用网络语言的问题，我与一位来自美国的外文专家进行了探讨。她认为，虽然美国各大媒体对于网络用语没有明确规定，但一般对网络语言的使用很谨慎。通常情况下，只会在直接引语中用；如果实在避免不了，也会附加解释。而且与电台、电影、电视等行业不同，纸质印刷媒体在遣词造句方面更严谨。

在美国电影中，确实有一些底层人物出口粗俗，脏词乱喷（实际上，台词中特定的低俗用语也有数量限制）。但在严肃报刊中，这些现象基本看不见。这是因为，媒体从业人员在文字和文化传承、传播上方面有一些基本规范，不会轻易迎合网络俗词。

在美国历史上，“黄色新闻”和低俗报刊在19世纪末和20世纪初曾“繁荣”一时，其手法是滥用图片和粗俗语言，登载滑稽连环画和肤浅文章。那段时期被许多新闻学者认为是一种没有灵魂的新闻思潮，因为后来人们发现，黄色新闻的负面影响很大。最终，《纽约时报》等庄重严肃报纸迅速崛起，并逐渐成为主流。

我在驻欧期间发现，在英国教育体系里，学校对于网络语言一般持谨慎态度，甚至有时候表现出某种“语言洁癖”。经过英国精英学校培养出来的精英人士，通常能说一口“标准英语”（received pronunciation），甚至带有一些“皇家腔调”（Queen’s English），若是突然冒出一两个粗俗的“网络俗语”，肯定会贻笑大方，降低演说者的身份。

当今世界，互联网发展迅速是好事，语言越来越丰富多样也是好事，但对于网络俗语的泛滥要保持警惕。尤其是学校与大众媒体等，不应该一味迎合。在网络语言步子迈得有些过快的时代，我们不妨停下来等一等文明，等一等莎士比亚。

最不该纵容「网语倒灌」的是纸媒

本报评论员 易艳刚

◎在过去，民间社会的粗话、脏话通常不会出现在书面表达之中；但近些年，随着网络词汇爆炸式出现，越来越多的低俗网语改头换面后竟成了媒体新宠

◎纸媒应该成为健康的语言生态的推动者，在哪些网络语言应该吸纳、哪些应该放弃的问题上，应该有自己的判断和取舍标准

过分追求所谓的“接地气”，正在令部分传统媒体“城门失守”。人民网舆情监测室的报告显示，文娛、体育、生活类资讯已成传统媒体引用低俗网络语言的集中区，“屌丝”“逆袭”“踹逼”等难登大雅之堂的网络语已频繁出现在新闻标题中。更令人震惊的是，一些媒体甚至直接用“高逼格”“逼比”等词为报纸版面命名。

有一个必须澄清的误区是，使用某些网络上常见的表达，并不能够拉近报纸与年轻读者的距离，或让自己显得比较“与时俱进”。从客观效果来说，纸媒纵容低俗网络语言“倒灌”，不啻一种“自杀”行为。它不仅无助于传统媒体应对危机，反而会冲击媒体的专业规范，降低自身格调，让更多受众远离媒体。

低俗网络用语大肆“入侵”传统媒体，还有可能产生消极的社会教化效果，让一些不文明、不规范的用语更加泛滥。在是否要接纳某些网络用语的问题上，主流媒体尤其要警惕。如果把关不严，轻易地让那些不符合汉语表达规范的词语“登堂入室”，容易被过度解读，让很多人误以为某些低俗网语已经得到了主流社会的认可。

另一个必须澄清的误区是，如今一些媒体吸收网络用语的做法，并不是“语言创新”，而是一种极具破坏性的文化倒退。在过去，民间社会的粗话、脏话通常不会出现在书面表达之中；但近些年，随着网络词汇爆炸式出现，越来越多的低俗网语改头换面后竟成了媒体新宠。将以前那些不文明的词换成看似没那么刺眼的“尼玛”“逼比”，或简写为某些字母，无论从哪个角度来看都不能视为语言创新。

中国的汉语文化，确实一直在丰富和发展。比如，“觉悟”“刹那”等词语就是从梵文佛经中引入的，而“幽默”“引擎”等则是由英语音译而来。但不难看出，主流社会对这些“舶来词”是有所选择的，只有一部分经过改造之后能够符合汉语表达习惯的词，才会逐渐成为常用语。如今一些媒体为那些格调不高的网络用语“开绿灯”，或是随意创造一些新词，实质上是降低了汉语表达的规范性和严谨性。

我们并不是对网络文化有成见，更不是主张所谓的“语言纯洁化”，而是认为媒体对于网络新词、网络流行语的接纳，应该有所选择。国家语言资源监测中心的统计数据显示，近年来，汉语每年产生约1000个新词。其中有不少新词，都逐渐被人们接受了。但是，那些以情绪发泄为目的、以恶语中伤为手段、以粗鄙低俗为“个性”表达的低俗粗俗性词语，不应该在印刷媒体上任其泛滥，这一点应该成为共识。

在对待网络语言方面，纸媒可以向作为语言规范标杆的《现代汉语词典》学习。在近年来的改版中，《现代汉语词典》在收录“雷人”“宅”“山寨”“草根”等网络热词的同时，也拒绝了“剩男”“剩女”等具有歧义或歧视色彩的词汇和一些流行但庸俗化的网络词汇。纸媒应该成为健康的语言生态的推动者，在哪些网络语言应该吸纳、哪些应该放弃的问题上，应该有自己的判断和取舍标准。

正如清华大学教授王若超所说，追求用语亲民无可厚非，适时更新、灵活运用一些新鲜生动、符合大众口味的网络词汇也未尝不可，但低俗网语不可碰、粗俗之风不可长。虽然网络文化本身有一定的“自净”机制，但对于那些污染社会人文环境、违背公序良俗的低俗语言，媒体从业者要慎之又慎，要肩负起应有的把关责任。