

浅析流行语与社会因素的关联及其相互作用

——以中日2021年度流行语为例

袁丛玉, 张贵生

广西大学, 广西 南宁

收稿日期: 2022年12月7日; 录用日期: 2023年1月24日; 发布日期: 2023年1月31日

摘要

流行语是在某一特定时期内流行于特定人群内的特殊的词汇、短语或句子。与当下的政治、经济、文化等各方面社会因素都有着紧密关系, 反映出某一时期内社会的发展趋势以及目前的流行趋势。本文以2021年中日两国的年度流行语为研究对象, 以此探究当下社会政治经济文化的发展变化与流行语的产生及形成之间存在着怎样的密切联系及相互作用, 探索当下社会的现状与发展情况对于流行语的产生有着怎样的影响, 而流行语又反映了怎样的社会现实及人们怎样的心理状态。

关键词

中日流行语, 社会现状, 密切联系

An Analysis of the Association between Buzzwords and Social Factors and Their Interaction

—Taking the Example of Chinese and Japanese Buzzwords of 2021

Congyu Yuan, Guisheng Zhang

Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Dec. 7th, 2022; accepted: Jan. 24th, 2023; published: Jan. 31st, 2023

Abstract

Buzzwords are special words, phrases or sentences that are popular within a specific group of

people in a specific period of time. They are closely related to the current political, economic, cultural and other social factors, and reflect the social trends and current fashions of a certain period of time. In this paper, we take the annual buzzwords of China and Japan in 2021 as the object of our study, in order to investigate the close relationship and interaction between the current socio-political, economic and cultural development and the production and formation of buzzwords, and to explore how the current social situation and development have influenced the production of buzzwords, and how buzzwords reflect the social reality and the psychological state of people.

Keywords

Chinese and Japanese Buzzwords, Social Situation, Close Connection

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 中日流行语的定义及其发展

《面向多种媒体的当代汉语流行语研究》一书中提到,在以往的研究中,研究者从不同角度定义了流行语,如“流行语指的是在某些人中间,主要是在青少年中间广泛流行,过了一段时间又为新的词语所代替的而悄然消失的词语。”

“在一定时期、一定社群内被人们普遍使用的话语形式,一般为口语,带有一定的方言性,是一定时期内社会政治、经济、文化、环境及人们心理活动等因素的综合产物,并在传媒的推动下盛行的词、短语、句子或特定的句子模式。”

“流行语是指某一时段或特定区域内广为人们传播的词语,它的侧重点在于流行,有一定的时段和相当的地域,侧重于它的内涵与效果。”

“流行语是在某时期、某一地域出现的广为流行且频繁使用的词语。”

“流行语是指在某一时点产生并在一定范围内得以迅速传播并持续一段时间的词语。” [1]

由上述定义可见,所谓流行语,指的是某一特定时期或区域内在某一特定人群中广泛流行的词汇、短语、句子或特定的句子模式,与政治、经济、文化、社会、心理等多方面因素有着密切的关系,且具有传播范围广、时效性较短、更新换代快等特点。

而关于日本流行语,在日本出版的《国语学大辞典》中曾经作出了如下定义“流行語は新語の一種。その時代に適應して、きわめて感化的意味が強く、爆発的な民衆の使用語” [2]。即与时代相适应的爆发性民众用语,与中国流行语的定义有一定的相似之处。

自2001年起由北京语言大学、中国新闻技术工作者联合会、中国中文信息学会3家单位共同主办“中国主流报纸十大流行语”评选活动。自2007年开始,由北京语言大学等6家单位每年联合发布“中国媒体十大流行语”。中国语言文字类国家期刊《咬文嚼字》从2008年开始评选“年度十大流行语” [3]。2014年起,国家语言资源监测与研究中心每年都会发布“十大网络用语”。这些评选活动至今为止仍每年都在进行。

日本则从1984年开始,每年由自由国民社举办“年度新语流行语大赏”,通过其主办刊物《现代用语基础知识》杂志的问卷调查方式,每年评选出可反映当年度日本社会现象且引起话题的年度前十的流行语,并颁奖给予这些词语相关的人物或团体,此活动一直延续举办至今 [3]。

2. 研究对象的选择及其分类

此次中日流行语的对比研究以 2021 年度中日两国较为权威的机构所评选出的年度流行语作为研究对象,旨在通过对 2021 年度两国流行语进行分析与对比来探究社会发展与流行语之间的密切联系。

2.1. 中国流行语的选择

本次对比研究对中国流行语的选择主要有以下三个部分:《咬文嚼字》杂志所评选出的“2021 年度十大流行语”、国家语言资源检测与研究中心评选发布的“2021 年度中国媒体十大流行语”以及国家语言资源检测与研究中心评选发布的“2021 年十大网络用语”。

这三部分年度流行语中共包含 30 条 2021 年度流行语,其中存在不同程度的重复性词汇,可用于研究的流行语共 23 条。

2.2. 日本流行语的选择

日本流行语则是选用了日本在每年年末举办的「2021 ユーキャン新語・流行語大賞」中选出的年度十大流行语及另 20 条受到提名的流行语,共计 30 条。

Table 1. 2021 China-Japan annual buzzword classification

表 1. 2021 中日年度流行语分类

	中国	日本
时政类	百年未有之大变局 小康 赶考 双减 双碳(即碳达峰碳中和) 疫苗援助 《生物多样性公约》 建党百年 强国有我	黙食 / マスク会食 人流 ジェンダー平等 SDGs 自宅療養 ととのう 副反応 変異株 路上飲み
经济类	北交所	NFT
文化体育娱乐类	野性消费 破防 元宇宙 2020 东京奥运会 “清朗”行动 觉醒年代 YYDS 绝绝子 伤害性不大侮辱性极强 我看不懂但我大受震撼	リアル二刀流 ショータイム ぽったくり男爵 スギムライジング ゴン攻め/ピッタピタ うっせえわ イカゲーム ウマ娘 エベジーン 推し活 カエル愛 13 歳真夏の大冒険 チキータ チャタンヤラクーサンクー ピクトグラム

Continued

科技类	中国航天	フェムテック
社会生活类	鸡娃 躺平	Z世代 親ガチャ マリトッツォ ヤングケアラー

3. 分类依据及流行语释义

此次分类以 2021 年度中日流行语的来源为分类依据, 即根据其出处将其列为不同的类型。比如“野性消费”一词, 原出自于一次品牌网络直播, 网友们为支持低调捐赠物资的爱心国产品牌, 自动自发的大量下单该品牌产品。直播间主播劝广大网友理性消费, 得到了众多网友“我要野性消费!”的回答。“野性消费”这一流行语便是由此而来, 因此, 虽然野性消费表面看起来更像是一个经济类词汇, 但缘于其出处这里将其分为了文化体育娱乐一类。

自疫情以来, 因经济打击及相关政策的影响, 导致日本的餐饮店无法开放堂食, 或不得不提前打烊, 导致很多喜欢下班后“小酌一杯”的日本民众只能在街头饮酒, “路上飲み”一词也随之火热起来。因此虽然这个流行语看起来更像是社会生活类的词语, 但这里根据他的产生方式将其分为了时政一类。同样的, 从疫情防控中产生的“黙食/マスク会食”一词也被划分为时政类流行语。

除此之外, 在这些流行语中也有一些易造成误解的词汇, 如日本流行语中的人流指的是人潮, 连续不断的人群, 新冠疫情以来多被用于新闻报道中, 与中文中“人流”的常用意义有着明显的区别。在对中日流行语进行比较时, 明确每个流行语所表达的意思及其深层含义是极其重要的。

4. 流行语的产生与各项社会因素的关联及其相互作用

4.1. 各类流行语的数量差异

根据上述流行语分类表, 在 2021 年度流行语中, 时政类流行语中国有 9 个, 日本有 9 个; 经济类流行语中国有 1 个, 日本有 1 个; 文化体育娱乐类流行语中国有 10 个日本有 15 个; 科技类流行语: 中国有 1 个, 日本有 1 个; 社会生活类流行语中国有 2 个, 日本有 4 个(如表 1 所示)。

从以上数据可以看出, 无论是中国还是日本, 时政类流行语与文化体育娱乐类流行语在 2021 年度流行语中均占比较大。而经济类、科技类和社会生活类流行语的数量则相对较少。反映出人民群众对社会各方面的关注度的不同以及兴趣点的差异。

4.2. 社会的发展变化与流行语的产生

流行语不仅是一种语言现象, 更是一种社会现象[4]。社会不断的发展变化催化了各式各样的流行语的产生, 并赋予其丰富而深刻的内涵。

4.2.1. 政治经济类社会因素与当下流行语的产生

2021 年正值中国共产党建党百年之际, 1921 年到 2021 年的这建党百年来, 中国共产党不懈努力, 坚持奋斗, 创造了新民主主义革命、社会主义现代化建设, 中国特色社会主义等种种伟大成就。从根本上改变了中国人民的前途命运, 开辟了实现中华民族伟大复兴的正确道路, 深刻影响了世界历史进程。近代中国的历史无一不向我们证明了, 国家的繁荣昌盛, 社会的安定发展, 人民的美好生活, 都离不开一个坚定强大的人民政党, 都离不开中国共产党的正确领导。在建党一百周年庆祝大会上, 习近平总书记

庄严宣告我国已全面建成小康社会。“千年小康梦成真”，“小康”正承载着新的时代内涵，正焕发着新的生命活力。中华人民共和国成立前夕，党中央从西柏坡动身前往北京时，毛泽东同志说：“今天是进京赶考的日子。”过去一百年，党向人民、向历史交出了一份优异的答卷。习近平总书记在西柏坡考察时曾指出，“我们面临的挑战和问题依然严峻复杂，党面临的‘赶考’远未结束”。在庆祝建党一百周年大会重要讲话中，总书记再次强调：“现在，中国共产党团结带领中国人民又踏上了实现第二个百年奋斗目标新的赶考之路”[5]。

这些重要的时间节点与国家及党近年来所取得的伟大成就，都是催生此类流行语产生的重要因素，甚至可以说是决定性因素，此类词汇的流行得益于党的百年奋斗，国家的不断进步，社会的积极发展以及人民的不懈努力。

不仅是中国流行语，国家与社会的发展变化对日本流行语也同样有着深刻的影响力，可以说当下的社会现状是流行语产生的最强有力的影响因素。在中日流行语分类表中，我们可以发现，日本的9个时政类流行语中，有7个与新冠疫情相关、来源于新冠疫情或是因新冠疫情带来的变化而产生或流行的词汇。自2019年至今，新冠疫情一直是世界各国的一个重要课题，日本当然也并不例外。在新冠疫情不断的发展变化中，日本的疫情防控手段与防控政策也在不断的发展变化，国民们也相应的接受着疫情时代及国家政策带来的各种影响。“黙食/マスク会食、人流、自宅療養、変異株”等疫情相关的流行语也应运而生。

除此之外，一些原本就存在的词汇也被赋予了新的含义，变得流行起来。如“ととのう”一词，本身表示“整齐、协调、齐全、妥善”等意，然而在当下疫情防控的大背景下，人们被迫进行“黙浴”，即互相之间并不说话，各自安静的进行洗浴和休息，与疫情前的情况有相当大的差异，很多人也表示因此感到困扰。在这种情况下，桑拿也随之重新热门起来，“ととのう”一词也由此变得流行，意为“复活了”“舒服了”，被用以表现桑拿后全身感到十分舒适的一种状态，成为了新疫情时代背景下桑拿爱好者的爱用语。

4.2.2. 文娱等社会因素与当下流行语的产生与发展

同样的，社会因素给流行语的产生与发展带来的影响在文娱方面也有体现。说起2021年的热门电视剧，就不得不提《觉醒年代》这部承载了中国近代革命史以及中国共产党发展史的意义深刻的电视剧。

《觉醒年代》以绝佳的表现形式，艺术的再现了百年前国人热情澎湃，追求真理与理想，热烈的燃烧自己的激情岁月。因此这部剧在播出后也广受好评，人们自发成为这部剧的支持者，口口相传，赞誉不绝。

《觉醒年代》以电视剧的形式讲述了中国近代史上的大事件，记录了中国共产党的发展史，表现了党和人民的深刻羁绊。播出后该剧更是成为了大家可以生动轻松的进行党史学习的优秀教材。“觉醒年代”也因此成为了一时风靡的大热词。

在日本2021年的30个流行语当中，文化体育娱乐类的流行语有15个，占据总数的一半，而在这15个文化体育娱乐类的流行语中，与2020东京奥林匹克运动会相关的流行语就有9个，过半数以上。作为2020奥林匹克运动会的主办国，此届奥运在日本国内更是受到了广泛关注。2021年度流行语中东京奥运会相关的流行语的数量也充分体现出2020东京奥运会作为一个重大热点事件受到的广泛的社会关注，以及国民对于国家级重点活动给予的关心与充分的反馈。而这些奥运相关的流行语中，更是有大部分都来源于参加运动会的运动员们，这些流行语也充分体现出日本国民对于运动员的喜爱与关注。

例如“13岁，冒险的盛夏”一词，虽然看起来更像是一个电影的名字或是一句歌词。然而事实上，这句话是东京奥运会时，富士台的解说员用来称赞日本最年轻的女性街头滑板运动员西矢椛的一句话。东京奥运会举办当时仅有13岁的西矢椛，以15.26分获得了奥运会滑板女子街式的金牌，在解说时，富

士台的解说员以这样一句话, 表达了对西矢栳的夸赞之情。在奥运会结束之后, 这一词汇也因为奥运会所受到的广泛关注而流行起来。

除此之外, “カエル愛”一词也是来源于奥运会的参赛运动员。这一词源于东京奥运会拳击女子羽量级金牌获得者入江圣奈, 她表示自己非常喜欢青蛙和蟾蜍, 甚至表示过退休后希望可以找到一份与青蛙相关的工作。在宣布退役后, 她也曾说, “我现在很兴奋, 因为我可以专注于研究青蛙和蟾蜍了!” 入江圣奈对青蛙的爱可见一般。许多粉丝也有在社交软件上与她互动, 她对青蛙单纯的爱和可爱的性格也得到了许多人的喜爱。“カエル愛”一词也成为了2021的年度流行语。

4.3. 流行语对于当下社会现状及人们心理状态的映射

不仅是政经、文娱等社会因素深刻影响、甚至决定着流行语的产生与发展, 流行语的产生及其发展趋势也深刻反映出了当下社会的现状及其发展趋势以及当下人们的心理状态。充分体现了流行语与各社会因素间的相互关联及其相互作用。

“破防”一词原多用于各类游戏中, 指的是突破对手的防线, 使另一方处于无法进行防御的一种状态。经过不断的传播利用, 现在“破防”一词可用于生活中的各个方面, 尤其多被利用与网络世界中, 指人们在接收到某些信息时感觉心理防线受到冲击的一种情感状态。例如在看到张桂梅老师穿着送学生高考时穿的朴素衬衣登上天安门城楼时, 许多网友内心深受触动, 纷纷高呼“破防”; 在网络上看到与自己的长辈同龄的老年人无助的模样时, 众多网友也常常感到心酸破防。

虽然此类流行往往带着一定的娱乐性以及很强的自嘲感, 经常被用于嘲讽与玩笑中, 但“破防”一词的流行与广泛使用无疑也在一定程度上反映出了现今年轻人群体的价值观, 体现出了现今年轻人有情怀、有热血等性格特点。

“躺平”一词的原意类平躺, 指的是躺下休息的意思, 而现今的“躺平”则指的是不努力, 不反抗, 顺其自然, 不做挣扎的一种生活方式、生活态度, 多流行于当代年轻人当中, 成为了一个炙手可热的流行语。然而, 在这个“内卷”加剧, 竞争压力不断增加的现代社会中, 每日高喊“躺平”的年轻人是否会真的“躺平”, 不做任何挣扎, 依水而流呢? 答案是否定的。虽然总是把“躺平”挂在嘴边, 或是真的对“躺平”的生活有所期待, 但是在现实生活中, 上班、上学、改善生活等依旧是每个人勤勉努力的方向。梦想“躺平”的年轻人也是如此。

“躺平”一词的流行也是众多年轻人对现下竞争压力大、生活疲惫不堪的一种宣泄与释放, 他们深知所谓“躺平”并不真正能使生活现状得到改善, 只是通过“躺平”来释放自己在繁忙生活中所积攒的疲惫, 通过自嘲与调侃来缓解不断累积的心理压力。“躺平”一词的流行也充分体现了当代年轻人在当今社会现状下感到压抑, 渴望放松的一种心理状态。

5. 2021 中日年度流行语的比较分析

2021 年度的中日流行语中, 虽然文化体育娱乐这一类的流行语均为占比最高的类别, 但如果进行细分的话, 会发现其中的流行语也存在着一定的类型差异。而这一差异也恰好体现出, 在中日两国不同的社会现实下, 在不同的社会因素的影响下, 流行语的产生及其发展存在着怎样的差异, 而流行语又反映出怎样的社会现状。

中国的文化体育娱乐类的流行语中, 多数是在当代年轻人以及网络中非常受到欢迎的表达自身情感, 描绘生活现状, 在互联网上使用非常频繁, 并且慢慢渗透于现实生活中的词汇。如“绝绝子、伤害性不大, 侮辱性极强、我看不懂, 但我大受震撼”等词。

在现如今十分便利快捷且覆盖了很大一部分年轻人的社交网络的大环境下, 大部分年轻人对于网

络社交有很强的依赖性, 部分流行语在产生后迅速在社交网络平台传播开来, 范围较广且影响力较强, 受众也较为广泛, 流行一段时间后又可再度流行, 持续时间较长。人们在社交网络上使用此类词语一段时间后, 也会将其带入现实生活中, 并带起新一波的流行。在不知不觉中此类流行语的传播范围会变得更加广泛并衍生出各类内涵及意义, 开始应用于各种语境下, 甚至产生变义。这种流行在一定程度上也反映出了人们的从众心理, 无论是在虚拟网络中还是在现实生活中, 当周围大部分人都在使用同一流行语时, 自己也会在有意无意中对此类流行语产生兴趣, 了解其释义, 并也开始加以运用。而中国有着自身独特的网络社交平台, 如新浪微博等, 进一步缩小了网络社交的圈层及范围, 也进一步加快了此类网络流行语的传播与发展, 这也是中国流行语中这一类互联网流行用语较多的原因之一。

而在日本的文化体育娱乐类的流行语中, 除了前文所提到的与 2020 东京奥林匹克运动会相关的流行语之外, 与游戏、影视、偶像等方面相关的流行语也占据了一席之地, 如“イカゲーム、ウマ娘、推し活”等词。日本的偶像文化相对来说较为成熟, 游戏文化的发展历程也较为悠长, 在整个国家社会文化中都占据了很重要的一部分。

例如“ウマ娘”一词, 便是来源于 Cygames 制作的一款中译名为赛马娘的手机游戏。这款游戏原定 2018 年冬季发行, 但由于各样的原因导致延期, 最终发行于 2021 年 2 月 24 日。该游戏在日本拥有很高的讨论度和存在感, 且曾获得日本游戏大奖的优秀奖, 雅虎搜索大奖的游戏单元第 1 位等奖项, 无疑体现了这款游戏在日本的超高人气以及人们对它的关注与喜爱。“ウマ娘”这一流行语榜上有名可以说是实至名归。

除此之外, 通过观察我们可以发现, 日本的 2021 年度流行语中, 使用英文及音译外来语的流行语有 15 个, 占整体总数的一半。而中国则与之相反, 此类流行语非常稀少。

这与日本多受海外的影响以及其文字自身特殊的标记方式有着极大的关系[6]。日本在标记外来语时, 通常使用片假名对其进行音译。与此相对的, 中文是表意文字, 在引进外来语时, 则是通常采用音译与意译相结合的方式使用汉字进行标记。

6. 结语

“面向世界看语言, 透过语言看世界。”教育部语言文字信息管理司司长田立新表示, 这些年度字词、新词语、流行语、网络用语, 映刻时代印记, 折射家国情怀[7]。我认为这句话不仅适用于中国的流行语, 亦适用于日本的流行语, 更适用于世界各国的流行语。流行语作为一种因其新颖及便利性受到青睐并被广为流传的词汇现象, 不仅深受社会现状及其发展变化的影响, 也同样映射出了当下社会的经济政治文化的发展, 反映了当前社会流行趋势以及人们目前的心理状态与思考方向。由此可见社会因素的发展变化与流行语的产生发展是密切联系、相互作用的, 他们在彼此的发展历程中都扮演着十分重要的角色。

参考文献

- [1] 夏中华. 面向多种媒体的当代汉语流行语研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2017: 27-28.
- [2] 刘艳梅. 日语流行语特征及社会价值探析[J]. 大众文艺, 2021(20): 134-135.
- [3] 戴丽. 浅谈近年来的中日流行语之对比[J]. 现代交际, 2017(14): 25-26.
- [4] 黄婉童. 网络流行语及其社会传播功能[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2019, 52(3): 123-125.
- [5] 周莹. 《咬文嚼字》编辑部发布 2021 年度十大流行语[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1718556194635441376&wfr=spider&for=pc>, 2021-12-08.

- [6] 菅沼勇太. 中国と日本の社会的背景が新語・流行語に与える影響: 2016年の新語・流行語を対象に[J]. 明星国際コミュニケーション研究, 2019(11): 73-99.
- [7] 余颖. 从年度热词看社会变迁[N]. 经济日报, 2020-07-05(05).