

# 社交媒体中女性称谓语的演变与本质研究

陈欢桐

北京林业大学外语学院, 北京

收稿日期: 2024年10月14日; 录用日期: 2024年11月12日; 发布日期: 2024年11月26日

## 摘要

本文探讨了社交媒体中女性称谓语的演变及其背后的社会文化动力。研究发现, 与男性称谓语相比, 女性称谓语更为丰富且更迭速度更快。女性称谓语的演变不仅反映了社会对女性的期望和刻板印象, 也揭示了女性在数字时代中如何回应社会期望和维护自我身份。文章从语言相对论的角度出发, 分析了女性称谓语中的隐喻和物化现象, 以及男性话语权下女性称谓语的构建。此外, 文章还讨论了女性通过自我赋予称谓的方式进行的消极抵抗, 以及这一行为如何体现女性社会参与程度和自我意识的提高。最后, 文章指出, 尽管女性在言辞权力上取得了一定的进步, 但仍然面临着适应男性审美和标准的挑战。

## 关键词

社交媒体, 女性称谓语, 社会文化动力, 男性话语权, 消极抵抗

# The Evolution and Essence of Female Appellations on Social Media

Huantong Chen

School of Foreign Languages, Beijing Forestry University, Beijing

Received: Oct. 14<sup>th</sup>, 2024; accepted: Nov. 12<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 26<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The article explores the evolution of female appellations on social media and the underlying socio-cultural dynamics. The study finds that female appellations are more abundant and change more rapidly compared to male appellations. The evolution of female appellations not only reflects societal expectations and stereotypes of women but also reveals how women respond to social expectations and maintain their identities in the digital age. Starting from the perspective of linguistic relativity, the article analyzes the metaphors and objectification in female appellations, as well as the construction of female appellations under male-dominated discourse. In addition, the article

discusses the passive resistance of women through self-assigned appellations and how this behavior reflects the increase in women's social participation and self-awareness. Finally, the article points out that although women have made certain progress in the power of discourse, they still face challenges in adapting to male aesthetics and standards.

## Keywords

Social Media, Female Appellations, Socio-Cultural Dynamics, Male Dominance in Discourse, Passive Resistance

Copyright © 2024 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. 引言

在新媒体话语中，一些能够明确标识性别的称谓语，如“女王、小鲜肉、姐妹、公主”等，大量涌现并成为日常网络交流用语。语言作为动态形式，网络称谓语也在各社交平台的交流过程中不断变化。其中，女性称谓语形式丰富，种类繁多，不断更迭演变。在网络上，女性的称呼相较于男性，在普及程度上更能引发全民关注，而且在称呼的变迁方面也更为敏感。性别称谓语的演变可以反映社会文化对男性和女性的影响，以及对两性的不同社会期望[1]。

## 2. 文献综述

称谓语本身是一个有着能够传达称谓者对被称谓者的感受、以及其中的权力关系、亲疏程度的一种社会通行感知的反映，而对女性称谓的快速传播与更迭、称谓语中所含有的彼此不同的意味与修辞、与其间性别意义和社会感知的连接与流变，成为一个非常有趣的窥探视角[2]。

近年来，随着网络语言的兴起，一些新潮的热词开始融入对女性的称呼中。不过基于文献梳理和分析可知，目前对于社会化媒体的女性称谓的研究的系统的、长线条的梳理还不存在，而多集中于发文当时的某个女性(性别)称谓热词的研究，如李晓燕研究了“女汉子”、“女博士”、“绿茶”等称谓，揭示了现代社会中女性的地位[3]，张宁则探讨了“X子”和“X酱”此类称呼的起源、发展、使用情况及语义变化[4]，彭学修则从社会语言学的角度分析了“女汉子”与“男闺蜜”等性别称谓，并探讨了这些称谓语的社会文化动因[5]。并且，很少有学者将网络上男性称谓语和女性称谓语的丰富度和流变速度的差异进行对比，并对女性称谓语之所以如此丰富的背后现象从性别以及身份认同等角度进行剖析。

另外在社交媒体中女性称谓语的演变分析中，传统研究多聚焦于媒介的书写和话语构建，而忽视了个体女性的自我表达。这些研究很少触及称谓语背后的权力结构、性别认知、文化批判和社会意识形态等深层次因素。本文基于现有研究，系统性地整理和分析了社交媒体中女性称谓语的使用，特别关注了女性如何通过自我赋予的称谓语来进行一种消极的抵抗和自我定义。

本文旨在通过对社交媒体中女性称谓语的分类和分析，揭示在社交媒体中女性称谓语流变的社会文化动力。同时，研究女性称谓语在社交媒体中的意象、消费鼓励以及女性在其中的抵抗。本文的研究问题如下：

- 1) 在社交媒体中，女性称谓语是否多元化且更迭快？
- 2) 在社交媒体中，女性称谓语使用频率是否高于男性？

### 3) 女性称谓语多元化、更迭快是否反映了女性社会地位的提高?

通过深入研究女性称谓语在社交媒体上的使用，我们可以了解语言演变背后的社会背景、文化趋势以及对语言变化的驱动因素。进一步，分析女性称谓语在社交媒体中的意象有助于深入了解社会对女性的期望、刻板印象以及社会角色的演变，为性别认知、社会期待和文化变迁提供有益的思考。同时，通过关注女性在社交媒体上对称谓语的使用是否存在抵抗和反思，我们能够更好地理解女性在数字时代中如何回应社会期望、维护自我身份。

## 3. 研究理论与方法

### 3.1. 语言相对论

本研究以语言相对论为理论基础，该理论由 Sapir 和 Whorf 于 20 世纪初提出。该理论着重探讨了语言与社会结构、思维方式及认知之间的内在联系。根据 Sapir 和 Whorf 的观点，语言不仅是信息传递的工具，更是塑造和反映文化认知方式的关键要素。

在探讨社交媒体中女性称谓语的使用时，语言相对论提供了有力的分析框架。该理论使我们能够深入理解语言如何反映并塑造社会观念。语言相对论的核心观点在于，语言的结构和词汇在一定程度上塑造了个体的思维模式。

因此，通过细致观察社交媒体上女性称谓语的使用情况，本研究旨在更全面地理解社会认知和文化取向。此外，语言相对论亦引导我们关注社会环境对女性称谓语选择和演变的影响。通过分析社交媒体用户间的互动，本研究将揭示语言在社会化媒体环境中的动态特征，并探讨其如何受到社会文化因素的驱动。

### 3.2. 语料收集法

本研究的数据收集集中于小红书与微博两个平台，旨在深入分析女性用户在该社交媒体平台上使用称谓语的情况。研究者作为平台的活跃用户，通过参与和观察，收集了相关的语料。

为确保样本的广泛性和代表性，本研究采取了系统化的抽样方法，从两个平台随机抽取了 500 条帖子及评论。这些帖子和评论构成了本研究的语料库，为分析提供了丰富的数据基础。

在语料收集过程中，研究者对抽取的帖子和评论进行了详尽的整理和分析，以揭示称谓语的多样性、使用频率及其在不同社会背景和语境下的表现。通过对这些语料的深入研究，本研究旨在探讨称谓语使用背后的社会文化动因。

此外，本研究在分析中注重语境的考量，以期全面理解社交媒体中女性称谓语的使用情况。通过这种严谨的数据收集与分析方法，本研究力求为小红书以及微博平台上女性称谓语的使用提供全面且深入的理解。

## 4. 研究结果

### 4.1. 称谓语梳理及其基本类型概况

根据网络观察和整理，男性称谓语最常见有“兄弟”、“X 哥”、“小哥哥”、“帅哥”、“小鲜肉”、“暖男”、“直男”等。这些男性称谓语很早就开始被广泛使用，到现在仍未被淘汰。相反，女性称谓语数量多且更加丰富，更迭速度快。本人整理了近年流行的女性称谓语，见表 1。

### 4.2. 称谓语使用频率

在本研究中，为了探究社交媒体中女性称谓语的使用频率，我们采取了定量研究的方法。研究数据

来源于两个主要的社交媒体平台：小红书和微博。通过系统抽样的方法，我们随机收集了 500 条包含称谓语的帖子和评论。这些数据涵盖了不同的用户群体和多样的社交情境，以确保样本的代表性和全面性。

**Table 1.** Popular female appellations in recent years

**表 1.** 近年流行的女性称谓语

女性称谓语	流行年份	含义
亲	2005 年	一种亲切的称呼，通常用来表达亲密关系。
御姐	2010 年	形容成熟、优雅且自信的女性，通常在外表上比较吸引人，给人一种女王气质。
X 哥、X 爷	2012 年	用来称呼某位受欢迎或有影响力的女性，通常带有调侃或亲昵的意味。
女汉子	2013 年	指性格豪放、干练，甚至有些男性化的女性。她们通常不拘小节，喜欢冒险。
小萝莉	2013 年	源自日本的“萝莉”文化，形容年龄较小、外表可爱的女性。
女神	2014 年	用来形容理想化、完美的女性，通常在外表、气质上都有很高的评价。
绿茶妹	2014 年	这一称谓最初源于网络流行语，常用于形容表里不一的女性。
宝宝	2015 年	“宝宝”，语出网络潮语“吓死宝宝了”。女生受到惊吓时常用此语来卖萌。
小仙女	2017 年	形容年轻、美丽且富有灵气的女孩，通常用来赞美外貌和气质。
猪猪女孩	2017 年	用来形容可爱、呆萌的女孩，带有一定的自嘲意味。
小姐姐	2017 年	源 ACGN 二次元文化圈中粉丝对虚拟人物的称呼，在网络社交中，强调友好和亲近。
姐妹/集美	2019 年	指女性之间的亲密关系，姐妹通常意味着亲密的朋友，集美则是更现代的网络用语。
公主	2023 年	指被宠爱、享受特权的女性，通常带有娇贵和优雅的特质

在数据收集过程中，我们记录了每个称谓语的出现次数，并对其进行了分类和统计。此外，我们还关注了这些称谓语在不同语境下的使用情况，包括用户间的互动、讨论主题、以及情感色彩等。通过这些信息，我们能够更深入地理解女性称谓语的使用模式和社会背景。

统计分析结果显示，某些称谓语如“小姐姐”和“姐妹”的使用频率较高，这可能与这些称谓语的普遍适用性和亲昵感有关。而一些特定情境下的称谓语，如“剩女”和“猪猪女孩”，则在特定话题或群体中使用较为集中。

为了进一步验证我们的发现，我们还采用了内容分析法，对部分帖子和评论的内容进行了深入分析。这有助于我们理解用户使用特定称谓语的动机和语境，以及这些称谓语背后的社会文化意义。

最终，我们将收集到的数据整理成表格，以直观地展示不同女性称谓语的使用频率。这些数据不仅为我们提供了对女性称谓语使用情况的量化视角，也为我们理解社交媒体中性别语言的动态变化提供了重要依据。

**Table 2.** Frequency of appellation usage

**表 2.** 称谓语使用频率

男性称谓语	频次	女性称谓语	频次
X 哥	39	姐妹	97
小哥哥	19	宝宝/宝子	86

续表

帅哥	12	亲/亲亲	70
小鲜肉	11	美女	53
暖男	9	绿茶	28
直男	6	直女	20
		渣女	15
		大姐	13
		拜金女	7
		小仙女	7
		萝莉	5
		公主	3

通过表 2 可见，女性称谓语使用频率远远大于男性称谓语使用频率。总而言之，女性称谓语相对于男性称谓语，更加丰富且更迭更快，在日常使用中更长出现。

## 5. 女性称谓语演变的本质

### 5.1. 资本塑造的称谓性消费符号

在探究女性称谓语演变的过程中，不可忽视的是资本所扮演的关键角色。资本作为一种集体动力，对女性称谓语的变迁施加了显著影响。在当代社会，消费已不仅仅是一种经济行为，它更是个体获取社会符号和身份标识的手段。女性通过消费活动来构建和展现自我形象，而称谓语则成为商家奉行“顾客至上”理念的一种市场策略。消费主义文化孕育出了众多激发购物欲望的符号性消费标志，如专为女性设计的节日“女神节”和直播销售中频繁使用的“猪猪女孩们”、“公主请下单”等称谓语。这些现象凸显了女性在消费市场中的重要地位。然而，这是否真正反映了女性社会地位的提升，仍然是一个值得深入探讨的问题。

消费文化盛行，女性在社交网络中活跃度增强[6]，在网络广告的推动下，消费被塑造成女性力量的象征。女性通过消费行为被赋予了无所不能的形象，其中“女神”和“女王”等称谓成为消费主义的标志，它们象征着女性独立和自主。例如，“天猫 38 女王节”这样的活动不仅是对“独立女性”的庆祝，也成为了她们自我奖励的日子。然而，这种通过消费来达到“女性独立”标志的表象背后，也隐藏着一系列复杂的社会现象。消费主义的浪潮下，女性可能感到被推动着超越实际需求，去迎合一种由市场塑造的理想形象。她们或许陷入了通过购物来寻找自我认同的陷阱，将消费成为塑造个体价值的手段，从而导致身份认同与物质拥有之间的混淆。网络广告中的“女神”和“女王”形象，虽然传达了女性的独立和自主，但也可能助长了对外貌和物质的过分重视。这种以外在标志为主导的消费理念，可能忽略了女性内在的力量和多样性。因此，虽然消费为女性带来了在社交媒体上炙手可热的形象，但也值得深思的是，这是否真正反映了女性在现代社会中的多元而真实的存在。

### 5.2. 男性话语权主导下女性称谓语的构建

#### 5.2.1. 女性称谓语中的隐喻

在女性称谓语中，隐喻扮演着重要的角色，体现了一种文化和社会的思维方式。通常，男性话语被视为中性话语，而女性在表达自身感受、创造和使用女性称谓语时，常常不得不依赖男性的感受和语境，



表达自己的身份和意义。

在社会化媒体中的女性称谓语中，很大一部分的称谓语都涉及到明确的物化和商品化。这符合隐喻理论。隐喻的本质是通过另一种事物来理解和体验某种事物，Lakoff 和 Johnson 认为：我们赖以生存的思维方式是隐喻引导的结果。隐喻无论是在人类的语言使用、思维模式还是在衣食住行等日常活动中都普遍存在。就其本质来说，本体称作目标域，喻体称作源域，从源域到目标域的过程就是一个映射的过程 [7]。

以表 3 举例来说，“剩女”称谓语的产生是因为男性对“被挑剩下的物品”和“大龄未嫁的女性”体验感是相似的，所以称大龄未嫁的女性为“剩女”。而“猪猪女孩”。这种使用隐喻的方式不仅限制了女性在语言表达中的多样性，也反映了社会对女性的刻板印象和物化观念。女性在构建和使用称谓语时，面临着对她们身体、外貌和行为的强烈观察和评判，这进一步表明了社会文化对女性的标准化和规范化。通过隐喻的运用，女性称谓语不仅仅是一种语言现象，更是反映了社会对性别角色和身份的固有观念。

**Table 3.** Metaphor in female appellations

**表 3.** 女性称谓语中的隐喻

女性称谓语	源域	目标域
剩女	被挑剩下的物品	大龄未嫁女性
猪猪女孩	天真又可爱的小猪	天真可爱的女性
恐龙	让人害怕的恐龙	长相丑陋的女性
...	...	...

### 5.2.2. 女性言辞权力的复杂挑战

在社交媒体中，女性称谓语的使用和演变凸显了女性在言辞权力上的复杂挑战。尽管女性在言辞权力上取得了一定的进步，但这些进步并不意味着女性已经摆脱了适应男性审美和标准的挑战，在社会主流言论权的层面，男性仍然占据主导地位。如果女性想要涉足由男性主导的言论体系，只有两种途径。其一是以男性的口吻借用言辞，承袭他们的概念，站在他们的立场，通过使用被男性社会认可的符号系统来表达，即以男性的同性身份进入言论领域 [8]。因此，女性称谓语的变化在一定程度上反映了女性地位的变迁，同时也体现了对男权社会需求的适应。例如，女性是否能被称为“女神”这一称谓，实际上受到男性的评判标准的影响。如果女性自称为“女神”，可能会遭到“自恋”或“不自量力”的负面评价。另一方面，许多女性自称为“女汉子”，实际上是在借用男性化的概念来表达对男性气质的赞赏，这种表达方式更容易得到男性的认同。尽管女性对这种自我标榜的态度非常积极，但这种称谓的使用实际上掩盖了女性放弃自身柔美气质的事实，反映了女性在主动适应男权审美和价值观上的妥协，反而彰显了女性尽管不断崛起，但仍然面临社会失语地位的尴尬处境 [9]。

这种言辞的妥协进一步突显了女性在社会中的复杂处境。尽管女性在追求平等和自主的同时，她们却不得不在言辞中谨慎选择，以避免被贴上过于“自恋”或“不受控制”的标签。这种言辞上的妥协也反映了社会对女性的审美和行为的限制，以及女性为了在社交和职业场合中取得认可而不得不迎合男性主导的标准。女性在网络和社交媒体上的自我表达受到了更广泛的关注。虽然一些女性通过创造新的称谓语来打破传统，但她们仍然受到社会对女性期望的影响。在这个过程中，女性不仅需要面对自身身份的塑造，还要应对来自社会观念的压力。言辞的选择成为了女性自我认同和社会接受之间的一种微妙平衡，同时也揭示了女性在言辞权力争夺中的困境。这种现象表明，社会仍然需要更多的努力来打破对女性言辞的刻板印象，以促使真正平等和包容的言辞环境的形成。只有通过消除对女性的言辞限制，才能真正

体现出社会对性别平等的尊重和认可。这不仅仅是关于言辞权力的问题，更是关于创造一个对所有性别平等开放的社会。

### 5.3. 由他称到自称的消极抵抗

社交媒体中女性称谓语的演变揭示了女性在数字时代中对自我身份的维护和对社会期望的回应。特别是，女性称谓语从他称到自称的转变，标志着她们在言辞权力争夺中的消极抵抗。

在传统媒体和早期的社交媒体中，女性的称谓往往由他人赋予，这些称谓语如“剩女”、“绿茶婊”等，常常带有贬义和性别歧视。这些标签不仅限制了女性的身份认同，而且强化了社会对女性的刻板期望和标准。然而，随着社交媒体的发展，女性开始通过自我赋予的称谓，如“宝宝”和“小姐姐”，来重新定义自己的社会身份和自我形象。这种自我赋予称谓的行为，体现了女性对传统性别角色的挑战和对自我身份的积极塑造。

这种从他称到自称的转变，不仅是对性别刻板印象的消极抵抗，也是女性在数字时代中寻求自我表达和自我认同的一种方式。通过自我赋予称谓，女性能够以自己喜欢的方式和内容来称呼自己，从而在一定程度上摆脱了社会对女性的期望和标准。

在这一过程中，女性通过社交媒体平台的互动，不仅挑战了传统的性别角色，也展现了对自我身份的积极探索。这种转变不仅是语言上的变迁，更是社会文化层面上女性地位提升的体现。因此，未来的研究需要进一步探讨如何促进性别平等，以及如何在社会文化层面上消除性别偏见，从而实现性别平等的长远目标。通过这种批判性的研究，我们可以更好地理解女性在言辞权力争夺中的困境，并为构建一个更加平等和包容的社会文化环境提供理论支持。

## 6. 结语

本文探讨了社交媒体中女性称谓语的构建与演变，在男性话语权主导下，女性称谓语往往借用男性标准，表达自我需求和身份，同时隐喻构建中存在明显的物化和商品化趋势。女性言辞权力的复杂挑战展示了在社会主流言论权的层面，女性仍需适应男性审美和标准，进行一定的妥协。与此同时，女性也在通过自我赋予称谓的方式展现了一种消极抵抗。

## 参考文献

- [1] 张莉萍. 称谓语性别差异研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中央民族大学, 2004.
- [2] 田佳惠. 社会化媒体中的女性称谓语研究与性别话语建构[D]: [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2019.
- [3] 李晓燕. 从网络流行女性称谓语解读当代女性社会地位[J]. 学周刊, 2014(33): 16-17.
- [4] 张宁. 网络热词“X子”和“X酱”探析[J]. 汉字文化, 2021(21): 123-126.
- [5] 彭学修. 新时期性别称谓语的社会语言学简析——以“女汉子”与“男闺蜜”为例[J]. 宿州学院学报, 2017, 32(2): 45-47+94.
- [6] 岳芸. 社会语言学视角下的网络性别称谓语研究. 今古文创, 2023(12): 121-123.
- [7] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press.
- [8] 孟悦, 戴锦华. 浮出历史地表——现代妇女文学研究[M]. 郑州: 河南人民出版社, 1989: 92.
- [9] 古珍晶. 女性网络称呼语演变的社会审美考察[J]. 中国美学, 2017(2): 209-218.