

网络流行语的来源、造词法及流行原因分析

——以2019年~2023年网络流行语为例

杨林颖

辽宁师范大学文学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2025年4月17日; 录用日期: 2025年6月2日; 发布日期: 2025年6月17日

摘要

以《咬文嚼字》和《语言文字周报》发布的十大网络流行语为研究对象, 系统分析近五年网络流行语的来源和造词法, 发现其来源主要集中在方言词、古语词、外来词、行业语、文娱影视、社会热点和社交平台用语七个方面。结合实例将网络流行语的造词法分为词法学造词法、谐音造词法、简缩造词法、借用造词法和修辞学造词法五大类。分析总结网络流行语的流行原因。

关键词

网络流行语, 来源, 造词法, 流行原因

Analysis of the Source, Word Formation, and Reasons for the Popularity of Internet Pop Words

—A Case Study of Internet Pop Words from 2019 to 2023

Linying Yang

School of Literature, Liaoning Normal University, Dalian Liaoning

Received: Apr. 17th, 2025; accepted: Jun. 2nd, 2025; published: Jun. 17th, 2025

Abstract

Taking the top ten internet buzzwords published in "YAOWEN-JIAOZI" and "Language and Writing Weekly" as research objects, this study systematically analyzes the sources and word formation of internet buzzwords in the past five years, and finds that their sources are mainly concentrated in seven aspects: dialect words, archaic words, loanwords, industry language, entertainment and film, social

hotspots, and social platform language. Combining examples, the word formation of internet slang can be divided into five categories: lexical formation, homophonic formation, abbreviated formation, borrowed formation, and rhetorical formation to analyze and summarize the reasons for the popularity of internet slang.

Keywords

Internet Slang, Source, Lexical Creation, Epidemic Causes

Copyright © 2025 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

互联网发展迅速，影响人们生活的方方面面。据中国互联网络信息中心于 2023 年 8 月 28 日发布的第 52 期《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2023 年 6 月，我国互联网用户数量达到 10.79 亿，相比 2022 年 12 月增长了 1109 万，互联网的普及率提升至 76.4%。随着互联网的蓬勃发展，国内的网络用户越来越多，出于交际的需要，网络用语开始蓬勃发展。网络流行语就是流行于网络上的非正式语言，属于社会方言的一种，随着大众媒体的传播，这些网络流行语还深入到了我们的日常生活中。

国内网络流行语的研究始于 21 世纪，2008 年~2018 年研究成果呈现井喷态势，网络流行语一度成为研究热点。学界对网络流行语的研究呈现多元化，如从语言学的角度研究网络流行语、探究网络流行语的传播以及分析网络流行语对青少年的影响等等。语言学视域下的网络流行语研究相对来说以个案研究居多，聚焦于某个词语或某种构式展开分析，缺乏系统归类和研究。

网络流行语更新迭代速度快，对其进行系统归类和研究尤为重要。从社会文化层面看，网络流行语是时代的产物，能直观反映特定时期社会的热点事件、文化现象和民众心态，展现时代变迁。从语言发展层面看，网络流行语丰富了现代汉语的词汇系统，其独特的语法结构和表达方式推动着语言的创新和变革，对其加以系统归类和研究能够帮助把握语言演变规律，利于语言的传承和发展。从社会心理层面看，网络流行语是大众情绪的宣泄和表达，对其进行系统研究，能够洞察不同群体的心理状态和价值取向。

本文聚焦于 2019 年~2023 年网络流行语的研究，以《咬文嚼字》和《语言文字周报》发布的历年十大网络流行语为对象，见表 1、表 2，系统分析网络流行语的来源、造词法以及流行原因。

Table 1. Top 10 internet buzzwords in “YAOWEN-JIAOZI”

表 1. 《咬文嚼字》十大网络流行语

年份	网络流行语
2019	文明互鉴 区块链 硬核 融梗 XX 千万条，XX 第一条 柠檬精 996 我太难/南了 我不要你觉得，我要我觉得 霸凌主义
2020	人民至上，生命至上 逆行者 飒 后浪 神兽 直播带货 双循环 打工人 内卷 凡尔赛文学
2021	百年未有之大变局 小康 赶考 双减 碳达峰，碳中和 野性消费 破防 鸡娃 躺平 元宇宙
2022	踔厉奋发，勇毅前行 中国式现代化 新赛道 大白 烟火气 天花板 拿捏 雪糕刺客 精神内耗 沉浸式
2023	新质生产力 双向奔赴 人工智能模型 村超 特种兵式旅游 显眼包 搭子 多巴胺 XX 情绪价值 质疑 XX，理解 XX，成为 XX

Table 2. Top 10 internet buzzwords in “*Language and Writing Weekly*”**表 2.** 《语言文字周报》十大网络流行语

年份	网络流行语
2019	阿中 盘它(他) 上头 我酸了 我太难(南)了 XX 自由 咱也不知道, 咱也不敢问 上班 996, 生病 icu X 千万条, Y 第一条 我不要你觉得, 我要我觉得
2020	逆行者 甩锅 后浪 打工人 爷青回 凡尔赛/凡尔赛文学 你品, 你细品 有内味了 内卷 社会性死亡
2021	卷/内卷 躺平 破防 emo yyds (永远的神) 夺笋 赓续 社恐/社牛 一整个 X 住 普信男/普信女
2022	栓 Q PUA (CPU/KTV/PPT/ICU) 冤种(大冤种) 小镇做题家 团长/团 退! 退! 退! 嘴替 一种很新的 XX 服了你个老六 XX 刺客
2023	i 人/e 人 显眼包 特种兵旅游 X 门 遥遥领先 多巴胺 XX 孔乙己文学 公主/王子, 请 XX 你人还怪好的 (嘞) 挖呀挖呀挖

2. 网络流行语的来源

网络流行语存在于网络, 但又不仅仅局限于网络。随着技术的不断发展和社会的不断进步, 网络流行语的来源也逐渐多元化。网络流行语的来源可以以词汇学、应用领域以及传播方式这三方面为划分标准。

2.1. 词汇学

(一) 源于方言词

这种方言词是指来源于地域方言的词, 它们是社会共同语词汇系统中的组成成分, 和存在于各地域方言中的方言词性质是完全不同的。尽管它们作为各地域方言中的方言词也仍然存在于各地域方言中, 并继续被使用着, 但是它们在现代的共同语中却也是一般词汇中的一个不可缺少的组成成分[1]。中国地域广阔, 形成了多种多样的方言, 如今随着网络时代的发展, 我们可以发现, 很多我们经常使用的网络流行语, 追根溯源它们都来源于各地的方言, 方言中的词汇正在以一种特殊的渠道进入人们的视野。比如来自东北方言的“冤种(大冤种)”“显眼包”, 来自北方方言的“有内味了”。语言是文化的载体, 方言在网络平台的使用能够增加用户对自身地域文化的认同感。此外, 方言的风趣幽默符合年轻人求新求变的心理, 能够快速拉近人与人之间的距离。

(二) 源于古语词

古语词一般就是指过去曾经运用过而现在已经不用的词。由于交际的需要, 在某些场合, 人们也可能重新使用某些古语词, 这也很有可能使古语词成为某一时期语言的一般词汇中的一个组成部分[1]。在网络上出于某些交际的需要, 一些古语词被赋予新的含义重新得以启用。如“赶考”“神兽”“烟火气”“xx 刺客”等。这些古语词是古代汉语的遗留, 承载着丰富的文化内涵和历史信息。把古语词融入网络流行语, 体现了现代人对语言的创新和运用能力。

(三) 源于外来词

外来词指来源于外语影响而产生的词。在社会发展过程中, 不同国家和民族的相互交往, 必然会影响各民族之间语言词汇的相互影响和吸收, 通过这种原因和途径产生的词叫做外来词[1]。现代汉语中的外来词非常丰富, 一些外来词在特定语境中会产生非常丰富的表达效果。比如在英语影响下产生的流行语“PUA”“emo”“栓 Q”等。

(四) 源于行业语

行业语属于社会方言的一种, 是各个行业内部使用的专用语言。各行各业产生的新兴事物和概念通

过互联网的传播也可以成为流行语。比如来自环保领域的“碳达峰, 碳中和”; 来自体育领域的“村超”; 来自信息技术领域的“元宇宙”“区块链”“人工智能模型”; 来自政治领域的“中国式现代化”、“百年未有之大变局”、“赶考”、“赓续”等。

2.2. 应用领域

(一) 源于文娱影视

文娱影视包括文学、电影、戏剧、音乐等, 它们的创作往往源于生活, 并且高于生活, 还会对人们的日常生活产生一定的影响。这些作品以多种形式呈现在大众视野中, 其鲜活生动的语言也借助网络媒体的力量为大家所知, 成为网络流行语的来源之一。比如“XX 千万条, XX 第一条(X 千万条, Y 第一条)”就出自 2019 年春节热映电影《流浪地球》; “我不要你觉得, 我要我觉得”是演员黄晓明在综艺节目《中餐厅》中的台词; “挖呀挖呀挖”出自童谣《花园种花》。

(二) 源于社会热点

社会热点话题、事件一直是人们关注的焦点, 很多网络流行语也随着社会热点的出现应运而生。比如随着新冠爆发产生的“逆行者”“大白”; 由于互联网企业加班文化盛行产生的“996”; 因为目前各行各业非理性内部竞争流行的“内卷”“躺平”; 由于直播行业兴起走红的“直播带货”; 由于 MBTI 测试在年轻人群体中广泛流行而产生的“i 人/e 人”。

2.3. 传播方式

源于社交平台用语

国内目前通行的社交平台多种多样, 微信、抖音、微博、豆瓣、知乎、小红书、哔哩哔哩等等, 这些社交平台的用户多为年轻人, 在这里大家可以面向大众实时查看信息, 还能进行互动。出于交际需要, 许多网络流行语得以诞生, 并且被用户们广泛传播。比如在抖音上走红的“栓 Q”“退! 退! 退!”“公主/王子, 请 XX”; 在微博广泛流传的“凡尔赛/凡尔赛文学”“小镇做题家”; 因哔哩哔哩短视频流行的“后浪”等。

3. 网络流行语的造词法

所谓造词就是指创制新词。人们创造词汇是为了更好地适应社交交流的需求, 随着对客观世界认知的深化以及新事物、新现象的不断涌现, 社会对新型词汇的需求日益增长。同时, 语言自身的演变和调整也是新词生成的推动力。互联网时代产生的网络流行语是适应时代发展需求的, 而创造新词的方法就是造词法。在前人总结的造词体系基础上, 结合网络流行语的性质和特点, 本文把网络流行语的造词法分为以下几种类型:

3.1. 词法学造词法

词法学造词法可以分为附加式、重叠式、音变式和转类式四种[2]。近五年的网络流行语中附加式应用频率更高, 附加式就是在原词的基础上加上词头、词尾或词嵌, 从而构成新词。汉语中的常见词缀有“老”“小”“子”“阿”等, 比如“阿中”一词是网友对中国的称呼, 使用“阿”这个词头有亲昵或尊敬的意味。这些词缀都是词根词素在常年使用中虚化而来的, 在网络流行语中数量相对较少。

值得注意的是类词缀这一概念, 这里参考吕叔湘、朱亚军等学者的观点, 类词缀是介于词根和词缀之间的语素[3]。类词缀与词根是有意义关系的, 并具备词缀所具有的属性[4]。

网络流行语中由类词缀构成的新词比较多, 例如“XX 文学”, “多巴胺 XX”“XX 刺客”“X 门”等。

3.2. 谐音造词法

采用与原词发音相同或相似的字或者是外文单词来替换原词。比如“栓 Q”是英文短语“thank you”的谐音，因为发音相似被网友采纳，以诙谐的方式表达感谢，后衍生为表达无语，对某件事特别讨厌的情绪；“夺笋”是“多损”的谐音，意思是“你真的很损”，带有调侃的意味；“我太难了”是“我太难了”的谐音，既可以用来表达个人遭遇挫折的沮丧和失落，还带有自嘲意味。

3.3. 简缩造词法

通过提取关键成分，将原本较长的词语或句子简化为更短的形式。在网络流行语的应用中大体可分为文字缩写、字母缩写和数字缩写三种类型。

(一) 文字缩写

爷青回：哔哩哔哩 2020 年度弹幕第一，全称为爷的青春回来了，指人们在看到一些曾经熟悉的、与青春有关的人或事物重新出现时的喜悦和激动的心情。

普信：最早出自《脱口秀大会》嘉宾杨笠之口，指普通又迷之自信，一定语境下含有贬义色彩。

社恐：社交恐惧症的简称，指个体对社交场合产生强烈的恐惧和焦虑，害怕在公众面前讲话、表演、用餐等。

社牛：全称是社交牛逼症，指个体性格外向，不恐惧与陌生人相处，还能快速与陌生人熟络起来，善于外交，八面玲珑。

破防：破除防御的简称，源自游戏术语，指在游戏中突破了对方的防御，使对方失去防御能力。后引申为打破心理防线，通常用来形容某件事或某些言论让人无法反驳，或触动内心，使人情绪崩溃。

(二) 字母缩写

字母缩写又可以分为汉语拼音字母缩写和英文字母缩写两种。

1) 汉语拼音字母缩写

汉语拼音去掉韵母和声调，只保留声母，构成缩写。

yyds：也可以写作 YYDS，永远的神的缩写。最早爆火于电竞圈，后逐渐拓展到各个领域，主要用于赞美。

2) 英文字母缩写

和拼音缩写式比较类似，选取英文首字母或者几个字母组成缩写。

PUA：全称是“Pick-up Artist”，简单来说就是一方对另一方的精神控制。后来演员许娣在采访中口误把“PUA”说成了“CPU”，引起了网友的疯狂玩梗，“PPT”、“KTV”、“KFC”等顺势而生。

emo：emotional (情感的，情绪激动的)的缩写，表达消极情绪。

(三) 数字缩写

996：指一种工作制度，从早上 9 点工作到晚上 9 点，每周工作 6 天，是中国互联网企业盛行的加班文化。

3.4. 借用造词法

(一) 借用方言词

冤种(大冤种)：源于东北方言，意为蒙受委屈闷闷不乐的人，许多东北博主以此自嘲，后泛化为做了傻事的人，类似于“冤大头”“倒霉鬼”等。

有内味了：该词源于北方方言，意为有感觉了，有味道了。最初在电竞圈爆火，后得到更广泛的传播，用法也多种多样。既可以表达调侃嘲讽，又可以表达赞扬认同，还可以表达一种难以名状的抽象感

觉。

(二) 借用外来词

emo: 英语单词 **emotional** 的缩写, 意为情感的, 情绪激动的, 在实际应用中表示一种负面的情绪, 如不开心、失望、抑郁等。

多巴胺 XX: 多巴胺一词是英语单词 **dopamine** 的音译, 是一种人体内的神经递质, 能够使人感到愉悦, 起到调节情绪的作用。

(三) 借用古语词

小康: 该词最早出自《诗经·大雅·民劳》, “民亦劳止, 汔可小康”, 意为“人民实在太劳苦了, 但求可以稍安康”。在现代汉语中主要指一种介于温饱和富裕中间的生活状态, 也是中国现代化进程中一个重要的战略目标。

赶考: 源于中国古代科举考试制度, 这种考试往往会改变人的命运, 对读书人至关重要。中华人民共和国成立前夕, 毛泽东运用“进京赶考”一词告诫中国共产党应保持现有的精神状态和工作作风。直至今日, “赶考”仍未结束。

3.5. 修辞学造词法

运用修辞手法(即所谓的辞格)来创造新词的, 就叫做修辞学造词法[2]。可以分为比喻造词、借代造词和仿词造词三种。

(一) 比喻造词

神兽: 神异之兽, 本指中国古代民间神话传说中具有超自然能力的动物。后因小孩在家长们看来非常金贵, 且像强大的怪兽一样难以对付, 因此把孩子比作神兽。

XX 刺客: “刺客”本指“用武器进行暗杀的人”。在当代网络语境中, 是一种新兴的隐喻表达。某些商品或服务在表面上看似普通, 甚至价格未明, 但在交易结算时却展现出远超消费者预期的高价, 给予消费者一种突然而强烈的“打击”, 就如同古代刺客给予目标的突然一击。

(二) 借代造词

大白: 疫情期间的义务工作者和志愿者, 他们身着白色隔离防护服, 被称为“大白”。

(三) 仿词造词

根据表达的需要, 更换现成词语中的词或语素, 临时仿造出一个新的词语[5]。比如由“上头”造出“下头”, 由“普信男”衍生出“普信女”, 由“社恐”创造出“社牛”等。

4. 网络流行语的流行原因

4.1. 互联网的高度普及

网络流行语, 顾名思义就是流行于网络上的语言, 它的产生与蓬勃发展与互联网息息相关。随着互联网和移动设备的广泛使用, 地域、文化和语言的屏障被逐渐打破, 信息传播速度不断加快。微博、微信、抖音、小红书等社交媒体的分享和转发机制, 为网络流行语的传播提供了强有力的工具。网络流行语一经出现, 就可以通过各大平台迅速传播, 形成滚雪球效应。因此网络流行语可以在极短的时间内被广大网友接受并使用, 从而迅速流行起来。

4.2. 社会现象的反映

网络流行语往往是对当下社会现象的反映与浓缩, 容易引发人们的共鸣。如“996”指从早上9点工作到晚上9点, 每周工作6天的工作模式, 该词反映了社会对加班文化和劳动权益的关注; “内卷”指

在教育、职场等领域的过度竞争现象，该词反映了社会对各领域竞争压力的关注；“躺平”最初用来形容部分年轻人对高压社会环境的抵抗态度，他们不再过度追求物质和成功，而是选择一种低欲望的生活状态，该词反映了社会对青年一代生活压力和价值观的关注。

4.3. 符合语言经济原则

语言经济原则，指在保证完成语言交际功能的前提下，人们在语言交际活动中尽可能使用更少的、更熟悉的、更具有普遍性的语言，也就是以更少的努力获得最大化的交际效果[6]。语言经济原则是语言使用中一种普遍现象，反映了人类在交际过程中追求高效和低成本的自然趋势。在网络环境中，人们追求快捷且高效的交流，这就导致缩略语在网络流行语中占有相当的比重。这里的缩略语就是上文提到运用简缩造词法的词语，如“爷青回”、“破防”、“yyds”等，以简洁的语言形式传递更多的信息。

5. 结语

本文以2019年~2023年的网络流行语为研究对象，系统地对其进行梳理分析。发现网络流行语的来源比较丰富，主要集中在方言词、古语词、外来词、行业语、文娱影视、社会热点和社交平台用语七个方面。网络流行语的造词方式也多种多样，结合具体例子可将其分为词法学造词法、谐音造词法、简缩造词法、借用造词法和修辞学造词法五大类。分析总结网络流行语的三大流行原因：互联网的高度普及、社会现象的反映、符合语言经济原则。随着研究的深入，可以发现本文仍存在不足之处，未来研究可以进一步对网络流行语的造词法进行归类。

参考文献

- [1] 葛本仪. 现代汉语词汇学[M]. 北京: 商务印书馆, 2014.
- [2] 任学良. 汉语造词法[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1981.
- [3] 吕叔湘. 汉语语法分析问题[M]. 北京: 商务印书馆, 1979.
- [4] 朱亚军. 现代汉语词缀的性质及其分类研究[J]. 汉语学习, 2001(2): 24-28.
- [5] 黄伯荣, 廖序东. 现代汉语[M]. 北京: 高等教育出版社, 2017.
- [6] Martinet, A. (1962) A Functional View of Language. Clarendon Press.