

社会语言学视域下2022~2024年度流行语分析

李 萌

西北民族大学中国语言文学学部，甘肃 兰州

收稿日期：2025年5月13日；录用日期：2025年6月11日；发布日期：2025年6月24日

摘 要

流行语作为反映当下社会文化的重要话语表征，可以为观察社会变化、研究社会心态提供依据。本文的研究语料源于2022~2024年《咬文嚼字》编辑部筛选出的年度“十大流行语”。通过梳理近三年共30个流行语之后，研究发现：在语音特征方面，流行语的音节数量主要以三音节为主，语法特征主要以词和短语构成；产生方式上，主要包括复合词、语义泛化与派生词三种；在语义领域分布上，年度流行语主要集中于政治、社会生活、社会事件，而经济、科技创新领域的流行语则相对较少。通过对近三年流行语的研究，可以丰富网络热词的研究视野，以期为社会语言学的研究做出贡献。

关键词

社会语言学，汉语流行语，基本特征，语义领域

Analysis of 2022~2024 Buzzwords in Sociolinguistic Perspective

Meng Li

Department of Chinese Language and Literature, Northwest Minzu University, Lanzhou Gansu

Received: May 13th, 2025; accepted: Jun. 11th, 2025; published: Jun. 24th, 2025

Abstract

As an important discourse characterization reflecting the current social culture, buzzwords can provide a basis for observing social changes and studying social mentality. The corpus of this paper comes from the annual "Top Ten Popular Words" screened by the editorial department of "Biting and Chewing Words" from 2022 to 2024. After combing through 30 buzzwords in the past three years, the study finds that: in terms of phonological features, the number of syllables in buzzwords is mainly trisyllabic, and grammatical features are mainly composed of words and phrases; in terms of production mode, it mainly includes three kinds of words: compound words, semantic

generalization and derivatives; and in terms of the distribution of semantic domains, the buzzwords of the year are mainly concentrated in the areas of politics, social life, and social events, and relatively few of them are found in the areas of economy and scientific and technological innovations. The buzzwords of the year mainly focus on politics, social life and social events, while those in the fields of economy and science and technology innovation are relatively few. By studying the buzzwords in the past three years, we can enrich the research horizons of Internet buzzwords, with a view to contributing to the study of sociolinguistics.

Keywords

Sociolinguistics, Chinese Buzzwords, Basic Features, Semantic Domains

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/>



1. 引言

流行语作为现代汉语的一种特殊变体，总是能够强烈且及时地反映社会现实。具有丰富的语言学研究价值和社会文化意义。关于流行语的定义，在语言学界并没有统一标准。杨文全[1]认为“流行语是在一定时期、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。”夏中华[2]认为“流行语是一个历史范畴，是在一定时段内为人们普遍使用的词语。”《现代汉语词典》(第7版)[3]将其定义为“在一定时期社会上广泛流行的词汇”。

流行语的更新速度极快、数量众多，质量难免参差不齐。因此本文将研究对象选定在 2022~2024 年《咬文嚼字》编辑部推出的年度“十大流行语”中，共计 30 个。这一类网络流行语的流行性更强、传播性更广、认可度也更高，对流行语的研究有很大的参考价值。

2. 年度流行语的基本特征

2.1. 语音特征

根据音节长度，本文将 2022~2024 年的 30 个年度流行语分为双音节、三音节、四音节、四音节以上和其他五种类型(见表 1)。在音节长度上，其表现出灵活、不固定的语音特征。有的流行语可以和各种词语搭配，因此音节长度亦不确定。

Table 1. Syllable forms and quantity of Chinese popular words, 2022~2024
表 1. 2022~2024 年度汉语流行语音节形式及数量

音节形式	流行语示例	数量	比例
双音节	大白、拿捏、村超、搭子、硬控、班味	6	20%
三音节	新赛道、烟火气、天花板、沉浸式、显眼包、数智化、松弛感、小孩哥/小孩姐	8	26.7%
四音节	雪糕刺客、精神内耗、双向奔赴、情绪价值、智能向善、未来产业、银发力量	7	23.3%
四音节以上	踔厉奋发、勇毅前行、中国式现代化、新质生产力、人工智能大模型、特种兵式旅游	5	16.7%
其他	多巴胺……、质疑××，理解××，成为××、city 不 city、水灵灵地 XXX	4	13.3%

由表 1 可见,汉语年度流行语的音节数量按照由多到少的排列情况是:三音节 > 四音节 > 双音节 > 四音节及以上 > 其他。具体表现为:

1. 在 2022~2024 年度流行语中,三音节流行语占比最高,共计 8 个,占比 26.7%。其他类音节的最少,仅有 4 个。单音节的流行语数量为 0。这与现代汉语词汇多音节化的发展趋势一致。从音节的语音结构角度来看,三音节流行语的音节组合偏好“2+1”或“1+2”结构。且符合口语传播的节奏需求,符合汉语韵律。

2. 四音节年度流行语在 2022~2024 年中地位次之。共计 7 个,占比 23.3%。多是由双音节词合并而成的短语。如“精神内耗”“未来产业”“银发力量”等。四音节及四音节以上的流行语也不断涌现,逐渐丰富了汉语流行语的结构。

3. 双音节的年度流行语共计 6 个,双音节流行语使语言表达更加生动准确。如“搭子”一词,原指麻将牌局中的固定搭档,现泛指临时性、轻量化的社交伙伴,强调特定场景下的功能性陪伴。比如:“饭搭子”意为一起吃饭的人、“旅游搭子”为结伴出行的人。

4. 其他类为派生结构。如“多巴胺 XX”“水灵灵地 XXX”等,创造出如“多巴胺女孩”“多巴胺文学”“水灵灵地出发了”等派生用语。这类结构数量虽少,但派生性和能产性较强。

2.2. 语法特征

现代汉语语法单位分为语素、词、短语和句子四个层级。从语法角度来看,2022~2024 年的汉语年度流行语包括词、短语和句子三种类型(详见表 2)。

Table 2. Grammatical unit statistics of Chinese buzzwords in 2022~2024

表 2. 2022~2024 年度汉语流行语的语法单位统计

年份	词	短语	句子
2022	4	6	0
2023	3	6	1
2024	5	4	1
总计	12	16	2

从表 2 中发现,2022~2024 年的汉语流行语中,词和短语是语法单位的主要形式。这一数据不仅表明了语言的经济性原则,也体现出流行语使用形式多样的特点。

3. 年度流行语的产生方式

关于新词的产生,岑运强[4]在《语言学基础理论》中提出造词、旧词新用和借词三种方式。在此基础上,本文将 2022~2024 年汉语年度流行语的产生方式归为下列几种:

3.1. 复合造词

在现代汉语中,复合造词是最常见的一种造词方法,即由两个或两个以上不相同的词根组合而成。2022~2024 年的汉语年度流行语中的复合词共计 11 个,约占所统计总数的三分之一(详见表 3)。

从词根之间的关系来看,2022~2024 年度汉语流行语主要以偏正型结构为主。如:“精神内耗”“显眼包”“班味”等。比如“显眼包”一词,指在社交场合或网络环境中,因行为夸张、外貌独特、打扮另类或观点鲜明而显著吸引他人注意的人或事物。该流行语使用隐喻将“包”从具体物品变为指代“具有某种特征的人”,赋予了拟人化色彩。

Table 3. Chinese buzzword compounds and their number, 2022~2024
表 3. 2022~2024 年度汉语流行语复合词及其数量

年份	复合词	数量
2022	踔厉奋发，勇毅前行、中国式现代化、雪糕刺客、精神内耗	4
2023	新质生产力、人工智能大模型、显眼包	3
2024	数智化、硬控、班味、银发力量	4

3.2. 旧词新用

经分析发现此类词的产生方式几乎源于语义泛化(Semantic Generalization)。语义泛化是指一个词语的意义范围扩大，从原本具体的、狭窄的语义扩展为更抽象、更广泛的含义。这种变化使得词语能适用于更多的语境，甚至衍生出新的用法。本文统计的 2022~2024 年的汉语年度流行语中旧词新用的词语共有 9 个(详见表 4)。

Table 4. Number of new uses of old words in Chinese buzzwords, 2022~2024
表 4. 2022~2024 年度汉语流行语旧词新用数量

流行年份	语义泛化	数量
2022	新赛道、大白、烟火气、天花板、拿捏	5
2023	双向奔赴、情绪价值	2
2024	智能向善、未来产业	2

以“天花板”为例，“天花板”从“指一座建筑物室内顶部表面的地方”到如今用于“形容任何在某个领域中具有顶尖地位的人或事物”[5]；而“情绪价值”本为营销学概念，指顾客感知的情绪收益和情绪成本之间的差值。如今则是对人际关系的描述，指的是一个人影响他人情绪的能力，意义逐渐泛化。

3.3. 派生造词

派生造词是通过在词根上添加前缀或后缀，生成新词并改变其词性或意义的构词方式。2022~2024 年的汉语年度流行语中的派生词有“沉浸式”“特种兵式旅游”“松弛感”“小孩哥/小孩姐”4 个。

具体来看，流行语主要以后缀派生新词。汉语中较少使用派生词缀，但“X 式”“X 感”等类词缀能产性较高，且适用范围广泛。如今“X 式”多表示一种常见的社会现象。如“地毯式搜查”“断崖式下降”等。

3.4. 借词

借词指的是一种语言从其他语言中直接借用的词汇，通常保留原语言的发音或部分形态特征，并融入目标语言的词汇系统。本文统计的 2022~2024 年的汉语年度流行语中的借词共 2 个。分别是“搭子”和“city 不 city”。其中“city 不 city”是外来语借词，“搭子”是汉语方言借词。“搭子”一词源于上海方言，表示的是一种惯常性的牌友关系[6]。如今“搭子”的使用范围扩大，表示一起从事某种活动的同伴，反映了一种新型的社交关系模式。

3.5. 缩略造词

缩略造词是指通过截取、压缩或简化原有的词语或短语，形成更短的新词，同时保留原义或核心含义的构词方式。本文所分析的年度流行语“村超”采用了截取式缩略，保留关键语素，由“乡村足球超级

联赛”截取缩略而成。

3.6. 其他类

本文将 2022~2024 年度汉语流行语中无法按照上述五种类型归类的流行语归为“其他类”。具体有“多巴胺 XX”“质疑 XX，理解 XX，成为 XX”“水灵灵地 XXX”。

从使用上看，这一类流行语具有很高的能产性。例如：“多巴胺休假”、“质疑班主任，理解班主任，成为班主任”“水灵灵地下班”等诙谐的句子出现掀起了网络中的使用热潮。

4. 年度流行语的语义领域

4.1. 政治领域

近年来，时政热点词已逐渐进入政治领域流行语中。具体来看，政治领域共计 4 个流行语。一些流行语是对国家政策、发展理念的生动概括，如“中国式现代化”，它体现了中国独特的发展道路和目标，有利于凝聚社会共识。还有一些流行语可以使得政治话语更加贴近民众生活，使政治表达更具有亲和力 and 感染力。如“新质生产力”，不仅体现了国家对经济发展行动力的重视，也向社会传递了推动科技创新和产业升级的信号，有助于塑造政府积极引领经济高质量发展的形象。

4.2. 经济领域

2022~2024 年度汉语流行语中经济领域的流行语共计 3 个，分别为“新赛道”“数智化”与“未来产业”。这类流行语是对经济领域新现象、新趋势的直接反映。如“新赛道”，形象地描述了在经济发展中出现的人工智能、新能源等新兴产业，这些“新赛道”为企业和投资者提供了新的发展机遇和方向。“数智化”则体现了数字技术和智能化在经济各领域的深度融合，是经济转型升级的重要特征。

4.3. 社会生活领域

流行语往往是对当下社会生活中各种现象、问题和人们生活状态的生动写照。因此社会生活领域的年度流行语最为丰富，占比 30%。从这些流行语中不难看出背后所指向的社会现象。如“精神内耗”“情绪价值”“班味”，映射出如今大众内心存在的焦虑情绪，与当今激烈的社会竞争息息相关；“小孩哥/小孩姐”则反映出各个阶段的社会群体均存在一定的竞争压力。在这样的压力之下，“松弛感”便是应对压力的有效途径。这些流行语的背后一方面是大众情绪的宣泄口，一方面又是平衡情感的方式。

4.4. 社会事件领域

社会事件是指在社会上发生的有广泛影响力的事件，与大众生活密切相关。一些流行语直接源于特定的社会事件，成为该事件的标签或代名词。例如“特种兵式旅游”，反映了年轻人高强度、高效率的旅游方式。尤在疫情后旅游市场复苏的背景下兴起，折射出人们出行和探索世界的强烈渴望。流行语还蕴涵着更广泛的社会现象和问题。像“雪糕刺客”源于消费者对部分商品价格虚高、市场定价不规范的调侃，消费者在购买雪糕时遭遇价格“突袭”。

4.5. 科技创新领域

2022~2024 年度汉语流行语中科技创新领域的流行语有“人工智能大模型”和“智能向善”。形象描述了科技概念与成果，表达了我国的科技发展理念与目标。例如“智能向善”，体现了科技界对于利用智能技术为人类社会带来福祉的追求，强调在科技创新过程中要遵循道德和伦理原则，激励着科研人员和企业的前沿科技领域不断探索和创新，使科技成果服务于人类的美好未来。

5. 结论

本文在社会语言学理论的指导下,对 2022~2024 年度汉语流行语的音节特征、语法单位形式、产生方式以及语义领域分布进行了分析。发现在音节特征中,汉语年度流行语主要以三音节为主,四音节次之;在语法特征中,汉语年度流行语主要以词和短语为主;在产生方式中,汉语年度流行语的产生方式主要包括复合词、语义泛化与派生词三种;在语义领域分布上,政治、社会生活、社会事件的年度流行语数量较多,经济、科技创新领域相对较少。通过对近三年流行语的研究,可以丰富网络热词的研究视野,使人们对流行语有新的认识,以期为社会语言学的研究做出贡献。

参考文献

- [1] 杨文全. 流行语的界说与初步描写[J]. 新疆大学学报(哲学社会科学版), 2002(2): 125-130.
- [2] 夏中华. 关于流行语性质问题的思考[J]. 语言文字应用, 2012(1): 93-98.
- [3] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典[M]. 第 7 版. 北京: 商务印书馆, 2016.
- [4] 岑运强. 语言学基础理论[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2005: 159, 154-155.
- [5] 曾曼玉, 娄琦. 从认知视角分析 2022 年度网络流行语的意义建构[J]. 今古文创, 2024(19): 124-126.
- [6] 李晨曦. 方言对网络流行语的影响[J]. 芒种, 2025(1): 99-101.