

网络语言的“通货膨胀”现象研究

宋雨雨

江西科技师范大学文学院, 江西 南昌

收稿日期: 2025年6月17日; 录用日期: 2025年8月6日; 发布日期: 2025年8月20日

摘要

随着网络的快速发展, 网络交流成为人们生活中不可或缺的一部分, 而网络交流中所使用的语言与现实生活中语言的巨大差异引起了人们的重视。受到网络环境、交流媒介以及使用者心理等层面的影响, 网络语言不可避免地出现了“通货膨胀”现象, 进而导致了语言实际含义的“贬值”。本文将从其表现形式和成因两方面对网络语言“通货膨胀”现象进行研究分析。

关键词

语言通货膨胀, 网络语, 语言贬值

Research on the “Inflation” Phenomenon of Internet Language

Yuyu Song

College of Liberal Arts, Jiangxi Science and Technology Normal University, Nanchang Jiangxi

Received: Jun. 17th, 2025; accepted: Aug. 6th, 2025; published: Aug. 20th, 2025

Abstract

With the rapid development of the internet, online communication has become an indispensable part of daily life. The significant differences between internet language and real-life language have drawn considerable attention. Influenced by factors such as the online environment, communication media, and user psychology, internet language has inevitably exhibited an “inflation” phenomenon, leading to the “devaluation” of linguistic meaning. This paper analyzes the manifestations and causes of the “inflation” phenomenon in internet language.

Keywords

Language Inflation, Internet Language, Semantic Devaluation



1. 引言

“通货膨胀”本是经济学领域的术语，指纸币的发行量超过所需要流通的数量，导致货币贬值的经济现象。社会学家李安宅在其著作《论语言的通货膨胀》中指出：“币值是交换财富的手段，语言是表达思想和情感的媒介；如同制币与其背后财富的不匹配而生的通胀，语言和语言背后的思想、情感的不匹配，就是语言的通胀。”[1]在互联网时代，人们对于表达的需求急剧增加，同时注意力资源又相对有限，这两个因素为语言的通货膨胀提供了沃土。在网络交流中，交流者通过使用夸张重复的语言来给文字增加色彩，期望信息接收者更高效直接地接收信息。结构主义语言学家索绪尔指出，语言具有形式和意义两个方面的内容。从索绪尔符号学视角看，语言通胀本质上体现了形式与意义的断裂，以“泰裤辣”为例，当说话人通过“语义爆破”来强行放大情感时，词汇的原语义就因过度消费而形成了表意效能的边际递减，因而导致其表达的情感也随之弱化，最终导致情感表达不到位，这便是语言的通货膨胀现象[2]。同时，我们也要准确地区分语言的通货膨胀现象与正常的夸张表达。两者之间最核心的区别在于我们是否能快速地还原出语言背后的真实语义。例如，表达开心的“笑死我了”和表达赞叹的“绝绝子”，我们可以快速地还原出前者的含义，没有任何歧义地理解这是在夸张地表达开心，而“绝绝子”则已经从最开始表达极度地赞叹转变为日常生活中礼貌的夸赞，失去了真实语义，难以辨别。

随着互联网的发展，网络成为人们生活中至关重要的交流方式之一。同时，伴随着网络流行语的大量出现，许多汉语词汇出现了“贬值”的情况。一些频繁使用的词汇失去了本身的意义，而变得口语化、大众化。一方面，我们可以将语言“通货膨胀”现象视为互联网发展的必然产物。另一方面，网络世界中出现的新事物推动新词语的产生，但也使一些旧词语脱离了其本身含义。我们也要警惕这种现象的过度泛化，避免汉语词汇大面积“失真”。

2. 文献综述

语言的“通货膨胀”现象已引起了部分学者的注意[2]。黄启哲(2021)指出词语被随意滥用，其所表达的情感也随之弱化或变化，导致信息理解错位。并进一步表示词义“贬值”背后，不仅透支的是语言的信用，还使表达者的信用有所折扣[3]。李瑶(2024)通过对语言的通货膨胀进行批判性话语分析，发现在数字化交际环境中，语言表达呈现出显著的语义膨胀特征，其文本形式主要表现为词汇的密集叠加和情感表达的强化修饰，这种语言现象同时承载着交际主体的身份建构功能。从历时性的话语形塑过程来看，这种语言变异现象实质上构成了对传统语言规范体系的解构性回应。更为重要的是，在话语权力关系的动态博弈中，该现象通过与主导性话语体系的策略性互动，最终获得了制度化的认可并被纳入常规交际范式[1]。陈梓萌(2024)指出语言“通货膨胀”背后其实是“文字讨好症”，“文字讨好症”并不代表有效沟通，反而人们在过度的遣词造句中，沟通的成本变得更加高昂。

3. 表现形式

语言“通货膨胀”的表现形式，可简单归为以下几类：

3.1. 网络交际用语夸张

在网络交际用语中，受到各种因素干扰，人们担心自己的文字无法完全表达其真实感情。在交际用

语无法完全匹配其要表达的情感时,就出现了网络交际用语夸张现象,即用高于正常交际感情浓度的词语表达正常感情。例如通过网络与同学或者同事进行沟通时,即使对方提供的只是一个正常社交范围内的帮助或者建议,大部分被帮助者都会觉得“谢谢”这个社交用语过于冰冷和不真诚。特别是女性群体中,会频繁使用“爱你”等词汇来代替或辅助“谢谢”这一词汇。或者在表达赞美时,使用“啊啊啊啊救命啊我死了”。以上话语在网络世界中仿佛已经司空见惯,发出者和接收者都默认夸张的言语所传达的实际上是正常的感谢或者赞美,这类网络语言主要用于网上聊天,是非正式的、随意的交际场合[4]。

语言通货膨胀的情况下,话语的发出者通过不断重复和夸张让语言由单一的阅读感受转变为直接的情感冲击,在互联网短暂的碎片化交流中让意义接收者迅速形成对观点的直观印象。

3.2. 文字叠用

语言的通货膨胀在词汇的使用上,主要是以重复和夸张为表征的[3]。首先就是单个字词的堆砌,语言的通货膨胀超越了原本语言抽象的表达方式,让语言文本变得可感。如表达高兴时使用几十个“哈”来保证高兴情绪的准确呈现,或难过时使用多个“呜”表达。根据《2024 年中国网络语言生态白皮书》,叠词类表达在 00 后社交场景中使用率较 2020 年提升 47%,其中“啊啊啊”的平均重复字数从 3.2 个增至 5.8 个。在认知语言学中,该现象属于“象似性原理”中的重叠象似性,即语言形式的重叠和语义内容的数量变化有关。该现象不仅存在于网络交流中,现实生活中也比比皆是,比如“干干净净”程度高于“干净”,“一首首歌”表示许多首歌。但在日常生活中重叠象似性的应用从语气和夸张程度上都更贴近于正常交流,所以并未引起过多关注。

3.3. 文字与表情包融合

美国心理学家爱伯特·赫拉别恩通过对人们表达自身情感和态度所使用的方式研究中表明,语言仅在交流行为中占据 7%的比例,而声调和面部表情则占据高达 93%,这一发现揭示了非语言元素在沟通中的重要性,远超过单纯的语言表达[5]。网络交流与现实交流不同,人们难以仅仅通过文字来表达自身情感和态度,因而在互联网交流中,身体的缺席成为一种普遍现象。而表情包的风靡与流行使其逐渐成为人们情感表达的符号载体[6]。表情包通过文字符号和图片符号的整合有效地弥补了网络空间交往中情感表达的不足。

表情包作为一种符号,能够跨越年龄、国别和语言的限制,包容不同文化,逐渐演变成成为全球社交领域中具有广泛影响力的世界文化标志。表情包所传达的内容并不具备严谨的意义指向,其含义相对灵活且较为宽泛。同一个表情包在面临不同的社交场景与不同的参与者时,其表达的意义可以不同。表情包在网络空间发展迅速,一些使用者甚至表示没有表情包他们已经很难在网络世界与人交流。

4. 成因

4.1. 社交焦虑以及网络影响相交织

网络的快速发展提高了人们沟通的频率和效率,但同时也一定程度上导致了沟通双方的交流焦虑。随着生活节奏的加快和科技进步,对于沟通的不及时以及不准确的焦虑影响着每一个交流个体。对于交流焦虑的缓解,交流个体企图通过提高交流效率以及创新交流形式等方法让信息接收方对其表达的意义和情感有更为准确的理解。新媒体语境中,语言传播的速度快,传播面广,各类既有的程度表达式在各社交平台上广泛高频使用,其表达的程度语义大部分发生了程度不一的磨损[7]。

同时,在网络空间的日常交流中,交流双方无需遵守特定的表达形式和规则,语言的使用边界进一步扩大。语言的通货膨胀帮助个体更加高效地传递意义和情感,大段的文字、亲昵的称呼消解了个体对

于交流的焦虑情绪。通过使用“膨胀的语言”，交流双方避免了冷漠和不礼貌，营造出一种欢快亲昵的氛围，使信息的交换和情感的触达变得确定。网络会话中使用的基式应答语不能满足人们的表达需求，于是语言发生“膨胀”，通过重复音节的形式增强应答语所暗含的情绪，从而满足人们的情感需求[8]。

然而，在一次次夸张地过度使用词汇的过程中，词汇本身的含义被磨损，从而造成使用者对于表达含义的新的焦虑的恶性循环。当交流一方使用正常语言时，另一方可能会陷入无法准确表达自己的焦虑中，从而使交流难以顺畅进行。

4.2. 大众心理变化

在长久以来形成的，隐性的规训之下，情绪夸张被视为一种不符合主流价值观的表现。而随着社交媒体的普及，表达个体发现了网络极大的包容性以及表达自我的满足感。社会的变革带动了大众社会心理的显著变化，同时网络社交媒体又及时地搭建了自由表达的平台。在这种情况下，语言的“通货膨胀”作为人们表达自我的一种外在表现，折射出的实际上是在网络时代人们自我意识的觉醒以及对过往主流价值观的反抗。个性化表达和夸张的语言映射出大众心理的显著变化。表达者可以更加自由且充分地表达自我的情感，甚至日常交际中难以疏导的情感也常常通过网络来宣泄。

4.3. 语言符号影响力逐渐增大

语言在互联网社交中也成为一种虚拟的社交货币，经济信息学家马尔沙克提出语言具有价值、效用和收益等特性，具有商品属性，是一种人力资本，也是一种公共产品。语言通货膨胀的持续扩散，离不开语言作为货币这一基本属性，并且遵循收益的产生和认同的构建两个扩散理路。在网络交流中，语言符合低成本高收益的特点，在人们使用一些夸张或过分亲昵的词汇时，使用者本身的利益并没有受到损害，反而因为这种沟通方式在一定程度上拉近了与交流另一方之间的社交距离，从而展示出了语言的巨大效益。

其次网络平台也使语言的影响力逐渐增大，在各种社交媒体上语言有了广泛传播的可能。人们所使用的经过膨胀的语言来自网络平台时，语言的流行在一定程度上使使用者得到这种语言的“加持”。另一方面自创的网络语言在网上进行传播时，有可能给使用创造者带来一定的心理上或者经济上的正面影响。在这两个因素的双重作用下，在语言符号影响力逐渐扩大的背景下，人们越来越频繁地使用膨胀后的词汇，并逐渐难以摆脱影响。

5. 结语

本文对网络空间中常出现的语言膨胀现象进行了研究，从其表现形式和成因两方面展开论述。将经济学中术语应用于语言学中，有利于我们更快速地理解语言现象，准确地抓住现象背后的本质。网络流行语作为在虚拟社会中广泛流行并影响到现实生活的语言形式，体现了一定的社会时代特征，尤其是经济特征。它的产生、动态发展、构词特点及泛洪传播特征体现了语言经济学的语言网络效应及其省力、均衡原则[9]。在网络世界中，表达者无法仅仅通过文字来传递情绪和态度，原本日常化的表达通过文字进行发送时显得冷漠严肃，而通过文字的重复、夸张以及表情包的使用，表达者确实一定程度上弥补了这种不足。

网络空间中出现的语言膨胀现象并不是新鲜事物，而是在其他交流空间中已出现过，但由于其他空间并没有网络空间所特有的快速传播能力，所以并未引起人们重视。在日常口语交际中，错别字、不合语法、脱落、颠倒等等不规范现象可以不亚于网络语言[10]。归根到底，语言膨胀只是个人在表达想法意图时的语言选择，既有社会流行风尚的影响，也受个体特征以及文化水平制约。对待语言膨胀，既不

能过于恐慌,担心其对语言的恶劣影响,因为语言的流变本身也是一个自然选择的过程[11];也要审视自我,选择适当的表达方式。尤其在教育层面,受到网络和社交媒体影响,不少学生已经出现了“语言膨胀”现象,应在基础教育阶段做好引导,尽可能提高学生准确使用词汇的能力。以基础教育为根基,构建覆盖线上线下全场景的语言表达引导体系,通过认知培育、场景适配与社会协同,引领公众在多元空间中实现得体表达——从校园课堂的语境意识培养,到社会公共领域的文明表达实践,再到网络空间的语义健康治理,让基础教育成为塑造语言文明的核心驱动力,使恰当的语言表达成为个体素养与社会共识的双重体现。

参考文献

- [1] 陈梓萌. 语言“通货膨胀”与“文字讨好症”[J]. 今古文创, 2024(25): 134-136.
- [2] 黄启哲. 动辄多字叠用,是“语义磨损”还是“语言通货膨胀”?[N]. 文汇报, 2021-08-16(001).
- [3] 李瑶, 于建华. 互联网语言通货膨胀的批判性话语分析[J]. 东南传播, 2024(3): 115-117.
- [4] 郑远汉. 关于“网络语言”[J]. 华中科技大学学报(人文社会科学版), 2002(3): 102-106.
- [5] 张晶, 金文龙. 场景浓缩: 表情包的使用与虚拟——现实的连接[J]. 东南传播, 2024(9): 114-118.
- [6] 谷学强, 张子铎. 社交媒体中表情包情感表达的意义、问题与反思[J]. 中国青年研究, 2018(12): 26-31+108.
- [7] 曹春静. 新媒体语境中程度表达式的创新及其动因[J]. 杭州电子科技大学学报(社会科学版), 2022, 18(3): 72-78.
- [8] 康萍. 网络语体中重叠式应答语研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2022.
- [9] 刘念. 网络流行语的语言经济学原则[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2004(3): 91-94.
- [10] 何洪峰. 从符号系统的角度看“网络语言”[J]. 江汉大学学报(人文科学版), 2003(1): 74-78.
- [11] 祁伟. 试论社会流行语和网络语言[J]. 语言与翻译, 2002(3): 18-22.