

2014
2014
2014

2014

教育部语言文字信息管理司 策划

2014 HANYU XINCIYU

侯敏 邹煜 主编

汉语
新词
语

商务印书馆

国家语言文字工作委员会“十二五”科研
规划项目（编号YB125-62）

2014汉语新词语

侯敏 邹煜 主编

 商务印书馆
The Commercial Press

2015年·北京

图书在版编目(CIP)数据

2014 汉语新词语 / 侯敏, 邹煜主编. —北京: 商务印书馆, 2015

ISBN 978-7-100-11521-6

I. ①2… II. ①侯…②邹… III. ①汉语—新词语—2014
IV. ①H136

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 191090 号

所有权利保留。

未经许可, 不得以任何方式使用。

2014 HÀNYŪ XīNCÍYŪ

2014 汉语新词语

侯 敏 邹 煜 主 编

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北京市艺辉印刷有限公司印刷

ISBN 978-7-100-11521-6

2015年10月第1版

开本 787×1092 1/32

2015年10月北京第1次印刷 印张 6 1/4

定价: 19.00元

审 订 李志江 刘一玲
主 编 侯 敏 邹 煜
编委会 于根元 刘一玲 周洪波 李行健
杨尔弘 何婷婷 刘 华

编 写 (按音序排列)

巴 伟 程南昌 龚 晟 何 伟
侯 敏 李 甜 李智初 刘 鹏
陆 叶 牟彦霏 苏 珊 滕永林
张 晶 周红照 朱 波 朱洪涛
朱晓琳 邹 煜

责 编 李智初
插 图 陈静娴

前 言

一步步走完新词语筛选程序,包括机器过滤、人工鉴别以及专家审定,在2014年共计117万个文本、约12亿字次的报纸、广播电视和网络新闻语料中,共提取出年度新词语424条。下面是对这424条新词语的简要统计和分析。

一 词语长度

词语长度是词汇的一个重要特征。计算时一个汉字、一个字母或一个阿拉伯数字,都算一个字长。统计结果显示,数量排前的跟2013年基本相同,三字词仍为第一,但比例稍有下降,二字词仍然排列第二,比例有较大上升,其次是四字词。三字词语比例持续占优势,与2014年各种三字格的网络金融产品以及各种保险产品蜂拥而来有关。2014年新词语平均词长为3.12字,这几年呈持续下降态势。2014年度与2013、2012年度词长分布比较的具体数据见表1。

二 词语构成材料

就构成材料看,424条新词语以汉字为主体,同时兼有多样。完全由汉字构成的新词语有414条,占97.64%,其余10

表 1 2014 年度与 2013、2012 年度新词语词长分布比较

词长(字数)		1	2	3	4	5	6	7	≥8	总计	平均词长
2014 年度	数量(个)	0	121	177	97	21	7	0	1	424	3.12
	比例(%)	0.00	28.54	41.75	22.88	4.95	1.65	0.00	0.23	100.00	
2013 年度	数量(个)	0	87	165	77	22	3	7	2	363	3.22
	比例(%)	0.00	23.97	45.45	21.21	6.06	0.83	1.93	0.55	100.00	
2012 年度	数量(个)	2	77	260	189	47	7	3	0	585	3.38
	比例(%)	0.34	13.16	44.45	32.31	8.03	1.20	0.51	0.00	100.00	

条新词语中,有纯字母的,如“ISIS”;有汉字加字母的,如“APEC 蓝、百度信誉 V、融 e 购、Q 仔、Q 骗”;也有汉字加阿拉伯数字的,如“猎狐 2014”;还有字母加数字以及字母、数字加汉字的,如“T2O、F2O、2H 准则”。具体分布见表 2。

表 2 2014 年度新词语构成材料分布

类 型	纯汉字式	非纯汉字式	总计
数量(个)	414	10	424
比例(%)	97.64	2.36	100.00

三 结构方式

结构方式指的是词语内部的组织构成方式。表 3 显示了 424 条新词语结构方式的分布情况。

表 3 2014 年度新词语结构方式分布

类 型		数量(个)	比例(%)	例 词	
词 语	单纯型		7	1.65	雷金、嘿客、花呗、萌萌哒、ISIS、T2O、F2O
	合 成 型	偏正式	294	69.34	深改、弹幕、颜值、学神、裸年、虎蝇、法考、暖爸、霾表
		并列式	18	4.25	高冷、贱萌、村帅、减假暂、高洋上、医养工、打虎灭蝇
		主谓式	9	2.12	心塞、沪港通、楼亲亲、路转粉、小官巨腐、一剧两星
		动宾式	29	6.84	占中、抗埃、集赞、抓常、蹭跑、弃星、虐星、避霾、傍焦
		动补式	3	0.71	秒光、秒空、猎狐 2014
		连动式	10	2.36	走课、走工、寄血验子、弃访转法、换位沉底、不作不死
	附	前附加式	13	3.06	零解聘、反美颜、零窗口、零裸官、微领域、微沙龙、微拍
	加	后附加式	41	9.67	弟控、帮客、宝粉、星星迷、降噪令、蓝翔体、点心男
	总 计		424	100.00	——

从表 3 可以看出,2014 年度新词语的结构方式仍以合成型占绝对优势。合成型中,偏正式能产性最高,占总词数的 69.34%,其余都不足 10%。

2014 年有些新词语在构词上出现了新变化,表拟声、表语气的成分进入词语内部,成为构词成分,如“壁咚、花呗、萌萌哒、么么哒”,它们与其他成分之间的关系不太好确定,尤其后三者,我们暂且将其放在单纯词中。

表 4 是 2014 年度与 2013、2012 年度新词语结构方式分布的对比。从中可以看出:偏正式仍然是最活跃的、占据主流的词语结构方式,且有升高趋势;和前两年相比,后附加构词直线下降,由 2012 年的 22.91% 下降到 2014 年的 9.67%,呈现出明显的衰落趋势。

表 4 2014 年度与 2013、2012 年度新词语结构方式分布对比

类 型			2014 年		2013 年		2012 年		
			数量(个)	比例(%)	数量(个)	比例(%)	数量(个)	比例(%)	
词 语	单纯型	单音节	0	0.00	0	0.00	1	0.17	
		多音节	7	1.65	6	1.65	2	0.34	
	合 成 型	复 合	偏正式	294	69.34	220	60.61	376	64.27
			并列式	18	4.25	17	4.68	21	3.59
			主谓式	9	2.12	15	4.13	14	2.39
			动宾式	29	6.84	13	3.58	21	3.59
			补充式	3	0.71	1	0.28	0	0.00
			连动式	10	2.36	8	2.20	8	1.37
	附 加	前附加	13	3.06	18	4.96	8	1.37	
		后附加	41	9.67	65	17.91	134	22.91	
	总计			424	100.00	363	100.00	585	100.00

四 领域分布

将 424 条新词语按照时政、经济、科技、文化、教育、医药、生活、体育、环保、反腐 10 个领域分类,其中社会生活类新词语最多,环保、体育类最少。具体数据见表 5。

表 5 2014 年度新词语领域分布

领域	时政	经济	科技	文化	教育	医药	体育	生活	环保	反腐	总计
数量(个)	48	80	23	44	24	15	6	135	5	44	424
比例(%)	11.32	18.87	5.42	10.38	5.66	3.54	1.41	31.84	1.18	10.38	100.00

五 使用频次分布

表 6 2014 年度新词语的使用频次分布

频次段	数量(个)	比例(%)	例 词
≥1 000	29	6.84	新常态、沪港通、占中、一带一路、冰桶挑战、习大大、APEC 蓝
999—300	26	6.13	微信红包、混改、亚太梦、海外购、抗埃、一剧两星、跑男、集赞
299—100	53	12.50	宝粉、心塞、挑刺工、北京蓝、雾霾险、黄流、蹭跑、学神、秒抢
99—30	135	31.84	壁咚、医老、学残、新乡贤、季包、Q 骗、裸年、虐星、舔屏、傍焦
29—10	134	31.60	掉单、地位、食强险、弟控、走工、红包群、点赞党、法考、秒空
9—3	32	7.55	白菜货、杯货、扒刷、扫款、床东、智腐、欠募、零裸官、蓝翔体
2—0	15	3.54	车腐、萌经济、秒转、啃小族、秒赞、红六条、标签女、语言癌
总计	424	100.00	——

六 体现年度特点的词族群

如果说语言是社会的一面镜子,那么新词语就是当下社会生活的万花筒。透过一簇簇新词语,我们可以更清楚地看到 2014 年里一个个色彩斑斓的社会热点。

1. 领袖引潮

在语言使用的大潮中,总有那么一些弄潮儿会引领、推动着新词语的产生和发展。自互联网成为中国百姓追求民主、抒发民意的平台以来,一些智慧的网民就承担了这种语言弄潮儿的角色。“躲猫猫”“山寨”“雷人”“给力”“粉丝”“暖男”“女汉子”“土豪”,这些新词语,哪一个不是网民的创造?哪一个不是借助互联网来传播?但较之以往,2014 年却有所不同,“领袖引潮”成为新特点。试看,“新常态”“亚太梦”“抓

常”“一带一路”“金砖梦”，这些词语一经习近平主席提出，立刻变得家喻户晓，甚至响遍世界；“APEC 蓝”“蛮拼的”“点赞”虽不是习近平原创，但经习近平使用后立刻红遍大江南北，使用频率迅速攀升。习近平 8 月 22 日在蒙古国发表的“欢迎大家搭乘中国发展的列车”的“搭车论”也反映了他作为大国元首的高境界、大胸襟。

“领袖引潮”这一特点，其实前两年就已见端倪，2012 年的“中国梦”，2013 年的“老虎苍蝇一起打”等，也都是习近平提出后成为媒体和百姓口中的热词。言语，往往是发乎心，止乎情。能够做到“领袖引潮”，显然与习大大那通俗易懂、有情怀、接地气的语言风格以及高瞻远瞩、有责任、敢担当的人格魅力有关，是人民群众对他执政以来观点理念、所作所为的认可。

2. 依法治国

在“汉语盘点 2014”中，列于“中国媒体十大流行语”之首的就是“依法治国”。依法治国，是党领导人民治理国家的基本方略，是中国迈向富强、民主、文明的社会主义现代化国家的必然选择，也是实现国家治理体系和治理能力现代化的根本要求。2014 年体现出“依法治国”精神的新词语遍布各个领域：

行政领域，任用干部必须参加“法考”，不懂法律知识的不能任职；中组部发布的“禁读令”引发了领导干部退学潮；基层党组织要对照“三严三实”要求，在为民办事上真正打通“最后一公里”，走好“最后一步路”。

反腐领域，公务接待发出“五星禁令”，会议场所“限星”，公职人员有“限礼金令”，党员干部子女结婚有“限桌令、限客令”，以致有人说现在抓反腐是“逢节必令”。

经济领域，作为“共和国长子”的央企，要依法决策、依法竞争、依法发展，建设“法治央企、阳光央企”；作为中国最大电商，为保障消费者权益，打击假货，淘宝正在从“实名认证”向“实人认证”迈进。

文化领域，封杀劣迹艺人的“劣迹令”、加强网上境外影视剧管理的“限外令”、针对广场舞噪音扰民的“降噪令”，都在一定程度上治理了文化和生活环境。

教育领域，为教育公平、学生减负，教育部发出了小升初特长生的“减招令”；针对中小学教师的“红六条”、针对高校教师的“红七条”，都成为教师不可触碰的“师德红线”。

司法领域，“减假暂”审理程序规定正式施行，人民法院审理此类案件须在立案后5日内向社会公示；“呼格案”平冤，“念斌案”宣布原告无罪，“叔侄强奸案”定为错案平反，相关人员追责，从个案正义到制度正义，最终将促进我国司法的进步。

食品领域，国家卫生计生委、质检总局等五部门发出“禁铝令”，公安部门将增加一个新警种：食药警察，百姓的餐桌安全多了一道防线。

网络社交领域，国家互联网信息办公室推出了“微信十条”；还有为弘扬宪法精神，建设法治中国，全国人大常委会设立了中国第一个“国家宪法日”和“国家公祭日”。

3. 反腐风暴

作为 2013 年主旋律的反腐败,2014 年唱得更响,已然成为中国反腐的高峰年,世界为之侧目,也出现了一大批相关的新词语。继 2013 年的“房腐、证腐”之后,“车腐、智腐”也出来了,还有“雅赠、暗腐败、呆腐败、亲缘腐败、烟草腐败、人情贪腐、崩塌式腐败”等形形色色的腐败行为在 2014 年一一浮出水面;在“打虎灭蝇”的斗争中,2014 年共查处了 42 名副省部级以上干部^①,其中既包括国级的“大老虎”、解放军系统的“军老虎”、退休的“老老虎”、退居二线的“下山虎”,也有 60 后年轻的“上山虎”,还有身为纪检监察系统内部人员的“自家虎”,这充分显示了党中央反腐无禁区的决心和铁腕;与此同时,“小官巨腐”的事件也频频爆出,“虎蝇”指的是职级如“蝇”,贪腐如“虎”的官员,一个副处级干部竟贪腐了上亿!这些“巨蝇”“蝇贪”的事实告诉我们,绝不能再“纵蝇为害”;2014 年中国反腐还延伸至国外,国际追赃追逃的“猎狐 2014”行动,半年便斩获数百名外逃经济犯罪嫌疑人;干部岗位要求“零裸官”,大批裸官遭清理,从任用制度上封堵了贪官的后路;“断崖式降级”则挡住了那些被处理官员复出的机会;对责任人员实行了“双移送”:将违法犯罪的移送司法机关,将违纪的移送纪检监察机关;此外,收受礼金的“收礼罪”

^① 中共中央纪律检查委员会、中华人民共和国监察部官网《人民日报:2014 这一年 纪委很忙很辛苦》,http://www.ccdi.gov.cn/yw/201412/t20141230_49373.html。

有望入刑,若获通过,必将进一步推动社会法治建设。

4. 宝宝军团

2013年6月,“余额宝”横空出世,满月即吸金破百亿,客户超四百万,可谓大红大紫。在余额宝及其“宝粉”们的带动下,2014年互联网理财大幕开启,各类网络理财“宝宝”蜂拥而来,形成了蔚为壮观的“宝宝军团”:有集收款、缴费和销售为一体、具有返利功能的“捷诚宝”,零散资金增值服务、用户能随时消费和转出资金的“零钱宝”,自动申购、赎回并可直接在自动取款机上取现或刷卡消费的“添金宝”,支持微信客户端的货币基金产品“微钱宝”,既实现货币基金的收益同时又享受支付功能的“薪金宝、薪金煲”。有些产品还带有明显的领域特点,如提供黄金买卖、投资服务的“存金宝”,通过支付买车订金获得现金收益的“订车宝”,通过房产增值让投资者获得利润的“房宝宝”,通过互联网定制私人农场以获取收益的“耕地宝”,预存话费可产生收益的“话费宝”,通过做任务兑换流量币的“流量宝”,借助微信的卖房营销平台“微销宝”,提供互联网证券服务的“佣金宝”,以及旅游宝、活钱宝、定活宝、浦发宝、携程宝等等。一些不带“宝”字的金融产品可编为“宝宝军团”的特种部队,如面向个人消费者提供网购消费信贷的“花呗”,提供金融服务却不收取交易费用的“零佣通”,提供移动支付服务的“壹钱包”,根据企业纳税证明及纳税信用记录就可提供贷款的“税务贷”,为帮助创业青年解决融资瓶颈实施小额贷款的“助青贷”,以及快溢通、逸品贷、乐惠存、搜易贷、贷生金,等等,琳琅满目,火爆十足。但还不

到 2014 年年底,大多“宝宝”们的收益率已成下滑之势,未来互联网金融市场将向何处去,这些“新词语”寿命有多长,我们拭目以待。

5. 奇葩保险

继 2013 年的奇葩险种“赏月险、脱光险、熊孩子险、老人摔倒险”后,2014 年险种再度“创新”,夺人眼球。保险公司集中瞄准了 4 个领域:春运、世界杯、情人节、天气。与春运有关的是“春运险、吃货险、鞭炮险”,与巴西世界杯有关的则是“喝高险、肠胃险、夜猫子险、足球流氓险、世界杯遗憾险”,针对情人节推出的是“爱情险、意外怀孕险”,针对气候推出的是“雾霾险、高温险”。此外,还有“买房降价险、手机碎屏险、学雷锋险、摇号险”。自然,这“奇葩险”也不是中国独有,据说荷兰就有“绿帽子险”,如果丈夫投保后发现妻子“红杏出墙”,可获赔 500 欧元,美国还有“外星人绑架险”,如果被保险人遭到来自不明飞行物的外星人的绑架,则可获赔 1000 万美元^①,尽管保费只有 9.95 元,估计保险公司也会认定这是只赚不赔的买卖。不过,2014 年也不是所有新险种都那么奇葩,如针对商家推出的“奶粉险”和“食强险”。如果消费者在店铺中购买的奶粉被责令召回和下架,将可以获得每罐奶粉 2000 元人民币的保险赔偿;“食强险”是针对食品、药品业的食物安全责任强制保险,这两个险种都能倒逼相关企业完

^① 深圳新闻网《看看各国的奇葩保险》, http://www.sznews.com/roll-news/barb/2013-09/06/content_922807578.html。

善机制,可以说是实现了社会、企业和消费者的多方共赢。

6. 学子众相

教育乃百年大计,学习经历人人都有,学习成绩自然也分三六九等。成绩优秀者可冠以“学霸”,成绩落后者则自称“学渣”。然而 2014 年,分类更加系统,标签更加细致:“学霸”之上还有了“学神”,他们天资聪慧、相貌出众、学习高效、能力超强,是同学们崇拜的偶像;那些看起来并不用功,但考试时总能拿到高分的叫“学糕”,就像切糕,表面酥脆,内里却无比坚硬;与他们相似,上课睡觉,下课玩闹,但学习成绩仍然很好的叫“学痞”;在某个学科上超乎常人,具有鬼怪之才的自然是“学鬼”;学习走火入魔,处于癫狂状态的叫“学魔”;学习成绩平平的芸芸众生只能是“学民”;还有两类最值得同情:学习极其刻苦,但成绩很差的叫“学残”,因他们的学习能力貌似有残缺;那些没日没夜地学习,身体虚弱,不堪重负的叫“学弱”,表面很强,一碰就成渣的是“学酥”,比“学渣”还差的是“学沫”“学水”,每临期末,很多学生都称自己得了“学癌”。其实,每个人都有自己的特长和兴趣,什么时候能真正做到“因人施教”,每一个学生都能成为自己心中的“学神”,其余的那些词都消失了,我们的教育也就成功了。

7. 卖萌时代

随着 2009 年日本动漫中“萌”的传入,中国也慢慢进入了一个“卖萌”的时代,人们的价值观也随之发生变化,“看脸社会”就是一个明证,“颜值”甚至已成为招聘的重要依据。与前两年主要是用于他称的“萌女孩、萌爸、萌娃、萌相、萌

军、萌妹子”不同,2014年的“萌萌哒”更是一种自我卖萌,而且卖萌的程度可以用指数来衡量,因此有了“萌值”;此外,不仅要“萌”,还要“贱”,无论“萌贱”还是“贱萌”,现在都已没有贬义,都表示“可爱、讨喜”的意思;“萌”对现代人这么重要,以至于推动GDP,形成了“萌经济”。毋庸讳言,“萌”已成了现代社会调节人际关系的润滑剂。细分起来,“萌”与“颜”并不同,“萌”更多体现为内在的、后天的,是内心的单纯反映到外表的可爱,而“颜”则是外在的、先天的,是拜父母所赐的容颜相貌。如果我们的社会能更看重“萌值”,降低“颜值”,或许会更公平,更美好。

8. 粗鄙表达

继2012年“屌丝”的泛滥,2014年又产生了一些格调比较低俗的“新词”:逗比\逗逼、逗B舞\逗逼舞、逼格、撕逼。这些不仅在网络上使用,也出现在报纸、广播电视中。例如“逗比”在国家语言资源监测语料库中竟出现了1001次,频次比2014年大红大紫的“微信红包”还要高;“逼格”也在报纸语料122个文本中出现了186次,看来语言粗鄙化的倾向不容忽视。应该指出的是,“你妹、蛋疼”之类的粗鄙是明摆在那里的,而与之不同,“逼格”这类词,或者是受方言的影响,或者是受学识的限制,可能很多人并不知道其中构词语素“逼”的真正含义,因此不仅在报纸上堂而皇之地使用,还觉得时尚得很,但却让人听\看得很不舒服,这不仅污染了媒体环境,也有损中华文化形象。

2014年已成为历史,渐行渐远,但记录了2014年脚步的新词语,却可供后人随时检视。

侯 敏

2015年6月27日

于中传