

当代中国
流行文化研究丛书

流行语

折射的

网络文化

国家社科基金项目系列成果 北京市新闻出版局重点图书

丛书主编 仓理新
本书主编 仓理新
副主编 王萌
本书撰写 董适
刘仲翔 李崇文
张仓 张哲 李稚子
赵宇薇

国家社科基金重大招标项目『当代中国大众文化的价值观念研究』

（项目编号：11&ZD022）阶段性成果／国家社科基金项目『当

代中国流行文化研究』（项目编号：06BSH036）后续成果



旅游教育出版社

当代中国

流行文化研究丛书

流行文化研究丛书

折射的

网络文化

国家社科基金项目系列成果 北京市新闻出版局重点图书

仓理新

本书主编

仓理新

副主编

王萌

本书撰写

董适

赵宇薇

刘仲翔

李崇文

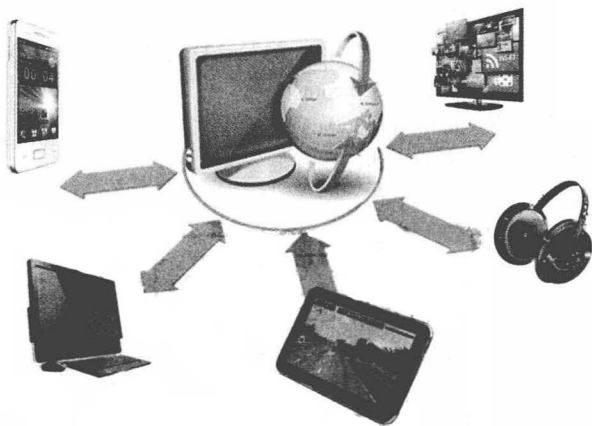
张哲

李稚子

国家社科基金重大招标项目「当代中国大众文化的价值观研究」

（项目编号：11&ZD022）阶段性成果（国家社科基金项目「当

代中国流行文化研究」（项目编号：06BSH036）后续成果



旅游教育出版社

策划编辑: 赖春梅

责任编辑: 赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

流行语折射的网络文化/仓理新, 刘仲翔, 李崇文主编.

—北京: 旅游教育出版社, 2012.10

(当代中国流行文化研究丛书)

ISBN 978-7-5637-2420-8

I. ①流… II. ①仓…②刘…③李… III. ①汉语—社会习惯语—
关系—互联网络—文化—研究—中国 IV. ①H136.4②TP393-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第128422号

当代中国流行文化研究丛书

流行语折射的网络文化

仓理新 刘仲翔 李崇文 主编

王 萌 张 仓 张 哲 李稚子 副主编

董 适 赵宇薇 撰写

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	880×1230 1/32
印 张	6.75
字 数	130千字
版 次	2012年10月第1版
印 次	2012年10月第1次印刷
定 价	36.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

作者简介

· 主编 ·

仓理新

首都师范大学政法学院社会学与社会工作系教授、社会学博士。主持完成 2006 年国家社科基金一般项目“当代中国流行文化研究”；2011 年度国家社会科学基金重大招标项目“当代中国大众文化的价值观研究”子项目负责人；主持并完成教育部和北京市教委科研课题各 1 项；策划、编辑的图书荣获国家级、省部级奖励 9 项。已出版专著 7 部，在权威期刊、核心期刊发表学术论文几十篇。

主要著作：

主编《流行语折射的流行文化》（旅游教育出版社，2011），《流行语折射的旅游文化》（旅游教育出版社，2010）；独著《书籍传播与社会发展——出版产业的文化社会学研究》（首都师范大学出版社，2007）；第二主编《中国社会保障辞典》（首都师范大学出版社，1994，该书 1995 年获全国优秀教育图书一等奖，1996 年获北京市第四届哲学社会科学优秀成果二等奖）。

主要论文：

《从流行语看流行文化——以超女选秀为例》(新华文摘, 2009〈1〉),《选秀潮引起的思考》(师资建设, 2009〈2〉),《构建出版社会学理论体系的基本思路》(中国人民大学报刊复印资料, 原载出版工作, 2007〈6〉),《社会主义文化建设呼唤出版社会学》(中国社会科学文摘, 2007〈3〉),《以社会学为视角观察书籍》(学习与探索, 2005〈5〉),《以历史学为视角观察书籍》(首都师范大学学报, 2005〈2〉)等。

刘仲翔

人民出版社副编审,《新华文摘》文化栏、社会栏编辑,法学博士。

主要著作：

《中国人民大学社会发展报告》(2010)(第5章“医药卫生体制改革的新进展”,中国人民大学出版社,2010);《新中国60年 学界回眸——社会学与社会建设卷》(第1章“社会结构变迁的轨迹”、第8章“医疗卫生体制的重要成就”,北京出版社,2009)等。

主要论文：

《论农民生活医学化》(江海学刊, 2010〈5〉),《中国的社会结构变迁与社会学的理论回应》(黑龙江社会科学, 2010〈5〉),《健康责任与健康公平》(甘肃社会科学, 2006〈7〉),《20世纪30年代定县的卫生保健运动》(河北学刊, 2006〈7〉),《社会转型与农村医疗卫生》(甘肃理论学刊, 2006〈6〉)等。

李崇文

首都师范大学副研究员,主要从事教学管理研究和行政管理工作。公开发表论文十多篇,2011年12月获“教育部对口

支援西部高校十周年突出贡献个人”表彰。

主要著作：

参与编写《托起明天的太阳》(共四册)(北京师范大学出版社, 2005); 参与教育部《教师教育机构资质认定标准》课题研究及教学工作评估标准的制定。

主要论文：

《避免几种倾向, 发挥学分制优势》(黑龙江高教研究, 2003〈3〉), 《学分制学籍管理的实践与思考》(广西师范大学学报 2004〈3〉), 《现阶段我国高校实行学分制模式的实践与研究》(湖南师范大学教育科学学报, 2005〈4〉), 《大学理念与学分制》(首都师范大学学报, 2005〈3〉)等。

致 谢

本书的完成没有各方面的支持是不可能实现的，主编和全体作者在此感谢各位领导和专家对本书出版的支持。

感谢全国哲学社会科学规划办公室对本课题的立项和支持。

感谢北京市新闻出版局把《当代中国流行文化研究丛书》纳入2009年北京市重点图书选题。

感谢著名社会学家郑杭生教授为本书作序。

感谢首都师范大学政法学院社会学与社会工作系主任范燕宁教授对本书的支持。

感谢旅游教育出版社领导对本书选题的支持，感谢责任编辑赖春梅等同志对本书付出的辛勤劳动，并提出富有成效的修改意见。

序 言

流行文化社会学研究的新进展

“当代中国流行文化研究”是 2006 年度国家社会科学基金项目社会学课题指南项目。课题承担者仓理新教授在注重研究社会成员日常生活热点的基础上，设计了几个子课题，内容涉及旅游文化、网络文化、健身文化等当代我国大众比较热衷的领域。项目的最终成果是关于当代中国流行文化的研究报告。由于作者以流行语为切入点的思路很有新意，在课题未结题时就引起了出版界的兴趣，被北京市新闻出版局列入 2009 年度重点图书选题。主编仓理新教授在完成国家社科基金项目的研究过程中组织编写了这套丛书。应该说，这套丛书无论在理论研究方面，还是实证研究方面都具有很高的学术价值和应用价值。

新中国成立后，我国对文化的社会学研究，始于 20 世纪 80 年代，但尚未涉及、或者说尚未真正涉及大众流行文化，因

为大众流行文化是工业社会后期为广大社会成员消费的文化，与社会经济发展水平、都市化程度、中间阶层数量等社会指标的提高紧密相联。近年来我国经济持续发展、城市化进程加快、中间阶层数量增加，特别是电视在城乡家庭居民家中成为日常生活用品，大众流行文化研究才被正式提上日程。这套丛书反映了这一新的社会趋势，是有新的社会学意义的。

近年来，相关机构虽然每年发布流行语，但只是列举了流行语是什么。至于形成流行语的社会渊源、流行语反映的社会热点、流行语传播的社会效果、流行语的发展趋势以及对社会变迁的影响等更加深刻的社会问题，则几乎没有著作涉及。这套丛书对上述问题做了深入的探讨和研究，是我国学者对语言社会学进行的有某种开创意义的研究。社会语言学和语言社会学都是语言学与社会学相交的交叉学科。社会语言学把流行语看做一种词汇现象。从研究的角度来说，是一种词汇的分类研究。语言社会学把流行语看做反映社会文化的符号。研究角度是揭示符号互动引发的社会变迁。丛书把流行语作为观察社会文化的视角，重点探讨流行语背后反映的社会问题，因此，这在一定程度上为语言社会学注入了某种新意。这是该丛书的第二个新的社会学意义。

丛书的第三个社会学意义是拓展并夯实了相关的社会学分支学科。对流行文化的研究涉及许多社会学分支学科，例如：文化社会学、语言社会学、旅游社会学、体育社会学、日常生活社会学、闲暇社会学、消费社会学等分支学科。此外，丛书此次开展了网络流行文化的研究，不仅收集了官方媒体和网络媒体发布的流行语，还探讨了与网络流行文化相关的社会问题，

为目前正在形成的网络社会学分支学科增添了某种新因素、新东西。

就应用价值来说，这套丛书对文化创意产业有不小的参考意义。现代社会的一个突出特点是为人服务的行业逐渐取代向自然索取资源和加工资源的行业，即第三产业的规模日益扩大。其中，文化产业创造的效益在第三产业中的比重日益增加，文化产品成为社会大众的日常消费品。技术的发达使传统的工作方式逐渐被改变，人们的闲暇时间日益增多。“以人为本”的观念日益深入人心，因此，社会学研究的一个重要方面，也从以往重视宏观研究向贴近日常生活的微观研究转变。这套丛书中列举了许多利用文化元素开发文化产品，在市场上获得效益的成功案例，为我国新兴的文化创意产业提供了经验研究的依据和数据。

当今世界越来越强调科研成果的转化和应用。丛书主编仓理新教授在这方面也做了很好的尝试，不仅开发了这套丛书并获得出版资助，还开设了一门受高校本科生欢迎、评价不低的课程。她于 2008 年秋季在首都师范大学为全校本科生开设公选课“流行语反映的时尚文化”。近 300 名学生报名选修，遍及全校文理、艺术等各科 13 个二级学院，覆盖一至四年级学生。期末学生对该课程的评价为“优秀”，评分 92.03。目前，这门课也获得资助，将编写出高校本科生通识选修课教材。

综上所述，这套丛书向读者展示了我国 21 世纪初期流行文化的状况和发展趋势。丛书不只是记录、描述了当代中国的流行文化是什么，还揭示了流行文化形成的社会历史渊源和引起的社会后果。作者对流行文化引起的社会问题做了深入分析，

并提出了可行性解决思路，为政府决策提供了参考依据。丛书把流行语视为流行文化的亮点和特质，将同类文化特质整理成文化集丛，并通过对不同文化集丛的研究探究流行文化的模式和体系，这是很有新意的探索。

中国社会学会名誉会长、中国人民大学一级教授

郑杭生

导 论

本书既是 2011 年度国家社会科学基金重大招标项目“当代中国大众文化的价值观研究”（项目号：11&ZD022）的阶段性研究成果，也是 2006 年度国家社会科学基金项目“当代中国流行文化研究”（项目号：06BSH036）的后续研究成果，后者已经于 2010 年结题，鉴定合格。此项研究的切入点是当代中国主流媒体流行语，由于以流行语为视角研究当代大众文化很有新意，所以在国家社科基金项目未结题时就被北京市新闻出版局列为 2009 年重点图书选题。

一、研究的创新性

关于当代大众文化和流行文化的研究在我国属于创新性研究，其创新性表现为以下几方面。

（一）立意新

1. 近一二十年来的新题目

关于流行文化的研究是个新课题。20 世纪 80 年代以来，我国开始了对文化的研究，但并未涉及流行文化研究。本世纪以来，社会科学许多领域的课题指南中都没有与此相关的题目。

2. “十一五”开局之年的新课题

以往我国社会科学研究未涉及该领域，是由于流行文化现象还不普遍，也不典型。流行文化是工业社会后期为广大社会成员消费的文化，与社会经济发展水平、都市化程度、中间阶层数量等社会指标的提高紧密相联。我国在 20 世纪 90 年代后期，GDP 一直以两位数字递增，经济总量和经济规模不断扩展、城市化进程加快、中间阶层数量增加，为流行文化发展奠定了基础。由此，流行文化研究被正式提上日程。本课题是 21 世纪“十一五规划”开局之年的新课题，立意很新。题目新则积累的成果少，可参考资料少则研究难度较大。

（二）角度新

1. 跨学科的交叉研究

流行文化是当代社会中极其复杂的社会文化现象，该现象是许多领域文化现象的交织与互动，涉及社会的各个层面和众多社会群体，通过大众传媒传播给广大社会成员并引导他们参与。因此，对当代社会流行文化的研究必然是跨学科、多维度、广视角的综合性研究，很难用单一的知识结构概括其性质特点。

2. 流行语是研究流行文化的新视角

项目负责人即本书主编此次选择了一个新角度，即以当代

中国主流媒体流行语为切入点,观察、捕捉、追踪当代中国流行文化现象。具体做法是把这些流行语按文化集丛分类,特别关注那些重复出现的、被大众追捧的、持续形成影响的、并导致社会结构改变和社会变迁的流行文化现象,试图对此做出描述、概括、解释和预测。主流报纸流行语从2003年首次发布以来,每年由国家权威语言研究机构公布2次,至2008年已达11次。主流媒体流行语的发布已从报纸扩展到广播、电视和网络,这本是语言学界的成果,此次为社会学领域首次引用,是跨学科的交叉研究。

(三) 材料新

1. 21 世纪的新材料

本书研究的依据是主流媒体流行语,这是从2003年开始每年公布的新材料、新数据。2003年我国几家权威机构开始定期公布“主流报纸十大流行语”,其研究方法及提取过程的主办方由北京语言大学、中国新闻技术工作者联合会、中国中文信息学会、国家语言资源监测与研究中心平面媒体分中心联合组成。他们依据“发行量”等因素,选取了15家主流报纸每年1月1日至12月31日的全部语料,汇入北京语言大学应用语言学研究所DCC博士研究室的动态流通语料库,进行动态加工分析。

2. 新材料不断拓展创新

2007年中国传媒大学与上述单位合作,使流行语的提取从印刷媒介扩展到广播、电视等电子媒介。2008年又增加了网易等5家网站,流行语的提取来自平面媒体、广电媒体和网络媒体。上述15家报纸、9家电视台、5家广播电台、5家网站过去一年的语料,多达11亿字。在筛选时考虑了流行语的起点、

峰值与谷值的落差、流行高峰持续期等相关因素，分析了流行语的变化特点，从而使筛选过程更加精密化、效率化、科学化。

（四）领域新

1. 注重对社会成员生活方式的研究

流行文化涉及的领域非常广泛，与社会大众日常生活相关的领域都是研究流行文化应该关注的领域。例如：大众在衣食住行、影视文化、休闲方式等方面的消费倾向都构成流行文化的内容和趋势。本课题除了观察、研究形成流行文化的传统领域，还开拓了对近几年我国社会大众在休闲方式的消费倾向方面的研究的子课题，如：旅游文化、网络文化和大众健身方面的研究。

2. 夯实相关的社会学分支学科

自 21 世纪初期以来，我国的互联网发展一直呈现持续增长态势。根据中国互联网络信息中心发布的《第 22 次中国互联网络发展状况统计报告》^①显示，2008 年我国网民数、宽带网民数、国家域名数均居世界第一，互联网大国规模初显。截至 2008 年 6 月底，我国网民数量达到了 2.53 亿，首次大幅度超过美国，跃居世界第一位。宽带网民数以 2.14 亿人、CN 域名注册量以 1 218.8 万个均名列全球第一。这三项重大突破举世瞩目，表明我国已然成为互联网大国。根据《第 23 次中国互联网络发展状况统计报告》统计，截至 2008 年底，我国的互联网普及率达到 22.6%，首次超过全球平均水平（21.1%）。^②

上述情况表明，互联网在我国发展迅猛，社会需要建立解

① 中国互联网络信息中心. 第 22 次中国互联网络发展状况统计报告. 第 3 ~ 4 页。

② 中国互联网络信息中心. 第 23 次中国互联网络发展状况统计报告. 第 2 页。

释网络文化和解决网络社会问题的分支学科。目前虽然有些相关论文和著作，但是还没有最终形成网络社会学分支学科。本书此次开展了网络流行文化的研究，将会为网络社会学和网络文化学增添新成果。

二、基本内容

本书的基本研究思路是：描述现象、分析因果、预测趋势、提出对策。具体做法是运用社会学的理论（文化社会学及社会学分支学科等理论）和方法研究几个问题：（1）当代中国网络文化是什么；（2）分析其生成的原因、影响的范围、涉及的社会群体；（3）网络文化产生的后果，即产生的社会效益和经济效益；（4）该文化现象将对当代社会发展有何种导向及与构建和谐社会的关系，决策者应如何应对；（5）观察哪些网络文化现象能继续流传。

这个研究思路解释和解决的问题是：网络文化是什么，为什么形成这样的网络文化，以及怎样应对和解决网络引发的社会问题，是科学研究想要回答的一般性问题，体现出完整的结构思维和因果思维的逻辑类型。网络文化作为一种普遍的、广泛存在的社会文化现象，具有极其复杂的性质和表现形态。因此，对于它的研究必然涉及跨学科领域和多元化视角及方法。从社会学角度出发，应注重对其表现形式、社会功能及后果的调查及分析。

以上述研究思路为纲，本书内容分为三个部分：一、近年来网络类流行语；二、网络专题（热点、方式、问题）；三、发

展情况（概况、学术研究）。三个部分的内容体现为七章。第一章对网络文化做了综合性研究，描述并分析了网络文化产生的经济前提和社会背景并阐明作者的研究思路及其方法。第二章梳理了从 2002 年到 2010 年在主流媒体频繁出现的网络类流行语，将这些流行语视为文化特质并整理为文化集丛。第三章描述了近年来的网络热点和网络传播新形式。第四章分析解释了网络被社会大众广泛应用的情况。第五章阐述了网络引发的社会问题及政府相关机构的对策。第六章研究了网络对青少年的影响。第七章介绍了当前学界对网络文化的学术研究。关于网络文化的研究引用的都是权威机构近年来公开发布的数据和资料，所以本书研究是基于精确定量分析和科学定性分析基础上的，对网络社会文化的经验描述和理论概括。由于受到经费、人员、资料等限制，本书也存在局限和不足，全体作者恳请读者批评指正！