

2010
2010
2010

2010

教育部语言文字信息管理司 策划

2010 HANYU XINCIYU

侯敏 周荐 主编

汉语
新词
语

 商务印书馆

国家语言文字应用科研项目(编号 BZ2005 - 09)

2010 汉语新词语

侯敏 周荐 主编

商务印书馆

2011年·北京

图书在版编目(CIP)数据

2010 汉语新词语/侯敏,周荐主编. —北京:商务印书馆,
2011

ISBN 978-7-100-08661-5

I. ①2… II. ①侯…②周… III. ①汉语—新词语—2010
IV. ①H136

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 215563 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

2010 HANYŪ XINCÍYŪ

2010 汉语新词语

侯敏 周荐 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

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-08661-5

2011年12月第1版

开本 787×1092 1/32

2011年12月北京第1次印刷

印张 11

定价: 22.00 元

审 订 晁继周 李志江
主 编 侯 敏 周 荐
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)

陈建军 陈 茜 陈毓麒 崔 乐
邓 斌 何 伟 侯 敏 李 洁
李雪燕 刘凤梅 刘 佳 刘 俊
刘 琳 刘欣斐 吕长凤 马月红
曲丽玮 邵燕梅 苏磊鑫 滕永林
王华英 王铭宇 王 宁 王新宇
吴继媛 曾 柱 张金玲 张 勇
赵 越 周 荐 邹 煜

责 编 李智初
插 图 陈静娴

前 言

经过半年多的紧张工作,2010年度新词语的编纂已近尾声。本书共收录了626条新词语,它们反映了2010年的中国语言生活,也记录了2010年中国社会变化的历史。翻检这些词语,仿佛会听到它们在讲述的语言故事和社会生活故事。为了让更多的人了解它们,下面从语言学、社会学、传播学三个不同的角度对这626条新词语进行解读。

一、新词语的语言学特点

从语言学角度看,2010年新词语在词长分布、结构方式、使用频度以及构成格式上有如下几个特点。

1. 三字词占优势

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。对626条新词语统计结果显示,数量排前的依次为三字词、四字词、二字词。三字词语约占54%,是全部年度新词语的一半多,且几年来一直走高。四字词占22%。二字词语占18%。平均词长为3.20个字。三字词语比例占优势,与近几年多用热门格式造词有关。2010年除了持续2009年的“被××、楼××、××门、××族”外,“××哥、××姐、××帝、××体”以及

由“微博”衍生出的“微××”特别活跃。

2. 偏正式为主,后附加式增多

新词语的结构方式仍以合成型占绝对优势,单纯型只占 0.8%。合成型中偏正式能产性最高,占总词数的 60%,其次是后附加式合成词,占 28%。类后缀构词中,这几年居高不下的“~门、~族、~奴”等继续凸显优势。2010 年度新词语中,以“族”为后缀的有 55 条,占 8.87%,以“门”为后缀的有 36 条,占 5.81%,以“奴”为后缀的有 9 条,占 1.45%。这三者占了所有词语的近六分之一。

其中特别值得注意的,是“~哥、~姐、~帝、~体”的出现。“哥、姐”本是亲属称谓,可在本年度,网民们却把它慷慨地送给了那些值得关注的人,甚至动物。称“~帝”的往往是在某一方面做到极致的人或物。“~体”是人们对某种特定或流行话语格式的总结和归纳。它们是否已虚化到类词缀还可以讨论。这类新词语在 2010 年度呈现多产、高频趋势。

3. 使用频次分布呈橄榄形

将 626 条新词语在 10 亿字的国家语言资源监测语料库中进行检索统计,可以看出,这些新词语出现频次分布呈橄榄形,两头小,中间大。频次在 500 以上的特别高频的仅占 4%,频次在 100 以上的占 22%,频次小于 10 的占 28%,频次在 10—99 之间的占了一半。总体来说,新词语使用频率不是很高,这也体现了年度新词语的特点:在使用上,大多具有小众化的特点,还处在慢慢生长、逐渐发育阶段。其中有的词语一旦有合适的土壤,便可能迅速成长,消失了新颖色彩,

甚至进入汉语词汇的常用词系统；有的词语条件不太好，但还活着，缓慢生长，总是带有比较高的新颖度；也有的词语在语言生活中很快隐退，成为昙花一现的历史词语。

4. 造词格式不断推陈出新

2010年的新词语继承了2009年以反映社会问题为内容，以词语格式为标志形成词语群的特点，但词语格式有所变化。2009年最活跃的“被××”依然存在，“楼××”势头减弱，“～门”有增无减。新出现的词语群是“～哥、～姐、～帝、～死、～体、微～”格式，以及一组与涨价相关的谐音三字格式。其中出现最多的是“微～”，有29条，其次是“～哥”，有22条。

二、新词语的社会学特点

新词语是语言现象，也是社会现象的反映。作为社会变化的放大镜和显微镜，新词语在凸显语言的动态变化的同时，也凸显了社会生活中“动”的一面。从社会学角度进行分析，2010年度新词语至少可以看出四个比较明显的特点。

1. 以人为本——反映多元人群的词语居多

“人”是社会的核心，也是人们关注的焦点。在一个张扬个性、价值取向多元的社会中，面目模糊的总体人群会划分出越来越多清晰的、有个性特征的小族群，把他们用代码固定下来，就形成了新词语。2010年这类表人的词语特别多，共有193条，占新词语总数近三分之一。表人词语居多，也得益于几个准词缀形成的词语群，除了几年来一直活跃的“～族”外，特别体现2010年特点的是“～哥、～姐、～帝”。

2010 新词语中,以“族”为后缀的词语收录了 55 条。这些“族”群词语的特点是使用频次都不是很高,在国家语言资源监测语料库中使用频次超过 100 的只有“张三族(127 次)、跑腿族(119 次)、傍傍族(118 次)、柜族(118 次)”,但分布也不是很广,分别只出现在 31、15、21、48 个文本中。其余的词语使用频次大都在 1—99 次之间。这些词语从不同角度描绘了社会众生相,每一个词语后面都为我们展示了一幅社会风景:从“海囤族、海豚族、囤囤族、有备族”中,可以看到物价上涨时人们那不安、焦躁和忙碌的身影;“淘婚族、伪婚族、滞婚族、蜗婚族”呈现了人们对婚姻或积极或消极或委屈或无奈的态度和状况;“傍傍族”描绘了那种一心借助捷径,依附他人势力达到目的的人;“零帕族”指的是轻松应对生活和工作中的压力,保持积极乐观心态的人。还有,对物品占有欲望强烈,像野草般疯长的“草族”,热衷于秒杀、团购的“秒团族”,买不起房,只好住在集装箱里的“柜族”,住在地下室里的“鼠族”,职场上经不起风雨的“花草族”,由于种种原因,下了班还不愿回家的“赖班族”,聪明善学,经常在网上观看国内外名校公开课程的“淘课族、网课族”,等等。这各种各样的“族”描绘出了一幅五光十色、曼妙多姿的社会生活画卷。

中国人向来注重家族、亲属关系,“哥、姐”是对家庭或同族亲属中同辈而比自己年长的人的称呼,带有浓重的亲情感彩和亲热意味。2010 年,网民们慷慨地把这个称谓送给了他们所关注的人,甚至动物。中国几千年的封建文化成就了“帝”的神圣,2010 年,“帝”也走下神坛,来到民间。与“族”群

词语指称的往往是一类人不同，“哥、姐、帝”群词语指称的往往是某个人，虽然其中有些已显示出类化的倾向，如“保证哥、咆哮哥、淡定哥、浮云哥、表情帝”，但这些词语是否能够真正类化，还需时间证明。我们从中选出 34 条收入本书，以显示这一时代的语言特点以及语言背后的民众心态和心理特征。其中，使用频次最高的是“犀利哥(4805 次)”和“章鱼哥(2633 次)”。“犀利哥”是一位流浪街头的名叫程国荣的乞丐，因其目光犀利忧郁，着装不伦不类却歪打正着撞到前卫潮流线上而红透互联网。对“犀利哥”为何走红的追问，形成了网上网下的一场大讨论，众说纷纭。“章鱼哥”，也称“章鱼帝”，是一只名叫保罗的章鱼，因神准地预测了南非世界杯从小组赛到最终决赛的八场比赛，准确率达到 100%，为世界瞩目。还有，连续四年参加高考均取得优异成绩，却三次高分弃读的“高考哥”；为了让瘫痪在床的妻子开心，历时四年，研制出一种孔雀开屏的装置，在《中国达人秀》节目中以孔雀开屏舞蹈感动了很多人的“孔雀哥”；向有关部门赠送“为人民服务”的大红锦旗的“锦旗哥”；广州亚运会开幕式上站在演讲台旁长时间保持微笑的“微笑姐”；在 2010 年的 5 部贺岁电影中主演了 3 部，在贺岁档 13 年历史中主演了 12 部贺岁片的“贺岁帝”(葛优)；从 300 块钱摆地摊开始逐渐走上致富路的“练摊帝”，等等。这里，大部分是草根，是社会底层的普通人。但每一位“哥”“姐”“帝”的背后，都有一道风景，都有一个故事，是他们，共同构成了这个百态的社会，也写就了这一年的历史。

2. 聚焦矛盾——反映社会事件的词语居多

社会矛盾是随着社会的产生而产生的。但近些年来,由于网络的传播作用,把各种社会矛盾通过事件摆到大众面前,反映这些社会事件的新词语也格外多。使用的词语格式主要是“~门、~死”。

原以为,自从美国“水门”“电话门”“拉链门”事件发生后,利用“~门”在汉语中造词说事儿,2009年已经达到了顶峰。可2010年,其势头有增无减,本书中收录了36条以“门”为后缀的词语。这些词语集中反映了各种社会矛盾:“擦汗门、发言门、台历门”表现的是人们对某些官员官僚作风的不满;“开水门、打错门、通缉门”说的是某些执政人员利用特权违法执政;“杯具门、茶杯门、禁网门”显示的是官民矛盾;“黄山门、语文门、学历造假门”反映了教育领域在德育教育、母语教育中的某些矛盾,也折射出社会价值评价体系上可能存在的问题;“激素门、早熟门”将近几年来一直存在的食品安全问题再次呈现在人们面前;“踏板门、天线门、紫砂门”暴露了产品质量中的问题;“跳楼门、连跳门”用血淋淋的事实表示了社会最底层百姓对所遭受的不公正待遇的反抗;“兽兽门、微博门”则是文化界掀起的阵阵风浪;“弹簧门、玻璃门”反映的是经济领域的矛盾,但与其他“门”不同的是,这两个“门”一语双关,也可以理解为实义的“门”。如果说2008年的“飙车案”暴露出“富二代”的问题,今年的“李刚门”则让人们把目光又集中于让人神经敏感的“官二代”。

2010年度新词语中,有关“~死”的词语有8条:冲凉死、

粉刺死、骷髅死、如厕死、洗脸死、盖被死、发狂死、喝水死。这一系列令人匪夷所思的“~死”，反映了人们对执法公信力的质疑，以及对执法正义性和人性化的呼唤和渴望。

3. 关注民生——谐音三字格词语群出现

民生已经成为世界语境中的重要话题。在住房、物价、医疗等一系列民生问题中，物价尤其成为 2010 年的焦点。在 2011 年 1 月 5 日揭晓的“汉语盘点 2010——用一个字、一个词描述中国与世界”活动中，“涨”继 2007 年，第二次当选为描述中国的第一字。面对飞涨的物价，面对生活的巨大压力，老百姓们把创造语言作为了自我解压的渠道和自我调侃的办法。一连串的三字谐音格式产生：豆(逗)你玩、蒜(算)你狠、姜(将)你军、苹(凭)什么、煤(梅)超疯、油(由)你涨、棉花掌(涨)、玉米疯、药你苦、虾(吓)死你、腐(扶)不起、鸽(割)你肉、糖(唐)高宗、糖(唐)玄宗。从中不难解读出一种幽默带讥讽的意味及宽厚且无奈的心态。

4. 借助新媒介——微博衍生的词语井喷

2010 年，被称为“微博元年”。这一年，人们传播信息的媒介发生了很大的变化，随着微博从网上到网下的急速发展，随着微博在人们生活中日益举足轻重的地位和作用，围绕“微博”产生了一系列词语，本书中收录了 29 条，反映出微博在各个领域对人们的影响。在政界，无论人大代表还是普通网民，只要是“微民”，都可以“微博问政、微博议政”，公安机关在网络上开设了“微博 110”，人们可以进行“微投诉”，体现微博舆论监督的“微动力”日益显示出强大的力量；文化领

域已呈“微文化”态势：“微博控”们运用“微博体”，写着“微小说”，看着“微喜剧”，读着“微新闻”，进行着“微访”，当然，由于微博的社区虚拟性，其中不乏“微谣言”，也曾有“微博门”，这些形成了一个“微世界”；生活中，人们体验着“微博游”，用人单位可以“微博招聘”，面临就业的学生们可以投出“微简历”，网络冲浪的高手去注册“微域名”，彼此相恋的人们则写着“微情书”，享受着“微爱情”，负责微博管理的“微管”已成为一种新型的职业岗位。的的确确，生活在“微时代”的人们在经历着由微博引发的传播方式、生活方式、社会生态等方面的“微革命”。

三、新词语的传播学特点

语言是信息传播的工具。传播媒介和传播方式的变化，也会给语言带来变化，新词语必然首当其冲。从传播学的角度看，新词语具有下面三个特点。

1. 自媒体——新词语的草根化与语言游戏化

网络时代改变了传统的大众传播模式，尤其随着网络上论坛——博客——微博的依次出现，人们越来越走进了一个不再设有严格意义“把关人”的自媒体时代：面向公众发布信息的不再仅仅是精英，也有草根；人人手里都有麦克风，只要你愿意，你就可以面向公众说话。一个人，不管你是谁，只要说得好，或者虽不那么好，但能让有些人接受，都会马上得到喝彩，得到追捧，从而使这个说法得到广泛的传播。结果就是，人人都成了语言创造者，都成了“造词家”。可以说，在人类发展的历史上，人民群众的语言创造力从来没有像今天这

样得到张扬,语言生活从来没有像今天这样新鲜活泼,新词语从来没有像今天这样活跃,尤其是那些带有鲜明草根色彩的新词语也从来没有像今天这样传播迅速,影响广泛。当然,其中也不乏一些新词语消失得同样迅速。近些年来几类词缀“~族、~门、~奴、~男、~女、~客、~二代”等使用率居高不下就呈现了一种羊群效应,你造一个“急婚族”称那些急着结婚的人,我觉得不错,我就跟着造一个“懒婚族”说那些懒得结婚的人,你把那些为买房月月勒紧裤带还贷款的人叫“房奴”,我就把那些因菜价上涨买菜需要费心算计的人叫“菜奴”。有了“富二代、官二代”,也就有了“贫二代、民二代”。正是这种原因,近年来的新词语一直呈现“聚类”的特点,每年都会形成几个比较大的“词语群”。与2008年、2009年不同的是,2010年度使用广泛的“哥、姐”词语群带有更加浓重的百姓气息和平民化色彩,一声声“孔雀哥、锦旗哥、咆哮哥、齐全哥、微笑姐、淡定姐”,或敬佩,或惊异,或讽刺,或调侃,或喜爱,倾诉的是草根们的所见所想,呈现的是草根们日趋平和、宽容甚至处怪不惊的心态,散发着一一种质朴又不失风趣、亲近又带有几分讥诮的气息。

新词语在日益草根化的同时,也日益凸显着语言的游戏功能。语言是交际的工具,是承载文化的容器,同时它也具有审美、娱乐的潜能。当人类还在为生存而挣扎的时候,语言或许主要是用来交际,一旦衣食无忧,需要更多精神层面追求的时候,语言的娱乐功能也会彰显出来。谐音、叠音、隐喻、借代等本是修辞手段,它往往会使人产生联想,而一种意

料之外、情理之中的联想则会给人带来幽默的快感。这几年新词语中就不断闪现出这样的火花。2008年的“什锦饭(胡锦涛的粉丝)、八宝饭(温家宝的粉丝)、欺实马(70码)”,2009年的“杯具(悲剧)、餐具(惨剧)、洗具(喜剧)、围脖(微博)、织围脖(写微博)”都是利用谐音双关的手段造词谐意,2008年的“范跑跑、郭跳跳”,2009年的“何逛逛、楼歪歪、桥粘粘”都是利用叠音手段造词,还有“雷人、山寨、围观、打酱油、钓鱼执法”等等,或隐喻造词,或借代造词,这些词语无不带有浓重的或幽默或诙谐或戏谑的色彩。2010年,这类词语更多了,反映涨价问题的一系列谐音三字格“蒜你狠、豆你玩、姜你军……”,网络上盛行一时的“神马(什么)、鸭梨(压力)”,世博会志愿者的昵称“橙子、小白菜、小蓝莓”,还有“足囚协会、萝卜招聘、海豚族、果粉、地板干部、天花板干部”等等。人们在创造和使用这些词语的时候,会觉得很好玩,很快乐,会明显体验到语言带来的愉悦之感,尽管这些词语很可能大都是短命的。

2. 词媒体——新词语的事件化与信息浓缩化

随着互联网的建立,我们已进入信息社会时代。这一时代的特点是信息呈爆炸式铺天盖地向我们袭来。时间有限,空间有限,人脑有限,为了信息传递的高效便捷,为了信息记忆的长期存储,为了能最大化实现信息价值,作为信息载体的语言,也在悄然发生变化:当一个事件或一种社会现象出现时,人们不再是四平八稳地用一堆旧有词语去讲述它,而是将之代码化——概括成一个新词,于是就形成这个时代新

词语的三个特点:第一,表事件、表社会现象的新词语特别多;第二,新词语表达的信息高度浓缩,每一个这样的新词语背后都有一个故事,都有一道特别的社会风景;第三,相应的是,新词语的隐退、消亡也比较迅速。用词语来记录历史、描述社会、反映生活,已成为我们这个时代的特征。也正是由于这个原因,中文互动百科将自己的网站定位为“词媒体”。词媒体的出现,从一个侧面反映了信息社会语言变化的特点,也反映了凸显语言变化的新词语的特点。

3. ××体——语言传播的互文性与格式化

互文性,通常指两个或两个以上文本间发生的互文关系。它包括两个具体或特殊文本之间的关系,也包括某一文本通过记忆、重复、修正,向其他文本产生的扩散性影响。在2010年中,明显体现某些文本扩散性影响的是一系列带有“体”的新词语。实际上,在近几年的新词语中,一直有着“~体”的身影。“体”本来指文字的书写形式或作品的体裁,如楷体、宋体,公文体、政论体等。但这些新词语中的“体”主要指的是话语的语言组织格式和特点,是对不同特点的语言格式或形式的归纳,表现了人们对语言及语言功用的关注。如2006年的“梨花体”、2007年的“脑残体”、2009年的“蜜糖体”,但到2010年,出现了一个小小的高潮,“~体”格式的词语出现了9条:凡客体、回音体、亮叔体、微博体、校内体、羊羔体、子弹体、QQ体、乡愁体。其来源林林总总,大到一种媒体,如微博,小到一个人,如“亮叔”。其中虽有其他因素的影响,如“羊羔体”,但主要还是对语言格式的归纳。如“凡客体”是

对网购品牌“凡客诚品”的广告文案的写作模式的归纳,由一系列“爱××,爱××,我不是××,我是××”的短句组成。“回音体”指将一句话逐字缩短模拟回音而形成的一种话语格式,目的是让人们体验由于或雷人或悲愤或其他感情而产生的荡气回肠之感。“子弹体”是网友模仿影片《让子弹飞》中独特幽默的台词或影片片名而归纳的语言格式,典型句式是“让××飞(一会儿)”。这些语言格式在不同内容中的反复使用,使得人们用一个个带“体”的符号把它们固定下来,形成了“~体”词语群。这些词语格式的使用,总会使熟悉它的人产生联想,不禁莞尔,充分体现了语言表达的互文性特点,以及语言的游戏功能。

上面我们从语言学、社会学、传播学三个不同的角度解读了2010年新词语,试图从不同层面说明语言与社会的关系,说明新词语是如何受到社会的制约,又反过来反映并影响社会的。但受到眼界和水平的局限,难免挂一漏万,敬请大家批评。

侯 敏

2011年4月24日

于中传

凡 例

一、本书正文收入 2010 年产生的新词、新语和新义、新用法共计 626 条,附录补收 2007—2009 年产生的新词、新语和新义、新用法 157 条。

二、词目按音序排列。字母打头的词语排在最前面,阿拉伯数字打头的次之,然后是汉字构成的词语。汉字构成的词语,读音相同的按笔画多少顺序排列;笔画相同的,按起笔横、竖、撇、点、折的顺序排列。

三、词目根据《汉语拼音正词法基本规则》标注拼音。词目中的阿拉伯数字、罗马字母及其他字母径行列上,不再标音。轻声字不标声调。

四、汉语拼音之后,标出词目的词性。词性标注的原则是,绝大多数双字单位,视为词,标出词性;三字单位,根据情况,视为词的,标出词性,视为短语的,不标词性;四字及四字以上单位,一般不视为词,不标词性。

五、多义项条目用①②③……加以区分。

六、词目均配有例句,前面标记[例]。例句主要选自平面媒体(报纸)及有声媒体(广播电视节目转写文本),也有部分选自网络媒体。例句括注出处。少数例句末尾没有标点的,