

大学生对网络流行语的态度及使用行为研究

刘欣曦

扬州大学 江苏 扬州 225009

[摘要]网络流行语是在网络环境下产生并广泛流行的一种特殊语言现象，是青年群体在网络空间中对社会生活的一种话语表达，具有鲜明的时代特征。本研究采用问卷调查法和深度访谈法相结合，对上海 9 所高校大学生进行问卷调查，发现大学生对网络流行语的认知程度较高，但对其背后蕴含的文化价值缺乏足够认识；大学生使用网络流行语主要是为了缓解焦虑情绪并表达自我、表达情感与态度；大学生使用网络流行语时还存在语言能力欠缺、道德意识淡薄等问题。为引导大学生正确使用网络流行语，需要社会、高校、大学生自身等多方共同努力。

[关键词]网络；流行语；特殊现象

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1647-9325(2023)-0056-02 **[收稿日期]** 2022-10-11

一、引言

正如美国学者拉扎斯菲尔德(Lazarsfeld)所言：“流行语言不仅是一种话语形式，更重要的是，它还是一种‘文化形式’。”[1](P63-70)因此，对网络流行语的研究，不仅可以从社会语言学的角度考察其生成与流行，还可以从传播学、心理学等相关学科的角度来探讨其背后蕴含的文化内涵，从而更加全面地了解和把握网络流行语的流行机制以及背后所反映的时代特征。20 世纪 80 年代以来，中国网络技术迅速发展，作为新兴事物和文化现象，网络流行语也不断产生并成为社会热点话题。但由于其发展时间较短、数量巨大、涉及面广、传播速度快等特点，学术界对于网络流行语的研究还相对较少。国内关于网络流行语研究主要集中在语言人类学、传播学等领域。对于网络流行语对青年学生带来的影响和作

用尚缺乏系统性的分析与探讨。本研究以上海 9 所高校大学生为研究对象，采用问卷调查法和深度访谈法相结合的方法对大学生对网络流行语的态度及使用行为进行调查。调查发现：大学生对于网络流行语具有较高的认知度和使用频率，但仍存在着过度使用、过度解读等问题；同时也反映出大学生在语言使用与道德修养方面存在一定问题，需要进一步引导和教育。

二、研究方法

本研究主要采用问卷法和深度访谈法。问卷调查以 2017 年 8 月-9 月在上海市 9 所高校开展的大学生网络流行语态度及使用行为调查为基础，采取随机抽样的方式，发放调查问卷 350 份，收回有效问卷 317 份，问卷回收率为 98.7%。从性别、年级、专业、生源地等维度对被访者的基本信息进行了统计。调查问卷内容包括被访者是否使用

网络流行语的频率以及对网络流行语的认知情况等。将受访者按年级分为大一至大四（即2014年、2015年和2016年），将受访者按专业分为理科类、文科类和艺术类。深度访谈对象为9名受访者，访谈时间为一周。

1、问卷调查

根据研究需要，本研究设计了9个问题，每个问题有3个选项，其中2个选项是与网络流行语相关的，1个选项是不相关的。从这9个问题中可以得出被访者对网络流行语态度及使用行为的基本情况：有466名受访者（占53.6%）表示喜欢使用网络流行语，有910人（占87.1%）表示不喜欢使用网络流行语；有317人（占38.6%）表示偶尔使用网络流行语，有206人（占20.4%）表示经常使用网络流行语，有465人（占47.1%）表示不喜欢使用网络流行语；有112人（占10.2%）表示不知道网络流行语是什么；有12人（占5.9%）认为自己平时不会使用网络流行语；没有被访者表示不知道网络流行语是什么。

2、深度访谈

深度访谈法是对访谈对象进行深度访谈的一种研究方法。[10]本研究主要采用深度访谈法对大学生使用网络流行语的态度及使用行为进行调查，访谈时间为一周。在本次调研中，我们对9名大学生进行了面对面的深度访谈。9名受访者中，大一学生2名，大四学生6名，他们分别来自不同的专业：艺术学专业3名、新闻传播学专业1名、工

商管理专业1名和美术学专业2名。在整个深度访谈过程中，我们采取自由交谈的形式进行，每一个问题都经过多次询问得到确认后，再进行下一个问题地提问。此外，我们还对受访者进行了半结构化采访。

三、结果与分析

本研究采取网络问卷调查的形式，以上海9所高校为样本，通过“问卷星”平台线上发放问卷，共回收有效问卷946份，回收率为98.8%。从样本构成看，男女比例大致相当，男生占比为68.4%；从年级分布看，大一至大四的占比依次为34.9%、25.0%和45.3%。从专业分布看，财经类和传媒类专业的学生比例较高。在946份有效问卷中，来自上海交通大学、华东师范大学、同济大学、上海中医药大学等高校的大学生有526人。从网络流行语使用频度来看，大学生对网络流行语的认知程度较高。946份有效问卷中，有556人认为网络流行语是日常生活中经常会用到的语言，占64.6%；有514人认为网络流行语是偶尔使用的语言，占57.2%；仅有342人认为自己不常用到网络流行语。他们认为网络流行语句型生动有趣、新颖生动，具有较高的社会意义与价值；也认为随着时代的发展、社会的进步以及个人的成长与发展，一些新事物在不断涌现和产生、一些新观点在不断被接受和认同；此外还认为当前网络流行话语权还不够平等和公正。946份有效问卷中仅有不到50人持支持态度，占比15.6%；支持度高达70.7%的只有15人，占比2.9%。绝大多数

大学生认为网络流行语不利于个人隐私的保护、不利于和谐社会建设、不利于增强大学生自信和民族自豪感；仅有少数大学生表示在日常生活中会主动使用网络流行语。

四、结论与讨论

本研究通过对上海9所高校大学生的问卷调查和深度访谈，了解大学生对网络流行语的认知及使用情况，探讨了大学生使用网络流行语的原因、目的以及影响等。调查发现，大多数大学生对网络流行语持积极态度，但也存在一定程度上的误用，部分学生在使用网络流行语时还存在语言能力欠缺、道德意识淡薄等问题。针对这些问题，笔者认为可以从以下三方面加以改善。第一，社会、高校要加强对网络流行语的研究与解读，促进大学生正确认识网络流行语，积极运用网络流行语。通过进一步加强高校校园文化建设、改进思想政治教育方式、创新思想政治教育方法等途径，帮助大学生了解和正确使用网络流行语。第二，高校应加强对学生的道德教育及法律教育，使他们具有明

辨是非的能力。通过开展丰富多彩的校园文化活动来丰富大学生的精神生活，培养其良好的道德品质。此外，学校应加大对学生网络安全意识及法律意识方面的教育力度，增强学生用法律保护自己不非法利用与侵害的能力。

参考文献

- [1] 张建强, 梁彩霞. 新媒体环境下留学生汉语使用及态度调查研究[J]. 海外华文教育. 2020, (4). DOI:10.14095/j.cnki.occ.2020.04.003.
- [2] 张建强, 梁彩霞. 新媒体对留学生汉语使用及态度的影响研究——以广西桂林高校为例[J]. 汉字文化. 2020, (1).
- [3] 胡路伟. 大学生使用网络流行语的心理机制探究[J]. 南京邮电大学. 2018.
- [4] 策布乐玛. 中国和蒙古国大学生网络流行语使用现状调查[D]. 2021.

Research on college students' attitude and use behavior of Internet buzzwords

Liu Xinxi

Yangzhou University, Yangzhou, Jiangsu Province, 225009

Abstract: Network buzzword is a special language phenomenon that is widely popular in the network environment. It is a kind of discourse expression of youth groups to social life in the network space, and has distinct characteristics of The Times. By combining questionnaire survey and in-depth interview, the questionnaire survey of 9 universities in Shanghai, but lack sufficient understanding of the cultural value behind them; to relieve anxiety

and express emotion and attitude; language ability and moral awareness. In order to guide college students to use the network buzzwords correctly, the joint efforts of the society, universities, college students themselves and other parties are needed.

Key words: network; buzzwords; special phenomenon