



引用格式:陈燕侠. 试论网络热词的传播特征[J]. 郑州轻工业学院学报(社会科学版), 2016,17(1):52-58.

中图分类号:G206 文献标识码:A

DOI:10.3969/j.issn.1009-3729.2016.01.008

文章编号:1009-3729(2016)01-0052-07

试论网络热词的传播特征

Discussion on the characteristics of network hot words in spreading

陈燕侠

CHEN Yan-xia

中原工学院 新闻与传播学院, 河南 郑州 450007

摘要:网络热词是当下一种重要的值得关注的传播语言,其正由社会方言向社会共同语演变,不仅促进了大众传播及话语权的多元化,而且其内涵及蜕变过程也折射出社会转型过程中人们的心理状态,蕴含着草根文化的特征,为社会语言的发展带来了新的契机。网络热词传播之所以能够引爆全民参与和高度关注,是因为其打破了语言的传统与常规,体现出新的传播特征,明显地不同于其他语言和传播现象。一是在种种微传播现象中,网络热词由于更为浓缩,从而更直观、更典型地体现出碎片化。很多网络热词都凝练了一个新闻事件、一个热点话题、一种社会现象、一种精神特征。因其形式的简洁、精炼、灵巧与新颖,网络热词的传播速度更快捷,时效性更显著。二是网络热词在词语形式上和内容与表达上,都不同于传统、常规的汉语语汇,也因自身的简洁、凝练、高度概括和深刻蕴含而具有巨大的表现力。三是网络热词的创造和使用具有典型的平民化特征,呈现出创造主体多元化、造词心态开放化、表达使用草根化的大众文化色彩。四是网络热词代表了一种新的语言生活和表达方式,具有很强的时代感和时尚性,是时代生活的一部分,是时尚达人的自由选择。五是网络热词的传播带有鲜明的群体化特征,是在一定的人群和范围中广泛使用的语言;同时也是速食化的,带有鲜明的快餐特色,体现了当代文化的商业性和娱乐性特征。

关键词:

微传播;
网络热词;
碎片化;
草根化;
群体化;
速食化

收稿日期:2015-12-20

作者简介:陈燕侠(1967—),女,河南省沁阳市人,中原工学院副教授,主要研究方向:新媒体和新闻业务。

索绪尔认为,汉语是一种重词汇、多词汇的语言,这是符合实际的。^{[1]155}与其他语言相比,汉语的确是一种高度重视词汇的语言,中国古代虽没有自己的语法学,但它的词汇学是世界上首屈一指的。唐兰在其《中国文字学》中指出,汉语常用基本词汇虽只有5 000多个,但复合词汇搜集起来会超过500万条。^{[1]156}网络热词的出现,不仅显著增加了现代汉语的词汇量,也使当前语言介质的传播有了新的活力与特征。

所谓网络热词,是指流行于网络的热门词汇。作为一种词汇,热词往往反映出一个国家、一个地区在一个时期人们普遍关注的问题和现象,具有强烈的时代色彩。网络热词是对当下约定俗成、具有广泛影响的网上常用词的称谓,是一个内涵丰富、十分宽泛的概念,其还有“热词”“新词”“锐词”“网络流行语”等称谓。在对网络热词的相关界定中,与其关系较为密切的是廖大国^[2]对网络流行语的解释:网络流行语是在一定时期内社会政治、经济、文化、环境及人们的心理活动等因素的综合产物,并在传媒的推动下盛行的词、短语、句子或特定的句子模式。王婷^[3]认为,网络流行语是网民创造的一种特殊话语,是网民作为话语生产主体自主创造出来的意义符码。所以,确切地说,网络热词是一种语汇,因为词语在语言学上通称为“语汇”。“词”是最小的音义结合的能独立使用的语言单位;“语”是长度相当于语法上的词组或句子、而意义和用法上却相对固定的语言片断,即固定词组或熟语。语汇就是一种语言中的词和语的总和。由此,就形式而言,网络热词并不仅仅限于简单的“词”。一个词,一个短语,一个句子,都可能形成热度而被广受关注,进而成为热词。从构成范围而言,小到词或词的构成单位,大到完整的句子,都可以构成热词。热词,既可以是“亲”“雷”“蚁族”“宅男”之类的字词,也可以是“我爸是李刚”“我们刚

刚做出了一个艰难的决定”“且行且珍惜”“哥吃的不是面是寂寞”“我和我的小伙伴们都惊呆了”之类的短语或句子。

如果说语言作为最早的传播符号在人类文明传播中发挥了重要作用,且迄今为止仍是最重要的传播符号和媒介,那么基于互联网、新媒体、微传播平台的新语言——网络热词——可谓汉语词汇的最新典范。网络热词由社会方言向社会共同语演变,不仅促进了大众传播及话语权的多元化,而且其内涵及蜕变过程也折射出社会转型过程中人们的心理状态,蕴含着草根文化的特征,为社会语言的发展带来了新的契机。而热词传播之所以能够引爆全民参与和得以高度关注,是因为它打破了语言的传统与常规,体现出新的特征,明显地有别于其他语言和传播现象。近几年来,学术界相关研究虽然注意到了这种新语言现象的新特征,但并未能精准充分地将这些特征从语言现象的表层剥离、提取出来,尤其是对其解析还流于个例和浅层。鉴于此,本文拟结合网络热词传播现象,溯本追源,对其传播特征进行深入解读,以供学界参考。

一、网络热词碎片化,传播速度快

微博等自媒体的微传播有传播语境碎片化和传播内容碎片化的双重特点。^[4]在信息传播进入互联网时代之后,“碎片化”已成为一个描述当前社会传播语境形象的关键词汇。当社会处于由传统社会向现代社会转型的过渡期,其基本特征即是碎片化:传统的社会关系、市场结构及社会观念的整一性——从精神家园到信用体系,从话语方式到消费模式——瓦解了,代之以一个个利益族群和“文化部落”的差异化诉求及社会成分的碎片化分隔。^[5]微博和微信的普及,使网络传播的碎片化特征愈加显著。在新的传播环境中,热词这种更为浓缩的“碎片”

“瞬间关注”的传播方式与微传播平台一拍即合,相互借力,不断壮大。彭兰^[6]指出,碎片化传播体现在事实性信息传播的碎片化和意见性信息传播的碎片化两个层面。除此,还应考虑到传播形式的碎片化。微传播是去中心化的裂变式多级传播模式,这种传播模式通过传播碎片化信息,借以实现自我表达、交往需求与社会认知。“微”通常被解释为“小”或“弱”,从另一个角度看,它也意味着小巧与灵活,故更能契合人们的时间碎片,更符合当下快节奏的社会工作与生活,更容易聚焦成为现实中的强音。

网络的交互性特点要求其语言能够进行简练、明快的表达,热词由于契合了这一需求,从而能够在全媒体时代受到青睐。互动百科将“词媒体”的主要特征概括为:抓住要点,简练。^[7]从形式上看,没有哪一种微传播比词媒体更微,更能体现微传播的特征。在种种微传播现象中,热词最为浓缩,能更直观、更典型地体现出碎片化。热词往往凝练了一个新闻事件、一个热点话题、一种社会现象、一种精神特征。因其形式的简洁、精炼、灵巧与新颖,热词的传播速度极其快捷,时效性更加显著。传统媒体因需采编、印刷等,即使很快也难以避免若干时间的延迟,从而可能错过报道的最佳时机。而在微平台,热词跟随热门话题传播的速度和范围同微博一样快速而广泛。因此,热词传播的时效性更强,体现出民众的社会文化心理:试图通过网络语言这一快速直接的交际工具,表达出对新闻事件、热点现象、社会民生等问题的看法。这使得公众希望寻求更多、更新、更直接、更形象、更有力的表达方式来丰富自己的语言表达,这为网络语言的发展乃至整个社会语言的发展提供了强劲动力。^[8]最能体现网络热词的这种超浓缩能量的,要数2013年流行至今的一系列网络热词。“伙惊呆了”“何弃疗”“累觉不爱”“人艰不拆”“喜大普奔”“不明觉厉”“细思

恐极”等热词,都是对社会热点事件或现象的高度浓缩,这既显示出网友巨大的创造能量,更体现出网络热词擅长压缩、高度凝练的表达风格。

尤其在对突发性事件的报道中,现场公众利用微平台和热词这种独特的话语表达,成为第一时间的信息发布者,彰显了“秒速度”的传播特点。“我爸是李刚”就是典型一例。2010年10月18日,猫扑网的一篇帖子引爆了网络,截至2010年10月18日傍晚,点击量高达143万。这篇帖子描述了一起“官二代”制造的校园车祸:2010年10月16日,在河北大学校园内,一辆轿车将两名女生撞出数米,造成一死一伤。肇事者放言:“有本事你们告去,我爸是李刚。”该事件迅速成为公众和媒体热议的焦点,“我爸是李刚”旋即成为当时最火的流行语,也成为网友嘲讽跋扈的“官二代”的典型热词,被评为“2010年度网络十大流行语”之一。2010年11月18日,《国际先驱报》刊出头版头条报道《中国隐晦笑话:我爸是李刚》,《纽约时报》《金融时报》等国外媒体也对此有所关注,足见其影响之广泛。^[9]另外,很多非突发性、非事件性热词的走红也体现了微传播的快速即时,如2012年走红的“元芳体”。该词源于《神探狄仁杰》系列电视剧,剧中狄仁杰常对李元芳说:“元芳,此事你怎么看”,李元芳通常如是回答:“大人,我觉得此事有蹊跷”;“此事背后一定有一个天大的秘密”。2012年10月,网友追捧模仿形成的“元芳体”流行语,以惊人的速度风行至热,随之在各种媒体、节目、报道中频频出现,并被广泛运用到人们的日常生活和人际传播中。

二、网络热词形式新颖,表现力强

历史悠久的汉语在其发展过程中,曾受到多种因素的作用与影响。而基于新技术平台所产生的热词现象,对汉语的影响尤为显著,使其

在短短的几年间发生了巨大变化。无论是词语形式还是内容和表达效果,热词都不同于传统的、常规的汉语语汇,虽然不能排除其在传播和语言形成和使用中的负面影响,如对信息的误读、对语言的过度消费、加剧新闻娱乐化,尤其是对语言秩序和语言教育的冲击等,但也应该看到它对现有语言的改良与创新,为现代语言注入了新的活力。

形式是词最为直观的因素,热词在形式上表现为新颖灵活、形象生动。很多热词在形式上极富创造力和想象力,给人耳目一新的感觉,明显不同于传统的词语。这种形式上的新颖性,首先表现在热词本身的新鲜感,如十分活跃的“囧”“糗”等象形字词就是网友的彻底翻新,它们或与原来的字意完全无关,或是原来的汉语系统中没有的字,是网友充分发挥想象力进行的全新创造。“糗”字读“梅”,由两个“呆”字组成,十分给力地表达出一个人比呆还呆、很傻很天真的样子。这个字是网友对古汉字的巧妙化用,《康熙字典》中对“糗”字的解释是“梅”字的异体字,跟“呆”意没有任何关系。新新人类把它们拉到一起,正是选用了它别具一格的字形。也有解释认为,“糗”字源于陕西方言,陕西话中用“糗怂”“糗得很”“老糗”等词表示一个人很呆、很傻^[10]。由于“糗”字有着特殊的表现力,其已被《现代汉语词典》第5版和《新华字典》第10版收录。而“囧”字给人的感觉,既像是一个人被困住的样子,又像是一种困窘的表情,十分新鲜形象。

其次,很多热词本身形象生动、鲜活巧妙,具有极强的新鲜感和动感,能迅速激发人的感官功能,唤起人的丰富想象力,如“雷人”“山寨”“打酱油”“压力山大”等。“雷人”一说出自浙江东北方言中的 lei dao,意思是听到别人的话感到讶异、惊奇或难以理解,类似于“晕倒”“无语”。可能由于打字习惯的缘故而出现

了“雷到”。也有人认为,它是外来语。“雷人”的本义是云层放电时将人击倒,其作为网络语言的意义则兴起于2008年,指人被出乎意料、令人震惊的东西惊吓或震撼,类似“晴天霹雳”之意但又不完全相同,后者多用于惊闻噩耗之时,“雷人”则表达出一种类似被雷击中的喜剧性或无奈、尴尬的感受,形象夸张地表达出人们特殊的心理状态。^[11]现在,这个词已经非常生活化,在各种媒体上也常有使用。

最后,热词形式的新颖还包括词法、语法的新颖。不少热词的形成与走红,是因为其新颖的构词,能够打破常规的造词造句之法,如“被某某”“给力”“很某很某某”“碉堡了”“吐槽”等。这些热词在一定程度上改变了传统的语言模式,表现出反常规、反传统的勇气和能力,带给人以全新的表达感受。如“宅”本身为名词,而在一系列热词构成中它的词性十分多样、灵活,“宅着”“宅男”“宅女”“宅一族”“宅生活”等,类似的还有“山寨”“任性”等。热词打破了汉语固定的语法规则,一些热词身兼多种词性,动词、名词、形容词……似乎什么词性都可以,什么词性的词都可以修饰配合、组成新词,完全是信手拈来、为我所用。

在当前的信息风暴中,人们对获取信息提出了更高要求——更强的针对性、直接性,能一语中的、一针见血、一步到位地表达。与普通语汇相比,热词多能恰当鲜明地对事件、事实、现象等进行快速的总结提炼,以简约的形式和简洁的语言指明症结,精准到位地表达出无限丰富的意蕴,多层次、多角度地体现出民众的心理感受和诉求。同时,碎片化、词符号形式也非常方便人们的记忆,能让人们快速、深刻地记住关键信息。热词在表意方面功能强大,其所代表的意义往往超出词语本身的含义,比一般语言更加准确有力、丰富深刻,在传递信息方面可以发挥“巨能量”优势。就这个角度而言,热词堪

当“锐词”——新锐、精锐、尖锐、锐利。当公众参与到一个新闻事件的讨论时,无需过多说明和解释,只需一个词,便会传达出一种默契和不可言说的心理,能够极大地提升新闻事件传播的广度和速度,使汉语文化在传播语言中更加生动鲜活、多姿多彩、精简形象,更能反映出人们的想法,得到社会的关注。

热词因自身的这种简洁、凝练、高度概括和深刻蕴含而获得了巨大的表现力,或直指或隐喻,或幽默或冷峻,或讽刺或引申,产生了普通词语无法表达出来的种种特殊效果,常常让人会心一笑又掩卷深思,颇能吸引眼球。热词很生动,但仅用生动来概括热词的表现力似乎不够给力。热词简单形式下所蕴含的表达能量,是一种冲击力、新鲜感、震撼力、穿透力,是一种全新的表达形式。尤其是其在新闻标题中的应用,更能充分发挥这一优势,令报道更加鲜活准确、生动形象,很能抓住受众兴趣、引发共鸣。如在新闻报道《“APEC”反贸易保护,美国“打酱油”》中,一个简单的“打酱油”,不仅把美国政府对待 APEC 诸国反对贸易保护政策的那种消极懈怠、不甚关心、颇为暧昧的心理表达出来,而且以简短的形式、只可意会不可言传的讽刺和冷幽默的方式巧妙地揭示了事件本质,增加了报道的新鲜感尤其是标题的吸引力、冲击力,使受众更容易理解美国政府的“贸易保护主义”立场。

三、网络热词包容性强,大众文化色彩浓厚

互联网在造就“地球村”的同时,也造就着新的思维和生活方式,这是一个与传统世界迥然不同的新世界。在互联网飞速普及的今天,几乎所有的群体和个人都会有从事信息生产和传播的能力和机会。互联网时代是一个多元化的时代,是一个开放包容的时代,其信息的传播

具有大众性、草根性和参与性。这为公众参与网络热词的创造和传播提供了有利的条件,大大加快了热词的产生、传播和更迭。同时,热词的创造和使用具有典型的平民化特征,呈现出创造主体多元化、造词心态开放化、表达使用草根化的大众文化色彩。

基于这一特征,越来越多的社会成员参与到信息的生产 and 传播过程中,这自然也带来了热词创造活动的多元化、多样化。热词的创造主体具有极强的差异性和多元性:来自各行各业、不同文化阶层的网络发烧友会根据一定的社会现象和不同的关注点,或一时灵感写意,或瞬时激情迸发,创作出各种各样的热词。很多热词的诞生与走红,不是靠语言学家、专家学者们的斟酌研究、精心思虑,它可能是不经意的产物,可能是随意的恶搞,可能是某种心境的即兴表达,可能是一时的疏忽等。“云媒体”一词就是由几个“草根”在中国人民大学一个叫“合力屋”的快餐厅碰撞产生的。^[12]热词的多元开放性和民间主导性正是热词层出不穷的重要原因,它以文字形式建构了独特的网络传播文本,网络的开放性也决定了其语义表达的开放性。这种开放性,一方面表现在网络语言使用的符号和创造方式的丰富性及兼收并蓄;另一方面还表现为网络语言不受传统语言规则的束缚,能够由网民创造性地自由发挥。^[13]

从创造心理看,热词这一微传播形式体现出网民对传统宏大叙事话语的背离与反叛,具有很强的包容性、草根性、平民性。网络热词诞生并走红于网络,是草根文化在网络平台自我展示的产物,蕴含着鲜明的平民文化特征。在网络文化中,热词也成为草根阶层语言表达中最新颖、最快捷、最集中、最另类、最时尚、最个性的方式。每天都会有网友原创、推出新词,“犀利哥”“富二代”“官二代”“地沟油”“黑心鸭”“牛肉膏”等热门词汇在博客、微博、论坛、

微信、客户端等新媒体平台上广泛迅速地传播,呈几何级扩张态势。

从传播内容看,热词反映了草根文化的精神特质,代表了草根大众的传播特征。新媒体的传播方式对传统的大众传播无疑是一种破坏和解构,其话语方式表现出反规则、碎片化、去中心的特点。^[12]恶搞、嘲讽、质疑权威,成为新媒体常见的风格,常能迅速得到追捧和传播。大量分散、碎片化的信息从各个方面对抗传统话语权威,解构现有的语法规则和话语体系。新媒体通过对大量碎片的重新拼接,形成新的、立体的全景式社会图景,在解构权威的同时建构了新的话语体系。与此同时,在官方或主流媒体的报道中,在各级领导讲话和官方文件中,热词的使用虽然已经解冻,但使用态度还较为审慎,使用频率也较为有限。“根叔”“拍砖”“任性”“你懂得”在官方讲话甚至总理招待会、国家级新闻发布会出现,属于另类表达,当然也传达了传统传播话语对热词的包容与有限接纳。因此,无论是从热词的产生还是运用来看,其都体现出显著的草根性。草根文化植根于民间,建构起反映草根阶层意志和意愿的亚文化体系,影响着整个社会文化的深层心理,折射出草根群体的生活理想与现实态度。可以说,网络热词成功地实现了公众对社会公共事件的参与和意见表达,形成了独特的热词流行文化,成为连通草根阶层人际传播的纽带。在社会生活中,这些看似简单而内涵丰富的热词早已成为日常人际交流的常用词汇,大大增进了群体意识并促进了人际传播。“城会玩”“柜族”“杯具”是草根民众面对各种压力的创造,“经济适用墓”“天价墓”“死不起”等是平民大众对于殡葬行业高费用问题进行的调侃,“解密门”、“兽兽门”“艳照门”“日记门”等则成为桃色事件的代名词。

四、网络热词时代感强,生活气息浓郁

热词作为一种新的语言现象和传播符号,或者作为一种新的“媒体”,与全媒体时代所有的新的传播形式一样,是时代发展的产物,与新技术、新平台、新渠道相伴而生,成为新人类、新新人类的新生活标志。它代表了一种新的语言生活和表达方式,具有很强的时代感和时尚性,是时代生活的一部分,是时尚达人的自由选择。你是潮人吗?那么,用热词吧。你够个性吗?那么,说热词吧。无论是说“伤不起”“神马都是浮云”,还是说“裸婚”“亲”“赞”“duang”,或是说“高富帅”“坑爹”,都给人一种立于时代潮头的感觉,这种感觉畅快淋漓、新鲜特别,是一种前所未有的语言体验,能带给人冲破束缚、获得自由的活力与锐气。只有生活在当今这个时代并使用着热词的人才能真切地感受得到;只有全媒体、微时代的传播者,才会充分感知到热词这种新语言的无限魅力。

无论是对热点事件的浓缩还是对某种现象的概括,热词都紧贴时代脉搏,体现出浓郁的生活气息。在传统语境中,多有空洞、乏味的宏大表达,一些词汇高高在上、陈旧乏味、远离生活,让民众厌倦腻烦。而热词代表的不仅仅是时尚和新奇,也是一种特别接地气的生活化语言,是大众语言、草根表达,是老百姓创造、使用、喜欢的语言,是真正属于老百姓自己的语言。“房奴”“卡奴”“团奴”……“奴”生活虽有喜有忧,却寄托了人们的生活理想和向善心理,“被自杀”“被就业”“被和谐”“被代表”……“被××”虽包含了太多的苦涩和无奈,却是一种最为真实的倾诉,同时寄予了草根群体话语权在鲜有表达空间的背景之下,巧妙利用“被××”话语模式与官方话语进行对抗的心理。正是因为来自于现实、源自于生活,用老百姓自己创造

的语言说老百姓想说的话,热词才具有很强的现实性和针对性,也获得了很强的生命力,从而受到大众的持续追捧。

五、网络热词群体性鲜明,快餐式明显

从语言学角度看,热词属于社会方言范畴。在社会生活中,具有不同社会特征的人在语言表达上各有特点,这与说话人的社会特征相关联,与一定的社群相联系。由社会群体的不同性质而形成的语言变体,被称为“社会方言”。社会方言由同一定的社会因素相关的语言差异构成,如职业、年龄、性别、文化程度、宗教信仰等。从传播学角度看,热词这种社会方言的形成同特定的人群传播密切相关。“群”特征表现为,使用者主要是都市白领、大中学生、青少年等年轻、文化程度较高的群体。在中老年人群及农村,热词的使用频率和传播范围还十分有限。热词是新媒体的宠儿,是特定人群的热捧对象,谁满口热词,人们就会认为谁很时尚、很潮。但是,如果一个城市白领回到农村的家里,口中满是流行语,其父母很可能不知所云。因此,热词的传播带有鲜明的群体性特征,是在一定的人群和范围中使用的语言。

与网络世界的其他事物一样,热词也是速食化的,带有鲜明的快餐特色,体现着当代文化的商业性和娱乐性。一方面,新的热词的诞生与传播速度快得惊人;另一方面,一些热词的热度也会迅速降温,甚至在很短时间内备受冷落直至消失。这与当代文化传播的特征紧密相关。当代文化消费的娱乐化,导致人们以消费娱乐信息的心态消费热词。如现代汉语中的“难过”,热词先以“郁闷”代之,当人们满口“郁闷”之时,潮人的口中早已经是“纠结”了。热词的命运,诚如网友的调侃,“长江后浪推前浪,前浪被拍在沙滩上”。热词与热点事件、社

会生活关系紧密,有强烈的时效性。脱离了语境,一些热词终会热度消退,继而很快被淘汰,可谓“来得快,去得急”。可能今天还在探讨“我爸是李刚”,明天就来了“世界那么大,我想去看看”。层出不穷的热词不断地进入人们的视野,热词的数量不断增加,很多热词会红极一时,但很快又会淡出人们的视野,曾经家喻户晓的热词“周老虎”的消失就是一个典型的例子。

网络热词速食化的特征,还与语言本身的发展规律直接相关。侯敏认为,语言的生命力一直很旺盛,是动态的,它通过不断更新保持自己的生命。它应社会而变,随着新事物的产生而产生,但是也会随着社会现象、社会事物的消亡而消亡。新造词语非常敏感地反映着社会现象,但很多是对应阶段性事件的。^[14]因此,热词本身更新换代、推陈出新的特征很显著。系列性热词中也存在这种情况。有些热词本身也在与时俱进、不断发展,如从“富二代”“官二代”再到“高富帅”“白富美”就是典型。

纵观目前的传播语境和语言生活,网络热词确已造成语言学上的“围攻效应”,原因就在于其不同于中规中矩的传统语言,而呈现出全新的传播特征。大批网络热词的确给大众传播和语言生活带来了生机与活力,也更能契合新媒体的传播特点。当然,基于其积极与消极效应并存的现实,热词的使用和发展还需要规范、引导,我们需要做的,是选择优化、趋利避害。

参考文献:

- [1] 鲁枢元. 文学与语言学[M]. 上海: 学林出版社, 2011.
- [2] 廖大国. 网络流行语兴盛的心理动因探析[J]. 牡丹江教育学院学报, 2009(1): 116.
- [3] 王婷. 网络流行语盛行现象分析[J]. 中国传媒科技, 2012(6): 102.

- 坛,2009(10):26.
- [9] 克里南伯格. 单身社会[M]. 沈开喜,译. 上海:上海文艺出版社,2015:211-240.
- [10] ULRICH Beck. Risk society:toward a new modernity[M]. Cambridge: Polity Press, 1992: 114-115.
- [11] 鲍曼. 流动的 Modern 性[M]. 欧阳景根,译. 上海:三联书店,2002:198.
- [12] 朱力. 功利主义辩证观[J]. 人民论坛,2011(1):40.
- [13] 朱力. “最美”平凡人拷问社会道德[J]. 人民论坛,2012(21):5.
- [14] 朱力. 多重变量撬动道德秩序[J]. 人民论坛,2012(19):22.
- [15] 朱力,朱志玲. 现阶段社会心态的主要特征及疏导对策[J]. 人民论坛,2014(8):8.
- [16] 新华网. 习近平:切实把思想统一到党的十八届三中全会精神上来[EB/OL]. (2013-12-31)[2015-10-20]. http://news.xinhuanet.com/politics/2013-12/31/c_118787463.htm.
- [17] 胡鞍钢,杨竺松,鄢一龙. “十三五”时期我国社会保障的趋势与任务[J]. 中共中央党校学报,2015(1):85.
- [18] 朱力. 公众信心聚散的社会心理学解读[J]. 人民论坛,2013(5):10.
- [19] 威尔·杜兰特,阿里尔·杜兰特. 历史的教训[M]. 倪玉平,张阅,译. 成都:四川人民出版社,2015.
- [20] 龚维斌. 社会治理新常态的八个特征[J]. 中国党政干部论坛,2014(12):31.

(上接第58页)

- [4] 钱增,王龙玉. 新闻“碎片化”趋势及其影响分析[J]. 新闻实践,2010(7):35.
- [5] 喻国明. 解读新媒体的几个关键词[J]. 广告大观(媒介版),2006(5):12.
- [6] 彭兰. 碎片化社会背景下的碎片化传播及其价值实现[J]. 今传媒,2011(10):9.
- [7] 蔡震. 专家探讨“词媒体”,主要特性是抓要点、简练[EB/OL]. (2010-03-30)[2015-12-01]. <http://media.people.com.cn/GB/40606/11256034.html>.
- [8] 史美娜. 从网络热词看社会语言发展[J]. 东京文学,2011(5):109.
- [9] 互动百科. 我爸是李刚[EB/OL]. [2015-12-01]. <http://www.baik.com/wiki/%E6%88%91%E7%88%B8%E6%98%AF%E6%9D%8E%E5%88%9A>.
- [10] 百度百科. 糗[EB/OL]. [2015-12-01]. http://baike.baidu.com/link?url=-oziPF8fkXhtAGt9DSqyGhrwDw2V7CQkHWTum5dDk21PxtqFbGA_Ukjh817xHtZQjaV8tc0YdfADVRGsKWSut1U_Ye4LR4hhiElygJ-pf60.
- [11] 互动百科. 雷人[EB/OL]. [2015-12-01]. <http://www.baik.com/wiki/%E9%9B%B7%E4%BA%BA>.
- [12] 陈力丹. 解析中国新闻传播学(2012)[M]. 北京:人民日报出版社,2012:20.
- [13] 彭兰. 网络传播学[M]. 北京:中国人民大学出版社,2009:123.
- [14] 王燕. 尹晓宇时代在新字词里跳跃[N]. 人民日报(海外版),2012-06-04(04).