

## 论“淘宝体”的语体特征及其发展趋势<sup>〔\*〕</sup>

○ 杨 勇<sup>1,2</sup>

- (1. 华中师范大学 语言与语言教育研究中心, 湖北 武汉 430079;  
2. 阜阳师范学院 外国语学院, 安徽 阜阳 236032)

〔摘要〕“淘宝体”作为近年来的网络热词,指的是一种产生于网络交易的亲切、可爱的以书面形式呈现的口语体。本文以外交部微博招聘信息和南京理工大学录取短信为样本,简要回顾了“淘宝体”的产生和在各领域中的广泛应用,并从语表、语里和语值三方面分析了其语体特征,最后粗线条地预测其发展前景。“淘宝体”适应了时代的发展需求,其兴盛和泛化是有深刻理据的。希望能引起学界对这种语体现象的关注,去“淘”出存在其背后的社会理据,淘出语言演变的规律,淘出社会发展的规律。

〔关键词〕淘宝体;产生;泛化;语体特征;时代烙印;前景

“淘宝体”这个词是近年来的网络热词,应用很广泛。首先看南京理工大学给录取的新生发送的“淘宝体”录取短信:

(1)“亲,祝贺你哦!你被我们学校录取了哦!南理工,211院校噢,奖学金很丰厚哦,门口就有地铁哦!景色宜人,读书圣地哦!亲,记得9月2号报到哦!录取通知书明天‘发货’哦!上网 <http://www.ems.com.cn> 就可以查通知书到哪了哦!亲,全5分哦!给好评哦!”

《扬子晚报》如此报导:这条颇为另类的录取短信“火热出炉”,还用上了时下最流行的“淘宝体”模板,不少学生看完短信都“噗”的笑出了声来,学校和考

---

作者简介:杨勇(1980—),华中师范大学语言与语言教育研究中心2011级博士生,阜阳师范学院外国语学院教师,主要研究方向:网络语言、文体学、句法学等。

〔\*〕本研究为澳门大学研究委员会资助课题“Grammatical Innovations in Chinese on the Internet and Their Linguistic Implications”(网络语料所见之汉语语法创新及其语言学意义),编号:MYRG093(Y1-L3)-FSH13-XJ、系阜阳师范学院教学研究项目“资源整合下的英美文学教学及网络建设”(2012JYXM78)、英美文学团队(2010JXTD02)阶段性成果。

生之间的距离一下子被拉近。……这样的“短信报喜”在南京高校中算是首创。而该校用“淘宝体”来“报喜”，也算是个大胆尝试，一改理工科院校的古板面目。<sup>[1]</sup>

第二个例子是外交部官方微博平台“外交小灵通”发布的招聘信息：

(2)“亲，你大学本科毕业不？办公软件使用熟练不？英语交流顺溜不？驾照有木有？快来看，中日韩三国合作秘书处招人啦！这是个国际组织，马上要在裴勇俊李英爱宋慧乔李俊基金贤重 RAIN 的故乡韩国建立喔~此次招聘研究与规划、公关与外宣人员 6 名，有意咨询 65962175 ~ 不包邮。”<sup>[2]</sup>

一改党政机关的话语体系严肃、刻板、谨慎的风格，清新可人，温情款款，令众多微博控们耳目一新。据网站统计，这条微博发布后短短的 3 个小时内竟被转发了 4800 多次。

后来“淘宝体”还被用于市政的交通宣传，甚至是公安局的网络通缉等。一石激起千层浪，引发广大专家学者热烈讨论，莫衷一是。让人不禁疑惑：到底什么是“淘宝体”？究竟是什么样的内涵和特征支撑着这种语体如此强势？泛化了的“淘宝体”在其他领域能走多远？

概念对理解一个新生事物非常重要。康德认为“一切知识，也就是一切伴随意识的关于客体的表象，不是直观就是概念。直观是个体的表象，概念是普遍的表象或反思的表象。”<sup>[3]</sup>在逻辑学中，概念是通过比较、反思和抽象等逻辑活动而得以产生的。黑格尔认为概念本身包括三个环节“普遍性、特殊性和个体性”，或者说是构成概念的三个样式，而“对概念加以内在的区别和规定，就是判断。因为下判断，就是规定概念。”<sup>[4]</sup>我们首先来界定“淘宝体”这个概念。

“淘宝”是从淘宝网衍生而来。由于网络的普及、网购的风行，大批的网商应运而生，他们在网上与网购者讨价还价，就产品性能、质量、价格、运费、评价等多方面进行交流、协商，“淘宝体”就是在他们的交易交谈中产生的。因为其亲切、可爱、温情款款而走红，迅速成为一种流行的语体，出现在各种口头和书面的交往当中。

## 一、“淘宝体”的语体特征

“体”本来指文字的书写形式或作品的体裁（《现代汉语词典》第 5 版），如楷体、宋体、公文体、政论体等。中国传媒大学教授侯敏认为“新词语中的‘体’主要指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”。<sup>[5]</sup>据此，可以粗略界定：“淘宝体”是一种产生于网络交易的以亲切、可爱为特点的书面形式呈现的口语体。

本文拟运用当代著名语言学家邢福义先生的语表—语里—语值“小三角”理论，<sup>[6]</sup>从三个方面去探索其语体特征。

### （一）语表

邢福义定义语表为显露在外的可见形式，就是语言外在的表现形式。下面

从词法和句法两个方面来说:

### 1. 词法特征

“淘宝体”的词法有着自己独特的体系。首先,在词法的形式表征上,以“亲”和“哦”这两个关键词为最高频出现的词汇,“亲”是“淘宝体”发明的独特的见面称呼语,下面还会论述到这个称谓,而以“哦”为代表的大量语气词的使用,使冷冰冰的网络交易充满了各种感情。其次,“淘宝体”隶属于网络语言,具备网络语言的绝大部分特点,比如,网上购物对交流效率的要求较高,致使大量出现符号、字母、数字、缩写、省写、固定网络表达等,比如笑脸、握手、碰杯、疑惑、大哭等表情符号的海量使用,一方面可以节省时间,另一方面可以充分地表情达意。当然,在“淘宝体”中会大量使用网络流行语,比如上述外交部微博中出现的“有木有”,是“有没有”的意思,“顺溜”来自当时热播的电视剧《我的兄弟叫顺溜》,此处引申为“流利”。最后,交谈双方的隐现性,使得有些在面对面交谈中不好意思或不便说出口的话,可以笔谈出来。除此之外,它还有自己特定的一套词汇体系:比如,拍、改价格、付款、小二、支付宝、发货、物流、确认收货、包退、包邮、好评、给五分等等。主要是涉及购物流程、物流配送、收货评价、信用等级等方面的特定词汇和特定用法。试举一例:“拍”是口语中的一个常见字,在现代汉语中是“用手掌打”的意思,比如“拍手”等,但在“淘宝体”中,有自己非常规的用法,表示买下卖家的东西,但没有付款到支付宝等第三方支付平台,因为卖家可能还要改价格。

### 2. 句法特征

“淘宝体”大量使用短句,这与它的交际性和对交流效率的要求是分不开的,是由它的口语体本质决定的,在口头交流中,无论从说话者的编码、组织、表达,还是听话者的获取、解码、理解,都排斥长句、复杂句,因为不利于快速高效的交际,尤其是在同时和很多人聊天的网上,短平快的句子成为首选,独词句备受青睐,如:包邮哦!这一点可以从上面的例子中明显感受到。

“淘宝体”大量使用疑问句,但疑问性都不强,往往是祈使句或陈述句的变体。如例(2)中“你大学本科毕业不?办公软件使用熟练不?英语交流顺溜不?驾照有木有?”虽然都是疑问句,但并没有什么疑问性,可以换成常规的“要求”:学历本科,熟练使用电脑,英语流利,有驾照。对比两句,优劣立现,一个如阿姐询问,一个如领导训话。其语用效果截然不同,心理感受大相径庭。

#### (二) 语里

邢福义定义语里<sup>[7]</sup>为隐含在内的不可见的关系或内容,并认为复句和句群的语里意义主要表现为逻辑—语法关系。

“淘宝体”的核心语里意义在于推销,最终目的是要在尽量短的时间里让买者付款买东西。反映到语里意义上,就是劝诱和说服。

首先,亲切可人的称呼。网上见面称呼用“亲”,不再是以往的“同志、先生、小姐、老板”了。“亲”这个网络流行词,一开始是周笔畅对其粉丝“笔亲”的称

呼,后来80后和90后们用来作为对“亲爱的”的简称,之后广泛被淘宝卖家借用,可以理解为“亲爱的”、“亲爱的顾客”之类的意思,这样称呼不会很腻,又不乏俏皮的意味。听来确实很亲,一下拉近了顾客和卖家的距离,大大消解了陌生感、疏远感以及不信任感,因为我们彼此相亲相爱,我们彼此是“亲爱的”,这个称呼或许会颠覆中国改革开放以来尴尬的称呼处境,革命时期衍生的传统称呼“同志”,长期以来,一直是中国人陌生人之间的招呼用语。现在该词被引申为同性恋之间的称呼,当某一词语的某一语义有贬义时,则该词的贬义用法很快会磨蚀其褒义和中性用法,所以现在人都不愿意被称呼为“同志”,“亲”这种新的称呼方式或许会成为“淘宝体”对现代汉语称谓语的一大贡献。

“亲”这个称谓,已经在日常生活中,大量泛化。姑且不论现在年轻人口头的互相称呼,一些实体店铺对顾客的面称等,它在政府宣传中也大量出现,且看《河南日报》的一则报道:8月10日9时30分,在郑州火车站地处敦睦路与钱塘路口,“亲,注意避让行人哦!”“亲,慢车道安全哦!”“亲,注意谦让哦!”“亲,快车道很危险哦!”“亲,红灯伤不起哦!”这样的网络流行“淘宝体”、“凡客体”交通宣传提示牌被摆放在显要位置,吸引了不少过往行人的关注。与此同时,10余名大学生青年志愿者所骑的电动车上也悬挂着这样的交通安全用语。<sup>[8]</sup>“亲”甚至用到了警察对在逃犯人通缉令的称呼中,例子见“语值”一节。

其次,贴心温暖的关怀。淘宝语体中经常出现“亲,熬夜不好哦!”“收货认真检查哦。”“不满意就退回来哦。”“下次来给你九五折哦。”等等话语,让人心里很温暖,感觉不仅在买东西,更是在交朋友,或者是在和亲戚、朋友或家人聊天。

但是其亲切的称呼,温柔的语调,贴心的关怀,友好的提示,固然有其人本主义的仁爱;背后,还是有利益的驱动,这也是“淘宝体”特定的语里意义产生的理据。铺垫的产品介绍、折扣比例、付款条件、售后服务等,都是“因”,其自然推论是我的产品物美价廉,服务优质,售后有保障,达到顾客购买的“果”。而上面提到的外交部的和南京理工大学的泛化的“淘宝体”通知,无不是借助这个流行的形式,要达到的意义大同小异,招聘的希望别人去应聘,通知的希望新生去上学,因果关系显而易见。

### (三)语值

本文定义“淘宝体”为一种以书面形式呈现的口语体,也就是说,其本质是口语体,只是这是一种没有发出声音的口语,而是写出来的,是打在电脑屏幕上笔谈的。表现在语值上就是大量运用语气词“哦、噢、喔、啦、吗、吧”等,几乎每句话后都会带上这类语气词的其中之一,使用频率最高的是“哦”。这类语气词本是网上交易洽谈时女性喜欢采用的语调和语气,暗含女性的嗲,使得买者觉得对方是女孩,于是不与对方计较价格上的些微差异,或者是否包邮等问题,从而放心购买,有着消费心理学的理据,所以被广大网商采用,并大量运用在他们的会话中,进而上升为“淘宝体”的一个特别普遍的显性特征。这些笔谈的话语,如果说出来,则大多会采用升调。

“淘宝体”中经常出现一些流行的元素,或者是传统的东西以年轻人喜闻乐见的方式来呈现,迎合他们的爱好和品位。

邢福义<sup>[9]</sup>认为,语值有时是修辞值,特定格式有其特定的修辞效果,有时是语境值,不同句式有适应不同语境的价值。也正是这一点,让“淘宝体”微博公文广遭批评,认为该严肃的时候不严肃,因为微博或者短信是很随意的一时一地的零碎感受,而公文则力求典雅、严肃。二者好像有着不同的语境值,是两条道上的火车。2011年7月,上海市徐汇区交警支队团总支发布如下“淘宝体”通缉令:

(3)“亲~被通缉的逃犯们,徐汇公安‘清网行动’大优惠开始啦!亲,现在拨打24小时客服热线021-64860697或110,就可预订‘包运输、包食宿、包就医’优惠套餐,在徐汇自首还可免费升级获赠夏季冰饮、清真伙食、编号制服……亲,告别日日逃,分分慌,秒秒惊的痛苦吧,赶紧预订喔!”<sup>[10]</sup>

该微博还配有图片,在通缉令海报上,身着红色囚服的流氓兔站在铁栅栏后,图片上方是“通缉令”三个黑色大字,被网友称为“最萌(可爱,讨人喜欢的意思)通缉令”。<sup>[11]</sup>

无独有偶,徐汇公安“淘宝体”微博发布一个月后,福州市公安局在其新浪官方微博上,也以时下流行的“淘宝体”播发了一则《关于敦促在逃人员投案自首的联合通告》:

(4)亲,想结束居无定所、四处漂泊的日子吗?想早日回到家人的身边吗?亲,现在起至12月31日止,您拨打24小时“客服热线”110,免费全身体检、包吃住……有许多巨划算“优惠套餐”哦~~请看图片~~您对此满意吗?满意请给全五分评价噢!!<sup>[12]</sup>

其本质是一道通缉令,却以这么一种亲切的形式呈现,所以发布后引发了广大网友的热议,播发后效果喜人,据东南网《海峡都市报》报导:昨日(即8月17日)上午,涉嫌抢劫的网上在逃人员李某,在福州市公安局“淘宝体”《联合通告》的感召下自首,李某成为福州警方发布“淘宝体”通缉令后自首的第一人。<sup>[13]</sup>

除了上海和福州公安部门的“淘宝体”通缉之外,后来烟台也有类似催促在逃人员自首的通告。如此多的“淘宝体”出现在公文、通知、通缉、宣传等方面,一时引发社会巨大争议,褒贬不一。《人民日报》曾提出了针锋相对的两种评论:在很多人眼中,通过这种清新的文风,亲民的语言,能促进改变作风、提升领导力;也有人不以为然,认为这是哗众取宠,消解法律和政府的威严。有专家质疑,该严肃的时候不严肃,是否合适?文章最后引用中南财经政法大学社会发展研究中心主任乔新生的话指出“更重要的还是其后的实际内容。”<sup>[14]</sup>该文希望清新的文风能促使干部工作作风的改变,可以看出作者对此语体持保守和谨慎的态度。

针对专家的质疑,桂杰反问“淘宝体”通缉令让谁感觉不够严肃?他认为“淘宝体”走进公文,与网络语言的迅速发展息息相关。民间语言的发展变化和创新最丰富最迅捷,在形成和使用的过程中消解了传统的东西,甚至有负面作



用,但在网络的语境下,官方如果进行完全否定是没有道理的,而且官方想否定也否定不了,更左右不了网民的喜好。<sup>[15]</sup>

确实,广大网民,尤其是年轻网民,非常支持“淘宝体”公文,因为这是他们的语言,符合他们的口味,反映了他们的话语的社会接受度。每次官方微博发布类似语体的公文,他们纷纷转载、评论,“顶起来,不让沉下去”。对于以这种语体通知的事情,他们参加的热情空前高涨,效果让发布者都出乎意料。

政府的报告肯定不便使用“淘宝体”,但政府的友好提醒、温馨提示大可不必也典雅、严肃。或许“淘宝体”的语值不适合非常正式的语境,不适合出现在正式公文当中。但在公司招聘这样的场合无疑是有其不可超越的语用价值,社会经济的高速发展对语言效率、语言形式提出了新的要求,“淘宝体”是在时代的要求下产生并得以发展的。“淘宝体”本是特定的交际群体为适应他们交际需要而创造的,但语言使用者反常规的思想倾向和情感特点,让他们想解构正统的语体,用自己的语言来描写、解释社会上发生的事情,“淘宝体”的出现,是一种语言的创新,在一定程度上丰富了人们的语言生活。各种传播媒体的介入,对“淘宝体”的走红起了推波助澜的作用,尤其是网络,跨越了时间和地域的局限,使一个地方发生的事,瞬时能传遍全球,客观上推动了“淘宝体”的大量的“模因”复制、模仿和衍生,并得以向前发展。只要分开场合,扬长避短,特别是当这种语体面对的受众是80后、90后或者00后的年轻一代时,就能让“淘宝体”的语用价值得以最大的发挥。

## 二、“淘宝体”兴盛、泛化的理据及其发展趋势

“淘宝体”本是淘宝商人交易的商业语言,能在短短的时间内,完成自身的发育发展,并很快跨过淘宝网,影响到其他领域,甚至成为官方媒体的通知、宣传语言,主要要归功于内因和外因的共同作用。

首先,“淘宝体”适应了时代的发展需求。具体来说,有如下几点。第一,它是经济全球化和一体化的产物。生产力的飞速发展,全球网络的形成,让世界经济成为一个相互联系、相互依存的整体。足不出户,就可以获取各种信息,可以轻松购物,满足各种生活需要。网络交易中,如何打消从未谋面的两个陌生人之间的疑虑和壁垒,如何拉近卖家和顾客之间的心理距离,如何修复社会整体诚信度的缺失,是电子商务发展首先要面对并解决的问题,在这一需求下,“淘宝体”应运而生。第二,“淘宝体”适应了社会高度信息化的需要。先进的现代信息技术搭建了各种各样的信息网络 and 平台,二十一世纪是一个信息爆炸的时代,海量的信息,铺天盖地,唾手可得,商品也极大丰富,如何在这海量信息中,选定自己喜欢的商品,有时候也就是一句话,一声问候,一个关怀,让买家下定决心。第三,“淘宝体”适应了社会精简化、快捷化的要求。“淘宝体”中,字少句短,高度浓缩,以少胜多,一个字、一个短句,蕴含了大量的信息,甚至包蕴了一个热点社会事件,但是高度精简的背景下,要确保信息充实饱满,保障交流的数量准则和

质量准则,在这条信息高速公路上,一个个顾客就好像一辆辆飞驰而过的汽车,大家都没有时间去慢慢比对、甄选、议价,一切服从于精简快捷。

“淘宝体”是适应全球化、信息化、便捷化等时代需求而产生和兴起的,它身上打上了很深的时代烙印,反过来,由于其本身存在的合理性和科学性,又在一定程度上促进了时代的发展,尤其是经济和社会方面的协调发展,它们彼此之间是相辅相成、辩证统一的。

其次,“淘宝体”本身内容和形式的高度统一:“淘宝体”简约、随意、快捷、可爱、温情,匠心独运,相同的话语柔柔地说、幽默地说,贴近语言现状,反映说话者的人文背景,真正做到了喜闻乐见,故而广为普通民众所接受。“淘宝体”因为其简单、明快、可爱而被网友大量复制、模仿,进而进入其他交流领域,甚至成为官方通知的语言。这是草根语言对正统语体的解构,是广大网民的狂欢,反映了语言的变化发展,反映了语言使用者求新求异的心理,反映了社会温情和谐、重义轻利的一面。它通过轻松、可爱、或者是调侃的语言,诉说着重大的社会事情,能让沉重压抑的事情变得可以接受、可以理解,至少是让人有去接受、去理解的欲望。在社会压力普遍提高、人际关系悄然冷漠、利益冲突日益加剧的今天,“淘宝体”的出现,无疑是一道亮丽的风景,一缕清新的空气,看后令人不禁莞尔。随着“微时代”的到来,电脑和网络对我们工作和生活的改变正在悄然进行,想象一下由有纸化办公到无纸化办公的改变就可以预测,这种微博公文极有可能越来越普及。

第三,“淘宝体”契合了会话中的“合作原则”和“礼貌原则”。<sup>[16]</sup>美国哲学家格莱斯(Grice)早在1967年就提出了“会话含意(conversation implicature)理论”,其核心思想是“合作原则(cooperative principle)”,<sup>[17]</sup>要求会话的双方遵守四条准则,第一是质量准则(Quality Maxim),即尽量不说自己认为不真实的话。第二是数量准则(Quantity Maxim),即提供的信息正好满足会话的要求,不多也不少。第三是关联准则(Relevance Maxim),即会话的内容要和正在谈论的话题有关联,不要离题。第四是方式准则(Manner Maxim),即要求会话不艰深晦涩,要简练、明晰、易懂,避免歧义。当人们在会话中不遵守或故意违反“合作原则”时,就需要听话人去推断说话人的会话含义,所以,英国语言学家利奇(Leech)在“合作原则”基础上又提出了会话中的“礼貌原则(politeness principle)”。所以,“礼貌原则”本质是“合作原则”的完善和补充,具体内容包含六个准则,每个准则又包括两条次则:(1)得体准则(Tact Maxim):减少表达有损他人的观点。尽量让别人少付出;尽量让别人多受益。(2)慷慨准则(Generosity Maxim):减少表达有利于自己的观点。尽量让别人多受益;尽量让自己多吃亏。(3)称赞准则(Approbation Maxim):减少表达对他人的贬损。尽量少贬低别人;尽量多称赞他人。(4)谦逊准则(Modesty Maxim):减少对自己的表扬。尽量少表扬自己;尽量多贬低自己。(5)一致准则(Agreement Maxim):减少自己与他在观点上的不一致。尽量减少双方的分歧;尽量增加双方的相同看法。(6)同情准则(Sym-

pathy Maxim):减少自己与他人之间在感情上的对立。尽量减少双方的反感;尽量增加双方的同情。<sup>[18]</sup>比照这两个原则,我们能看出在运用“淘宝体”的成功网络交易中,这两个原则无时无刻不在起作用。先说合作原则,保证会话的质量准则是成功交流的前提,信息数量上,每一个话轮包含了顾客需求的信息量,在关联和方式准则上,时间和效率的要求让双方表达尽量精炼,不啰嗦,同时不会离开交易这个语域。再看礼貌原则,让顾客满意购物是网商的终极追求,所以,在此过程中,他们会表达得体,减少双方的分歧,让买方多受益,同时,多称赞对方,双方感情上的契合和共鸣无疑会大大增加其购物的可能性,并且,买方收货后,会“全五分”,“给好评”。积攒好的信用才能使网络商店做大做强,所以,每一个成功网商的会话交流肯定都会有意或无意中遵循了上述两个原则。当然,除了这两个原则,还有经济原则(或省力原则)等,在“淘宝体”的兴盛和泛化中起了重要作用,限于篇幅,不一一论述。

第四,“淘宝体”的泛化符合“模因论”。1976年,英国牛津大学著名动物学家和行为学家理查德·道金斯(Richard Dawkins)出版《自私的基因》(The Selfish Gene)一书,首先提出“模因(meme)”这一概念,模因论(memetics)从此成为一门新兴学科。在道金斯看来,正如基因(gene)是人类遗传进化的基本单位一样,模因是文化进化和传播的基本单位,究其本质,模因是一种复制因子,是借用达尔文生物进化的理论来解释人类文化进化的一个新的理论视角。道金斯认为一个模因要想得到成功的复制和传播,必须具备以下三个特点。第一是长寿性(longevity),指的是模因必须在口头或书面流传的时间很长,模因存在的时间越长,被复制和传播的可能性越大。第二是多产性(fecundity),指的是成功的模因必须保证自己不断得到复制,越受欢迎的模因,被复制和传播的速度越快,范围越广。第三是复制忠实性(copying-fidelity),忠实指的是成功的模因在复制过程中必须保留原有模因的核心或精髓,否则,就是模因变异,被其他的强势模因同化、吞并。<sup>[19]</sup>“淘宝体”是一种文化因子,它的泛化,完全符合模因复制的三个条件,首先,“淘宝体”拥有庞大的淘宝网络平台作为其后方基地,在这里,它是常规使用语言,是网络交易的强势语言,深受欢迎。其次,它在传播和泛化的过程中,席卷的范围很广,涉及经济、文化甚至是政治等领域。同时,在泛化中,其典型特征没有磨蚀,被大量而忠实地复制,影响日益扩大。

当然,“淘宝体”也存在很多问题,比如大量符号、数字、字母、物称、美称等,对语言的规范性造成了极大的冲击,语体的大量模仿、滥用,能否长期保鲜,能否为语言学界和官方所真正接受,能否去粗取精、扬长避短,长期地稳定地存在等等,这都是需要解决的问题。

或许,“淘宝体”会昙花一现,很快淡出人们的视野,成为历史的尘埃;但更有可能,它会夹缝求生,傲然生长。我们对这些新的事物,新的语言现象,应该多些宽容与尊重,要持开放、开明的态度,试着去观察、去理解、去接受,然后,或许就会不知不觉地爱上它。如果加强科学引导和规范,区分不同使用场合,合理去



应用这些网络语体,一方面能促进网络语体和现代汉语的健康发展,另一方面,能为社会主义现代经济建设服务,为和谐、文明的社会建设服务。

### 三、结 语

“淘宝体”的兴起有其深刻的社会历史背景。市场经济、电子商务等造就了“淘宝体”,反过来,由于“淘宝体”适应了时代需求,自身方便快捷、温情可人等特征使得它便于流行,在很大程度上促进了市场经济和电子商务的繁荣,在此过程中,由于广大网民争相效仿、疯狂模因复制,“淘宝体”逐渐泛化,渗透到其他非经济领域。面对当前众多的网络语体:淘宝体、凡客体、甄嬛体、撑腰体、元芳体……希望能从这些不为人所关注的现象中淘出一些“宝”,客观存在的现象必然有其存在的道理,何况“淘宝体”不仅存在,还被官方媒体频频使用,在实践中被证明效果明显,就更值得去关注,去“淘宝”,淘出存在其背后的理据,淘出语言演变的规律,淘出社会发展的规律。

#### 注释:

- [1] 杨甜子、张琳:《南京理工大学:“淘宝体”录取短信真是萌啊》,《扬子晚报》2011年7月17日。
- [2] 新浪微博:外交部“外交小灵通”,见 <http://weibo.com/wjxlt>,2011年8月1日。
- [3] [德]康德:《逻辑学讲义》,许景行译,北京:商务印书馆,2010年,第83页。
- [4] [德]黑格尔:《小逻辑》,贺麟译,北京:商务印书馆,1980年,第350页。
- [5] 侯敏:《2010年度新词语解读》,《语言文字应用》2011年第4期。
- [6] [7] [9] 邢福义:《汉语语法学》,长春:东北师范大学出版社,1996年,第439、440、442页。
- [8] 李凤虎:《郑州警方首次用“淘宝体”宣传交通安全》,《河南日报》2011年8月11日。
- [10] 新浪微博:徐汇交警支队团总支,见 <http://weibo.com/xhjjzd>,2011年7月8日。
- [11] 新浪上海:《徐汇公安微博发“淘宝体”通缉令被网友称史上最萌》,见 <http://sh.sina.com.cn/news/s/2011-07-09/0839188553.html>。
- [12] 新浪微博:福州市公安局官方微博,见 <http://weibo.com/fzga110>,2011年8月10日。
- [13] 江方方、马腾宙、李超:《福州市公安局微博发“淘宝体”通缉令,召来首个逃犯自首》,见东南网 <http://fj.sina.com.cn/news/s/2011-08-18/0747108609.html>。
- [14] 梁昌杰:《“官话”为何用上“网络体”》,《人民日报》2011年9月6日。
- [15] 桂杰:《网络语言进入政府公文贬褒不一,“淘宝体”通缉令让谁感觉不够严肃》,《中国青年报》2012年6月7日。
- [16] 感谢武汉大学徐英博士,在和我讨论的过程中,指出“合作原则”和“礼貌原则”等会话原则在“淘宝体”的泛化中的作用。
- [17] Grice, H. Paul. Logic and Conversation. In Cole, P. and Morgan, J. L. (eds). Syntax and Semantics. Vol. 3. Speech Act. Academic Press, New York, 1975, pp. 41 - 58.
- [18] Leech, Geoffrey. Principles of Pragmatics, New York: Longman Inc, New York, 1983, 中文表述参照卢敏:《汉语礼貌原则探析》,《学术界》2007年第3期。
- [19] Dawkins, R. The Selfish Gene: 30th Anniversary Edition. Oxford: Oxford University Press. 2006.

[责任编辑:黎虹]