

· 网络文化 ·

当下大众社会心态及性别意识的解析

——以“女汉子”一词为例

李贞晓, 卢志鸿

(北京邮电大学人文学院, 北京 100876)

摘要:以“女汉子”一词为例,通过分析当下大众对“女汉子”的态度和审美特征,研究网络热词流行的背后所折射出的大众社会心态和性别意识。设计的问卷调查分两个时段(2014—2015年),采用网上发布和在线填答的方式。数据分析以年龄、性别、社会身份、教育背景以及地域五个变量进行。研究表明,人们对“女汉子”普遍持理解的态度;“女汉子”身上具备的人性正面特质超过负面特质;大众在社会心态、性别角色定位方面的认知情况发生了积极的变化。

关键词:女汉子;流行语;社会心态;性别意识;变量

中图分类号: H136.4; C912.6-0

文献标识码: A

文章编号: 1008-7729(2016)01-0001-07

一、引言

互联网的飞速发展使人们每天都生活在各种五花八门的海量信息氛围中,大量的新潮语会从各种媒体融入人们的语言生活,极大地丰富着人们日常的言语表达和情感沟通上的需求。网络热词现象往往能够折射出人们的语言生活现状和社会心态。近十年来,各大主流媒体每年都会通过发布年度网络热词和流行语,盘点时下社会热门事件,梳理民生所向。根据教育部、国家语委2014年5月29日发布的《2013年中国语言生活状况报告》,“女汉子”一词荣登十大新词语之列,从近段时期众多的女性称谓中脱颖而出。

2013年4月,模特兼主持人李艾的微博话题“女汉子的自我修养”引起了人们对“女汉子”的关注,之后“女汉子”一词便迅捷在社交网络和大众媒体上蹿红。由于信息技术的迅猛发展和移动通讯产品的深度普及,一些网络用语一旦被接纳便飞速在人们的日常生活中得以推广,人们还常常会用调侃的心态来进行日常的话语交流,常常听到有人会故意将“女汉子”说成带有江南某地域方言的“女汉纸”。

网络流行语反映个体与群体社会的联系性,是最具代表性和敏感性的社会神经。尽管在网络环境中,网络语言使用者的性别、年龄、社会身份、文化程度等处于一个半屏蔽的状态,但是从语言的使用和传播途径来看,“女汉子”主要受到学生和社会中下阶层青年追捧,“女汉子”一词的语言形式和所指给人们带来一种新的体验与视角,更加丰富了人们的交际需求和情感表达。有网友表示,“无论是职场商场的场外战场,还是锅碗瓢盆的家中小院,都需要有一颗‘女汉子’的心去应付”;也有网友表示难以接受“女汉子”的粗鲁。从修辞学上来看,“女汉子”属于矛盾修辞,冠以“女”字,使女性也可兼具“男子汉”的特性而不再被划为阴柔的代号。

随着“女汉子”一词的流行,人们对“女汉子”的语义内涵及其社会意义的研究更加丰富。学者从女性主义、心理学、语言学等角度探讨“女汉子”的语义特征,其反映的社会语言现状和人们心态的嬗变^[14]。但是,目前还鲜有结合调查问卷的数据进行量化分析的相关研究。通过问卷调查和网络实例的综合数据,以被调查者的性别、年龄、社会身份、教育背景、地域五个维度为变量,通过人们对“女汉子”的态度和审美趋向,分析该词流行的社会成因,进而探究“女汉子”一词流行

收稿日期: 2015-12-08

基金项目: 北京邮电大学社会科学基金项目(2012BS05)

作者简介: 李贞晓(1992—),女,广东茂名,北京邮电大学人文学院2014级硕士研究生,主要研究方向为应用语言学、社会语言学。

所反映出的当下某类女性群体的声音,以及大众社会心态、性别意识及角色定位的认知变化情况。

二、对“女汉子”词义理解及流行现象的社会调查

网络语言一直处于动态的话语活动中,随着人们在网络和日常生活的使用和传播过程,一些网络词语的词义也会发生升格或降格。“女汉子”一词在同化→保持→表达→传播的过程中,也伴随着“女汉子”词义的演化。有趣的是,作者在历时近两年时间里对“女汉子”一词使用现象的观察发现,百度百科对“女汉子”一词的解释就一直在不断更新。2013年,“女汉子”一词开始受到人们关注时的词义为“用来形容那些外表是女的但是性格‘纯爷们’的姑娘”;2014年初,“女汉子”一词正当流行时的词义为“一般行为和性格向男性靠拢的一类女性。形容女性可能言行粗鲁、个性豪爽、不拘小节、独立、不怕吃苦、脾气暴躁、不太注重个人形象、缺少女人味等大众认为女性不应拥有的特质”;2015年,“女汉子”的词义发生了一些变化,指“行为大大咧咧、不拘小节、敢于担当、比较自强的女性。形容女性个性豪爽、独立自强、不怕吃苦、自力更生、不爱依赖别人、不穿高跟鞋、缺少女人味、不喜欢求助、不太注重别人的感受等”。

本文的研究是在问卷调查和网络实例分析基础上,采用抽样和量化统计方法进行。问卷调查在题目设计时考虑到流行词的时间性、广用性、频用性、地区性、稳定性的原则^[5],根据网上搜索到的综合信息和相关实例进行归纳概括,其内容包括调查对象的基本信息、对“女汉子”语义和流行现象的认知情况,以及对“女汉子”的态度倾向三个部分。

分别在2014年4月和2015年4月对网络热词“女汉子”实施问卷调查,研究从观察语言使用现象、设计调查问卷题目、汇总统计数据到综合数据分析,历时整整两年时间,其中两次问卷调查间隔时间约为12个月,均采用网上发布和在线填答的方式,填答时限为一个月,第一次调查共收回331份填答问卷,除一份无效答卷外,其余全部有效;第二次调查共收回56份填答问卷,全部有效。用于研究的数据是根据回收的全部有效答卷386份,采用SPSS 22.0软件统计分析获得。

问卷第三部分的题目设计采用五级量表,根据对调查数据的可信度分析,分别对“女汉子”表示积极大于消极、消极大于积极和综合性的描述。经过Alpha模型检验,各项Crobach' α 系数在0.64~0.83之间,说明该问卷调查数据的内在一致性较好,可信度较高。

1. 调查对象

根据第一次回收的有效调查问卷,调查对象以年轻人居多,其中,年龄在18~25岁之间受访者占51.2%。在330名受访者中,男性占40.6%,女性占59.4%,主要为高校本科生和研究生、企业职工、教育机构职员,地域分布较广,以来自华北地区居多。调查对象在性别、年龄、社会身份、地域分布,以及受教育程度等方面均有一定的代表性和覆盖面。如表1所示。

表1 2014年调查对象的基本信息(N=330)

类型	样本类型	占比/%	类型	样本类型	占比/%
年龄段	17岁及以下	2.1	性别	男	40.6
	18~25	51.2		女	59.4
	26~35	18.8	社会身份	中学生及以下	2.4
	36~45	10.0		本科生	33.9
	46~55	15.2		研究生	16.3
	56~65	2.4		企业职工	13.3
	66岁及以上	0.3		教育机构员工	21.8
地域	东北	10.3	退休	2.7	
	华北	38.5	其他	9.6	
	华东	12.4	教育背景	高中及以下	6.4
	华中	9.4		本科	53.0
	华南	21.2		硕士及以上	40.6
	西部	8.2			
	东北	10.3			

第二次的问卷调查对象主要针对大学在校生群体，在校本科生占 37.5%，在校研究生占 57.1%；在 56 名受访者中，男性占 35.7%，女性占 64.3%。

2. 调查对象对“女汉子”的词义和流行现象的认知情况

“女汉子”一词的出现与迅速蹿红充分体现了网络化社会的时代特征——传播速度快、渗透力强、辐射面广，彰显了网络流行语的平民化和形象化的鲜明特点。从问卷反馈可以看出 2014 年人们对流行语“女汉子”的知晓率。超过 99% 的填答者此前就已经听说过“女汉子”一词，95% 的人表示对“女汉子”有初步了解或者较深入了解。从了解的渠道来看，64% 的受访者通过微博、微信、QQ、论坛等了解“女汉子”一词，19% 的受访者是通过身边的人了解该词语。

“女汉子”一词凭借其词语结构精炼、表述鲜明的特点，迅速被复制和传播，“女汉子”的词义和所指的对象不断泛化，根据收集到的调查答卷，了解到人们对明显带有主观性的网络词语“女汉子”的理解。

从表 2 可以看出，根据男女受访者的各选项综合得分排序情况来看，除选项 a 和 d 以外，其他全部一致，说明男女双方对于“女汉子”词义的内涵与外延的总体认同感基本相同；但有些选项在综合得分排序相同情况下还是有差别的，如 c、e、g 等，说明男女双方对于“女汉子”的内涵与外延的认同感在程度上有所不同。从 a 和 g 的选项看，男性对于“女汉子”具有男性化的外表和行为的认可度更高些，折射出男性对于女性的反性别的外表与言行特征比女性自身敏感度更高，而从 d 选项又能看出女性对于“女汉子”身上不具备典型女性化特质的认可度要明显高于男性；从 c 和 e 选项看，女性对于“女汉子”具有两性都应推崇的优良品性认可度更高些；而从 b 选项看，男女双方对于“女汉子”具有男性一般性格特征的认识度区别不大，高度一致；而从 i、h 选项看，男女双方对于“女汉子”负面形象的认识度区别不大，认识度都不高，看法比较一致。这说明“女汉子”在男女两性的认知层面上，“女汉子”在性格上的男性化特质要远远大于行为上的，具备的人性正面特质要远远超过负面的。从作者的调查问卷反馈数据来看，人们对于“女汉子”词义的内涵与外延的总体认同感与同时期百度百科上对这个词义的解释并非完全吻合，例如，本调查中，人们对“女汉子”身上具有的“行为粗鲁、说脏话、没有男朋友”负面特征的认识度并不高。

表 2 2014 年受访者对“女汉子”词义的理解

选项	男性受访者			女性受访者		
	选项	平均综合得分	占比/%	选项	平均综合得分	占比/%
a. 外表像男子，中性的打扮						
b. 性格大大咧咧，比较豪爽	b	8.59	93.3	b	8.78	94.4
c. 独立自强	c	6.23	77.6	c	7.77	89.8
d. 不爱撒娇卖萌	e	6.07	81.3	e	6.73	86.7
e. 有一颗剽悍、包容的心	a	5.26	69.4	d	5.19	71.4
f. 异性缘好	d	4.46	62.7	a	4.15	58.7
g. 行为粗鲁，会说脏话	g	3.64	60.5	g	2.39	47.5
h. 追求功名	f	2.41	44.8	f	2.38	46.9
i. 没有男朋友	i	1.78	44.8	i	1.72	40.8
j. 其他	h	1.39	32.8	h	1.24	35.2
	j	0.29	17.2	j	0.34	18.9

3. 对“女汉子”态度的影响因素分析

2014 年，“女汉子”一词受到人们更多的关注，人们对“女汉子”的看法褒贬不一。根据收回的调查问卷，一名在读的男性高校本科生认为“‘女汉子’一词逐渐成为褒义词，是对豪爽女性的一种善意的称呼”。在教育机构任职的某女性表示“女性刚强，但是不希望她们张扬”。某女性企业职员表示“‘女汉子’在某种程度上表现了女性责任感的提升，所谓的‘女汉子’不是外貌，更在于内心”。某男性企业职员表示“喜忧参半，既欣赏‘女汉子’，又希望女性不要缺失女人味”。

总体而言,2014年的所有受访者对“女汉子”态度的统计均值是2.06^①,可以认定被调查对象对“女汉子”定位为偏中性词语,2015年,高校在校生的态度均值是1.75,定位依然为偏中性词语。2014年作者在调查问卷中,也有涉及到“男伪娘”一词的题目。受访者总体对“男伪娘”的态度倾向的均值是1.02分,这说明了人们对“男伪娘”一词定位为贬义的趋向。

下面将进一步从性别、年龄、社会身份、教育背景和地域五个社会特征因素分析其对“女汉子”的态度倾向的关联性。

(1) 性别因素

从表3可以看出,根据受访者对“女汉子”所持态度的数据统计结果,2014年,男性对“女汉子”的认可度(1.90)要低于女性对“女汉子”的认可度(2.18);2015年,男性和女性的态度统计值差距缩小,均约为1.7。男性和女性对“女汉子”持中立态度的比例旗鼓相当。

表3 态度倾向与性别关系分析表

年份	性别	人数/个	对“女汉子” 态度均值	贬义大于褒义/%	中性词/%	褒义大于贬义/%	不确定/%
2014	男	134	1.90	20.9	46.3	25.4	7.4
	女	196	2.18	7.8	48.4	37.8	6.0
2015	男	20	1.70	15.0	55.0	15.0	15.0
	女	36	1.77	8.3	55.6	19.4	16.7

表4的数据表明,女性受访者更喜欢与性格豪爽的“女汉子”结交朋友。女性受访者与男性受访者在“女汉子”词语使用的背后折射出的社会现象的态度存在显著差异。有超过81%的受访者认为职场的竞争促使女性表现出独立、彪悍的性格和形象,但是女性持该观点的人数比例明显高于男性,她们认为自身性格特征的转变与社会环境和社会观念的转变紧密关联。

表4 2014年问卷的五级量表题目统计结果分析

题目	男性受访者		女性受访者		t	自由度	显著性 (双尾)
	平均值	标准差	平均值	标准差			
我认为“女汉子”性格豪爽、幽默,我喜欢结交这样的朋友	3.52	1.067 1	3.82	1.140 0	-2.36*	328	0.019
我能接受“女汉子”成为我的普通朋友	3.43	1.004 5	3.50	0.931 0	-1.45	328	0.147
“女汉子”自强自立,勇担重任,值得我们尊重	3.85	1.051 4	4.00	1.027 8	-1.28	328	0.200
女性为了在激烈的职场竞争中立足,不得不靠自己打拼,因而形成了独立、彪悍的性格和形象	3.48	1.009 1	3.87	1.007 2	-3.50*	328	0.001
“女汉子”都是大大咧咧,不符合我心中女性性格温柔的特征	2.72	1.037 8	2.44	0.967 1	2.44*	328	0.015
“女汉子”一般气场很大,不易亲近	2.40	0.910 0	2.44	0.967 1	2.33*	274	0.020
每当看到/听到“女汉子”有粗暴行为时,我总会替他们感到羞愧	2.75	0.955 3	2.77	1.027 8	-0.16	328	0.870
我认为有必要让“女汉子”回归传统女人的角色定位	2.86	0.089 4	2.51	0.074 3	2.99*	328	0.003

注:*表示在0.05水平下显著。

① 数值介于1~3之间,数值越大,表示褒义程度越大。

女性在回答“认为是否女性应该回归到传统女性的角色定位”的题目时，35%的男性和45%的女性表示不应该回归到传统女性的角色定位，25%的男性和16%的女性持相反的意见。随着社会经济和社会文明的不断进步，女性的性别意识的开放心态与程度逐步提高，女性对自身的性别定位和自身的价值体现愈加重视，她们意识到女性需要从家庭的藩篱与围墙内解放出来，充分发挥和施展自己的才能与价值；但“男主外，女主内”“男强女弱”的传统思想依然植根于许多男性和女性的意识里，在一定程度上，这也折射出了这些女性对自身的认知和性别期待的滞后性。

(2) 年龄因素

本研究把65岁及以下的受访者按照年龄分成6组，分别是18岁以下、18~25岁、26~35岁、36~45岁、46~55岁、56~65岁。数据表明，不同年龄段的受访者对“女汉子”的态度倾向不同，年龄越高，对“女汉子”的认可度越高（除了56~65岁年龄段）。56~65岁年龄段的数值呈下降的趋势，并且离散程度高，主要原因也可能是由于56~65岁年龄段的人群接触互联网的频率比其他年龄段少，该年龄段的人群对网络新词语“女汉子”的了解不多，敏感度与接受度相对也不高，根据填答情况，他们把“女汉子”定位为“中性词”或“不确定”的比例高达87.5%。

36~55岁年龄段的受访者对“女汉子”表示“不确定”的比例低于36岁以下的受访者，说明年长的人更加明确个人的态度倾向，他们对性别词汇的认知和判断更加清晰。相对于年轻人群，年长人群社会阅历更加丰富，他们的社会情绪感受和社会认知随着个人社会阅历和社会角色发生变化，在对女性的看法和评价上，年长人群与年轻人群存在差异也是必然的情况。当他们对性别词汇“女汉子”做出判断时，他们往往更深层次地思考社会性别的性别能力、性别分工等。

(3) 社会身份因素

在所进行的研究中，社会身份主要分学生和上班族，学生包括高中生、高校本科生以及研究生；上班族包括企业职员、教育机构职员、公务员和自由职业者。2014年的数据显示，上班族对“女汉子”的态度均值明显高于学生群体。22.0%的学生对“女汉子”持中立且偏积极的态度，而在上班族人群里，持该态度的人数比例高达49.2%。由表5可知，上班群体对“女汉子”的认同感明显高于学生群体。上班族对“女汉子”表示“不确定”的比例占4.0%，低于学生的6.9%。一名上班族表示“真正的‘女汉子’是性格好且精神独立”，工作领域的“女汉子”得到相对多的认同。72%的受访者认为由于激烈的职场竞争和沉重的生活压力，女性不得不如汉子一般去打拼。在充满男权气息的社会里，女性得像汉子一样扛起种种重任，而且往往需要努力摆脱对男性的依附，独自迎接挑战。

表5 态度倾向与社会身份关系分析表

社会身份	人数/个	对“女汉子”态度均值	贬义大于褒义/%	中性词/%	褒义大于贬义/%	不确定/%
学生	173	1.93	15.0	56.1	22.0	6.9
上班族	122	2.30	10.7	36.1	49.2	4.0

(4) 教育背景因素

调查数据显示，受教育程度为高中及以下、高校本科生、研究生及以上的受访者对“女汉子”的态度均值分别是1.58、2.06和2.13。文化程度为高中的受访者对“女汉子”的态度倾向于消极，文化程度为大学本科的受访者的态度倾向于中性，文化程度为研究生及以上的受访者的态度倾向于中性偏积极。一定程度上，受教育程度层次越高，性别意识开放性程度越高，人们对“女汉子”的认同感也越强。数据表明，研究生及以上学历的受访者对“女汉子”的态度最鲜明，明显高于高中学历和大学本科学历的受访者。

(5) 地域因素

地域文化对人们的社会观念、性别意识存在一定的影响。在本研究中，华南地区的受访者对“女汉子”的态度倾向均值最低(1.89)，说明该地区受访者对“女汉子”的认可度最低，他们对“女汉子”持中性偏消极的态度。而华北、东北、华中地区的受访者的态度倾向均值普遍较高，他们认可“女汉子”的程度远高于华南地区。南北地区的受访者对“女汉子”的态度倾向差异较大，作者认为这

与他们的地域文化因素可能密切相关。自古以来,中国就有“南蛮”和“北俚”之说,北方地区人们性格豪爽、真诚坦率,而南方地区人们性格宛转和顺、细腻^[6]。一方水土养一方人,地理环境和地域文化因素都会对人们的性格、行为方式、社会心态产生潜移默化的影响,“女汉子”的性格特质恰好与北方人豪爽、坦率的性格特征相契合,而南方人的性格更偏向于温柔和细腻。但由于地域流动、籍贯制度等因素,此研究结论也许需要搜集到更多、更广的受访者反馈数据才能得到进一步论证。

4. 高校在校生对“女汉子”态度的对比研究

流行语是一时一些人群密集共振的部分^[7],使用网络流行语频率最高的群体是城市青少年,其中最活跃的主体是高校在校生。

从表6的数据可以看出,2014年和2015年,高校在校生认为“女汉子”偏褒义的比例均高于偏贬义的比例。2015年的结果显示,高校在校生态度两极化的程度低于2014年,说明人们对“女汉子”的定位总体趋向于中性。

表6 高校在校生使用态度对比分析表

年份	人数/个	对“女汉子”态度均值	贬义大于褒义/%	中性词/%	褒义大于贬义/%	不确定/%
2014	162	1.96	14.2	57.4	22.2	6.2
2015	53	1.75	11.3	56.6	17.0	15.1

调查结果显示,2015年,被调查的高校女在校生承认自己是“女汉子”或有“女汉子”倾向的比例由2014年的56.8%增加至63.2%;2015年,高校在校生认为女性自称“女汉子”时往往是出于自嘲、调侃的比例为79.3%,稍低于2014年的81.1%。2015年,高校在校生认为女性自称“女汉子”时充满自豪的比例为39.6%,高于2014年的34.1%。

三、“女汉子”流行背后的社会意义

新的网络词语的出现进一步满足了人们的交际需求,它的使用与传播反映了人们关注的焦点和当下人们社会语言生活的变化。“女汉子”的流行与社会结构的变迁、家庭教育方式的转变以及大众媒体影响与渗透力等社会因素息息相关。“女汉子”一词恰如其分且直观地概括社会上存在的这一群体,面对快节奏、高竞争的社会环境,她们自力更生,不怕吃苦,不依赖别人,追求自身价值的实现,体现了女性独立、主动适应社会的一种良好趋势。

“女汉子”一词的形象化、平民化的特质也增强了话语表达的感染力,满足了广大中下阶层网民的交际需求,“女汉子”在网络和现实生活中被迅速复制和传播。从受访者对“女汉子”的态度和反馈情况可以看出,与外表和行动相比,他们更侧重“女汉子”的性格和品质特征。2014年和2015年均超过70%的受访者表示“女汉子”自立自强、勇担重任,值得我们尊重。超过60%的受访者表示愿意与“女汉子”结交为朋友。“女汉子”的流行折射出女性的依赖性和被动性减弱,独立性和主动性增强,更多女性重视自我的价值。

人们对“女汉子”普遍持理解的态度,这符合了社会提倡的尊重个体、尊重个性的时代精神。2014年68%的受访者表示随着人们对传统文化禁忌观念的突破,人们应该与时俱进,摆脱男尊女卑的传统观念。这是当下人们适应时代发展的一种趋势;也体现了人们更加开放、自由的社会心态。社会、历史和文化赋予女性的传统性别角色定位已不能满足现代女性对自身性别定位和自我价值的期许。尽管“男主内,女主外”“男尊女卑”等传统观念依然存在,女性对性别认知存在滞后,但从调查中得知,如今在审美多元化的社会里,社会角色与家庭角色的刻板形象化工正在瓦解,传统的不公平的性别观念正在弱化,男女平等、尊重女性、接纳女性的社会意识正在增强。

四、结 论

自2013年以来,“女汉子”一词横空出世,充分显示了网络热词高频性和新奇性的特征。社会环

境和使用该词语的语言团体以及个人因素等都在不断地影响着“女汉子”一词的词义演变方向，“女汉子”的词义发生了由贬向褒的动态转变^[8]。调查结果表明，男女双方对于“女汉子”的内涵和外延的总体认同感基本相同，与外表特征和行为特征相比，人们更侧重“女汉子”的性格和品质特征。影响人们对“女汉子”的态度的因素主要是年龄、性别、社会身份和受教育程度，地域因素对性别意识的影响显著性程度相对较小。

“女汉子”显示了女性的性格多样重组，“女汉子”体现了现代女性彰显个性、独立自主的时代精神，以及人们逐步开放的社会心态及性别意识；另一方面，“女汉子”一词的使用正是女性面对社会性别成见的一种自嘲与调侃。只有当社会不再区别对待“女强人”、“女汉子”等性别词语和所指人群，才能显示出这是一个较为平等的社会。在网络媒体时代，青少年是最活跃、也是最容易受网络文化影响的群体，因此学校和社会需要加强对青少年的媒介素质教育，只有正确适时地引导，才能更有效地发挥社交网络媒体的正能量。

此外，本研究对网络热词的社会调查还存在一些不足，比如从调查对象的分布情况来看，数据量不足以覆盖社会各阶层的人群；调查对象的学历背景分布也不均匀，比如本科及以上学历的调查对象占96.3%。因此，研究结论因以上的不足难免有失偏颇，期望能为今后的相关研究提供借鉴与参考。

参考文献：

- [1] 杨嫒. 大众媒体与女性双性气质构建：以“女汉子”话语为例[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2014, 31(6): 145-150.
- [2] 刘昕亭. “女汉子”与女性主义的理论危机[J]. 中华图书评论, 2013(12): 19-23.
- [3] 周晓凤, 刘鸽. 网络流行语现象的语言文化分析[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2014(3): 184-189.
- [4] 郑燕芳, 路宝君. “女汉子”的语义特征及其社会流行意义分析[J]. 名作欣赏, 2014(32): 160-161.
- [5] 邹嘉彦, 游汝杰. 汉语新词与流行语的采录和界定[J]. 语言研究, 2008, 28(2): 53-61.
- [6] 孔维民. 一方水土一方人——南方人与北方人性格差异及其成因初探[J]. 淮北煤师学报, 1992(2): 55-56.
- [7] 夏中华. 关于流行语性质问题的思考[J]. 语言文字应用, 2012(1): 92-99.
- [8] 李贞晓, 卢志鸿. 浅析网络热词“女汉子”的语义转变及其社会意义[J]. 语文学刊, 2015(17): 29-31.

Analysis of Social Mentality and Gender Awareness

——Taking the Buzzword *Nǚ Hànzǐ* as an Example

LI Zhen-xiao, LU Zhi-hong

(School of Humanities, Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing 100876, China)

Abstract: The wide spread of neologisms or network catchwords often reflects the current situation in people's speech social interactions and social mentality. A questionnaire is designed on the buzzword *nǚ hànzǐ* and the survey is done online in 2014 and 2015 respectively, with an interval of 12 months in between. It aims to analyze social mentality and gender awareness of the general public from five variables, which are age, gender, social identity, educational background and region through data analysis of the respondents' attitudes toward *nǚ hànzǐ* and their aesthetical features. The research shows that people have a general understanding of *nǚ hànzǐ*, and they think there are more positive traits of human nature than negative traits reflected from *nǚ hànzǐ*. Through further analysis, especially on the group of different genders and social identities, it shows that there are positive changes in social mentality and gender awareness of the general public.

Key words: *nǚ hànzǐ*; buzzword; social mentality; gender awareness; variables