

关于“忽悠”一词流行背后的一些思考

李茉莉*

[摘要] 进入 21 世纪以来,人们的思想愈发解放,伴随着新事物、新观念的不断涌现,新词汇也不断出现。“忽悠”一词的流行表明在言语活动中人的主动性发挥了巨大的作用。人不仅能适应社会生活的变化而且能够影响或改造社会生活,使之成为自己的社会和文化空间。它揭示了语言与社会的“共变”的关系,也预示着国人今天的社会生活和社会语言环境正由原来的黑白分明、单一化朝着多元化、多层次的社会环境转型。

[关键词] 忽悠;言语模仿;适度性;社会态度;转型

[Abstract] As we enter into the new 21st century, people's thought are becoming more and more open. New things and concepts appears in every minute, and so as those new words. The new word "Hu You" just exactly reveals people's ability of initiative. Not only that people could adapt to the changing life well, but also we could do something to remold the society, which means we could create the own culture space in this new ear. This phenomenon brings the concept 'changing at the same time' between the society and the language to the light, and also reveals that the society is changing from the unitary to diversity.

[Key words] Hu You; echo-speech; moderate dgree; the attitude of society; transformation

自 2001 年赵本山、范伟和高秀敏的小品《卖拐》在春节晚会上播出后,“忽悠”一词便迅速在大江南北流行起来。2002 年三人合作的小品《卖车》在春节晚会上播出后则更加快了该词的流行速度。随着 2005 年赵本山的小品《功夫》在春节晚会播出后,赵本山塑造的“大忽悠”形象虽然暂时告别春晚舞台,但“忽悠”一词却并未从现有的语言环境中消失,反倒彻底扎下根来。

近日,当一名日本留学生问及“忽悠”一词的意思是不是“骗”时,引起了我的注意。

以下是从《南京晨报》2008 年 9 月至 2009 年 1 月间新闻中找到的“忽悠”一词的例句,其频率之高、词义之多元引人注目。

* 作者简介:李茉莉,南京大学海外教育学院副教授,研究方向为对外汉语教学。

表1 《南京晨报》“忽悠”一词的部分例句

序 号	例 句	时 间
1	实在是被骗子“忽悠”怕了,接到电话后,表姐先要照片为证。	08.09.25
2	红碁售后“大忽悠”,工程师看到锈斑就说电脑进液。	08.10.08
3	法国梧桐南京仅有一棵,江苏省中科院植物专家称路边“法桐”多为英国梧桐疑似植物,“忽悠”了不少市民。	09.10.15
4	他“忽悠”我辞去了公职。	08.10.17
5	在一次学生会骨干会议上,我和马云相识了。和他第一次见面,我就发现了他“忽悠”的天分。	08.10.17
6	我们认识的第二天他就开始“忽悠”我做他的女朋友。	08.10.17
7	男子放弃轻生后报假警“忽悠”警察,“跳下大桥的是我的影子”。	08.10.23
8	通过中介找工作被“忽悠”。	08.11.06
9	李幼斌戏中当省长,戏外是“大忽悠”。	08.11.06
10	“忽悠”外地游客貔貅卖场被查处。	08.11.16
11	车资12元,告诉对方有17元,司机“忽悠”醉男不成反被打。	08.11.19
12	老太太把骗子“忽悠”到派出所。	08.12.07
13	路牌方向全错,“忽悠”不少游客。	09.01.05
14	《赤壁(下)》未映,骂声四起。影评人程青松怒斥该片是近年来“中国电影之最大忽悠”。	09.01.07

作为方言“忽悠”一词在字典上的释义为晃动、摇晃、摆动,从收集来的例句来看,目前人们在日常生活中通过“忽悠”一词表达的与赵本山小品中所塑造的“大忽悠”形象密切相关。事实上,诸如“埋汰”、“仨碇”等一类东北方言词语已多次出现在赵本山之前的小品中,但却并未随着小品的播出而流行开来,基本上局限于原地域的使用。从上文14个例句可以看出,“忽悠”一词已经被人们接受。只是,“忽悠”一词与原来的“骗”并不完全等同,是带引号的“骗”,比如例句9。可见“忽悠”一词的流行契合了今天的社会发展和变动,词汇以此变化适应并满足社会生活的需要。本文试图从言语模仿、适度性、社会态度几个方面探讨一下促使“忽悠”一词流行的几个主要因素。

一、“忽悠”一词的流行与言语模仿行为

词语演变一般需要很长时间才能约定俗成,然而在今天这样飞速发展的时代里,特别是互联网出现以后,不仅是媒体或知名人士传播的新语汇能很快流行开来,普通人讲出的词汇也能很快流行起来。

社会心理语言学认为,语言作为交际工具仅是交际手段,言语交际的主体是社会的人。言语交际是在由人、语言工具、社会心理、交际对象、言语环境等因素的作用下完成活动的。在言语交际中,话语的生成和理解与社会心理密切相关。社会人的言语活动离不开人的主动性,在言语活动中,人的主动性无论是“有意识”还是“少意识”或者是“无意识”,在言语交

际中所起的作用都不可忽视。所谓有意识的主动性,就是一种有目的、有理据、有对象、有社会规范的主动性,这种主动性的实现以言语环境为中介,社会的人不仅适应语境而且能够影响或改造语境,使之成为自己的社会和文化空间。^①

1. 言语模仿“忽悠”一词与自我价值的体现

为了生活人们要满足各种各样的需求。人的需求是多种多样的,一种是维持生命所必需的需求,如对食物、水分、呼吸空气等的需求;另一种是社会性的需求,如社会交往、接受教育等。人的社会性需求还可以分为两种:一种是高级的物质的需求,如对家具、用具的需求;一种是精神的需求,如人们对知识和美的需要。需要的广度依赖于人和他生活的物质条件的发展程度。物质条件发展的程度越高,人们的需求也就越高。我国改革开放三十年经济发展的历程也印证了这一点。改革开放的第一个目标首先就是要满足人们的温饱需求,温饱的需求满足后,人们开始追求更高的物质上的满足和精神上的满足。模仿他人实际上是为了满足自己的精神需求,客观上表明我是社会生活变化中的主角。进入 21 世纪后,网络的日益普及恰好给人们提供了实现自我价值的巨大的平台,“草根阶层”在互联网上的负责或不负责任的言论表达,“PK”、“范跑跑”、“猪坚强”、“忽悠”等词语的流行,都是人们追求更高的精神需求的一种体现,人们在模仿的过程中也是在自觉不自觉地寻求自身价值的实现。

2. 言语模仿“忽悠”一词与仰慕心理

自从中央台举办春节晚会以来,收视率逐年增加。春节晚会上一炮打响并走红的节目在表演过后无论是演员还是其节目本身都会受到不同程度地追捧或模仿。赵本山正是凭借自己幽默和别具一格的表演才华征服了观众,成为春节晚会一个标志性人物。模仿赵本山的小品台词,希望像他那样幽默、搞笑,便是众多模仿者的仰慕心理在起作用。模仿者相信明星不同于一般人,借用名人使用过的语言表达自己的观点有号召力、有影响力。20 世纪 50 年代人们仰慕的偶像是刘胡兰、董存瑞这样的革命先烈,60 年代背诵毛主席语录或诗词是文革时期的全民模仿秀,雷锋等人也成为人们心中爱岗敬业的模范,70 年代科学家陈景润等人成为人们心中景仰的楷模,80 年代后直至 21 世纪的今天人们仰慕的对象不再局限于领袖或英雄人物,歌星、影星、作家、运动员等也成为人们为了实现自我价值追求的目标,此种心理也成就了今天众多电视台的模仿秀节目。

3. 言语模仿“忽悠”一词与好奇心理

人们的言语模仿心理与人们的好奇心理不无关系。近年来白岩松的书名“痛并快乐着”、宋丹丹的经典台词“你太有才了”等都是通过名人或春节晚会这些平台迅速流行起来的。除了社会节奏加快、现代通讯手段日趋便捷、多样化以外,其实这和人们的好奇心理也有密切的关系。从经济的角度来说就是注意力经济。好奇心理和人们的年龄无关,只要觉得听到的言语新奇、刺激,成人也会不由自主地去模仿。名人说的话,自己也能说,名人有制造幽默的才能,自己通过模仿也能达到别人认可的目的。在言语生活中,当人类个体发觉某人的言语对自己很有吸引力和感染力时,就会因为喜欢该言语作品而倾向于接受其所带来

^① 见王德春等:《社会心理语言学》(1995),上海外语教育出版社,页 13。

的影响,采取与之相类似的言语行为。^①记得多年前,刘欢唱的一句歌词“该出手时就出手”就曾广为流行,我认识的一位老者在开会时曾多次使用该歌词表达他的观点。继《卖拐》、《卖车》、《功夫》的相继播出,“大忽悠”的形象持续不断地吸引、刺激着人们的好奇心理,“忽悠”一词也随之流行开来。

二、“忽悠”与适度性

人们常说,说话要适度、有分寸。不能恰到好处的把握具体语境下的各种因素,言语交际就不可能顺利实现。语言作为信息载体,其信息量是否适度直接影响到语言的质。“忽悠”一词的流行背后正反映了该词作为信息载体的适度性。

1. “忽悠”与语义模糊化

如同每一种颜色之间都有许多中间色,中间色是一种很难断定的一种过渡色,一类事物向不属于这一类的事物过渡是逐渐的,它是一种模糊的概念。在日常生活中,有时由于语意模糊影响了实际交际效果,因此人们在表达时力求语意准确,然而语意指向过于清楚、明白,A即是A,B即是B,有时反而会带来消极作用,应用模糊语言倒可以增加交际的灵活性。改革开放三十年,除了经济上发生了巨变以外,人们的思想观念也产生了巨大的变化,社会由原来的黑白分明变得多元化起来:银幕上的好人和坏人不再像贴着标签一样容易判别;婚前同居、婚外恋、包二奶这些词不绝于耳,陈世美反倒是较少入耳了;尽管黑色收入违法,但灰色收入似乎是打擦边球的合理存在;坚决取缔假冒伪劣产品,山寨手机、山寨春晚却夹缝中求生存;以前可以很清楚地辨别是与非,现在却很难说明孰是孰非。人们之所以爱用“忽悠”一词,从某种意义上说,其适度的模糊性填补了人们欲表达此类事物的词语空白。赵本山塑造的“大忽悠”形象与“忽悠”一词浑然一体,是介于骗与不骗之间的一种模糊的感觉,“大忽悠”的所做所为似乎与我们原来意义上的大骗子还是有所区别,或有意为之或无意为之,“忽悠”一词的多义性模糊性既适应了社会的发展也满足了人们词语表达上的需求:方便、易用,一石多鸟,符合现代人追求刺激、新鲜、创造心理的需求。

2. “忽悠”与语义复杂化

从人类社会生活的发展来看,社会变得不是简单了,而是更加复杂化了。社会发展了,词语亦会发生相应的变化,简单、单一的表达方式因受到多元化生活的冲击,已不能满足社会生活的需求。

赵本山在小品《卖拐》中说:“你还不了解我吗? 还管我叫大忽悠呢。我能把正的忽悠斜了……一双好腿我能给他忽悠瘸了。”在小品《卖车》中说:“好了? 那去年不给他忽悠坏了吗,今年你看我怎么把他说服到车上的。”此处,台词中出现了“说服”一词,台词的真正意思是,伙夫的最终上当受骗是被“大忽悠”说服的,“大忽悠”靠三寸不烂之舌,达到了自己的目的,伙夫上当某种意义上说是愿者上钩。这里的“忽悠”是指具有超级语言表达说服能力。又是骗,又是说客,简单的一个“骗”字涵盖不了“大忽悠”的全意。在例句5中,马云夫人眼

^① 见巍庆安等译:《普通心理学》(1981),人民教育出版社,页69。

里的马云也是一个“大忽悠”。马云妻子被马云“忽悠”得辞了职,被马云“忽悠”得爱上了马云。这里的“忽悠”一词很难用其他词语代替,因此这里的“忽悠”是打了引号的,有别于骗,也是对马云个人语言能力的肯定,可是这也有别于直接的褒奖。“忽悠”一词在较好地体现了该词词义复杂性的同时也适度地表达出了说话者的本意。

3. “忽悠”与语义扩大化

社会语言学家陈源认为社会生活的急剧变革,其中包括社会革命和技术革命,往往使词汇发生很多变化,旧词死亡,新词产生,词的意义改变……扩大了,缩小了,所有这些变化都紧密地反映了社会生活的发展。^①正是这样的社会发展改变了人们对词汇的接受标准和心理认同度,所以词汇的流行与社会发展有着密切的关系,特定词汇的广泛流行便反映出了特定的社会风貌和时代特征。社会生活出现了新事物,语言中就迅速地出现了与此相适应的新词汇。

“忽悠”一词的词义并不完全和骗等同,骗是鲜明的贬义词,而“忽悠”不同,它是矛盾的、模糊的、复杂的,有时可以表达骗,有时也可以表达唬、蒙、哄、怂恿、煽惑、谋略、误导、说服等词语的意思,且其词义色彩视情况而定。

来看这样两个例句:

(1)“这是我老公忽悠我买的”。

(2)“他忽悠我去,结果他倒没去”。

例句(1)中,被“忽悠”买下这件东西和老公让我买下这件东西的意思是不同的。让,有命令的意思,语气上偏强;而“忽悠”背后包含的意思就太多了:也许觉得贵、舍不得买,或觉得便宜、不好,因此不想买,但老公在旁边一个劲地说如何好、如何便宜或如何值钱、如何好,我就在他连蒙带唬、连哄带蒙的情况下买了这件东西。如果是前者,说明老公肯为自己花钱,很疼我,如果是后者,说明我是一时糊涂,走了眼或是其他别的什么意思。

例句(2)中,说同事“忽悠”自己不会导致同事关系紧张,比说骗更令人易于接受,因为骗有明显的贬义色彩。由于赵本山塑造的“大忽悠”形象是模糊的、褒贬交织的,忽悠一词的词义也随之扩大和丰富了起来。无论说话者用“忽悠”一词说同事还是说自己丈夫都是适度的,自己能接受,他者也无害。

三、忽悠与社会态度

社会心理语言学认为:在群体交往中,个体必然会对某人某群体形成自己的看法和态度。所谓态度是指对某一特定对象所持有的评价系统和行为倾向,“特定对象”是指人、事、物、团体及观念等。态度是一种心理倾向,是一种行为的反应,它是由过去的经验构成的。态度是人类个体在社会化过程中不断受到社会潜移默化而逐渐形成的,它随着周围的环境变化而变化。态度的核心是价值,价值观念与对客观事物的效益意义的评价相联系,价值观的基本依据是衡量客观事物的价值标准,而价值标准与人们所处的社会文化背景密切相

^① 见陈源:《语言与社会生活》(1983),三联书店出版社,页1。

关。^① 事实表明,在经济大发展的时代,新事物、新现象、层出不穷,面对社会的种种变化,复杂的现象,人们的思维方式,价值观也随之发生改变,看问题的角度也不再单一。

1. “忽悠”与包容度

小品《卖拐》的编剧何庆魁最近在做客《凤凰网·非常道》时表示:“《卖拐》说的是人,那几个人物各有个性,一个善良的人物就是高秀敏;一个大忽悠,他就是说假话,想法把假话说成真的,来骗那个糊涂人。那个糊涂人,在他的意念里头,这个世界是颠倒的,好人是坏人,坏人是好人,这是一个艺术品。”^②“忽悠”其上当的“大忽悠”才是一个大好人,可见“大糊涂”不具备常人所具有的是非判断标准。然而,社会群体心理对于“忽悠”的态度有别于骗,“忽悠”一词似乎在骗与不骗当中找到了一席之地,如例句 3、9、12。中央台在 2008 年底曾以山寨版手机为题作过一个街头采访的调查节目,结果是既有人认为是“三无”、劣质、冒牌产品的,也有人认为是个性、创意、时尚的。律师对此做出的解释是,故意模仿,让消费者误以为是某某品牌就属违法,可正规合法厂家发挥创造性生产出来的产品当不属于违法。可见“山寨”一词的词义同“忽悠”一样,它是矛盾的,处于假冒模仿和模仿创意之间。

这样假与真之间就有了第三种可能,即假、假真、真。“假真”,有别于“真、假”,意即真假混和,其实呈现出的是一个复杂的、渐变状态。认识上的不统一,反映出时代的变迁,反映出社会的包容性。随着时代的发展,还会有更多的词语反映人们与时俱进的社会态度。

2. “忽悠”与宽容度

与骗相关的近义词有欺骗、蒙骗、诈骗、哄骗、瞒骗、诱骗等,从词语评价色彩的角度来看,应该都属于贬义词。要表达类似于例句 3 这种或是无恶意的,或是有意无意地把错说成对,把假说成真,这种带引号的骗人行为的词语似乎还难以找到。“忽悠”一词的流行既表明人们对社会的丑恶现象有了更深刻的认识,也表明由不骗到骗这一过程是一个渐变的过程,它被人性化地细分了,对事物性质的判断进入了层次化、细分时代。21 世纪是以人为本的时代,人性本来就是多面的、复杂的,对道德层面的判断,除了好与坏的标准以外,以人性化的视角进行评判,应该是时代进步的一个表现。其实这并不代表社会的堕落,相反,社会对不道德的行为持更加严厉和批评的态度,社会对恶意的骗人行为不迁就、不容许、不纵容。以下例句仍选自同期《南京晨报》,例如:

卧底员工骗取领导信任后顺走百万财务	2008 年 9 月 25 日
“气功大师”发功治病涉嫌诈骗	2008 年 10 月 23 日
名为投资实为传销,龟川公司在全国骗了数十亿	2008 年 10 月 23 日
借一万还两万,老骗术钓到贪心人	2008 年 10 月 28 日
利用老人迷信,10 骗子组团南京骗走 30 万	2008 年 10 月 29 日
农民冒充军官骗人十几万	2008 年 11 月 19 日

综上所述,“忽悠”一词的流行与社会生活和思维方式紧密相连,它反映了社会的不断发展和变化。人的言语心意源于群体心理,是深层的、隐性的,它是社会心理的产物。人们倾

^① 见王德春等:《社会心理语言学》(1995),上海外语教育出版社,页 6。

^② 见《南京晨报》2009 年 1 月 4 日。

向于不选择完全的贬义词语表达事物,预示着社会朝着多元化、层次化或细分时代的方向发展。

参考文献:

- [1] 词汇学新研究. 首届全国现代汉语词汇学术讨论会选集. 语文出版社, 1993
- [2] 陈原. 语言与社会生活. 三联书店, 1980
- [3] 陈原. 社会语言学. 学林出版社, 1983
- [4] 刘叔新. 汉语描写词汇学. 商务印书馆, 1995
- [5] 罗常培. 语言与文化. 语文出版社, 1989
- [6] 王德春等. 社会心理语言学. 上海外语教育出版社, 1995
- [7] 伍棠棣等. 心理学. 人民教育出版社, 1980
- [8] 真田信治(日)等著. 社会语言学概论. 上海译文出版社, 2002