

Research on Chinese Network Harmonized Words-Taking the Debate Variety Show "I CAN I BIBI" Seasons 1-7 as an Example¹

Minghui Xu; Kanokporn Numtong²

Faculty of Humanities, Kasetsart University Bangkok 10900 Thailand

E-mail: minghui.x@ku.th; kanokporn.n@ku.th

(received 20 December 2023) (revised 4 March 2024) (accepted 13 March 2024)

Abstract

This study delves into the phenomenon of homophonic words in the Chinese online variety show "I CAN I BIBI" focusing on seasons 1 to 7. Reviewing the program's background and success, the paper emphasizes the extensive use of homophonic words in the debate segment, adding a humorous touch to the show. Existing research on homophonic words in "I CAN I BIBI" is limited, lacking systematic classification and comprehensive summaries. Through systematic analysis, this study aims to gain a deeper understanding of the origins and functions of online homophonic words, offering new cases and classification methods for rhetorical studies. The significance of this research lies in advancing the study of online homophonic words and providing experience and references for future research on online language phenomena. Utilizing humor theory, face theory, multilingual space theory, and methods such as film data analysis, literature review, and corpus analysis, this paper aims to thoroughly explore the language phenomenon of online homophonic words and provide valuable insights for theoretical discussions and practical applications. In summary, the study summarizes the number as well as the distribution of online harmonic words in seasons 1-7 of "I CAN I BIBI", refines the classification of the reverse use of harmonics in existing foreign languages, and further proposes the innovative

¹ This article is a part of the thesis "Research on Chinese Network Harmonized Words-Taking the Debate Variety Show 'I CAN I BIBI' Seasons 1-7 as an Example" from the Master of Arts program, Eastern Languages Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University. The main advisor is Associate Professor Kanokporn Numtong, Ph.D.

² Corresponding Author

classification of image harmonic words. Harmonized words demonstrate Chinese linguistic wisdom and sense of humor, reflecting rich hieroglyphic thinking and creative linguistic structures, while pursuing phonetic beauty and artistic expression, deepening international audiences' understanding and perception of Chinese culture.

Keywords: I CAN I BIBI; Chinese internet homophonic words; debate-oriented variety show; Humor Theory; Face Theory

中国网络谐音词研究——以辩论类综艺节目《奇葩说》1-7季为例

徐铭徽³; 吴琼⁴

泰国农业大学人文学院邮编 10900

邮箱: minghui.x@ku.th; kanokporn.n@ku.th

收稿日期 2023. 12. 20 修回日期 2024. 3. 4 接收日期 2024. 3. 13

摘要

本研究以《奇葩说》1-7季为对象,深入研究了中国特色网络综艺节目中的谐音词现象。通过回顾该节目的成功之处,突显了网络谐音词在辩论环节中的广泛运用,为节目注入了诙谐幽默的元素。当前对《奇葩说》中网络谐音词的研究相对匮乏,缺乏系统分类和详尽汇总。因此,本研究通过系统分析旨在更深入地了解网络谐音词的生成原因和功能,同时为语言修辞学研究提供新的案例和分类方法。研究的意义在于推动网络谐音词研究领域的发展,为后续关于网络语言现象的研究提供经验和参考。通过综合应用幽默理论、面子理论,以及影视资料分析法、文献分析法和语料分析法,本文旨在深入挖掘网络谐音词的语言现象,并为谐音词的理论探讨和实际应用提供有益的参考。因此,研究总结了《奇葩说》1-7季中网络谐音词的数量以及分布情况、细化已有外来语中反向使用谐音的分类,进一步提出了图像谐音词这一创新分类方式。谐音词展现了中国人的语言智慧和幽默感,反映了丰富的象形思维和创意语言结构,同时追求音韵美和艺术表现,深化了国际观众对中国文化的理解和感知。

关键词:《奇葩说》、中国特色网络谐音词、辩论类综艺节目、幽默理论、面子理论

1. 引言

当前,在娱乐文化中,网络综艺节目发挥着至关重要的作用。随着互联网和社交媒体的飞速发展,观众对于独特且有趣的内容需求不断上升。众多语言类综艺节目如《吐槽大会》、《晓说》、《火星情报局》等在网络媒体上崛起。其中,《奇葩说》以独创的融入辩论元素的综艺形式,吸引了广大网友的关注。由爱奇艺公司出品,米未公司制作,由85后导演牟頔共同打造,主持人为马东,导师包括蔡康永、金星等。该节目旨在寻找在华人华语世界中观点独特、口才出众的“会说话的人”。首播两小时内,总播放量突破百万,微博阅读量超过一亿,成功登顶“疯狂综艺季”的巅峰榜(Jiang, 2015: 124)。在

³ 徐铭徽,女,中国人,泰国农业大学人文学院东语系在读研究生,中医按摩师。

⁴ 吴琼,女,泰国人,泰国农业大学人文学院教授,东语系博士课程负责人,博士生导师。

《奇葩说》中，网络谐音词作为一种巧妙的言辞表达形式，被充分运用，并深受观众追捧。不论是辩手的精心准备或者即兴口误，这些网络谐音词都为节目带来了诙谐幽默的效果。

目前，在权威词典中，缺乏对谐音词的定义。但是在前人发表的文章中，关于谐音词，许多专家也给出了相关定义。符合本文内容的谐音词定义是程茹雪在 2016 年发表的《网络汉字谐音词研究》中提到的：“谐音修辞，既不用本词而借用语音相同或者相近的词表达，可以达到言有尽而意无穷的效果，给人以情理之中，意料之外的情感体验。谐音词就是在运用修辞时，所借用的同音或者音近的词”（Cheng, 2016:9）。谐音词作为一种修辞手法，在当今网络环境中被广泛应用。然而，对于《奇葩说》中网络谐音词的专门研究相对稀缺，前人文章仅零星提及几个谐音词作为例子，缺乏全面与详尽的总结。随着时间推移，先前对网络谐音词的分类总结已显不足以满足对新出现谐音词的了解。因此，本文旨在通过对《奇葩说》第 1 至第 7 季中整理的网络谐音词进行数量统计和分类，并创新分类方法，为后续研究提供更全面的参考，奠定研究谐音词基础。同时，通过这一研究，加深受众对中华文化的理解。

1.1 研究目标

1. 该研究有助于国际友人对中国文化的理解和认知，并能弥补在中国不同年龄群体因时代发展形成的语言代沟。2. 对谐音词进行细化分类并创新分类方式，补充谐音词原有的分类方式，让其更能与时俱进。为后续研究提供更全面的参考，奠定研究谐音词基础。

1.2 研究范围

本文研究对象是辩论类综艺节目《奇葩说》1-7 季中出现的谐音词，参考视频资源来源于爱奇艺官方网络平台 (<https://www.iqiyi.com/>)，时间从 2014 年 11 月开始至 2021 年 3 月结束，共计 173 期节目，节目时长约 400 个小时。

1.3 研究方法

本研究采用以下三种研究方法：影视资料法、语料分析法和文献分析法。

(1) 影视资料法

影视资料法是本研究的主要数据收集途径之一。通过观察和分析《奇葩说》1-7 季的视频片段，研究者可以获得大量的实际语言使用案例，从而揭示网络谐音词的运用方式、语境和效果。这种方法可以有效捕捉语言在真实交流环境中的运用，并提供了丰富的语言数据支持。

(2) 语料分析法

语料分析法在本研究中起到了至关重要的作用。研究者将收集《奇葩说》1-7 季中

出现的网络谐音词语料，并对其进行深入地分析。通过构建一个庞大而多样的语料库，研究者可以考察网络谐音词的词汇特点、语音特征、句法结构等方面的变化和规律，进而揭示这些词语在辩论类综艺节目中的语言功能和交流效果。

(3) 文献分析法

研究者将通过文献分析法，深入挖掘网络谐音词、辩论类综艺节目以及语言变化与文化传播等方面等相关文献资料，以获得对本研究的理论启发和研究背景的有力支持。这些文献资料将有助于人们理解社会语境、文化动态以及语言演变等，为研究结果提供合理解释，并将研究结果置于更广泛的语言学和文化传播背景中进行讨论，从而为我们的研究提供有益的参考和启示。

1.4 研究理论

本文运用了两个研究理论，分别为幽默理论、面子理论。

(1) 幽默理论 Coulson 在 2000 年将幽默概念形成理论，然后将其应用于漫画和脱口秀中的即兴幽默分析。蔡辉、尹星在《西方幽默理论研究综述》中介绍了国际幽默理论的三个传统理论：“1. 优越/蔑视论；2. 满足生理需要的释放论；3. 不和谐对象复杂情况下整合为一的乖讹论” (Cai&Yin, 2005:6-8)。

《奇葩说》中的言语幽默比较突出的特点如下：一是，符合三个表层特征：相似性与奇特统一、语言要素之巧妙转移、不和谐逻辑之和谐。二是，符合三个深层特征：真实的与非真实的对立、正常的与非正常的对立、合理的与不合理的对立。

(2) 面子理论 Goffman 在 1967 年和 Brown 和 Levinson (1987) 年在国际上较早的提出了交际的礼貌用语——面子问题，并形成理论。李军和宋燕妮在《面子理论在汉文化中的考察》中考察了面子理论在汉文化中的表现，对比了中西方对“面子”的理解，文章中的两位认为中国人的“面子”其本质是：“出于对尊严的需求，与身份和人情相关” (Li&Song, 2004:32)。《奇葩说》中辩手通过谐音词进行的自我显扬、维护队友、贬损对方，都是增加己方的面子。而对方的谐音词反击和报复则是一种补救面子的措施 (Zhao, 2012:133)。

2. 相关文献回顾

值得注意的是，在前人写的众多文章中，“谐音词”随着网络语言已出现多年，不属于现代汉语中的新词汇，但仍需明确概念。经过笔者对国内权威字典、词典查阅，并没有找到对“谐音词”的定义，而出现的都是对“谐音”的定义。一，在《现代汉语词典》第七版中对“谐音”的解释是“谐声”，定义为“字、词的音相同、相近” (2016: 1450)。二，在《汉语大词典》中对谐音的定义为：“字、词的音相同或相近，如‘外甥打灯笼—照舅（照

旧)中的‘舅’与‘旧’为谐音”(Luo, 1986:15696)。三,从语言学角度分析,汪如东在《汉语方言修辞学》中对谐音的定义为:“人们利用词语间的语言和谐,从某个词语联想或者暗示,由本体向谐体的一种词语转化,即把能指义转化为新的所指义”(Wang, 2004:39)。

2.1 《奇葩说》及其中的语言与谐音词

《奇葩说》自2014年起在中国网络辩论类综艺节目中崭露头角,成为炙手可热的网综节目。该节目以互联网为发行媒介,以90后主创领导为核心力量,打破传统综艺节目形式,深受年轻观众喜爱。节目中激烈地辩论环节,不仅引发观众对时事、文化等热门话题的深度思考,更强调了坚守价值观的重要性,鼓励观众传递多元理解。同时,《奇葩说》也是娱乐与价值观念、文化传播的结合体,以独特的形式展现了年轻人的跳跃思维和见解,既是轻松愉快的综艺节目,又具有深远的文化传播意义。

谐音词在《奇葩说》中无处不在,这种语言现象在《奇葩说》中的体现也是非常具有代表性的。然而,目前对于《奇葩说》中谐音词的分类和特点的研究还相对缺乏。虽有提及《奇葩说》中的网络谐音词,但是内容不够全面,只有对第七季中的部分谐音词进行描述。

高旭认为:“《奇葩说》中脏话被消音处理,对这些被消音的字用X来代替,例如:你个傻X,我X你大爷等脏话”(Gao, 2015:30)。张倩的研究显示:“《奇葩说》言语有幽默、犀利、煽情的特点;引发受众共鸣,这是《奇葩说》中最有特色之一”(Zhang, 2017:28)。孙小皎具体研究了第一季中出现的网络谐音词:‘小公举’(小公主)、‘城会玩’(城里人真会玩)、‘不造’(不知道)”(Sun, 2018:34)。吴雯雨指出《奇葩说》的网络语言“不礼貌”,并用“面子理论”进行了分析,得出“使用不礼貌语言时只要掌握好分寸也会带来幽默戏谑的效果,引发观众情绪波动,达到说服目的”(Wu, 2021:22)。李子扬认为《奇葩说》的语言环境整体上偏轻松,广告植入方面新颖创新。但是,他只分析了广告植入的效果,应举出实例(Li, 2021:2)。孙欣分析《奇葩说第七季》节目前传场景布置中,就有很多谐音词的元素,例如:好“柿”发“声”、有胜“蒜”、“虾”说大实话等,这些谐音词,不仅迎合了赞助商——京东超市的菜场主题,而且这些词还与辩论的节目形式相关联,增强了节目的娱乐性(Sun, 2021:22-23)。

由此可见,当代网络谐音词在社交平台 and 语言类娱乐节目中均扮演着重要角色。它们为人们的交流增添了趣味和幽默,同时也反映了当代社会对语言的创造性和创新性表达。

2.2 网络谐音词生成与分类研究

网络谐音词在生成和分类研究方面,许多专家都有不同的方法和角度。

赵燕朋从传播媒介、方言语言、社会文化、交际主体四个方面谈了网络谐音词产生的原因,并将新词语与旧词从语音、词义等角度进行了对比。他认为新词的出现是语言

发展的客观反映，是网络语言的创新，渐渐能被大众接受并成为现代汉语的新成员，但需要遵守社会道德规范和标准化 (Zhao, 2011:30)。孙翠翠在《从“杯具”的迅速流行看网络谐音词的发展趋势》认为：“网络谐音词的分类和研究每个学者们看法迥异，我们要采用一个最容易懂的方式” (Sun, 2011:3)。颜源从索绪尔语言学“能指”和“所指”的音译角度将谐音词分为“旧词指新意”和“新词替旧意”两类。他认为：“生成原因应从社会、经济、文化角度出发” (Yan, 2012:163)。侯玉玲把谐音词的生成归纳为三点：工具条件、语言内部条件、心理因素。按照来源把谐音词划分为无意识创作和有意识创作 (Hou, 2013:11)。陈世华建议通过学校和传媒规范谐音词，如有必要可以立法强行删除粗俗、无意义或消失的谐音词 (Chen, 2013:32)。程茹雪从拼音输入法、文化环境、使用者心里等三个角度对网络谐音词的生成进行了探讨。又从语音、词形、词义、语料分布角度对谐音词进行分类 (Cheng, 2015:64)。朱陈静认为按缩写读出字母发音时与原始词句既无音上的相近又无意上的重合，因此并不应看作是谐音词的有效分类 (Zhu, 2015:124-125)。周轩冰认为：“有一类谐音词是来自于拟声词，如‘hiahiahia’表示怪笑，混合类的案例也很新颖，例如 B4=before、+u=加油” (Zhou, 2020:6)。陈群秀把网络语言分为 14 类。其中数字代码谐音语、符号叠加、自创拼音，如 pp (屁屁)，动物名称借用、等等大部分为网络谐音词 (Chen, 2002:45-47)。

综上所述，网络谐音词在不同角度，不同层面的分类方式各有不同。本文以陈群秀的符号分类法为研究基础，通过扩展创新，完成图片谐音法的分类。

2.3 谐音词研究

在近些年的语言类节目中，主持人和嘉宾常运用“谐音词”和“谐音梗”制造幽默效果。他们通过将普通词汇进行谐音或语音转换，创造出新的搞笑词汇，增加节目的趣味性和娱乐性。

张伟在《谐音修辞手法在网络词语中的运用》中提出：“谐音词的生成因素之一是因为网络用语实际上是一种‘屏面’交流用语。当文字和词汇单调、泛味、吃力时，网民自发的用图形、符号来辅助文字交流，当符号读音同词汇读音相同或相近时，符号谐音就表达了谐音词的词意。如‘==’表示‘等等’，‘H2’是‘氢气’的化学式，在网络中表示‘亲启’的意思” (Zhang, 2011:147)。刘霄畅谈到：“《奇葩说》的正向效果是增添了语言的幽默感和贴切性，烘托了节目效果，网络用语与受众契合。但是负面效果中，谐音词缺乏普适性 (Liu, 2020: 29-30)。

Rungruang 的研究认为：“泰语和汉语的网络语言有很多相似之处：同音异义词或数字发音词的使用，情感的使用，旧词新义的使用，新词的创造，以及受肥皂剧、新闻或网络游戏影响的词汇的使用。但不管泰语还是汉语，网络语言都很流行并受到年轻人欢迎，因为可以节省打字时间，并通过网络语言通过面部表情和情感表达自己的感受”

(Rungruang, 2012:36)。

Chaikiattitham.R 谈到：“泰语同音异义词来源于英语外来词，可分为自适应同音异义词和非自适应同音异义词两大类。因此，一些英语外来词在泰语中被用作同音异义词，以方便他们根据泰语系统使用” (Chaikiattitham.R , 2018:200)。

总体看来，网络谐音词研究在网络语言研究中的关注度呈现出逐渐下降的趋势。这一领域的发展历程可谓跌宕起伏，经历了从崛起到迅速衰退，再到如今的平衡状态。尽管网络谐音词生成机制、分类标准、发展策略的深入研究面临难度，但随着网络语言类节目、新媒体的兴起以及短视频的盛行，网络谐音词和谐音梗的研究可能迎来新一轮研究热潮。尽管国际上并无谐音词的概念，但在拟音词、近义词等方面，存在与谐音词相似的现象。在当今迅速发展的网络语言环境中，创新词、谐音词、缩略语等层出不穷，呈现出多语化的趋势。

3 研究结果

3.1 《奇葩说》中谐音词的统计与分布

本文共统计《奇葩说》1—7季，谐音词 483 个。累计观看《奇葩说》时长约为 400 个小时，基本穷尽了目前节目中的所有谐音词。

根据数据统计，《奇葩说》第一季谐音词数量为 27 个，第二季谐音词数量为 104 个，第三季谐音词数量为 123 个，第四季谐音词数量为 153 个，第五季谐音词数量为 38 个，第六季谐音词数量为 6 个，第七季谐音词数量为 32 个。



(表 3.1 《奇葩说》1-7 季谐音词数量分布图，作者自制，2023. 10. 1)

经由表 3.1 的数据分析，我们可以观察到在《奇葩说》节目中谐音词的分布情况。就数量而言，自第 1 季之后，谐音词的使用逐渐增多，第 2 季和第 3 季相对稳定，第 4 季达到了高峰。然而，到了第 5 季，谐音词的数量急剧下降，第 6 季更是降至最低点。随后，第 7 季又呈现出一定的回升。

这一现象的产生可以归因于两个主要方面。首先，长期大量使用谐音词虽然能够带来幽默风趣，但也容易使观众产生审美疲劳，因此第 5 季开始谐音词的使用量出现明显下降。其次，第 5 季后，节目更换了导演，不同导演带来了不同的节目风格和制作倾向，这也直接影响了谐音词的运用。第 7 季中谐音词数量的回升与广告宣传的创收有直接关系。

3.2 《奇葩说》中谐音词的成因

一些嘉宾在辩论过程中可能由于紧张或语速过快，频繁出现方言、口误、港台腔甚至外语插入现象。这可能导致脱离字幕和动画解释的情况下，观众可能会对辩论内容产生误解，甚至无法完全理解其中的含义。综合考虑上述因素，我们可以将《奇葩说》中谐音词大量出现的原因总结为以下两点。

(1) 无意识因素

是指辩手、主持人或嘉宾在即兴表达中出现的口误，被制作方用于创造谐音词和制造幽默调侃。例如，《奇葩说》中的一些辩手在辩论中因急于发言而产生口误，为制作方提供了创造谐音词的机会，成为观众笑点。

(2) 有意识因素

A. 汉语具有三个主要词汇特点：汉语的语素以单音节为基本形式，大部分词汇为双音节，构词方式灵活丰富，促使网络谐音词的形成。

B. 网络时代推动拼音输入法和谐音词的兴起，反映时代文化演变对语言的影响。谐音词是一种时尚表达方式，符合人们“趋利避害”的认同。

C. 《奇葩说》中谐音词来源于选手和嘉宾的职业身份和地域因素，包括方言、外来语和朝鲜语，成为谐音词的重要因素。

D. 节目巧妙运用谐音词，满足观众对新奇刺激的心理需求，展示语言创意和幽默，使节目更富有生动性和趣味性。

E. 广告创收方面，《奇葩说》采用独特的广告播放方式和幽默搞笑的谐音广告语，突出广告创收的重要性，避免了呆板乏味的广告植入。

3.3 《奇葩说》中谐音词的分类

笔者按照《奇葩说》中的谐音词生成原因进行以下分类：1. 普通话谐音词；2. 方言谐音词；3. 外来语谐音词（传统外来语谐音词和反向使用外来语谐音词）；4. 规避类谐音词；5. 缩略类谐音词；6. 图像谐音词；7. 口误谐音词。

(1) 普通话谐音词

汉字同音词众多，汉语拼音规律导致音同或音近字词增多，促成谐音词产生。在网络键盘输入中，网络交流偏向快捷，可能导致用户选错词汇。然而，这些错误词汇被广泛接受，成为最常见的谐音词。谐音词利用汉字发音相同或相近，保持原词意，通过替

换或变换字以达到幽默效果。笔者将选取案例进行详细分析。

例（1）辩手大王（女）辩论道：“蠢人的世界，轻松愉快又简单。他就像个黑洞一样，他充满魔力，他要把你给吸进来，哪怕你紧，他也吸的进来。”（此时，屏幕飘过“小污婆”字样）（2016年3月5号，第3季2期16分03秒处）

在例（1）中，“小污婆”是“小巫婆”的谐音，源于该期节目前半部分涉及低俗话题，包括讨论洗手间后如何擦屁股的问题。主持人高晓松因为屁股紧张而引发低俗笑话，成为辩论的话题。后期的字幕使用“小污婆”标签，既形容她思想低俗肮脏，又委婉地提示其语言粗俗，实现了一语双关的效果。

（2）方言类谐音词

方言类谐音词是指不同的字、词在方言中的读音相同或者相近而进行替换从而形成谐音词。《奇葩说》中嘉宾、选手来自祖国各地，既包含大陆各省选手，也包含港澳台地区选手。因此，方言类谐音无法避免，且数量众多。

例（2）马东让辩手陈咏开介绍他和另一个马来西亚辩手颜如晶的情况。

陈咏开：我和她就是打过辩论赛，有赢有输。

蔡康永：那你们可以做“盆友”啊！（2015年7月10日，第2季5期10分10秒处）

例（2）“盆友”即“朋友”的谐音，主持人蔡康永是台湾综艺节目主持人，受闽南语方言的影响，所以会有“盆友”的发音。近些年台湾综艺节目在内地盛行，也使得“台湾腔”在年轻的网友中流传开来，形成网络流行语，被大众所熟悉。

（3）外来语谐音词

在前人的研究中，仅就原词是外来语的中式音译谐音词进行了研究，随着节目的续更，出现了新的现象，那就是节目中的普通话被翻译成英语单词，笔者认为这是外来语类谐音词的反向使用。但目前所有的外来语反向谐音词，都是转化为英语的，尚未发现转化为其他语种的谐音词。

例（3）蔡康永、马东、金星三人组合简称“KJM”，嘉宾金星解释道：“我们为什么要叫做KJM对吧，我们韩文叫做‘卡机嘛’。就是别走，留你的意思。”（2015年7月10日，第2季5期5分06秒处）

例（4）屏幕弹出“谈 cell phone 声”等于“谈笑风生”，里面的“cell”谐音“笑”，整个谐音词形容主持人嘉宾们的开场状态。（2017年5月19日，第4季15期4分34秒处）

笔者还发现，在《奇葩说》中的这些外来语的反向使用，大多都是“四字成语”，例如：“滴水 blow”（滴水不漏）、“more 明奇妙”（莫名其妙）、“不 year 同”（不约而同）、“乐 book 支”（乐不可支）、“蠢蠢欲 know”（蠢蠢欲动）、“bee 之不及”（避之不及）等

等。这些谐音词是否对学习汉语的外国人，对学习成语有一些帮助，希望后面有学者进行详细的探究。

(4) 规避类谐音词

为规避脏话，避免反复引用相同案例，《奇葩说》采用“懵B、懵BEE、懵X、装13”等代替，符合中国文化的面子观念。在确保合规播出的前提下，适度规避对广泛受众的公开播放节目至关重要。在传统媒体中，避免不雅言辞是必要的；而在网络自制节目中，谐音词的运用既保障了表达自由，又考虑了播放量和传播效果的完整性。这一方法在问题处理上表现巧妙，值得其他节目学习借鉴。

(5) 缩略类谐音词

为了提升交流效率，人们在《奇葩说》中广泛使用简洁且有趣的表达方式，其中包括缩略词，这些缩略词往往能表达特定的含义。节目中出现了22个这样的缩略类谐音词，例如“酱”代替“这样”，“表”代替“不要”，“宣”代替“喜欢”，这些词语赋予了新的含义。特别的是，有些词语甚至使用了嘉宾的名字进行缩略，如“冬泳”代表马东和蔡康永两位主持人，“蜂蜜”代表薛少峰和杨幂，“告松”代表高晓松，这些都反映了《奇葩说》的独特风格，也揭示了现代人追求简洁的心理。

(6) 口误类谐音词

在辩论中，口误是最常见的，特别是在限时辩论中，语速高，发音不完整或者吞音、口误是在所难免的。这些口误被制作方用于制造谐音词并进行幽默调侃辩手，娱乐观众，达到挽回面子的效果，维护了辩手因自身失误而带来的尴尬。

(7) 图像类谐音词

在《奇葩说》中，使用幽默搞笑的图像替代谐音词，丰富了谐音表达的方式，被定义为图像谐音。这一现象值得关注，因为过去的研究较少涉及图像类型的谐音词，突显了谐音词的时代发展。为了深入理解图像谐音词的幽默内涵，笔者通过具体举例进行了解释。

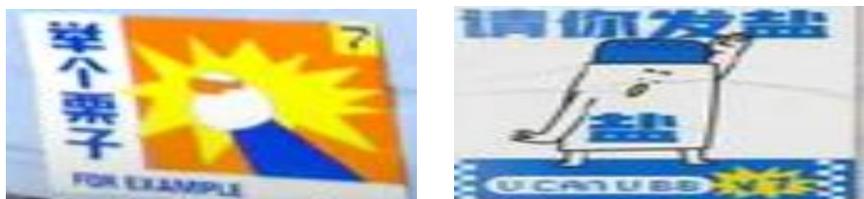


图1, 来源:《奇葩说》第七季, 广告语)

例(5)以“举栗子”谐音“举例子”为基础，通过生动画面展示一只手托举板栗，巧妙符合《奇葩说》辩论现场的竞争气氛。这一幽默创意不仅象征辩手们积极的辩论态度，还为观众展现了制作团队的幽默，进一步营造了欢快氛围。由于“栗子”是超市中常见的食物，与本季的超市主题高度符合，使图片谐音实现一举三得，充分发挥了其作用。

例(6) 图像“请你发盐”，巧妙谐音自“请你发言”，完美契合辩论节目的特色。这幅画面不仅在幽默中体现了对辩论的引导，也植入了促销元素，巧妙达到了广告宣传的效果，为节目注入新鲜感，观众也感受到了别开生面的创意。这两个图像的运用充分展现了图像谐音词的独特魅力，丰富了节目表现形式，令人耳目一新。

3.4 《奇葩说》中谐音词的功能

随着网络流行语中谐音词的广泛普及，我们需要认真思考这一现象所蕴含的价值。我们应考虑谐音词在交流中的影响和贡献，以及其是否满足网络表达的需求，并逐渐融入日常语言交流。因此，在讨论这些问题时，首要解决的是谐音词在网络中的功能。综合以上讨论，可将网络谐音词在《奇葩说》中的功能概括为三个方面：幽默讽刺功能、避免尴尬功能、广告宣传功能。

(1) 幽默讽刺

谐音词通常被用于制造幽默效果，通过将原本无关或明显不同的词语替换为语音相近的谐音词，创造出词义上的不协调，从而产生出人意料的效果，引发观众笑声。这种不协调性是幽默的基础，也是谐音词在节目中取得幽默效果的重要因素。此外，谐音词还被用于讽刺和批判特定的社会现象、个人行为或价值观。通过替换相关词语为谐音词，暗讽、嘲笑或揭示一些负面或荒谬之处，达到讽刺的效果。这种讽刺往往具有一定的警示意义，促使人们进行反思和深入思考。

例(7) 辩手范湊湊：“世界末日，停水停电了……真是人生自古谁无‘屎’（屎的图像）啊！”。（2015年7月10日 第2季5期23分09秒处）

例(8) 辩手樊野肌肉猛男，在自我介绍时，被马东问到：“你能抬一下胳膊，看一下你的纹胸（文胸）吗？”樊野：“我的纹胸（文胸）？我没有穿今天”。（2015年7月11日 第2季6期6分37秒处）

马东说的“纹胸”是指辩手樊野在身体胸部一侧有纹身，而樊野误会了他的意思，以为是在调侃自己，说今天没有穿文胸。这样的谐音词在《奇葩说》中起到了活跃气氛，使紧张的辩论气氛得到缓解，让观众也能缓解紧张的情绪。

例(9) 在《奇葩说》第2季12期20分02秒处，字幕君讽刺摄像老师，总是给辩手樊野镜头，字幕弹出“射象老师是有多喜欢樊野啊”。“摄像”谐音“射象”，表明后期制作团队对摄像老师的做法有些许的不满，然后用谐音来表达自己的想法。

在《奇葩说》中，谐音词被巧妙利用，创造了词义上的不协调和出奇不意的新奇感，达到了幽默效果。这种幽默方式备受观众喜爱，为节目增添了娱乐性和吸引力。其次，在辩论中，经常会出现一些评价性字幕，表达对辩手观点不认同甚至不满的情绪，从而呈现出讽刺的效果。

(2) 避免尴尬

谐音词,作为一种具有音义相似但意义截然不同的词语,不仅可以为言语增色添趣,也能在尴尬场合下起到挽回面子的巧妙作用。在《奇葩说》中,谐音词常被运用于聪明机智的表达,化解尴尬局面,为言语交流增添幽默和趣味。

例(10)《奇葩说》第3季2期的辩题是“跟蠢人交朋友,你洒不洒傻?”

“洒不洒”是“是不是”的谐音,因为考虑到这是一个问句,中国人出于避免出言不逊,会用“洒不洒”转换生硬的提问,缓解对方的尴尬,从而达到问话的目的。

例(11)马东口播广告,“谷粒多”燕麦牛奶:“很多朋友,反映,为什么我们面前的‘谷粒多’燕麦牛奶这么大盒,而在超市买的那么小?我说因为‘谷粒多’燕麦牛奶非常心机,他们为了占我们更多画面,他们专门做了三个大盒,摆在我这。”(屏幕出现“小婊砸”字样)(2016年3月5日第3季2期3分42秒处)“小婊砸”是“小婊子”的谐音,这个词本意用来形容作风不太检点的女性,在节目中,暗喻牛奶厂商颇有心机。

在尴尬情境下,谐音词可以充当一种社交技巧,减轻尴尬气氛,缓解现场的紧张感。它们能够创造一种友好的、互动性强的氛围,帮助改变对话的走向,避免冒犯或尴尬的话题,使沟通更加顺畅。

(3) 广告宣传

《奇葩说》第7季以谐音词广告为特色,可谓是运用得淋漓尽致。在传统的广告播出方式中,谐音词广告并非新鲜事物,但第7季中却赋予了谐音词广告全新的活力。舞台布景独具匠心,创意无限,将观众带入了“惊为天人,笑不可挡”的奇妙世界。先导片更是充斥着满屏的谐音词广告,让人“笑果百出,喜感无限”。

蔬菜类谐音词包括“茄茄撕语”(窃窃私语)、“葱未失手”(从未失手)、“有胜蒜”(有胜算),水果类则有“蕉头接耳”(交头接耳)、“好柿发生”(好事发生),肉类方面则有“以肉克刚”(以柔克刚)、“虾说大实话”(瞎说大实话)。这些创意妙趣横生的谐音词,通过幽默的形式,为观众展现了别开生面的奇葩世界。

4. 结论

4.1 谐音词数量分布

(1)《奇葩说》1-7季总计483个谐音词,其中方言谐音词137个,普通话谐音词128个,外来语谐音词123个,缩略谐音词22个,口误19个,规避谐音词22个,图片谐音词32个。此前的研究未曾对《奇葩说》1-7季进行过全季的谐音词分类,为继续研究谐音词现象提供了详实的数据支持。



(图 4.1 《奇葩说》1-7 季谐音词分类及数量图 2023 年 10 月 1 日 作者自制)

(2) 谐音词分类

在过去的谐音词研究中，学者们通常通过谐音词的来源、理解类型、词形、语言等方面对其进行分类，包括汉字谐音词、方言谐音词、数字谐音词、拟声谐音词、外来语谐音词、合成谐音词等。本文在此基础上进行了细致分类，尤其对《奇葩说》中的谐音词进行了研究。

首先，对外来语谐音词进行了更细致的分类，包括传统外来语谐音词和反向使用外来语两个子类别，以填补前人研究的空白。随着网络时代的演进，网络谐音词也呈现出时代变迁的特点。

其次，在搜集外来语谐音词的过程中，发现了罕见的法语谐音词，为前人研究的补充提供了例证。这表明网络谐音词正朝着全球化的方向发展，未来可能涌现更多小语种谐音词。

(3) 创新分类

《奇葩说》引入了一种独特的谐音词形式，即图像谐音词，具有创新性。这种谐音词以生动的图画为表现方式，摒弃了传统的文字形式，赋予谐音词更加生动形象的内涵。这一创新让观众感受到前所未有的新鲜感和视觉冲击。以往的研究主要聚焦于符号谐音词，对图像谐音词的讨论相对较少。因此，本文在研究中引入了这一独特的图像谐音词，不仅为谐音词研究提供了新的视角，也为未来的研究提供了基础，有助于更全面地理解和探讨谐音词的奥妙。

(4) 作用意义

谐音词是中国语言独特的元素，向国际观众打开了解中国文化的窗户。首先，它展现了中国人在语言游戏中的独特智慧和幽默感，呈现了中国文化轻松、幽默、充满创意的一面，向观众展示了对语言的独特运用和创意思维。其次，谐音词常具多义性，反映了中国文化中丰富的象形思维和创意的语言结构。透过解析谐音词，引导观众了解中国

人在语句中赋予词语更多意义和象形特征，探索中国语言文化符号之间的独特联系。谐音词通常与文化、社会、历史背景相关，通过解释谐音词背后的文化内涵，向观众展示中国的传统习惯、社会风貌、历史故事等，深化对中国文化与社会现实联系的理解。最后，谐音词的制作追求音韵美和艺术表现力，不仅幽默，还注重美和艺术的重要性。解释谐音词的衍生过程和创意灵感，展现中国人在语言艺术方面的追求和创新，传递了中国语言之韵味无穷。通过这些思路，观众可以更深入地理解与感受中国语言和文化的独特魅力，加深对中国文化的认知和感知。这一语言现象在国际传播中扮演着重要角色，为中国文化赢得了更广泛的关注和理解。

4.2 讨论

程茹雪：“指出谐音词在汉字、普通话和汉语修辞学方面带来冲击，提出学校教育、社会调控、网民使用的解决策略”（Cheng, 2016:55）。外来语谐音词的分类缺乏对英语反向使用的关注，反映了语言的全球化趋势。不同学者提出道德引导、法律手段等解决网络谐音词问题的观点，笔者主张理性看待其幽默效果，强调不能强制消亡。研究发现谐音词已从符号演变为图像，图像谐音更富表达，融合色彩、情感和时代元素，适应时代发展。最后，谐音词需要理解上下文语境，观众需多次观看才能深入领悟。

4.3 展望

《奇葩说》、《吐槽大会》、《晓说》、《火星情报局》等成功的语言类文娱节目为未来研究提供了丰富素材和启示。学者可综合以上节目，深入研究语言类文娱节目的广泛生成因素，涵盖文化内涵、社会背景、心理学等多方面影响。通过更全面的视角，我们可以更好地理解谐音词在综艺节目中如此流行的原因，以及它对观众和文化的深远影响。此外，对于中国以外的地区，谐音词的研究相对较少，缺乏等同的“谐音词”概念。因此，引入这一概念对于来自其他国家的留学生来说，可以拓展语言学研究的国际视野，并有助于留学生更好地理解 and 掌握中文。

参考文献

- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. New York: Cambridge University Press.
- Chaikiattitham, R. (2018). The use of homophones from English loan words in Thai language. *Kasembundit Journal*, 19(1), 205–235.
- Chen, Q.X. (2002). Internet language and the modernization of Chinese (Part I). *Modern Chinese*, 11, 45-47. (in Chinese)
- Chen, S. H. (2013). Causes, influences, and countermeasures of homophonic words in internet



- Chinese. *China Publishing Journal*, (22), 30-33. (in Chinese)
- Cheng, R. X. (2015). An investigation into the generation mechanism and issues of homophonic words of Chinese characters on the internet. *Youth Writer*, (04), 64. (in Chinese)
- China Academy of Social Sciences. (Ed.). (2016). *Dictionary of Modern Chinese*. Beijing: Commercial Press.
- Coulson. S. (2000). *Semantic leaps: Frame-shifting and conceptual blending meaning construction*. Cambridge: CUP.
- Gao, X. (2015). *An analysis of the internet cultural characteristics of "Qi Pa Shuo"* [Unpublished master's thesis]. Shanxi Normal University. (in Chinese)
- Hou, Y. L. (2013). *The homophonic words of Chinese characters in network and the significance of the discourse right's construction*. [Unpublished master's thesis]. Ocean University of China. (in Chinese)
- Jiang, M. Y. (2015). The successful breakthrough of self-made online variety shows: A case study of iQiyi's "Qi Pa Shuo" (Weirdo Talk Show). *News World*, (05), 123-124. (in Chinese)
- Li, J.& Song, Y. N. (2004). An examination of face theory in Chinese culture. *Contemporary Rhetoric*, (02), 29-32. (in Chinese)
- Li, Z. Y. (2021). *The innovative research on the network variety show " Qi Pa Shuo "* [Unpublished master's thesis]. Harbin Normal University. (in Chinese)
- Liu, X. Y. (2020). An analysis of the use of Internet language in "Qi Pa Shuo". *New Media Research*, (04), 29-31+38. (in Chinese)
- Luo, Z. F.(1986). *A comprehensive Chinese dictionary*. Chinese Dictionary Publishing House. (in Chinese)
- Rungruang, J. (2012). A comparative study of Thai and Chinese Internet language. *Journal International Studies, Prince of Songkla University*, 2(2), 33–46.
- Sun, C. C. (2011). *Exploring the development trend of internet homophonic words through the rapid spread of "Beiju"* [Unpublished master's thesis]. Jilin University. (In Chinese)
- Sun, X. (2021). Exploring the development and impact of homophonic words in the Internet Age. *Sinogram Culture*, (16), 22-23. (in Chinese)
- Sun, X.J. (2018). *Discourse analysis of the online debating talk show "Qi Pa Shuo."* [Unpublished master's thesis]. Qufu Normal University. (in Chinese)
- Wang, R. D. (2004). *Chinese dialect rhetoric*. Shanghai: Xuelin Publishing House. (in Chinese)

- Wu, Y.W. (2021). A pragmatic analysis of impolite language in " Qi Pa Shuo." *Sinogram Culture*, (22), 22-23. (in Chinese)
- Yan, Y. (2012). A brief discussion on homophonic words of internet popular slang and their formation. *Youth Literator*, (20), 163-165. (in Chinese)
- Zhang, Q. (2017). Research on the debate network talk show "Let's Talk" program [Unpublished master's thesis]. Dalian University of Technology. (in Chinese)
- Zhang, W. (2011). The use of homophonic rhetorical devices in internet vocabulary. *Journal of Liaoning Academy of Governance*, (10), 146-148. (in Chinese)
- Zhao, Y. P. (2011). An examination of neologisms with homophonic Chinese characters in internet vocabulary. In Proceedings of the 7th National Conference on Language and Language Application (pp. 155-160). *China Association for Applied Linguistics*. (in Chinese)
- Zhao, Z. J. (2012). A review of face theory research. *Journal of Chongqing University (Social Science Edition)*, 18(05), 133. (in Chinese)
- Zhou, X. B. (2020). A brief analysis of the causes and characteristics of homophonic words in Internet language. *Sinogram Culture*, (04), 6-8. (in Chinese)
- Zhu, C. J. (2015). Classification and application research of homophonic words in Internet language. *Modern Chinese Language (Language Research Edition)*, (02), 124-126. (in Chinese)