

直男癌这个词出现在什么时候呢？

百度百科给出的答案是：2014 年 6 月 23 日，精确到日期。



带你360°解析“直男癌”^{[1][2]}

最近这一年来，有一个词经常被大家所提起，就是“直男癌”。好像一时间，直男癌成为了前夫所指，大大小小的公众号都以“直男癌”为主题，给这些人立了大大小小各种罪证，公众号另一边的女性读者可谓拍手叫好，好像说出了自己无限的心声，仿佛这些字字戳心的文字成为了女权主义者的口号！[详情](#)

内容来自 **TA说**

中文名	直男癌	来源	豆瓣、微博 ^[3]
分类	网络用语	出版日期	2014年6月23日 ^[1]

所谓**直男**，就是指在任何情况下都喜欢女性的男性。也就是**异性恋**男性。直男癌于2014年6月末出现于豆瓣与微博，源于网友们对活在自己的世界观、价值观、审美观里，时时向别人流露出对对方的不顺眼及不满，并略带大男子主义的人的一种讽刺。他们多为异性恋，并且利用“社会普遍标准”塑造了大部分人心目中理想的女性形象、固化了性别身份，要求女性压抑自己的真实欲望，去无限贴近社会所期望的“理想女人”。

^[2] ^[4]

从百度搜索指数来看，该词条自诞生以来，经历五个波峰，分别在：

A:2014 年 6 月 23-6 月 29 日

B:2014 年 11 月 10 日至 11 月 16 日

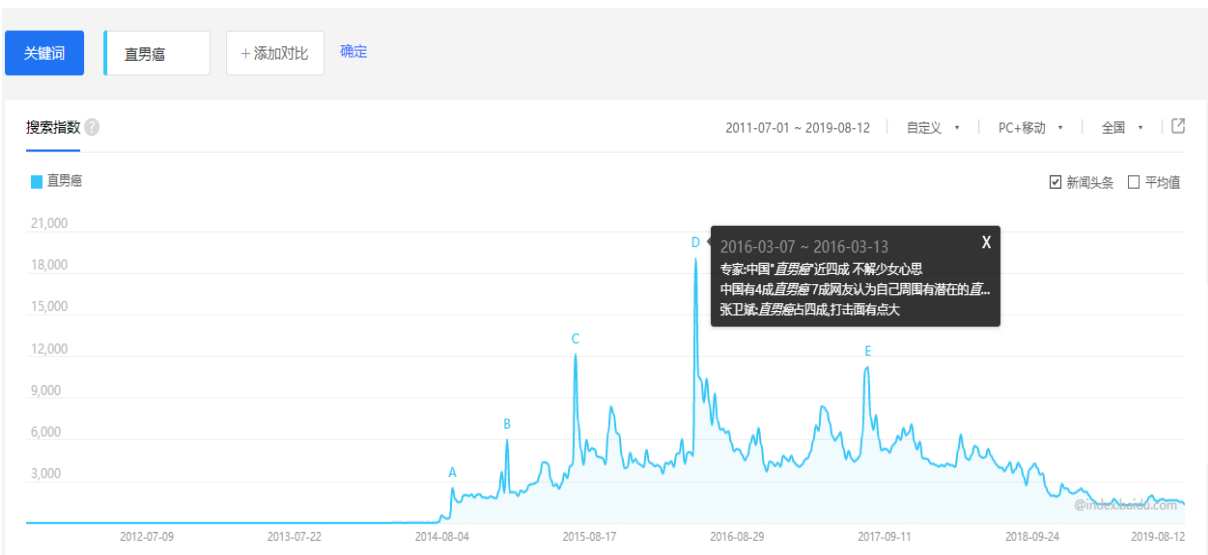
C:2015 年 5 月 4 日至 5 月 10

D:2016 年 3 月 7 日至 3 月 13 日

E: 2017 年 5 月 8 日至 5 月 28 日

另一个有趣的现象是在 2015 和 2016 年的 8 月，同时出现了词条次波峰。2015 年的 2 月和 2017 年的 2 月和 8 月也同样出现了异常波动。

从 2014 年 6 月该词汇出现年至 2018 年的 7 月 22 日该词条搜索量初步下滑，分析出现的每一个波峰和异常，我们可以发现每年的 2 月，5 月附近，以及 11 月附近往往是直男癌搜索指数的上升时期。



（注释：搜索指数搜索指数是以网民在百度的搜索量为数据基础，以关键词为统计对象，科学分析并计算出各个关键词在百度网页搜索中搜索频次的加权和。根据搜索来源的不同，搜索指数分为 PC 搜索指数和移动搜索指数。）

一般来说，一个热点词汇，可以是断崖式上升，或者断崖式下跌，但是为什么波峰会出现

一个 2-5-11.这样的三段循环，实在是令人费解。其中，又以 2 月和 5 月出现最为频繁。这里透着奇怪的规律性，但也可能只是巧合，我们只能推断有特点的时间点和直男癌词汇热度之间存在着强相关性。

从时间角度入手，我们首先可以想到的时间的节点：节日。每年的 2 月和 11 月最容易想到的是新年，一个农历新年的附近一个西方圣诞的附近，但是这似乎和方程另一边的直男癌无法产生联系。毕竟直男癌和过新年似乎产生不了什么有趣的联系。

从逆向思维的角度出发直男癌的词汇对立面应该是女性，这样，我们就获得了另一个关键词：女性。将这一关键词和上一个关键词联系起来：节日+女性=一年之中和女性有关的节日？

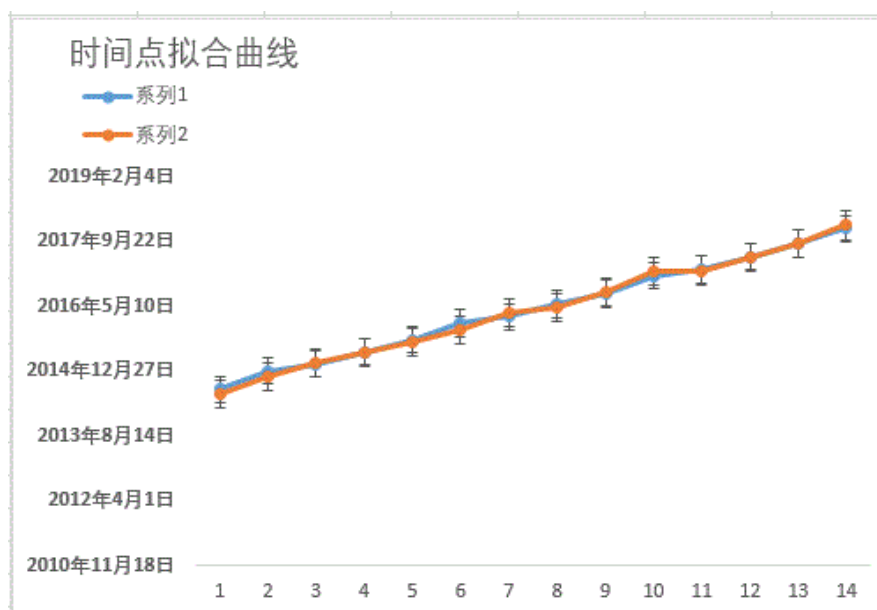
哦，可怜的直男，二月的谜题解开了，不是新年的开始，而应该是每年的 2 月 14 日，西方情人节，经过无数商家营销宣传，终于深入人心的：情人劫。依靠万能的日历，我们得出下表：

需要送礼的节日	
2014年8月2日	七夕情人节
2014年12月24日	平安夜/圣诞节
2015年2月14日	情人节
2015年5月20日	网络情人节
2015年8月20日	七夕情人节
2015年12月24日	平安夜/圣诞节
2016年2月14日	情人节
2016年5月20日	网络情人节
2016年8月9日	七夕情人节
2016年12月24日	圣诞节
2017年2月14日	情人节
2017年5月20日	网络情人节
2017年8月28日	七夕情人节
2017年12月24日	平安夜/圣诞节

至此，我们似乎看到了特定时间点和直男癌词汇之间应该存在着高度的关联性，本着严谨原则，我们按照每一个节日的时间点切入百度指数中“直男癌”的峰值，得出下表：

需要送礼的节日		百度指数（直男癌）	
2014年8月2日	七夕情人节	A	2014年6月23-6月29日
2014年12月24日	平安夜/圣诞节	B	2014年11月10日至11月16日
2015年2月14日	情人节	次峰	2015年2月16至2月22日
2015年5月20日	网络情人节	C	2015年5月4日至5月10日
2015年8月20日	七夕情人节	次峰	2015年的8月3日至8月9日
2015年12月24日	圣诞节	次峰	2015年11月2日至11月8日
2016年2月14日	情人节	D	2016年3月7日至3月13日（最高值）
2016年5月20日	网络情人节	次峰值	2016年4月25日至5月1日
2016年8月9日	七夕情人节	次峰值	2016年8月15日至8月21日
2016年12月24日	圣诞节	次峰值	2017年1月30日
2017年2月14日	情人节		至2017年2月5日
2017年5月20日	网络情人节	E	2017年5月8日至5月28日
2017年8月28日	七夕情人节	次峰值	2017年8月28日至9月1日
2017年12月24日	圣诞节	次峰值	2018年1月15日至1月21日

在 2014 年至 2018 年 1 月之间，骂人词汇“直男癌”居然和特定的节日节点产生了强相关性。我们将二者数据可视化，可以得到如下的拟合曲线：



这一定是惊人的巧合！

此时，方程的左边已经被替换成了：和女性有关系的节日（或者被强行和女性挂钩的节日，比如西方的圣诞节，在中国因为接受群体和影视作品美化的关系，更多会偏向爱情色谱一点）。

论：女性节日如何影响直男癌词汇搜索上升？

节日本身不会产生影响，就刚出生的婴儿会伴随着时间流逝长高，但是让它长高的却不是时间这一我们看不见摸不着的物质。很显然，影响该词汇的另有别物，我们必须寻找新的关键词。

如果在我的脑海里回想女性节日和直男癌，二者的化学反应第一世界是一句广告词：

爱她就给她买 YSL？

记不太清了，大概是类似的意思。总之这是很成功的商业营销，成功为我这样的农村打工仔打开了一扇大门，原来口红不仅仅是一根红色且可上色的棒子，它们还有各式各样的名字和色号。

想到这里，方程的主角，突然有种千呼万唤始出来的感觉。但是，猜想是否正确呢？我们还需要验证。

借助万能的搜索引擎，我们大致可以找到这句话出现的时间点：2016 年的 10 月左右。

爱她,就给她买YSL星辰?_360doc个人图书馆

2016年10月23日 - 这几天微信的朋友圈不停的被"ysl星辰"这几个字眼刷屏,各大社交媒体也是满屏,左一个星辰右一个星辰。这到底是个什么鬼?搜索各大资料才觉醒,刷屏...

www.360doc.com/content... - 百度快照

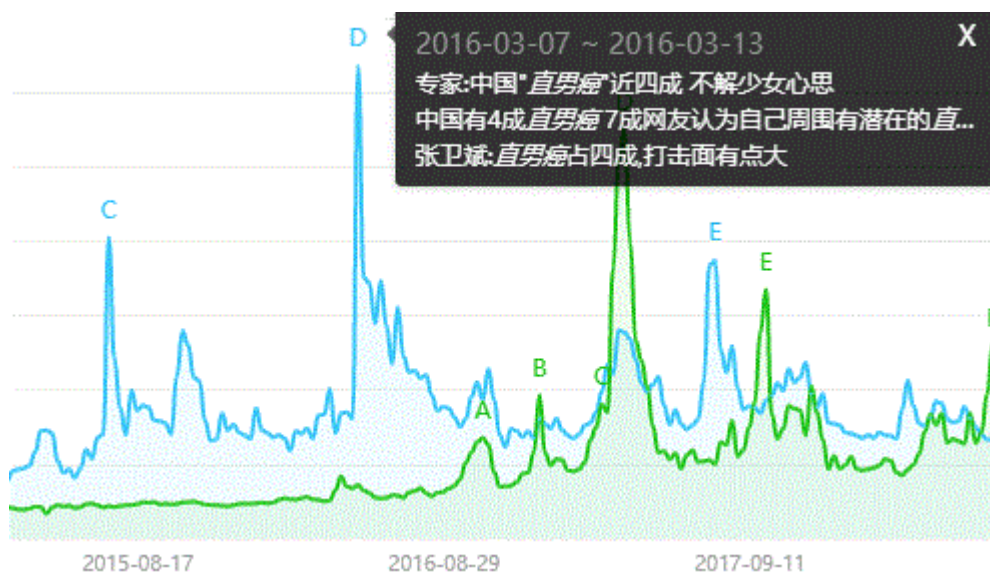
为您推荐: [爱她就买圣罗兰星辰](#) [给你买ysl星辰](#) [男生送ysl的含义](#) [爱她就给她买](#)
[爱她就给她买口红](#) [TF](#) [爱的人要我给她买个口红](#) [男朋友送ysl星辰](#)

别买ysl了,爱她给她买这个口红吧



2016年10月19日 - 别买ysl了,爱她给她买这个口红吧 来自: 甜甜圈
2016-10-19 12:52:58 ...算了一下,140根是3万5,也就是说35w要买1400根口红。但是联想到一些博主她们...

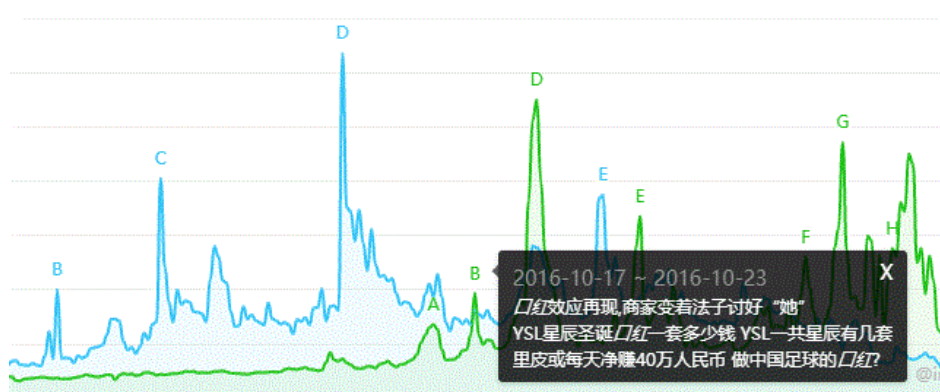
那么，2016 年，有什么特殊的呢？
2016 年，大概是直男癌这个词出现最多的时候。



据“砖家”统计，这一年来，中国每十个男性里面就有四个直男癌。

2016 年，大概是口红在中国卖得最好的时候。

新闻头条



按照商家的思路来看，买一支当然不算爱，买一套才算。

惊人的 2016

TA说
解读词条背后的知识
查看全部 >

咪蒙 国民励志女作家，自媒...

热点说 时事热点，尽情分享

京小鲜联盟 娱乐自媒体联盟

知乎

看到直男癌言论，我的脏话不够用了

带你360°解析“直男癌”！

伊能静手撕直男癌为什么获网民力挺？

你的...

(Lylean Lee 作品) “我从来就不是什么女权，我主张的是人权。” 1最近微博和朋友圈老有人在骂ayawawa。我就...

最近这一年来，有一个词经常被大家所提起，就是“直男癌”。好像一时间，直男癌成为了千夫所指，大大小小的公众号...

这一次，伊能静不仅证明了“不会手撕直男癌的女星不是好母亲”，还向所有女性示范了手撕直男癌的正确姿态：手撕也...

对女性...与女性...可被称...

2016-11-17 1111

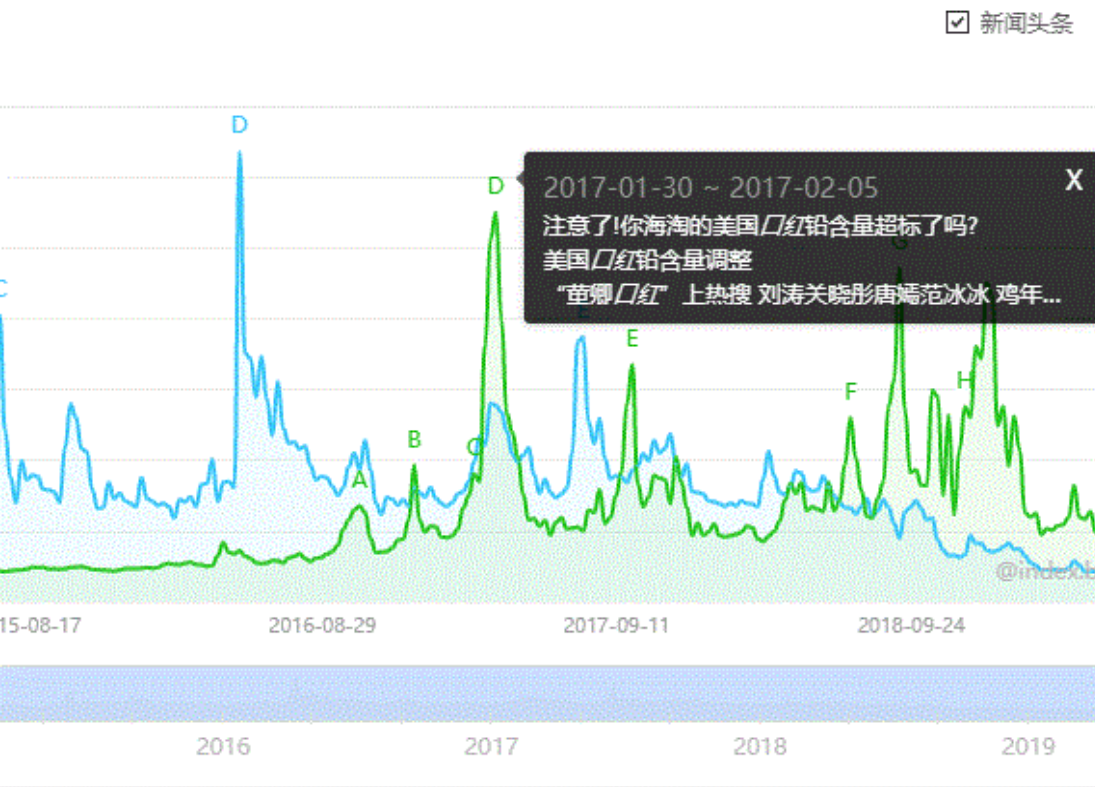
2017-12-15 714

2016-10-29 664

2017-0...

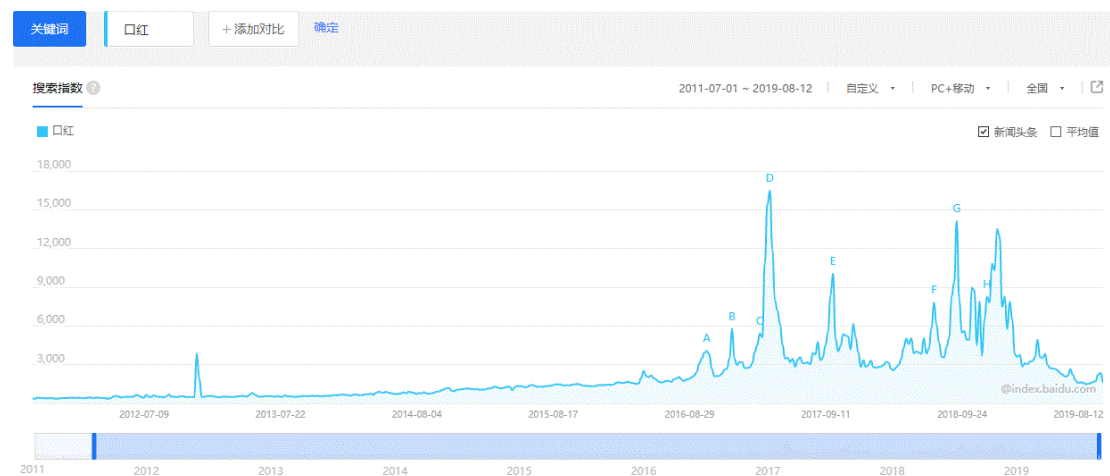
我们无法衡量这一年到底有多少 KOL 抓住了机遇，实现了全套口红自由。但是我们可以猜想，这一年内，直男癌一定出现在了很对话场合。

当然也有有趣的 2017



似乎在这里，你永远需要担心和嘴巴有关系的东西是不是有毒，无论是鸡蛋牛奶还是口红。

正如同在 2014 的 6 月直男癌这个词被创造出来之前一般宁静，在 2015 年之前的中国互联网环境内，鲜有人提及口红。



但也许也是惊人的巧合，当舆论一次又一次的鞭挞直男癌的时候，风马牛不相及的口红也开始被越来越多的人搜索。似乎没有比这样更好的一套逻辑：女性需要自由，自由需要香水口红衬托。我们很难找到是谁第一个这样歪曲逻辑，但是我们可以推断狂潮之下，是否存在暗潮：



我们当然不能推断：因为对直男癌的反复炒作时间点和女性节日存在强相关，而在这一时期的口红和香水的百度指数和直男癌的百度指数存在一定的强相关关系。由此我们可以得出结论每一次的口诛笔伐的背后都是对两性关系的反复挑拨，最终目的是为了促进口红，香水等快消品的销量。

这属于强加因果。

因为反过来想：

不仅是存在因为在节日之前不买 YSL，所以商家和营销 KOL 需要反复渲染直男癌；同样也可能因为在节日后因为买错了色号从而被吐槽直男癌。

而这种情况对应的：是去再买一支正确色号的口红。

无论舆论场上如何风云变幻，不会变的是从 0 到 1 的市场，从无到有的销量。正如被抵制过的肯德基依然开，被鄙视过的苹果仍旧有人用，商业本身从来没有错并且具有极强的力

量。唯独将商业和虚无的意义结合在一起的时候，对女性的尊重可以侧成金钱衡量的口红香水，理性和讨论也就变成了沾了血的馒头。

所以回过头来，我们也可能有这样一种感觉：

到底是被对立的哪一方在舆论上站了上风不重要，那些条理分明逻辑清晰或者动人心弦感人肺腑的 KOL 说了什么也不重要。

商品销量成了最诚实的一份子。

爱不能衡量

货币却可度量。