

2018-2023 年间中国网络流行语构式认知研究相关的学术论文

系统性文献综述及研究趋势分析

A SYSTEMATIC REVIEW AND RESEARCH TRENDS OF COGNITIVE RESEARCH ON CONSTRUCTIONS OF CHINESE INTERNET BUZZWORDS FROM YEAR 2018 TO 2023

孙宁田

Ningtian Sun

泰国农业大学孔子学院

Confucius Institute, Kasetsart University, Thailand

Received: July 24, 2023 / Revised: March 26, 2024 / Accepted: April 22, 2024

摘要

通过整理 2018-2023 年中国网络流行语构式认知研究的相关文献，本文从中国知网、万方数据知识平台及维普网中共筛选出 21 篇文献作为总结对象，对其研究对象与来源、研究视角、研究内容与研究结论、研究趋势四个维度阐述了该领域的研究现状。本文研究发现该阶段的研究主要以探讨某个或某类网络流行语构式的认知机制为主，同时相关研究的基本流程多以构式小三角分析视角作为切入点，根据构式本身可拆解的特点结合不同认知理论阐释其认知机制与过程，并探讨该构式的流行原因。另外，近年来该领域的研究正逐渐由单元理论分析向多元化视角过渡。最后，笔者结合网络流行语构式本身的特点与社会认知视角，提出了该领域未来可能的研究方向。

关键词：网络流行语 构式 认知机制 系统综述

Abstract

By organizing relevant literature on the cognitive study of Chinese Internet buzzword constructions from 2018 to 2023, this article has selected 21 documents from CNKI, Wanfang data knowledge service platform, and VIP information as subjects for summary. It discusses the current state of research in this field from four dimensions: research subjects and sources, research perspectives, research content and conclusions, and research trends. The study found that research during this period mainly focused on exploring the cognitive mechanisms of specific types of internet slang constructions. Additionally, the primary research process often adopts the perspective of constructional analysis “mini-triangle,” using the decomposable nature of constructions combined with various cognitive theories to explain their cognitive mechanisms and processes and to explore the reasons for their popularity. Moreover, recent years have seen the field’s research gradually transition from unitary theoretical analysis to a more diversified perspective. Finally, considering the characteristics of internet slang constructions and the social cognitive perspective, the author proposes potential future research directions.

Keywords: Chinese Internet Buzzwords, Constructions, Cognitive Mechanism, Systematic Review

引言

随着网络与新媒体技术的快速发展，网络流行语已成为汉语新生词汇的主力军之一。所谓“网络流行语”，顾名思义，即产生于互联网或应用于互联网中的语言，常用简捷、新颖的语言形式来表达某种复杂或难以表述的意义的新词汇，且一般在短时间内受到大众的青睐并得到广泛传播。自2014年中国语言文字期刊《咬文嚼字》发布“十大流行语”以来，围绕（网络）流行语的讨论与研究已成为中国学术界的一个热点话题，相关研究涉及广泛，包括语言学、传播学、社会学及心理学等。

在语言学的相关研究中，认知构式语法的相关理论常被应用到网络流行语的讨论中。构式语法最早可以追溯到20世纪80年代，由美国语言学家菲尔墨(Charles Fillmore)等人提出，主要用于研究习语和一些特殊表达的语言现象。他们认为这些常用习语和特殊表达大部分可以被看作是“形式-语义”稳定或相对稳定的集合，具有一定的规律性。而认知构式语法则是在该理论中的一个研究流派，主要以拉科夫(George Lakoff)，戈德堡(Adele Goldberg)及本奇尼(G.M.L. Bencini)等语言学家为代表，他们致力于描写和解释语言里的所有兼具形式和语义/功能的语言单位，把语言中所有基本单位都视作“构式”，认为语言研究都可以归结为对“构式”的研究。在中国，早期并没有学者提出“构式”这一术语，但却有学者提出了相关的构式类型，如Wang(1984)在19世纪40年代就曾把“把”字句视为“处置式”，认为其属于构式的一种类型。而随着国外构式语法概念的引入，大批中国认知语言学学者纷纷投身于相关的汉语研究。

网络流行语作为新时代互联网的产物，在当代中国人的日常生活中扮演着十分重要的角色。它不仅是汉语新词的重要来源之一，同时也直观地反映了当代网络语言的特点。近年来中国学者将网络流行语视为一类构式，从语言与心理的视角进行分析，为其提供了合理的认知理据。然而，网络流行语的种类繁杂，而且其兴起与消散存在不确定性，这导致相关研究也较为分散，不具有系统性。因此，本文针对 2018-2023 年间的相关文献进行梳理，试图归纳总结出该领域现阶段的研究现状，同时为未来的研究方向提供一个参考。

内容

本文主要关注中国知网、万方数据知识服务平台以及维普网三大中文学术文献资料库中与 2018-2023 年间中国网络流行语构式认知研究相关的文献资料。通过检索与下载、筛选与分析、归纳与总结等文献整理的方法拟对以下几个问题进行系统地阐述与讨论：

1. 研究对象包含哪些“构式”？其主要来源有哪些？
2. 以往的研究采用了哪些语言学理论？
3. 过去的研究有哪些结论与发现？
4. 网络流行语构式认知研究的趋势是什么？
5. 未来的网络流行语构式的认知研究可以关注哪些方面？

检索文献策略及文献筛入/筛出标准

本文的研究对象主要针对与中国网络流行语的构式认知研究相关的学术文献资料，因此选择中国学术期刊库中国知网 (<http://www.cnki.net>)、万方数据知识服务平台 (<http://www.wanfangdata.com.cn>)、维普网 (<http://www.cqvip.com>) 三个大型中文学术数据平台作为相关学术文献的来源，并以 PRISMA 的标准与方法进行检索与筛选。

具体检索方法或专业检索式如下：

“题目或关键词 = (网络流行语 or 网络流行词 or 网络语言 or 网络用语) and 摘要 = (构式 and 认知)”

通过上述方法检索后，共得到相关学术文献共 368 篇，其中包括中国知网 51 篇，万方数据平台 303 篇，维普网 14 篇。根据本文研究需要，将对检索到的 368 篇相关学术文献进行进一步的细化与筛选，筛入/筛出的标准制定如下：

表1 文献筛选标准

筛入标准	筛出标准
2018-2023 年正式发表的学术文献	非 2018-2023 年正式发表的学术文献
构式认知的相关研究	非构式认知的相关研究
理论或实证研究	文献综述类研究
汉语网络流行语的相关研究	非汉语网络流行语的相关研究

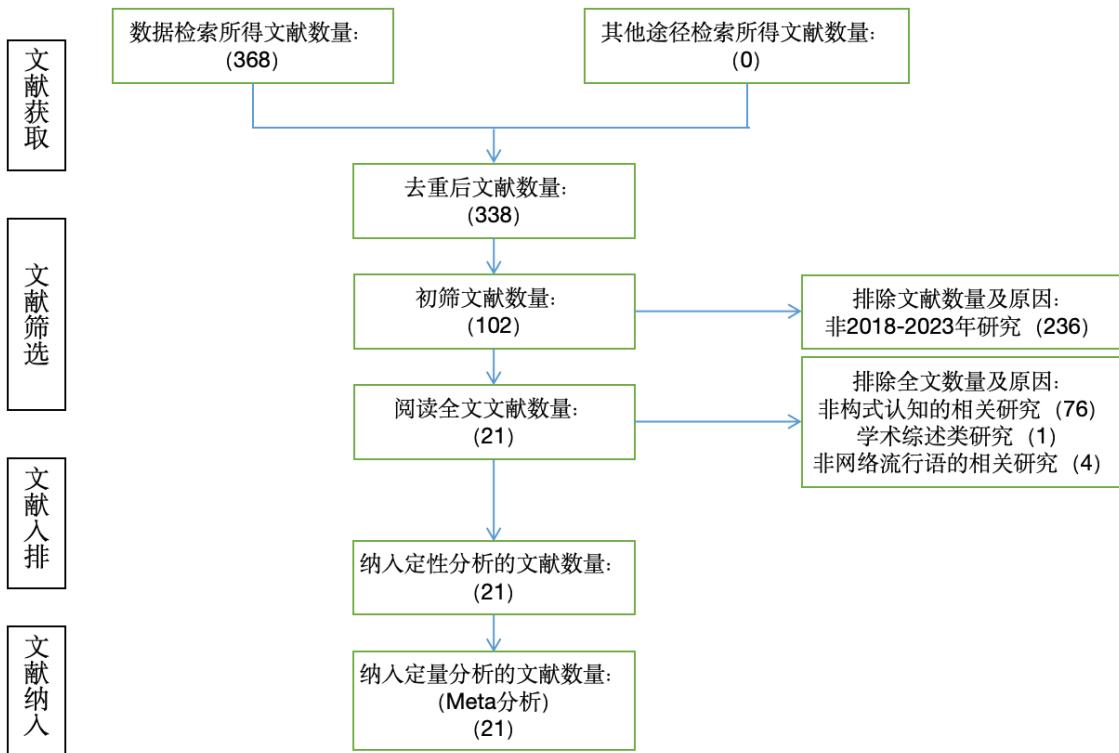


图1 文献筛选流程图

通过对已搜索到的学术文献筛选后，笔者对 21 篇文献进行详细地全文阅读，并以表格的形式进行系统梳理，主要概括其研究对象、语料来源及研究方法，具体如下：

表 2 文献概览表

文章题目、作者及出版年份	研究对象	语料来源	研究方法
“X+狗”修辞构式探析 (Li, 2018)	X+狗	大众传媒新闻网站 CCL 语料库 学术文献	构式压制学说 隐喻理论
概念合成理论视角下新“假”字构式认知机制解析 (Luo, 2018)	X 可能...假...	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	概念合成理论
网络新词构式的语言偏离现象研究 (Li, 2018)	(X 控/帝/奴) 类 学 X 我可能 X 了假 Y P 还是不 P, A 就在 那里, 不 M 不 N	自建语料库	构式压制学说 隐喻理论
基于构式语法理论的“我可能 X1 假 X2”构式研究 (Chen, 2018)	我可能 X1 假 X2	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	构式压制学说
网络流行构式“一言不合就 X”的认知语用研究 (Tang, 2018)	一言不合就 X	BCC 语料库 CCL 语料库 自建语料库	图形-背景理论
网络语言“XX”体隐喻认知浅探 (Lin, 2019)	XX 体	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	隐喻理论
基于模因论视阈对构式“柠檬 X”的认知探析 (Chu, 2019)	柠檬 X	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	模因论
对举构式“X 千万条, Y第一条”考察 (Wang, 2020)	X 千万条, Y第一条	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	图形-背景理论
基于背景的概念整合理论视阈下网络流行语佛系x意义建构研究 (Li, 2020)	佛系 X	自建语料库	概念合成理论
汉语流行语“X 到没朋友”的认知解读 (Liu, 2021)	X 到没朋友	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 CCL 语料库	隐喻理论
探究热词“X 友”构式的语义特点与认知策略 (Ren & Cao, 2021)	X 友	BCC 语料库 自媒体	图形-背景理论 隐喻与转喻理论
汉语网络流行语“我 X 了”构式认知分析 (Zhang, 2021)	我 X 了	(2016-2020 年) 大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	构式压制学说
原型范畴理论下的网络流行语解读 (Yuan & Zhang, 2022)	神仙 XX 一言不合就 XX 狗 X	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	原型范畴理论
“凡尔赛 X”构式的认知语用分析 (Li & Yan, 2022)	凡尔赛 X	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	构式压制学说 隐喻与转喻理论 概念整合理论
混搭·整合·移情——网络谐音类中英混搭成语的认知语用机制研究 (Wang & Peng, 2022)	中英混搭类	(2016-2021 年) 大众传媒新闻网站 门户网站与论坛	构式压制学说 概念整合理论
新兴构式“X 千万条, Y第一条”多维探析 (Ma & Lei, 2022)	X 千万条, Y第一条	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 BCC 语料库	图形-背景理论

表 2 文献概览表（续表）

文章题目、作者及出版年份	研究对象	语料来源	研究方法
含动物语素的网络流行语研究 (Jin, 2022)	动物语素类构式 (重点分析 X 狗)	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 学术文献	隐喻理论 模因论
网络流行语新“泪 X”抽象化表义的认知机制及理据 (Xing & Liao, 2023)	泪 X	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 BCC 语料库	抽象化理论 隐喻与转喻理论
评价构式“V 一种很新的 X”的逆反语义及认知阐释 (Zhao, 2023)	V 一种很新的 X	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 自媒体	构式压制学说
网络流行语“XX 文学”的构式研究 (Qi, 2023)	XX 文学	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 学术文献	隐喻与转喻理论
网络流行语“沉浸式 XX”语义、语法、语用探析 (Bao & Yang, 2023)	沉浸式 XX	大众传媒新闻网站 门户网站与论坛 自媒体	模因论

由于本文的研究对象是与“网络流行语构式认知研究”相关的学术文献，因此笔者将对收集到的 21 篇文献从研究对象与研究范围（网络流行语的选择与范围）、研究方法（采用哪种理论）、研究内容与结论三个维度分析，并采用归纳法对其进行整理与总结。另外，为能够在后续概述中更加直观地展现各种构式的形式与意义，本文将从搜集到的文献中挑选出具有典型性的案例作为参考，具体示例如下表：

表 3 具体构式示例表

序号	构式原型	示例	含义
1	X+狗	考研狗	指参加竞争日益激烈的全国研究生入学考试的一类人
2	X 可能...假...	我可能看了个假比赛	指自己看了一场与自己预期或心中所想截然不同的比赛
3	(X 控/帝/奴) 类	妹控	指哥哥极度宠爱妹妹，对妹妹千依百顺
4	学 X	学渣	指平时学习不努力，成绩也很普通的学生
5	P 还是不 P, A 就在 那里, 不 M 不 N	爱还是不爱, 情就在那里, 不增不减	指对一个人的爱情永不改变, 无论对方是否爱自己, 自己都始终如一
6	一言不合就 X	一言不合就跳舞	指任性或无理由地跳舞
7	XX 体	甄嬛体	指一个人说话或写文章像《甄嬛传》里的台词一样
8	柠檬 X	柠檬精	指一个人羡慕、嫉妒他人
9	X 千万条, Y 第一条	娱乐千万条, 作业第一条	指假期可以休闲的事情有很多, 但最重要的是写完假期作业
10	佛系 X	佛系旅行	指没有做任何攻略或准备就出门的随性旅行
11	X 到没朋友	累到没朋友	指一个人十分劳累（“到没朋友”形容累的程度）
12	X 友	酒友	指因为爱好喝酒而成为朋友的人
13	我 X 了	我酸了	指我妒忌了

表 3 具体构式示例表（续表）

序号	构式原型	示例	含义
14	神仙 XX	神仙打架	指同一领域的顶尖人物进行对决或比赛
15	凡尔赛 X	凡尔赛大师	指说话非常懂得先抑后扬，在不经意间夸赞自己
16	中英混搭类	Star 皆空; fun fun 之交	四大皆空；泛泛之交
17	动物语素类构式 (重点分析 X 狗)	同示例 1	同示例 1
18	泪 X	泪奔	指控制不住自己痛哭流涕的样子
19	V 一种很新的 X	杨幂在演一种很新的白狐	指杨幂演的白狐与以往的白狐角色大不相同
20	XX 文学	发疯文学	指像琼瑶剧中的角色一样歇斯底里地表达或倾诉自己
21	沉浸式 XX	沉浸式吃饭	指不受外界干扰，认真吃饭的样子

相关文献涉及的研究对象与研究范围

在筛选出的符合条件的 21 篇学术文献中，其研究对象共包括 21 种构式类型。从整体上看，这些研究可大致分为单一构式研究（17 篇）及多个构式的集合研究（4 篇）。单一构式研究主要讨论某个特定构式的句法结构、构式义及语用特征，同时从认知的角度对构式的产生机制及流行原因进行了阐释。而多个构式的集合研究则主要讨论某类构式的意义建构过程、认知机制及其流行原因，如 Wang 和 Peng (2022) 结合概念整合理论与移情对网络中英混搭类成语构式的生成机制与意义构建过程进行了系统地分析；Jin (2022) 则通过隐喻理论和模因论探讨了网络流行语中含动物语素类构式的认知机制及流行原因。

从研究对象的来源角度看，筛选出的符合条件的 21 篇学术文献中涉及的构式主要源自以下四个渠道：

1. 大众传媒与官方平台，包括各大新闻报社（如：人民日报、新华社、中国日报等）、《咬文嚼字》编辑部、中国国家语言资源监测与研究中心、中国教育部及国家语言文字工作委员会等。每年年底，这些官方平台都会在各自的网站中总结归纳当年的网络流行语。
2. 各大门户网站与论坛，包括网易门户、新浪门户、百度、豆瓣论坛、知乎等。这些公共网站与论坛是网络流行语的发源地和聚集地，上至论坛贴吧讨论内容，下至网友评论，随处可见网络流行语的使用，展现了其流行性和研究价值。
3. 自媒体与短视频平台，如抖音、快手等平台。由于短视频时限短的特殊性，许多博主通常会凝练视频语言内容，有时会造就一些直播名场面，而其中使用的网络流行语也会随着其庞大的数据流量迅速在网络中传播开来。正因如此，Ren 和 Cao (2021), Ma 和 Lei (2022) 等学术文献也从这一视角阐述了构式的流行原因。
4. 相关学术性研究文献，包括中文工具书、专业书籍与期刊文献等。这些已正式出版或发表的学术材料同样收集了大量的网络流行语，同时也针对其意义、特点及用法等方面给予了规范性的解释，并对后期的深入研究提供了参考性意见。

另外，网络流行语的研究是一个开放性的研究领域，虽然相关研究已经总结了构式的结构特点，但是案例的收集过程是一个十分复杂的过程。如果只是泛泛地在网络中任意选取材料作为案例分析，难免含有主观成分。因此，在这 21 篇相关研究中，有 7 篇文献采用现有语料库或自建语料库的分析方法展开讨论。北京语言大学语料库中心（BCC）、北京大学中国语言学研究中心语料库（CCL）等是学者常用的语料库，他们通过记录词频，层层筛选，有针对性地遴选出合适的案例并加以分析，具有一定的可靠性，如 Wang (2020) 对构式“X 千万条，Y 第一条”的讨论就采用 BCC 作为案例的来源。除此之外，还有 3 位学者也通过人工搜索的方式，自建封闭的小型语料库，如 Li (2020) 通过从新浪网收集并整理的 295 条语料对“佛 X”构式进行了定性和定量的分析。

2018-2023 年与网络流行语构式认知研究相关的学术文献的研究方法及分析视角

构式的认知研究是一门较为年轻的交叉学科，以构式语法的理念作为核心，引入认知领域的相关理论，对语言现象的各个层面进行统一且全面的解释。在本文研究的 21 篇文献中，其研究方法也基本遵循上述过程，只是学者们运用的理论和视角不同。通过归纳与总结，本文发现学者们主要采用了以下七种理论对特定的网络流行语构式进行了分析：

1. 概念隐喻理论与概念转喻理论

概念隐喻与概念转喻是人们了解新事物的一种认知方式，两者既有联系又有区别。概念隐喻是指两个不同概念域的映射过程，即从源域到目标域的映射。简言之，指人们通过已知领域的事物或概念认知未知领域事物的过程。而概念转喻则强调在同一领域内部分指代整体或部分指代其他部分的过程。本质上说，二者的区别在于前者强调两个不同认知域的映射，而后者强调同一认知域矩阵中的指代凸显。在对网络流行语构式的认知研究中，有很多学者也从这一角度进行了探讨，认为人们对于网络流行语构式的认知过程可以归结为隐喻、转喻或者二者结合的过程。

从概念隐喻的视角看，网络流行语部分构式的认知机制是通过隐喻来实现的。例如，“X 狗 (Li, 2018)” 构式中的“狗”用来映射“人”，是结合 X 的语义和语用压制的结果；“X 到没朋友 (Liu, 2021)” 则是以具体的“没朋友”的程度来隐喻抽象的“极性程度”等。换言之，网络流行语构式中的隐喻可以是具体映射具体的，也可以是具体映射抽象的。除此之外，概念隐喻理论还可以被运用到构式的传播机制研究中，如“XX 体 (Lin, 2019)” 因其较强的语言环境适应性、较高的表达经济性、较好的语言审美性及较大的认知广泛性而备受网友关注。

从概念转喻的视角看，单纯通过转喻的方式解读网络流行语认知机制的文献仅有 2 篇，即《探究热词“X 友”构式的语义特点与认知策略》(Ren & Cao, 2021) 与《“凡尔赛 X”构式的认知语用分析》(Li & Yan, 2022)，其中涉及的网络流行语构式包括“X 友”和“凡尔赛 XX”。任启佳与曹威、李雪与闫伟杰均通过例证分析的方式，指出了其转喻认知机制，认为两者在转喻过程中均采用了局部指代整体的方式进行转喻。

除单纯运用概念隐喻与概念转喻分析网络流行语构式的认知机制以外，《网络流行语新“泪 X”抽象化表义的认知机制及理据》(Xing & Liao, 2023) 与《网络流行语“XX 文学”的构式研究》(Qi, 2023) 两篇文献指出“泪 X”及“XX 文学”两种构式的认知机制存在隐喻与转喻融合的情况，包括先转喻后隐喻、先部分转喻后整体隐喻等多种复杂过程。

2. 原型范畴理论

原型范畴理论最早由维特根斯坦 (Ludwig Wittgenstein) 于 1978 年提出，该理论源自哲学家亚里士多德 (Aristotle) 的经典范畴理论，区别在于经典范畴理论中的各个范畴是不兼容、不重叠的，而原型范畴理论强调各个范畴中存在典型的中心成员和非典型的边缘成员，不同范畴之间可以存在重叠区域。

以该理论作为研究方法的《原型范畴理论下的网络流行语解读》(Yuan & Zhang, 2022) 从构式的语义变异及其原型构式的架构两个层面对 19 个网络流行语的语义与 3 个构式的范畴化过程进行了分析与探讨，结合构式可拆解的特点把网络流行语构式分为常项与变项，认为常项是原型，变项是原型的附加或修饰。以“X 狗”这一构式为例，“狗”为常项，“X（可以是名词、动词或形容词）”为变项，通过“X”来修饰“狗”，进而实现人们的心理范畴化。

3. 概念合成理论

概念整合理论，也被称为混合理论，是由认知科学家福科尼耶 (Gilles Fauconnier) 和认知语言学家特纳 (Mark Turne) 于 20 世纪 90 年代提出的。这一理论起源于认知语言学，特别是隐喻和隐喻映射理论。该理论认为人的认知过程是通过将两个或更多的输入空间的元素整合到一个全新的混合空间中来创建新的意义。这个混合空间既包含输入空间的部分内容，又有新的、独特的特性。

本文通过整理以往研究发现对于网络流行语构式的认知机制可以归结为对构式中常项概念与变项概念的重新整合。换言之，网络流行语构式中的常项与变项在概念整合过程中分别对应了输入空间 1 和输入空间 2，经过选择性地投射到类属空间后进行意义的二次整合，进而在新的合成空间中赋予构式新的涵义，例如《基于背景的概念整合理论视阈下网络流行语佛系 X 意义建构研究》(Li, 2020) 中的构式“佛系 X”，“佛系”与变项“X”分别进入输入空间 1 和输入空间 2，在类属空间进行概念的重新组合，基于“佛系”与“X”的本义或延展义重新整合投射到新的合成空间。

4. 图形-背景理论

图形-背景理论起源于格式塔心理学，于 1915 年由丹麦心理学家鲁宾 (Edgar Rubin) 提出，后来被语言学家塔尔米 (Leonard Talmy) 首先将该理论引入认知语言学领域，用于研究语言现象。其理论以意义凸显为原则，把“图形”当作认知某一领域或概念的凸显部分，即为“焦点”；把“背景”当作焦点下方的衬托部分。在分析网络流行语构式的认知过程中，正确区分构式的焦点与衬托是十分重要的。

运用图形-背景理论作为研究方法的文献共有 4 篇，即《探究热词“X 友”构式的语义特点与认知策略》(Ren & Cao, 2021)、《网络流行构式“一言不合就 X”的认知语用研究》(Tang, 2018)、《新兴构式“X 千万条，Y 第一条”多维探析》(Ma & Lei, 2022) 与《对举构式“X 千万条，Y 第一条”考察》(Wang, 2020)，其中涉及的网络流行语构式分别为“X 友”、“一言不合就 X”及“X 千万条，Y 第一条”三种。前两种构式中的变项“X”是构式中的凸显部分，而“友”及“一言不合就”则作为“X”的衬托背景，因此对于焦点“X”的认知与解读是理解该构式的重中之重。另外，在构式“X 千万条，Y 第一条”中，由于“X”被“千万条”修饰后呈现数量多的特性，而“Y”被“第一条”限定后凸显了“第一”与“重要”的特点，因此这一构式中的“Y”为凸显的焦点，而“X”则是其衬托背景。除此之外，由于网络流行语的语义会随着时间的推移和新事件的发生而产生变化，因此对网络流行语构式认知的历史性研究也是十分重要的，如“X 友”的形义在 2016 年前后的形义搭配是有所区别的，它的语义凸显由冲突性转向了突发性。

5. 模因论

模因论的提出源自新达尔文进化论，主要用于解释文化进化规律的理论，其观点认为模因如同人的基因一样，“基因通过遗传而繁衍，模因是通过模仿而传播 (Chen & He, 2006)”。作为模因的一种重要类型，语言模因具有高度的模仿性、复制性与传播性。

在网络流行语构式认知的研究中，《基于模因论视阈对构式“柠檬 X”的认知探析》(Chu, 2019) 亦把构式视为模因。与上述研究视角的分析方法类似，把构式拆解为变项与常项，认为常项是模因的复制体，而变项是模因的模仿变体。在宿主的能动性与社会推动的作用下，网络流行语构式顺应了网络语境，实现了新的表征功能，进而从弱势模因转变为强势模因，最终得以在网络中流行与传播。另外，相对于单一构式得研究，Jin (2022) 在《含动物语素的网络流行语研究》针对动物语素类的网络流行语构式按照模仿方式分为同音模因、同型模因与义变模因，构式模因的生成机制提出了合理的解释。

6. 抽象化理论

“抽象化”的相关认知研究可以追溯到识解理论 (Construal Theory)，其最早由兰盖克 (Ronald Langacker) 提出，用于描述某些事物或情形的详尽程度。抽象化的程度与描述详尽程度成反比，描述越得简要，其抽象化程度就越高。反之，描述得越具体，抽象化程度就越低。鉴于网络流行语本身具有时鲜性与认知典型性的特点，从抽象化视角研究其认知机制具有较强的解释力。以《网络流行语新“泪 X”抽象化表义的认知机制及理据》(Xing & Liao, 2023) 论文中的“泪 X”为例，其抽象化的认知过程主要是通过转（隐）喻机制、类推机制及构式压制实现的，同时该抽象化表义的理据则来源于变项“X”的语义指向、语境对“X”的限制与补充及语用压制。

7. 构式压制学说

构式压制本身是一种语言现象，后经常被运用于解释构式的认知机制。在本文提到的样本文献中，网络流行语的构式压制现象主要表现为四种：语音压制、语义压制、语用压制、双重或多重压制。

在语音压制方面，部分网络流行语的构式单纯受到语音变体（单语素或双语素）的影响，而不考虑语义的影响，如《混搭·整合·移情——网络谐音类中英混搭成语的认知语用机制研究》(Wang & Peng, 2022) 论文中分析的中英混搭类成语构式“More 名其妙（原为“莫名其妙”，是单语素变体）”及“Star 皆空（原为“四大皆空”，是双语素变体）”。两个构式中的“more”和“Star”因发音的相似性分别对应了成语中的“莫”与“四大”，而未考虑两个英文词与汉语成语的语义关联性。

在语义压制方面，网络流行语的构式认知机制常常受到变项(X)的语义指向的影响。在《网络流行语新“泪 X”抽象化表义的认知机制及理据》(Xing & Liao, 2023) 分析的案例“泪 X”中，“泪”的主观评价义取决于“X”的语义情感指向，而“泪”的极量义则是由“X”的迅猛性特点决定的。

在语用压制方面，网络流行语的构式受到了多种语用原则的压制，如“可表达性原则、最省力原则、关联原则、生动原则等(Hou, 2015)”，这些原则为网络流行语的浮用与巧用提供了较为合理的阐释。

最后，构式的双重与多重压制则强调构式同时被两种或两种以上的构式现象制约与把控。例如《混搭·整合·移情——网络谐音类中英混搭成语的认知语用机制研究》(Wang & Peng, 2022) 论文中研究的构式“Fun Fun 之交”，其原型为“泛泛之交”，该构式同时受到了语音与语义的双重压制。首先，“Fun”与“泛(fàn)”的发音相似，属于语音压制。其次“泛泛之交”中的“泛泛”可以理解为交情不深，只在乎共同享乐的意义，而“Fun”有愉快、欢乐的意思，在语义方面也存在一定的关联性，在新构式中属于语义压制。因此，“Fun Fun 之交”同时受到了语音与语义的双重压制。

2018-2023 年与网络流行语构式认知研究相关的学术文献的研究内容与结论

1. 关于网络流行语构式的“小三角”讨论

本文通过对检索到的文献整理发现，网络流行语构式的认知研究是以分析其形式、语义及语用价值为基础的，即优先讨论网络流行语构式的“小三角”。鉴于已有文献中针对个体构式的讨论居多，本文仅总结其中的共性话题。

从构式的本身来说，其主要特点是“形式-语义”的(相对)稳定性与规律性。在以往的研究中，把构式的形式进行总结和拆解是研究结构、语义及语用价值的主要分析方法。网络流行语构式被拆解为常项与变项“X”，常项具有稳定性，而变项具有规律性。在分析构式的常项过

程中，多数研究把焦点放在其语义的解读与阐释，以常项的基本意义为中心，结合不同变项的搭配衍生出新的涵义，进而实现常项语义的延伸（扩大或缩小）。

针对构式变项的分析主要的关注点在于其规律性。如其音节数量的规律性、词性的规律性等方面。在已有研究中，本文发现网络流行语构式中变项的音节数量以单音节与双音节为主，且有些构式变项中的音节数量还会受到语音或语义压制的影响。另外，变项的词性则是由常项与变项的位置与关系决定的。在位置方面，构式中的变项可以是前置式（如：《网络语言“XX”体隐喻认知浅探》(Lin, 2019) 中的“XX 体”）、后置式（如：《“凡尔赛 X”构式的认知语用分析》(Li & Yan, 2022) 中的“凡尔赛 XX”）或者嵌入式（如：《汉语网络流行语“我 X 了”构式认知分析》(Zhang, 2021) 中的“我 X 了”或《基于构式语法理论的“我可能 X1 假 X2”构式研究》(Chen, 2018) 中的“我可能 X1 假 X2”）。如果是变项前置式或后置式的构式结构，两者的语法关系方常常以偏正结构与动宾结构为主。

在语用价值方面，构式的使用语境与语用功能是研究者们重点讨论的对象。从其语境上看，网络流行语的使用具有从网络化到日常化的趋向。网络流行语虽然源自网络，单介于网友数量的庞大，以及人们生活口语化的表达需求，网络流行语也慢慢融入人们的日常交流，甚至还会被纳入到规范性词语的行列中，例如“给力”一词在 2012 年就被中科院语言研究所编纂的《现代汉语词典》（第六版）收录。同时，网络流行语构式的语用功能体现在多个方面，如讽刺功能、夸张功能、教育功能等，需要结合具体的构式与使用语境进一步分析。之所以网络流行语的适用范围广、环境适应性强，是因为其基本上遵守了一定的语用原则，如可表达性原则、最省力原则、关联原则、生动原则等。

2. 网络流行语构式的认知机制

认知机制是人们在认识或了解客观新事物时，主观能动地对信息进行处理加工的方式与过程。结合筛选出的符合条件的 21 篇文献，本文发现人们对于网络流行语构式的认知机制主要体现在意义或概念的重新整合或二次加工。因此，从这一点上看，网络流行语构式并不是完全的创新，而是人们在原有词汇或构式的基础上，并结合具体语境对网络语言进行的革新与再解读。当然，这也进一步体现了汉语的生命力与活力，在未来会有更多、更丰富的新词充实语言本身。

另外，在前文中本文总结了阐释人们认知机制的七种研究方法，包括概念隐喻理论与概念转喻理论、原型范畴理论、概念整合理论、图形-背景理论、模因论、抽象化理论以及构式压制说。这七种研究方法从不同的维度对人们认识网络流行语构式的心理活动进行了系统化的分析与解释，其核心是对人的心理活动的描述。概念隐喻理论与概念转喻理论、概念整合理论强调的是人们心理对网络流行语构式的加工与处理，从单域或双域到新域的整合过程；原型范畴理论、图形-背景理论与抽象化理论描述了网络流行语构式内部语义指向、意义凸显及详尽程度。

模因论从模因的继承模仿性与复制性对网络流行语构式进行了解读。而构式压制学说则更关注构式的本身，从语言的语音、语法、语义及语用等方面对其生成机制进行了解读，为人们在认识网络流行语构式的过程中提供了认知理据。

3. 网络流行语构式的流行原因

网络流行语构式的流行原因除在其语言特点、语用环境及社会文化因素三个方面。通过对文献的整理与分析，本文将围绕这三个维度进行总结。

从网络流行语构式的语言特点上看，其具有普通构式的共性，即“形式——语义”的（相对）稳定性与规律性。在提及的相关研究中，网络流行语构式常被拆解为常项与变项“X”，常项的结构相对稳定，作为构式中的固定成分存在。同时，其意义也具有一定的延展性，与搭配的变项组合后能够为新构式提供表义理据。而构式中的变项是主观能动的，是人们根据具体语境的选择，在认知过程中具有语义指向性，或作为凸显义的存在。因此，常项与变项的搭配在网络流行语构式中使其具有极高的能产性与环境适应性。另外，在变项词语的选择上，网络流行语构式具有一定的趣味性，如谐音、（中英）混搭等方式。

从语境上看，网络流行语构式一般以网络事件为出发原型，通过互联网媒介实现泛化，进而使其能够在更多的场景中为人使用。换言之，网络流行语构式使用语境的变化是由原型事件到外围事件的延伸与扩展的过程。同时，有些构式也在这一过程中还产生了新的构式变体，如《网络流行语“沉浸式 XX”语义、语法、语用探析》(Bao & Yang, 2023) 中的构式“沉浸式 XX”到“XX 式 XX（例：教科书式演技）”。这些构式的变体也进一步放宽了构式的使用条件，还扩大了其使用的语境。这也验证了网络流行语构式的应用范围广、随机性强的特点。

最后，从社会文化方面上看，网络流行语构式能够获得大众认可的根本原因在于人们对新事物的猎奇心理，以及“对网络语言避繁趋简的选择 (Ma & Lei, 2022)”。同时，网络语言的日常化是一种文化选择的趋势，它顺应了时代潮流，也迎合了大众心理的基本需求，更体现了网络流行语构式的全民常用性。

2018-2023 年与网络流行语构式认知研究相关的学术文献特点

本文通过整理、归纳近五年来与汉语网络流行语的构式研究相关的学术文献发现其研究有以下四点趋势：①研究以实证研究为主，其研究对象主要针对某个或某类网络流行语构式进行案例分析；②拆解构式进行分析时，以探讨常项的规律性和变项的特殊性为主；③研究的基本流程呈规范化，先从“小三角理论”入手分析构式的结构、语义及语用价值，其次结合不同理论分析其生成、认知机制，最后探讨构式的流行原因；④研究理论由单一视角分析向多元化视角过渡，多元理论的整合分析更具有解释力与说服力。

结论与建议

结论

通过对筛选出的符合条件的 21 篇文献进行梳理，本文总结了网络流行语构式认知研究的研究对象的来源，主要包括（官方）大众媒体、各大门户网站、自媒体（直播与短视频平台）及研究期刊等，为今后的学者提供了相关研究的信息收集渠道。而在构式的定性与定量分析时，研究者多数选择 BCC 与 CCL 等语料库作为参考，可以为研究提供可靠的信息数据来源。其次，本文总结了网络流行语构式认知研究的七种主要应用理论及其分析视角，但在评估检索到的文献时，本文发现发表在中国核心刊物的文章以多元理论分析为主，其分析更加深入，研究结果也更具有解释力。另外，本文归纳总结了网络流行语构式认知研究的一般范性流程：主要从构式的形式、语义及语用价值入手，进而阐释其认知机制与过程，最后探讨该构式的流行原因。

建议

汉语网络流行语的构式认知研究一直是汉语界讨论的热点话题之一。随着互联网与自媒体平台的不断创新与发展，未来将会出现更多有趣且具有研究价值的新型构式，进而使汉语词汇更加多产，同时也使人们的生活变得更加丰富。当然，相关研究的热度也会居高不减。因此，本文结合纳入分析的 21 篇文献内容，提出未来该领域可能的研究方向。

1. 网络流行语构式的浮现性

网络流行语的出现往往伴随着一个热点话题或者某些突发性意外事件，后借由庞大的网友基数在网络与日常生活中迅速传播。在纳入分析的文献中，有多位学者提到研究对象的使用寿命，认为有些网络流行语构式经久不衰，甚至被吸收到规范性词典中；有些却只是昙花一现，热度过了便鲜有人提及。从这一角度看，有些网络流行语在某种程度上是一种浮现用法。动态浮现语法理论认为语法是流动的，在使用中慢慢定型，但仍处于变动之中。这一观点十分适用于网络流行语构式的认知研究，从某个新构式的现世，到人们在多语境的应用，再到构式变体的演化，都可以看作是对其浮现性的探讨。另外，把网络流行语构式的固定用法当作基础，将其浮现用法当作其灵活使用的表观，结合语料库数据进行定性和定量的分析，如果浮用现象所占比例更高，那么该构式的包容性更强，适用范围也更广，其结果可以用来作为考察该构式的持久性的标准之一。

2. 网络流行语构式认知的标记性

在这一方面，本文将从两个方面进行讨论：①构式结构的标记性；②构式语义的标记性。从结构上，有些网络流行语在使用过程中是不断创新与演化的，如“沉浸式 XX”演化到“XX 式 XX”与“XX 千万条，XX 第一条”演化到“XX 有千万条，XX 是第一条”，这些都是构式的变体。我们可以把构式的原型看作是普遍的、无标记的，把其变体看成特殊的、有标记的，结合标记理论的视角解释网络流行语构式的认知过程，同时在汉语教学过程中也有一定的指导功能。

从构式的语义上看，本文发现大多数网络流行语构式的认知机制是基于隐喻或（转）隐喻结合手段实现的，而在其应用过程中也有运用构式本义的情况，如“佛系X”中变项的语义可以是本义也可以是隐喻义，把使用构式本义当成是无标记的，把其隐喻义视为有标记的，进而解释网络流行语构式的认知过程与认知偏好。

3. 网络流行语构式中的身份构建

本文研究发现近五年对网络流行语构式的认知研究仍然专注于个人的感知，单纯地从个体角度阐释其认知机制及过程，而却忽略了社会因素。社会认知语言学家认为，语言的不同变体往往代表一种特定的社会地位或形象，人们会根据社会环境的不同而选择不同的语言变体，其目的在于既要彰显社会身份，还要使交流更融洽 (Lu, 2015)。在实际应用中，人们选择一定的网络流行语构式作为话语的一部分也在身份建构方面起到了一些作用，例如用“神仙打架（取自构式‘神仙 XX (Yuan & Zhang, 2022)’）”来形容竞争者的能力，一方面神化了评价对象的个人能力，另一方面又体现了自己作为一个崇拜者的羡慕，这样的案例也是十分常见的。因此，构式的运用体现了说话人与听话人的身份，同时也确立了二者的人际关系。网络流行语构式的社会性认知（人际关系等）研究同样具有一定的研究价值，可以是未来研究的方向之一。

References

- Bao, H., & Yang, S. A. (2023). Semantics, grammar, pragmatics exploration of internet buzzword “immersive XX”. *Journal of Suzhou University*, (4), 46-50. [in Chinese]
- Chen, L. X., & He, Z. R. (2006). Analysis of memes in language. *Foreign Language Teaching and Research*, (2), 108-160. [in Chinese]
- Chen, R. J. (2018). *A construction grammar-based study of the construction of “I May XI 假 (Fake) X2”* [Master’s thesis]. Sichuan Normal University. [in Chinese]
- Chu, S. (2019). Cognition of “柠檬 (lemon) X” construction based on memetics. *Journal of Heilongjiang University of Technology*, (8), 148-151. [in Chinese]
- Hou, G. J. (2015). The pragmatics of lexicology and construction grammar and its transition across three disciplines. *Foreign Languages Research*, (5), 17-21. [in Chinese]
- Jin, M. F. (2022). *Research on internet buzzwords with animal morphemes* [Master’s thesis]. Jilin University. [in Chinese]
- Li, F. (2018). An analysis of the rhetorical structure of “X+狗 (dog)”. *Journal of Henan University of Technology (Social Science)*, (4), 71-84. [in Chinese]
- Li, T. (2020). *A study on the meaning construction of the internet buzzword Fo Xi X from the perspective of ground-based conceptual blending theory* [Master’s thesis]. Yunnan Normal University. [in Chinese]
- Li, X., & Yan, W. A. (2022). Cognitive pragmatic analysis of the construction of “Versailles X”. *Journal of Xinyu University*, (6), 79-84. [in Chinese]

- Li, X. G. (2018). *A study on the linguistic deviation of cyber-neologism constructions* [Master's thesis] Ningbo University. [in Chinese]
- Lin, Z. Y. (2019). A preliminary exploration of the metaphorical understanding of the internet language “XX 体 (style)”. *New Media Research*, (16), 17-19. [in Chinese]
- Liu, Z. J. (2021). A study of Chinese fashion language “X Dao Mei Peng You” from the cognitive perspective. *Journal of Jinling Institute of Technology (Social Sciences Edition)*, (4), 45-50. [in Chinese]
- Lu, X. L. (2015). Language choice and identity in terms of social cognitive linguistics. *Foreign Language and Literature*, (6), 70-74. [in Chinese]
- Luo, Q. M. (2018). An analysis of the cognitive mechanism of the new “假 (Fake)” character formation from the perspective of conceptual blending theory. *Crazy English Pro*, (2), 22-24. [in Chinese]
- Ma, S. Y., & Lei, L. (2022). A multidimensional analysis of the emerging construction “X Qian Wan Tiao, Y Di Yi Tiao”. *Journal of Xinjiang University (Philosophy, Humanities & Social Sciences)*, (1), 138-143. [in Chinese]
- Qi, W. L. (2023). A constructive study of internet popular phrase “XX 文学 (Literature)”. *JinGu Creative Literature*, (22), 120-123. [in Chinese]
- Ren, Q. J., & Cao, W. (2021). Exploring the semantic features and cognitive strategies of the hot word structure “X friend”. *Modern Communication*, (13), 109-111. [in Chinese]
- Tang, L. M. (2018). *Analysis of network catchphrase construction “Yì Yán Bù Hé Jiù X” from cognitive pragmatic perspective* [Master's thesis]. University of Shanghai for Science and Technology. [in Chinese]
- Wang, J. Y. (2020). An examination of the construct “Among X million things, Y is the first one”. *Sinogram Culture*, (17), 140-143. [in Chinese]
- Wang, L. (1984). *Collections of Wang Li*. Shandong Education Press. [in Chinese]
- Wang, S. H., & Peng, Y. X. (2022). Blending, integration and empathy: A research into cognitive pragmatic mechanism of online homophonic Chinese-English mixed idioms. *Journal of Xi'an International Studies University*, (4), 1-6. [in Chinese]
- Xing, Q. H., & Liao, G. R. (2023). The cognitive mechanism and motivation of the network buzzword new “lei (泪) X”. *Journal of Xinjiang University (Philosophy and Social Sciences)*, (3), 137-143. [in Chinese]
- Yuan, Y., & Zhang, R. (2022). Interpretation of internet slang in the light of prototype category theory. *Overseas English*, (24), 81-83. [in Chinese]
- Zhang, W. (2021). *A cognitive study of Chinese network buzzword “Wo X Le” construction* [Master's thesis]. Xinjiang University. [in Chinese]
- Zhao, Q. (2023). The inverse semantics and cognitive interpretation of the evaluative construct “(V) a very new X”. *Journal of Fuyang Normal University (Social Science)*, (3), 44-49. [in Chinese]



Name and Surname: Ningtian Sun

Highest Education: M.A. (English Language and Literature)

Affiliation: Confucius Institute, Kasetsart University, Thailand

Field of Expertise: Linguistics and Applied Linguistics