

从原型范畴理论视角分析网络流行语生成机制 ——以“2023年十大网络流行语”为例

刘 鑫, 阳海攀

河北大学外国语学院, 河北 保定

收稿日期: 2025年3月19日; 录用日期: 2025年4月27日; 发布日期: 2025年5月9日

摘 要

网络流行语在社会变迁与舆情民意中扮演着重要角色, 它们不仅是社会现象的反映, 也是民众情绪与态度的表达。本文旨在以原型范畴理论(Prototype Category Theory)为理论框架, 从框架提取、语体跨用、语义变异三个维度深入剖析《咬文嚼字》杂志评选出的“2023年十大网络流行语”的生成机制。通过细致分析这些流行语的起源、发展及传播过程, 本文揭示了它们作为语言系统中的原型或边缘成员, 如何反映社会热点、文化变迁及语言创新。

关键词

原型范畴理论, 网络流行语, 生成机制, 《咬文嚼字》

Analyzing the Generation Mechanism of Network Buzzwords from the Perspective of Prototype Category Theory —Taking “The Top Ten Buzzwords of 2023” as an Example

Xin Liu, Haipan Yang

School of Foreign Studies, Hebei University, Baoding Hebei

Received: Mar. 19th, 2025; accepted: Apr. 27th, 2025; published: May 9th, 2025

Abstract

Internet buzzwords play an important role in social change and public opinion, not only as a

reflection of social phenomena, but also as an expression of people's emotions and attitudes. The purpose of this paper is to use Prototype Category Theory as a theoretical framework to analyze the generation mechanism of the "Top 10 Internet Buzzwords of 2023" selected by *Excessive Wording*. By carefully analyzing the origin, development and dissemination process of these buzzwords, this paper reveals how they, as prototypes or marginal members of the language system, reflect social hotspots, cultural changes and linguistic innovations.

Keywords

Prototype Category Theory, Internet Buzzwords, Generative Mechanism, *Excessive Wording*

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

在数字化时代浪潮的推动下,网络流行语作为语言现象中的一股新兴力量,正以前所未有的速度在社会各阶层中广泛传播与演变。这些词汇和短语不仅以其独特的表达方式和鲜明的时代特征迅速占领网络空间,更深刻地反映了社会变迁的脉络、舆情民意的走向以及民众情绪与态度的微妙变化。因此,对网络流行语生成机制的研究,不仅是对语言发展规律的探索,更是对当代社会文化现象深刻理解的必要途径。

《咬文嚼字》杂志,作为国内知名的语言文字类期刊,其年度“十大网络流行语”评选活动,凭借其权威性和广泛的影响力,成为观察和分析网络流行语发展的重要窗口。因此,本文以《咬文嚼字》“2023年十大流行语”为例,深入剖析其生成机制,对于理解网络流行语的整体发展趋势和内在规律具有重要意义。

1.2. 研究意义

本研究旨在从原型范畴理论(Prototype Category Theory)的视角出发,对网络流行语的生成机制进行系统性解读。原型范畴理论作为认知语言学的重要理论之一,强调范畴成员之间的相似性、差异性以及范畴边界的模糊性,为分析语言现象中的原型效应和范畴化过程提供了有力的理论工具。通过将该理论应用于网络流行语的研究,我们可以更加深入地理解这些词汇和短语如何在语言系统中被赋予特定意义,并逐渐成为社会共识的一部分。

1.3. 研究问题

具体而言,本研究将围绕以下几个核心问题展开:首先,基于原型范畴理论,如何界定网络流行语在语言系统中的位置,即它们是作为原型成员还是边缘成员存在?其次,这些流行语是如何通过特定的生成机制(如框架提取、语体跨用、语义变异等)在语言系统中形成并传播的?最后,这些生成机制背后隐藏着怎样的社会文化动因,它们又是如何共同作用于网络流行语的产生与发展的?

通过对上述问题的探讨,本研究期望能够揭示网络流行语生成机制的内在逻辑,为语言学、社会学、文化研究等领域提供新的视角和理论支持。

2. 文献综述

2.1. 国内外研究现状

近年来,随着互联网的普及和社交媒体的迅猛发展,网络流行语作为新兴的语言现象,吸引了语言学、社会学、传播学等多学科的广泛关注。国内外学者从不同角度对网络流行语进行了深入研究,取得了丰富成果。国外研究多聚焦于网络语言的社会功能、传播路径及文化影响,而国内研究则更加注重网络流行语的生成机制、语义变化及社会文化意义。这些研究多采用社会语言学、认知语言学等理论框架,揭示了网络流行语在语言系统内部的动态变化及其与外部社会环境的紧密联系。

然而,尽管现有研究对网络流行语进行了多维度的探讨,但仍存在一些不足与空白点。首先,多数研究侧重于对网络流行语现象的描述和分类,缺乏深入的理论解析;其次,对网络流行语生成机制的研究多停留在表面层次,未能从更宏观的语言系统演变规律出发,揭示其背后的深层动因;最后,关于网络流行语与社会文化环境之间互动关系的动态分析尚显不足,特别是对于新兴理论框架如原型范畴理论的应用尚不广泛。

2.2. 原型范畴理论与网络流行语研究的结合点

原型范畴理论(Prototype Theory),由 Eleanor Rosch 等学者于 20 世纪 70 年代提出,强调范畴内部成员之间的相似性和差异性,以及范畴边界的模糊性,为理解语言中的范畴化现象提供了新视角。该理论认为,范畴中的成员并非平等,而是围绕一个或多个“原型”成员组织起来,其他成员则根据与原型的相似程度被归入不同等级。这一理论框架为解析网络流行语的生成机制提供了有力的工具。

网络流行语作为语言系统中的新兴成员,其生成、传播及接受过程均体现了范畴化的特点。一方面,网络流行语往往源于某一具体事件或情境,这些原型事件或情境作为“原型”在网络空间中迅速传播,引发大量模仿和变体,形成范畴内的不同成员;另一方面,网络流行语在传播过程中不断经历语义的扩展、变异和融合,其范畴边界逐渐模糊,与其他语言现象产生交叉和渗透。

因此,将原型范畴理论应用于网络流行语研究,有助于深入剖析其生成机制,揭示其背后的社会文化动因,以及在网络语言系统中的地位和作用。

3. 原型范畴理论定义

原型范畴理论是一种重要的语言学和认知心理学理论,它对于理解人类如何组织和处理概念提供了独特的视角。以下是对原型范畴理论的详细概述。

3.1. 定义与起源

原型范畴理论认为,人类的概念不是离散的实体,而是基于一系列相关的、原型化的实例。范畴内的成员之间通过家族相似性联系在一起,即它们之间具有一个相互交叉的相似性网络。范畴成员之间存在典型性和非典型性之分。原型是指一个范畴中最具代表性或典型的成员,它具有范畴的典型特征,其他成员则根据其与原型的相似程度具有不同的典型性。这种典型性差异导致了范畴成员之间的不平等地位。

原型范畴理论产生于当代语言学和哲学界对于亚里士多德的经典范畴学说的批判。传统范畴理论基本假设是:范畴是由某些必要和充分的特征决定的;某些事物如果具有某些相同的内在特征,它们就属于同一范畴,因而范畴的边界是清晰的,而不是模糊的。而原型范畴理论则强调范畴的边界是模糊且开放的[1]。

3.2. 范畴特点

范畴结构具有向心性: 范畴结构以原型为中心, 其他成员围绕原型向外辐射, 形成一个向心性的结构。范畴结构具有模糊性: 范畴的边界是模糊的, 不同范畴之间可能存在重叠和渗透。范畴结构具有开放性: 范畴的边界不是固定不变的, 而是可以根据新的认知经验进行扩展或缩小[2]。范畴结构具有动态性: 范畴的结构和成员地位不是静态的, 而是随着人类认知经验的发展而不断变化的。

3.3. 应用领域

原型范畴理论被广泛应用于语言学、认知心理学、人工语言处理等多个领域。在语言学中, 它有助于理解词义、句法和语义等层面的范畴化过程; 在认知心理学中, 它提供了对人类概念形成和处理的深入理解; 在人工语言处理中, 它有助于构建更有效的自然语言处理系统。

4. 网络流行语

网络流行语是指在网络上广泛传播并具有一定影响力的语言现象。从语言学角度来看, 网络流行语是指在网络语境中产生的、具有特定含义和用法的新词汇或短语。这些词汇或短语往往具有独特的构词方式、语义内涵和语用功能, 能够准确表达网络用户的情感和态度。网络流语不仅是一种语言现象, 还是一定时期社会心理的镜像[3]。

网络流行语的语义特征主要体现在以下几个方面:

1) 创新性

网络流行语往往具有创新性, 它们可能是新造词、外来词、方言词在网络环境中的重新组合或赋予新义, 也可能是通过谐音、缩写、隐喻等方式创造出来的。这种创新性使得网络流行语能够迅速吸引人们的注意, 并在网络上广泛传播。

2) 动态性

网络流行语的语义是动态变化的, 它们可能随着时间、社会热点、文化背景等因素的变化而发生变化。一些原本流行的网络用语可能逐渐淡出人们的视野, 而新的网络流行语又会不断涌现。这种动态性使得网络流行语成为反映社会变迁、文化趋势和人们心理状态的重要窗口。

3) 简洁性

为了提高沟通效率, 网络流行语往往追求简洁明了。它们可能是简短的词语、缩写、符号或表情包, 能够用较少的字符传达丰富的信息。这种简洁性使得网络流行语在快节奏的网络环境中更加易于传播和接受。

4) 幽默性

许多网络流行语都带有幽默色彩, 它们通过夸张、讽刺、双关等方式表达人们的情感和态度。这种幽默性使得网络流行语在缓解压力、调节气氛方面发挥着重要作用, 也增强了网络交流的趣味性和互动性。

5) 文化性

网络流行语往往蕴含着丰富的文化内涵, 它们可能反映了某种社会现象、文化趋势或价值观念。例如, “佛系”一词就体现了现代年轻人追求平和、随遇而安的生活态度; “打工人”则反映了职场人士对工作的无奈和自嘲。这些网络流行语不仅丰富了语言表达形式, 也促进了文化的传承和发展。

6) 群体认同性

网络流行语往往具有群体认同性, 它们能够迅速在特定群体内部传播并产生共鸣。这种群体认同性使得网络流行语成为构建社群认同、加强群体凝聚力的重要手段。同时, 网络流行语也反映了不同群体之间的文化差异和价值观念差异。

综上所述,网络流行语的语义特征包括创新性、动态性、简洁性、幽默性、文化性和群体认同等等。这些特征使得网络流行语成为网络时代的重要语言现象和文化符号。

5. 网络流行语的生成机制

语言文字期刊《咬文嚼字》评选的 2023 年度十大流行语已经出炉。这次上榜的年度热词依次为: 1) 新质生产力, 2) 双向奔赴, 3) 人工智能大模型, 4) 村超, 5) 特种兵式旅游, 6) 显眼包, 7) 搭子, 8) 多巴胺××, 9) 情绪价值, 10) 质疑××, 理解××, 成为××。其中“新质生产力、双向奔赴、人工智能大模型”属于政治经济类网络流行语, 其余七个属于生活类网络流行语[4]。

本章节将以《咬文嚼字》2023 年度十大流行语为研究对象, 运用原型范畴理论, 从框架提取、语体跨用、语义变异三个维度分析网络流行语的生成机制。

5.1. 框架提取

刘大为表示构式是经过原型框架提取和规则化形成带有能产性的关系构式, 且语言中的基本构式都是可以推导的。每个构式都可以从中提取出一个框架结构, 其中能够进行替换的空位是框架变项, 剩下的语言成分是框架常项[5]。2023 年十大网络流行语中“搭子”、“多巴胺”、“质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX”便是从原型构式中所提取的框架常项。如表 1 所示。

Table 1. Frame extraction based on prototype construction
表 1. 基于原型构式基础上的框架提取

原型构式	框架常项	框架变项
XX 搭子	搭子	XX (学习/干饭/旅游/演唱会/遛狗/减肥……)
多巴胺 XX	多巴胺	XX (穿搭/饮食/景区/休假/漫步……)
质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX	质疑, 理解, 成为	XX (宛瑜/妈妈/父母/班主任/大妈……)

1) XX 搭子

《汉语大词典》中收录了搭子的三个含义: 1) 农具名。2) 方言。搭扣。3) 犹搭挡。协作的人。在“XX 搭子”这一范畴中, 原型成员可以视为最早出现且最具代表性的“搭子”类型, 如“饭搭子”、“牌搭子”等。这些原型成员具有共同的特征, 即指一起从事某种特定活动的伙伴或搭档。它们因其直观性和高频使用性, 成为范畴中的核心成员。随着“搭子”一词的流行, 其范畴边界逐渐模糊并向外扩展。原本仅限于特定活动的“搭子”概念, 现在已扩展到各种生活场景, 越来越多的非典型成员被纳入“搭子”范畴。“XX 搭子”经过变项的不断类推成为了构词能力极强的原型构式框架, 如“旅游搭子”、“学习搭子”、“减肥搭子”等。“搭子社交”是深度现代化导致个体化的结果。[6]这种扩展体现了范畴边界的开放性和动态性, 也反映了社会需求的多样性和变化性。

2) 多巴胺 XX

“多巴胺”源于生物学中的多巴胺概念, 多巴胺是一种与快乐、满足等积极情绪相关的神经递质, 在人体内发挥着重要作用, 可以影响人的运动、认知、情绪、睡眠等多个方面。“多巴胺穿搭”该词将多巴胺与穿搭联系起来, 形成了一种新的时尚潮流原型。随着网络的传播, “多巴胺 XX”这一原型构式逐渐从简单的色彩鲜艳、让人愉悦的穿搭风格扩展到更广泛的时尚领域, 延伸出很多框架变项。它不仅仅指代某种具体的穿搭方式, 还成为了一种追求快乐、表达个性的生活态度的象征。这种扩展同样通过隐喻机制实现, 将生物学概念与时尚文化相结合。

“多巴胺”引申出“快乐因子”的含义,从可视的色彩到不可视的抽象概念,都能用“多巴胺”,如“多巴胺景区”“多巴胺漫步”“多巴胺饮食”“多巴胺休假”等。甚至热心开朗、生活态度积极的人,都能用“多巴胺”来形容,如“多巴胺老师”等。

“多巴胺穿搭”的流行反映了当代年轻人对于积极情绪的追求以及对于个性表达的渴望。在社交媒体上分享自己的穿搭照片、获得他人的点赞和关注也成为了一种获得快乐和满足感的方式。

3) 质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX

在“质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX”的语境中,原型成员可以视为最初出现的“质疑宛瑜, 理解宛瑜, 成为宛瑜”。这一热词起源于观众对《爱情公寓》中林宛瑜角色选择的理解转变过程。最初,观众对于电视剧中宛瑜拒绝展博的求婚、追求职业梦想的决定表示质疑,这是基于传统观念下对女性角色的期待与现实的冲突。随着剧情发展和观众自我反思,观众逐渐理解并接受宛瑜的选择,甚至有人产生共鸣,希望自己也能像宛瑜一样勇敢追求梦想,这构成了从质疑到理解再到认同(成为)的完整心理历程。

随着“质疑宛瑜, 理解宛瑜, 成为宛瑜”的流行,这一原型范畴迅速被应用于其他情境和角色上,如“质疑父母, 理解父母, 成为父母”、“质疑班主任, 理解班主任, 成为班主任”等。这一过程体现了范畴边界的模糊和扩展。原本针对特定人物(宛瑜)的心理过程被泛化到更广泛的社会现象和人际关系中,形成了一个具有普遍性的认知模式。每个“质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX”的实例都承载着特定的社会文化背景和个人经历,使得这一范畴成员呈现出丰富的多样性。例如,“质疑父母”可能源于对严格管教的反感,“理解父母”则是基于对养育之恩的感激和对生活艰辛的体会,“成为父母”则是对责任与爱的传承和发扬。

通过“质疑 XX, 理解 XX, 成为 XX”的原型构式,人们不仅表达了对社会现象和人际关系的深入思考,还展现了自身在心智成长过程中的蜕变和成熟。这一过程促进了社会文化的交流与融合,推动了个人与社会的共同进步。

5.2. 语体跨用

语体是为了适应不同的交际需要而形成的语文体式,它是修辞规律的间接体现者。不同的社会活动领域内进行交际时,由于不同的言语环境,就各自形成了一系列运用语言材料的特点,这就是语体。语体是人们在长期语言运用的过程中,对语言运用与语境之间的选择关系类型化的结果[7]。

语体跨用,也称为语体词的跨体使用,是指在不同语体之间,某些原本属于某一语体的专用或常用词语被用于其他语体中的现象。这种跨用是语言表达的一种常见形式,它打破了语体之间的界限,使得语言表达更加灵活多样。语体跨用通常包括两种基本类型:引用式和修辞式。引用式的跨体词语主要是为语义表达服务的,语体色彩因素降到次要位置;而修辞式的跨体词语则更多地是为了达到特定的修辞效果而进行的跨用[8]。如表 2 所示,2023 年十大网络流行语中“双向奔赴”、“情绪价值”便是通过语体跨用途径生成的。

Table 2. Stylistic interuse based on stylistics
表 2. 基于语体学的语体跨用

应用范围	双向奔赴	情绪价值
原语体	人际关系	营销学领域
跨用后语体	国际关系	人际关系领域

1) 双向奔赴

双向奔赴最初是指人与人之间相互爱慕、亲近,双方都为了彼此而努力靠近,共同追求情感上的契

合与满足。然而,随着社会的发展和人们认知的拓展,双向奔赴逐渐被用于描述国际关系中的友好合作、文化交流中的相互借鉴以及团队合作中的共同努力等非情感领域。

2023年11月,中美元首旧金山会晤期间,在美国友好团体联合欢迎宴会上,习近平主席在演讲中说:“正是善意友好的涓滴汇流,让宽广太平洋不再是天堑;正是人民的双向奔赴,让中美关系一次次从低谷重回正道。”真挚的话语,引起了现场听众的强烈共鸣。从用于个人到用于国家,“双向奔赴”的使用范围得到了延伸扩展,价值内涵得到了丰富升华。“双向奔赴”将成为推动两国人民更加积极投身中美友好事业、为中美关系健康发展积聚更多正能量的力量源泉。

2) 情绪价值

情绪价值最初源自营销学领域,特指顾客在消费过程中感知到的情绪收益(如愉悦、满足等)与情绪成本(如焦虑、不满等)之间的差值。情绪收益为顾客的正向情绪体验,情绪成本则为负面情绪体验。这一概念旨在衡量产品或服务对顾客情绪状态的影响,进而评估其市场吸引力和顾客忠诚度。

随着时间的推移,情绪价值的概念逐渐超越了营销学的范畴,被广泛应用于人际关系领域。在这里,情绪价值被用来描述一个人影响他人情绪的能力,即个体在人际交往中通过言语、行为或态度所传递出的能够引发他人积极或消极情绪反应的价值。一个人给他人带来舒服、愉悦和稳定的情绪越多,他的情绪价值就越高;反之,他的情绪价值则越低。情绪价值一词语体跨用现象是语言发展和社会文化变迁的必然产物。它打破了专业术语与日常用语之间的界限,实现了从单一领域到跨领域应用的广泛传播。

5.3. 语义变异

语义变异,在语言学领域中,指的是同一词语或短语的语义(即其所承载的意义和概念)在特定使用情境、地域、社群或历史阶段中,其意义、用法或解释发生显著变化或差异的现象。这种变异不仅反映了语言的动态性和适应性,还深刻揭示了社会文化变迁、认知方式调整以及交际需求转变对语言系统的影响。

1) 显眼包

在传统语境中,“显眼包”一词通常带有贬义,指的是那些因外在形象或行为过于突出而引人注目,甚至可能被视为炫耀或浮夸的人。这里的原型成员可能是那些故意追求与众不同、吸引眼球的个体。

近年来,“显眼包”一词的语义发生了显著变异,逐渐从贬义转变为褒义或中性。在当前的网络语境中,“显眼包”更多地被用来形容那些敢于表现自己、具有个性和活力的人。“显眼包”一词的流行反映了当代社会对于个性张扬、追求关注度的文化心理。在社交媒体和短视频平台上,这种特征更容易获得流量和关注,从而进一步推动了该词的传播和使用。这种变异反映了社会审美取向的转变和人们对个性、包容性的追求。

2) 特种兵式旅游

“特种兵”一词原本指的是执行特殊任务的军事人员,他们通常具备高度的体能、技能和战术素养。在旅游语境中,原本并不存在“特种兵式旅游”这一说法。

近年来,“特种兵式旅游”作为一种网络流行语迅速兴起,它指的是一种在短时间内高强度、高效率地完成多个旅游景点的游览方式。这种旅游方式往往伴随着紧凑的行程安排、极少的休息时间以及可能的艰苦条件。在这个语境中,“特种兵”一词的语义发生了变异,从指代军事人员转变为形容旅游者的行为特征。这种变异反映了当代社会快节奏的生活方式以及年轻人对于旅游效率和体验的追求。

从原型范畴理论的角度来看,“显眼包”和“特种兵式旅游”这两个网络流行语中的语义变异现象是语言动态性和适应性的体现。它们反映了社会文化变迁、网络媒体传播以及个体认知方式调整对语言系统的影响。同时,这些语义变异也为我们提供了观察社会现象、理解语言变化的新视角。

6. 结语

本研究基于原型范畴理论视角, 深入剖析了《咬文嚼字》“2023 年十大网络流行语”的生成机制, 不仅丰富了网络流行语研究的理论维度, 也进一步揭示了语言现象与社会文化之间的紧密关联。原型范畴理论为理解网络流行语的起源、发展及传播提供了有力的分析工具, 展示了这些流行语如何在语言系统中作为原型或边缘成员, 通过框架提取、语体跨用及语义变异等机制, 动态地反映社会热点、文化变迁及语言创新。

本研究的主要发现凸显了网络流行语作为社会情绪的晴雨表和文化变迁的指示器的作用, 它们以灵活多变的形式, 迅速捕捉并传播公众关注的焦点, 成为连接个体与社会的桥梁。本研究也拓展了原型范畴理论的应用范围, 证明了其在解释复杂语言现象中的有效性和解释力。

同时, 本研究也存在一定的局限性, 样本选择有一定的局限性, 仅选取了《咬文嚼字》“2023 年十大流行语”, 可能影响了结论的普适性。未来研究可进一步扩大样本范围, 结合更长时间跨度的数据分析, 以更全面地揭示网络流行语的生成与演变规律。

参考文献

- [1] 敖世翠. 原型范畴理论对一词多义现象的解释[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2006(4): 508-510.
- [2] 邓琳. 原型范式下的词典范畴化释义研究综述[J]. 辞书研究, 2016(2): 27-32, 44, 94.
- [3] 刘蒙之. 网络流行语的演化迭代、言语实践与价值评判——以 2022 年度流行语为例[J]. 人民论坛, 2023(4): 94-97.
- [4] 吴佳欢. 网络流行语的流行构式及认知解读[J]. 语文学刊, 2016(7): 64-65.
- [5] 刘大为. 从语法构式到修辞构式(上)[J]. 当代修辞学, 2010(3): 7-17.
- [6] 廉思. “搭子社交”: 青年社交模式的新表征[J]. 人民论坛, 2024(9): 96-100.
- [7] 李蕾, 李景泉. 论语体及语体的功能性[J]. 湖北函授大学学报, 2010, 23(6): 110-111.
- [8] 李琳. 语体词跨用的概念整合解释[J]. 外国语文, 2009, 25(6): 38-40.