

基于“小三角”理论的词法构式“X门”研究

徐龙芬, 杨哲华

湖北工业大学外国语学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年5月19日; 录用日期: 2025年6月17日; 发布日期: 2025年6月30日

摘要

本文基于“小三角”理论, 对网络流行语“X门”进行研究。“X门”是一种半图式性词法构式, 其韵律形式以双音节为主, 整体具有名词性特征, 可充当主语、宾语及定语, 且可作独立单句。“X门”所传达的“群体集合”的构式义形成与核心构件“门”的语义虚化密切相关, “门”的语义经历“门派-派别-群体区别-阵营认同”的虚化过程。“门”的语义演化也使该词法构式具有焦点定位的语用功能, 即侧显“X”从而引发认知入场, 此外, 也可传达使用者立场以形成结盟。“X门”的流行和传播是其表现型模因的网络特性要求和虚拟实际手段的情感驱动, 以及使用者从众心理及寻求群体认同感共同促动的结果。

关键词

词法构式, “X门”, “小三角”理论, 流行动因

A Study of the Lexical Construct “X-Gate” Based on the “Small Triangle” Theory

Longfen Xu, Zhehua Yang

College of Foreign Languages, Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

Received: May 19th, 2025; accepted: Jun. 17th, 2025; published: Jun. 30th, 2025

Abstract

Based on the “Small Triangle” theory, this paper studies the Internet buzzword “X-gate”. “X-gate” is a semi-figurative lexical construction, whose metrical form is mainly bisyllabic, with overall noun characteristics, which can serve as subject, object and determiner, and can be used as an independent single sentence. The formation of the compositional meaning of “group collection” conveyed by “X-gate” is closely related to the semantic deflation of the core component “door”. The semantics of “gate” undergoes the process of “sect-faction-group distinction-camp identity”. The

semantic evolution of “gate” also gives the lexical construction the pragmatic function of focalization, *i.e.*, to side-step “X” to trigger cognitive entry, and to convey users’ stance in order to form an alliance. The popularity and spread of “X-gate” is the result of the network characteristic requirement of its expressive modality and the emotional drive of its virtual reality means, as well as the herd mentality of its users and their search for group identity.

Keywords

Lexical Constructions, “X-Gate”, “Small Triangle” Theory, Popularity Motives

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

“X 门”构式最早由“麦门”引发流行,人们在其基础上,通过类推机制,产生了一系列的“X 门”类新词语。“X 门”多表示一种由于喜欢某个人、某种事物及动作等所形成的群体集合,网民通过在社交平台上对此热梗的传播,形成了一种虚拟态的人际关系,并迅速建立起一个群体。例如:

- (1) 一个喜欢白鹿的人,再坏能坏到哪儿去,这就是我的善恶观,鹿门。(新浪微博,2023-04-27)
- (2) 杨幂就是全世界最美的女人!幂门!(新浪微博,2024-02-09)

目前有关“X 门”的研究主要有两类:一类是自水门事件以来,对事件义“X 门”的研究,此类“X 门”经过“转化”脱离了其本意,专指“政治丑闻”,然后通过类化出现了大量“X 门”族词,词义也由“高层丑闻”泛化到“不光彩的事情”、“花边新闻”。而麦类“X 门”的发展与其有着明显的不同,目前学界有关麦类“X 门”的研究较少:倪昕认为“X 门”是以“麦门”为起源,对“X 门”的语法结构、流行动因进行了分析[1];吴辰越则认为“X 门”是在语义隐喻与文化模仿机制下产生的网络新兴词模式,从音节、词汇单位、指代功能分析了 X [2];王璐璐着重从“X 门”的词义和语法层面进行研究,探究了模因视域下“X 门”的流行原因[3];张家璇分析了“X 门”的语义演变,认为“X 门”源于“水门事件”,分析了“X 门”的结构和流行原因[4]。上述学者多对麦类“X 门”的句法、语义等问题进行研究,但较少涉及其语用表达层面,且从历时层面探究其形成机制的研究也不够充分。

本文基于邢福义 1984 年提出“两个三角理论”[5],即“任何语法事实都存在语表形式、语里意义和语用价值”[5],并于新浪微博、小红书、哔哩哔哩三个网络平台,选取网络语料,对“X 门”构式的语表形式、语里意义、语用价值进行分析,探讨“X 门”结构的形成流行动因。

2. “X 门”的语表分析

词法结构是在一定数量的形式与意义/功能匹配体中逐渐概括和抽象而来的图式性或半图式性构式,并能在通过空槽填充实体成分而生成具体词语[6]。根据构式形式和意义之间的匹配,从“麦门、肯门、瑞门”可以抽象概括出“X 门”这一词法构式,该词法构式是由一个常项和一个变项构成的一种半图式性构式。

语表形式,又叫“表角”,是“小三角”理论中的第一个角,它表示的是汉语语法事实中所可见的显露的形式[5]。在“X 门”构式中,“X 门”为语表,其中的变项 X 的源词可分为单音节词、双音节词、多音节词。

2.1. 变项 X

本文从网络语料中挑选了代表性语料 62 例, 对“X 门”中的 X 源词从音节形式、词性进行分类。

Table 1. Statistics on “X-gates” and source word X-forms (partial)
表 1. “X 门”及源词 X 形式统计表(部分^{a)})

单音节		双音节	多音节及以上
名词性	猫(猫门) 狗(狗门) 鱼(鱼门)	金钱(钱门)面条(面门)	可达鸭/周黑鸭(鸭门)
		知乎(知门)咖啡(咖门)	茶颜悦色(茶门)
		薯条(薯门)奶茶(茶门)	芒果台(芒门)
		芒果(芒门)橘子(橘门)	蜘蛛侠(蜘门)
		橘色(橘门)豆芽(芽门)	一点点(点门)
		点赞(点门)瑞幸(瑞门)	叶冰裳(冰门)
		胶佬(胶门)娅娅(娅门)	折耳根(折门)
		馒头(馒门)水豚(豚门)	库洛米/库迪咖啡(库门)
		土豆(土豆门)	达美乐(达门)
		早八(早八门)	洞洞鞋(洞门)
剪刀(剪刀门)	臭豆腐(臭门)		
玉米(玉米门)	麦当劳(麦门)		
榨菜(榨菜门)	肯德基(肯门)		
西瓜(西瓜门)	电子馒化(馒门)		
工作(工作门)	车厘子(车厘子门)		
友谊(友谊门)	布洛芬(布洛芬门)		
秋天(秋天门)	麻辣烫(麻辣烫门)		
春天(春天门)	辣味汉堡(辣堡门)		
时间(时间门)	崩坏系列游戏(崩门)		
绿色(绿门)	芝士奶盖四季春(芝士奶盖四季春门)		
紫薯/紫色/杨紫(紫门)			
动词性		躺平(睡门)	
		摸鱼(摸门)	
		睡觉(睡觉门)	哈韩族(哈门)
		炫饭(炫饭门)	拍一拍(拍门)
		防盗(防盗门)	
		刷夜(刷夜门)	
		拍照(拍门)	
形容词性		寡(寡门)	
比例	6%	58%	35%

^a 因语例数量较多, 本文选取最具代表性的 62 例作为讨论对象。

由表 1 可知, 从音节形式上看, 源词 X 可以分别为单音节、双音节及多音节, 其中以双音节占优势, 另外, “X 门”为双音节的数量较多, 共有 42 例, 占比 68%, 符合汉语以双音步为基本节奏单元和“轻重交替”的节奏模式。如“麦门”(mài-mén)通过去声与阳平的组合, 形成的“重轻”韵律模式, 既保存

了词汇的辨义功能,也降低了发音的生理能耗。从词性上看,源词 X 有名词性、动词性、形容词性,其中以名词性占优势。

综合可知,变项 X 形式较为丰富,“X 门”整体指称因喜欢 X 而集聚的一类群体。“X 门”结构中变项 X 的准入遵循语义凸显原则与语言经济性原则。若源词为非单音节时,且其内部成分的意义对整词词汇义贡献度存在差异,一般会选择意义实在且语义贡献度高的成分进入 X 门,如“面门”、“橘门”。

“面”指面粉,是制作面条的主要原料;“条”表示形状,说明面条是呈长条状的食物,“面”的意义更为基础和关键,它决定了面条的本质属性,是制作面条的物质基础,语义贡献度相对较高;“橘”指橘树及其果实,“子”为后缀,“橘”的词汇义主要由语素“橘”贡献。若源词为非单音节,其内部意义均较为实在,且对整词词汇义贡献度较为均等,此时一般将源词整词进入“X 门”,如“工作门”“芝士奶盖四季春门”,语素“工”“作”均有“劳动、劳作”之义,二者语义相近,对“工作”的整体词汇义贡献相当。语素“芝士”“奶盖”“四季春”均是该饮品的原料成分,在“芝士奶盖四季春”中三者的意义都很实在且对整词词汇义贡献度都高。源词为非单音节词,整词进入“X 门”的共有 19 例,占有非单音节源词的 33%,此情况可能由于完整名称可增强其指代精确性,更能精确地激活目标群体的认知图式,如“芝士奶盖四季春门”,可以更为精确地吸引爱喝此饮料的群体的注意,更易触发公众对特定产品的联想。

2.1.1. X 为单音节¹

当 X 为单音节,如:

- (1) 只要你喜欢小狗那你就是好人,狗门。(新浪微博,2025-04-14)
- (2) 恋爱都不谈的人再坏能坏到哪儿去?这就是我的善恶观,寡门!(新浪微博,2024-09-19)
- (3) 全世界什么都是假的,只有小猫是真的!猫门永存!(新浪微博,2025-4-17)

例(1)“狗门”是指喜欢狗的人聚集而成的群体;例(2)“寡门”喜欢单身状态的群体;例(3)“猫门”则是指喜爱动物猫的人的集合。

2.1.2. X 为双音节

当 X 为双音节词,且为动词时,“X 门”构式多用来指称热衷某特定行为的群体集合。如:

- (4) 有点儿屁钱全炫嘴里的人,再坏也坏不到哪儿去,这就是我的善恶观,炫饭门。(新浪微博,2023-05-13)
- (5) 不过想当年我也是睡觉门响当当的人物。(新浪微博,2023-12-09)

X 为名词时,“X 门”构式常用于表示对某种事物喜爱的群体。如:

- (6) 唯爱土豆!土豆门永存!(新浪微博,2024-04-25)
- (7) 榨菜包也太好吃了吧,榨菜门永存!(新浪微博,2024-04-26)

2.1.3. X 为多音节

当 X 为多音节词,多为名词,也有少量动词,“X 门”构式表示对某种事物喜爱的群体。如:

- (8) 懂车厘子的人有福了,伟大的车厘子门。(新浪微博,2024-02-01)
- (9) 很开心在空间找到了同样品味很好的列表,芝士奶盖四季春门永存!(新浪微博,2023-08-06)

2.2. 常项“门”

“门”是一个象形字,本义为出入通口所设的可开关的装置。古代特指双扇门,“一扇曰户,两扇曰门”(《白虎通》),后引申出家族、派别和事物分类等意义[7]。在“麦门”成为网络热词前,“X 门”结

¹此处针对源词 X 的音节进行讨论,下文相同。

构便已被使用,如“佛门”“师门”等,“门”此时作为词根存在,语义为“门派义”。随着“麦门”的流行,其他“X 门”词语的出现,“门”的门派义被弱化,逐渐偏向“群体”的含义。邵敬敏认为“类词缀的特点是类似于词缀,意义有不同程度的虚化,但还不彻底;构词功能很强,有组合泛化趋势。”[8]由此可见,构式中的“门”在历时过程中发生了虚化,此时在“X 门”结构中,无论 X 为何种形式,“X 门”整体具有指称性,指称对某种事物、人或者动作行为喜爱的群体。这时“门”在“X 门”结构中就成了一个黏着语素,且在结构中的位置固定,只有依附于 X 才能表达其完整的意义。但其语义并没有被完全虚化,无法像“子”自由附加,而是变为一个类词缀,属于词根向词缀发展的过渡阶段。虽然它不再像词根“门”那样意义实在,但仍保留了[+门派]的语素义,但此时的[+门派]不再特指某一个门派,而是泛化指商业性伪门派,如“麦门”,通过购买麦当劳品牌产品及周边即“入教”,人们通过消费行为就可以自动赋予“信徒”身份。

2.3. “X 门”的句法功能

由于“X 门”表示的是某一类人的集合或某一群体,具有名词性。因此“X 门”可以充当主语、宾语及定语。除此之外,还可以直接充当单句。

2.3.1. “X 门”作句子成分

“X 门”作主语时,多和“永存”“万岁”搭配。“永存、万岁”都有表示“永久存在”的语义[7],与“X 门”搭配,加强了语气,显示出说话者对涉及对象的喜爱程度较深。

(10) 不许说我们豆芽是邪恶蔬菜! 芽门永存! (新浪微博, 2024-04-11)

(11) 世界企鹅日快乐! 守护全世界最好的鹅鹅! 鹅门万岁! (新浪微博, 2024-04-25)

“X 门”作宾语时,如:

(12) 从今天开始,我最爱瑞门! (新浪微博, 2024-04-22)

(13) 夏天就是要加入芒门! (新浪微博, 2023-08-07)

“X 门”作定语时,多修饰限制“信徒、信仰”等传达“虔诚、热爱”之义的名词。如:

(14) 永远做麦门信徒。(新浪微博, 2023-11-23)

(15) 乌龙茶我只爱喝无糖的三得力! 这就是我的茶门信仰! (新浪微博, 2024-04-18)

2.3.2. “X 门”作独立句

充当单句的“X 门”通常独立成句,凸显强调。如:

(16) 点门! 芭乐奶绿也好喝! (新浪微博, 2024-04-26)

(17) 我爱吃麻辣烫! 麻辣烫门! (新浪微博, 2024-03-12)

3. “X 门”的语里意义

语里意义简称为“里角”,指隐含在内的不可见的关系或内容,即隐含在语法单位之内的内容或关系,是“小三角”理论的第二个角[5]。“X 门”的语里意义主要表现在其语义演变、“X 门”的演化情况等方面。

3.1. “X 门”的语义演变

通过梳理语料,“X 门”的整体演化情况为“门”的门派义不断弱化,而 X 的类别则越来越丰富。

其语义虚化路径如图 1:

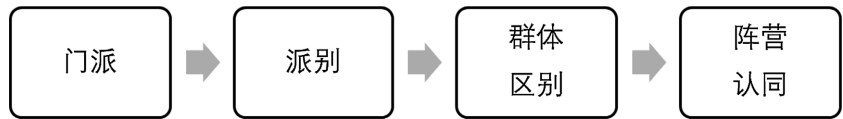


Figure 1. Semantic defuzzification of “door”
图 1. “门”的语义虚化图

由图 1 可知,最初流行的“X 门”为“门派义”,语义特征为[+门派][+门徒],此时进入“X 门”结构的 X 主要由专有名词主导,如“麦门(麦当劳)、肯门(肯德基)”,是基于“佛门”“师门”宗教隐喻下的品牌神圣化。如微博话题“麦门永存”(2023.02,阅读量 1.2 亿),用户将麦当劳新品称为“圣餐”,模仿祷告词创作“麦门颂”,“麦门弟子”需完成“每日圣餐打卡”(购买指定套餐),“叛教”指转投其他品牌。此时大多数“X 门”词语是表达对某种事物、人及动作行为的喜爱。

“门”的[+门派][+门徒]是“X 门”语义的基础,而后在发展中,逐渐出现[+派别]义,出现“甜党麦门”(喜欢草莓奶昔)与“咸党麦门”(钟爱麦辣鸡腿)对立(小红书,2023.07)。“麦门戒律”(如周三会员日必须消费)、“异端审判”(嘲讽购买肯德基的用户)。这一时期的“X 门”结构中的 X 的词性开始分化,除品牌名词外,具体产品名词(如“辣堡”“薯条”)和动词(如“代购”)开始出现。

随着“X 门”的发展,“派别”义进一步虚化,保留了其[+群体][+区别]等语义,此时“X 门”成为一种社会身份符号的泛化,“考研麦门”(考研人中爱吃麦当劳的群体)群体用“麦门自习室”指代 24 小时麦当劳门店(知乎,2024.01)。“麦门”成为“都市夜归人”代称(凌晨消费群体),与“星巴克办公族”形成对比。这时大多数普通名词也可以进入“X 门”,如职业、身份类:“考研门”“码农门”,行为名物化类名词也可进入,例如“刷夜门”(指通宵进行某项活动的群体),此时动作转喻为使用者。这时“X 门”已经不仅仅只是表达喜爱,而是对 X 或与 X 相关的特性或者行为的肯定和认同的态度,甚至还可以表达厌恶的情绪。

(18) “一个喜欢偷盗的人,再幸运也幸运不到哪儿去,这就是我的善恶观,防盗门”

(19) 豚门是一种信仰,稳定是一种境界。(新浪微博,2024-04-13)。

“X 门”词法构式的主观性增强,可以表达主观立场。“立场表达是主体在特定语境下评价客体时引发的互动言语行为。”[9]在表达立场时,立场主体评价客体,从而定位自己,并与其他主体结盟。如例(18)中,立场主体对偷窃行为进行评价,由此引发其他同样反对盗窃行为的主体共鸣,立场主体与其他主体结盟,形成一个反对盗窃行为的群体,表达对偷窃行为的不满和反对盗窃的态度。例(19)中“豚门”并不是表示对水豚这种动物的喜爱,而是对水豚冷静和平和的性情的肯定,因此“豚门”指的是想要具有稳定的精神状态和松弛的生活态度的人的结盟。

随着其迅速流行,又出现了[+阵营][+认同]的语义,如“寡门”(喜欢单身状态的人)。此时是一种价值观共同体的虚拟建构,如“麦门互助组”在豆瓣成立,成员以“麦门积分”交换求职信息(2025.04 豆瓣),部分用户将“麦门”抽象为“反内卷符号”,与“佛系”“躺平”等标签融合。此阶段抽象名词开始进入,如价值观类:“躺平门”“反卷门”。

另外,不难看出,“X 门”发展过程中,X 的类别开始多样化。一开始,变量“X”是一些食品品牌的名词缩写,如“肯门”(喜欢吃肯德基的人)、“瑞门”(喜欢喝瑞幸咖啡的人)、“霸门”(喜欢喝霸王茶姬奶茶的人)等。之后,行为动词(短语)和形容词(短语)都可以进入“X”槽,如“睡门”(喜欢睡觉的人)、“学门”(喜欢学习的人)、“摸鱼门”(喜欢在办公室偷懒的人)、香门(喜欢香菜的人)、寡门(喜欢单身状

态的人)等等。

3.2. 构式压制与“X 门”的语义识解

施春宏(2014)提出构式压制实际是指“在组构成分进入构式的过程中, 构式向组构成分提出需要满足的准入条件, 如果组构成分的功能、意义及形式跟构式的常规功能、意义及形式不完全吻合, 则通过调整其功能和意义结构及形式结构中的某些侧面以满足该准入条件。”[10]半图式词法构式“X 门”能够成功识解, 是因为 X 是结构中的凸显成分, 构式具有的由于喜欢某个人、某种事物及动作等所形成的群体集合的构式义会对 X 有一定的压制作用, 当动词、名词、形容词被置于 X 槽中时, 它们原本与人、物和活动有关的指称意义就会被“X 门”的构式义所覆盖。如:

(20) 拍照只会比剪刀手的人能有多坏, 我们连别的姿势都想不出来, 还能有什么坏想法。这就是我的善恶观, 剪刀门!!!

(21) 没有赵丽颖, 就没有《知否》盛明兰, 她就是全世界最好的盛明兰, 知门!

(22) 喜欢臭的东西, 尤其是螺蛳粉、臭豆腐这些让人捏起鼻子的食物, 不妨加入臭门, 不愁找不到同好。

例(20)~(22)中, 名词“剪刀”原本指日常生活中的剪刀, 动词“知”原本表示理解, 形容词“臭”原本是指气味难闻。但当它们进入“X 门”后, 构式义压制了 X 本身的指称义, 迫使其表达喜欢和认同 X 的意义。“X 门”结构就像一种强制力, 迫使这三个词不考虑字面意义, 而采用与该结构一致的其他相关意义。此时名词“剪刀”、动词“知”和形容词“臭”分别解释为“胜利的标志”、“电视剧《知否知否应是绿肥红瘦》”和“发臭的食物”。

4. “X 门”语用价值

“小三角”理论最后一个角“值角”, 即语用价值, 语用价值就是对象的语用效应[9]。“X 门”能得到广泛的使用, 说明其在语言交际中具有独特的语用价值。

4.1. “X 门”的语用表达价值

在现实言语交际中, 语言使用往往遵循经济原则, 即人们交际时总是趋向于选择既能满足言者完整表达又能满足听者完全理解所需的最少的语符, 这就是语言的经济性原则[11]。“X 门”的语用表达价值体现在以下两个方面: 一是用少量的词语去表达更多的意义, 通过上述语料可以看出, “X 门”趋向双音节化, 这符合汉语词汇双音节化的趋势; 二是“X 门”将语义的核心放在 X 位置上, 聚焦信息, 能够有效地表达说话者的立场、态度等, 具有较强的主观性。“X 门”在表达立场的过程中, 立场主体通过对客体进行评价, 实现自我定位, 并与其他主体达成结盟。当使用“X 门”构式对某一行为或现象进行评价时, 立场主体能够吸引那些持有相同观点的其他主体产生共鸣, 进而形成一个具有共同立场的群体。这种群体的形成体现了“X 门”构式在语用层面的重要作用, 它不仅是个体表达态度的方式, 更是促进群体认同和互动的有效手段。以对某种行为的评价为例, 立场主体借助“X 门”构式表达不满或肯定, 会引发其他有相同感受的主体响应, 从而形成一个反对或支持该行为的群体。另外“X 门”构式也可用于对某种特质或态度的肯定, 代表着追求相同特质或态度的人结盟。

4.2. “X 门”的焦点定位功能

“X 门”的表义核心聚焦在 X 上, “门”是类词缀, 附着性强, “X 门”构式的意义依赖于 X 的意义而生成, 其中的 X 是构式要突出的焦点所在。完权认为自然语言是符号系统, 要让它承载意义, 就需要让符号和现实的认知场景相联系, 这个过程叫认知入场[12]。当听说双方关注到 X, 就进入了具体的认

知场景。这时会话双方就将所指事物和生活中的认知场景联系起来。如:

(23) 折耳根之神会保护每一个离乡的云贵川孩子, 折门! (哔哩哔哩, 2023-04-19)

(24) 一个喜欢纸片人的人再坏也坏不到哪去, 纸门! (哔哩哔哩, 2023-04-19)

(25) 猕猴桃除了扎嘴没有任何缺点! 猴门! (新浪微博, 2024-05-01)

上述三例中, “折门”突出的是喜欢吃折耳根的一类人, 通过味觉记忆激活地域认同, 从“折耳根”到“守护神”通过食物符号完成情感升华。“纸门”是喜欢“纸片人”的群体, 利用虚拟形象划分圈层边界。“猴门”是喜欢吃猕猴桃的一群人, “扎嘴”到“无缺点”, 通过描述物理刺激与绝对评价完成偏好吃猕猴桃群体的认知入场。

5. “X 门”构式的流行动因

5.1. 内部原因

其一, “X 门”属于模仿传播的表现型模因, 表现型模因即形式不改却以不同的内容加以扩展^[13]。“X 门”的一系列词语都是“麦门”这个模因类推而来的, 通过对“麦门”语言模因的模仿和复制, 出现了大量的同构异义横向嫁接的模因现象, 即保留原有模因形式结构但替换其核心语义, 通过跨领域移植实现创造性传播。如麦门、芒门、瑞门等词语, 表现型模因往往灵活有趣, 具有能产性和开放性, 深得网民喜爱。

其二, “X 门”能得到快速传播发展的重要原因除了前文提到的经济性价值外, 还有虚拟空间语言运用的匿名性, 徐杰提出的“语言特区”^[14]理论将“语言特区”分为诗歌文体、标题口号以及网络平台三种特区类型, 认为语言特区可以有条件地突破常规语法规则的约束。“X 门”属于语言特区中的网络平台语言, “麦门”的生成核心机制在于网络空间的低门槛性与高容错性, 使得用户能够突破传统语言规范, 通过拼贴与重构创造新符号。虚拟空间语言运用的匿名性使说话者的行为极其自由, 往往不考虑语言是否严谨、逻辑是否合理, 因此更容易被广泛的模仿、复制, 进行迅速地传播。

其三, 在网络交际中, 用户需通过强化符号传递情绪, 而“麦门”的流行正依赖于其夸张的示情策略。徐默凡的“网络示情手段”^[15]理论认为网聊的示情手段是虚拟实示, 网聊利用该手段和时间现场性, 克服了空间非现场性的限制, 以达成特殊的示情需要。而“X 门”运用的正是“虚拟实示”的示情手段, 在网络中通过文本: “麦门文学”(如“麦门, 你是我素未谋面的救赎”); 图像: 麦门信徒表情包(如汉堡+ 光环 PS 图)等将示情符号进行视觉化改造, 以传达其想表达的情绪。

综上所述可以看出“麦门”的流行绝非偶然, 而是网络语言特区赋予的创造性自由、示情手段驱动的情感共振。

5.2. 外部原因

“X 门”的广泛流行受到人们的从众心理和寻求群体认同的影响。不同于“木门”“铁门”等构式, “麦门”“瑞门”等在一开始出现的时候, 便吸引了广量的网络用户, 使“X 门”得到一定的关注并不断地引起用户的共鸣, 为了避免被“抛弃”, 人们迅速地接受了这一构式, 并主动学习“X 门”用法, 积极地用其来表达自己的想法, 在这个过程中寻找与自己拥有共同爱好的群体, 这就是受群体生活所影响而产生的从众心理的反映。

同时“X 门”反映了在当下高速发展的社会中, 离散的个人往往更为渴望群体的认同感与归属感。个体渴望通过结构和抽象出属于群体的符号来获得圈层的认同, 但又通过一种幽默诙谐的方式来缓解自己在寻找这个过程中所产生的焦虑和不安。“门派”就成为了个体寻找与自己拥有共同爱好群体的方式

之一,也是个体与个体之间分辨是否是“自己人”的标签,此时“X 门”使用逐渐产生了变化,具有了一种划类的身份区别意义。

(26) 长相思入股不亏,没看的抓紧入我思门。(新浪微博,2023-09-11)

(27) 与凤行样样行,凤门永存!(新浪微博,2024-04-13)

(28) 爱在早起的晨光里做着自己的事情,不爱在喧闹的宿舍里碌碌无为消逝时光,这是我的善恶观,早起门!(新浪微博,2023-05-06)

“X 门”将与自己具有相同爱好的人归为一类,区别于不具有相同爱好的人,例(26), (27)“思门”是将喜欢看电视剧《长相思》的聚为一类,“凤门”将喜爱看电视剧《与凤行》的划为一类,同时还带有对电视剧进行宣传推广的目的。例(28)喜欢早起的人划为一类,寻找相同爱好的“自己人”,同时也是对早起这种生活习惯的提倡与推崇。

另外,网络媒体的发展推进了“X 门”这一构式的传播。网络的普及化创造了广阔的语用空间,比如“麦门”最初产生于品牌的营销。以“麦门”为话题的讨论量 2.1 万,阅读 2033.8 万人次[16]。网络平台的匿名性和互动性特征也使行为主体行为极其自由,并能突破时空的限制,有别于书面语和口语[14]。使得“X 门”的传播速度更快,涉及范围也更广。“X 门”能得到大量的关注得益于网络媒体平台,并具有一定的延续效应,时至今日,仍可以在网络上看到大量有关“X 门”构式的使用。

6. 结语

本文基于“小三角”理论视角,对词法构式“X 门”展开全面剖析。在形式上,受汉语双音节化趋势、语义凸显及语言经济性原则影响,“X 门”以双音节为主;句法功能多样,可作主语、宾语、定语及独立句。语义层面,尝试构建其演变过程,即核心构件“门”的“门派义”渐弱,X 类别趋丰,“X 门”语义从表达群体喜爱,发展为指代认同 X 独特特征的群体。

“X 门”为半图式构式,由 X 凸显成分向词法结构层的投射形成,群体集合的构式义调整成分关系,实现构式压制,覆盖源词指称意义。研究还揭示了网络新兴构式与社会文化心理的互构关系:“X 门”语义核心为 X,“门”为类词缀,意义依赖 X 生成;该构式具有立场表达与群体建构功能,主体使用时可实现自我身份定位,吸引同好共鸣,促进群体认同与互动;此外,网络媒体发展也推动了“X 门”的传播。

基金项目

2024 年湖北省教育厅哲学社会科学重点项目“词汇类型学背景下汉语基本词词汇化研究”(24D008)。

参考文献

- [1] 倪昕. 流行语“X 门”新解[J]. 现代语言学, 2023, 11(10): 4732-4738.
- [2] 吴辰越. 网络新兴词模“X 门”探析[J]. 现代语言学, 2023, 11(11): 4938-4943.
- [3] 王璐璐. 浅析网络流行语“X 门”[J]. 今古文创, 2024(23): 117-119, 136.
- [4] 张家璇. 浅析网络流行语“X 门”[J]. 汉字文化, 2024(11): 13-15.
- [5] 邢福义. 语法研究中“两个三角”的验证[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2000(5): 38-45.
- [6] 颜刚. 词法构式“X 手”的生成过程与生成机制——兼论词法构式网络中的空位和占位[J]. 语言教学与研究, 2022(3): 101-112.
- [7] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语[M]. 第 7 版. 北京: 商务印书馆, 2016: 890, 1351, 1578.
- [8] 邵敬敏. 现代汉语通论[M]. 上海: 上海教育出版社, 2007: 174.

-
- [9] DuBois, J. (2007) The Stance Triangle. In: Englebretson, R., Ed., *Stance taking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction*, John Benjamins Publishing, 140.
- [10] 施春宏. “招聘”和“求职”: 构式压制中双向互动的合力机制[J]. 当代修辞学, 2014(2): 1-11.
- [11] Horn, L. (1984) Toward a New Taxonomy for Pragmatic Inference Q-based and R-Based Implicature. In: Schiffrin, D., Ed., *Meaning, Form, and Use in Context: Linguistic Applications*, Georgetown University Press, 11-42.
- [12] 完权. 超越区别与描写之争: “的”的认知入场作用[J]. 世界汉语教学, 2012, 26(2): 175-187.
- [13] 何自然. 语言中的模因[J]. 语言科学, 2005, 4(6): 54-64.
- [14] 徐杰, 覃业位. “语言特区”的性质与类型[J]. 当代修辞学, 2015(4): 20-31.
- [15] 徐默凡. 网聊语体示情手段研究——兼论传介方式对不同语体示情手段的制约作用[J]. 当代修辞学, 2014(4): 19-32.
- [16] “麦门”话题搜索结果[EB/OL].
https://s.weibo.com/topic?q=%E5%AE%9A%E9%87%91%E4%BA%BA&pa-gettype=topic&topic=1&Refer=weibo_topic, 2024-05-02.