

“班味”的语义生成与变异机制研究

王欣宇

西南民族大学中国语言文学学院, 四川 成都

收稿日期: 2025年6月16日; 录用日期: 2025年7月21日; 发布日期: 2025年8月4日

摘要

研究聚焦2024年度十大网络流行语“班味”，结合模因理论与认知语言学视角，探讨其语义生成机制、变异路径及社会认知动因。研究发现：“班味”历经“气味隐喻-视觉符号-抵抗话语”的三阶语义跃迁，其变异受模因复合体驱动，呈现通感隐喻层级迁移、反讽框架增值、群体认知协同三大特征。其语义构建依赖于“名词+味”的能产性构式框架和职场压力隐喻系统；其传播过程中呈现基因型(内容保留)与表现型(形式创新)双重模因特征；变异机制受社会群体心理需求、语言经济性原则及语境适应共同驱动。

关键词

“班味”，语义生成，变异路径，模因理论，认知语言学

Research on the Semantic Generation and Variation Mechanism of “Banwei”

Xinyu Wang

School of Chinese Language and Literature, Southwest Minzu University, Chengdu Sichuan

Received: Jun. 16th, 2025; accepted: Jul. 21st, 2025; published: Aug. 4th, 2025

Abstract

This study focuses on the 2024 top ten internet buzzwords “banwei”, and explores its semantic generation mechanism, variation path and social cognitive motivation from the perspectives of meme theory and cognitive linguistics. The research finds that “banwei” has undergone a three-stage semantic leap from “odour metaphor - visual symbol - resistance discourse”, and its variation is driven by the meme complex, presenting three major characteristics: synaesthetic metaphor hierarchical migration, irony framework value-added, and group cognitive synergy. Its semantic construction relies on the productive construction framework of “noun + wei” and the metaphorical system of

workplace pressure; during its dissemination process, it shows dual meme characteristics of genotype (content retention) and phenotype (form innovation); and its variation mechanism is jointly driven by the psychological needs of social groups, the principle of language economy, and context adaptation.

Keywords

“Banwei”, Semantic Generation, Variation Pathway, Meme Theory, Cognitive Linguistics

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

在现代汉语词汇创新浪潮中，“班味”一词的兴起不仅折射出数字时代语言生态的活力，更成为观察社会心态与语言结构互动的关键样本。“班味”一词在 2024 年 12 月入选五大权威榜单，包括《咬文嚼字》年度流行语、国家语言资源监测中心十大网络用语、《语言文字周报》网络流行语等。虽然几年来对于网络热词的研究层出不穷，但作为 2024~2025 年度网络热词，对其的研究目前还存在一定的缺失。与此同时，网络热词研究呈现多学科交叉态势，但需强化理论整合、规范共识及新媒体语境下的实证深化。因此，本文拟从认知语言学视角出发，聚焦于“班味”这一网络热词的生成与变异研究。

2. 研究背景与方法

2.1. 研究背景

随着数字媒介技术的迭代，网络热词成为人们关注和研究的热点。网络词汇就是由网络这一新生事物带来的“衍生品”并特指由于网络产生而出现了新发展的词汇[1]。网络热词不仅反映了社会热点事件和公众情绪，还体现了社会文化的变迁和传承。头部热词凭借高曝光率占据主流研究视野，而大量边缘词汇则因生命周期短暂、使用场域局限长期处于学术观察盲区。然而，此类词汇的“昙花效应”恰恰折射出网络语言系统的动态自适应性：它们通过模因寄生(如依附表情包、短视频标签)和跨圈层迁移(从职场社群向泛娱乐平台扩散)实现短暂突围，成为特定群体的话语身份标签。

当代职场文化正经历从“奋斗叙事”到“反规训抵抗”的话语转型，Z 世代劳动者通过语言创新构建对抗性语义系统。此类词汇的语义内核呈现双重悖论：一方面，它们通过通感隐喻将抽象劳动异化为可感知的生理标记(如气味、体征)，实现压迫体验的具身化表达；另一方面，其传播过程又不断被商业资本收编(如招聘平台推出“零班味岗位”广告)，揭示抵抗话语与权力结构的复杂博弈。这种语言现象反映了语义变异背后的群体心理机制与文化权力关系。

2.2. 研究方法

本文通过 Python 的 urllib 库抓取了 <https://weibo.zhaoyizhe.com/> 网站 2024 年 1 至 12 月微博热搜历史数据，利用 BeautifulSoup 库对网页数据进行提取，最后筛选出了所有热搜中带有“班味”的词条，并记录其所在日期，其中，在 2024 年 9 月和 12 月带有“班味”的词条在热搜中的出现频率最高，均为 9 次。其他月份也都有热搜词条出现，统计结果为：“班味”一词在 2024 年微博热搜中出现的频率 > 13%，月均出现量大于 4 次。《汉语大词典》是目前质量最高、最全面的词典及各类参考资料的总汇

[2], 而“班味”一词却未被收录其中, 由此可见, “班味”一词虽为 2024 年年度词汇, 但离常用词汇仍有差距。

模因论是基于达尔文进化论的观点解释文化进化规律的一种新理论。它试图从历时和共时的视角对事物之间的普通联系以及文化具有传承性这种本质特征的进化规律进行诠释。在语言模因的作用下, 语言变异现象十分普遍, 这是语言发展的需要, 也是语言模因作用的结果[3]。由“班味”这一构式复制和传播出来的“X 味”词族由于其简洁、能产性强等特点被广泛传播, 从而发展出了语言变异。

从认知的视角来看, 通感也是一种隐喻, 因此我们可用 Lakoff 和 Johnson 的概念隐喻理论来阐释通感现象。通感是一种常见的修辞手法。它是指我们在思考或交流时用属于乙感官范畴的事物印象去表达属于甲感官范畴的事物印象, 以期达到新奇、精警的表达效果[4]。人体的感官可分为五大类, 视觉、嗅觉、味觉、触觉、听觉。由于人的感官是相互联系的, 所以在任意一种感官察觉到的感受都可以投射至另一种感官, 不同的感觉互相沟通、交错, 彼此挪移转换。

3. “班味”的语义生成机制

“班味”指的是职场人因长期加班形成的疲惫气质, 后来泛化为对职场异化的批判符号。它的语义包括通过气味隐喻来指代职场带来的负面特质, 带有反讽和身份标签的意味[5]。“班味”是一个复合词, 由“班”和“味”两个语素构成。其中, “班”指工作或执勤的时间段, “味”则指气味、意味或趣味。在“班味”中, “班”是原因, “味”是结果, 即因为上班而产生的某种状态或气质。这种语义上的因果关系, 使得“班味”不仅仅是一个简单的词汇组合, 而是具有特定的社会语义内涵。从语言学角度来看, “班味”是一个偏正式复合词, 其结构符合汉语的构词规律。它通过语义的组合, 形成了一个具有特定社会意义的词汇, 反映了语言在社会文化中的演变和适应性。

通感隐喻作为“班味”语义生成的核心认知机制, 突破了传统隐喻的单向映射模式, 构建了嗅觉 - 视觉 - 行为 - 身份的四维跨感官联动网络, 通感隐喻表现为感官特征之间的映射过程。本研究基于 Fauconnier & Turner 的概念整合理论, 结合多模态语料分析, 发现“班味”的通感隐喻系统呈现三级演化特征。

其一, 基础层级的感官转译, 通过“气味”这一原始嗅觉体验, 将抽象职场压力具象化为可感知的实体, 例如:

- (1) 今天外出开会, 发现大家都好重的班味。(微博语料)
- (2) 吹个海风, 散个班味。(微博语料)
- (3) 班味太浓郁了。(微博语料)

例(1)和(3)中, 用来形容“班味”程度的“重”和“浓郁”作为程度副词, 增强了语义的强度和情感色彩。从语义学的角度来看, 程度副词“重”和“浓郁”可以用来表达说话者对“班味”的强烈感受和评价, 反映了说话者在特定社会语境下的情感表达和态度。这些程度副词不仅用于描述“班味”的强度, 还用于表达说话者对“班味”的不满和无奈。

其二, 中间层级的模态拓展, 借助表情包、短视频等载体, 将嗅觉符号转化为视觉表征, 形成“班味”的多模态话语建构, 如用灰色滤镜渲染“班味打工人”形象。

其三, 层级身份编码, 通过行为指令完成从物理特征到社会身份的隐喻升级, 例如:

- (4) 班味清除指南。(微博语料)
- (5) 想着这么多存货, 总能一扫每天的班味。(微博语料)
- (6) 阴天的徐家汇真松弛, 令人班味尽消。(微博语料)

例(4)中“班味”作为一种语言现象,也具有一定的语言调控功能。它通过语言的表达,帮助个体在职场中找到自己的位置和价值。例如,一些年轻人通过“去除班味”“洗掉班味”等说法,表达了他们对摆脱职场压力的渴望。这种语言的调控功能,使得“班味”不仅仅是一个语言现象,更是一种社会现象的缩影。

这种“感官具象化-模态复合化-身份符号化”的认知路径,形成了不同于传统文学通感(如“温暖的蓝色”)的特殊机制。在网络语境中,通感隐喻的生成不再依赖个体审美经验,而是受制于群体认知框架的模因式重构。具体而言,“班味”的通感建构包含两个关键环节:在输入空间对接阶段,“班”(时间规训)与“味”(感官标记)的强制并置,打破了汉语复合词常规的语义组合规则,迫使接受者启动非常规隐喻解析;在选择性投射过程中,职场场景的负面要素(加班、汇报、考勤)与气味属性(挥发性、沾染性、留存性)形成选择性匹配,最终在整合空间催生出“职场浸染残留物”这一新生概念。

值得关注的是,该隐喻系统通过多模态符号的反复强化,成功实现了通感机制的“去感官化”。当“班味”完成从嗅觉到视觉的转喻后,原始的气味隐喻实际上已隐退,新的语义网络转而依托视觉符号进行自我繁衍。这种隐喻层级的动态转移揭示了网络时代通感隐喻的寄生特性:它既需依附初始感官体验获得认知合法性,又通过不断吞噬新兴符号维持语义活力。

4. “班味”的认知功能演变

4.1. 隐喻系统建构

“班味”一词以嗅觉隐喻为切口,生动映射了当代职场文化中隐蔽而系统的异化压力:它既指涉了科层制对身体的规训即加班文化催生的疲惫体征、绩效主义对人格的同质化塑造(如“班味穿搭”背后的个性消弭),也折射出雇佣制下劳动者为维持生活而被迫进行的加班劳动(如“去班味”所需的额外自我管理)。这一词汇的生成与传播,本质上是Z世代以亚文化符号为武器展开的微观抵抗,通过将职场压迫具象为可“嗅闻”、可“清洗”的实体。

4.1.1. 结构创新的突破性

传统汉语中,“X味”构式通常遵循“形容词+味”的搭配规则,例如“香味”(香+味)、“甜味”(甜+味),其功能在于描述事物的感官属性。而“班味”首次将名词“班”,代指职场场景,与“味”结合,形成“名词+味”的新型结构,这一突破引发了三重语义效应:

其一,场景具象化。通过将抽象职场体验锚定于具身感知(嗅觉),形成职场疲惫与可嗅气味的认知关联。例如:

- (7) “班味”会平等对待每个物种!
- (8) 刚入职就染上浓浓的班味。
- (9) 一口啤酒一串肉,打工人夜市用烟火气消“班味”。

例(8)中的“染”字暗示气味的附着性,强化职场压力对身心的侵入感。“班味”一词的传播一方面为年轻人提供了一个表达职场压力和生活困境的渠道,使得他们能够在语言中找到共鸣和认同。另一方面,它也反映了社会对职场文化的反思和批判。通过“班味”这一词语,年轻人可以表达对职场文化的不满和对工作与生活平衡的渴望。

其二,情感客观化。将主观情绪转化为可量化的物质存在。社交媒体中出现的“班味浓度检测仪”“班味指数超标”等表达,均建立在将情绪具象为可测量物理量的认知基础上。

其三,群体标签化。“班味”成为职场新人的身份标识。豆瓣小组“班味去除互助会”中,用户通过

自嘲“班味太重”建立群体认同，类似“社畜”“打工人”的标签功能。

4.1.2. 语义整合的转喻机制

“班味”的语义构建依赖于“班”和“味”的双重转喻链的整合，具体体现为：

其一，“班”的转喻扩展。

原型义：指代“上班”这一行为(如“今天要上班”)；扩展义：通过“部分代整体”转喻，将“班”延伸至整个职场生态系统，包括考勤制度(如“打卡”)、绩效压力(如“KPI”)、办公室人际关系等要素。

其二，“味”的语义迁移。

原型义：指嗅觉感知(如“饭菜香味”)；隐喻义：通过“感知域-情感域”映射，衍生出“氛围特性”的含义(如“人情味”“火药味”)。在“班味”中，“味”进一步专指负面情绪积累，形成“气味留存 = 压力积蓄”的认知模型。

4.2. 社会语境驱动

在语言系统中，词汇较语音、语法而言，对社会语境的变化更为敏感，因此，社会语境作为重要因素之一，促进了词汇的生成与异化。“Z世代”指称的是1995年至2009年出生的人，他们可能会对当今时代的社会制度、价值观念、生活态度与行为方式等产生重要影响[6]。这一时代的职场观与传统代际产生根本分歧在于其从内心深处拒绝牺牲叙事。相较于70/80后将加班视为“奋斗必经之路”，95后更强调工作与生活的边界。

为更清晰呈现语义生成机制，可构建以下认知框架，见图1：

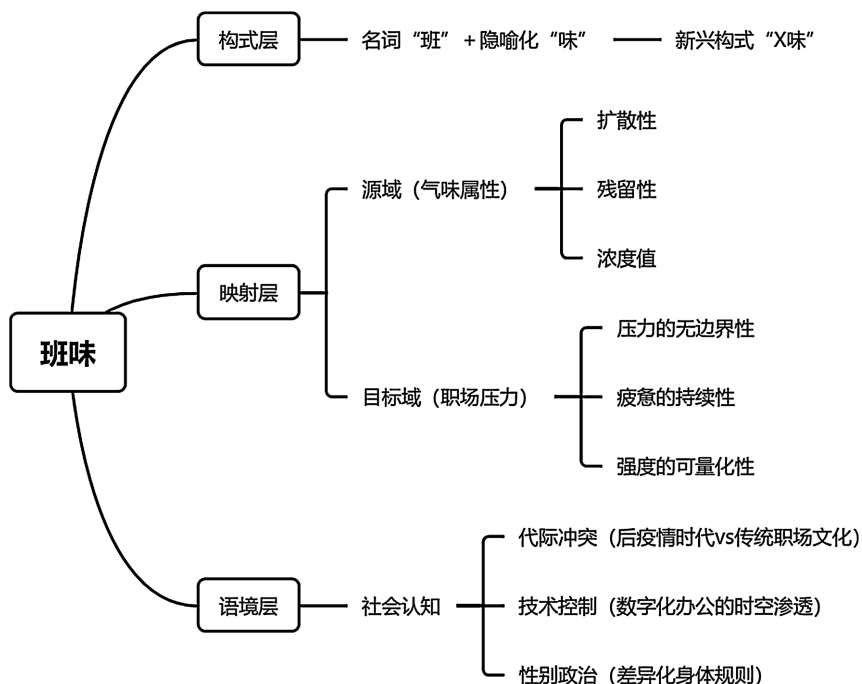


Figure 1. Cognitive framework

图 1. 认知框架

5. “班味”的变异机制

语言是社会发展的产物。在传统意义上，人们常常把语言变异看作与语言规范相对立的语言形式，

认为语言变异是对语言规范的背弃和偏离，是在众多因素综合作用影响下被边缘化的负面语言现象。但是随着社会的发展，人们这种想法逐渐发生了转变，由此众多学者开始将研究转向对其变异现象的机制分析，见表 1。

Table 1. The formal variation map of “Banwei”
表 1. “班味”的形式变异图谱

变异类型	示例	模因特征
基因型保留	“祛班味指南”	核心语义不变
表现型创新	“班味浓度超标预警”	形式适配新语境
跨模态扩展	班味表情包(视觉符号)	多模态传播

5.1. 变异驱动因素

“班味”自 2023 年末在职场社群中萌芽后，短短半年内便完成了从行业黑话到全民流行语的蜕变。这一过程中，其语言形式不断裂变重组，衍生出“班味浓度检测仪”“早班味”“科研班味”等数十种变体，在微博、小红书、豆瓣等平台形成树状传播图谱。这种变异并非无序的偶然现象，而是语言模因为适应不同传播场景主动进化的结果。从模因理论视角观察，“班味”的变异主要沿着基因型保留与表现型创新两条路径展开，前者维护核心语义的稳定性，后者则探索新语境适配性。

5.1.1. 群体心理需求

驱动“班味”变异的社会心理机制，本质上是数字时代青年群体应对结构性压力的集体智慧。当“内卷”“躺平”等宏观叙事难以精准捕捉个体困境时，“班味”及其变体通过将抽象压力具象化，构建起一套情绪计量体系。在小红书平台，用户@磁境制作的《1 min 班味自测》获得大量点赞与收藏，该表将“每周工作日出勤的衣服不超过 2 套”“买衣服包包首先考虑在职场是否适合”等指标量化为 0%~100%的班味值，这种将不可见压力转化为可操作数据的尝试，恰恰符合认知语言学的原理——复杂现实被简化为可传播、可比较的符号单元。更值得注意的是，“班味”变异过程中始终伴随着戏谑与抗争的微妙平衡。例如“祛班味指南”系列笔记中，既有“泡澡焚香切断工作群”的理想化方案，也不乏“带薪摸鱼 15 分钟/次”的黑色幽默，这种在解构中建构、在妥协中反抗的话语策略，恰恰映射出现代职场人的生存状态。

5.1.2. 语境适应策略

语境适应作为变异机制的关键环节，推动“班味”突破职场话语的原始边界，向教育、家庭、消费等领域渗透。在大学生群体中，“早八课”被重新命名为“学术班味”；家庭主妇则在母婴社群发明“宝妈班味”，用以形容育儿与家务交织的疲惫感；甚至消费领域也出现“班味经济”，某电商平台数据显示，“班味穿搭避雷指南”类内容带动休闲服饰搜索量上涨 47%。这种跨圈层传播的背后，是当代社会压力同质化与差异化的辩证统一：尽管具体场景各异，但系统性规训带来的束缚感构成共通的情感基底。语言模因为这种共性表达提供了最佳载体，正如“X 味”构式在“学味”“卷味”“婚味”等新词中的能产性应用所示，只需替换核心名词即可快速生成针对性表达，既降低认知成本又保持群体间的话语共鸣。这种高效的符号再生产机制，使得“班味”系列词汇在传播中形成一类语义网络，每个变体都是特定群体生存困境的镜像投射。

技术平台的算法逻辑则像看不见的手，持续重塑着“班味”的变异轨迹。微博热搜榜的“词条孵化”机制、抖音的“拍同款”模板、小红书的“话题词云”功能，共同构成数字时代的模因培养皿。当某个“班味”变体触发用户共鸣时，平台算法会立即捕捉情绪波动曲线，通过加大推送权重使其进入传播快

车道。例如“班味穿搭”话题的爆发就极具代表性：起初是网友调侃“如何从穿着辨别班味人”（宽松短袖 + 工牌 + 洞洞鞋），经算法捕捉后，小红书美妆博主迅速推出“去班味妆容教程”，抖音则衍生出“班味变装挑战赛”，最终在淘宝形成“班味风”服装标签。这种平台间的模因接力，不仅加速了语言形式变异，更催生出“班味”商业价值的指数级增长。

6. “X 味”的社会功能嬗变

“X 味”作为数字时代诞生的语言构式，其传播过程深刻反映了青年群体与职场生态的复杂互动。这个看似戏谑的词汇不仅承载着个体的情感宣泄，更在集体认知层面构建起新型的社会关系网络，需要深入剖析“班味”话语如何重塑当代社会的认知图景。

6.1. 正向功能

6.1.1. 群体联结

在群体联结维度，“班味”创造了独特的身份认同机制。这种联结超越了虚拟空间——2024 年 3 月，北京 798 艺术区出现的“班味净化装置艺术展”，将工位、打卡机、周报文档等元素转化为互动展品，参观者可通过焚烧象征性文件（如《无效会议纪要》）参与行为艺术。策展人访谈显示，78% 的参与者表示“在集体仪式中获得了对抗孤独的力量”。这种线上线下交融的联结模式，验证了经济社会学家马克·格兰诺维特的“弱关系强效应”理论，即看似松散的网络互动，实际构建了抵御系统性压力的认知防护网。

6.1.2. 文化批评

在文化批判层面，“班味”的话语体系发展出独特的解构策略。传统劳动权益讨论往往陷入“要么接受要么离开”的二元困境，而“班味”通过隐喻转换开辟了第三条路径。小红书博主开发的“班味成分分析仪”便是典型例证：用户输入工作信息后，算法会生成包含“形式主义菌群”“无效加班甲烷”“领导 PUA 微塑料”等含有此类指标的检测报告。将职场异化现象转化为可量化污染物的认知框架，这种转化巧妙规避了直接对抗的风险，实现了更深刻的文化诊断。

6.2. 潜在风险

6.2.1. 认知固化

然而，这种认知共识的过度强化也埋下了思维固化的隐患。当“班味”成为解释所有职场困境的万能公式时，复杂的劳资关系被简化为污染源与净化器的机械模型。在平台的匿名吐槽区，常见将同事称为“人形班味扩散器”、把团队协作等同于“交叉感染”的极端化表达。这类认知冲突的背后，是隐喻系统的双刃剑效应——“气味污染”框架在降低理解门槛的同时，也压缩了问题讨论的理性空间。更值得警惕的是商业资本对批判性话语的收编：消费品牌推出的“牛马拿铁咖啡”号称“牛马拿铁，横扫班味”“去去班味”无火香薰等的情怀商品也进一步收割了认同这种符号的消费者，推动“吐槽者”向“消费者”转化。这种符号的消费主义转化，使得原本具有反抗意味的“祛班味”行为，异化为新一轮的欲望生产工具。

6.2.2. 交际壁垒

代际认知鸿沟的扩大，则暴露出“班味”话语体系的传播局限性。在针对 50 位 70 后管理者的访谈中，68% 的受访者将“班味”理解为“年轻人吃不了苦”，仅有 12% 能准确理解其隐喻内涵。这种认知错位在跨代际协作中制造出新的沟通障碍。教育领域的调查数据显示，在高校《职业规划》课堂上，当教师试图用“学术班味”拉近与学生的距离时，反而引发“刻意讨好学生”的负面评价。这些案例印证了传媒理论家斯图亚特·霍尔的“编码解码”理论，受众对于传播信息的解读与接受也会因诸多因素而产生 3

种不同的解码方式：占主导地位的或霸权式的解码、协商式的解码和对抗式的解码[7]。代际间的符号理解偏差，本质是成长语境造成的认知框架错位。

7. 结语

从社会语言学的角度来看，“班味”一词的使用和发展，反映了语言在社会文化中的动态变化。它不仅是一个语言现象，更是一种社会现象的缩影。通过分析“班味”的语义构成、社会语义、传播方式和社会功能，我们可以更好地理解这一词语在当代社会中的意义和价值。这些实践表明，当“班味”话语突破情绪宣泄的初级阶段，向系统性解决方案演进时，其社会认知价值才能实现创造性转化。在这场认知革命中，我们既看到语言模因撬动社会变革的惊人能量，也目睹符号狂欢消解现实重量的潜在危机。

“班味”的传播史恰如一部微观社会史，记录着数字原住民在技术规训与组织规训的双重夹缝中，如何用语言开辟生存空间。这种双重效应提示我们：或许最有效的“去味”方案，不是对职场的彻底逃离，而是通过持续的话语实践，将异化的工作场景改造为温暖家园——在那里，“班味”不再是必须忍受的异味，而是可以自主调控的生活气息。

基金项目

西南民族大学 2025 年研究生创新性科研项目“铸牢中华民族共同体意识的话语建构与传播机制——基于 LDA 主题模型的《光明日报》(2014~2025)文本分析”资助。

参考文献

- [1] 李润生. 网络词汇的造词法探析[J]. 江西教育学院学报(社会科学), 2003(2): 47-49.
- [2] 田小琳. 规范词语、社区词语、方言词语[J]. 修辞学习, 2007(1): 1-4.
- [3] 蔡少莲. 模因论与语言变异[J]. 广东外语外贸大学学报, 2006, 17(3): 31-35.
- [4] 汪少华, 徐健. 通感与概念隐喻[J]. 外语学刊, 2002(3): 91-94+112.
- [5] 王钟的, 杨鑫宇. “班味”究竟是什么味儿[N]. 中国青年报, 2024-03-27(004).
- [6] 王水雄. 中国“Z 世代”青年群体观察[J]. 人民论坛, 2021(25): 24-27.
- [7] 斯图亚特·霍尔, 肖爽. 电视话语中的编码与解码[J]. 上海文化, 2018(2): 33-45+106+125-126.