Modern Linguistics 现代语言学, 2026, 14(11), 36-40
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ml
https://doi.org/10.12677/ml.2026.14111044

Hans汉斯

社交媒体语境中“X天花板”的极量评价功能

——基于微博语料的构式语用研究

彭梦娜

四川文理学院外国语学院，四川 达州

收稿日期：2026年9月21日；录用日期：2026年10月6日；发布日期：2026年11月4日

摘　要

语言作为人类社会交际的核心工具，随着社会文化的发展不断经历着演变与扩充，新兴构式也随之层出不穷。近年来，网络流行构式“X天花板”进入大众视野，该词已从其原义“室内的天棚”发生语义泛化，扩展为带有强烈极性评价义的构式，用以描述某人或某物达到“某领域的最高水准”。本文基于新浪微博检索并自建包含200条有效语料的微型语料库，试图从认知构式语法视角出发，系统探讨流行构式“X天花板”的构件特征、基于涉身经验与隐喻的形成机制，以及该构式在实际交际中展现出的多维语用价值。

关键词

“X天花板”构式，构式语法，构件解析，隐喻机制，语用价值，主观化

The Extreme Evaluative Function of “X Ceiling” in Social Media Context

—A Constructional Pragmatic Study Based on Weibo Corpus

Mengna Peng

School of Foreign Languages, Sichuan University of Arts and Science, Dazhou Sichuan

Received: September 21, 2026; accepted: October 6, 2026; published: November 4, 2026

Abstract

As the core instrument of human social communication, language continually undergoes evolution and expansion alongside sociocultural development, giving rise to an ever-growing number of emerging constructions. In recent years, the internet-popular construction “X ceiling” has entered

文章引用: 彭梦娜. 社交媒体语境中“X 天花板”的极量评价功能[J]. 现代语言学, 2026, 14(11): 36-40.
DOI: 10.12677/ml.2026.14111044

the public consciousness. Having undergone semantic generalization from its original meaning of "an indoor overhead surface", the expression has developed into a construction with strong evaluative polarity, used to describe a person or object as having attained "the highest level in a given domain". Drawing on data retrieved from Sina Weibo, this study constructs a mini-corpus comprising 200 valid instances and, from the perspective of Cognitive Construction Grammar, systematically investigates the componential features of the popular construction "X ceiling", its formation mechanisms grounded in embodied experience and metaphor, and the multidimensional pragmatic values it exhibits in actual communication.

Keywords

The "X Ceiling" Construction, Construction Grammar, Componential Analysis, Metaphorical Mechanism, Pragmatic Value, Subjectification

Copyright © 2026 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

随着互联网时代的迅猛发展与媒介形式的更迭，网络流行语构式的生成与传播呈现出爆发式的增长态势。Endresen 和 Janda (2020) [1]系统分析了评价性构式的家族、集群和网络，区分出评估(Assessment)与态度(Attitude)两类主要的评价性构式，并指出二者在语义与句法上存在重叠和相似。国内网络新构式研究近年来日益活跃，有学者以构式语法为框架，探究汉语网络话语构式在音韵层面的认知机制(Jiejie Liu, 2021) [2]，也有研究从体认社会语言学视角阐释新兴网络问候构式，强调构式不仅包含语言信息，还包含社会、身体及语言语境等非语言特征(肖德铭，魏在江，2024) [3]。针对具体构式，如新兴网络评价构式“人类高质量 X”，曹丹丹(2022) [4]从语表形式、语里意义和语用价值三个维度进行探析。此外，历时构式语法研究以“XP 到 C”事件融合构式为例，展示了构式网络通过形式与意义的新分析实现构式化的演变过程(吴侠，2020) [5]。就研究背景而言，流行语构式的产生动因在于语言的创新使用，网络作为语言创新的重要环境推动了新构式的出现，相关研究已从单一流行语扩展到彼此语义相关、形式一致的一系列语言项目(曹金波，王佳琪，2023) [6]。国内构式语法在理论建构、评价性构式的语义句法分析等方面已经硕果累累，但还缺乏网络新兴构式的个案分析，尤其是从构件特征、具身与隐喻的形成机制、语用价值等多维度接口角度出发的研究。

近年来，在各大社交媒体平台、网络新闻以及报刊文献中，频繁涌现出诸如“考试天花板”“美景天花板”“颜值天花板”等“X 天花板”构式。试看以下语料例句：

(1) 匈牙利不愧为夜景天花板。

(2) 圣彼得大教堂是我心目中的教堂天花板。

(3) 曝张艺谋电影《满江红》将于 6 月份开机，演员阵容号称国产天花板。

在《现代汉语词典》的释义中，“天花板”的本义为“室内的天棚，有的上面有雕刻或彩绘”，属于典型的具体名词。然而，Goldberg (1995) [7]的构式语法理论指出，“不可推导性”(Non-compositionality)是判断某个语言单位是否为构式的最重要依据。在“颜值天花板”“智商天花板”等表达中，其整体意义显然已经无法单纯从构件“颜值”“智商”或“天花板”的字面本义中精确推导而出。当一个形式与意义

的结合体，其全部或部分意义不能从其组成成分或已有构式中完全推导出时，该结合体便成为一个独立的构式(Goldberg, 2006) [8]。

为了更客观地探究该构式的使用现状，本文以新浪微博为语料来源，收集了 200 条包含“X (的)天花板”的真实语料以自建语料库(其中包含 23 条“X 的天花板”变体，由于其在结构与语义上可还原为“X 天花板”这一原型构式，本文将其整合进行统一分析)。通过语料库的定量与定性分析发现，“X 天花板”流行构式在当下的语用环境中，主要承载了主体的主观极量褒义评价，同时也保留了部分表示客观极限或障碍的语义。本文将主要从构件解析、构式形成机制和语用价值三个方面对其展开深入阐述。

2. “X 天花板”构件解析

Goldberg 认为，一个构式绝非一堆句子成分的简单堆砌，而是一个具有独立意义的“完形”(Gestalt)。在一个构式里，各成分意义的相加不一定能得出这一结构的整体构式意义。构式并非只有一个固定不变的、抽象的意义，而是通常包含许多密切联系的次类意义，这些意义共同构成一个复杂的家族网络(刘玉梅，2010) [9]。“X 天花板”构式可以分解为变项“X”和常项“天花板”两个部分，二者在互动中共同塑造了整体句义。

首先，变项“X”在大多数情况下充当名词角色，主要起界定论述范围的作用，通常指向某一特定行业、领域或某类事物属性(如“喜剧天花板”界定了喜剧这一行业范围)。然而，随着该构式在不同语境中的高频使用，其能产性(Productivity)不断增强，构式的容纳度也随之扩大，其他词类开始突破限制进入该构式。在本文收集的 200 条语料中，有 12 条语料的变项“X”为动词或动词短语，例如：

(4) 某高校艺术生因变装走红网络，这才是变装天花板吧。

在这种特殊用例中，由于变项“X”进入了具有实体属性概念的构式框架内，受到了常项“天花板”的“构式压制”(Constructional Coercion)。在压制作用下，动词“变装”的动作显著性被强制消显，转化为指代“变装行为或变装领域”的名词化概念。

其次，常项“天花板”受其物理空间本义的影响，自带[+空间内部最高点]、[+难以逾越]的语义特征。随着历时演变和大众的语用加工，“天花板”一词发生了明显的语义虚化(Semantic Bleaching)。人们不再仅仅用其指代头顶静态的建筑物体，而是接受并广泛使用其扩展后的新语义，使其演变成一个带有强烈程度副词色彩的评价性名词，表示“在某特定领域内某种特征达到最佳”或“行业内最优”。

3. 构式形成机制

“X 天花板”构式之所以能够被大众迅速接受并广泛使用，背后有着深厚的认知理据。其形成机制主要可以归结为涉身认知与概念隐喻两大路径。

3.1. 涉身认知路径(Embodied Cognition)

古希腊哲学家 Protagoras 在《论真理》中曾提出：“人是万物的尺度”，中国古代典籍《周易·系辞下》中所说的“近取诸身，远取诸物”也表达了异曲同工的内涵，即人类倾向于以自身或身体的延伸来衡量与认知世间万物。马克思在《詹姆斯·穆勒〈政治经济学原理〉一书摘要》中指出，语言源自人们的物质活动与物质交往。现代认知语言学更是强调，语言并非脱离肉体的抽象符号，人类与客观世界互动所获得的身体经验正是语言表达的基石。

在日常生活中，概念主体的认知离不开与物理空间的互动。对于长期居住在建筑体系中的人类而言，“天花板”在视觉与触觉经验中代表了室内空间的最高极值点。人们通过身体在空间中“向上仰望”的延展体验，获得了关于“极限”的非实体层面认知。因此，借用头顶的天花板来表达事物发展程度的极

限，正是人类利用空间物理经验来弥补抽象程度表达不足的一种涉身认知策略。

3.2. 概念隐喻路径(Conceptual Metaphor)

Lakoff 和 Johnson [10]在经典著作《我们赖以生存的隐喻》中指出，隐喻的本质是用一种事物去理解和体验另一种事物，其核心机制在于两个认知域之间的映射(Mapping)。“X 天花板”构式的生成深刻体现了空间隐喻机制的运作。

在人类的认知模型中，存在着“高度即状态(UP IS GOOD/MORE)”的普遍空间隐喻。在与客观世界交互中，“天花板”作为比肉体更高、不可轻易触及的物理屏障，构成了隐喻的源域(Source Domain)，蕴含了“顶点”“不可触及”“难以逾越”等概念。而当一个人或事物在某一领域表现极其卓越时，这种抽象的“成就极限”构成了目标域(Target Domain)。基于这二者在“达到极限状态”上的高度相似性，概念隐喻得以成功建立。人们顺理成章地用“天花板”去形容人或物的高度已经达到常人难以企及的卓越境界。如：

(5) 经过今天的三星市集体验，我宣布三星新机是我心中的折叠屏天花板。

4. “X 天花板”的语用价值

通过对 200 条语料的整理与量化分析可以看出，“X 天花板”已经彻底摆脱了构件词汇义的简单叠加，在实际语境中衍生出丰富的语用功能。其中，有 183 条语料表示主观夸奖，另有 17 条语料表示客观障碍与阻碍。该构式主要展现出以下三种突出的语用价值。

4.1. 主观极量褒义评价

沈家煊(2001) [11]指出，在语言交际中，话语主体总是无法避免“自我”的表现成分，说话人在陈述客观事实的同时，不可避免地会注入自身的态度、情感，并暗示自己的立场，这就是语言的“主观化”。通过语料库数据可以发现，“X 天花板”在使用时，绝大多数情况(183 条)被说话人用来进行带有极强个人色彩的褒义夸奖。在认知世界里，代表空间极限的“天花板”被赋予了终极的肯定意味。用物理空间的最高点来评价某人某物，无疑是给予了“无出其右”的最高赞誉。这种构式能够极其饱满地宣泄说话人内心的喜爱与惊叹，极大地满足了网络社交中寻求强烈情感共鸣的语用需求。

4.2. 客观表示极限与障碍

值得注意的是，在收集到的 17 条语料中，“X 天花板”依然保留了常项最初始的负面阻隔语义，表示客观意义上的“极限”或“发展瓶颈”。例如：

(6) 中空长航时无人机“天花板”！翼龙-X 反潜型无人机首次亮相中国航展。

在这种特殊语境中，常项“天花板”突显了其[+不可突破]、[+难以打破]的语义特征。听话人在理解这一层语用意义时，会立刻调动认知隐喻机制，联想到头部触碰坚硬、厚重天花板时受挫的涉身意象。以此来隐喻社会阶层、职场晋升中隐蔽却坚不可摧的客观限制，其表达力度远超普通的陈述句。

4.3. 认知的具象化与语言经济性

语言的经济性原则(Principle of Economy)强调以尽可能少的语言符号传递尽量多且准确的信息，避免冗余。当听者接收到“X 天花板”这一信息时，大脑会瞬间激活与之匹配的空间意象。如果使用常规的程度副词或定语从句(如“处于某行业无可超越的最高水平的人”)，不仅表达繁琐，且缺乏画面感。而该

构式仅通过一个简单的名词“天花板”，就成功地将抽象的“极致程度”具象化为可视、可感的空间图像。听者能够依托“天花板”这一实体意象，迅速完成抽象概念的解码，这不仅大幅降低了认知的加工成本，也使语言表达更为精炼、生动且富有冲击力。

5. 结语

本文基于自建微博微型语料库，从构件解析、形成机制与语用价值三个维度对网络流行构式“X 天花板”进行了综合考察。综上所述，“X 天花板”是由单一名词发生语义虚化与扩展而来的构式，其核心语义特征可概括为[+极致]与[+极点]。在构式内部的互动中，常项“天花板”对变项“X”产生了显著的构式压制，使得非名词成分也得以进入该框架。

研究发现，该构式深深植根于人类的涉身经验与空间概念隐喻机制。在语用层面上，它不仅承担了表达说话人主观极量褒义评价的核心功能，也能在特定语境中客观表征社会或事物发展的瓶颈与障碍，同时凭借强烈的具象化特征实现了极高的语言经济性。这三个维度的特征共同促成了该构式在网络媒介中的高频多产与广泛流行。未来的研究可进一步结合大规模历时语料库，对比探究该构式与类似极量构式(如“X 界的天花板”“X 中的战斗机”)在语义演变及语体分布上的异同。

参考文献

[1] Endresen, A. and Janda, L.A. (2020) Taking Construction Grammar One Step Further: Families, Clusters, and Networks of Evaluative Constructions in Russian. *Frontiers in Psychology*, **11**, Article ID: 574353. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.574353

[2] Liu, J.J. (2021) A Study of the Cognitive Mechanism of the Chinese Network Discourse Constructions. *Learning & Education*, **10**, 179-180.

[3] 肖德铭, 魏在江. 新兴网络问候构式的体认社会语言学阐释[J]. 北京第二外国语学院学报, 2024, 46(4): 54-69+115.

[4] 曹丹丹. 评价构式“人类高质量 X”探析[J]. 黑龙江教师发展学院学报, 2022, 41(4): 114-116.

[5] 吴侠. 基于语料库“XP 到 C”事件融合的历时构式语法研究[J]. 成都大学学报(社会科学版), 2020(2): 96-102.

[6] 曹金波, 王佳琪. 试论日语流行语构式的形成与压制——以「○系」为例[J]. 东北亚外语研究, 2023, 11(4): 65-80.

[7] Goldberg, A. (1995) Constructions: A Construction Grammar Approach to Argument Structure. Chicago University Press.

[8] Goldberg, A. (2006) Constructions at Work. Oxford University Press.

[9] 刘玉梅. Goldberg 认知构式语法的基本观点——反思与前瞻[J]. 现代外语, 2010, 33(2): 202-209+220.

[10] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) Metaphors We Live by. University of Chicago Press.

[11] 沈家煊. 语言的“主观性”和“主观化” [J]. 外语教学与研究, 2001(4): 268-275+320.