

汉语中“味”类词缀化的语言现象探析

李秉鑫

(郑州大学, 河南省郑州市, 450000)

摘要: 随着“X 味”结构在网络环境中的频繁使用, 其中语素“味”出现了语义虚化和类词缀化的趋势。通过对“味”的词义溯源, 探讨“味”的构词机制及句法、语义、语用特征, 进而分析其类词缀化的动因。“味”类词缀化不仅是语言创新的一种表现, 也反映了社会经济和语言使用者的心理需求, 分析这类语言现象的流行原因, 可以进一步加深大众对网络流行语的认知。

关键词: 味; 类词缀; 构式语法; 形成机制

中图分类号: H0

文献标识码: A

一、研究背景及理论基础

(一) 研究背景

语言是社会的一面镜子, 一种语言会不断地创造新词去契合人们表达与交际的需求, 类词缀化作为一种特殊的语言现象, 在一定程度上反映了新时代社会的发展与变化。在快节奏的网络时代, 我们每个人的生活和语言交流都与网络紧密联系, 因此出现了许多网络流行语, 如荣登《咬文嚼字》2024 年十大流行语榜单的“班味”, 形象精准地描绘了当代打工人的的一种不修边幅、疲惫不堪的形象和精神状态, 这一词汇在网络中引发广泛共鸣。类似的“X 味”结构, 如“香味”“爹味”等构成了一个庞大的词群。其中, “香味”指具体气味, 而“爹味”中的“味”则指风格、氛围等, 在这里, “味”的语义发生了虚化。

目前, 学界关于“X 味”结构的研究较少, 李春玲(2007)从类词缀的角度对“X 味”结构进行了研究, 得出“味”逐渐发展成为半实语素的事实, 并指出“味”在部分情况下意义虚化, 可视为类词缀^[1]。左鑫雨(2021)对“X 味”结构的语义和语法功能作了简要分析^[4]。贺思婕和崔玉花(2024)从构式语法角度研究“X 味”, 发现“味”的意义和用法发生变化, 表示“具有‘X’的特征”^[5], 这与李春玲的观点一致。基于以上学者的研究, 本文将结合当前类词缀在网络语言中流行的现状, 以“味”类词缀为研究对象, 从构式语法的角度探究“X 味”, 拟从“X 味”构式的构成成分、语义语用和成因机制三个方面对“X 味”构式进行分析。本文所采用语料主要基于 CCL 和 BCC 现代汉语语料库, 部分来自微博、小红书等网络交流平台。

(二) 构式语法观下的“X 味”

构式语法所指的“构式”以 Goldberg 的定义最为经典。Goldberg(1995)对构式的定义是“C 是一个构式, 当且仅当 C 是一个形式(Fi)和意义(Si)的对应体, 而无论是形式还是意义的某些特征, 都不能完全从 C 这个构式的组成部分或另外的先前已有的构式推知”。关于该定义值得指出的有两点, 其一, 构式由形式和意义两部分构成, 其二, 构式的意义不

能从构成成分即形式或意义中推导出来，部分无法推导整体，因此构式具有不可预测性^[9]。后来，Goldberg（2006）做出了新的论述，认为构式是形式和功能的配对，并补充说明“即使有些语言格式可以得到完全预测，只要它们的出现频率很高，这些格式仍然会被语言使用者作为构式存储”，这一论述弱化了“不可预测性”的强制性^[3]，即有些语言结构只要出现和使用的频率够高，就可以进入构式的大门。

基于以上论述发现：“X 味”符合构式认定标准。一方面，其整体意义（“具有某种性质/特征”）无法从“X”（具体或抽象事物）与“味”（传统指“食物的味道”）的单独语义推导，具备“不可预测性”；另一方面，该构式在网络语境中高频使用，覆盖社交，职场等多场景，满足“高频存储”条件，属于典型构式，如“班味”“学究味”“法学味”“计算机味”等词语，这些词语的意义已经不能由“X”的意义加上“味”的意义推导出来。通过对“学究味”“姐味”“法学味”“计算机味”等词语进行分析，我们可以发现这里的“味”的意义接近于“风格/形象”，“班”“姐”“学究”“计算机”等词语不再代表具体的人物或事物，在进入“X 味”这一构式中后，它们的意思转变为“具有‘X’的特征”，如“学究味”中的“学究”转变为具有学究的特征，即严谨、迂腐、呆板等，因此其整体意义为对知识很严谨、迂腐呆板。基于以上分析以及 Goldberg 的经典定义，我们认为这一类形式上由“味”和“X”构成，意义上具有不可推导性的“X 味”是构式，下文讨论的均为这一类语言现象。

二、“X 味”类词缀分析

（一）类词缀的界定

吕叔湘先生早在《汉语语法分析问题》中提出：类词缀是介于词根和词缀之间的过渡状态特殊语素^[1]。类词缀与词根有意义关系，不同于意义完全虚化了的词缀，类词缀是一种“过渡状态”，既非完全虚化的词缀，也非完整的语素，不能像词根独立使用，仅能与其他成分结合形成新词，但仍保留“特质/感受”的语义内核，如“X 味”中的“味”就是作为类词缀，附于词根后组合构成新词。关于类词缀的界定，不仅要考虑其与词根之间的意义关系，还要考虑类词缀是否具备词缀所具有的属性。朱亚军认为，词缀的属性，一是指词缀具有类义功能，即词缀的范畴义；二是指词缀可以决定词的语法属性，即或肯定原词根所反映的词性，或改变原词根的词性。

（二）类词缀的共同特征

在互联网时代，一条信息可以通过文字、图片、视频等多种形式进行快速传播，网络语言自然也随之发展和壮大，现有的词语已经无法满足众多网民传递信息的需求，构词能力强的类词缀大量出现在网络世界，被用来指代事物、描述现象、抒发情感等。那些使用频率高的类词缀化后的网络用语便成为网络流行语，在网络世界中表现出强大的生命力，如“X 味”“X 感”“X 搭子”等在网络用语中普遍存在，并展现出以下共同特征：

（1）语义虚化。

词缀、类词缀原本都有词汇意义，但在以特定身份参与构造大批相似的组合时，原有的词汇意义变得抽象、概括。例如，“班味”一词，“味”从原本指食物的味道，已演变为描述上班族生活状态和社会文化特征的抽象概念。

（2）定位性。

定位性指的是类词缀在特定义项中固定位置的出现。类词缀在一定程度上可以看作是意义半虚化的词缀，即使它们处于词根向词缀演变的过程之中，但在语言的使用功能方面是倾向于词缀的，因此类词缀不能单独使用，必须与其他成分结合，通常位于词的前或后，一旦类词缀离开词根，它们就失去了类化意义，也无法独立成词。例如，在“X味”的结构中，“味”作为后缀就体现了构词的定位性。

（3）能产性。

能产性代表类词缀具有强大的构词能力，能与不同词根结合，创造出新的词汇。类词缀之所以具有能产性这一特点，是因为产生新词是一个语素发展成为类词缀的必备条件之一。只有当一个语素能够产生一定数量的新词时才能进一步发展成为类词缀。例如，“味”能与多种词根组合形成复合词，“X味”中的“X”既可以是单音节词，也可以是多音节词，既可以是名词，也可以是形容词，如“姐味”“学究味”“法学味”“幸福味”“计算机味”“河南坠子味”等。

（4）多变性。

类词缀与词根组合成词后，词义具有多变性。词的意义内容即词义，包含词汇意义、法意义和色彩意义^[2]。网络流行语中类词缀化后的词语，它们的词汇意义、语法意义都有所改变，色彩意义更是有明显变化。类词缀化后的词语在出现和发展的过程中分别表现出了不同的词汇意义、语法意义和色彩意义，这说明类词缀化后的词语的词义是有一个变化过程的。它们最初的词义并没有完全消失，只是随着新词义的产生，最初的词义被使用的频率逐渐降低了。同时还是需要结合语境去理解类词缀化后的词语的词义。

三、“X味”的类词缀发展历程

“X味”的格式中，X与味觉嗅觉有关的词是最先出现的，清代段玉裁《说文解字注》有注：味，滋味也，即“舌头尝到东西所得到的感觉”，其本义为滋味，现代汉语词典中“味”是“物质所具有的能使舌头得到的某种味觉特性或鼻子得到的嗅觉特性。”即“滋味”“味道”之义^[3]。

（1）非口不能味也。——《荀子·哀公》

早在先秦时代，味觉就与其他感官产生了一定的联系，形成了类似于“通感”的意义。这时，“味”的语义开始虚化，引申为“意味、趣味”。

（2）道之出口，淡乎其无味。（《道德经》）

在这里，“无味”指的不是某种滋味或气味，而是指“道用言语表达出来后其趣味的丧失”。“味”与“五行”理论结合，获得抽象特性。老子将“味”从具体“滋味”抽象化为

哲学“无味”，古代“味”已具有独特抽象性与深层含义^[4]。“味”不仅可以指滋味，还扩展出“气味”之意，即鼻子闻东西得到的感觉，如：香味、臭味。食物由某种方式制作或者生长于某一环境而具有独特风“味”，人们就用其来指代一类食物、菜肴。由此，“味”被引申为“指某类菜肴、食品”，“味”字含义丰富，兼具具体与抽象。在不断使用中在现代汉语词典中“味”有了更多更泛用的含义，从描述具体感官体验的“品味”，转向抽象心理活动；其抽象化加深后，用于表达情感兴趣，如“意味”“趣味”；更深层次上，“味”在“玩味”“味道守真”等词里有了思考领悟之意。而在现代网络用语中，“味”字的语义进一步虚化，它不再仅仅指感官体验，而是用来描述一种抽象的性质或特征，用来量化某种特性或品质。

(1) 一身去不掉的“班味”，让不少年轻人改变了生活习惯。

(2) 要进一步突出文化遗产，推动村史村志编写，让传统村落的“文化味”更浓。

(3) 公园和街道以喜气洋洋的大红灯笼做点缀，营造出浓浓的年味，成了一道独特的风景。

(4) 这篇文章“AI 味”太重，一眼假。

上述“班味”“文化味”“年味”“AI 味”，这里的“味”不再简单表达……的味道，而是使其具有量化比较功能，语义特征由[+ 感官]变为[+ 性质][+ 计量]，该词汇从感官体验发展到包含心理、情感、文化、社会现象等多重含义，显示出成为类后缀的潜力。

四、“X 味”构式分析

(一) 音节分析

从音节数量比例上看，“X 味”属于类后缀，组合形式多为双音节和三音节，也会有多音节，但相对较少。

(1) 双音节：班味、年味、兵味、军味、战味、爹味、土味、赣味、年味、藏味、津味、京味

(2) 三音节：文化味、幸福味、家乡味、文化味、科技味、烟火味、工业味、学生味、书卷味、时髦味、中国味

(3) 三音节以上：书呆子味

双音节例如：

(1) 进入腊月，村里年味浓郁起来。

(2) 抖音上，天津名流茶馆发布的津味相声短视频受到热捧，“观众捧哏”“高到极致的高音”等系列得到网友数以万计的点赞。

三音节例如：

(1) 规划建设天府文化公园等文旅项目，推进国际 IP 文旅项目建设，打造“老成都、蜀都味、国际范”的天府文化地标。

(2) 在中国的几年里，毛毛与中国朋友一起过春节，包饺子、贴春联，体会浓浓的

国味。

(3) 年味儿时热闹非凡的烟火味儿，也是传承不息的文化味儿。

三音节以上例如：

(1) 还有一个年青人，用牧童放牛姿势，稳稳的伏在一匹甘草黄大驷马后膀上，脸庞比较瘦弱，神气间有点隐逸味，说话中有点落下书生味，与人应对时有点书呆子味，这人名叫李兰。（沈从文《小砦及其他》）

（二）词性分析

基于搜集到的语料，从词性成分角度进行分析，在“X 味”中，“X”主要由名词和形容词语素构成。名词中以专有名词和普通名词为主，“X”为名词的如“中国”“厦门”“学生”等。名词“X 味”结构，通常指一种特有的抽象的感觉、氛围或特质，意为“特有的性质或感觉”。如“年味”指春节的欢乐氛围。值得注意的是名词结构中，区别词“女”构成“女人味”，地区名词如“京”构成“京味”，类似地，每个地区可构成如“粤味”“藏味”“津味”等。如“津味”代表天津的文化特色。“X”为形容词的如“幸福”、“时髦”等。形容词“X 味”结构，通常用来形容“某人或某物具有某种感觉”。如“幸福味”形容某种情境或人物带有一种幸福、温馨、满足的感觉。而在形容词结构中，“土味”作为定语与其他名词组合成新词组，如“土味视频”“土味穿搭”，单独使用时会略带贬义感情色彩，例如：“他的穿搭看起来土味十足”。

（三）句法功能分析

1. “X 味”充当主语

(1) 《天下粮仓》剧本的文人味不但没有得到抑制，某些方面还得到不该有的张扬。

(2) 舱里一股鱼腥味、柴油味、烟草味，又浓又重，呛人鼻子，可是拗不过老板的情面，还是进去了。

2. “X 味”充当宾语

(1) 真人秀如何去除“泡菜味”。

(2) 我不喜欢“爹味”说教。

3. “X 味”充当定语

(1) 他个子不高，头发天生的细卷，说一口带着藏味的汉语。

(2) 摄影本身就是一个人文味很足的活动，再加上有各种不同的人在接力就更加有意思了！

（四）语义分析

1. “X 味”的评判性

“X 味”的评判性是指“X 味”构式具有表达人们对于某事物的主观看法与态度的语义特征，主观性很强。王健慈（1997）将汉语中的“插说”或“特殊句子成分”认定为评判动词，表示说话人的主观判断，并将评判动词大致分为肯定性评判动词和否定性评判动词^[5]。

(1) 那嗡嗡震耳的爆竹声和鲜红夺目的窗花、吊钱、绢花、宫灯，那摩肩接踵的人流，把天津古文化街点染得火火爆爆，年味儿十足。

(2) 在画坛上各种“试验”此起彼时，这种久违了的纯正的国画味，引起人们的赞叹。

(3) 他们认为，按照“工业方式”生产出来的“标准化、幼稚化、平庸化”的“文化产品”，带着庸俗的商业味，简直不能算文化。

(4) 这女孩子身上缺点太多，浑身有一股“资产阶级味”。

上述“年味”、“国画味”等都表达了较为明显的肯定性主观评判。例(1)“年味”赞同了当地喜气洋洋的新年氛围；例(2)“国画味”肯定了以形写神、富有笔墨情趣等国画风格特点。上述“商业味”、“资产阶级味”等都表达了较为明显的否定性主观评判。例

(3)“商业味”批判了当文化产品急功近利、利益至上的现象；例(4)“资产阶级味”批判了只知道享乐、追求奢华的性格特点。

2. “X 味”的抽象性

从心理角度来讲，当人们感知某一种客观事物时，不仅能够引起单独的感觉，而且，经过联想和想象过程，大脑中所储存来的自其它感官的感知信息、记忆、经验，都将为其进行补充^[6]。“X 味”的格式中，X 与味觉嗅觉有关的词是最先出现的，味道本就是感觉的一种，所以随着语言的发展“味”一词的语义开始变得抽象，由具体的“舌头得到的感觉”和“鼻子得到的感觉”转喻为“感觉”义与“特性”义，进入 X 位置的词或语素通常也与感觉或者特性相关，表达一种主观的抽象的感受。此时“X 味”的整体形式也慢慢有了表示“特性”“感受”的抽象意义，不再仅仅指感官体验，而是用来量化某种特性或品质。

(1) 一身去不掉的“班味”，让不少年轻人改变了生活习惯，形成了很多网络上的“名场面”。

(2) 这浓浓的爹味说教啊！

(3) 港风大美女，越来越有女人味了，好美啊！

(4) 时尚混搭穿衣法穿出穿搭博主味。

例(1)“班味”一词，从原本指食物的味道，已演变为描述上班族生活状态和社会文化特征的抽象概念。这里的“味”不再简单表达……的味道，“味”[+ 计量]特征使得“味”具有量化比较功能，语义特征由[+ 感官]变为[+ 性质][+ 计量]。例(2)“爹味”所表达的意义更为抽象，“爹”不再指“父亲”这一具体的意义，而是突出了某些父亲身上所具有的值得批判的突出特征，什么都不了解就要去说教、教育别人，以自我为中心进行观点输出的特征，带有明显贬义色彩。后经过泛化使用，“爹味”不局限于男性，可以用于具备以自我为中心、喜欢说教的特征的人，即[+ 性质][+ 否定性评判]，同时可以被量化比较，具有[+ 计量]的特征。例(3)“女人味”通常指温柔、细腻等女性特质，即[+ 性质]，同时可以被量化比较，具有[+ 计量]的特征，表示“女人味”的强弱。

(五) 语用分析

“X 味”构式本身属于中性范畴，但受“X”的选择、语境的影响以及其主观评判性的语义特征，“X 味”在使用上主要呈现为两种感情色彩：一呈现为肯定性评判，即褒义色彩；二呈现为否定性评判，即贬义色彩。“X 味”构式具有高度的抽象概括性，包含夸赞、讽刺、形象表达等丰富的语用价值。如“女人味”多用来夸赞某些温柔漂亮的女性；“爹味”多用来讽刺某些不了解却指手画脚的人；“知识分子味”简短几字便形象地刻画了人物形象，如学识渊博、谈吐文雅等。

五、“X 味”的类词缀化形成机制

（一）概念隐喻。

概念隐喻是指用源域中具体的、已知的或比较熟悉的概念去类比目标域中抽象的、未知的或比较生疏的概念。“味”字本义指具体味道，是个人主观感受，因人而异。语言演变中，“味”被抽象为感觉或状态，成为表达抽象概念的概念隐喻工具，如甜味表愉悦，苦味表痛苦，因人类共有的心理生理反应，“X 味”不再限于实味，扩展至抽象领域。“香味”“臭味”是事物的自然属性，体现了物质能够被直接感知的特性，而“年味”“文化味”“班味”这一类用法即概念隐喻，是人们用感官感受来描述事物，不一定是事物的自然属性，而是人们主观情感的投射。例如“年味”指的是过年时人们融合听觉、视觉等多种感官感受到的热闹氛围，是人们主观综合情感的投射^[7]。

（二）语言经济性原则。

语言经济原则由法国语言学家马丁内提出。他认为经常提到的东西，用短的名称更经济，不会加重记忆负担^[6]。“X 味”具有抽象概括性，使得表达更加经济。例如，这女孩子身上缺点太多，浑身有一股“资产阶级味”中如果不用“资产阶级味”这一“X 味”结构，句子将变成“这女孩子身上缺点太多，只知道享乐，追求奢华”，显然与常规表达相比，“资产阶级味”更简洁明了，在语言单位减少的情况下还扩大了语言效果，增加了讽刺、犀利的评判色彩。

（三）群体认同。

社会文化变迁对语言的影响不容忽视，社会结构和文化的演变催生了新的语言表达方式，职场文化、快节奏生活和社会压力增加导致新的表达方式出现。在互联网时代，信息传播迅速，文化多元多样，人们对新颖、独特的语言表达方式有着强烈的需求和兴趣，“X 味”这种简单又富有表现力的构式，正好满足了大众的这种心理，大家争相使用并创造新的“X 味”词汇，使得语言在不断地传承与创新中焕发出新的活力，网络流行语“班味”一词就是精准捕捉打工人在高压职场下的形象和精神状态，既描述了职场氛围，也反映了打工人对工作压力的共鸣和对环境的反思，从而引发工薪阶层共鸣，走红网络。

六、小结

本文从“味”类词缀进行探讨，探究了“X 味”这一语言现象具有复杂性和多样性。从构成成分看，“X 味”的选择主要为名词和形容词；从语义和语用看，“X 味”构式具有

评判性和抽象性的语义特征,依托于“X”的选择及不同的语境能够表达说话人不同的主观评判态度,发挥夸赞、讽刺、形象表达等独特的语用效果。从形成机制看,“X 味”构式在语言经济性的基础上,随着人们认知能力的深入得以发展,近年来不断生成的构例显示了其较强的能产性和生命力。综上,“味”类词缀化不仅是语义演变的产物,也是语言接触和文化交流的结果,反映了社会经济和语言使用者的心理需求。这类网络流行语是特定时代网络环境的产物,以“X 味”为代表的网络流行语,是社会特点、从众心理、用语习惯的综合作体现,蕴含着特定时期的生活状态。对“味”类词缀化的研究,具有语言学和社会学价值,同时也有助于理解网络流行语的形成和运用机制。

参考文献

- [1] 李春玲.论“X 味”[J].辽宁大学学报(哲学社会科学版),2007,(03):59-62.
- [2] 高文强.论老子“味”范畴之哲学内涵的生成及流变[J].天府新论,2008(4).
- [3] 吴海波.运作中的构式:语言概括的本质[M].北京:北京大学出版社,2014:49.
- [4] 左鑫雨.从“X 味”形式考察网络语“土味”的来源[J].作家天地,2021,(34):54-56.
- [5] 贺思婕,崔玉花.基于构式语法的“X 味”探析[J].汉字文化,2024,(13):145-149.
- [6] 吴枝琴.汉语中“味”类词缀化的现象机制及其语义演变研究[J].作家天地,2024,(36):96-98.
- [7] 蒋佳钰.“X 味”中反映的社会群像特征研究[J].新传奇,2024,(44):17-19.
- [8] 李宏伟,武晓平.汉语语法修辞[M].长春:吉林人民出版社,2003.
- [9] GOLDBERG A E. Constructions: A construction grammar approach to argument structure[M]. Chicago:The University of Chicago Press,1995:1-66.

Analysis of the Quasi-Affix Phenomenon of the "Taste" Morpheme in Chinese

Li Bingxin

(Zhengzhou University, Zhengzhou City, Henan Province, 450000)

Abstract: With the frequent use of the "X Taste" structure in online environments, the morpheme "Taste" has exhibited a tendency toward semantic bleaching and quasi-affix. By tracing the semantic evolution of "Taste" and examining its word-formation mechanisms, syntactic functions, semantic features, and pragmatic characteristics, we can analyze the driving forces behind its quasi-affix process, thereby clarifying the trend of its semantic bleaching. The quasi-affix of "Taste" not only represents a form of linguistic innovation but also reflects the psychological needs of social economy and language users. Investigating the reasons behind the popularity of such linguistic phenomena can enhance public understanding of internet neologisms.

Keywords: Taste; Quasi-Affix; Grammatical Structure; Formation Mechanism