

网络语境中“谷子”的语义扩展与情绪语用功能研究

魏金双

(郑州大学, 河南省郑州市, 45000)

摘要: 随着社交媒体话语的日常化, 网络流行语成为观察当代汉语词义变动与话语功能迁移的重要窗口。近年来, “谷子”在在微博、抖音、小红书等平台高频出现: 其本源为英文 goods 的音译, 最初指二次元周边商品, 但在实际使用中已明显溢出一般商品指称, 进入情绪叙述与价值评估语境。现有讨论多聚焦“谷子经济”“青年消费”“情绪价值”等社会文化议题, 而对“谷子”作为词项的语义扩展路径及其在互动中的稳定语用功能, 仍缺乏语言学层面的细描。基于此, 本文拟回答三点: 其一, “谷子”在网络语境中形成了哪些可分辨的新义类型; 其二, 这些新义如何在隐喻/转喻/通感等机制与范畴化过程中生成并固化; 其三, “谷子”如何在具体话语中获得情绪调节、心理延宕与态度组织等语用功能。

既有研究从不同侧面为本文提供了理论参照: 一方面, 流行语研究揭示词义常经由隐喻性泛化与动态范畴化而扩展; 另一方面, 认知路径表明隐喻、转喻与通感可推动“物—情绪/关系”的跨域映射; 同时, “情绪价值”等消费研究提示某些名物词在高频情绪结构中可能发生功能转向。本文在吸收上述视角的基础上, 采用单词项个案研究方法, 以网络自然语料为主要材料, 并结合《现代汉语词典》(第7版)释义作为基准参照, 沿“词典义—网络指称义—语义扩展—情绪语用功能”的分析链条展开讨论。

关键词: 谷子; 网络流行语; 语义扩展; 情绪语用功能; 构式化

中图分类号: H0 **文献标识码:** A

一、“谷子”的词典义与网络指称义

(一)《现代汉语词典》中“谷子”的词典义系统

从历时与共时结合的角度看, 对网络流行语进行语义分析, 首先需要明确其在规范辞书中的基本义项。根据《现代汉语词典》(第7版), “谷子”作为名词主要具有以下几项释义: 其一, 指一年生草本植物, 茎直立, 籽实脱壳后为小米, 是我国北方重要的粮食作物; 其二, 指谷子的未脱壳籽实; 其三, 指稻的未脱壳籽实(方言用法)。上述释义表明, “谷子”在词典义层面属于典型的指称性名词, 其所指对象具有明确的物质属性。

从语义特征角度看, 这些词典义至少呈现出三方面的共同点。第一, “谷子”指向具体、可感知的实体名物, 具有显著的物性特征; 第二, 其所指对象均为“籽实”, 具有可储存、可积累、非即时消耗的属性; 第三, “谷子”在传统语义系统中与粮食、生活保障及日常生活经验密切相关。这些特征决定了“谷子”一词在汉语中并非中性、空泛的名物指称, 而是天然带有“储备”“持有”“等待使用”等潜在语义倾向。

(二)网络语境中“谷子”的指称迁移

在当代网络语境中, “谷子”最常见的用法已不再指向农作物或粮食, 而是源自英文 goods 的音译, 用以指代二次元作品相关的周边商品。该用法先在兴趣圈层内部固化, 继而进入更广泛的青年网络话语, 形成稳定的网络指称义。需要指出的是, 这一指称迁移并非“旧义消失—新义凭空生成”的断裂过程。网络语料中围绕“发货/到货/预售/待收货/囤放/整理”等表达, 常将“谷子”置于“等待—持有—存放”的叙述框架之中, 使其在新的指称对象上仍保留“可期待、可积累”的意义底色。就此而言, “谷子”的网络用法更接近于在新语境中完成的意义迁移与范畴重置(欧阳跃明, 2025; 曾容, 2019), 并由此为其后续向情绪与评价领域扩展提供了语义起点。

二、“谷子”的语义扩展类型分析

在对“谷子”词典义及网络指称义的梳理之后，有必要进一步考察该词在实际网络话语中的语义扩展方式。结合微博、抖音与小红书等平台的自然语料可以发现，“谷子”在网络语境中的使用并非仅停留在商品指称层面，而是围绕情绪体验、心理感受与价值判断形成了若干相对稳定的语义扩展类型。

（一）“谷子”作为情绪寄托物的语义扩展

在大量网络语料中，“谷子”频繁出现在表达情绪变化的语境中，尤其与“开心”“满足”“治愈”等情绪评价词形成稳定搭配。例如：“心情不好的时候买点自己喜欢的谷子就会开心”“买完之后看到一盒盒谷子只会很满足，也不拍也不摆”。在此类表达中，“谷子”不再仅指具体的周边商品，而是被用作情绪寄托的对象，其语义指向明显偏向心理层面。

从语义演变机制看，这一用法符合刘大为（1997）所提出的“隐喻性语义泛化”路径，即词语在使用过程中由具体名物义逐步向抽象情绪义扩展。原本指称实体物品的“谷子”，在网络语境中被赋予“带来情绪变化的触发点”这一新功能，其意义不再取决于物品本身的物理属性，而取决于其在情绪体验中的作用。

进一步来看，这种语义扩展并非偶然生成，而是在高频使用中逐渐固化的结果。曾容（2019）指出，流行语在模因复制过程中，其语义边界会不断调整，当某一用法具备较强的可复制性与情境适应性时，便可能发展为稳定义项。“谷子”作为情绪寄托物的用法，正是通过反复出现在“情绪—行为—结果”的叙述结构中，逐渐脱离单一商品指称，形成新的语义范畴。

（二）“谷子”作为陪伴性存在的语义扩展

除情绪寄托义外，“谷子”在网络语料中还呈现出明显的陪伴义倾向。例如：“实用谷子陪伴感好强”“感觉谷子的陪伴感好低啊”“因为生病……想到自己的谷子还没到货，至少要挺到发货啊”。在这些表达中，“谷子”被赋予类似人际关系中的“陪伴”属性，呈现出显著的拟人化特征。

从认知语言学角度看，这类用法可视为一种基于隐喻与通感机制的语义扩展。王梦（2020）指出，网络词汇中新义的生成往往通过将具体对象映射至心理或社会经验领域实现。在“谷子”的陪伴义中，情绪体验被投射到物体之上，使其在话语中具备类似情感主体的功能。

值得注意的是，这种陪伴义与“谷子”词典义中“可储存、非即时消耗”的语义特征之间存在隐性联系。正如前文所述，“谷子”在传统语义中指向可长期保存的籽实，这一特征在网络语境中被隐喻性地转化为“长期存在”“可被等待”的对象，从而为陪伴义的生成提供了认知基础。由此可见，“谷子”陪伴义并非完全脱离原有语义，而是在语义连续性的基础上实现的再扩展。

（三）“谷子”作为心理价值与自我确认载体的语义扩展

在部分语料中，“谷子”还承担着心理价值评估与自我确认的功能。例如：“300的羽绒服我纠结两个月，300的谷子我眼睛都不眨”“18岁想买的谷子，到了三十岁再买就没有意义了”。在这些表达中，“谷子”被置于价值比较或人生阶段叙述中，其意义已明显超越商品属性，转而成为情绪投入与身份认同的象征。

从语义学角度看，这类用法体现了“谷子”由指称义向评价义的进一步扩展。近年来网络流行语中评价功能不断强化，词语逐渐成为表达态度与立场的工具。在上述语料中，“谷子”所承载的并非客观价值，而是说话者对情绪投入合理性的主观判断，其语义重心已从“是什么”转向“值不值得”。

此外，这种语义扩展还表现出明显的时间维度特征。“18岁”“30岁”等时间标记使“谷子”与人生阶段、情绪状态相联系，从而在话语中承担起自我叙述与情绪回顾的功能。这一现象表明，“谷子”的语义已进入高度抽象的心理层面，成为说话者进行自我定位与情绪表

达的重要语言资源。

三、“谷子”的情绪语用功能分析

在前文对“谷子”语义扩展类型进行分析的基础上,可以进一步发现,该词在网络话语中并不仅仅表现为意义层面的变化,还在具体交际实践中承担起稳定的语用功能。尤其是在青年网络话语中,“谷子”频繁出现在情绪表达、自我叙述与心理调适相关的语境中,其功能已明显超出一般名词的指称作用,而成为一种具有情绪调节意义的语言资源。

(一) 情绪调节功能: 作为情绪缓冲与修复的语言资源

在大量网络语料中,“谷子”常与情绪状态直接关联,用以解释或缓解负面情绪。例如:“心情不好的时候买点自己喜欢的谷子就会开心”“买完之后看到一盒盒谷子只会很满足”。在这些表达中,“谷子”并非叙述焦点,而是作为情绪变化的触发因素出现,承担着明显的情绪调节功能。

从语用结构看,此类表达通常呈现为“情绪状态—行为—情绪结果”的叙述模式,其中“谷子”位于行为或结果位置,成为情绪转变的中介。这种结构使“谷子”在话语中被固化为一种“可用于改善情绪的对象”,其语用功能不在于提供信息,而在于解释和合理化情绪变化。

这种情绪调节功能并非由词语本身的语义天然决定,而是在反复使用中逐渐形成的。就“谷子”而言,其与“开心”“满足”“治愈”等评价词的高频共现,使其逐渐获得“情绪修复工具”的语用身份。这一过程可以理解为词语在交际中功能重心的转移:从“指什么”转向“起什么作用”。

(二) 自我安慰与心理延宕功能: 将情绪压力转移至未来

除即时的情绪调节外,“谷子”在部分语料中还承担着更为复杂的自我安慰功能。例如:“想到自己的谷子还没到货,至少要挺到发货啊”“第一次吃谷短短几天就花了一千,结果全是预售”。在这些话语中,“谷子”并不直接带来情绪改善,反而与等待、焦虑等情绪并存,但其语用功能却表现为一种心理支撑。

从语用学角度看,这类表达的共同特点在于对时间的重新组织。“谷子”被置于未来时间点(到货、发货)之中,说话者通过将注意力指向未来事件,暂时缓解当下的不安或痛苦。这种“延宕式安慰”并不依赖于实际结果,而依赖于语言所构建的期待结构。

在话语结构上,此类表达往往包含条件句、自我指令或自我对话形式,如“至少要……”“等到……就……”。“谷子”在其中充当的是一个情绪锚点,使说话者能够在心理上“把情绪挂住”。这一语用功能的形成,与“谷子”在语义层面所具有的“非即时消耗”“需要等待”的特征密切相关。正是由于“谷子”本身被理解为一种“可以等待的对象”,它才得以在话语中承担起延迟情绪爆发、暂时安置心理压力的功能。

(三) 情绪冲突的承载功能: 矛盾态度的集中表达

在网络语料中,还可以观察到大量围绕“谷子”的矛盾性表达,例如:“有病吧谷子卖那么贵……但是看到别人晒的返图又羡慕得心痒痒”“不会再买了……我发现吃谷真的跟中毒了一样”。在这些话语中,说话者同时表达否定与肯定、理性与情绪之间的冲突,而“谷子”成为这种矛盾态度的集中指向。

从语用功能看,“谷子”在此类表达中并非单纯的评价对象,而是被用来承载复杂、甚至相互冲突的情绪立场。通过围绕同一词语展开自我反驳或自我辩护,说话者得以在话语中呈现内心的张力,而不必明确给出统一结论。这种用法使“谷子”成为一种“情绪容器”,其语用价值在于为矛盾心理提供可言说的出口。

这种现象在网络话语中具有一定普遍性。已有研究指出,网络流行语往往因其语义弹性而成为表达暧昧态度和复杂情绪的理想载体。“谷子”由于其语义已从具体商品扩展至情绪与价值领域,具备较强的包容性,因而能够同时容纳“贵”“值”“后悔”“满足”等看似冲

突的评价。这种语用功能的形成，进一步强化了“谷子”在网络话语中的高频使用。

四、“谷子”的构式化与模因化机制

在前文分析“谷子”的语义扩展及其情绪语用功能的基础上，还需要进一步解释一个问题：为何这些新义与语用功能能够在网络语境中保持相对稳定，并在不同平台、不同话语场景中被反复复制与使用。对此，有必要从构式化与模因化的角度，对“谷子”相关表达的固化机制进行考察。

（一）“谷子”相关表达的构式化过程

从形式层面看，“谷子”在网络话语中已不再以孤立词项的形式出现，而是逐渐嵌入一系列相对固定的表达结构之中，如“吃谷”“晒谷”“摆谷”“谷子不晒等于没买”“打谷子阵”等。这些表达在不同平台、不同用户之间反复出现，显示出较高的稳定性。

从构式语法的角度看，上述表达并非简单的临时组合，而是形成了“形式—意义—功能”相对固定的语言单位。以“吃谷”为例，其表层结构虽沿用“动词+名词”的常见搭配模式，但在网络语境中，“吃”已不再表示具体进食行为，而是指向一种带有情绪投入与参与意味的行为方式。这种意义并不能由“吃”与“谷子”的原始义简单相加得出，而是需要在整体构式中加以理解。类似现象在网络流行语中并不少见。在这一过程中，“谷子”作为构式核心成分，其语义与功能被不断强化，并通过构式整体向外扩散。

（二）模因复制与语义—语用功能的扩散

除构式化之外，“谷子”相关表达的流行还表现出明显的模因特征。模因理论认为，语言单位在传播过程中会经历选择、复制与变异，只有那些具有较强传播优势的形式才能得以保留并扩散。

就“谷子”而言，其传播优势主要体现在两个方面。其一，表达形式简洁、可替换性强。“谷子”可以灵活嵌入不同句式与话语场景中，如情绪表达、价值判断或自我叙述，从而适应多种交际需求。其二，语义弹性较大，既可指具体商品，又可承载情绪、态度与心理状态，使其在不同语境中具有较高的解释空间。

曾容（2019）指出，流行语在模因化过程中往往呈现出“动态范畴化”的特征，即语义边界在复制过程中不断调整，但核心认知框架保持相对稳定。“谷子”的相关用法正体现了这一特点：尽管具体搭配和语境有所变化，但其作为情绪与价值承载对象的核心功能并未发生根本改变。这种稳定性为其跨平台传播提供了条件。

（三）构式化与情绪语用功能的相互强化

需要进一步指出的是，“谷子”的构式化过程并非独立于其情绪语用功能而发生，二者之间存在明显的相互强化关系。一方面，情绪语用功能的稳定化促使“谷子”频繁进入特定构式之中，从而提高这些构式的使用频率；另一方面，构式的反复使用又进一步巩固了“谷子”在话语中的情绪功能，使其逐渐成为一种“默认可用于情绪表达的词语”。

从这一角度看，“谷子”相关构式的流行并不仅仅是形式层面的现象，而是语义、语用与形式共同作用的结果。近年来网络语言的一个重要转向，是修辞系统由封闭走向开放，词语更容易通过构式化方式进入多种话语环境。“谷子”正是在这一开放系统中，通过不断嵌入新的表达结构，完成了自身功能的扩展。

此外，这种构式化过程也有助于解释“谷子”在情绪冲突表达中的高频出现。由于相关构式已被广泛接受并具备较强的情绪指向性，说话者在面对矛盾心理时，往往倾向于借助这些现成结构进行表达，而无需重新组织语言。这种“低加工成本”的特点，使“谷子”构式在网络话语中具有较强的生存优势。

五、结论

本文以网络语境中高频词项“谷子”为研究对象，结合《现代汉语词典》（第7版）释义与微博、抖音、小红书等平台的自然语料，从语义扩展与情绪语用功能两个层面考察其意

义演变及话语作用。研究表明:

第一,“谷子”的意义变化具有连续性而非断裂性。《现代汉语词典》(第7版)中“谷子”所体现的实体性、籽实属性及“可储存、非即时消耗”等语义特征,在网络语境中通过指称迁移被重新组织并部分保留,使该词得以从传统名物义转向指称二次元周边商品,并为其进一步向心理与情绪领域扩展提供语义基础。

第二,“谷子”的语义扩展主要表现为由指称义向情绪义、关系义与评价义的拓展。在具体用法中,“谷子”不仅指代商品实体,还被用作情绪寄托与陪伴性对象,并进入价值判断与自我叙述结构,呈现出网络流行语常见的抽象化、评价化趋势。这一过程可由隐喻/通感等认知机制以及语义范畴动态调整加以解释。

第三,“谷子”在网络话语中形成了较为稳定的情绪语用功能。它常作为情绪调节与自我安慰的语言资源,也可作为矛盾态度的承载点,从而在交际中实现情绪缓冲与心理支撑。与此同时,“吃谷”“晒谷”“摆谷”等表达的构式化与可复制性,进一步强化了该词的功能稳定性,使其在不同平台与场景中持续扩散。

本文的不足在于语料主要来自人工筛选的网络文本,尚未结合大规模语料库开展定量统计;此外,本文聚焦单一词项,对“谷子”与相关网络词汇之间的系统关系未作深入比较。后续研究可在扩充语料规模的基础上,结合语料库方法与对比研究,进一步揭示当代网络词汇语义演变与语用功能形成的共性机制。

参考文献

- [1]施慧,解学芳.谷子经济消费行为感知测度与决策机制研究[J].现代经济探讨,2025(12):30-44.
- [2]乐晶,王兆铭.青年新消费主义:“谷子经济”的发展脉络与文化机理[J].中国青年研究,2025(09):5-14.
- [3]欧阳跃明.数字时代的意义迁移青年“吃谷热”的社会学解释[J].中国青年研究,2025(09):15-25.
- [4]严雪雁,王茂福.“谷子经济”:情绪价值驱动下的青年文化消费实践——基于直播拆卡的虚拟民族志研究[J].内蒙古社会科学,2025,46(05):147-155.
- [5]丁雯琦.二次元角色消费社群的互动行为研究[D].浙江传媒学院,2025.
- [6]张岳佳.隐性的区隔——区隔理论视野下二次元粉丝群体谷子消费中的阶层分化探究[D].上海师范大学,2025.
- [7]林钰婕.“搭子”一词的语义研究[J].汉字文化,2025(05):107-110.
- [8]栗蕊蕊,王淼.Z世代“谷子”文化:表征、探因与引导[J].思想理论教育,2025(03):106-111.
- [9]牛朝阁.疯狂的“谷子”[J].中国经济周刊,2025(Z1):98-99.
- [10]李彪.中国网络流行语演化20年:机理、规律与转向[J].西安交通大学学报(社会科学版),2025,45(01):106-115.
- [11]吴炳璋,尹夏燕.网络流行语的来源、类型及其生成机制初探[J].邮电大学学报(社会科学版),2023,25(04):45-54.
- [12]郭小安,段竺辰.“荒诞中的理性”:网络流行语的语义嬗变及社会心态表征[J].广西师范大学学报(哲学社会科学版),2023,59(06):133-145.
- [13]黄西西.网络流行语“内卷”的语义演变及流行成因[J].汉字文化,2022(15):129-131.
- [14]王子轩.试析网络流行语中的饭圈用语[J].汉字文化,2021(13):135-138.

- [15]吴茜.符号·媒介·权力:网络流行语的青年身份认同建构[J].新疆社会科学,2021(01):133-139.
- [16]王梦.认知社会语言学视角下网络词汇的隐喻和转喻属性研究[J].湖南大学学报(社会科学版),2020,34(03): 147-153.
- [17]曾容,文旭.流行语语义动态范畴化的模因研究[J].当代修辞学,2019(03):86-95.
- [18]赵青青,熊佳娟,黄居仁.通感、隐喻与认知——通感现象在汉语中的系统性表现与语言学价值[J].中国语文,2019(02):240-253,256.
- [19]王佳鹏.在狂欢感受与僵化结构之间——从网络流行语看网络青年的社会境遇与社会心态[J].中国青年研究,2016(04):83-89,47.
- [20]刘大为.流行语的隐喻性语义泛化[J].汉语学习,1997(04):33-37.
- [21]中国社会科学院语言研究所.现代汉语词典(第7版)[M].北京:商务印书馆,2016.

Semantic Extension and Emotional-Pragmatic Functions of “Guzi” in Online Discourse

Wei JinShuang

(Zhengzhou University, Zhengzhou Henan Province, 45000)

Abstract: With the increasing integration of social media discourse into everyday communication, internet buzzwords have become an important window for observing semantic change and functional shifts in contemporary Chinese. In recent years, the term Guzi has appeared with high frequency on social media platforms. Originally a transliteration of the English word goods, Guzi initially referred to merchandise related to anime, comics, games, and other ACG subcultures. However, in actual usage, its meaning has expanded beyond the designation of commodities and entered contexts of emotional expression and value evaluation. Existing studies have primarily focused on sociocultural issues such as the “Guzi economy,” youth consumption, and emotional value, while relatively little attention has been paid to the semantic extension of Guzi as a lexical item and its emerging pragmatic functions in online interaction. Therefore, this study addresses three questions: (1) What distinguishable new semantic categories of Guzi have emerged in online discourse? (2) Through what mechanisms, including metaphor, metonymy, synesthesia, and categorization, are these meanings generated and conventionalized? (3) How does Guzi acquire pragmatic functions such as emotional regulation, psychological compensation, and attitudinal organization in specific discourse contexts?

Previous research provides important theoretical foundations for this study. Studies on internet buzzwords have shown that lexical meanings often expand through metaphorical generalization and dynamic categorization. Cognitive linguistic approaches suggest that metaphor, metonymy, and synesthesia facilitate cross-domain mappings from objects to emotions and interpersonal relations. Meanwhile, research on emotional value in consumer culture indicates that certain noun expressions may undergo functional shifts when embedded in highly recurrent emotional structures. Building upon these perspectives, this study adopts a lexical case-study approach, using naturally occurring online discourse data as its primary corpus and taking the definitions provided in the seventh edition of Modern Chinese Dictionary as a reference point. The analysis follows the trajectory of “dictionary meaning →

online referential meaning → semantic extension → emotional-pragmatic functions” to examine the semantic and pragmatic development of Guzi in contemporary Chinese internet discourse.

Keywords: Guzi; Internet Buzzwords; Semantic Extension; Affective-Pragmatic Functions; Constructionalization

作者简介:魏金双,女,郑州大学研究生。