

# 时尚“族词”现象新探

李珂

(湖南工业大学, 湖南 株洲 412007)

**摘要:**“族词”从诞生之日起便显示出勃勃生机,并借助网络媒介而迅速壮大。但凡略具某种共性的,不管是人还是物,均能以“族”冠名之。其形成有理论可据,体现了语言中词汇系统的相似性和语言的自律特点。其构型具有“现成性”,反映了人们的一种思维惯性。其广泛传播也折射出独特的社会用词心理倾向。

**关键词:**时尚族词;理据;思维惯性

## New Interpretation of the Phenomenon of Fashionable "Words Families"

LI Ke

(Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** The word "families" shows its vitality since the date of its birth and it grows rapidly through the network media. People or objects whatever shares some common character are named according to their "kinds". Its formation has its theory to rely on reflecting the similarity of language vocabulary system and language's self-discipline characteristics. The "ready-made" nature of its formation reflects people's habitual way of thinking, their wide spreading reflecting unique social psychological tendency of words.

**Key words:** fashion tribe term; grounds; habitual way of thinking

族这个术语是随瑞典学家高本汉“Word Families in China”一书进入我国的。不同的语言学词典对词族有不同的理解。《现代汉语词典》:词族抑或族词即指有某种共同属性的一大类词。<sup>[1]</sup>目前,语言学界对词族的理解主要有两种:一是指同源词;一是指由同一词素构成的一系列词的聚合。本文所说的词族是指后者。

### 一 时尚新词语中的“族词”现象

近几年来,由于社会激烈的竞争,工作压力或情感的孤独,使大量时尚“族词”出现在网络中、生活里。“族词”从诞生之日起便显示出勃勃生机,在联想的认知心理基础上,合乎人们的思维规律,体现出直观和类比的思维方式,以仿拟的形式迅速扩大开来。“族”词是在语言的求新机制、同化机制、类化机制等作用下而涌现出来的,并借助网络媒介而迅速壮大起来。这类族词是一种语言现象,也是一种社

会现象和文化现象。具有相当的能产性,其使用呈现出日益增长的趋势。<sup>[2]</sup>

例如:时下“零距离、零增长、零利率、零噪音、零首付、零起步、零接待”等一大批以“零 X 形式”的新词族涌现。继“酒吧”一词兴起后,近年来新出现了“车吧”、“网吧”等“X 吧”的一系列“吧族”新词语。“咖啡吧、网吧、影吧、书吧、泡吧、股吧、楼吧、酒吧、氧吧、水吧、冰吧、茶吧、布吧、影吧、书吧、餐吧、网吧、陶吧、啡吧”,甚至衍生出:“吧男、吧女、吧台、吧姐、吧友”等。借自日语的“族”,已作为汉语的词缀,构造出一批新的派生词“炒股族、电脑族、飙车族、上班族、休闲族、追星族、打工族、闪婚族、闪离族、推销族、啃老族、哈韩族、数码族、留守族、漂一族、宅一族、考研族、毕婚族、隐婚族、冬泳族、书包族。另外还有象声、字母、数字形式的,如“咔嚓一

收稿日期:2009-09-25

基金项目:湖南省教育厅科学研究项目“时尚新词及其语用价值考察分析”(08C054)

作者简介:李珂(1973-),女,湖北武汉人,湖南工业大学副教授,硕士,主要从事语用学、方言学研究。

族”(部队摄影爱好者)、“DV一族”、“ISO9000一族”、“E卡族”(奥运会新闻记者)。“族”表示“一群人”或“一类人”,而“上班族”指“每天按一定时间上班的人们”,“追星族”指那些狂热崇拜明星的人们;“的士族”指经常“打的”的人们。它们之所以能够保住自己在汉语中的稳固地位,并“发家成族”,主要得益于所采取的一项措施,即:指称范围扩大,引申出新的含义。从音节数量来看,双音节到八音节都有,其中以三音节和四音节为主要形式,在所统计的310个词语中,三音节的有132个,四音节的有109个,二者占到77.74%,<sup>[3]</sup>占绝对优势;在构成词语时“族”与“一族”并存,大多可通用。族词构成方式变化多端、随意自然。有直接构成、直陈其意的,如“鼠族”、“打工族”、“邮购族”;也有借助一定修辞手段、曲折表意的,借代手法的如“拇指族”、“白领一族”、“街舞一族”,比喻手法的如“爬格子一族”、“候鸟一族”、“排头兵一族”,换义手法的“月光族”更是妙趣横生,它是指“每月都把收入花得精光的个性年轻人群体。有的已经流行甚至进入了普通话词汇系统,有的形成时间还不长,尚未完全定型凝固。但凡略具某种共性的,不管是人还是物,均能以“族”冠名之。所用之轻松随意,感觉之时尚新潮,使“族”具有了极强的亲和力,其表达形象、传神、时尚、与时俱进,为语言增添了活力。

## 二 “族词”现象形成的理据

新词语中族词现象是有理有据、有章可循的,并非个人臆想,必须遵循语言系统内部规则。由某一相同的语素构成的一群复合词,这一相同语素既可以是自由语素(或叫词),也可以是半自由或不自由语素(或叫构词成分),有人甚至把它称之为构词语模,词语模这个概念是李宇明先生提出的,他认为新产生的词语有一个现成的框架背景,这个框架背景就象造词模子一样具有较强的生产能力,每个词语模都可以造出一大批词语。词语模之所以能产,其原因主要在于:其一,它具有“现成性”。其二,它反映了人们的一种思维惯性,是一种思维模式。其三,大部分词语模都与社会关注的热点和发展较快的社会领域有关。<sup>[4]</sup>

从语言学的角度来看,汉语引入大量外来语词汇的现象叫做语言借词。从衍生方式看,一般而言,共同语中的一个新词的构型,通常有源于共同语内部、源于共同语外部以及源于共同语内部与外部相结合等几种模式。其中,源于共同语外部的,又

可细分为源于外来语、源于本族语中的方言等模式。<sup>[5-6]</sup>不管怎样,它都是附着在单音节、双音节甚至多音节的“X”前面或后面,构成一大批复合词,表达一系列的事物或现象。例如:“X吧”和“吧X”新词,是以“吧”为类词缀、具有相同结构特征的一系列新生词语。“吧”在新词中的位置固定,具有一定的构词能力,具有构词的类化性(即标志词性的作用)。经过仿拟类推,以“吧”语素为语义基础,产生了形形色色的“X吧”,从词源上看,“X吧”的最初形式是“酒吧”,“X吧”中的“吧”是bar的音译外来词,“吧”与bar没有意义上的任何联系,只是音同形同罢了。并且在意义上经历了一个从特殊到一般的词义扩散过程。因此出现了“泡吧、迪吧、蹦吧”等一系列仿造派生词。仿拟“酒吧”而来的汉语自造词,实际已经形成了一个“X吧”的词语模,只要具备特定功能或设施的休闲场所都可以套用这个词语模来命名。而当人们要表达现代都市人的生活方式或需要表示在“xx场所”时便以“X吧”为词语模仿造出:“咖啡吧、网吧、影吧、书吧、泡吧、股吧、楼吧”等词。这种构词方式既符合语言的经济原则,又易于被人们接受。

词族这种现象体现了语言中词汇系统的相似性和语言的自律特点。<sup>[7]</sup>相似性是指人们以现有的构词结构模式为标准,比照相同语素的词的结构创造新词。它不具有任意性,而是有理有据的,只有这样,新词语才容易为人们所理解,语言才能保持它作为社会交际工具的连贯性。语言的自律是指语言内部的约束功能。语言作为人类特有的一种符号系统,在长期的发展中形成了比较稳定的内部规则,这些规则制约着语言使用者的创造运用。它们是相辅相成的:一方面,依照相似性原则,创造出大量新词;另一方面又受到语言内部规则的制约,我们不能脱离、破坏其规则生造词。其实从更高层次上说,词族体现了类推的思想,在保持相似性的同时又具有一定的差异性。可以这样说,新词语的创造者心中存在着一个语言框架,它规范着创造者的行为。同样的道理,人们在产生认同,逐渐使用新词语时,仍然受到语言结构框架的制约,只有双方都理解认同某个相同的“概念”时,新词语才容易为人们所理解,语言才能保持社会交际工具的连续性。正如萨丕尔在《语言论》中阐述的:“一个新概念的产生总是在旧语言材料的使用多少有点勉强的时候或是扩大的时候预示出来的,这个概念在具有明确的语言形象之间是不会获得个别的、独立的生命的。在绝大多

情况下,这个概念的新符号是用已经存在的语言材料,按照老规矩所制定的极端严格方式造成的。<sup>[8]</sup>

### 三 “族词”现象折射的社会用词心理倾向

词族的出现反映了随着社会经济的发展而出现的新事物和新现象,折射出一定的社会心理和意识。词族的蓬勃兴起是在社会变化的大背景下出现的,有其社会文化属性,但其意义建构一定离不开人的创造性的认知操作。面对层出不穷的新事物、新现象,新词语要及时记录它们,以适应社会交际的需要,新词最能反映其时其地读者所处的社会及其所使用的语言,即能全方位反映时代面貌和当前的社会生活。也就要求语言词汇创造出新词语去反映,不断淘汰旧词旧义和变更词义轻重、表情色彩等去适应交际的需要,词汇记录着人类社会的变化、思想观念的更新。求新是人们普遍具有的一种心理,这也是促进创新的一种动力。形式的新颖包括在语言表达上力求创造和运用新的表现形式。<sup>[9]</sup>词族现象除了有其独特的语言价值外,它还为我们提供了透视社会变迁,考察人们思想观念变化等方面的认识价值。

词族词语大量出现和社会语用条件有着紧密的联系。一方面现代社会生活节奏加快,反映到语言运用上则要求以最简单的形式表达丰富的内容。<sup>[10]</sup>另一方面由于社会生活的发展,新事物、新概念层出不穷,人们便以仿拟的形式创造出大量的新词语。类似的族词在媒体和网络中渐渐火起来,以青年群体为中心散播开来,这反映了人们社会用词的心理需要,我们的时尚用语不仅得到人们的认可,还会被飞速传播和反复使用,不断繁衍出家族新成员,呈现出使用率高、迅速扩大趋势。从社会语言学的角度看,“族词”的广泛流行,除了可以满足人们追求新颖、超常的表达效果的需要,还具有特定的迎合大众心理的社会语用义,以适应迅速变化的社会生活的表达需要,符合当代人追求时尚的心理特点。如:“吧族”词构词能力如此之强,有它衍生的社会背景,“吧”族新词已不仅仅是一种语言现象,它已深入到社会文化的方方面面,形成了一股蔚为壮观的“吧”文化潮流,并且折射了当今人们的几种社会文化心态:“x吧”等族词的繁衍,充分反映了改革开放后,中国人现代生活中蕴含的一种独特的文化、独特的生活理念——讲究生活情调,讲究身心享受

的现代生活方式。

族词的时尚、俏皮,已经成为年轻人交流中不可或缺的一种表达手段。趋异心理满足了他们张扬自我个性的心态,追求新奇独特。而一些族词在一部分人中先行使用后,受趋同心理的影响,他们更乐意采用信息量丰富、表现力强、形式别致的族词,这些词的批量涌现正好符合人们求新求简、追求个性化的语用心理。在多元文化社会中,人们追求潮流,追求个性前卫、新锐,特别是年轻人通过新词语来适应变化的心理。社会语言学家 Giles认为:“使用者在使用语言时,因受其文化价值等主观心理因素影响,会做出不同选择——趋异心理和趋同心理。<sup>[11]</sup>此外,族词词语具有较强的实用性,引起听觉和视觉上的新鲜刺激,迎合青年人这一特定群体的大众接受心理,还间接反映出了社会心理因素在语言使用中的作用与影响。同时受当代特有的消费文化心理的影响,族词以其独特的意象、认知思维作用、普遍的知识性、诙谐的趣味性和特有的青春气息,给汉语世界带来了一股清新之气。

#### 参考文献:

- [1] 现代汉语词典[M].北京:商务印书馆,1978:1350
- [2] 赵爱萍.时髦“族词”及其社会、心理透视[J].齐齐哈尔师范高等专科学校学报,2009(4).
- [3] 赵国.“X族”的语言学分析[J].云南师范大学学报,2007(4).
- [4] 李宇明.词语模[M]/邢福义.汉语法特点面面观.北京:北京语言文化出版社,1999.
- [5] 于全有.一种非常值得注意研究的“非常”语言现象[J].语言文字应用,2000(1).
- [6] 于全有.语言理论与应用研究[M].北京:中国社会科学出版社,2001:291~301.
- [7] 刘大祥.从“零X”族词看新词语中的词族现象[J].宜宾学院,2005(7).
- [8] 萨丕尔.语言论[M].北京:商务印书馆,2000.
- [9] 李珂.“X吧”族新词现象的多角度语用分析[J].湖南工业大学学报:社会科学版,2008(6).
- [10] 沈梦瓊.试论新词缀化的汉民族性[J].南京师范大学学报,1995(1).
- [11] 王静,徐雪平.大陆与香港语词融合社会心理透视[J].常熟高专学报,2002(1).

责任编辑:卫华