

# 新时期网络喻人词语的特征分析

刘 瑜, 冯海霞

鲁东大学文学院, 山东 烟台

收稿日期: 2023年4月23日; 录用日期: 2023年5月22日; 发布日期: 2023年5月31日

## 摘 要

本文借助认知理论和性向理论, 试析新时期网络背景下出现的汉语喻人词语的源域特征和目标域特征, 基于此探究喻人词语在使用过程中其评价色彩的相关呈现。通过观察喻人词语实现对他人评价的过程, 可以反映大众受网络这一特殊现代环境影响下凸显出的认知趋向和价值标准。

## 关键词

网络喻人词语, 目标域, 源域, 评价色彩, 价值标准

# Analysis of the Characteristics of Network Metaphors in the New Era

Yu Liu, Haixia Feng

School of Liberal Arts, Ludong University, Yantai Shandong

Received: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2023; accepted: May 22<sup>nd</sup>, 2023; published: May 31<sup>st</sup>, 2023

## Abstract

This article uses cognitive theory and orientation theory to analyze the source domain characteristics and target domain characteristics of Chinese metaphorical words that appear in the context of the new era of the internet. Based on this, it explores the relevant presentation of the evaluation color of metaphorical words during their use. By observing the process of evaluating others through metaphorical words, it can reflect the cognitive tendencies and value standards highlighted by the public under the influence of the special modern environment of the internet.

## Keywords

Network Metaphorical Words, Target Domain, Source Domain, Evaluate Color, Value Standards



## 1. 引言

借助互联网的飞速发展及其强大影响力, 线上交流形式已经普及到了人们的日常交际生活中。“作为语言中最活跃的要素, 词汇往往能够更敏感地反映出社会生活和社会生活的变化。”[1]在网络语境中, 部分词汇不仅呈现了时政信息、社会热点现象等产生及变化, 还能够反映出互联网文化背景下人际间的评判标准, 从而折射出当下人们的人生态度和价值取向。这类词语正属于“性向词汇”的范畴。栾竹民、施晖指出, “性向词汇”又被称为“对人评价词汇”, 即对人的性格态度、日常行为及人品等加以评价时使用的词汇群体[2]。而“性向词汇”中存在着大量的基于隐喻和转喻等认知手段生成的比喻词汇[3]。其中, 有一部分词语原不指人, 后经隐喻、转喻等映射过程继而具有了形容或代指某类人的意义, 即喻人词语。

本文选取了 221 个现行网络环境中具有代表性的喻人词语, 借助概念隐喻和概念转喻这两类人类基本的认知手段[4], 初步分析其源域和目标域的特征。同时借助“性向词汇”理论, 挖掘人们对不同类型的人产生的共性认知以及评价共识, 即呈现出的评价色彩, 并基于此探讨国内网民的价值取向。

## 2. 网络喻人词语的源域特征

新时期网络喻人词语以互联网这一语言环境为土壤, 借助网民之间的身份认同和经验共识得以快速发展。“制约源域选择的认知凸显性选择主要有三大决定性因素, 即人类体验、知觉选择性和文化偏好。”通过对喻人词语的源域进行归纳整理, 可将网络喻人词语的源域选择大致分为以下三大类:

### 2.1. 具体事物喻人

具体事物喻人指的是以人们日常生活可以感知得到的, 有具体物质载体呈现的事物进行喻人。通过观察, 可将这类喻人词语分为七小类, 分别为以身体喻人、以动物及其器官部位喻人、以植物及其器官喻人、以器物喻人、以衣食喻人、以天地自然类事物喻人和以建筑物及处所喻人。人体喻人一般通过概念转喻来实现, 如“大腿”比喻玩游戏熟练, 十分厉害的高端玩家; 动物及其器官部位喻人有如“菜鸟”比喻刚学会上网而操作技术尚不熟练的人, 也指在某领域水平较低的人; 植物类喻人词语有如“奇葩”原指奇特而美丽的花朵, 后比喻非常出众的人物, 也比喻不落世俗, 个性十足的人; 器物类喻人词语有如“水桶”比喻指在论坛、贴吧里灌水较多的人; 衣食类喻人词语有如“绿茶”比喻表面善良、清纯可爱的, 背后却处心积虑、虎视眈眈别人男朋友的一些作风不良的女性; 建筑物及住所类喻人的词语有如“门面”比喻组合团体中颜值最高的人; 天地自然类事物喻人的词语有如“白月光”比喻心心念念、可望而不可及的人。

经统计, 以具体事物喻人的词语共有 159 个。

### 2.2. 抽象事物喻人

抽象事物喻人一般指以无具体实物载体寄存的, 人们依靠认知经验和生活体验总结出来的抽象概念信息来比喻某一类人。通过考察, 可将这类抽象事物喻人的词语大致分为四类, 有鬼神妖魔等虚拟形象、疾病病症、人的性格、能力和外貌、感官体验等抽象事物。如“柠檬精”比喻羡慕、嫉妒、“酸”别人的人; “头疼”比喻受领导疼爱的, 常专指单位一把手娇宠的女性; “社恐”比喻在社会交往时

感觉到有压力、不自在, 不能以正常的方式表达自己的意见或者态度的人; 还有如“小白”这一以视觉感官体验到的颜色喻人的词语有多重喻人义位, 比如: 1) 新手, 菜鸟; 2) 指幼稚、头脑简单、没有文化的人; 3) 随意剽窃他人原创数据, 后传播、发布、挪用或二度创作的人。经统计, 以抽象事物喻人的词语共有 45 个。

### 2.3. 其他喻人词语

上述分析的词语一般都选择较为单一的具体或抽象的事物喻人, 且其所属类型数量较多, 可形成聚合。除此之外, 部分网络喻人词语的源域来源可能涉及到两种类型事物组合, 如“鬼畜”一词中既有虚拟形象“鬼”, 兼有“畜”这一具体动物形象, 两者组合起来共同比喻像魔鬼畜生一样残酷无情的人, 现在也泛指有心理变态倾向的流氓或淫棍; 以及部分难以形成类属聚合的词语, 如数字序列词“老六”比喻游戏中水平高超的玩家, 又指游离于团队外, 水平不高且不懂配合的人, 后泛指让人感到无语的人。我们将以上类型的词语统一归纳到其他喻人中。这类词语数量较少, 共 17 个。

通过对整理分析网络喻人词语的源域来源可知, 以具体事物喻人的词语数量远远多于以抽象事物喻人的词语。这也是由于人类在看待世界万物, 并与世界进行互动时通常以自我为中心。基于此, “在选择源域时, 与人类生活距离较近的具体的物体会更加凸显, 与人类互动的物体比与人类无互动的物体更容易被选择” [5]。而在网络这一虚拟环境中, 人们在语言使用和思维认知获得更多自主意识和选择权的基础上, 依然会选择距离人们日常生活较近的, 为广大群众所熟识的具体事物作为源域来实现由物到人的映射过程, 以此拉进与同一言语环境中的群体的距离, 与之产生共鸣, 以此获得更大的表达效果。

## 3. 网络喻人词语的目标域特征

喻人词语通过相似性或相近性映射到“人”这一限定性目标域中。虽然喻人词语的目标域仅仅指“人”这一客观存在, 但“人”也包括多种类型、多重属性。接下来, 本文将从“人”的性别和属性这两个方面对网络喻人词语进行特征提取。

### 3.1. 性别特征

通过观察网络喻人词语的目标域可知, 通过映射所指的“人”中, 具有明显性别特征的词语共有 45 个, 其中特指男性的共有 17 个, 如“下号手”“绿箭”等; 特指女性的共有 28 个如“水母”“网蝶”等。另外, 无具体性别特征而泛指某类人的词语占大多数, 共计 174 个, 如“复读机”“冬瓜”等。

由此可见, 随着市场经济的发展, 每个人作为社会成员都积极参与到社会生产中。因此, 人们在对人类群体进行观察时, 通常会聚焦在人的特质的体现上, 而打破了性别差异的壁垒, 表达对某一类型人物的态度和情感。这也是由于人们的个人价值观念、人格独立意识逐渐觉醒, 两性之间在政治参与度、经济地位、社会需求度、个人未来发展需要上的差异逐渐缩小, 逐渐打破了前社会中男性掌握话语权的社會形态, 女性的话语权逐渐得到提升。

### 3.2. 属性特征

网络喻人词语的目标域所指代的人物类型一般都具备某些突出特点, 使其与其他类型的人物形象区分开来。通过分析这部分网络喻人词语目标域中的修饰性成分并提取人物类型中的属性特征, 大致可以看到从人的职业、爱好、能力、地位、身份、品质、外形外貌、行为、状态、性格等 10 个方面来形容各人物类型。其中, 部分词语不只存在一种属性, 而是包含了两种或两种以上属性。基于此, 笔者对各个词语进行拆分标注, 以 10 小类人物属性作为数据统计的主体, 暂不统计多类混合的情况, 具体统计类型可见下表 1。

**Table 1.** Distribution of target domain attributes in network anthropomorphic words**表 1.** 网络喻人词语中目标域属性的分布情况

属性特征	数量	例证
性格	14	【翻车鱼】常指性格敏感纤细, 胆小而容易惊慌不安的人, 或社交恐惧症患者。
爱好	25	【粉丝】指迷恋、崇拜, 狂热追求某个名人的人。
能力	28	【大神】比喻在玩游戏、学习或某方面掌握超越常人技能、造诣深、很厉害的人。
地位	5	【脖领】比喻微博一族中的领袖级人物, 其微博的关注率、点击率较高, 粉丝众多。
品质	16	【臭鱼烂虾】比喻窝囊、没用的人。
身份	33	【草根】指平民百姓、普通群众。
外形外貌	27	【青蛙】网络上戏称长得丑的青年男子。
行为	96	【舔狗】指对方对自己没有好感, 还一再地放下尊严地用热脸去贴冷屁股的人。
状态	8	【咸鱼】① 处于困境中的人; ② 不做事、不想动、失去梦想的人。
职业	12	【公号狗】指新媒体公众号运营者。

经上述统计可知: 首先, 在网络喻人词语中, 人的行为动作是网民在社交时最先观察到的方面, 且其数量远远超过其他各类; 其次是以人的身份作为目标域特征的词语; 再次是以人的能力、本领和技能实现“人”的映射的词语。另外, 以人的爱好和外形外貌作为属性的目标域特征的词语数量也相对较多。除此之外, 其他目标域人物属性所对应的词语数量均在 20 个以下。

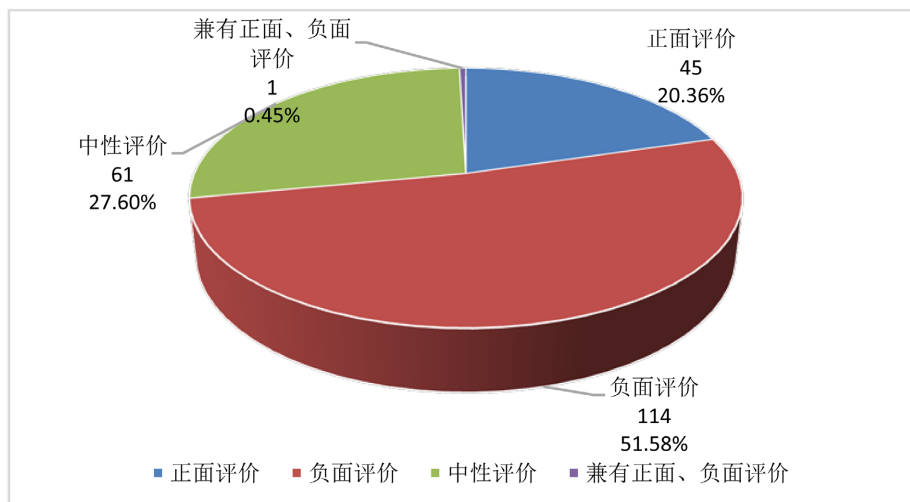
由此可见, 在网络这个大环境中, 人的内在和外在都充分被挖掘并得到广泛关注, 并借由词汇这个对语言环境、社会热点极度敏感的物质载体呈现出来。

#### 4. 网络喻人词语的评价色彩

“比喻词汇”是指人与自然、事物等语义范畴的一种互换[6]。喻人词语也即通过对客观事物的细致观察, 实现由“物”及“人”这一目标域的映射过程。基于这一认知过程, 人们在对他人进行评价时为了达到更为形象逼真的效果, 同时基于中国人民自古以来所具有的“含蓄”“内敛”的语言表达习惯, 往往会使用“比喻词汇”。井上博文指出, 比喻造词是性向词汇的重要构词法之一[7]。网络喻人词语多产生与互联网这一新兴语言社区中, 因此这一类性向比喻词汇根植于中国本民族传统优秀文化中, 并深受网络快时尚文化的影响。人们选择网络中新兴的事物指代不同类型的人物形象, 同时起到评价他人的作用, 且“评价”行为往往带有评价者的价值判断和情感色彩。

评价者赋予被评价者的性质色彩是创造和使用喻人词语的重要前提, 也是情感隐喻、转喻的落脚点。“语言本身是中性的, 并不存在正负之分, 但语言的使用者却可以按照其社会观念和价值观念, 赋予语言一定的语义色彩。”[8]探究人际之间的评价, 要重点关注目标域的评价色彩。通过归纳, 可将喻人词语中的评价色彩分为 3 类, 即正面评价、负面评价和中性评价。

通过对 221 个网络喻人词汇的语义色彩进行标注, 发现呈现正面评价的词语共有 45 个, 如“宝藏”表示珍贵且难得的人; 呈现中性评价的共有 61 个, 如“沙雕”, 现多比喻有趣的人和搞笑的人, 词义较为中性, 需要根据双方的关系决定其褒贬性; 而呈现负面评价的共有 114 个, 如“白莲花”喻指外表看上去纯洁, 其实内心阴暗, 思想糜烂, 一味装纯洁、装清高的人。另外, 兼有正面评价和负面评价的词语仅有“小黑”一词, 既比喻长得黑的女孩子, 又比喻聪明的人。具体占比情况见下图 1。



**Figure 1.** Distribution of target domain evaluation colors in network metaphorical words  
**图 1.** 网络喻人词语中目标域评价色彩的分布情况

由上**图 1**可知,属于负面形象词汇的数量最多,约占网络喻人词语总数的51.58%,远远超越正面评价和中性评价词汇。对此,室山敏昭曾指出三点内容:1)“性向词汇”具有正、负两面的对立结构原理。2)负面评价词汇量大大超过正面评价词汇量,具有“下降性倾斜的原理”(即负的原理)。3)负面评价词汇一般多用于不在场的“第三者”,话语者双方通过对第三者进行批评与评价,以此达到心理上的同化与一致,有助于维持和构建亲密、友好的人际关系等[9]。同样,在当下网络环境中,喻人词语也呈现出了这样的特点。

在当今社会主流意识形态下,正面积积极的理想人物形象往往是人们不懈向往和努力追求的,因此除了对人物客观状态描写,无主观意识评价的中性词汇外,具有正面评价的人物形象是必不可少的。但体现在“性向词汇”中,更多的是通过负面评价词汇来进行自我约束,警惕不能成为类似非积极、非理想的人物。同样,喻人词语也为体现时代楷模,刻画非正面形象,净化网络环境带来了积极作用。

## 5. 结语

新时期网络视域下,喻人词语凭借其含蓄、幽默的表达效果成为了“性向词汇”的重要组成部分,在评价他人时扮演了生动形象的关键角色。大众在创造和使用喻人词语时,往往会选取距离人类生活较近的客观存在的具体事物作为喻体进行跨域隐喻、转喻,从而获得某一类人物群体的抽象形象。在这些形象中,大多是没有具体性别指征的人物群像,另外,指向女性的喻人词语要多于指向男性的喻人词语。关于目标域的属性指向上,人的内在和外在都充分被挖掘并得到广泛关注。其中,人的部分具有代表性的言行举止更易成为喻人词语目标域的指称方向。网民在对各类人物形象进行评价时,负面评价最多,其次是中性评价,而正面评价最少。网络环境中产生的网络喻人词语,一定程度上呈现了部分当下社会热点现象,侧面反映了在网络这个开放、自由、包容的言语社区中的“众生相”。探究网络喻人词语的特征,有助于进一步认识喻人词语背后的文化背景和衍生动因,理解“性向词汇”背后人们的价值观和评价机制,也能够更为直观地呈现出新时期大众的生活面貌和社会的万千变化。

## 参考文献

- [1] 陈原. 语言与社会生活[M]. 北京: 三联书店, 1980.
- [2] 栾竹民, 施晖. 浅探中日两国价值取向的异同——以“性向词汇”为切入点[J]. 国际关系学院学报, 2008(6):

59-66.

- [3] 施晖, 李凌飞. “动物比喻词汇”的汉日对比研究——以“性向词汇”中的“虫”族喻词为中心[J]. 东北亚外语研究, 2020, 8(4): 29-37.
- [4] Lakoff, G. and Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press, Chicago.
- [5] 张炜炜. 隐喻与转喻研究[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2020.
- [6] 施晖, 栾竹民. 中日韩三国“性向词汇”中的“比喻词汇”对比研究初探[J]. 东北亚外语研究, 2018, 6(2): 16-24.
- [7] 井上博文. 方言性向词汇的造词法——熊本县砥用町方言[J]. 学大国文, 2002(45): 33-61.
- [8] 王晓朝. 传统与后现代[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2006.
- [9] 室山敏昭. 横向社会的构造与意义——以方言性向词汇为视角[M]. 大阪: 和泉书院, 2001.