

# 现代汉语中语言的创新性使用研究

## — 以网络新型货币计量单位为中心 —

李 明 月\*

### <目 次>

I. 引言	IV. 网络新型货币计量单位的特征
II. 先行研究分析	V. 网络新型货币计量单位创新性使用的解释
III. 网络新型货币计量单位的概念与来源	VI. 结论

## I. 引言

随着互联网的飞速发展，网络语言也在不断创新演变。新词、新短语层出不穷，成为了人们在虚拟世界中交流的重要工具。自2023年9月起，“花西子”一词突然被网友广泛应用于货币计量单位。“花西子”是由浙江宜格企业管理集团有限公司注册于国家知识产权局商标局的一款彩妆品牌，其以“东方彩妆，以花养妆”为理念，于2017年3月8日诞生于中国杭州。在今年九月之前，“花西子”仅仅是上述彩妆品牌的一个称谓，其词性为名词，在语言上的运用主要体现为如下所示的名词性典型用法。如“花西子”在以下例句<sup>1)</sup>中分别担任主语、宾语、定语角色。

\* 국립안동대학교 중국어문·문화학과 초빙교원

1) 本文的例句主要来自抖音、微博以及百度等网络平台。

- (1) a. 花西子属于中端档次的彩妆品牌。  
b. 说到国内比较出名的彩妆品牌就不得不说花西子了。  
c. 花西子气垫的持久度也很不错。

但是在9月以后，“花西子”除以上名词性用法外，在网络上还产生了如下所示的货币含义或货币量词用法。

- (2) a. 出门去挣花西子了。  
b. 今天股市亏了一百个花西子。
- (3) a. 我一小时工资是1/4花西子。  
b. 今天外卖25，吃了1/3花西子！我有罪！

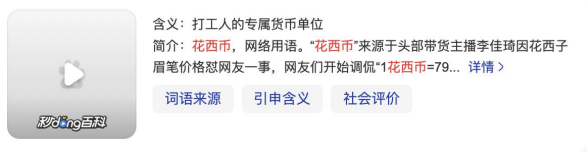
并且由于网友们的广泛使用，“花西币”一词也顺势而生，甚至该词语已被记录在“百度百科”上，对其解释为“打工人的专属货币单位”<sup>2)</sup>。同时，“花西币”一词也被网友广泛应用于货币计量构式中，如下所示：

- (4) a. 一天挣多少花西币才算努力？  
b. 你赚一花西币需要多久？

由此可见，属于化妆品品牌称谓的“花西子”以及由此引申而来的“花西币”都已经被人们用于货币本身或货币计量量词单位。其实这样的网络新型货币计量单位<sup>3)</sup>不仅仅只有“花西子”，还有由人名转换而来的“爽”、“伦”、“薇”、

2) “花西币”在百度百科中的介绍如下图所示：

[花西币\(网络用语\) - 百度百科](#)



3) 本文所讲的“网络新型货币计量单位”并不是指对网络货币进行计量的单位，而是指在网上使用的新的货币单位，还是用来计算传统的货币的。

“冰”、“宏”、“芒”等。基于这类网络新型货币计量单位创新用法的出现,本文旨在以此为研究主题并结合构式语法的基本理论为其创新性使用提供理论性解释。这样的研究也将为我们解释语言发展的规律提供重要的参考与贡献。通过深入探讨这类语言现象,我们可以更好地理解语言演变的机制,从而为我们的语言学研究拓展新的视野。

## II. 先行研究分析

先行研究分析主要围绕网络词语和量词两方面展开。

网络词语的研究已经形成了一个多学科交叉的研究领域,它涵盖了语言学、社会学、传播学、心理学等多个学科的研究方法和理论框架。在语言学的研究上,主要体现为网络语言的概念、网络语言的类型、网络语言的特点、网络语言的生成方式以及一些个别网络语言的研究。有关网络语言概念的研究主要有于根元(2002)、周红波(2001)、郑汉远(2002)、张虹(2010)、刘海燕(2002)等,这些学者大多将广义的网络语言分为网络专业术语、网络特别用语、网民交流时使用的常用语三种,而狭义的网络语言则仅是广义网络语言的第三种。在网络语言的类型上主要有王建文(2007)、阳蓉(2006)、李梅(2004)、聂小丽(2015)、杨梅(2021)等,他们主要将网络语言分为谐音型、图形符号类、词汇缩略型、旧词新意类等。在网络语言的特点上主要研究有胡吉成(2004)、李莉(2003)、戚晓杰(2002)、李蔚然(2004)、车佳恒(2009)等,他们指出网络具有具有简洁性、创新性、幽默性等。关于网络语言生成机制的研究主要有黄钰涵(2019)、原蓉(2020)、唐浪清(2023)、郑艳霞(2007)、蔡婧(2013)等,这些学者主要从认知视角对其进行了解释,如郑艳霞表示网络语言符合年轻人的心理需求、语言的经济原则以及人类思维发展的规律;黄钰涵、原蓉等利用原型范畴理论对其进行了分析。在有关个别网络语言的研究上主要有张谊生(2023)、崔海燕(2023)、董晓雯(2023)、白洁(2022)、王子

超(2022)、李平(2018)、蒋美云(2014)、张仕海(2012)、王同伦(2009)等, 这些学者依次对网络词语“很嗨/很哇塞/很凡尔赛”、“带感”、“破防”、“XX子(如绝绝子)”、“emo”、“安利”、“囧”、“五毛”、“山寨”进行了研究。

量词也被叫做单位词, 表示事物或行为的计量单位。根据黄伯荣&廖序东(1998), 量词一般可分为专用量词和借用量词<sup>4)</sup>。汉语学界对于量词的创新性使用大多集中在随着量词所修饰中心语的扩张其语义也得到发展的研究上。如易保树(2009)指出数量词构式的语义存在着由精确到模糊的语义变化; 熬双(2015)分析了“数词+量词+X”中的“X”为不同成分时数量短语的语义功能; 박정구、박은석(2015)分析了“一脸”所修饰的不同中心语成分名词、动词以及形容词分别代表的语义; 李明月(2023)研究了由于名量词构式“Num+NCL+X”中“X”的扩张以及动量词构式“X+Num+VCL”中“X”的扩张而引发的量词构式创新用法。相对而言, 汉语学界在量词自身的繁杂性上研究较少, 其中盛林(2003)在分析借用量词时表示汉语量词为适应语言表意的需要, 不断地从其它词类中借用转化而来, 这种随机性的量词借用, 无悖于汉语量词产生的规律, 只是修辞化、艺术化了。

先前的研究为我们奠定了一定的知识基础, 同时也凸显了本研究的必要性。首先, 通过先前对网络词语的研究, 我们注意到随着互联网的发展和社会的演变, 网络词语作为一种独特的语言现象已成为学术界关注的热点之一。然而, 目前汉语学界尚未对“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”等网络新型货币计量单位进行研究, 这造成了对这些网络新型货币计量单位在语言学、社会学以及文化研究领域的认知空白。其次, 根据量词创新性使用的先行研究可以发现, 此方面的研究主要集中在量词与不同成分搭配的语义扩展上。相较之下, 在量词类型自身的扩展方面, 研究主要集中在较典型的借用量词, 例如身体部位、工具等。此局限性使得对于一些新型量词

4) 黄伯荣&廖序东先将量词分为名量词和动量词, 又将名量词和动量词分别分为专用的和借用的, 这里直接表示量词分为专用量词和借用量词, 在专用量词和借用量词里又可以分为名量词和动量词, 与黄廖意思相同。并且朱德熙(1982)将其中的借用量词称为临时量词。

的研究尚未得到深入的探讨。综上所述,本研究旨在填补上述知识空白,以网络关注度较高的“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”等网络新型货币计量单位为主要研究对象,探讨它们的语言属性、语法特征以及在社会交流中的实际使用情况。此研究的成果也将为了解网络文化的特殊表达方式以及汉语在数字化时代的发展提供新的视角。通过对这些网络新型货币计量单位的研究,我们可以更好地把握当下社会语言的动态变化,并为未来汉语学科的研究拓展新的领域。

### III. 网络新型货币计量单位的概念与来源

#### 1. 网络新型货币计量单位的概念

根据百度百科<sup>5)</sup>，“互联网货币计量单位”的概念是：“互联网货币计量单位，网络用语中指在网上流行的钱的计量单位”。并且百度百科还具体给出例子，其中就有“一爽=208万”、“一薇=13.41亿”。互联网货币计量单位概念中的网络用语其实就是网络语言。于根元(2002)表示“网络语言”自身也是一个网络用语，其概念有广义与狭义之分。广义的网络语言可以分为三种<sup>6)</sup>：

- A. 与网络有关的专业术语(如“鼠标”、“病毒”)；
- B. 与网络有关的特别用语(如“黑客”、“网民”等)；
- C. 网民在聊天室和BBS上常用的词语和符号(如“美眉”、“7456”等)。

狭义的网络语言专指第三种情况。那么显而易见，本文所研究的新型货币计量单位“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”等属于于根元广义网络语言中的第三种，也可视为狭义上的网络语言。这些词汇是网民在网

5) 网址：[https://baike.baidu.com/item/互联网货币计量单位/60382904?fr=ge\\_ala](https://baike.baidu.com/item/互联网货币计量单位/60382904?fr=ge_ala)

6) 引言张虹(2010)对于根元(2002)网络语言概念的论述。

络上常用的表达，尽管它们可能已经渗透到了日常生活中，但网络仍然是其主要传播载体。

## 2. 网络新型货币计量单位的来源

网络词语是人类社会互联网时代的产物，它们是人们在数字化交流中创造的特殊语言符号。每一个网络词语都伴随着一个独特的社会性事件，这个事件往往在特定的历史时刻或社会背景下发生，成为了人们讨论和引用的焦点。同样地，网络新型货币计量单位也存在着社会事件背景，是社会事件的产物，它们承载着特定历史时刻和社会背景的痕迹。

### (1) 一花西子/币=79元

花西子脱离其自身实物意义作为货币单位广泛流行于网络用语中主要与一知名带货主播李佳琦有关。李佳琦是中国一位知名的网络直播销售员，常被称为“口红一哥”，他因在直播平台上销售化妆品和美妆产品而成名，拥有极高的支持率。截至2021年4月，李佳琦全网粉丝已突破1.5亿。但在2023年9月10号出现了突发事件。当时，李佳琦在直播间带货花西子眉笔，有用户在公屏上提出“花西子眉笔越来越贵了”，李佳琦突然发飙，不客气地对网友说到：“哪里贵了，国货很难的，眉笔一支79元，你还嫌贵，有时候找找自己的原因，这么多年工资涨没涨，有没有认真工作？”于是“李佳琦带货怼网友”的话题迅速冲上微博热搜，随后网友们开始调侃“1花西子=79元人民币”，“花西子”一词被广大网友应用于货币单位，戏称这是打工人的专属货币单位，还出现了“花西币”一词。并且根据上游新闻统计，微博话题“三斤花西子可买一套房”阅读量高达2.2亿，1.4万人参与讨论。

### (2) 一爽=208万

1爽等于208万主要来源于中国内地女演员郑爽。郑爽在拍摄电视剧新倩女幽魂时的演员片酬为1.6亿元，共拍摄77天，这样下来一天演员片酬约208

万余元。2021年4月,郑爽涉嫌签订“阴阳合同”被调查。最后根据国家税务总局通报:依法严肃查处郑爽偷逃税案件,追缴并处罚款共2.99亿元。随着郑爽偷税漏税事件的发酵,1爽=208万这一梗也被网友广泛流传,借此表达对流量明星天价片酬的不满。

### (3) 一薇=13.41亿

薇作为计量单位主要与一知名女主播薇娅事件有关。薇娅本名黄薇,是一名电商主播,在电商界名气颇高,有着“直播一姐”、“带货女王”的称号。据新华社2021年12月消息,浙江省杭州市税务局稽查局查明,网络主播薇娅在2019年至2020年期间偷逃税款6.43亿元,其他少缴税款0.6亿元。税务部门依法对黄薇作出税务行政处罚决定,追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计13.41亿元。由此1薇=13.41亿就此诞生。有网友对“一薇”这样解释:一薇,量词,指13.41亿元人民币。打破一爽,成为目前最高的新型计量单位。按照一爽208万计算,一薇=13.41亿 $\approx$ 635爽<sup>7)</sup>。

### (4) 一冰=8.84亿

冰作为货币计量单位与演员范冰冰有关。根据百度百科,范冰冰毕业于上海师范大学谢晋影视艺术学院,是华语影视女演员、制片人、歌手。她参演了一系列电视剧和电影,逐渐在演艺圈崭露头角。随着时间的推移,她成为了中国乃至亚洲最具影响力和知名度的女演员之一。然而,范冰冰也曾因涉嫌逃税问题在2018年引起了广泛争议,经媒体报道,范冰冰偷逃税案的处理结果是罚款8.84亿元,于是一冰等于8.84亿由此而生。虽然其税务问题发生在2018年,但是“冰”作为货币单位是在2021年与“爽”、“薇”等一起开始流行的。

7) 摘自上游新闻: [https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777002644571617173&wfr=s\\_pider&for=pc](https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777002644571617173&wfr=s_pider&for=pc)

(5) 一伦=1.06亿

“伦”作为货币计量单位源自演员邓伦的名字。邓伦是一名备受中国内地瞩目的男演员，他以出色的演技和阳光形象受到娱乐圈热爱。然而，因他偷税漏税的行为，导致“伦”成为网络热梗，成为网友口中的新型货币计量单位。根据2022年3月新华社报道，上海市税务局第四稽查局对邓伦进行了税务检查，最终确认其存在偷税漏税行为。税务部门决定追缴税款、加收滞纳金，并处以罚款，总计1.06亿元。这一事件不仅引发了公众对于税收问题的关注，也促使了“伦”作为新型货币计量单位的出现。

(6) 一宏=1.5亿

“宏”作为网络计量单位主要源于明星王力宏。王力宏是华语流行乐男歌手、音乐人、影视演员、导演，他以其独特的音乐风格和才华横溢的创作能力而享有极高的声誉。2021年12月17日，他的前妻李靓蕾在微博控诉自己被王力宏逼迫签署不对等婚前协议，并指控王力宏出轨、召妓。19日，王力宏回应前妻的控诉表示分开后分给前妻李靓蕾1.5亿，包括洛杉矶房子的一半，投资股票的一半等。但20日李靓蕾表示，赡养费一毛钱没有要，洛杉矶房产、股票为双方原有财产，不要试图混淆视听。根据上游新闻(2023)，网络梗“一宏=1.5亿”正是来源于王力宏自述的离婚费用。因与薇娅偷漏税被罚事件日期相近，不少网友把王力宏的离婚费与薇娅联系起来：“1薇=9宏，薇娅这些钱，都够王力宏离九次婚了。”

(7) 一芒=650

“芒”作为网络计量单位主要源于前时尚集团总裁及《时尚芭莎》总编辑苏芒。在2021年《五十公里桃花坞》的一档综艺节目中，苏芒就吃饭问题提议每天每人先交伙食费，宋丹丹表示可以先交650元。但是苏芒忙拒绝道：“你早上不喝奶不吃鸡蛋呀？我们要吃好一点！我不能吃那么差的伙食”。网友们看到后感到相当震惊，因为苏芒眼中650元一天的伙食居然被认为是很差的，这激起了网友们对明星奢侈生活的不满情绪，于是“一芒=650”成为了热

门梗。这个网络梗突显了明星的消费观与普通人不同，也引起了公众对明星生活方式的讨论和反思。

其实除了以上被网友提及较多的网络新型货币计量单位外，还有“庭”、“妍”、“恒”、“浪”等相对热点较低的网络新型货币计量单位，它们也都有着相应的社会事件背景。

#### IV. 网络新型货币计量单位的特征

##### 1. 从模因论看网络新型货币计量单位的组合特征

模因论(memetics)的核心概念是“模因(meme)<sup>8)</sup>”，它是由达尔文主义倡导者Richard Dawkins(1976)提出的，指的是可以被模仿的文化现象，类似于基因(gene)在生物中的传播方式。但不同的是模因是通过模仿传播文化信息，而基因通过继承传播生物信息。张丽(2022)表示语言在被复制和传播前，不能算是模因，只有说出来、穿出去，才算模因形成。由此可看，网络新型货币计量单位可被看作语言模因，已被大量模仿和传播，甚至随着相似社会事件的增加其模型也程增加趋势。只不过语言模因存在强势模因和弱势模因之分，强势模因具有较强的模仿力和传播力，受众人群较广；相反弱势模因具有较弱的模仿力和传播力，相比之下受众人群较少，但这并不影响网民将这些新型货币计量单位看作语言模因而复刻传播。

何自然&何雪林(2003)曾表示汉语的仿制主要可以分为四种：引用、移植、嫁接、词语变形。具体概念如下所示：

8) 根据张丽(2022)，“meme”拼音上模仿的是“gene”，源于希腊语“mimeme(模仿)”。

〈表 1〉 汉语的仿制方法

仿制方法	概念
引用	直接引用, 不做改变
移植	形式上无变化, 意义改变
嫁接	结构无变化, 关键词变成同型异义词
词语变形	复制发音, 字形改变, 意义回溯原表达的意义

何自然(2008)又将语言模因分为基因型和表现型两类, 其中基因型是指内容相同形式各异的传播方式, 而表现型是指形式相同内容各异的传播方式。综合上述有关模因构成和仿制方式的概念, 可以看出网络新型货币计量单位属于形式相同内容各异的表现型模因, 而不是内容相同形式各异的基因形模因。正如字面意思所示, 网络新型货币计量单位的生成不是由其自身携带的基因构成所决定, 而是在特定因素的影响下后天赋予的意义。同时它们的仿制方法为嫁接, 因此可以对其构成方式定义为同形异义嫁接。此时的同型指的是网络新型货币计量单位自身的形式, 如花西子、爽(郑爽缩略)等, 这些称谓名词被嫁接到量词构式“数词+量词”中的“量词”位置, 语义发生改变。这种嫁接仿制方式与构式语法相呼应, 新意的产生体现了构式的作用。并且构成方式为同形异义嫁接的网络新型货币计量单位与大多学者分类的网络语言中的“旧词新意”同属一类<sup>9)</sup>。

9) 张虹(2010)总结了有关网络语言类型的分类研究, 他表示网络语言可分类为如下表的6种类型。网络新型货币计量单位与下表中的第二种相符。

编号	类型	具体
1	图形符号类-形	标点符号、标点数字、标点字母组形
2	词义变化类-义	旧词新意和旧词别解
3	谐音替代类-音	同音汉字替代、字母谐音、数字谐音
4	外来词-来源	音译词、意译词、半音半意词
5	外语词-来源	从外国进入的词汇
6	词语缩略类	英文缩略词、汉语缩略词、混合型缩略词

## 2. 从范畴视角看网络新型货币计量单位的形式及语义特征

Goldberg(2019)表示“我们尽量遵守语言习惯,但在一定程度上,为了传达新的信息,我们必须创造性地使用语言”。网络新型货币计量单位的产生也伴随着新信息的传达,而这些新信息则需要通过母语话者翻阅可及的(accessibility)记忆对其进行重新构造,此时原本属于其他范畴的事物被创新性地运用为网络新型货币计量单位,这与它同形异义或旧词新意的构成类型不谋而合。范畴(category)是将事物或概念按照共享的特征或属性进行划分和分类的一种认知方式。范畴一般以原型为核心,通过家族式的相似性连接,逐渐向外扩展。Rosch(1978)、Lakoff(1986)等学者将原型定义为范畴中最好的样本、中心和典型成员等<sup>10)</sup>。但Ungerer&Schmid(2006)放宽了对原型范畴的概念,他认为应该把原型定义为某种认知参照点。原型范畴理论常被用于语义的研究中,一个词语的每一种语义都是范畴中的成员。“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”等网络新型货币计量单位根据某种认知参照点同样存在原型范畴和非原型范畴。

首先,考察“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”的原型范畴表现形式及意义特征。本文发现除了物品品牌“花西子”外,剩下的“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”都是专有名词中指人的称谓名词通过省略而来的,这些词可以恢复为完整固有名词“郑爽”、“邓伦”、“黄薇(薇娅)”、“范冰冰”、“王力宏”、“苏芒”。其主要用法如下所示:

- (5) a. 花西子的眉笔越来越贵了。  
 b. 郑爽回头看了看。  
 c. 看过《香蜜沉沉烬如霜》的人都很喜欢邓伦。  
 d. 黄薇是薇娅的本名。  
 e. 很多外国人也都听说过范冰冰。  
 f. 王力宏的《十二生肖》把全场带进了高潮。

10) 参考彭利贞、许国萍、赵微翻译的,《认知语言学导论(第二版)》,2006。

g. 不可一世的苏芒也走到了今天。

专有名词一般表示独一无二的人或事物的指称，体现了一种特指(specific reference)的功能。朱德熙(1982)表示专有名词除一般不受数量词修饰外，与一般名词的语法功能是相似的。通过以上例句可以发现，这些表示称谓的专有名词在特指某个人或事物的同时与一般名词的句法功能相似，如作主语、定语、宾语。同时这些专有名词构成原型范畴，体现出“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”成分原有的句法形式及语义功能。其形式和语义的配对关系可为：[[Proper Noun<sub>花西子/爽/伦/薇/冰/宏/芒</sub>]<sub>i</sub>] $\longleftrightarrow$ [SEM[Proprietary object]<sub>i</sub>].

然后，考察“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”的非原型范畴，即这些词汇的货币计量单位用法。上文中也有说到，这些词汇并非直接用于网络货币计量单位中，而是进行了有规律的缩略过程后嫁接到数量词构式中作为量词使用。但是其中“花西子”作为事物的名称，并没有经历缩减的过程。这些原型范畴的专有称谓过渡到非原型范畴的货币计量单位在形式上具有一定的规律，即都取姓名中的“名”字或“名”的最后一字，而物品称谓则取全部。如下所示：

〈表 2〉“物称”与“人称”的缩略规律

物称	人称					
↓	↓					
花西子	郑爽	邓伦	黄薇	范冰冰	王力宏	苏芒
↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
花西子	爽	伦	薇	冰	宏	芒

网络货币计量单位经历上表的缩略规则也是存在原因的，这个原因则是源于既存的社会经验。在现实的生活中，名中单独一个字确实可以代替整个人，如下面例句中可以把“李月”直接称谓为“月”。

- (6) a. 月, 你过来一下。  
b. 不要欺负月。

但是品牌名称在缩写时则一般不省略具有重要信息的名字部分, 而是称谓全名或使用其缩写字母。如下所示:

- (7) a. LOUIS VUITTON → 路易威登或LV  
b. YVES SAINT LAURENT → 伊夫圣罗兰或YSL

从原型范畴到非原型范畴的发展不仅自身发生了形式上的缩减, 其词性也发生了变化, 这为它嫁接进数量词构式提供条件。观察下面例句:

- (8) a. 今天在家休息, 可得0花西子。  
b. 我一个月的工资是0.0021爽。  
c. 一部ipone13 pro, 大概8-10微伦<sup>11)</sup>。  
d. 1薇等于多少冰多少爽来着?  
e. 不求能挣1冰, 只求能挣1爽。  
f. 1薇等于9宏。  
g. 不知道您一天的伙食费是“几芒”呢?

从上面例句可以看出, 词汇“花西子”、“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”的词性已经从一般不被数量词修饰的专有名词过渡到了量词, 与数词连用构成数量词。但此时的数量词并不是“个”、“对”、“点”等个体量词、集合量词、不定量词, 而是像“元”、“角”、“分”、“千”、“万”一样计量货币的数量单位。并且其中的事物名称“花西子”不仅有量词用法, 还与“花西币”一样具有“金钱”、“金币(coin)”的含义。如下所示:

11) 话者表示自己的逻辑是1伦=1000豪伦, 1豪伦1000微伦, 1微伦则等于1060元。

- (9) a. 今晚两个人吃一顿椰子鸡花了3.5个花西子。  
b. 出门去挣花西子了。
- (10) a. 一个花西币吃8个东北菜。  
b. 中午吃饭点个外卖花费0.2个花西币。

综上所述，网络新型货币计量单位都经历了从专有名词到量词的词性变化。除此以外，指物类专有名词“花西子”比较特殊，它还产生了“金钱”、“金币”的含义。这些变异都可以看作原型范畴向非原型范畴的发展，其变化过程是如下表3所示的一个连续体，越往左越接近原型范畴，越往右越接近非原型范畴。其中人称类指称名词过渡到量词经历了缩略和扩展的过程；而物称类指称名词过渡到“金钱”义名词和货币量词都经历了扩展的过程。并且其词语构式的形式和语义配对关系可表示为：[[Num Proper Noun<sub>花西子/爽/伦/薇/冰/宏/芒</sub>];]←→[SEM[Measure currency];]。

〈表 3〉原型范畴向非原型范畴的发展

原型范畴 ←		→ 非原型范畴			
指称	名词	→	名词	→	量词
人称	郑爽	缩略→	爽	扩展→	爽
	邓伦		伦		伦
	黄薇		薇		薇
	范冰冰		冰		冰
	王力宏		宏		宏
	苏芒		芒		芒
物称	花西子	扩展→	花西子 花西币		花西子

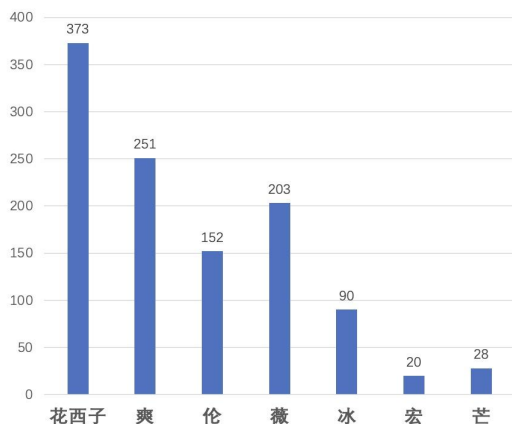
### 3. 网络新型货币计量单位的能产性、图式性、组合性特征

能产性(productivity)增加。能产性与频率有关，频率又可以根据Bybee

(2003)的观点分为类型频率(type)和例频率(token)。其中的类型频率可以看作是网络新型货币计量单位的个数,即“数词+量词<sub>网络新型货币计量单位</sub>”中量词的个数;而例频率则可看作每个网络新型货币计量单位具体例句的个数。

首先,观察网络新型货币计量单位的类型频率。其类型频率呈增长趋势,从2021年的“爽”、“薇”、“冰”等持续扩展。除本文所讨论的7个类型,实际上还有很多例频率较低的网络新型货币计量单位,如“妍(明星袁冰妍)”、“恒(明星郑爽的前男友)”、“庭(明星张庭)”等。并且货币计量单位除了存在上述的内在发展过程外,还存在外延发展现象。在网络上还出现了与其相同构造的时间计量单位,如“一坤=两年半(明星蔡徐坤)”、“一凡=3分钟(明星吴亦凡)”等。虽然二者计量对象不同,但可从其相同形式上看出二者是有关联的。在本文并不对类型频率较少的新型时间计量单位进行研究,但是可以通过其表现观察到网络新型货币计量单位能产性的增强。

其次,观察每个网络新型货币计量单位的例频率。本文在微博中搜索“1+新型货币计量单位”和“一+新型货币计量单位”,得出这些词汇作为货币计量单位使用的帖子数量如下图所示:



〈图 1〉微博中新型货币计量单位的帖子数量

其中作为货币计量单位使用的“爽”、“薇”、“冰”、“芒”、“宏”产生于2021年，“伦”产生于2022年，“花西子”产生于2023年。每产生新的货币计量单位时，曾经的新型货币计量单位又在网友的记忆中被激活，从而被重新谈论。这说明这些网络新型货币计量单位的存在并不是一时的，它们在网络文化中具有着持久的影响力和传播力。如最新计量单位“花西子”产生后，有网友在微博帖子上整理了包含上图7个货币计量单位清单，这样使得曾经产生的货币计量单位又重新被提及。但即使是这样的情况，产生时间最晚的“花西子”却仍是使用频率最高的<sup>12)</sup>。并且在整理微博帖子时，本文发现有关“爽”、“伦”、“薇”、“冰”、“宏”、“芒”作为量词使用的帖子大多属于报道性或整理性<sup>13)</sup>，抒发情感性类的帖子占少数。但是有关“花西子”的帖子存在大量网友结合自身经历对其进行造句，用来抒发自己的情感。如“48支铅笔的价格都不到一花西子”、“一花西子的钱怎么能不挣一下？”、“今日收入1花西子”等。也正因广大网友对新型货币计量单位“花西子”的“热爱”，“花西币”一词被记录到百度百科中。对于“花西子”的高频率以及抒发情感类帖子多的原因将在下一章进行解释说明。

图式性(schematicity)增加。根据Traugott&Trousdale(2013)，图式性主要涉及抽象性范畴化特征，一个图式可以看作范畴的一个分类。图式具有层级性，可分为图式、子图式以及微观图式。因此可说在表示数量关系的图式里，存在“花西子”、“爽”、“薇”等子图式，在这些子图式中还会存在子图式的下位图式。网络新型货币计量单位随着社会事件的爆发随时有增加的可能性，在其图式扩展的过程中，都会经历一个“允准(sanction)”的过程。

12) “花西子”作为“金钱”或货币计量单位的产生时间可以具体明确到2023年9月10号以后，到现在整理微博数据之时不过两月而已。相关微博数据考察时间为2023年11月1日。

13) 如报道性帖子与下图梗指南帖子一致，整理性帖子与下图神奇知识点帖子一致。



梗指南

热门 21-5-24 来自微博视频号

+关注

一芒：一芒等于650元，出自苏芒在综艺节目的发言。苏芒建议大家每天每一个人先交伙食费。宋丹丹说交650元，苏芒说650元不够吃早餐的钱。

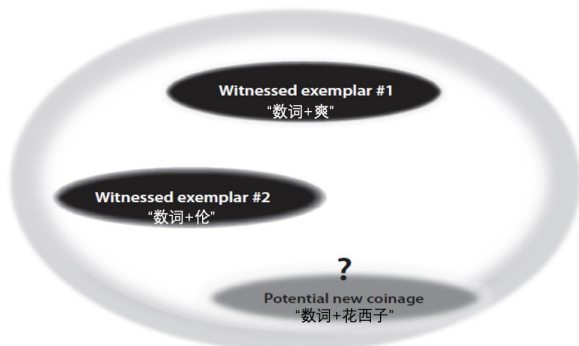


神奇知识点 神奇知识点超话

热门 9-13

+关注

一爽：6.4亿 一伦：1.06亿 一薇：13.41亿 一冰：8.84亿 一梨：6555万 一妍：97.8万 一芒：650元 一庭：118亿 一花西币：79元#花西币#



〈图 2〉图式扩展的“允准”过程

根据Goldberg(2019), 在超维度空间中一个新的表达形式可以进入已经被认证的群体时, 那么这个表达是可以接受的。“允准”的过程具体可用图2<sup>14)</sup>来表示: 网络新型货币计量单位从最初2021年的“爽”、“薇”等, 发展到2023年的“花西子”, “花西子”也经历了“允准”的过程从而扩大了网络新型货币计量单位的图式。并且随着相关社会事件的爆发, 其图式可能会持续扩大。

组合性(compositionality)缩减。根据Traugott&Trousdale(2013), 组合性表示形式与意义之间连接的透明程度, 其形式的语义透明度越高, 则组合性越强; 反之, 则组合性弱。Francis&Michaelis(2003)<sup>15)</sup>表示从构式的角度看, 组合性可以被看作是形式各方面和语义各方面之间的匹配或错配。如果一个构式可以根据其形式的排列而理解其语义, 那么这个构式就是组合性的; 反之, 则为非组合性的。因此无论是从量词“花西子”、“爽”、“伦”等自身的角度看, 还是从网络新型货币计量单位构成的数量词构式的角度看, 其组合性都呈现出缩减趋势。从词汇自身观察时, “花西子”、“郑爽”、“邓伦”等名词通过它的形式就能推断出其语义, 因此这些词汇是组合性的; 但相反, 作为量词使用的“花西子”、“爽”、“伦”等词汇并不能根据其自身形式判断出其含

14) 此图是在Goldberg(2019)图的基础上加入了本文的元素绘制而成。

15) 再引用李明月(2023)。

义，因此属于非组合性的。从量词构式观察时，典型的货币量词构式如“100元”，可以直接通过其形式判断其语义，此时性质为组合性的；相反，新型货币计量单位构成的“1花西子”、“0.002爽”等并不能根据其形式上的排列推测其语义，因此属于非组合性的。特别需要说明的是，只有具备内化能力的母语者才能够创造这种非组合性的表达形式。

## V. 网络新型货币计量单位创新性使用的解释

网络新型货币计量单位的产生与发展主要受到社会因素和语言因素的影响。本章具体分为四小节来阐述。

### 1. 社会性因素

网络新型货币计量单位的产生源于社会的不同特殊情境。每一个网络新型货币计量单位都伴随着一个突发事件或社会现象，其中主要包括明星涉嫌偷税漏税、高额明星工资、知名人士的不当言论等负面事件。这些突发事件在媒体和网络上迅速传播，引起了公众的广泛关注和讨论，也激起了人们的情绪波动。随着互联网的普及和发展，人们在网络空间中进行交流的频率和范围大幅度增加，社交媒体平台成为了人们分享信息、互相影响的主要渠道。在那些社会负面事件的背景下，网友们通过网络平台来表达自己的态度和情绪，从而衍生出了一系列具有象征性质的新型货币计量单位。这些单位成为了一种独特的社会文化现象，承载着人们对特定社会事件的态度和情感，也成为了网络交流中的一种特殊表达方式。

## 2. 语用性功能<sup>16)</sup>

网友们通过使用这些网络新型货币计量单位来讽刺这些社会现象,以幽默和夸张的方式将复杂的事件简化、抽象,赋予了一定的象征意义。这种讽刺不仅是对事件的一种态度表达,也是网友们对社会现象的一种嘲讽和调侃。同时通过创造这些幽默而生动的网络新型货币计量单位来寻求关注,在社会上引起共鸣,他们使得讨论变得更加生动活泼,也更具有娱乐性和传播性。这样的表达方式进一步丰富了网络文化的多样性,也促进了人们在数字化时代的交流和互动。

## 3. 构式的作用

首先,网络新型货币计量单位形式的产生受到语言经济性和最大表现力原则的影响。这两大原则与Goldberg(2019)的效率性(efficiency)和表现性(expressiveness)相对应,她表示要找到二者的平衡点,为了充分表达话者的意图,需要很多单词和短语,而在效率性方面,越简单、越容易学习的形式效率越高。网络新型货币计量单位几乎都存在从原有形式到新形式的缩减过程,这符合经济性原则;而被缩减后的简单形式“爽”、“伦”、“冰”等蕴含着丰富的信息内容,如“爽”表示郑爽的日当是208万等,这符合简单形式表达复杂语义的最大表现力原则。

其次,网络新型货币计量单位语义的产生受到构式压制原则的影响。Goldberg(1995)表示构式压制主要指的是那些原本与构式并不兼容的词汇,在受到构式的影响以后而与构式产生兼容性(compatibility)的情况。根据Traugott&Trousdale(2013)的观点,压制的意义是指即时生产和复杂图式(即构式)与结构槽(即词汇)的互动关系,其中词汇的意义要符合构式的意义。网络新型货币计量单位的原型是表示人物、事物称谓的专有名词,这些专有名

---

16) 语用性功能即可以看作是社会性因素,也可以看作是语言性因素。

词在嫁接到“数词+量词”的数量词构式后，受到构式的压制从而产生新的语义，即成为计量货币的单位。

最后，类比思考与类比化对网络新型货币计量单位的产生与发展产生影响。Traugott&Trousdale(2013)将类比思考和类比化区分开来，他们表示类比思维和形式或意义匹配，是引发变化的可能性，而类比化是语法演变的处理过程，会使其产生“Form<sub>新</sub>-Meaning<sub>新</sub>”的匹配。一系列与金钱有关的社会性事件将相关人物、事物与数量词构式相挂钩，它们之间的相关性诱发广大网友产生类比性思维，从而发生类比化，由最初的“爽”、“薇”等扩展出更多具有家族相似性(family resemblance)”的相关构式。

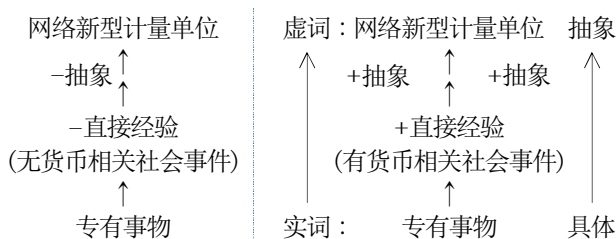
#### 4. 认知发展机制：隐喻

传统观念认为抽象的过程是从“直接经验”中脱离的过程，这个观点假设了直觉和思考是两个独立的过程<sup>17)</sup>。但是Rudolf Arnhem(1969)并不看同上面的观点，他认为抽象是建立在直接经验基础上的，因此需要通过直接经验来获得。本文认同Rudolf Arnhem的观点，也正是因为直接经验的限制，网络新型计量单位的产生也具有局限性，即并不是所有的专有名词都可进入网络新型计量单位构式中，而是限于在现实生活中存在与金钱有关的社会性事件的人物、事物名称。本文将在现实生活中存在的货币相关社会性事件称为直接经验，可用下面图3中竖虚线左部的图来表示：无直接经验时，抽象过程便无法发生，那么专有名词也就无法成为网络新型计量单位。

相反，在现实生活中存在货币相关社会性事件时，这些直接经验为具体性专有事物的抽象提供可能。同时网络新型计量单位在抽象的过程中经历了隐喻的认知发展机制。Lakoff&Johnson(1980)表示隐喻并不仅仅是一种语言表达方式，同时也是人们的一种认知思考模式，隐喻是概念性的，隐喻机制的投射往往发生在不同的两个认知领域中，体现为源域像目标域的投射，且

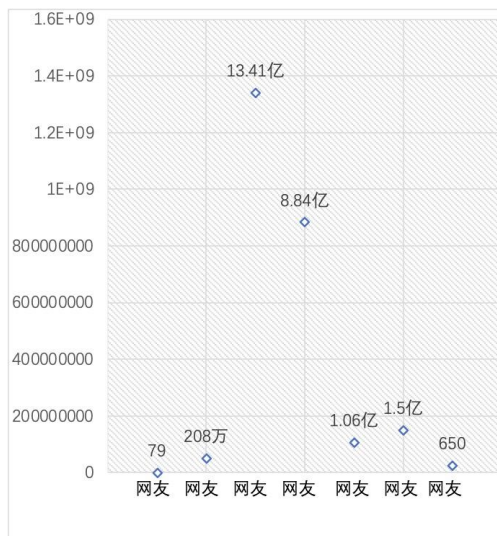
17) 引用于Rudolf·Arnhem(1969)著，김정오(2004)翻译，第11章。

两个领域的事物共享某特征, 具有相似性。专有事物与网络新型计量单位共享某人物(郑爽、范冰冰等)或事物(花西子)信息, 并且专有事物向网络新型计量单位投射的过程体现为具体事物向抽象事物投射的过程。具体投射过程可用下面图3中竖虚线右部图表示。



〈图 3〉认知发展机制的投射过程

并且Rudolf Arnheim(1969)一直在强调的直接经验也为之前叙述的产生时间最晚但使用频率却最高、在微博中抒情类帖子占最多的“花西子”提供解释。本文将存在于现实生活中的事实称为直接经验, 然而对于网友们来说, 与这些直接经验的距离却如下图4所示的一样存在差异。本文研究的7种网络新型货币计量单位代表着不同的数额, 其中“花西子”的数额最小, 也最接近一般民众(网友)的消费水平。相比之下, “爽”的数额为208万, “伦”的数额为1.06亿, “薇”的数额为13.41亿, 与大多数的“打工人”相比差距甚远。即使“芒”只代表650元, 但其作为一天的消费, 也与一天挣“650元”都难的一般的“打工人”有较大的差距。这也就不难理解为何“花西子”一词作为货币计量单位虽最晚产生, 但在微博中的帖子数量却位于榜首了且只有“花西币”被记录在百度百科中了。



〈图 4〉新型货币计量单位与网友的距离

## VI. 结论

具有创新性的网络语言通常具有短期的时效性，可能在一段时间后便会消失。然而，本文所研究的网络新型货币计量单位却有所不同。这些网络新型货币计量单位的创新性用法自2021年就已经存在，至今仍在不断扩展。以前被讨论过的网络新型货币计量单位也会随着新产生的货币计量单位在网友的记忆中被再次激活，重新引起大众的关注。这表明了这些网络新型货币计量单位在网络文化中具有持久的影响力和传播力。在此背景下，本研究考察了网络新型货币计量单位的特征，确认了其组合方式、原型构式与发展构式的形式-语义关系，同时也考察了其能产性、图式性以及组合性特征。此外，本研究还为这些网络新型货币计量单位的创新性使用提供了重要的理论依据。进行相关研究不仅丰富了现代汉语的语言资源，也为我们更深刻地理解

语言创新机制提供了有益的参考。希望本研究能够为语言学和社会学领域的研究提供一定的启示,也为汉语言文化的传承与发展做出一份微薄的贡献。

### <参考文献>

- 费里德里希·温格瑞尔等著,彭利贞等译,《认知语言学导论(第二版)》,上海:复旦大学出版社,2006.
- 黄伯荣、廖序东,《现代汉语》,北京:高等教育出版社,2017.
- 刘海燕,《网络语言》,北京:中国广播电视出版社,2002.
- 于根元,《语言能力及其分化——第二轮语言哲学对话》,北京:北京广播学院出版社,2002.
- 周红波,《中国网络语言词典》,北京:中国经济出版社,2001.
- 朱德熙,《语法讲义》,北京:商务印书馆,1982/2007.
- 白洁,〈浅析网络用语“XX子”〉,《语言文字学术研究》,2022.
- 鲍尔·J·霍伯尔等著,梁银峰译,《语法化学说(第二版)》,上海:复旦大学出版社,2008.
- 蔡婧,〈基于语义认知视角看网络流行语〉,《语文建设》,2013.
- 崔海燕,〈网络用语“带感”探讨〉,《文化综合》第24期,2023.
- 董晓雯,〈浅谈网络词语“破防”〉,《今古文创》,2023.
- 何自然等,〈模因论与社会语用〉,《现代外语(季刊)》,2003.
- 何自然,〈语言中的模因〉,《语言科学》第6期,2008.
- 胡吉成,〈当前网络词语问题探析〉,《广播电视大学学报》,2004.
- 黄钰涵,〈原型范畴理论下网络流行语的语义分析〉,《兰州教育学院学报》,2019.
- 蒋云美,〈“囧”的认知语义阐释〉,《湖南师范大学社会科学学报》,2014.

- 李平, 〈从转喻角度看旧词新义式网络词语——以“安利”为例〉, 《湖北理工学院学报(人文社会科学版)》 35卷第1期, 2018.
- 李蔚然, 〈网络语言交际对语言交际原则的运用和偏离〉, 《吉林大学社会科学学报》, 2004.
- 聂小丽, 〈网络词语的生存之道——以异化、缩合、转用为例〉, 《成都大学学报(人文社会科学版)》, 2015.
- 戚晓杰, 〈谈网络语言的谐音表义〉, 《修辞学习》, 2002.
- 唐浪清, 〈近五年“十大网络用语”传播主体的认知心理研究〉, 湖北民族大学硕士学位论文, 2023.
- 王同伦, 〈“山寨”语义泛化的隐喻机制〉, 《扬州大学学报(人文社会科学版)》, 2009.
- 王子超, 〈认知社会语言学角度分析“emo”的符号狂欢〉, 《文化创新比较研究》第17期, 2021.
- 杨梅, 〈网络词语的造词理据及扩散方式〉, 《宁夏大学学报》第4期, 2021.
- 阳蓉, 〈从网络语言的特征谈其价值和前景〉, 《西昌学院学报》, 2006.
- 张虹, 〈关于网络语言研究现状的若干思考〉, 《辽宁公安司法管理干部学院学报》, 2010.
- 张丽, 〈网络流行语的模因论解读——以“2021年度十大网络用语”为例〉, 《文化创新比较研究》第22期, 2022.
- 张仕海, 〈网络词语探源、探因及其理论阐释——以“五毛”新义的产生、流行为例〉, 《语言应用研究》, 2012.
- 张谊生, 〈再论当代汉语程度促转模式“很+X”的形化功效与成因——基于网络用语“很嗨、很哇塞”及“很凡尔赛”的观察视角〉, 《汉语学习》第4期, 2023.
- 郑艳霞, 〈从认知视角看网络语言的生成理据性〉, 《安徽工业大学学报(社会科学版)》 24卷第5期, 2007.
- Adele E. Goldberg. A Construction Grammar Approach to Argument Structure. The University of Chicago Press, 1995.

- Adele E. Goldberg. Explain Me This·Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions. Princeton University Press, 2019.
- Rudolf Arnheim. Visual Thinking. Berkeley: University of California Press, 1969.
- Traugott&Trousdale. Constructionalization and constructional changes. Oxford university press, 2013.

### <Abstract>

Innovative online language typically has a short-term nature and may fade away after a period of time. However, the novel currency measurement units of online studied in this paper differ. The inventive application of these units has been in existence since 2021 and continues to expand. Previously discussed units of this kind resurface in the memory of internet users with the emergence of new currency units, rekindling public interest. This indicates a sustained influence and dissemination power of these novel currency measurement units within internet culture. In this context, the study examines the characteristics of novel currency measurement units and investigates the formal-semantic relationships between their combination methods, prototype structures, and developmental structures. Additionally, it examines their productivity, schematicity, and compositionality features. Furthermore, this study offers a crucial theoretical foundation for the innovative usage of these novel currency measurement units. Conducting such research not only enriches the linguistic resources of modern Chinese but also offers valuable

references for a deeper understanding of the mechanisms behind language innovation. It is hoped that this research will offer insights for studies in linguistics and sociology and make a modest contribution to the inheritance and development of Chinese language and culture.

Key Words : 网络词语(network words), 新型货币计量单位(novel currency measurement units), 创新性(creativity), 语法特征(grammatical features), 社会因素(social factors), 语言因素(linguistic factors)