

Analysis of the "X Jinggao" from the Perspective of Construction Grammar

Xiangyu Li

Department of Linguistics and Applied Linguistics, Capital Normal University, Haidian, Beijing, China
lxxxy1112@163.com

ABSTRACT

As an emerging construct, "X Jinggao" is extremely productive. From the theoretical perspective of constructive syntax, this paper believed that the meaning and context appropriateness are of great importance for a whole construction. Taking the construction "X Jinggao" as the object, this paper analyzes and studies the three aspects of its buzzword identity, formation mechanism and context appropriateness, and makes a cognitive explanation.

Keywords: Construction Grammar, Constructional Changes, Context Appropriateness

构式语法视角下“X 警告”分析

李祥雨

首都师范大学语言学及应用语言学系, 海淀, 北京, 中国
lxxxy1112@163.com

摘要

“X 警告”作为一个新兴构式, 具有极强的能产性。本文在构式语法的理论视角下对其进行研究, 认为构式作为一个整体表达式, 重要的是其构式义及语境适切度。本文以“X 警告”构式为研究对象, 从其流行语身份、形成机制、语境适切度三方面进行了分析研究, 并作出了认知解释。

关键词: 构式语法, 构式演变, 语境适切度

1. 引言

Goldberg(2006)重新对构式的定义进行修订, 认为“任何语言模式(linguistic patterns)都可以看作构式, 只要根据其组成部分或已有的其他结构不能完全预测该模式的形式或功能的某些方面。另外, 当语言模式出现频率足够高时, 即使它们是可完全预测的, 也可以看作构式。”^[1]

语录流行语作为流行语的一般载体, 指的是以语录为载体而形成的流行话语, 它的本质是一种话语成品的流行^[2]。“X 警告”最早就出自语录流行语“律师函警告”, 后逐渐发展为含有变量 X 的构式“X 警告”, 凭借着自身对语境的强适切度和独特的语用效果越来越多地受到语言使用者的青睐。“X 警告”中变量成分 X 的取值对象范围广泛, 包括了从单个词到话题-说明句的各级语言单位。“警告”随着“X 警告”的流行,

[+贬义]的语义特征逐渐失落, 发展出了与原来不同的组合方式, 占据了不同于原来的句法位置。“X 警告”整体所具有的语用表达效果无法从变量成分和常量成分及其关系中推导出来, 因此“X 警告”是汉语中一个新兴构式。

构式作为一个整体表达式, 表达的是构式义, 体现了说话人对情景的识解, 具有典型的语境适切度^[3]。本文通过对“X 警告”的组成成分分别进行分析, 归纳其整体构式义, 对该构式的形成机制加以说明, 并总结其语境适切度。

2. “X 警告”的构式义及分析

2.1. 构式义

“X 警告”表达的是说话人对于信息 X 的强调, 和

对听话人兴趣所在的预判。

如“真香警告”常出现在各类影视作品的弹幕中,且出现频率极高。说话人使用“真香警告”意在表示自己对于“真香”的强调,同时还附加了一种“我认为你一定会觉得‘真香’”的预判。此时该构式在一个结构中既完成了表意任务,又实现了听说双方态度博弈的互动。

2.2. 对构式中常量成分的分析

“X 警告”作为网络流行语,被人们广泛运用于交流中。本文以 bilibili 网站播放的《家有儿女 1》的弹幕为研究样本,进行分类研究。样本电视剧共 100 集,累计 30 万条弹幕,弹幕中符合“X 警告”格式要求的有 340 条(对 X 取值对象的分析详见 3.1)。

作为“X 警告”中的常量实体项目,“警告”在构式发展之初承担着核心意义。“警告”意为:“提醒,使警惕”,这一义项正好与构式中“警告”所负载的意义相吻合。“警告”有“提醒、使警惕”之意,这就要求 X 有“能够引起他人注意”的性质,对 X 提出了语义与语用上的限制。

(1) 律师函警告! 蔡蔡粉丝集体退出 B 站。(搜狐)

“警告”本身作为贬义词语,“律师函警告”最初用于负面语境(最早出现于艺人与 Bilibili 网站的名誉冲突中)中,这种表达的出现就代表着一种不如人意的情况的发生。随着使用频率升高,该图式不断吸纳新的成员以适应不同的语境:

(2) 前方湿冷警告! 阴雨将驻扎在南方大部地区。(中央气象台)

(3) 特朗普“自信”警告: 若我被弹劾, 股市就崩盘。(环球时报)

(4) 月底警告: 十月余额不足。(江科青年)

较之于例(1)“律师函警告”,例(2)从人体普遍偏好温暖气候的生理感受出发,将“湿冷”与“警告”组成新的表达,仍带有对于负面语境的要求,提醒人们注意湿冷天气,做好防潮保暖工作。而例(3)则无所谓语境的褒贬,《环球时报》作为官方微博,秉持着公正的态度对事件本身做出如实报道,“‘自信’警告”是其基于某种事实角度对美国总统特朗普的发言“若我被弹劾,股市就崩盘”所作出的报道;例(4)与例(3)类似,“月底警告”是该官方微博在月底对于广泛受众的提示,意在提醒大家关注一个客观事实,即十月即将过去,与语境的褒贬并无关系。

由此可见,随着构式整体的发展,“警告”仍然可以与有[+贬义]语义特征的 X 搭配,但又不仅拘泥于该语义特征,故其吸纳成员的能力进一步增强,其能产性得到了大幅提高。

同时,构式为了扩展同系列的成员数量,也在不断压缩着“警告”在构式中所起的作用。例(3)中的“警

告”自身“提醒,使警惕”的语义特征正在逐渐消失,《环球时报》选择使用“‘自信’警告”来对特朗普进行报道,并不是为了提醒(或使警惕)人们特朗普的言论;官方媒体采用了醒目的表达方式,以流行语为载体对国际新闻进行播报。故“X 警告”作为构式,“警告”作为其组成部分,更多的是作为一个流行符号,成为了话语流行的风向标,能够更加快速地帮助信息完成其传播扩散过程。

3. “X 警告”的构式演变

Traugott & Trousdale (2013) 对构式化和构式演变作了区分,认为构式演变可以分为先构式化构式演变(PreCxzn CCs)和后构式化构式演变(PostCxzn CCs),无论是哪一种演变,都涉及到语用扩展与搭配扩展。^[4]

3.1. “X 警告”的搭配扩展

语义泛化是构式演变过程中的伴生现象,意为:“词语在保持越来越少的原有语义特征的情况下不断产生新的使用方式将越来越多的对象纳入自己的指谓范围。”^[5]就整个结构而言,语义泛化意味着结构自身所拥有的语义特征尽可能地减少,从而为语言环境所赋予的引申意义提供空间。

在构式发展之初,即“律师函警告”阶段,整个结构的意义为“提醒受话者会收到律师函”,此时,“律师函”和“警告”的意义均完整且清晰,两部分共同构成了结构整体的意义。不仅如此,结构整体对于语境的规定也十分严格,这使得整个结构所留下的意义空白十分有限,即其他语境能够支配的意义空间十分狭小,整个结构及其组成部分很难取得额外的语用义,故“律师函警告”的流行程度会受到限制。

在语言使用的过程中,随着语言使用者对构式的使用,“律师函警告”难以避免地开始缩小结构内要素所表示的意义:在保留意义核心承载成分“警告”的前提下失落要素“律师函”。在这一过程中,失落的不仅是一个要素,更主要的是失落了原结构中所保留的场景意义(或称特定的适切语境)和原有的组合关系。这种失落不仅在结构中增加了空位,更对整体和部分的语义关系作出了质的改变,使之由组合性结构变为粘合性结构,构式“X 警告”由此诞生。这种要素抽象化的方式赋予图式以更大的权力,使图式有“招聘”不同的组构成分的能力。所谓“招聘”,指的是“构式作为一个形式配对体,对语言系统中的各类语言成分提供形式和意义/功能上的准入条件,满足了准入条件就能成为构式成员集里的合格的成分,否则就无法进入构式集中。类似于生成语法中的特征核查(feature-checking)。”^[6]“招聘”为图式满足不同的语境适切度提供了可能性。

构式“X 警告”在演变过程中,除了在构式内部增加空位外,还对“警告”本身及与其组合的语言单位的语义特征进行了削弱。“警告”通过构式“X 警告”的流

行,组合能力发生了质的提升。“警告”本身的意义决定了与其搭配的语言单位需要具有[+贬义]这一语义特征,随着使用频率的增加,不仅使得“警告”自己与[+贬义]渐行渐远,也逐渐剔除了与“警告”进行组合的其他语言单位的[+贬义]语义特征(见例(4))。

在增加构式空位的基础上,“X 警告”又放宽了对 X 结构类型的限制。“律师函警告”中,占据变量成分 X 位置的是一个简单名词“律师函”,在“X 警告”的流行过程中,变量位置的成员选择标准也在不断扩宽:X 已经不只是简单的名词成分,已经出现了如“黑黑的姥姥”、“小细腿”、“大秃瓢”之类由定中结构充当的复杂名词成分。

在《家有儿女 1》使用“X 警告”格式的弹幕中,X 为谓词性成分的弹幕共出现 123 次,所占比例为 36.18%。从简单名词成分“律师函”到复杂名词成分偏正定中结构,再到谓词性成分,X 已经大大扩展了自己的选择范围。其中,在 X 为多音节(>2 音节)结构的构式中,出现了诸如“全家暴打警告”、“西施犬咬人警告”、“东海爸爸笑场警告”之类的主谓结构。此外,在其他影视作品,如《招魂》弹幕中有“即将送人头警告”,《风犬少年的天空》弹幕中有“戴口罩跑步危险警告”等语言实例。受可别度影响,主谓结构较之其他几种短语结构类型,结构内部关系最为松散,也就最不容易形成一个整体。

值得注意的是例“前方全体杀猪叫”,其中 X 由“前方”、“全体杀猪叫”两部分组成,该结构更倾向于被认为作语用平面的“话题—说明”概念,而汉语中的话题和说明间的联系非常松散。由此可见,构式“X 警告”内部对 X 的语法及语义类型几乎不再设限,或说 X 仅代表说话人希望听话人注意的信息。

从“律师函警告”发展为构式“X 警告”,增加了结构中的空位,且对 X 成分的限制降至极低;还在此基础上削弱了常量成分“警告”的语义特征,使构式能产性得到质的飞跃,在语义泛化中进行了构式的演变。

3.2. “X 警告”的语用扩展及表达效果

在“X 警告”产生之初,即“律师函警告”阶段,此时该构式使用范围十分狭窄,也并未体现出能产性。此时语言使用者仍将“律师函警告”作为语录流行语进行传播,并未对其内部结构进行改变,且该构式的使用范围仅局限于其发源地(即 bilibili 网站弹幕),所关涉的对象也多为明星艺人。

随着使用频率的增加,“律师函警告”不仅失去了要素“律师函”,且会更多地出现在其他语言场景中,如例(2)-(4)。伴随着语义泛化的程度加深,“X 警告”对于 X 所表达的情感与意义不再设限,对语言场景的要求越来越少。

据本文所统计语料可知,“X 警告”大量出现在语言使用者的口头语言中,在《家有儿女》弹幕中,“X 警告”以其作用为标准进行分类,可分为两类:直接提

示(后续剧情、后续台词、后续出场人物)作用和间接评论作用(对《家有儿女 1》弹幕中构式“X 警告”按作用进行分类所得的语料列表见附录)。

“再次借钱警告”用来提示观众后续剧情中会出现电视人物胡一统再次开口要钱的情节;“嘿”作为女主人公刘梅的口头禅,成为人物标志性的话语,“嘿警告”用以提示刘梅的台词;“大周”是另一部情景喜剧《炊事班的故事》的主角之一,弹幕用“大周警告”来提示扮演“大周”的演员即将出现;“变形记”作为湖南卫视一档综艺节目,以改变青少年恶习为宗旨,“变形记警告”则用来评价主角之一刘星的改变。

在起“直接提示”的作用时,“警告”的语义高度抽象化,与其说作为构式“X 警告”的核心意义承担者的身份而存在,不如说它已经成为了一种符号标记。这种符号标志着弹幕拥有者想与他人分享的信息,此时构式“X 警告”的核心意义承担者并不是已经高度抽象化的“警告”,而是变量成分 X。如“有挨打警告”在提醒观众会出现“有挨打”的台词的基础上,还代表着语言使用者想分享自己所感兴趣的内容,主角夏雨的台词“有挨打”成为了此构式的重点所在。

在起“间接评论”的作用时,构式的核心意义同样不再由“警告”所承担,而是变成了变量成分 X。如“导弹基地警告”是观众对一片狼藉的场景所做出的评论,其中“导弹基地”既不是后续的剧情概括,也非主人公台词,更不是出场人物;它只是观众通过隐喻,找到了“场景”与“导弹基地”之间的相似性,从而作出的评价。观众发出弹幕“导弹基地警告”是为了将自己对于场景的视觉感受分享出去,意图引起其他观众的共鸣。此时,流行语构式的核心意义也落在变量成分“导弹基地”上。

经过语义高度抽象后的“警告”,还起到了加深变量 X 语义和构式整体表达效果的作用。如“大秃瓢警告”既表示弹幕发出者想与他人分享“大秃瓢”这一句台词,又通过“警告”优化了“大秃瓢”的艺术效果。相比“大秃瓢警告”收获了 b 站用户 54 次点赞,在弹幕位置上与其相邻的“大秃瓢”仅收获了 9 次点赞(需要说明的是,两个弹幕发出时间仅差一小时,且样本数据的收集距弹幕发出已过去 14 天,基本可以排除时间因素的影响)。点赞数差距较大的原因,不仅仅只是由于“大秃瓢警告”本身作为流行语,更能受到观众的认同,因为流行语的受众总是有限的;还有相当一部分原因是“大秃瓢警告”在起到提示大家台词作用的基础上,还使得“大秃瓢”拥有了一种调侃的语气。

“大秃瓢”在日常语言交际中,带有一种不友善、贬低的语气,即使出现在弹幕中,仍然显得有些突兀,不符合会话合作原则中的礼貌原则。而加上“警告”后,“大秃瓢”原来的不友善之感得到了中和;这样一来,“大秃瓢”本身获得了幽默诙谐效果。比起表达效果有限且容易引起听话者反感的“大秃瓢”,“大秃瓢警告”更容易得到观众的青睐。

“X 警告”构式赋予变量成分 X 以“直接提示”和

“间接评论”的作用，常量成分“警告”将自己抽象为一种有加深 X 语义和表达效果作用的符号标记，最大限度地压缩构式本身的意义，最终成为代表“想分享”的语言标记，为语境留下了充足的赋义空间。构式不必考虑语言模因“警告”对语境的要求，才有能力针对不同的语境任意选择不同的变量成分，不断丰富自己的组合成员，通过构式演变完成构式化，并大幅提高自己的能产性，成为日常交际中一种新的且有力的表达方式。

4. “X 警告”的适用语境

4.1. “X 警告”的语境适切度

从语用角度而言，说话人使用“X 警告”的心理预设是：X 是值得分享的信息，希望听话人的注意焦点集中在 X。此外，“分享”本身要求其作用对象带有[-贬义]的语义特征，作为一种流行语，“X 警告”注定带有“非正式”的基因。

因此，该构式的常见语境适切度可总结为：说话人对非正式语境中的某非消极/负面信息具有分享的欲望且希望得到听话者的反馈。

对喜剧(如《夏洛特烦恼》(a)、《家有儿女 1》)、爱情片(《怦然心动》(b)、《风犬少年的天空》(c))、恐怖片(《招魂》(d)、《咒怨》(e))、纪录片(《逐鹿：古战场往事》(f)、《人间世·抗疫特别节目》(g))的弹幕进行统计后，结果显示，除纪录片外，“X 警告”在前三类的影视作品弹幕中广泛存在(见下表)。

表 14 类影视作品弹幕中“X 警告”的使用频率表

类型	喜剧		爱情片		恐怖片		纪录片	
片名	a	b	c	d	e	f	g	
“X 警告”出现次数	63	49	138	118	129	2	4	

注：因每部影视作品弹幕质量参差不齐，故计次数。另，《家有儿女》前文已作分析，故不计入此表。

由表 1 可得，纪录片中“X 警告”出现频率极低，这是由于纪录片以真实生活为创作素材，以真人真事为表现对象，其本质在于展现真实，以引发人们思考为目的。故其不可避免的带有引人深思、深刻正式的特点，与“X 警告”的语境适切度并不吻合。以《人间世·抗疫特别节目》弹幕中出现的 4 条“X 警告”为例：

进度条警告*2 进砖头警告 流泪警告

这 4 条弹幕均出现于该纪录片第三集，剧情为疫情得到有效防控，较之前两集，本集气氛不再沉闷，缓和许多，故说话者才有了想要“分享”的欲望。

在表 1 中，《风犬少年的天空》的弹幕中出现“X 警告”的次数最多，这其中出现次数占优的弹幕为“真香警告”和“进度条警告”，各为 30 次，各占 21.74%。

《风犬少年的天空》作为周更电视剧，一经上线好评如潮。故“进度条警告”多次出现，用以表达观众对于更新剧集即将完结的不舍。我们用 D(Danmaku 弹幕)代表弹幕发出者，用 R(Receiver)代表看到弹幕的人。那么 D 使用“进度条警告”在表达不舍之情的同时，也在引导 R 将关注焦点放在进度条上，还希望借此得到 R 的认同，而 R 表达对 D 认同的反馈就是对该弹幕进行点赞。据统计，30 条较均匀分布在各集的弹幕“进度条警告”，其收获点赞数为 8-49 次，故可以说，D 的分享行为得到了成功反馈。

从影视类型整体而言，拥有最多“X 警告”弹幕的为恐怖片，其中有 95%(235 条)满足“X 警告”构式的弹幕出现是为了提示后续剧情有惊悚之处，希望观众做好心理准备。此时 D 发出弹幕是为了分享信息：需要做好心理准备以观看 X；而 R 作出的反馈则是：提前进行心理建设以观看 X。

4.2. 小结

语言构式的图式性关注的是它在多大程度上能够在一系列更具体的构式间捕捉到更普遍的模式。而“能产性即构式实例化的能力，换个角度看就是实例化的条件和限制”^[7]。综上所述，我们以图式性和能产性为标准，对构式“X 警告”的发展过程总结如下：

语义核心	警告	————→	X
图式性	低	————→	高
能产性	低	————→	高

由此可知，伴随着语义核心从固定常量成分“警告”转移至灵活多变的 X，X 成为整个构式的重点所在，相应地，构式“X 警告”的图式性和能产性得以增强。可以说在语言网络中产生了一个新的节点“X 警告”，此时其形义结合关系为：X[语义凸显核心]+警告[分享标记]。

5. 结语

构式中常量成分“警告”在语义泛化的过程中，加深了变量成分 X 的表达程度，使其表达效果加倍。因此，语言模因“警告”获得了十分普遍的流行性。

“X 警告”从“律师函警告”抽象出流行语构式框架，发展出空位。其系列中的个例最终又会发展为语录流行语。“真香警告”在样本电视剧《家有儿女 1》的弹幕中共出现 61 次，占 17.94%，“出场率”极高(在《风犬少年的天空》中出现 30 次，占 21.74%)。“真香”本身作为流行语，凭借其对语境的超强适应能力，具有极强的流行性。与经过语义泛化的“警告”进行组合，“警告”作为一种符号标记进一步催化加深了“真香”本来的语义效果——“真香警告”表示的不仅是“真香”，还附加了一种“我认为你一定会觉得‘真香’”的预判。这样的组合，在一个结构中既完成了表意任务，又实现了听说双方态度博弈的互动。因此“真香警

告”作为构式“X 警告”的代表成员，在语言交际中占 着更开阔的前途发展。
据了一席之地，还会焕发出更加蓬勃的生命力， 向

附录

表 《家有儿女 1》弹幕“X 警告”构式整体作用语料列表(略“警告”及出现次数)

直接提示					间接评论后续内容
后续剧情		后续台词		后续出场人物	
黄色	牛奶	嘿	妈妈	亲妈	盗墓
全名	挨揍	染绿	顺走	大周	红色
暴打	喷水	多余	离婚	爷爷	绿色
变脸	摔碎	保姆	坐牢	乖乖女	黄浦江
白薯	卷一	星哥	不还	胡一统	新场景
痔疮	娜娜	漂亮	弄混	夏冰雹	昆池岩
烤鸭	痛风	命苦	大秃瓢	狂野男孩	火箭筒
烫洞	内裤	广告法	法西斯		变形记
175	刘梅	有挨打	小星子		导弹基地
Flag	屁墩儿	朱一旦	三毛六		
屁股墩	Yi 巴骨	喊妈妈	糖衣炮弹		
尾巴骨	大跟头	莎士比亚	硬汉姜文		
小腿腿	地主婆	黑黑的姥姥			
绿帽子	刘梅绿				
胡三统	请家长				
按按腿	双截棍				
中国 boy	全家暴打				
再次借钱	对方耳聋				

REFERENCES

- [1] Goldberg, A. (2006) *Constructions at Work: The Nature of Generalization in Language*. Oxford University Press, New York.
- [2] Li Mingjie. (2009) From quote buzzwords to word buzzwords. *Contemporary Rhetoric*, 03: 70-78.
- [3] Wu Weishan, Xia Fangfang. (2011) The structural analysis, discourse function and causes of structure “A bu dao na li qu”. *Studies of The Chinese Language*, 04: 326-333+383.
- [4] Traugott, E. C., Trousdale, G. (2013) *Constructionalization and Constructional Changes*. Oxford University Press, New York.
- [5] Liu Dawei. (1997) Metaphorical semantic generalization of buzzwords. *Chinese Language Learning*, 04: 33-37.
- [6] Shi Chunhong. (2014) "Recruitment" and "job search": a synergy mechanism for two-way interaction in construction coercion. *Contemporary Rhetoric*, 02: 1-11.
- [7] Shi Chunhong. (2015) Linguistic value of construction coercion phenomenon analysis. *Contemporary Rhetoric*, 02: 12-28.