

词语模

李宇明

新词语的产生有两种情况: 零星的; 批量的。无疑, 后一种情况最应受到研究者的重视。大多数新产生的词语, 都有一个现成的框架背景, 这一框架就像是造词模子(简称“词语模”)一样, 能批量生产新词语, 并使其所生产的新词语形成词语簇。本文的任务, 就是讨论具有批量产生新词语能力的词语模的特点、类型及其形成的有关问题。甄别新词语, 本文采用较简单的方法: 一些新词语词典收录而中国社会科学院语言研究所词典编辑室编的《现代汉语词典》(1979)和《现代汉语词典补编》(1989)未收者, 即作为新词语对待。文中使用的新词语材料, 主要来自语言文字应用研究所编写的《现代汉语新词词典》和 1991—1994《汉语新词语》。

一 词语模的特点

词语模的特点可以从多个方面考察, 此处先看框架和功能。

1·1 模标和模槽

词语模是具有新造词语功能的各式各样的框架。这种框架由“模标”和“模槽”两部分构成。模标指词语模中不变的词语, 模槽指词语模中的空位。例如“×盲”这个词语模, “盲”是模标, “盲”前的“×”是模槽。利用“×盲”这一词语模可以造出一批批新词语:

歌盲 倒盲 法盲 画盲 火盲 科盲 棋盲 美盲 球盲 体盲 舞盲 学盲
电脑盲 股票盲 化妆盲 京剧盲 军事盲 恋爱盲 外交盲 卫生盲 音乐盲
营养盲 卡拉OK盲……

从理论上说, 词语模属于构词法的范畴, 但比一般教科书所讲的构词法更为具体, 它由特定的语素或词语作为标识(模标)。例如:

×霸 ×病 ×城 ×风 ×哥 ×姐 ×龄 ×迷 ×热 ×人 ×圈 ×嫂
×托 ×屋 ×星 ×爷 ×友 ×运 ×族……
炒× 吃× 打× 大× 导× 电× 反× 港× 老× 名× 陪× 软×
商× 双× 外× 姓× 洋× 宰×……

而且, 构词法是构词的, 词语模不限于构成新词, 它也可以构成新的词组, 例如由“情感×”就可以构成

情感储蓄 情感促销 情感行业 情感经营 情感商品 情感投资……等词组。再看一些可以造出新词组的词语模的例子:

×大战 ×服务 ×工程 ×计划 ×教育 ×明星 ×模式 ×情结 ×市场
×条子 ×文化 ×消费 ×效应 ×行动 ×意识 ×饮品 ×状元……
超级× 电话× 电脑× 电视× 公共× 健康× 精神× 科技× 绿色×
泡沫× 瓶颈× 水货× 微笑× 文化× 新潮× 休闲×……

词形相同的语素和词语，可能具有不同的词汇、语法性质。作为模标的词汇单位，如果词汇、语法性质有较大差异，就应看作不同词语模的模标。例如：

a)三包 三论 三铁 三通 三兼顾 三热爱……

b)三产（第三产业） 三梯队（第三梯队）……

a)行中的“三”（记作“三 a”）是基数词，b)行中的“三”（记作“三 b”）是序数词。因此，“三×”应看作是“三 a×”和“三 b×”两个词语模。

1·2 词语模的能产性

词语模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”。词语模是在人们词语使用和创造的过程中逐步约定而成的，人们可以根据需要在模槽里较自由地填上一定的语素、词甚至词语，就构成了一个新词语，而且这一新造的词语还会给人以似曾相识的感觉。例如“×状元”是一个词语模，“状元”比喻某行业、某方面成绩突出的人，那么，只要在模槽中填上一个行业、工作之类的名字，就会方便地造出诸如“高考状元、发明状元、交粮状元、掏粪状元、养鸡状元、植树状元”等新词语来。

其二，词语模并不仅仅是一种创造词语的模子，而且也反映了人们的一种思维惯性，是一种思维模式。词语模中的模标具有一种“类”功能，或作为中心语表类别，或作为修饰语来表示一类事物的特征，或作为动词表示动作、行为的特点。因此，当新生事物出现之后，人们就可以把它们很方便地归入到某种类型中去。现在人们习惯于把有目的、有计划、影响面广、意义重大的工作称为“×工程”，“×工程”便成了一个思维的模式。这种思维模式就必然会产生一大批带“工程”字眼的词语，如：

安居工程 扶贫工程 富民工程 富裕工程 胡子工程 解冻工程 绿色工程

民心工程 素质工程 温饱工程 希望工程 阳光工程 造星工程 折子工程

知识工程 菜篮子工程 蛋白质工程 211工程 666工程 送温暖工程

五个一工程 再就业工程、体育温饱工程……

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。比如，电脑是现代化的一种标志，发展十分迅速，用途越来越广泛，“电脑×”就是适应这一发展而产生的一个新的词语模，并产生了如下一些词语：

电脑卡 电脑族 电脑贼 电脑彩扩 电脑裁缝 电脑大夫 电脑地图 电脑点菜

电脑犯罪 电脑红娘 电脑绘画 电脑教练 电脑教学 电脑警察 电脑排版

电脑配餐 电脑算命 电脑医生 电脑验光 电脑帐簿 电脑照排 电脑征婚……

再如，我国实行社会主义市场经济以来，“市场×”和“×市场”这两个词语模便应运而生；当社会关注环境保护和生态平衡等问题时，便会促成“环境×”、“生态×”、“绿色×”等词语模的产生。

二 词语模的类型

考察词语模的类型，可以从两个方面着眼：a)模标与模槽的位置；b)模标与模槽的语义·语法关系。根据模标和模槽的位置，词语模主要可以分为“前空型”和“后空型”两类，也有少数是“中空型”的。

2·1 前空型

前空型是模槽在前、模标在后的词语模类型。前空型的模标一般都是名词性成分，或为单音节，如“冰箱病、城市病、地毯病、高楼病、红眼病、奖金病、空调病、舞厅病、卡拉OK病”中的“病”；或为双音节，如“储蓄小姐、导购小姐、导游小姐、公关小姐、柜台小姐、空中小姐、礼仪小姐、亚运小姐”中的“小姐”；有时甚至是三音节的，如“发明专业户、获奖专业户、软件专业户、文化专业户、信息专业户、养鸡专业户、运输专业户、种子专业户、种粮专业户”中的“专业户”。有一些前空型的模标，看起来似乎是非名词性的，例如“×热”、“×迷”、“×大战”、“×服务”等，但是，它们在词语模中的作用也已经带有较多的名词性。因此，前空型词语模所造出的词语，基本上都是名词性的。

特定的词语模对进入模槽的词语有特定的要求。这种特定的要求应视为模槽的语义、语法性质。就此而言，模槽虽是空位但并不是“空无”。可进入前空型的模槽中的词语类型较多，从功能上看这些词语基本上都是对模标起修饰限制作用的。如：

a)辞书热 丛书热 大陆热 电话热 公司热 股票热 汉语热 科技热 托福热
体育热 外语热 文化热 文凭热 呼拉圈热 卡拉OK热

b)出国热 钓鱼热 建房热 选美热 经商热 考研热 旅游热 纪实热 消费热

这些词语中，出现在模槽里的词语多数是名词性的，如 a)中模槽里的词语。少数是谓词性的，如 b)中模槽里的词语。但是仔细推敲，a)中模槽中的词语，有许多带有谓词的色彩，它们有不少可以转化为谓词性成分与“热”结合，例如：

辞书热→出辞书热 公司热→办公司热 托福热→考托福热 外语热→学外语热

而 b)中模槽里的词语尽管是谓词，但也带有名词的色彩，许多都可以转化为名词，例如：

建房热→房子热 经商热→商业热 考研热→研究生热 纪实热→纪实文学热

以上的转化说明，出现在“×热”模槽中的词语，表示的是事物或是事情，都是对“热”的限定，表明呈现出“热”的方面。至于说模槽里的词语是名词还是谓词，在这里并不重要。

2·2 后空型

后空型是模槽在后、模标在前的词语模类型。这种类型的模标丰富多彩，能出现在模槽里的词语也多种多样。例如：

a)老插 老倒 老干 老解 老九 老推 老外……

b)文化户 文化衫 文化大院 文化扶贫 文化工厂 文化货郎 文化警察
文化垃圾 文化旅游 文化企业 文化商品 文化市场 文化书市 文化特区
文化下乡 文化消费 文化心态 文化夜市 文化走私 文化大篷车……

c)第三者 第三产业 第三商业 第三梯队……

d)大巴 大款 大龄 大墙 大出血 大处方 大工业 大广播 大教育 大经济
大科技 大科学 大礼拜 大粮食 大旅游 大排挡 大水利 大甩卖 大跳楼
大团结 大卫生 大文化 大政工……

e)导吃 导读 导富 导购 导学 导医 导游……

a)都是名词，模标“老”是前缀。b)中的模标“文化”是名词性的，“文化”同模槽中的词语基本上都是定心关系，“文化×”基本上是名词性词语，虽然出现在模槽中的词语有些是谓词性的。c)都是名词性词语，其模标“第三”是序数词，出现在模槽中的成分多数是名词性成分，也有词缀，如“第三者”的“者”。d)的模标“大”是形容词，“大”可以同名词性成分构成定心关系，也可以同谓词性成分构成状心关系，因此出现在模槽中的词语有名词性的，也有谓词性的；“大×”造出的词语多数是名词性的，少数是谓词性的（如“大甩

卖”、“大出血”)。e)的模标“导”是动词,出现在模槽中的词语不管是名词性的还是谓词性的,模标与模槽都是动宾关系。以上分析表明,无论是模标的类别还是模标与模槽的语义·语法关系,后空型词语模都要比前空型词语模复杂。

2·3 中空型

中空型的词语模有两个模标,一在前,一在后,中间是模槽。例如:

吃差价饭 吃大锅饭 吃贷款饭 吃关系饭 吃会议饭 吃计划饭 吃紧俏饭
吃亏损饭 吃文化饭……

这些新词语,就是由“吃×饭”这一中空型词语模造出来的。

三 词语模的形成

词语模形成有两个基本条件:一是语言学条件,二是社会文化条件。本文只谈语言学条件。

3·1 词语模的基式

词语模是对基式的抽象概括,是语言类推机制的一种表现。基式是一簇词语,这簇词语有两个特点:a)含有共同词语(包括语素);b)所含的共同词语同其他词语(包括语素)之间的语义关系和语法结构相同或基本相同。基式中的相同部分形成模标,余下的部分就形成模槽。例如“财运、官运、桃花运”这簇词语,相同的部分是表示“命运”的“运”,“运”同“财”、“官”、“桃花”等词语间在语法上是定心关系,定语部分又都是表示某方面的命运的,因此语义和语法结构也都相同。于是便在这簇词语的基础上形成了“×运”的词语模,并由此造出“歌运、股运、棋运、球运、商运、舞运、星运”等新词语。如果不从发生学上着眼,当词语模形成之后,原来作为基式的词语也可以看作是该词语模的产物。

3·2 词语模的继承

词语模及其基式有三个主要来源:继承、引进和新造。先谈继承。

语言在每一时期都拥有许许多多的词语模,有些词语模随着语言的发展变化而逐渐萎缩或丧失造词功能,而有些则依然保持着旺盛的生殖能力。例如“番×”和“洋×”都是很早就有的词语模,现在“番×”已经萎缩,基本上丧失了新造词语的能力,而“洋×”仍保持着较强的造词功能,例如:

洋菜 洋吃 洋倒 洋道 洋瓜 洋鸡 洋节 洋酒 洋水 洋烟 洋伯乐 洋插队
洋厂长 洋厨师 洋打工 洋倒爷 洋道理 洋顾客 洋雇员 洋规矩 洋经理
洋教练 洋教师 洋节日 洋居民 洋快餐 洋冒进 洋脾气 洋先生 洋小姐
洋学生 洋学者 洋学子 洋饮料 洋跃进 洋专家 洋作风……

继承原有的词语模而新造出来的词语,在新词语中的比例是相当大的,但往往不易为人所觉察,因为这些新词语赖以产生的词语模是人们所熟悉的。比如:

高工 高教 高效 高科技 高难度 高文化 高消费 高效益 高姿态……

这些用“高×”词语模造出的词语,1979年出版的《现代汉语词典》及其《补编》都没有收入,可见是在近十几年才出现或才定型的词语,但是并没有给人多少“新感觉”。

3·3 词语模及其基式的引进

有些词语模或者词语模的基式是引进的。本文所说的“引进”，范围比较广泛，包括引进外语的、方言的和其他行业语的。例如：“迷你×”是引进英语的词语模；用“宰人”比喻买卖中的欺诈坑骗行为，起于北京一带，后来逐渐发展出“宰×”模式，并相继造出“宰客、宰秤、宰家、宰价、宰手、宰顾客”等新词语；“×效应”本是物理、化学用语，后来引进到大众通用语中，并造出“名人效应、深圳效应、承包效应、明星效应、名牌效应、文化衫效应”等一大批新词语。

引进是一种较为复杂的现象，有时很难确定具体的引进源。例如“发屋、饼屋、时装屋、礼品屋、精品屋”等在大陆新出现的词语，这些词语的词语模“×屋”是在港台产生的，还是港台借自日语的？目前就难以得出结论。此外，像“炒族、炒更族、青春族、打工族、上班族、工薪族、追星族、追车族、追潮族、追款族、持卡族”等的“×族”，像“休闲装、休闲服、休闲西服、休闲帽、休闲衫、休闲裤、休闲鞋”等的“休闲×”，皆属此类。引进的词语模及其基式，给人一种新鲜感，在当今“趋新求异”的语言心理作用下和大众传媒的推动下，常显示出惊人的传播速度和造词能力。

3·4 词语模的新造

新的词语模的出现要比新词语的创造困难得多。新产生的词语模往往都同已有的词语或词语模有关系。大约有如下一些情况：

a) 由基式抽绎出词语模

原来的一些词提供了词语模赖以产生的基式。例如“明星”，古指金星，大约到本世纪三十年代前后，“明星”开始指称“有名的电影演员或交际场中有名的女子”，出现了“电影明星、交际明星”等词语。虽然由于一定的社会原因，这些词语曾沉默了一个时期，但新时期以来，“明星”复活，并出现了“歌舞明星、电视明星、公关明星、环保明星、教育明星、抗癌明星、科技明星、文艺明星、体育明星”等一些新词语。以这些词语作为基式，形成了“×明星”的词语模。

b) 改造原有的词语模

对原有的词语模进行改造，形成新的词语模。“×星”和“明星×”就是在“×明星”词语模的基础上产生的。

“×星”是“×明星”的简缩。因汉语节律的要求，“×明星”的模槽中不易出现单音节语素，加之原来就有“童星”的说法，于是把“明星”简缩为“星”，并仿“童星”造出了“歌星、泳星、艺星”等新词，最终在这些词的基础上形成了“×星”词语模。现在，又出现了“×新星”、“×红星”的词语模，这两个词语模是对“×星”的再改造形成的。

“明星×”是“×明星”模标与模槽易位形成的。随着“×明星”的广泛使用，“明星”的范围逐渐扩大，指人的意义逐渐泛化，伴随着指人意义的泛化，“明星”的性质意义得到凸现，于是便有可能产生“明星村、明星城市、明星企业、明星乡镇”这样的词语。以这些词语为基式，构成了“明星×”的词语模。

c) 分化原有的词语模

有些词语模相当能产，如用“吃×”造出的词语：

- 1) 吃富 吃公 吃海 吃会 吃贿 吃贫 吃私 吃床铺 吃床腿 吃大项……
- 2) 吃国饭 吃大锅饭……

这些词语的意义可以分为两种：1) 表示从某方面捞取好处的“吃”的行为，如“吃富”、“吃私”、“吃大项”等。2) 表示“以何为生计”，这种意思在词形上一般以“吃×饭”为标志，如“吃国饭”、“吃大锅饭”等。当“吃×饭”的词语多起来，便会从“吃×”中分化出

来，形成新的词语模。

四 结语

新词语的产生是语言适应社会发展变化的重要手段。新时期，我国以惊人的速度发展变化，新词语产生速度也相当迅速。从 80 年代始，新词语研究成为语言学的热点之一，有不少的辞书和论文问世。这些辞书和论文，不仅搜集、记录了大量的新词语和词语的新用法，不仅就新词语产生的途径、特点等方面作了富有成效的研究，而且打破了只用规范的眼光来看待新词语的观念，首先把新词语记录下来，对它产生的原因、途径等进行分析研究，而不急于作规范不规范的判定。最近，人们又不满足于对新词语作被动的记录，提出了对新词语进行预测的主张和一些预测的办法。对新词语进行有效的预测，只有较好地掌握了新词语产生的规律才有可能。

关于新词语产生的规律，人们从多种角度进行了探讨。如从方言和外语中引进、加工，行业词语的大众化，简缩造词，谐音、比喻、引申、仿造等修辞现象的词汇化。本文从词语模的角度研究新词语的产生，希望对新词语的预测有些裨益，也希望对构词法的研究有所帮助。

主要参考文献

- 陈建民 1996 《改革开放以来中国大陆的词汇变异》，《语言文字应用》第 1 期。
- 郭熙等 1993 《汉语新词语词典》，江苏教育出版社。
- 季恒铨 1993 《新词新语词典编纂的新收获——读〈1991 汉语新词语〉》，《语言文字应用》第 1 期。
- 刘一玲 1993 《寻求新的色彩，寻求新的风格——新词语产生的重要途径》，同上。
- 刘一玲等 1994 《1993 汉语新词语》，北京语言学院出版社。
- 刘一玲等 1996 《1994 汉语新词语》，北京语言学院出版社。
- 孟守介 1993 《谈词汇的仿造及其制约——从“法盲”、“科盲”一类词的产生说起》，（香港）《语文建设通讯》6 月号。
- 闵家骥、韩敬体等 1987 《汉语新词词典》，上海辞书出版社。
- 沈孟瓔 1987 《新词·新语·新义》，福建教育出版社。
- 沈孟瓔 1995 《关于新词语词义表面化倾向的考察》，《语言文字应用》第 4 期。
- 邢福义等 1991 《现代汉语》，高等教育出版社。
- 邢福义 1997 《汉语语法学》，东北师范大学出版社。
- 于夏龙 1992 《从方言吸取营养——普通话新词语产生的重要途径》，同上，第 2 期。
- 于根元等 1992 《1991 汉语新词语》，北京语言学院出版社。
- 于根元等 1993 《1992 汉语新词语》，北京语言学院出版社。
- 于根元等 1994 《现代汉语新词词典》，北京语言学院出版社。
- 语用所“新词新语新用法研究”课题组 1993 《整理汉语新词语的若干思考》，《语言文字应用》第 3 期。
- 王铁昆 1993 《简评〈1991 汉语新词语〉》，同上，第 1 期。
- 张德鑫 1993 《第三次浪潮——外来词引进和规范刍议》，同上，第 3 期。
- 中国社会科学院语言研究所词典编辑室 1979 《现代汉语词典》，商务印书馆。
- 中国社会科学院语言研究所词典编辑室 1989 《现代汉语词典补编》，商务印书馆。
- 周洪波 1994 《修辞现象的词汇化——新词语产生的重要途径》，《语言文字应用》第 1 期。
- 周洪波 1995 《外来词译音成分的语素化》，同上，第 4 期。
- 周洪波 1996 《新词语的预测》，同上，第 2 期。