

语言学视角下的网络流行语“搭子”及其教学策略研究

朱欢¹ 贺佳淋²

1.西北师范大学 甘肃 兰州 730000

2.西安体育学院 陕西 西安 710000

【摘要】：随着互联网的深度发展与青年社交观念的转变，“搭子”一词从方言词汇中被重新激活，成为当下极具代表性的网络流行语。本文从语言学视角出发，系统考察“搭子”的语义演变、构词方式、句法功能及语用特征，并从语言内在机制、社交模式转型与媒介技术催化三个维度揭示其流行理据。在此基础上，本文探讨“搭子”在国际中文教育中的定位，提出分级教学、对比辨析与情景驱动的教学建议，以期为中高级汉语学习者的文化理解与语言运用提供参考。

【关键词】：搭子；网络流行语；语言学特征；教学策略

DOI:10.12417/2705-1358.26.08.005

1 引言

网络流行语作为社会语言生活的重要组成部分，既是语言系统动态演变的直观体现，也是社会心态与文化心理的镜像反映。自20世纪末以来，网络流行语研究经历了从现象描述到机制探析、从语言本体向社会文化拓展的演进路径。早期研究多聚焦于流行语的来源、分类体系、生成机制与语言特征（杨文全，2002；汤玫英，2010），为本领域奠定了扎实的语言学基础。近年来，学界日益关注流行语背后的社会文化动因及其在语言教学中的应用价值。

“搭子”一词作为2023年以来的高频网络流行语，从方言词汇中重新激活，迅速渗透到青年社交的各个领域，成为“搭子文化”的核心语言表征。现有研究已从语言学视角对其语义演变、句法功能、生成机制等进行了初步描写（陈静、熊佳莹，2024；郭耀声，2025），也有学者从“搭子”的内部构成、语义类型、语用价值、以及所引发问题进行了分析（邢文霞，2025），亦有研究从社会文化层面解读了其所折射出的社会结构的变迁和社会心态的转变（王蕾，2024），但多数研究止步于语言现象和文化现象的单一维度，未能将语言分析与教学应用有效衔接。在这一背景下，本文尝试整合语言学、社会文化与教学三重视角，对“搭子”进行系统的多维考察。

2 “搭子”的语言学特征

“搭子”作为当下极具代表性的网络流行语，其语言学特征可从语义演变、构词方式、句法功能以及语用功能等维度加以考察。

2.1 词源追溯与语义演变

“搭子”并非互联网时代创造的新词，其词源可追溯至汉语方言中的既有用法。据《汉语方言大词典》（1999）记载，“搭子”在江淮官话、吴语中均有使用。在方言语境中，“搭子”最初指“一起做某件事的伙伴”，尤以牌桌用语最为典型，如“牌搭子”“麻将搭子”，后引申为合伙者。“搭”字本身含有“搭配、组合”之意，与表示人的后缀“子”结合，形成“在特定活动中搭配合作的人”这一核心语义。在传统乡土社会中，这一词汇的使用范围较为有限，主要局限于牌局场景，具有较强的场景限定性。其从方言词汇向通用网络流行语的跨越，是近年来随着社交媒体兴起而实现的，体现了互联网时代语言传播的去地域化特征。

“搭子”从方言词汇发展为网络流行语的过程中，最显著的变化是语义泛化，主要体现在以下维度。

第一，指称对象的扩大。在方言原初用法中，“搭子”的指称对象相对有限，主要集中在协作性较强的具体活动场景，如打牌、干农活等。而进入网络语境后，其适用场景急剧扩大，几乎覆盖了日常生活的方方面面。从“饭搭子”“咖啡搭子”等饮食场景，到“电影搭子”“逛街搭子”等娱乐场景；从“考研搭子”“图书馆搭子”等学习场景，到“健身搭子”“跑步搭子”等运动场景；甚至衍生出“摸鱼搭子”“发呆搭子”“死亡搭子”等极具网络亚文化色彩的表达。这种指称范围的急速扩大，使得“搭子”从一个具体场景的专用名词，演变为一个可用于描述任何“因共同活动而形成的临时伙伴关系”的通用能指。

作者简介：朱欢（1998年10月），女，汉族，陕西省咸阳市，西北师范大学在读，甘肃省兰州市，730000，硕士研究生，国际中文教育。
贺佳淋（2001年8月），男，汉族，陕西省咸阳市，西安体育学院在读，陕西省西安市，710000，硕士研究生，体育人文社会学。

第二,情感色彩的演变。在传统用法中,“搭子”带有一定的功利性色彩,强调关系的工具性和功能性——双方因特定目的而结合,目的达成后关系自然疏淡。而当代年轻人使用“搭子”一词时,既承认其功能性特征,又赋予其一定的情感价值。“旅游搭子”不仅是分摊费用的同行者,更是旅途中的精神慰藉。这种“精准陪伴”的情感底色,使“搭子”从纯粹的功利性关系,转变为兼具功能与情感、效率与温度的复合型社交关系。

第三,语义虚化与类词缀化。语义泛化往往伴随着语义虚化,这是汉语词汇演变的普遍规律。“搭子”在使用过程中,其核心语义“伙伴、搭档”并未消失,但在“X搭子”的构式框架中,“搭子”逐渐固化为一个表示“共同做X的人”的构词成分,具有了类词缀的特征。这使得“搭子”的构词能产性大大增强,能够与各类词语灵活搭配,产生层出不穷的新词。这一演变过程体现了语言的经济性原则,即用一个既有词汇承载新的含义,而非创造新词,这是语言系统自我更新的重要机制。

2.2 构词方式与句法功能

“搭子”在现代汉语中呈现出独特的语法特征,主要体现在构词能产性、句法功能多样性及搭配限制的规律性三个层面。

首先,构词能产性。“搭子”作为一个自由语素向半自由语素转化的典型案例,具有极强的组合能力。其基本构式可概括为“X搭子”,其中X为表示活动或场景的词语,能够根据交际需要随时创造新词。根据X的语法类别,可分为以下几种类型:

(1) 名词+X型。这是最为常见的类型,X为表示具体事物或活动的名词。例如:

饮食类:饭搭子、咖啡搭子、奶茶搭子、火锅搭子

娱乐类:电影搭子、游戏搭子、逛街搭子

学习类:考研搭子、图书馆搭子

运动类:健身搭子、跑步搭子

(2) 动词+X型。X为表示具体行为的动词,这类搭配在口语中也很常见。例如:吃饭搭子、旅游搭子、摸鱼搭子、自习搭子。

(3) 形容词+X型。这类搭配相对较少,但极具网络特色,X为表示情感或状态的形容词。例如:快乐搭子、灵魂搭子。这类表达中,“搭子”的功能进一步抽象化,不再强调具体的活动,而是突出情感共鸣与精神契合。

(4) 短语型+X型。在网络语境中,还出现了以短语作为X的超常规搭配,如“一起去图书馆搭子”“下班一起回家搭子”等。这类表达体现了网络语言的随意性和创新性,但因其结构松散、长度较长,在语言规范层面存在争议。

其次,句法功能的多样性。在句法层面,“搭子”主要充当以下几种成分。一是宾语,如“我在小红书上找搭子”“这个冬天,你找滑雪搭子了吗?”,此用法最为常见;二是定语,如“搭子文化”“搭子经济”“我饭搭子的工位就在我旁边”,充当定语也较为频繁;三是偶尔出现在主语位置,如“旅行搭子成假期出游新趋势:不用迁就对方”“饭搭子今天请假了,我得一个人去食堂”;此外还可以作同位语或独立语等,例如“这是我网球搭子小李”“社群搭子!开逛!”。值得注意的是,“搭子”较少充当谓语成分,这与其名词性的词类归属相符。

“搭子”在句法功能上表现出明显的名词特征,可以受数量短语修饰(“一个饭搭子”“两个旅游搭子”),可以受形容词修饰(“靠谱的搭子”“长期的搭子”),也可以作为“找”“当”“做”等动词的宾语。这些句法表现进一步印证了“搭子”作为名词的语法地位。

其三,搭配限制的规律性。尽管“搭子”的构词能力极强,但其搭配并非毫无约束。语料分析显示,“搭子”通常与“具体活动”而非“抽象关系”组合,我们可以说“饭搭子”却很少说“感情搭子”,可以说“旅游搭子”却极少说“友谊搭子”。这一限制揭示了“搭子”的核心语义特征——功能性、场景化、非情感性,正是这一语义限制决定了其搭配范围。

2.3 语用功能

互动语言学理念认为,语言的功能在动态的交际过程中得到不断地形成和塑造。当某种语言现象存在于互动会话中,必然会具有其独特的功能。“X搭子”频繁出现在交际互动中,具有鲜明的互动作用与表达功能,能够有效满足人们的交际需求。通过对所搜集语料的对比分析,本文归纳出“X搭子”结构的三种主要语用功能。

第一,关系界定的精准性。在汉语称谓系统中,存在“熟人”“朋友”“闺蜜”“兄弟”等层层递进的关系表达,但这些词汇的模糊性较强,难以精准定位关系的深浅与性质。“搭子”的出现填补了这一表达空白,它清晰地传递出“仅在特定领域有交集、不涉及深层情感卷入”的关系定位。当使用者说“减肥搭子”时,听者能够准确理解双方关系的性质与边界,避免因关系误判而产生的交际尴尬。

第二,社交成本的暗示性。“搭子”一词的使用,隐含着对社交成本的控制。与“朋友”关系所蕴含的情感投入、长期

维护等隐性义务不同，“搭子”关系具有天然的临时性与低承诺性。建立“搭子”关系无需深厚的情感基础，只需活动兴趣的重合；解除“搭子”关系亦无需复杂的社交礼仪，活动结束后自然消散。这一语用功能契合了当代都市青年在快节奏生活中对“轻盈社交”的心理需求。

第三，文化认同的标记性。不同的“X搭子”结构体现着说话双方对特定文化和身份内涵的认同。如“演唱会搭子”，有共同喜欢的明星和歌曲。这种文化的认同和归属感在语言交际中扮演着重要的角色，但并不总是被人们所明确意识到。其次，作为网络流行语，“搭子”的使用本身即构成一种身份标识。主动使用“搭子”表达的个体，往往在暗示自己谙熟网络文化、紧跟时代潮流。这一标记功能使“搭子”在一定程度上成为青年亚文化的“通行证”，使用者借此完成圈层认同与身份展演。

3 “搭子”的流行理据

“搭子”的流行绝非偶然的语言现象，其背后是语言内在机制、青年社交模式转型与媒介技术催化三重因素的共同作用。

3.1 语言内在机制

“X搭子”构式的能产性，体现了构式语法所说的“构式传承”机制——说话者掌握了“X搭子”这一固定构式后，可以根据交际需要将不同的X填入其中，创造新的表达式。所产生的新词格式固定，易于辨认，简明易懂，契合互联网碎片化、开放性的特点，能够提高语言交际的效率，符合语言交往的经济原则。这种构式驱动的词汇创新，是网络时代语言演变的典型方式，也是“搭子”能够迅速衍生出庞大词族的语言学根源。

3.2 社交模式转型

“搭子”的流行绝非偶然的语言现象，其背后是当代中国青年社交模式的深层转型，它迎合了青年群体“浅社交”的需求。社会学家格兰诺维特（1973）提出的“弱关系理论”为理解这一现象提供了分析框架。该理论认为，人际关系可按情感强度、互动频率、互惠程度等维度区分为“强关系”与“弱关系”。中国传统社会以血缘、地缘为基础建构的“熟人社会”，本质上是强关系主导的社交模式，强调长期、稳定、全方位的责任义务。

然而，伴随城市化进程加速与个体化浪潮兴起，当代中国青年的社交图景正在发生深刻变化。一方面，大规模人口流动打破了传统的熟人社会结构，原子化的个体在陌生城市中面临“关系再造”的需求；另一方面，工作压力增大、生活节奏加快，使得维系传统强关系的时间成本与情感成本日益高昂。在此背景下，“弱关系”社交模式应运而生——人们倾向于建立

功能明确、边界清晰、成本可控的社交关系，以满足特定需求而不必承担全方位的情感义务。“搭子”正是对这种新型社交模式的语言编码。在高速流动、高度不确定的现代社会中，“搭子”文化以其灵活性与低风险性，满足了青年群体的现实社交需求。

3.3 媒介技术催化

“搭子”文化的形成与数字媒介的发展密切相关。社交媒体平台为“搭子”关系的建立提供了基础设施。小红书、豆瓣、微博等平台均设有“搭子”主题小组或话题标签，用户可通过发布“找搭子”帖子，实现基于兴趣、地点、时间等条件的精准匹配。这种“平台化社交”极大地降低了建立新关系的门槛，使得素不相识的个体能够围绕特定活动迅速结成临时伙伴关系。

数字媒介不仅改变了关系建立的渠道，也重塑了关系维持的方式。“搭子”关系确立后，双方的互动通常高度依赖即时通讯工具，互动内容严格围绕共同活动展开，活动结束后则互动暂停。这种“按需互动”的模式进一步强化了“搭子”关系的功能性与边界感。

4 国际中文教学定位及策略

网络流行语具有时效性强、使用范围有限、语体色彩鲜明的特点，不宜作为汉语教学的核心词汇。对于“搭子”这类网络流行语，应将其定位为“文化补充知识”，即在完成基础词汇教学的前提下，作为文化拓展内容向中高级水平学习者介绍。

4.1 分级定位，区别处理

针对不同学习者的水平，可采用差异化的教学策略。对于初级学习者，不将“搭子”纳入正式教学内容，若学生在课外遇到，只需简单解释为“一起做某件事的人”即可，无需深入展开。中级学习者则可将其作为“文化点滴”进行补充，重点介绍“饭搭子”“旅游搭子”等高频且中性的用法，强调“搭子”与“朋友”的区别——前者是功能性、临时性的伙伴，而非情感深厚的朋友，教学时可选取典型例句帮助学生建立基本认知。对于高级学习者，则可将其纳入话题讨论，引导学生理解“搭子文化”背后体现的社会心理，如边界感与弱连接，并进行跨文化对比，探讨学习者本国是否存在类似社交现象，如日本的“飲み友達”、韩国的“밥친구”等，通过对比加深对文化差异的理解。

4.2 对比辨析，突破难点

重点辨析“搭子”与“朋友”的核心差异，这是学习者最易混淆之处。可通过对比表格清晰呈现：

表1 “搭子”与“朋友”的核心差异对比

维度	搭子	朋友
关系性质	功能导向	情感导向
时间跨度	短期、临时	长期、稳定
交往范围	限于特定活动	全方位
情感投入	低	高
义务关系	明确、有限	模糊、广泛

同时,教师应明确向学习者指出,“搭子”属于口语词,带有鲜明的网络流行语色彩,在正式场合中不宜使用。

4.3 情景驱动,适度练习

在教学中,教师可通过真实情景帮助学生理解与运用“搭子”一词。首先以情景导入引发共鸣,提问“一个人想吃饭但不想一个人去,怎么办?”引出“找饭搭子”的需求,引导学生联系自身经历;接着借助媒介辅助,展示社交媒体上“找搭

子”的真实帖子截图,让学生在具体网络语境中直观感知词语的用法与语用功能;随后设计难度适中的简单练习,如词语配对(“饭搭子——一起吃饭”“旅游搭子——一起旅游”)和情景对话(如“我周末想看电影,但不想一个人去”“那你找个电影搭子啊!”),帮助学生以理解和简单运用为目标巩固所学。需要注意的是,教学时应避免选用“恋爱搭子”“睡觉搭子”等涉及私密关系或敏感内容的案例;同时应向学生说明“搭子”作为当前流行词,网络流行语更迭较快,未来可能被新词取代,从而培养其自主学习能力和语言敏感度。

5 结语

本文从语言学视角出发,系统考察了网络流行语“搭子”的语义演变、构词方式、句法功能与语用特征,揭示其从方言词汇经由语义泛化、类词缀化而成为高能产性构式的内在机制,并指出其流行背后是青年社交模式转型与媒介技术催化共同作用的结果。在此基础上,本文进一步探讨了“搭子”在国际中文教学中的定位,提出分级教学、对比辨析与情景驱动相结合的教学策略,旨在帮助中高级学习者在理解语言形式的同时,把握其背后的文化心理与社会动因。

参考文献:

- [1] 方诗如.网络流行语更迭演化中的社会动因[J].新闻前哨,2023,(20):73-74.
- [2] 郭耀声.语言学视域下网络流行语“X搭子”的构式研究[J].中原文学,2025,(01):186-188.
- [3] 韩霖.2018至2020年网络流行语成因、特点及影响分析[J].甘肃广播电视大学学报,2021,31(04):81-84.
- [4] 苏芳芳.数字时代网络流行语与社会心理研究[J].传媒论坛,2024(19):4-8.
- [5] 王蕾.网络流行语“搭子”初探[J].汉字文化,2024,(12):23-25.
- [6] 吴炳璋,尹夏燕.网络流行语的来源、类型及其生成机制初探[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2023,25(04):45-54.
- [7] 吴炳璋.近十年网络流行语词源理据研究[J].中北大学学报(社会科学版),2020,36(02):105-109+114.
- [8] 于鹏亮,付嘉禾.2023年度网络流行语研究分析报告[J].新媒体与社会,2024,(01):366-375+404-405.