



从“吃食堂”到“吃外卖”： 构式“吃+N 虚拟处所”的合法性及能产性探讨

孟凡琪

黑龙江能源职业学院, 双鸭山 155100

通讯作者*: 孟凡琪 E-mail: 503049866@qq.com

论文信息

关键字

吃+N 虚拟处所; 构式语法; 转喻机制; 能产性

摘要

本文以构式语法和认知语言学为理论基础, 考察汉语“吃+N 虚拟处所”构式的合法性及能产性特征。“吃外卖”构式突破了传统处所宾语对物理空间的依赖, 通过“行为-产品”转喻和虚拟处所重构实现语义创新; 该构式的合法性建立在功能专属性、认知凸显性和高频使用三重基础上; 构式呈现有限能产性特征, 可扩展至“吃自助”等同类服务, 但排斥“吃快递”等非饮食类表达。研究表明, 数字经济催生的新型构式正在重塑汉语的处所范畴系统, 其快速规约化过程体现了数字时代语言演变的新特征。

引言

语言系统的动态演变始终与社会发展保持同步。近年来, 随着数字经济的蓬勃发展和外卖服务的普及, “吃外卖”这一新型动宾构式在汉语中迅速崛起并完成规约化。与传统的“吃食堂”构式相比, 这一表达呈现出三个显著特征: 其一, 宾语成分从实体场所(食堂)扩展至虚拟服务(外卖); 其二, 转喻机制从“容器-内容”型转变为“行为-产品”型; 其三, 从出现到被《现代汉语词典》收录仅用5年时间, 远快于传统构式的规约化速度。

既有研究在解释这一现象时存在一定局限。孟琮（1987）、邢福义（1991）、莫莉（2021）等学者建立的处所宾语理论主要针对“吃食堂”类物理空间构式，难以解释无实体依托的虚拟处所现象。虽然任鹰（2000）、胡勇（2016）、李劲荣（2019）等从认知框架领域对“吃食堂”进行解释，但尚未系统探讨数字化服务对构式系统的重构作用。更关键的是，现有理论未能充分解释数字时代语言创新的加速机制。

基于此，本研究聚焦三个核心问题：（1）“吃+N 虚拟处所”构式如何突破传统处所宾语的空间限制？（2）数字服务类构式的合法性判定标准有哪些？（3）这类构式的能产性边界受哪些因素制约？

一、汉语饮食类动宾构式的研究传统

（一）“吃食堂”构式的经典研究综述

在汉语语法研究中，“吃食堂”作为典型的处所宾语构式，已经形成了较为完善的研究体系。朱德熙（1982）“吃食堂”中“食堂”在语义上指机关、团体中供应本单位成员吃饭的地方。所以被理解为处所宾语。储泽祥（2004）认为“吃食堂”不能用“V+哪儿”的形式提问，属于“不典型的处所角色宾语”。宾语转喻说认为“吃食堂”是用“食堂”转喻“食堂”的饭，基于内在的近接关系，通过“容器-内容”转喻实现的语义压缩。具体而言：“食堂作为容器场所，在认知上可以转指容器中的内容物——即食堂提供的餐饮服务。李治平（2005）从语义特征的角度分析“吃”的宾语所具有的语义特征，认为只有宾语同时具备[+提供饮食][+服务功能][+场所]三项语义特征的处所名词才可以进入“吃+NP 处所”结构。张翼（2022）从认知语法理论假设的角度解读“吃食堂”。他认为“吃”和“食堂”之所以能够组合，是因为在“吃”激活的基线语义中包含凸显度较高的成分，可以被“食堂”激活并对基线展开加工，构成了“吃食堂”的概念语义基础。

（二）传统理论的解释局限

随着数字经济的发展，传统研究范式在解释“吃外卖”等新兴构式时显现出明显不足：首先，空间依附假设面临挑战。李文浩(2023)指出“吃食堂”类非常规动宾短语“吃 NP”中的“NP”必须是餐饮机构，这是必要条件。然而，“外卖”本质上是一种服务行为，完全不具备空间实体性。其次，转喻机制发生本质变化。通过对比可见：

表1 “吃食堂”与“吃外卖”对比

维度	吃食堂	吃外卖
转喻类型	容器- 内容	行为- 产品
认知基础	空间包含关系	服务- 结果关系
实现条件	场所固定性	行为规约性

二、“吃外卖”的合法性分析

(一) 转喻机制：从行为到产品

“吃外卖”这一表达的核心认知机制是转喻。Lakoff & Johnson (1980) 指出，转喻指通过概念之间的邻近性，用一个概念指代另一个相关的概念。王寅 (2007) 认为，转喻是人类基本的思维方式之一，其本质是用突显、易感知的概念来指代相关联的概念。“吃外卖”，其转喻路径具体表现为一个概念映射过程：

[外卖服务行为] → [外卖服务提供的食品]

这一转喻属于“行为代产品”类型，即用服务行为指代该行为产生的结果。这种转喻之所以成立，关键在于“外卖”这一行为与其结果之间存在高度可预测的、常规化的关联。当人们听到“外卖”时，首先激活的是“食物配送”这一行为框架，而该行为的必然结果就是“被配送的食品”，这种紧密的认知联系为转喻提供了心理基础。从转喻的具体实现过程来看，“吃外卖”经历了三个认知操作阶段：第一阶段是行为激活。当听到“外卖”时，大脑首先激活的是“订

购-制作-配送-接收”这一系列行为链条。这一行为框架包含了多个参与者（顾客、餐厅、配送员）、多个环节（下单、备餐、送餐）以及相关工具（手机 APP、配送箱等）。第二阶段是结果聚焦。在完整的行为框架中，注意力会自然聚焦于该行为的最终产物——食品。这是因为从“吃”这一动词的语义要求来看，它需要一个可食物作为宾语，这种语义压力促使听话人将“外卖”理解为食品而非服务。第三阶段是概念替代。在反复的语言使用中，这种临时性的概念投射逐渐固化为稳定的转喻关系，“外卖”可以直接指代“外卖食品”而不再需要额外的认知努力。这种固化过程使得“吃外卖”从最初的修辞性表达变成了常规用法。

与传统的“吃食堂”相比，“吃外卖”的转喻机制具有明显特点。“食堂”是典型的“容器代内容”转喻（地点→该地点的食物），这种转喻建立在空间包含关系基础上。而“吃外卖”则是行为到产品的转喻，建立在行为-结果关系基础上。这种差异反映了数字经济时代语言表达的新特征——服务行为本身可以作为转喻的基础，而不必依赖具体的空间关系。这种转喻具有明显的交际优势，即用一个词（外卖）同时指代服务和产品，既节省了语言表达的长度，又不会造成理解困难，因为它符合人们对这一常规行为的认知模式。这正是语言系统不断优化表达效率的体现。类似的“行为代产品”转喻在现代汉语中还有若干实例，比如：“看直播”（直播行为→直播内容）“听录音”（录音行为→录音内容）“买预售”（预售行为→预售商品）。这些例子都展示了行为与其结果之间的常规化转喻关系。

（二）虚拟处所的认知重构

“吃外卖”是“吃+N 处所”结构的非典型成员，“外卖”经历了从行为到虚拟处所的认知重构过程。虽然“外卖”本身指代一种送餐服务，但在认知上它被重新范畴化为一个“虚拟的饮食供应源”。这一重构过程包含以下环节：首先，“外卖”在认知框架中被赋予与实体餐馆相似的功能定位。就像“食堂”代表集体供餐场所，“外卖”在心理空间中被构建为一个虚拟的、移动的“饮食供应点”。这种心理建构使得“外卖”获得了类似处所名词的句法表现。我们可以观察到，“外卖”在句法上越来越接近传统处所名词。例如，可以受处所疑问词修饰：“你平

时在哪家外卖吃得多?”，可以出现在典型处所结构：“在外卖上点了份套餐”。其次，这种虚拟处所具有独特的时空特征。一方面，它不受物理空间限制（可以配送到任何地点），表现出流动性；另一方面，它又具有明确的功能专属性（专门提供即食餐饮），表现出固定性。这种既固定（在功能上）又流动（在空间上）的特性，正是新型处所范畴的典型特征。从认知语言学的框架语义学角度看，“外卖”作为一个虚拟处所，被纳入了“饮食获取”的认知框架中。在这个框架里，传统上包含以下要素：供应场所：食堂、餐馆、超市等；获取方式：堂食、外带、自烹等；消费主体：食客、家庭等。“外卖”的加入扩展了这一认知框架，新增了：虚拟供应节点：外卖平台；数字化获取方式：在线下单、智能配送等；新型消费场景：家里、办公室、娱乐场所等。这种框架扩展使得“外卖”获得了与传统饮食场所平行的认知地位，为其句法表现提供了概念基础。最后，这种重构得到了社会认知的广泛支持。随着外卖服务的普及，“叫外卖”已经成为现代都市生活的常规场景，这使得“外卖”作为虚拟饮食来源的心理现实性不断增强。

（三）社会规约化的动态过程

“吃外卖”的合法性最终通过社会规约化过程得以确立。Schmid (2015) 认为认知语言学应将语言的社会及语用视角融入进来，并提出固化-规约化模型。该模型中，使用、固化和规约化三者互相影响。规约化过程发生在言语社区中，经历创新、互适、传播和常态化四种过程。“吃外卖”的规约化过程呈现出明显的时代特征和快速演进的特点，可以分为以下几个阶段：

第一阶段：初期阶段（2010—2015年）

“叫外卖”是主导表达，“吃外卖”仅零星出现。通过对这一时期网络论坛、社交媒体文本的考察，我们发现“吃外卖”主要出现在特定群体（如大学生、年轻白领）的非正式交流中，带有明显的俚语色彩。例如：

例（1）今天又吃外卖了，食堂人太多。（2012 年微博）

例（2）连着吃了三天外卖，想家了。（2013 年贴吧）

这一阶段的“吃外卖”表达具有以下特征：（1）使用范围有限，主要在年轻人中使用。（2）带有临时组合的性质，尚未固化。（3）常需要上下文支持才能明确理解。

第二阶段：扩散阶段（2015—2018 年）

“吃外卖”开始进入主流媒体和正式文本。语料统计显示，这一时期该表达的使用频率呈指数级增长。例如：

例（3）都市白领吃外卖的比例已达每周 3~5 次。（《中国消费报告》2017 年）

例（4）现代人吃外卖要注意营养均衡。（《健康时报》2016 年）

这一阶段的特征包括：（1）使用群体扩大，从年轻人向中年人扩展。（2）出现语境多样化，从私人对话扩展到公共讨论。（3）语义透明度提高，不再依赖具体上下文。

第三阶段：规约化阶段（2018 年至今）

“吃外卖”已被完全接纳为标准表达。这表现在：（1）词典收录：《现代汉语词典》（第 7 版）在“外卖”词条下明确列出“吃外卖”作为示例用法。（2）语法地位：被认可为合法的动宾结构，出现在各类正式文本中。（3）派生能力：可以构成新组合，如“外卖吃多了”“吃外卖族”等。

“吃外卖”快速规约化背后的社会动力值得关注首先，外卖服务的爆炸式增长创造了语言需求，这种规模扩张必然需要相应的语言表达。其次，移动互联网加速了语言创新的传播。

Bybee（2003）指出影响语言固化的决定因素是言语产出频率及言语的重复使用，而影响语

言规约化的决定因素是语言类型的出现频率。网络上“吃外卖”的使用频率的骤增加速了其规约化进程。从语言规范的角度看，“吃外卖”的合法化过程展示了当代汉语对新表达的包容性。与过去需要数十年甚至上百年才能完成的语言变化相比，数字时代的语言创新可以在短短几年内完成从边缘到主流的转变。

三、“吃外卖”的能产性特征

（一）有限能产性的表现

“吃外卖”所代表的构式呈现出明显的有限能产性特征。通过对大量语料的观察和分析，我们发现这种能产性既存在扩展潜力，又受到严格限制，表现出以下几个方面特点：首先，该构式可以有限度地扩展到其他类似服务领域。观察到的合法或趋于合法的扩展包括：“吃团购”“吃自助”等。其次，该构式的扩展受到严格限制，许多看似相似的结构并不被接受。典型的非法扩展包括：“吃快递”（快递服务与饮食无必然联系）、“吃网购”（网购范围太广，缺乏专指性）、“吃跑腿”（跑腿服务多样化，不专指食品）等。

（二）能产性的制约因素

能产性的边界不是任意的，合法的扩展与三个核心条件相关：一是服务与饮食之间的直接关联性。二是概念在饮食获取框架中的认知凸显度。三是社会群体的实际使用习惯。只有当这三个条件都得到满足时，新组合才能被语言系统接纳。

1. 语义关联性原则

合法的扩展必须保持“饮食供应”这一核心语义特征。高度关联的服务易被接纳，其特征包括：（1）服务专一性：该服务主要或专门提供饮食。“外卖”专指即食或即烹食品。（2）功能直接性：服务与饮食之间环节少，关系直接。“外卖”直接关联到食品获取。（3）概念明确性：所指范围清晰，不易产生歧义。“外卖”特指餐饮时概念明确。

2. 认知凸显性原则

高凸显概念易进入构式的特征包括：(1) 使用频率高。“外卖”在现代都市饮食中占比很高。(2) 体验直接。消费者有明确的感知和体验。“吃外卖”的用户直接参与订餐-接收全流程。(3) 功能专属性。“外卖”相比“快递”在核心功能上体现出单一性。核心功能明确限于餐饮服务。“吃外卖”符合前两项标准，具有较高的凸显度。

3. 社会接受度原则

社会接受度原则强调语言本质上是一种社会约定，任何表达的合法性最终都取决于语言社区的集体认可。已形成使用惯习的表达通常具有以下特点：(1) 使用群体广泛：不限于特定人群或地域。“吃外卖”在全国各地普遍使用。(2) 使用语境多样：出现在不同语体和场合。“吃外卖”既用于日常对话，也见于媒体报道。(3) 使用频率稳定：不是临时或偶发的用法。“吃外卖”在外卖用户中形成稳定用法。

四、结语

本文通过对“吃外卖”这一新兴表达的合法性及其能产性特征的深入分析，揭示了其在现代汉语中的认知机制与社会动力。研究发现，“吃外卖”的合法性建立在“行为代产品”的转喻机制、虚拟处所的认知重构以及社会高频使用的规约化基础之上。这一结构呈现出有限能产性特征，其扩展遵循语义关联性、认知凸显性和社会接受度三重原则，既允许部分创新表达（如“吃团购”“吃自助”），又对不满足条件的组合（如“吃快递”“吃网购”）形成严格限制。本研究仍有诸多不完善之处，如对同类构式的横向对比不充分等。希望未来学者们可以从多维度对“吃外卖”进行进一步研究。

参考文献

- [1] 潘艳艳. 构式创新和能产的语境制约因素研究[J]. 解放军外国语学院学报, 2021, 44(05): 60-67+161.

- [2] 潘艳艳. 构式创新和能产的语境制约因素研究[J]. 解放军外国语学院学报, 2021, 44(05): 60-67+161.
- [3] 陈西, 束定芳. 新构式的固化-规约化分析——以“可能 V 了假 X”为例[J]. 语言教学与研究, 2020, (05): 103-112.
- [4] 李文浩. 也谈非常规动宾短语“吃食堂”[J]. 汉语学报, 2023, (03): 45-53.
- [5] 马友敏. 近十年“吃食堂”研究述评[J]. 品位·经典, 2022, (21): 40-42.
- [6] 张翼. “吃食堂”新解: 基于认知语法和文化图式的阐释[J]. 语言教学与研究, 2022, (05): 73-82.
- [7] 李劲荣. 汉语旁格宾语的实现机制及其语法后果——以“吃食堂”为例[J]. 语言教学与研究, 2019, (06): 31-43.
- [8] 张华. “吃+N”构式探讨[J]. 语言研究, 2018, 38(03): 49-54.
- [9] 胡勇. “吃食堂”的认知功能分析[J]. 世界汉语教学, 2016, 30(03): 342-355.
- [10] 任鹰. “吃食堂”与语法转喻[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2000, (03): 59-67+80.
- [11] 李治平. “吃食堂”类短语成活的多维分析[J]. 云南师范大学学报, 2005, (01): 44-47.
- [12] 莫莉. “动词+非核心论元宾语”构式的构式压制和惯性压制[J]. 语言科学, 2021, 20(04): 373-382.
- [13] 邢福义. 汉语里宾语代入现象之观察[J]. 世界汉语教学, 1991, (02): 76-84.
- [14] 孟琮 1987 《动词用法词典》，上海辞书出版社。
- [15] 朱德熙 1982 《语法讲义》，北京：商务印书馆。
- [16] Bybee, Joan. 2003. Mechanisms of change in grammaticization: The role of frequency. In B. D. Joseph and J. Janda (eds.) *The Handbook of Historical Linguistics*. Oxford: Blackwell. 602-623.
- [17] Schmid, Hans-Jörg. 2015. A blueprint of the Entrenchment-and-Conventionalization Model. *Yearbook of the German Cognitive Linguistics Association* 3(1): 3-25.