

新闻话语分析系统研究

——以媒体标题为视角



史文静◇著



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

新闻话语分析系统研究

——以媒体标题为视角



史文静◇著



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新闻话语分析系统研究：以媒体标题为视角 / 史文
静著. -- 哈尔滨：黑龙江大学出版社，2015.6

ISBN 978 - 7 - 81129 - 875 - 8

I. ①新… II. ①史… III. ①新闻语言 - 研究 IV.
①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 047974 号

新闻话语分析系统研究——以媒体标题为视角

XINWEN HUAYU FENXI XITONG YANJIU——YI MEITI BIAOTI WEI SHIJIAO

史文静 著

责任编辑 刘剑刚 戴谨宇
出版发行 黑龙江大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区学府路 74 号
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 720 × 1000 1/16
印 张 18
字 数 226 千
版 次 2015 年 6 月第 1 版
印 次 2015 年 6 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 81129 - 875 - 8
定 价 56.00 元

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究

本书是中国博士后科学基金项目《网络舆情的语义分析与地方问政系统》的成果之一

导 言

从世界范围来看,舆论战已成为现代战争的重要手段之一。在 2009 年伊朗大选、利比亚冲突以及叙利亚冲突中,西方媒体和政治势力利用 Twitter 等平台散播了许多未经证实的小道消息以达到自身的政治、军事目的。2011 年初爆发的“茉莉花革命”及随后引发的北非、中东大乱局,是西方这一新型“战争手段”效果的一次经典体现,网络已成为意识形态斗争的重要战场,开展舆论战的重要利器。因此,要从国家层面强化对网络的制度监管,从信息审查过滤、责任倒查机制、网络道德等方面完善监控体系,其中舆情的深度加工与利用在一段时间内都会是研究的重点,尤其是舆情监测与分析等过程的智能信息处理技术问题,其中涉及语言语义层面的因素,与媒体关系密切的标题研究变得日益重要与迫切。语言的语义学分析方法作为一种横断的科学方法,其方法论意义在过去几十年的历史演进中逐渐凸现出来。规范语义学对形式化体系处理的整体性原则,具有尤为重要的意义整合作用;而自然主义语义学的方法论意义,则在于它自觉地从心理意向上实现了语形、语义和语用的结合。语言的语义分析需要依赖大量的语义知识来进行语言的语义表示,因此在 20 世纪 80 年代,人们开始致力于语义资源知识工程的构建,其中包括目前国内外比较著名的词汇语义知识资源库 WordNet、VerbNet、知网等。这一时期自然语言处理技术借助机器学习方法在基于大规模标注语料研究中所取得的突破性进展,一定程度上推进了语义标注资源库的建设,其中包括宾

夕法尼亚大学的 PropBank、纽约大学的 NomBank、加利福尼亚大学伯克利分校的 FrameNet 以及除英语外其他语言的语义标注资源库。目前 FrameNet 团队正在对美国国家语料库 (American National Corpus) 进行句子的标注和全文篇章的标注,是多重标注项目 (Multiply-Annotated Sub-Corpus project) 的一个子任务。同时,团队在原有框架及其关系基础上,根据框架语义学的认知机理,进一步创建新的框架,为实现自然语言深度理解及应用提供更实用的资源。

本书围绕媒体标题,运用话语分析理论及认知语言学、信息论的研究成果主要探讨了与媒体标题语体研究、媒体标题用语研究、媒体标题语用研究、媒体标题系统研究、媒体标题比较研究相关的语法现象。标题语体研究主要着眼于发现能与新闻次语体对应的标题的典型格式;标题用语主要研究标记性较强的通讯标题专用词语和格式及分行与延长式这两种特殊标题结构;标题语用研究结合新闻标题的传播功能探讨了标题的求简结构及带引号的超常搭配结构和标点符号的使用;标题系统研究主要集中于社会与新闻共变、历时平面比较、跨媒介比较;标题比较研究是把标题放入整个社会语境中考察其制作成因并对实际应用中的标题制作进行评析。

目 录

绪论	1
第一章 关于会话、话轮、话对	12
第一节 会话	12
第二节 话轮	17
第三节 语用与会话研究	24
第二章 基于社会认知的媒体标题话语研究	40
第一节 基于认知的标题语体研究	41
第二节 基于认知的标题用语研究	43
第三节 基于认知的标题语用研究	47
第四节 基于认知的标题比较研究	51
第五节 基于认知的标题系统研究	53
第三章 基于制作的媒体标题语体研究	56
第一节 媒体标题的语义语用类型	56
第二节 事件性标题与非事件性标题	59
第三节 时政宣传类标题结构及类型研究	67
第四节 开始结束类标题类型分析	72
第五节 数字变化类标题使用分析	77
第六节 被动表述类标题研究	82
第七节 疑问句形式在标题中的使用情况的调查	89
第八节 情况说明类标题的格式分类	98

第四章 基于制作的媒体标题用语研究	102
第一节 通讯次语体标题制作用语例释	102
第二节 标题分行跨结构切分例类	125
第三节 网络新闻标题的延长式研究	133
第五章 基于制作的媒体标题语用研究	138
第一节 消息标题制作求简的语法表现	138
第二节 标题语言中带引号的超常搭配词语的语义 模式	146
第三节 媒体标题的标点符号的用法探析	152
第六章 基于制作的媒体标题系统研究	163
第一节 大众媒介与标题语言	163
第二节 新闻标题的历时考察——以《人民日报》 语料为例	168
第三节 电视评论新闻标题制作的语法学视角	177
第四节 俗语和网络新词语的标题应用汇释	184
第七章 基于制作的媒体标题比较研究	192
第一节 新闻标题语言制作初探	192
第二节 媒体标题制作语用实践	196
结语	217
参考文献	219
附录	230
附录 1 主谓结构与事件性标题(第三章第二节)	230
附录 2 修辞手法与非事件性标题(第三章第二节)	231
附录 3 主观性与非事件性标题(第三章第二节)	231
附录 4 市场化报纸中带有修辞手法的标题	232
附录 5 地方时政类新闻标题(第三章第三节)	236
附录 6 动态变化类标题(第三章第一节)	237

附录 7	开始结束类标题(第三章第四节)	243
附录 8	存现类标题(第三章第四节)	248
附录 9	“数字变化类”新闻标题(第三章第四节)	250
附录 10	数字变化类标题应用报道类型(第三章 第四节)	252
附录 11	数字标题版面应用(第三章第四节)	253
附录 12	专家建议类新闻标题(第三章第五节)	254
附录 13	情况预测类标题(第三章第五节)	255
附录 14	被动表述类标题(第三章第六节)	256
附录 15	疑问句标题(第三章第七节)	259
附录 16	社会资讯类标题(第三章第八节)	268
附录 17	通讯标题(第四章第一节)	269
附录 18	网络标题的延长式(第四章第三节)	271
附录 19	标题中的超常搭配(第五章第二节)	273
附录 20	标题中标点符号应用(第五章第三节)	276
附录 21	网络新词语标题(第六章第四节)	278
附录 22	英文报纸标题的中译版	279

绪 论

一、从注重语言形式到回归“人”的多维研究理论

本书提出的“媒体标题”是一个广义的概念,主要指新闻标题,也包括书名、论文标题等大众传播媒介^①上使用的标题。为了研究的有效性和针对性,本书重点探讨报刊的标题语法现象,兼及广播、电视、互联网的标题。在报刊标题中,主要针对新闻工作者探讨新闻报道的各种体裁的标题语法及语义和语用问题。

新闻标题界说——根据不同时期人们对标题内涵的不同理解,标题有广义和狭义之分。广义的标题既包括新闻的题目,也包括文章、作品的题目,甚至包括器物、书籍的名称等;而狭义的标题特指新闻的题目。因此,我们要对本书中所要研究的标题做一个界定。我们在书中所要研究的标题是狭义的标题,即新闻报道的题目,而且特指报纸上的新闻这种文体的题目。它是新闻报道不可或缺的重要组成部分,是以大于正文的字号,精警的词语,对新闻内容和中心思想富有特色的浓缩和概括。

^① 媒体的范围既包括传统的大众传播媒介即报纸、广播、电视、互联网,也包括杂志、电影、学术期刊、广告海报等。同时一些新兴的媒体如手机、流媒体、移动电视也应包括在内。

新闻语体按照报道内容的不同,可分为政治新闻、经济新闻、外事新闻、军事新闻、文教新闻、体育新闻、社会新闻、科技新闻等。另外,新闻语体按照体裁的不同又可分为消息、通讯、人物特写、调查报告、采访杂记、新闻评述等。我们在讨论新闻标题的语法特征时,要进行体裁上的区分。

通过考察,我们发现新闻标题因为受其特定传播语境的制约,在词类、句型和句类等方面呈现出一些较之通常行文不同的语法特点。媒体标题是一个具有特定内涵和外延的概念,这种情况是由标题的语用功能和语境等因素决定的。对社会语境中使用的标题的共性与个性的深入探讨,可以揭示出媒体标题的许多特点和规律,进而建立一个较为全面、系统、科学、实用的媒体标题的分类系统。由于此项研究与人们的语言应用密切相关,因此不仅具有重大的理论意义,而且具有重大的应用价值,对于媒体标题制作、语言研究与教学、中文信息处理以及其他语言应用领域均具有直接的指导价值,对于提高人们的语言运用能力具有切实的帮助。

汉语语法学从诞生开始就倾向于以解决语言学习和语言运用的实际问题为主要目的。《语法修辞讲话》是在特定历史条件下为特定目的而撰写的,开创了实用语法、实用修辞、语法和修辞相结合研究的先例。

本书所进行的标题语法研究是在与传统的语法分析比较中彰显其特征的。传统语法分析以单独的标题为分析单位,但是人们在交际传播中很少只说(或写)一个标题。因此,本书要对超句单位(处于媒体生态中的标题)进行分析,语法分析重视标题的结构和意义,但媒体标题的意义并不仅是标题句子本身的意义,主题与辅题之间的句际关系和结构本身也要产生意义。据此,本书的分析重视标题宏观结构的语义,考虑标题使用的各种变异与独特性,这样使媒体标题研究的范围从语言结构体系跨入言语活动领域,研究具体的标题运用,对标题

生产、理解的规则性和应用技巧予以探讨。语法分析不涉及标题这种语言符号同它的使用者及使用环境之间的关系,不关注标题这种言语产品是如何被生产与接受的,而本书是把标题置于语境中进行理解与分析,分析标题的意义和交际功能。综上所述,本书所进行的标题研究是在话语分析的背景下,运用语体和认知的理论关注标题的结构、语境与理解。

本书从新闻制作者的角度探讨媒体标题语法的研究角度并把新闻传播实务和汉语言文字学两个学科的研究成果进行交叉整合研究;发掘人们未曾发现的媒体标题的语法、语义和语用等方面的特点,尽量充分地加以描写和解释;建立一个能涵盖所有媒体标题较为全面系统科学实用的分类系统。次语体与标题格式并非一一对应,本书的研究试图找出次语体标题特点的倾向性规律,其对应的标题类型(包括词语、格式)是界定某种语体的重要标记。

传统的语法研究大都局限于对标题语法的静态研究,缺少实际应用研究。本项研究突破了这一局限,从传统研究的薄弱环节入手,把研究的重点转向标题与制作者之间联系的动态研究上,把媒体标题制作的语法学视角或标题语法研究的新闻传播学视域作为研究的重点和中心,并在交际功能研究的基础上联系民族和文化来阐释其认知的原因和策略。本课题拓宽了现代汉语语法研究的空间,把语言研究和言语研究、静态研究和动态研究、语法研究和语义语用研究结合起来,有助于提高人们对媒体标题的认识水平和使用能力,推进现代汉语语法及相关系统的研究,具有重大的学术价值和应用价值。

本书立足新闻传播实务研究,构建标题语法的理论范式,兼有理论研究和实践应用价值,将成为新闻传播学与社会领域语言学跨学科应用研究一个新的重要生长点。

本书研究的重点是把语言本体研究同新闻实务研究进行有机的整合,这属于领域语言研究中的一个重要范畴,是新闻语言研究的一

个重要组成部分。新闻语言研究强调了对语言使用过程、使用者以及使用环境条件的研究。把语法研究的理论成果应用到新闻标题制作的实践中,让标题制作从传播者个人的经验总结变成一门可供推广的学问,让语法研究进一步精密化、实用化,让语法研究更好地为大众传播交流服务。反过来,在媒体标题制作实践中出现的新问题可以推动语法本体研究的进展。

二、语言、心理、认知及相关理论

20 世纪 70 年代以来,随着西方语用学等相关语言学理论与方法的引进,关于现代汉语标题的研究逐渐引起学者的重视,并出现了一批重要的研究成果。

标题是篇章的有机组成部分,研究标题不能脱离语篇语境。基于制作的媒体标题研究是对使用中语言的研究,“话语分析”就成为非常重要的理论背景之一。“话语分析”这一术语自 1952 年 Z. Harris 在《语言》(*Language*)杂志上发表了一篇以此为标题的论文后逐渐为人们所熟悉。作为语言学研究,话语分析有四个特点:1. 从自然素材中选取书面或口头的语料而不使用孤立的单句;标题的特殊性是不能孤立传播。2. 密切联系语句的使用环境(这是话语分析在方法论上最重要的特点);标题的使用环境复杂多变,因此本书所考察的媒体标题也呈现出非常灵活的各种使用变体。3. 认为定量分析是定性分析的基础,在研究类型异同的同时注重实例的多寡,常以一种规律性或者一种百分比的形式报告分析结果;本书的研究全部采取抽样调查,从第一手材料出发,而且选取典型语言事实。4. 除把研究对象看作一个静态的成品之外,更注重把它作为一个动态过程来考虑。标题制作的视角就是一种动态生成的角度,本书的研究更注重媒体标题与制作者之间的关联。

新闻学界近年对话语分析的方法颇为重视,以复旦大学的张国良为代表的传播学者从传播理论与语言学结合的角度对新闻话语使用进行了分析。从笔者已经收集到的一些材料来看,国内现阶段的传媒话语研究已经进行了不少理论探讨,如丁和根(2003,2004)等;或依据某一理论工具对传媒话语材料进行手工分析,如刘康(2000),李玉霞(2002)等;还有一些研究虽然没有利用语料库自动处理技术,但已经建立了相当规模的语料库,如李希光、赵心树(2002),潘志高(2003);另一些还在一定规模的语料上做了词汇或其他单项参数的分析,如高超(2004),黄敏、李兰(2004)等;或是在内容分析的基础上做了其他一些比较容易观察的表层结构统计,如周小普、徐福健(2002)。中国传媒大学建立了媒体语料库,综合使用语料库及其自动处理技术。运用各种话语分析理论,对一定规模的传媒话语进行深入研究的发展趋势在国内也已经初露端倪。这说明关于媒体标题的研究已经从无到有,从早期制作技巧的浅层次探讨进入了一个新的学理层面。相关学者研究有:《话语分析与新闻语言》李建利[西北大学学报(哲学社会科学版)]2005年11月,第35卷第6期。近年来,国内学界对话语的分析、研究也显著增加,吕叔湘(1979):“一般讲语法,到句子为止,句子是最大的语法单位,因此句子只有结构分类,没有功能分类。其实这也是一种老框框。”以往对语言的研究,“总的说来,研究的对象是语言本身,研究的方法是静态分析”,“静态研究很重要,是根本,但是不应当到此为止,用一堵墙把自己圈起来。语言不存在于真空,语言是供人们使用的。研究人们怎样使用语言,这就是语言的动态研究”。

“主观性”(subjectivity)是指语言的这样一种特性,即在话语中多多少少总是含有说话人“自我”的表现成分。也就是说,说话人在说出一段话的同时表明自己对这段话的立场、态度和感情,从而在话语中

留下自我的印记。^①“主观化”(subjectivisation)则是指语言为表现这种主观性而采用相应的结构形式或经历相应的演变过程。

本书所论述的媒体标题次语体分类框架正是一种原型理论的应用。同语言学的其他大多数范畴一样,语体也是一种原型范畴,语体分类过程中的交叉渗透现象正反映了语体的原型范畴性质。对一种语体的判定难以用充分的语言特征来下定义,判定语体的特征不是经典范畴中二分的构成,而是一个按顺序出现的连续统,其中处于核心地位的原型语体具备的特征最多,非典型的边缘语体在某些或一组特征上同原型语体构成相似,正如维特根斯坦所说:“我找不到一个比‘家族相似性’更好的表达方法了。比如一个家族中的成员有不同的相似点,如体格、特征、眼睛的颜色、步态、脾气、性格联系等,在某个方面有相互叠加、相互交错的地方。”李熙宗先生的“文体集合”的概念对于新闻语体研究有着共通之处:“无数在格式类型上相同的具体语言作品隶属于一定的文体;而某些交际功能相同的文体集成整体形成‘文体集合’”,“‘文体集合’所具有的语言特点的综合体系即语体。文体集合中相交的子集就是语体的典型特征,具备该特征最多的成员即为原型语体”。

20 世纪下半叶“哲学的语言学转向”后,政治学、社会学、管理学、人类学、叙事学、符号学等许多学科的研究者都注意到了传媒话语在社会中的影响,纷纷把它作为自己的分析对象,来回答有关语言、行为、思想、传播和社会等抽象的问题。荷兰学者梵·迪克的著作《话语心理 社会》对新闻标题提出了自己的观点,他认为新闻话语的标题(headline)范畴在报纸新闻报道中有固定的形式和位置。同时,标题还有非常特殊的主题功能:一般来说,它表达新闻报道最重要的话题。同时提出了话语分析的另一概念——相关性(relevance)。新闻有相

^① 沈家煊:《语言的“主观性”和“主观化”》,载《外语教学与研究》2001 年第 4 期。

关性结构,它告诉读者,语篇中哪些信息极为重要或突出。显然,标题在相关性结构中起特殊的作用。

荷兰学者托伊恩·A. 梵·迪克(Teun A. van Dijk)(以下简称 van Dijk)的《作为话语的新闻》(*News as discourse*)一书在中国翻译出版后,国内开始出现关于新闻话语的系统性研究,而此前关于新闻话语的研究已散见于一些研究性文章中,只是很少用“新闻话语”这个术语。笔者认为,从语言学角度出发的新闻语言学、新闻写作学等研究,均与“新闻话语”研究有一定的交集,而针对新闻社会意识形态作用的研究,也是对新闻话语某一方面的强调。van Dijk 在对新闻语篇的分析框架进行阐述时指出,“‘标题+副题’总括新闻语篇并阐明其语义宏观结构”。这属于“标题即概括”的分析模式,体现了对新闻标题分析的传统的“语义功能观”。报纸新闻标题是报纸新闻语篇的最高层次,体现整个语篇意义的宏观命题,具有最强的语义关联性。新闻标题的一个中心认知功能是准确地确立这种语义宏观结构。报纸新闻标题概述新闻内容,以高度浓缩的方式包含新闻事件中的 what、who、where、when、how,即报纸新闻标题分析的 wh-模式。新闻语篇是“对现实社会的构建”,向人们提供政治、经济、社会、文化等各种信息,影响着人们的思想意识,在社会生活和日常交际中起着不可低估的作用。其显著特征集中体现在新闻标题之中。

英国语言学家诺曼·费尔克拉夫在《话语与社会变迁》一书中指出,“所谓话语,指的是对主题或者目标的谈论方式,包括口语、文字以及其他的表述方式”。通常,话语是一系列连贯的句段或句子构成的语言整体。它既是个人说话的行为,表达了谈话者的意志,同时又必须符合语言系统的规律与制度。诺曼·费尔克拉夫还指出,“话语根源于人们的生活方式和文化习惯,同时也影响着人们的生活方式和文化习惯”。

“报纸新闻标题被认为是独特的语篇类型,有其自身的形式、内容

和结构; Bella 将报纸新闻标题界定为新闻语篇的一种次语类 (sub-genre), 表达了报纸新闻内容中最为重要的信息, 在新闻语篇的编码和解码过程中承担着十分重要的角色。”^①

版面也是判断标题的重要信息。国外学者 Kress 和 vanLeeuwen 对报纸头版版面的批判性分析模式进行了描述。他们在讨论报纸头版版面信息价值系统时认为, 第一, 当版面是左右布局时, 左面部分为“已知信息”, 右面部分为“新信息”。因为通常情况下, 左版的信息被视为是读者已知的或者熟悉的, 成为整版信息的出发点; 而右版的信息被认为是读者未知的, 因而是整版信息的关键, 值得读者特别注意。第二, 当版面是上下布局时, 上版的信息为“理想化信息”, 下版的为“实质信息”, 因为上版的信息被呈现为具有归纳性和理想化的信息, 具有突出的特性; 而下版的信息则是更实质性的具体信息。第三, 核心信息位于整个版面的中心, 称为“中心信息”, 其他信息位于周边, 属于从属性、辅助性信息, 称为“边缘信息”。如果我们顺着 Kress 和 van Leeuwen 分析报纸头版版面的信息价值系统的思路再往前走一步, 从中得到启发, 对报纸新闻标题在整个新闻报道中的语篇功能可做以下尝试性探讨。假设将一篇报纸新闻语篇看作是一个宏观信息结构, 那么, 从信息结构上看, 报纸新闻标题可被视为“已知信息”, 其余部分为“新信息”。因为, 从读者对新闻语篇的理解/解码的认知模式^②的角度考察, 新闻标题在排版过程中处于最为突出的地位 (位置是顶端, 字体粗大, 有时采用彩色字体), 最容易引起读者的感知和注意。从阅读策略来看, 读者在完成对最突出部分的标题的解码和领会之后, 报纸新闻标题便即刻成为事实上的“已知信息”。读者的认知系统便判断出该标题是否已引起读者的兴趣, 是否继续阅读后面的具体报道内

① Reah, D. The Language of Newspapers [M]. London: Routledge, 1998. Bella. The Language of the News Media [M]. Oxford: Blackwell, 1991.

② van Dijk, T. A. News as Discourse [M]. London: Academic Press, 1988.