

HANYU PEIJIA YUFA YANJIU

袁毓林 著

汉语配价语法研究



商務印書館

汉语配价语法研究

袁毓林 著

商務印書館

2010年·北京

图书在版编目(CIP)数据

汉语配价语法研究/袁毓林著. —北京:商务印书馆,
2010

ISBN 978 - 7 - 100 - 06688 - 4

I. 汉… II. 袁… III. 汉语—语法—研究 IV. H146

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 093879 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

HÀNYŪ PÈIJIÀ YŪFǎ YÁNJIŪ

汉语配价语法研究

袁毓林 著

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商务印书馆发行

北京市白帆印务有限公司印刷

ISBN 978 - 7 - 100 - 06688 - 4

2010年3月第1版

开本 850 × 1168 1/32

2010年3月北京第1次印刷

印张 18 $\frac{3}{4}$

定价:38.00元

内 容 提 要

本书首先介绍配价语法的理论背景和学术渊源,明确配价语法跟依存语法、格语法和生成语法中的论元结构理论的关系;还从化学类比、戏剧隐喻和谓词逻辑等多个角度来说明“(配)价”的定义和性质,揭示配价研究对于语言的结构描写和语义刻画的重要作用。接着介绍汉语配价语法研究的历史进程,重点评述其中的理论分歧,比如:(i)配价这种范畴的性质和基础;(ii)确定价数的标准和测试办法,等等。然后,针对汉语动词(包括形容词)在实际话语中复杂的配价情况,提出了一种基于配价层级和配位方式的汉语配价语法的描写模型;尝试把单一的价的概念分化为由联、项、位、元构成的配价层级,用以全面地反映动词在不同的句式中对名词性成分的各种支配能力及其各种句法组配方式。然后,在这种配价层级的控制下,分析了现代汉语中约 1800 多个动词(包括 200 个形容词)在不同层级上的支配能力,同时描写这些动词的诸从属成分的语义角色;着重研究语义格不同的各种从属成分跟有关句法成分的配位关系,努力反映不同的语义格在共现和占据句法位置时的制衡关系以及不同的配位方式之间的转换关系和限制条件。还尝试从动词、形容词、有价名词和隐含的谓词的配价和配位的角度,来探讨主谓谓语句的大主语跟后面的主谓式谓语之间的句法和语义联系。同时,又把这种配价研究推广到动词性结

2 汉语配价语法研究

构上,着重分析述结式的配价结构和配位方式,内容包括:(i)述结式如何对其构成成分的论元进行选择,述语动词和补语动词的论元如何提升为整个述结式的论元;(ii)述结式与其从属成分的论元选择和句法配置,由述结式构成的各种句式之间的派生关系和推导程序。最后,尝试从动词的论元结构跟动词所处的特定的句式结构的互动的角度,来解释论元增容现象(即在一定的条件下动词的论元结构中增加进来了新的论元),并探讨动词的论元结构和句式结构互动的语用动因、逻辑机制和句法语义条件。

本书通过配价层级和配位方式的研究,来揭示主语、宾语等句法成分跟施事、受事等语义成分之间的连接规则,希望为计算机从句法形式上获取语义解释,或从语义表示上生成句法形式提供直接而有用的语法规则。由于这种配位方式是在动词的配价层级的控制下进行描写的,因而可以为计算语言学和语言信息处理中的核心驱动的短语结构语法提供富有启发性的设计思想。并且,这种以配位方式为核心的汉语配价语法是一种语义透明的语法,因此它能为建立以意念表达为核心的汉语交际功能语法提供坚实的理论基础,从而为对外汉语教学事业作出实际的贡献。

本书适合从事语言学教学和研究、中文信息处理、对外汉语教学以及中学语文教学的人士阅读和参考。

目 录

原版序	陆俭明	1
新版序	沈家煊	4
第一章 配价语法面面观		1
第一节 “价”的定义和性质		2
1.1.1 配价的化学插曲		2
1.1.2 语言学上的“价”		4
第二节 配价语法和依存语法		7
1.2.1 配价和依存观念的源流		7
1.2.2 配价语法和依存语法的关系		12
1.2.3 历史的思考:青年语法学派的影响		17
第三节 配价语法和格变语法		21
1.3.1 解释语义学和生成语义学		21
1.3.2 菲尔墨的格语法理论		26
1.3.3 从离散的格到原型角色		32
第四节 配价语法的系统化和实用化		38
1.4.1 配价语法在法国和德国的发展		38
1.4.2 定价原则和动词的配价分类		42
1.4.3 样例:一个配价语法的实用模式		47

2 汉语配价语法研究

第二章 汉语配价语法研究概观	55
第一节 动词的“系”和句子分析	56
2.1.1 动词的“系”及其各种补词	56
2.1.2 动词的“系”和句式安排	63
第二节 动词的“向”和歧义指数	69
2.2.1 动词的“向”和句法空位	69
2.2.2 名词配价和歧义指数	77
第三节 汉语配价语法研究的兴起和发展	85
2.3.1 对国外配价语法理论的介绍和评论	85
2.3.2 汉语配价语法研究的全面展开	88
第四节 汉语配价语法研究中的理论分歧	95
2.4.1 配价这种范畴的性质和基础	95
2.4.2 确定价数的标准和测试方法	102
第三章 汉语动词的配价层级和配位方式	112
第一节 动词的价和配价层级	113
3.1.1 动词的配价层级:联、项、位、元	113
3.1.2 提取元的框架:原子句	118
第二节 动词的联和语义场景	124
3.2.1 语义场景的结构化:“框架—槽”和填项	124
3.2.2 联的确定原则:典型性、现实性、适中性、专门性	125
3.2.3 语义场景的词汇化:最小义项和最纯义项	128
第三节 动词的项和句子压模	130
3.3.1 联的语义角色化:格指派	130
3.3.2 记忆容量的后果:句子压模	137

第四节 配位方式和语义过程·····	140
3.4.1 透视域的句法化:配位方式·····	140
3.4.2 调整配位的语义机制:格的细分、合并和转化·····	144
第五节 配位方式和语法过程·····	150
3.5.1 调整配位的语法机制:(1)话题化·····	150
3.5.2 调整配位的语法机制:(2)述题化·····	156
第六节 配价语法和汉语语法的意合机制·····	165
3.6.1 从基础句到派生句·····	165
3.6.2 配位方式和意合机制·····	167
第四章 一元动词的配价和配位分析·····	171
第一节 从配价层级到配位方式·····	172
4.1.1 汉语配价语法研究的困境·····	172
4.1.2 配价层级和配位方式·····	174
第二节 一元一位动词的配价和配位·····	175
4.2.1 一元一位一项一联动词,简称一元动词·····	175
4.2.2 一元一位二项二联动词,简称一元二项动词·····	177
4.2.3 假一元二位动词·····	178
第三节 一元二位动词的配价和配位·····	179
4.3.1 一元二位二项二联动词,简称一元二位动词·····	179
4.3.2 一元二位二项三联动词,简称一元二位三联动词·····	184
4.3.3 一元二位二项四联动词,简称一元二位四联动词·····	187
4.3.4 一元二位二项五联动词,简称一元二位五联动词·····	188
4.3.5 一元二位三项三联动词,简称一元二位三项动词·····	189
4.3.6 一元二位三项四联动词·····	191

4 汉语配价语法研究

第四节 一元三位动词的配价和配位·····	192
4.4.1 一元三位三项六联动词,简称一元三位六联动词·····	192
4.4.2 一元三位四项五联动词·····	194
第五节 形容词的配价层级和配位方式·····	195
4.5.1 形容词和动词的界线·····	195
4.5.2 一元形容词的配价和配位分析·····	197
4.5.3 二元形容词的配价和配位分析·····	203
第六节 从配价语法走向意念—交际语法·····	208
4.6.1 对配价层级的反思·····	208
4.6.2 走向意念—交际语法·····	209
第五章 二元动词的配价和配位分析·····	215
第一节 二元二位二项动词的配价和配位·····	216
5.1.1 二元二位二项二联动词,简称二元动词·····	216
5.1.2 二元二位二项三联动词,简称二元三联动词·····	224
第二节 二元二位三项动词的配价和配位·····	226
5.2.1 二元二位三项三联动词,简称二元三项动词·····	226
5.2.2 二元二位三项四联动词,简称二元三项四联动词·····	231
5.2.3 二元二位三项五联动词,简称二元三项五联动词·····	234
第三节 二元二位四项动词的配价和配位·····	235
5.3.1 二元二位四项四联动词,简称二元四项动词·····	235
5.3.2 二元二位四项五联动词,简称二元四项五联动词·····	236
第四节 二元三位三项动词的配价和配位·····	237
5.4.1 二元三位三项三联动词,简称二元三位动词·····	237
5.4.2 二元三位三项四联动词,简称二元三位四联动词·····	245

5.4.3 二元三位三项五联动词,简称二元三位五联动词	253
第五节 二元三位四项动词的配价和配位	256
5.5.1 二元三位四项四联动词,简称二元三位四项动词	256
5.5.2 二元三位四项五联动词	262
5.5.3 二元三位四项六联动词	269
第六节 二元三位五项动词的配价和配位	274
5.6.1 二元三位五项五联动词,简称二元三位五项动词	274
第七节 对配价层级和配位方式的再认识	277
第六章 准二元动词的配价和配位分析	279
第一节 准二元动词的归类和分类	281
6.1.1 确定准二元动词的分布框架	281
6.1.2 协同动词和针对动词的分布框架	284
第二节 准二元动词构成的基本句式	287
6.2.1 协同动词构成的基本句式	287
6.2.2 针对动词构成的基本句式	294
第三节 准二元动词句的语义模式	299
6.3.1 协同动词句的语义模式	299
6.3.2 针对动词句的语义模式	303
第四节 常用的准二元动词及其界限	307
6.4.1 常用的协同动词	307
6.4.2 常用的针对动词	308
6.4.3 准二元动词的内部差异和外部界限	309
第五节 配位方式的转变和谓词价的飘移	311
6.5.1 动词和形容词在配位方式上的差异	311

6 汉语配价语法研究

6.5.2 谓词的支配能力和介词的作用	316
6.5.3 谓词和介词的合并	322
第六节 零元谓词和二元不及物动词	324
6.6.1 零元谓词及其假论元	324
6.6.2 二元不及物动词	328
第七章 三元动词的配价和配位分析	332
第一节 取得义三元动词的配价和配位	333
7.1.1 表示取得义的三元动词	333
7.1.2 谓词隐含造成的三元动词	336
7.1.3 使动用法造成的三元动词	338
7.1.4 表示称号的三元动词	340
第二节 给予义三元动词的配价和配位	342
7.2.1 不能用介词引导与事的三元动词	342
7.2.2 在后面用“给”引导与事的三元动词	344
7.2.3 在前面用“给”引导与事的三元动词	349
7.2.4 在前后用“给”引导与事的三元动词	350
7.2.5 用“向/给”引导与事的三元动词	353
第三节 三元四联动词的配价和配位	355
7.3.1 表示取得义的三元四联动词	355
7.3.2 表示给予义的三元四联动词	356
7.3.3 三元五联动词的配价和配位	358
7.3.4 三元四项动词的配价和配位	360
第四节 准三元动词的配价和配位	363
7.4.1 三元一位动词的配价和配位	363

7.4.2 表示取得义的三元二位动词	365
7.4.3 表示给予义的三元二位动词	368
7.4.4 表示协同义的准三元动词	372
第五节 动词的语义预设和配价转变	376
7.5.1 动词意义的转变及其对与事的预设	376
7.5.2 给予—取得两向动词的配价和配位	382
第八章 主谓谓语句的配价和配位分析	387
第一节 主谓谓语句和汉语的类型	388
第二节 主谓谓语句的语义连结模式	389
8.2.1 VP的自由说明语作 S/S'	389
8.2.2 VP的补足语作 S/S'	391
8.2.3 隐含的谓词的补足语作 S/S'	393
第三节 主谓谓语句的句法派生过程	395
8.3.1 动词宾语的前移及其条件	395
8.3.2 内嵌宾语的前移及其条件	399
8.3.3 降级宾语的前移及其条件	401
第四节 话题化过程和话题结构	403
8.4.1 话题化过程的形式规则	403
8.4.2 汉语和英语在话题结构上的一致性	405
8.4.3 多重话题结构的语用和配列特征	407
第五节 跟话题化相关的语法过程	411
8.5.1 话题化的语法后果	411
8.5.2 主语和话题的语法特性	414
8.5.3 基础句的主语和派生句的主语	418

8 汉语配价语法研究

第六节 递归原则和参数设定	421
---------------	-----

第九章 述结式的配价和配位分析	423
-----------------	-----

第一节 述结式及其构件的配价	423
----------------	-----

9.1.1 $V^1 + V^1 \rightarrow VC$	424
----------------------------------	-----

9.1.2 $V^2 + V^1 \rightarrow VC$	425
----------------------------------	-----

9.1.3 $V^2 + V^2 \rightarrow VC^2$	426
------------------------------------	-----

9.1.4 $V^3 + V^1 \rightarrow VC$	427
----------------------------------	-----

9.1.5 $V^3 + V^2 \rightarrow VC^3$	428
------------------------------------	-----

9.1.6 配价整合:整体不等于部分之和	428
----------------------	-----

第二节 述结式的论元整合的类型	429
-----------------	-----

9.2.1 并价:述结式的价数等于述语和补语的价数之和	429
-----------------------------	-----

9.2.2 消价:补语动词以述语动词为配价成分	431
-------------------------	-----

9.2.3 共价:述语动词和补语动词的从属成分所指相同	434
-----------------------------	-----

第三节 述结式论元指派的准入规则	438
------------------	-----

9.3.1 论元整合的结果:等价、减价和增价	438
------------------------	-----

9.3.2 使动关系的层次及其论元指称	440
---------------------	-----

9.3.3 述结式论元指派的准入规则	444
--------------------	-----

第四节 述结式配价的控制—还原分析	447
-------------------	-----

9.4.1 $V^1 + V^1 \rightarrow VC$	447
----------------------------------	-----

9.4.2 $V^2 + V^1 \rightarrow VC$	449
----------------------------------	-----

9.4.3 $V^2 + V^2 \rightarrow VC^2$	455
------------------------------------	-----

9.4.4 $V^3 + V^1 \rightarrow VC$	456
----------------------------------	-----

9.4.5 $V^3 + V^2 \rightarrow VC$	457
----------------------------------	-----

9.4.6 $V^1 + V^2 \rightarrow VC$	458
----------------------------------	-----

第五节	由述结式构成的基础句式和派生句式·····	459
9.5.1	从基础句到无标志的派生句的推导·····	459
9.5.2	从无格标句到有格标句的派生过程·····	468
第六节	多义述结式及相应的配位方式·····	475
9.6.1	述结式的施受指称及相应句式·····	475
9.6.2	使役的“让”字句和被动的“让”字句·····	478
第十章	论元结构和句式结构的互动·····	482
第一节	从动词配价走向句式配价·····	482
10.1.1	动词配价学说和论元结构理论·····	482
10.1.2	动词变价和论元增容过程·····	485
10.1.3	句式语法和句式配价·····	489
第二节	表达精细化和句式套用、词项代入·····	491
10.2.1	句式意义从何而来?·····	491
10.2.2	句式套用和词项代入·····	494
10.2.3	动词代入的语用动因:表达的精细化·····	497
第三节	句式对动词的选择限制条件·····	501
10.3.1	句式的不完全能产性·····	501
10.3.2	语义场景和基本层次概念·····	504
10.3.3	义项固定、词汇衍生和论元结构改变·····	506
第四节	句式扩张的认知基础和逻辑机制·····	512
10.4.1	句式套用的认知基础:隐喻投射和完形包装·····	512
10.4.2	归纳和类推:超越动词配价和句式构造之间的 循环论证·····	516
10.4.3	句式扩张的逻辑机制:归因推理和动因解释·····	519

10 汉语配价语法研究

第五节 从原理走向规则的互动研究·····	522
附录 关于配价语法研究答客问·····	525
0. 开场白·····	525
1. 研究配价语法的缘起·····	525
2. 理论背景和学术渊源·····	528
3. 徘徊于形式主义和功能主义之间·····	530
4. 整体把握和还原论分析·····	532
5. 配价语法和汉语语法的意合机制·····	533
6. 配价语法和认知解释·····	536
7. 句法的串行推导和大脑实时处理·····	541
8. 在方法的背后寻找智慧·····	547
参考文献·····	551
术语索引·····	563
英文目录·····	571
旧版后记·····	574
新版后记·····	576