

● 陈新仁 著



# 批评语用学视角下的 社会用语研究

Critical Pragmatic Studies on Public Discourse

国家哲学社会科学规划项目

 上海外语教育出版社  
外教社 SHANGHAI FOREIGN LANGUAGE EDUCATION PRESS  
[www.sflep.com](http://www.sflep.com)

013051996

国家哲学社会科学规划项目

南京大学“985工程”三期改革型项目“当代西方语言学  
与应用探索”(NJU985JD05)及江苏高校优势学科建设工程

H0-05  
93

陈  
新  
仁  
著



# 批评语用学视角下的 社会用语研究

Critical Pragmatic Studies on Public Discourse



北航

C1659792

**W** 上海外语教育出版社  
外教社 SHANGHAI FOREIGN LANGUAGE EDUCATION PRESS

H0-05  
93

389120310

国家哲学社会科学学术期刊数据库

图书在版编目(CIP)数据

批评语用学视角下的社会用语研究/陈新仁著. —上海:

上海外语教育出版社, 2013

国家哲学社会科学基金项目

ISBN 978 - 7 - 5446 - 3105 - 1

I. ①批… II. ①陈… III. ①社会语言学—研究IV. ①H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 040448 号

出版发行: **上海外语教育出版社**

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@sflep.com.cn

网 址: <http://www.sflep.com.cn> <http://www.sflep.com>

责任编辑: 蔡一鸣

印 刷: 上海新艺印刷有限公司

开 本: 700×1000 1/16 印张 17 字数 282 千字

版 次: 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5446-3105-1 / H · 1533

定 价: 55.00 元

本版图书如有印装质量问题,可向本社调换



# 序

陈新仁教授在他的新著《批评语用学视角下的社会用语研究》付梓之前,给我发电子邮件,让我为该著写序。多年来,我虽对社会语用的方方面面颇有研究兴趣,但对批评语用学的具体研究却乏善可陈,对此类论题自问不宜肆意置喙,更不容妄加评论,否则“沐猴而冠”,为识者所笑。然而相邀之诚,却之不恭,我只好勉为其难,姑且利用作为本书第一读者的机会,边阅读、边思考,将心得与感想记录下来权充序言了。

本书在前言和导论中首先提到的是社会用语的定义和研究范围。作者指出,他关注的“社会用语”,指“具有行政、商业、公益等性质的某个社会实体在各类公共场所(如机场、车站、码头、景点等)、公共媒体(如报纸、杂志、电视、电台等)、网络(如互联网、各种内部网络)等公共社会空间里面向社会公众传递公共信息的交际用语。”这个定义行文上似乎有点冗长,但却能准确表达作者想说的话:“社会用语”是人们在日常社会生活中使用频率最高、涉及面最广的一些具体社会语用现象。

由此可见,社会用语是“社会语用的结果和成品”(刘凤玲、戴仲平,2002)。既然它是一些具体的社会语用现象,那么所谓“社会用语”就不是一个指代单一语言体裁的术语,而是社会语用研究需要考察的各种语用—语言对象。社会

语用学通过对各种社会用语的考察、分析,揭示社会语用中许多重要的规律。我国语言学界,特别是其中研究汉语语言文字应用的学者,一向都很重视对社会用语的研究。从20世纪80年代开始,他们打破过去着重从事语言静态研究的局面,转而重视语言的应用研究。于是,汉语的应用语言学、修辞学有了迅速的发展,出现了一些与社会语用关系密切的学术领域和学科,如信息语言学、广告语言学、语言风格学、公关语言学、商业语言学、言语交际学,等等。差不多是同一时期,我国从事外国语言学研究的学者引进了社会语用学(societal pragmatics),用这门学科的相关理论来观察和研究中国改革开放以来的社会语用现象。他们同汉语语言学界同行一道,对中国的社会用语做了大量研究,取得了颇令人瞩目的成绩,发表了不少论文和专著。本书正是继这些研究成果后的又一个新成果。

《批评语用学视角下的社会用语研究》与此前同类研究的不同之处在于,作者从“批评语用学”的新角度来分析中国当代的社会用语。20世纪70年代末,Fowler、Kress、Trew、Hodge以及van Dijk等学者先后提出“从评论/批评角度研究语言和话语”(critical study of language and discourse)的主张,从此出现“评论/批评语言学”(critical linguistics)和“评论/批评话语研究”(critical discourse study,简称CDS);此后在80年代初,荷兰语用学家Mey在他的著作里又提出要研究“评论/批评语用学”(critical pragmatics)。我在这里将“critical”转译为“评论/批评”,因为正如本书第2章里谈到的那样,语言学里的这个“critical”,其本意有“评论”、“评价”,也包括有“批评”的意思,而汉语中似乎找不到兼含这三者意义的合适的单一词语。

在接受将“critical pragmatics”译作“批评语用学”的同时,读者必须注意到,本书讨论的“社会用语的批评语用分析”绝不是单纯对当前的社会用语横加指责或挑错,而是对社会用语做广泛的田野调查或利用语料库的丰富语言资源对当前社会用语进行细致分析,从不同的理论视角评论社会上各种用语的积极和消极作用。Mey(1993)说过,“critical pragmatics”涉及议论社会语境中语言使用背后的意识形态、价值取向等问题,而本书作者更进一步指出,批评语用学需要提倡弘扬合适的社会语用方式,揭示语言使用背后的权力干预、社会偏见、欺诈蒙骗等现象。本书正是从这样的认识视角分析中国的社会用语,从而有助于我们在使用语言的过程中更好地发挥其经济意义和文明意义。我很同意本书作者的观点:首先,批评语用分析是一种评论;其次,它试图展现言语交往特别是社会用语中文明的、合理的语用方式,同时也揭示言语交际中某种消极或

不良的社会观念和行动;最后,通过评论来影响人们的行为和思想。批评语用学对社会用语的评论可以是积极性的肯定,也可以是消极性的批评。

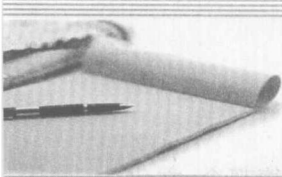
本书的亮点是从评论或批评的角度系统地分析了当今中国语境下的社会用语,同时运用了实证方法,在掌握第一手语料的基础上,适当结合多模态分析,为社会用语的合理应用提供实证的支持。由此可见,本书是对社会用语分析做出的一种新尝试,具有探索性和开拓意义。当然,由于社会用语涉及面广,书中的研究虽有一定的系统性,但还不是一个全面的分析,留下的话题空间仍很大。我们期待作者今后在这方面有更多、更新的进展。

新仁是一位勤奋、好学、进取并富有思辨分析能力的年轻学者。我非常高兴看到他取得的每一项成就。从他的努力中我也看到了我国语言学,特别是语用学的多维度发展前景,看到了我国语言科学的兴旺、繁荣。

何自然

于广州白云山

2012年5月



# 序

## 二

我与陈新仁教授相识多年,目前他在南京大学外国语学院,我在南京师范大学外国语学院,两校近在咫尺,两人科研兴趣相近,日常来往和学术交流频繁,相互十分了解。他一直在语用学领域耕耘,很有建树;近年来又对批评话语分析和批评语用学产生了浓厚的兴趣,我俩的共同语言就更多了。最近陈新仁教授完成了国家社科基金项目“英汉社会用语的语用实证研究”,研究成果《批评语用学视角下的社会用语研究》不久将付梓。我表示衷心的祝贺并非常高兴能为该书作序。

批评话语分析自始至终把系统功能语言学作为主要的理论基础和方法论来源,而系统功能语言学的创始者和主要代表人物韩礼德(Halliday)从一开始就努力试图把系统功能语言学发展成一种“能够应用的”(applicable)语言学理论,即运用自己的理论解决与语言有关的实际问题,把语言学理论与人们日常的社会行动和任务紧密联系起来。《批评语用学视角下的社会用语研究》同样体现了这一原则和目标。作者在前言中开宗明义,指出了这一研究的必要性和重要性:“作为日常社会生活中使用频率最高、涉及面最广的一种语用现象,社会用语不同于个人交际话语和机构交际话语,有着自身的语用规律和特征”;“社会用语……传播性强,影响的人数多,牵涉的范围广,因而是社会的一个

重要窗口”；“社会用语还可以反映一个社会的民族心理、道德观念、文化修养等”。社会用语具有如此的普遍性和渗透力，长期以来却没有引起语言和社会研究者的足够重视。因此，该研究的选题不仅具有理论意义，也具有重要的现实意义。

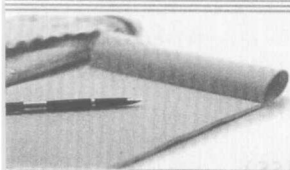
语用学研究的真谛在于从人们日常平凡的语言使用中发现不平凡的特征和规律。《批评语用学视角下的社会用语研究》一书搜集了大量的第一手材料，例如人们司空见惯的店铺名称、耳熟能详的广告用语和标语口号、歌词和流行语、新闻标题等等，分析探讨了这些种类繁多的社会用语所透露的社会文化取向、语用陷阱、疑似歧视、个人化标记等，既有宏观的理论建构和一般规律的探索，例如“批评语用学的分析方法”兼容并蓄了社会认知、语用学和批评话语分析等的视角与方法；也有以“小”见“大”的案例分折，例如“‘也’：不能承受的社会之重”和“‘90后’：一个群体的形象‘塑造’”等等；读来令人有拨云见日、茅塞顿开之感。批评话语分析历来更加倾向于“挑毛病”，对分析对象做出的负面评价较多，这也是《批评语用学视角下的社会用语研究》这本书的特点之一。但是作者从一开始就注意到了“积极批评话语分析”的观点和主张，并指出，“就批评取向看，对社会用语的批评分析以消极性批评为主，而积极分析明显不足”。作者因此特别注意从积极话语分析的角度探讨社会用语的作用，并专设一章讨论“社会用语的‘文明性’”，力图使全书的批评分析更加客观公正，为我国的语言文明建设做出正面的积极贡献。

完成一个国家社科基金项目，写成一部好的专著，往往需要付出数年的艰苦努力。对研究者而言，最大的安慰或奖赏也许就是其成果能够获得同行专家学者的一致认可和肯定。我认为，陈新仁教授所花费的心血得到了回报。我再次向他表示衷心的祝贺！

辛 斌

2012年7月15日于随园





# 前 言

本研究关注的社会用语是指具有行政、商业、公益等性质的某个社会实体在各类公共场所(如机场、车站、码头、景点等)、公共媒体(如报纸、杂志、电视、电台等)、网络(如互联网、各种内部网络)等公共社会空间里面向社会公众传递公共信息的交际用语。作为日常社会生活中使用频率最高、涉及面最广的一种语用现象,社会用语不同于个人交际话语和机构交际话语,有着自身的语用规律和特征。

社会用语构成一个社会的语言环境,是社会环境的一部分。作为一种软环境,社会用语广泛用于各种社会公众场合,传播性强,影响的人数多,牵涉的范围广,因而是社会的一个重要窗口,其语用建设情况可以在很大程度上反映该社会的精神文明程度,直接影响到一个国家、地区、社区的国际或公共形象。

不仅如此,社会用语还可以反映一个社会的民族心理、道德观念、文化修养等。在不同文化、不同时代、不同地区、不同社区人群中,社会用语的使用具有或多或少的变异,因而呈现出一定程度的文化、时代、地区或社区特色。因此,社会用语是了解一个文化、一个时代、一个地区或社区的重要窗口。“社会语用……反映了生活在这个社会的群体文化素质、道德修养和精神面貌。要了解一个时代、一个社会、一个国家或一个城市的风貌,往往从这个时代、社会、国

家或城市的语用水平中获得初步的印象。”(何自然,1997a:155)

毫无疑问,研究社会文化背景下的社会用语的得体、规范、文明使用特点和规律是十分必要的,具有重大理论价值和社会意义。然而,纵观已有的相关研究,笔者发现以往语用学研究基本上没有将社会用语当做专门的研究对象,对社会用语缺乏系统的研究和必要的理论概括;现有关于社会用语的批评分析主要采取的是系统功能语言学理论框架,从语用学理论出发开展的研究或曰批评语用学理论视角下的研究还不多见;就批评取向看,对社会用语的批评分析以消极性批评为主,而积极分析明显不足,因而对语言文明建设的正面贡献尚不充分;从语用学角度挖掘社会用语背后的意识形态问题(主要是社会歧视和偏见)、经济欺诈问题的研究尚不多见,而从社会语言文明建设的高度开展批评分析的研究更是十分匮乏;就研究的方法而言,主观性较强,过分依赖一些语言形式,结论开放性较强,缺乏跨语言、跨文化的比较研究。

为此,本研究面向社会用语这一长期以来在语用学界没有得到充分关注和重视的语言应用领域,实证调查了中国语境下社会用语的一些使用维度(如店铺命名的文化取向、商业广告中的疑似语用陷阱、社会用语特别是新闻用语中的疑似歧视、新闻用语背后报道者的身影显现、各类社会用语特别是广告用语的个人化特征和趋向、社会用语特别是各类告示语的文明和非文明语用状况),从批评语用学视角对中国语境下社会用语使用中存在的积极因素和消极问题进行了批评语用分析,以期为社会用语的语用建设、推进语言文明的不断深入提供客观性、专业性建议。

本研究的主要特色包括下列三个方面:

- (一) 运用各种语用学理论,较为系统地研究社会用语;
- (二) 从批评语用学这一全新的理论角度,开展中国语境下社会用语的批评语用分析;
- (三) 运用实证方法,基于第一手的语料,结合多模态分析法,为社会用语的批评语用分析提供实证支撑。

全书共由9章组成。第1章为全书的导论,介绍本研究的对象、相关研究情况、本研究的学科定位和主要特色以及本研究的理论与应用价值。第2章为本研究的理论部分,在简要介绍批评语篇分析之后,重点陈述批评语用学的源起、语用批评的内涵、批评语用分析的对象、可以用于指导批评语用分析的语用理论、批评语用分析可以采取的方法等。第3章至第8章主要围绕社会用语中的一些带有消极色彩的语用现象,采用定性、定量的分析方法,进行消极批评语用分析,旨在客观评价一些广为学者诟

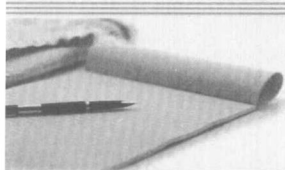
病的社会语用问题,鞭策一些不良的社会语用实践。同时,也从正面出发,呈现社会用语中的良性做法,开展积极语用批评,一方面可以揭示社会用语正在发生的一些语用—语言变化,另一方面可以弘扬良好的社会语用实践。第9章为全书的总结,回顾本研究取得的主要成果,指出本研究存在的主要不足,并为未来研究提出一些建议。需要说明的是,书中个别章节的内容曾以论文形式发表过,收入本书时作了删节或调整。

社会用语涵盖面广,涉及的语用问题多,出于可行性的考虑,本研究开展的批评语用分析只聚焦社会用语中一些常见的、具有代表性的或者已经为学者们或多或少关注到的问题。即便如此,本研究的工作量仍然十分浩大。一方面,关于社会用语的已有文献可谓汗牛充栋(从本书第1章文献回顾部分可见一斑),文献检索、阅读、消化、整理等需要花费大量时间和精力。另一方面,由于本研究采用的是基于第一手真实数据的实证研究,语料收集、整理、分析工作量巨大。这里,笔者诚挚感谢本人指导的博士生李民(现江苏大学教师)以及硕士生季小民、赵筠、游菲、鞠琳、王茜、何荷等。他们或是帮助检索关于各类社会用语的语用文献,或是在南京市、兴化市张郭镇、重庆市街头等地拍摄宣传语、交通告示语等素材。此外,笔者还要向帮助我整理材料的四位博士——毛延生(现哈尔滨工程大学教师)、景晓平(现南京理工大学教师)、袁周敏(现南京邮电大学教师)、任育新致以谢意。尤其让我感激的是,何自然教授、辛斌教授在百忙之中抽空审阅书稿,并赐序加以鼓励。

本研究较为系统地开展了关于社会用语的批评语用分析,这无论在国内还是在海外都尚属首次,因此具有一定的探索性和开拓性意义。当然,不成熟、不恰当之处肯定在所难免。笔者权当抛砖引玉,祈请专家、同行们批评指正。

陈新仁

2012年7月于南京



# 目 录

前言 ..... i

## 第1章 导论

**1.1 本研究的研究对象** ..... 1

    1.1.1 社会用语的定义 ..... 1

    1.1.2 社会用语的功能 ..... 3

    1.1.3 社会用语的特性 ..... 6

**1.2 相关研究概述与评价** ..... 10

    1.2.1 关于社会用语的语用学研究 ..... 10

    1.2.2 关于社会用语的批评语篇分析 ..... 14

    1.2.3 关于社会语用生态的“批评”研究 ..... 15

    1.2.4 主要贡献与不足 ..... 18

**1.3 本研究的学科定位与特色** ..... 20

**1.4 开展社会用语批评语用分析的意义** ..... 22

**1.5 本书内容安排** ..... 23

## 第2章 语篇分析的批评语用视角

2.1 引言 ..... 24

2.2	语篇分析的批评语言学视角 .....	25
2.2.1	批评语篇分析的目标与对象 .....	26
2.2.2	批评语篇分析的理论框架 .....	27
2.2.3	批评语篇分析的贡献与不足 .....	28
2.3	语篇分析的批评语用学视角 .....	30
2.3.1	批评语用学的起源 .....	31
2.3.2	积极/消极批评语用分析 .....	32
2.3.3	批评语用学的目标和对象 .....	33
2.4	批评语用学的理论视角 .....	35
2.4.1	言语行为理论视角 .....	35
2.4.2	礼貌理论视角 .....	38
2.4.3	预设理论视角 .....	41
2.4.4	顺应理论视角 .....	43
2.4.5	关联理论视角 .....	46
2.4.6	模因论视角 .....	50
2.5	批评语用学的分析方法 .....	52
2.6	小结 .....	54

### 第3章 店铺命名用语背后的文化心态

3.1	引言 .....	55
3.2	店铺命名的基本原则和法规 .....	57
3.3	店铺命名的抽样调查 .....	59
3.3.1	调查问题 .....	59
3.3.2	数据搜集 .....	59
3.3.3	结果与分析 .....	61
3.4	店铺命名问题的批评性解读 .....	63
3.4.1	店铺命名的文化取向 .....	63
3.4.2	店铺命名中的负顺应 .....	64
3.4.3	关于店铺命名问题可接受性的调查结果 .....	66
3.5	小结 .....	66
	附录1: 南京酒店店名调查 .....	68
	附录2: 南京美容美发店店名调查 .....	70

## 第4章 广告用语中的“语用陷阱”

4.1 引言 .....	73
4.2 关于广告欺骗的语用学研究 .....	75
4.3 广告用语中的“语用陷阱” .....	76
4.3.1 涉嫌欺诈的不良广告类别 .....	76
4.3.2 涉嫌误导的各种“语用陷阱” .....	77
4.4 个案研究：楼市“忽悠”的语用游戏 .....	90
4.5 小结 .....	94

## 第5章 社会用语中的“疑似歧视”

5.1 引言 .....	96
5.2 关于话语歧视的已有研究 .....	97
5.3 雷人标语：一场官司的背后 .....	98
5.3.1 引发争议的横幅标语 .....	98
5.3.2 横幅标语的语用—语言分析 .....	99
5.4 “90后”：一个群体的形象“塑造” .....	101
5.4.1 “90后”的界定 .....	102
5.4.2 研究设计 .....	103
5.4.3 结果与讨论 .....	104
5.5 “也”：不能承受的社会之重 .....	111
5.5.1 “也”的语用意义 .....	111
5.5.2 新闻报道中“也”触发的歧视 .....	113
5.6 小结 .....	116

## 第6章 社会用语的“文明性”

6.1 引言 .....	117
6.2 社会用语的语用建设研究概述 .....	118
6.3 不良社会用语分析 .....	120
6.3.1 不良社会用语的界定 .....	120

6.3.2	不良社会用语的语用—语言特征 .....	123
6.3.3	不良社会用语的言语行为理论分析 .....	126
6.3.4	不良多模态社会用语的语用解读:案例分析 .....	127
6.3.5	有关不良社会用语的态度调查:以低俗广告为个案 .....	129
<b>6.4</b>	<b>文明社会用语分析 .....</b>	<b>131</b>
6.4.1	文明社会用语的界定 .....	131
6.4.2	文明社会用语的语用—语言特征 .....	132
6.4.3	文明社会用语的言语行为理论分析 .....	134
<b>6.5</b>	<b>社会用语的文明趋向:个案研究 .....</b>	<b>136</b>
6.5.1	城镇公共标语口号:个案研究之一 .....	137
6.5.2	教学大楼物管告示语:个案研究之二 .....	141
6.5.3	交通告示语:个案研究之三 .....	148
<b>6.6</b>	<b>小结 .....</b>	<b>155</b>
	附录1:网络语料来源网址 .....	156
	附录2:低俗广告认知与评价问卷报表 .....	157
	附录3:重庆交通告示语 .....	160

## 第7章 社会用语的“个人化”

<b>7.1</b>	<b>引言 .....</b>	<b>167</b>
<b>7.2</b>	<b>语体、语体杂合与语体转换 .....</b>	<b>168</b>
7.2.1	语体的界定与分类 .....	168
7.2.2	语体杂合 .....	172
7.2.3	语体转换的定义、类型与功能 .....	176
<b>7.3</b>	<b>语体杂合:社会用语的个人化分析 .....</b>	<b>181</b>
7.3.1	介入标记:个人化的界定 .....	181
7.3.2	广告语篇中的介入标记 .....	182
7.3.3	语用学视角下的介入与介入标记 .....	183
<b>7.4</b>	<b>印刷广告语篇的个人化:历时研究 .....</b>	<b>186</b>
7.4.1	研究问题 .....	186
7.4.2	语料收集与分析 .....	186
7.4.3	结果与讨论 .....	187
<b>7.5</b>	<b>天气预报语篇的个人化特征:共时研究 .....</b>	<b>192</b>

7.6	电视广告语篇中的语体转换：调查与分析 .....	195
7.7	小结 .....	197

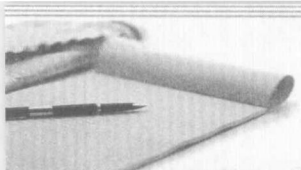
## 第8章 新闻语篇中的“个人身影”

8.1	引言 .....	199
8.2	新闻语篇中的主观性与立场表达 .....	201
8.3	新闻语篇中的句式选择——以新闻标题中的否定句为例 ..	203
8.3.1	否定句的预设机制 .....	203
8.3.2	“校园不是公园”：个案研究 .....	205
8.3.3	网络新闻标题中的否定句：调查与分析 .....	206
8.4	新闻语篇中的视角选择——以标题中的视角选择为例 .....	208
8.4.1	框架、视角与认知关联 .....	208
8.4.2	调查与分析 .....	211
8.5	新闻语篇中的介入标记——以灾难新闻中的数字表达为例 ..	213
8.5.1	介入与介入手段 .....	214
8.5.2	调查与分析 .....	215
8.6	小结 .....	220
	附录：灾难新闻信息 .....	221

## 第9章 结论

9.1	本研究的简要回顾 .....	223
9.2	本研究的主要发现及启示 .....	224
9.2.1	中国店铺命名用语的文化取向 .....	224
9.2.2	中国社会用语中的语言“负顺应” .....	224
9.2.3	社会用语的人际特征与个人化趋向 .....	226
9.2.4	新闻用语的主观化 .....	227
9.2.5	中国社会用语的文明化 .....	227
9.3	本研究的不足及未来研究方向 .....	228
	参考文献 .....	229





# 第 1 章

## 导 论

### 1.1

### 本研究的研究对象

#### 1.1.1 社会用语的定义

通俗地讲,社会用语是指具有行政、商业、公益等性质的某个

社会实体在社会公共空间里向公众传递各类公共信息时使用的交际用语。所谓公共空间,是指公共场所、公共媒体、网络等,带有明确的公开性,可以被公众观察、监督。因此,机场、车站、码头、景点(公园、博物馆、遗址等)、公共娱乐场所(电影院、KTV、舞厅、浴城等)、体育运动场所、银行、商店、集市、酒店、电信局、邮局、医院、街道、道路等一切公共场所,报纸、杂志、电视、电台等公共媒体,以及互联网、各种内部网络等公共网络中面向社会公众传递公共信息的交际用语都是社会用语(但发生在这些公共空间中的个体交际用语则不属于这一范畴)。可以说,社会用语是日常生活中使用频率最高、涉及面最广的一种语用现象。