

山东地区户外标语 调查研究

丁安英 程永淳 著



中国海洋大学出版社
CHINA OCEAN UNIVERSITY PRESS



责任编辑 郭周荣

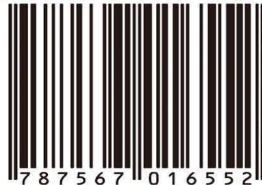
封面设计 吕姊萱

终审 纪丽真





ISBN 978-7-5670-1655-2



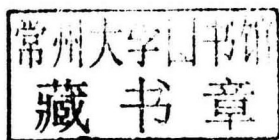
9 787567 016552 >

定价：25.00元

国家语委 2015 年度科研立项项目“山东地区户外标语调查研究”
(YB125-159)基金资助,青岛职业技术学院基金资助

山东地区户外标语调查研究

丁安英 程永淳 著



中国海洋大学出版社
• 青岛 •

图书在版编目(CIP)数据

山东地区户外标语调查研究 / 丁安英,程永淳著.
—青岛:中国海洋大学出版社,2017.12
ISBN 978-7-5670-1655-2

I. ①山… II. ①丁…②程… III. ①群众文化—宣
传工作—研究—山东 IV. ①G249.275.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 319437 号

出版发行	中国海洋大学出版社		
社 址	青岛市香港东路 23 号	邮政编码	266071
出 版 人	杨立敏		
网 址	http://www.ouc-press.com		
电子信箱	cbsebs@ouc.edu.cn(选题投稿信箱)		
订购电话	0532—82032573(传真)		
责任编辑	郭周荣	电 话	0532—85902469
印 制	虎彩印艺股份有限公司		
版 次	2018 年 2 月第 1 版		
印 次	2018 年 2 月第 1 次印刷		
成品尺寸	140 mm×203 mm		
印 张	3.625		
字 数	165 千		
印 数	1—1000		
定 价	25.00 元		

发现印装质量问题,请致电 18600843040,由印刷厂负责调换。

目 录

第一章 绪论	(1)
一、概念界定	(1)
(一)对“标语”的界定	(1)
(二)对“户外标语”的理解	(2)
二、调查数据来源	(3)
三、写作背景及意义	(3)
四、研究的主要问题、重点和难点	(4)
(一)研究的主要问题	(4)
(二)研究重点	(6)
(三)研究难点	(6)
五、研究方法	(7)
第二章 山东地区户外标语呈现方式	(8)
一、常见呈现方式	(8)
(一)标语牌	(8)
(二)实物承载	(10)
(三)横(竖)幅	(14)
(四)电子显示屏	(16)
(五)招贴	(16)
(六)宣传栏	(18)
二、其他呈现方式	(19)
(一)雕刻	(19)

(二) 门型结构	(20)
(三) 裸字	(20)
(四) 板报	(21)
(五) 手写	(21)
(六) 与人体有关的形式	(22)
第三章 山东地区户外标语语言特点	(24)
一、语音方面	(24)
(一) 音节使用数量	(24)
(二) 押韵	(28)
(三) 平仄变化	(30)
二、词汇方面	(32)
(一) 词语的简省	(32)
(二) 语体色彩的双重性	(35)
三、语法方面	(36)
(一) 句子结构方面	(37)
(二) 句类方面	(41)
第四章 山东地区户外标语语用特点	(44)
一、言语行为理论视角下的户外标语分析	(44)
(一) 奥斯汀、塞尔的言语行为理论简述	(44)
(二) 直接言语行为户外标语与间接言语行为户外 标语数量分布	(46)
(三) 直接言语行为户外标语的语言结构特点	(48)
(四) 非规约性间接言语行为户外标语的使用策略	(50)
二、语言顺应理论视角下的户外标语分析	(57)

(一)语言顺应理论简述	(57)
(二)户外标语对语言语境的顺应	(59)
(三)户外标语对交际语境的顺应	(60)
第五章 山东地区不同城市户外标语异同比较	(66)
一、不同城市户外标语相似点	(66)
(一)户外标语紧跟国家政策形势	(66)
(二)户外标语突出房地产业在经济领域的重要地位	(71)
(三)户外标语反映人们对身体健康的重视	(72)
二、不同城市户外标语不同点	(73)
(一)户外标语体现出不同城市各自的文化特色 ...	(73)
(二)户外标语反映出不同城市独特的发展战略 ...	(75)
(三)户外标语折射出不同城市的典型词汇	(76)
(四)户外标语反映出不同城市特定领域的突出风格	(77)
第六章 山东地区户外商业性标语与户外非商业性标语比较 	(78)
一、户外商业性标语与户外非商业性标语语料数量比较	(78)
二、户外标语内容比较	(80)
(一)户外商业性标语比户外非商业性标语更注重 特殊氛围的营造	(80)
(二)户外商业性标语比户外非商业性标语更注重 突出优势	(82)
三、户外标语外在形式比较	(85)

(一)句式选择方面	(85)
(二)标点符号及数字使用方面	(88)
第七章 山东地区户外标语存在问题及对策分析	(91)
一、山东地区户外标语存在问题	(91)
(一)内容方面的不足	(91)
(二)形式方面的不足	(96)
二、针对户外标语存在问题所提出的对策	(99)
(一)加强对语言文字功能的宣传力度	(99)
(二)加强学校语言文字规范意识的教育	(100)
(三)开展有关语言文字规范使用方面的活动	(100)
(四)完善有关户外标语使用的制度	(101)
第八章 结语	(103)
参考文献	(105)
后记	(108)

第一章 绪 论

一、概念界定

(一)对“标语”的界定

所谓标语,指的是“用简短文字写出的有宣传鼓动作用的口号”,^①而口号则指的是“供口头呼喊的有纲领性的和鼓动作用的简短句子”。^②

可以看出,标语的概念突出了“标语=口号”,而口号这一概念突出了“供口头呼喊的”,但二者都具有宣传鼓动作用以及句子简短的特点。分析已有的研究成果,主要分为两种观点:第一种观点是“标语”与“口号”可以并列使用,例如胡范铸研究的“户外标语口号”^③、屈志凌的“标语口号的修辞研究”^④等;第二种观点是这两个概念有一定的区别。例如张金茹认为“口号的宣传是比较能动的,而标语的宣传往往比较被动。在宣传时效方面,口号是短暂的,而标语是长期的。因为对于口号,人们可以根据时间和场景的不同而更新。但标语是需要先创作的,而且一旦创作完成,往往不会轻

① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编. 现代汉语词典(第7版). 北京:商务印书馆,2016:85.

② 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编. 现代汉语词典(第7版). 北京:商务印书馆,2016:750.

③ 胡范铸. 中国户外标语口号研究的问题、目标与方法. 修辞学习,2004(6).

④ 屈志凌. 标语口号的修辞研究. 湖南师范大学,2007.

易变动。”^①

综合各家之言,本书采用第二种观点,把“标语”与“口号”区分对待,研究重点是“户外标语”。

(二)对“户外标语”的理解

胡范铸认为,户外标语口号是“以文字的、简短的、醒目的、句子化的形式、在户外发布的旨在让社会公众接受的言语行为”。^②在此基础上,本书将户外标语定义为“以文字形式在户外发布的具有鼓动、宣传、推销等作用的简短句子”。

商业性标语作为户外标语的一种,实际上指的是狭义的广告。

户外标语不可能凭空出现,它总是依存于不同的载体,例如横幅、标语牌、候车亭、车体、墙体、灯箱、阅报栏、电子屏幕、电话亭、路牌、橱窗等,由此形成了不同载体形式的标语。

在户外标语的分类方面,胡范铸主要将其分为四类,分别是:政治性标语口号、公益性标语口号、商业性标语口号、个人性标语口号。他认为,政治性标语口号即宣传某种政治观念或政策措施的标语口号,有较强的时间性;公益性标语口号即宣传某种社会公德或行为准则的标语口号,有跨越时间的特点;商业性标语口号即宣传某种产品或服务以求牟利的标语口号;个人性标语口号即出于个人目的而又非牟利行为的标语口号。^③

在参考这些研究成果的基础上,本书将户外标语分为户外商业性标语及户外非商业性标语两大类,其中户外非商业性标语包括政治性标语、公益性标语及个人性标语,由于政治性标语与个人性标语所占比例很少,因此,本书中户外非商业性标语的研究重点

① 张金茹. 生态环保标语研究. 哈尔滨师范大学, 2013: 8.

② 胡范铸. 中国户外标语口号研究的问题、目标与方法. 修辞学习, 2004(6): 26.

③ 胡范铸. 中国户外标语口号研究的问题、目标与方法. 修辞学习, 2004(6): 26.

是户外公益性标语。

二、调查数据来源

本书所收集的户外标语语料来自山东省的十个城市,分别是济南、青岛、烟台、济宁、临沂、德州、威海、泰安、日照、菏泽,共收集语料约 5100 条。我们采用现场拍照的收集形式,使语料具有真实性、可信性。

三、写作背景及意义

当今,中国不仅是一个经济大国,同时也是一个户外标语大国。无论从历史纵深角度分析还是城市间横向的观察,户外标语都具有多重含义。从表面上看,标语似乎只是一种语言现象在社会语言中的反映,但事实上它又是社会心理的表征,是社会文化的反映,也是社会习尚与道德评价的体现。因此,对标语的研究不仅属于语言学的研究范畴,更涉及社会文化和个体、社会心理的研究。^① 随着经济的发展及时代的变迁,户外标语在当今社会的作用愈发突出。

山东省位于中国东部沿海,黄河下游,下辖 17 个地级市。作为儒家思想的发源地,山东省不仅历史悠久,近几年经济也发展迅速,是中国经济最发达的省份之一。通过对山东地区十个城市户外标语的调查分析,可以了解山东省不同地区的语言使用状况、城市文化影响程度、经济发展状况及个体、社会心理等。由此,这一研究具有一定的现实意义,其所形成的十个城市户外标语语料库可为各地的语言文字行政部门提供有关户外标语的数据参考,加大对语言文字的监管力度,提高人们对户外标语的认知程度,提升

^① 屠海波. 汉语标语研究. 黑龙江大学, 2007: 4.

对户外标语接受的有效性。

四、研究的主要问题、重点和难点

(一)研究的主要问题

1. 户外标语的呈现方式

户外标语都是依托一定的载体出现的。本部分主要分析户外标语的常见呈现方式及其他方式,多角度了解载体的多样性特点。

2. 从语言本体角度分析户外标语特点

户外标语不管是否与商业性有关,很大程度上都要讲究语言的音韵和谐、音节匀称、平仄得当等特点。另外,在用词和语法方面也都有其独特的一面,以达到宣传、教育、推销等目的。以下主要从语音、词汇、语法三方面展开。

(1)语音方面

语音是语言的物质外壳,语音运用得恰当与否,关系到交际活动开展的质量高低。本书围绕山东地区不同城市的户外标语,对其音节使用数量、押韵及声调平仄变化等特点加以具体分析。

(2)词汇方面

户外标语由于使用的特定语境,在词汇使用方面具有自身特色。本书主要围绕词语的简省及语体色彩的双重性两个方面加以具体分析。

(3)语法方面

语法是语言三要素之一,是语言的组合法则,专指组成词、短语、句子等有意义的语言单位的规则。本书主要从句子结构及句类两个方面对户外标语的语法加以分析。

3. 从语用角度分析户外标语特点

语用学是语言学的一门独立的新学科,源于哲学家对语言的

研究。本书主要运用言语行为理论和语言顺应理论对户外标语进行分析研究。

(1) 言语行为理论

言语行为理论产生于 20 世纪 30 年代,是人们对逻辑实证主义和语言意义的实证研究所作出的一种回应。主要代表人物是英国语言哲学家奥斯汀和美国语言哲学家塞尔。该理论认为,任何语言交际模式都涉及言语行为,语言交际的基本单位是言语行为。

胡范铸认为,户外标语也是一种言语行为。^① 本书通过实地调研山东地区不同城市的户外标语,对其数量分布、语言结构特点及使用策略加以分析。

(2) 语言顺应理论

语言顺应理论是由比利时国际语用学会秘书长维索尔伦在 20 世纪 80 年代开始酝酿,并在其 1999 年出版的新著《语用学理解》中提出的理论。维索尔伦认为,语言顺应论有四个研究角度,分别是顺应的语境因素、顺应的语言结构、顺应的动态机制和过程以及顺应过程的意识凸显程度。其中,顺应性的语境因素包括语言语境和交际语境。本书围绕山东地区不同城市的户外标语,重点论述顺应性的语境因素。

4. 山东省不同地区户外标语异同比较

胡范铸等认为:“国家形象的问题,不仅是政治性的、经济性的、传播性的,也是语言性的。”^②以此类推,一个城市的形象也与其语言特色相关。

当前,山东地区不同城市经济发展水平不一,在文化、历史背景及地理环境等多方面也有各自的特色,这些特点也相应地折射

① 胡范铸. 中国户外标语口号研究的问题、目标与方法. 修辞学习, 2004(6): 29.

② 胡范铸, 薛莹. 作为修辞问题的国家形象传播. 华东师范大学(哲学社会科学版), 2010(6): 35.

在语言方面。本部分重点对山东地区不同城市之间的户外标语异同加以分析比较。

5. 户外商业性标语与户外非商业性标语异同比较

本书将户外标语分为户外商业性标语及户外非商业性标语两大类。户外商业性标语与经济相关,以牟利为目的;户外非商业性标语不直接受经济利益驱动。

户外非商业性标语包括政治性标语、公益性标语及个人性标语。其中,户外政治性标语与个人性标语所占比例很少,户外公益性标语占比例相对较多。

由于使用目的不同,户外商业性标语与户外非商业性标语在内容及外在形式等方面必然也存在着差异,对其进行比较,能够反映出不同种类的户外标语语言使用特色。

6. 户外标语存在的主要问题及对策

语言文字的规范性同样适用于户外标语,本书对户外标语的内容及形式等方面的不足加以分析,在此基础上提出相应解决对策,旨在提高户外标语的整体应用水平,提升城市形象及地区形象。

(二)研究重点

本书所研究的重点主要包括以下内容:

第一,从横向角度对山东地区户外标语的语言学分析。

第二,从语用角度对山东地区户外标语的分析。

第三,山东地区不同城市户外标语的比较分析。

第四,当前山东地区户外标语存在的主要问题及对策分析。

(三)研究难点

本书所研究的难点主要包括以下内容:

1. 对山东地区不同城市户外标语的语料收集、整理

本书从山东不同地区抽取了十个代表城市进行语料收集,这一基础性工作任务繁重,需耐心完成。只有语料收集准确,随后的整理分析才有可能顺利进行,同时也确保了分析结果的有效性。

2. 对户外商业性标语与户外非商业性标语的比较

这一环节的工作需先对所收集的语料进行分析,按照统一标准区分哪些是户外商业性标语,哪些是户外非商业性标语,在此基础上对二者的内容及外在形式等方面加以分析比较,这一过程费时相对较长,有一定的难度。

五、研究方法

1. 田野调研法

本书的语料收集采用田野调研法,采用相机拍照、手机拍照等方式,对山东地区不同城市代表性区域的户外标语加以收集,获取真实的第一手语料,确保后续工作的有效开展。

2. 文献学习法

多方收集文献资料,并对所收集到的研究成果加以认真学习、讨论,借鉴其中的长处,为户外标语的研究提供理论参考。

3. 归纳分析法

在分析语料的基础上,对研究的重点内容加以归纳分析,以得出真实结论。

4. 比较法

本书涉及两项比较研究,一是对山东地区不同城市户外标语比较,二是山东地区户外商业性标语与户外非商业性标语比较。