

刘凤玲 戴仲平 著

社会语用艺术

SHEHUI
YUYONG
YISHU



暨南大学出版社
Jiamou University Press

796

H030

L71

刘凤玲 戴仲平 著

社会语用艺术



暨南大学出版社
Jinan University Press

图书在版编目 (CIP) 数据

社会语用艺术/刘凤玲, 戴仲平著. —广州: 暨南大学出版社, 2002.10

ISBN 7-81079-163-X

I. 社… II. ①刘… ②戴… III. 语用学
IV. H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 056569 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 编辑部(8620)85228986 85226205

营销部(8620)85226712 85228291 85220602

传 真: (8620)85221583(办公室) 85223774(营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

电 邮: yfq@jnupress.com

排 版: 广东企文照排中心

印 刷: 暨南大学印刷厂

开 本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张: 15.625

字 数: 390 千

版 次: 2002 年 10 月第 1 版

印 次: 2002 年 10 月第 1 次

印 数: 1-2 000 册

定 价: 24.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社营销部联系调换)

序

黎运汉

社会语用研究属于应用语言学的范畴。近十多年来，我国应用语言学得到了迅速的发展，社会语用研究也已为人们所重视。这既有科学背景，也有价值背景。

20 世纪中叶，现代语言学突破了索绪尔的纯语言研究的藩篱，进入了语言学的动态研究的新阶段，60 年代欧美的应用语言学获得了蓬勃的发展。80 年代开始，在国外应用语言学理论的启示下，我国的语言学研究打破了主要是静态描写的局面，逐步重视语言应用研究。当今诸如社会语言学、文化语言学、语用学、心理语言学、话语语言学、计算语言学、信息语言学、广告语言学、法律语言学、商业语言学、作家语言学、言语交际学、语言风格学、公关语言学、人名学、外语教学论等应用语言学分支学科已先后形成，重视语言应用已呈明显趋势，社会语用研究正是顺应这一发展大势的一个重大课题。

20 世纪 80 年代以来，我国随着改革开放的不断深入，市场经济的日益繁荣和精神文明的不断推进，语言的应用领域越来越广阔，社会语用现象越来越丰繁。社会语用是一种直接关系着社会效益和经济效益的语言应用，它不仅反映着政治、经济、文化生活的方方面面，而且影响着经济建设、社会文化建设和精神文明建设的步伐。社会语用的这种价值极大地影响着语言研究的价

值取向和方向，重视社会语用研究也正是应用语言学顺应改革开放社会发展需要的必然。

刘凤玲、戴仲平等著的《社会语用艺术》可以说是顺应上述语言学发展大势和我国社会发展的需要而产生的。

这是一本既有学术价值，又有应用价值，能赢得社会效益的新著。这本新著至少有以下几个方面的特点：

首先是开拓性。“社会语用学”是一个学术研究的新领域。我国的社会语用研究尚处于引进、探索的阶段。十几年来，凤玲在这个新领域辛勤耕耘，努力开拓，收获了不少拓荒果实。这本《社会语用艺术》除了仲平等撰写的章节外，大部份篇幅是凤玲撰写的，这是她多年心血的结晶。“社交类”“张贴类”“命名类”“艺术类”中她撰写的一些篇章曾在相关书刊率先发表；副语言、体态语、辞趣这类辅助技巧和广告类等文章也较之于曾有问世的同类成果更有开拓性，更有深度；社会语用的界定与特性和社会语用的原则虽有继承前人的传统，吸收同行的成果，但更致力于新的开拓。其他作者的文章如“社会语用的文化遗产”、“鼓励的言语艺术”、“网络交际的言语艺术”、“求聘的言语艺术”、“股评的言语艺术”、“征婚的言语艺术”、“注情式广告的言语艺术”、“酒广告的言语艺术”等，或角度新，或为拓荒之作，都能给人以新的启示，无疑，本书可视为开拓性的学术研究成果。

其次是体系性。近些年来，有些学者从不同侧面探讨了社会语用问题，取得了可喜的成果，但问世的多限于描写具体社会语用现象的单篇论文或研究某一社会语用现象的专著，尚未见到综合研究社会语用的专著，而《社会语用艺术》则是系统研究社会语用艺术的新著。该书大体上可分两大部分，第一部分含1、2、3章，可视为全书的总论，论述了社会语用的含义、研究范围、研究价值与社会语用的功用和特性，阐释了社会语用的原则，探讨了社会语用的文化遗产。这部分论述了社会语用的基本理论问

题，论述相当详尽，而且精当，对全书起了统率作用。第二部分含第4章至第11章，第4章“社会语用的辅助技巧”，论述了副语言、体态语和辞趣的含义、类型、功能、特性和语用艺术，这就概括了从口语到书面语的辅助技巧和规律；第5章至第11章分别对社交类、职业类、告示类、艺术类这四类语用的含义、各类语用的特点、功用和言语艺术，作了具体的论述，有的论述得相当细致。全书从社会语用的原则到社会语用艺术，既有自然语言使用艺术的研究，又探讨了非自然语言的运用技巧，从而构成了一个比较完备的社会语用艺术体系。

第三是实用性。本书既较为深入地论述了社会语用的原则，又比较具体地分析了社会语用的艺术，具有指导社会语用实践的品格。“社会语用原则”和“社会语用文化传承”两章既综合运用修辞学、社会语言学、心理语言学、文化语言学、语用学和言语交际学的理论作了比较深入的理论分析，又有取自政治、经济、文化等社会生活各个领域的语用事实作佐证；既有典范的社会语用实例分析，为指导语言实践提供了优秀的学习范例；也有社会语用的病例剖析，启发人们有意识地防止乱用语言的倾向。这样论述社会语用原则扎实、在理，有较高的科学性，且易于把握，利于应用。全书的重点和主要篇幅是探讨各个交际领域的各类社会语用艺术和社会语用辅助手段的运用规律，好些地方相当深入细致，选例范围广，语料颇新，有正例，有反例，这对各个领域的读者的语言实践都将会启迪和参考作用。这是一本具有开拓性和实用性的著作。开拓艰难，确有实用也不易。虽是好书，也有不足之处。比如较多限于对具体社会语用艺术的微观探讨，宏观研究则略嫌不足，有些文章似乎稍觉单薄，社会语用范围也似乎过宽等，希望有机会再版时加以补充修订。

我与凤玲、仲平相交已久，10多年来，他们听我讲课，我向他们学习，多次合作写书，经常相互切磋，研讨学术。我觉得

他们悟性颇高，思维敏捷，而且勤奋好学，努力探新，勇于攀登，成果喜人。《社会语用艺术》即将由暨南大学出版社出版，要我写序，感到十分高兴，故写下如上的话，向读者推荐这本新书。

2002年7月于暨南大学羊城苑得道居

目 录

序	黎运汉 (1)
第一章 社会语用的界定、功用与特性	(1)
第一节 社会语用的含义; 研究对象和范围	(1)
第二节 社会语用的功用	(10)
第三节 社会语用的特性	(24)
第二章 社会语用的原则	(39)
第一节 规范原则	(39)
第二节 立诚原则	(49)
第三节 适应原则	(65)
第四节 礼貌原则	(86)
第三章 社会语用对文化的传承	(98)
第一节 社会语用对物质文化的传承	(99)
第二节 社会语用对制度文化的传承	(108)
第三节 社会语用对精神文化的传承	(114)

第四章 社会语用的辅助技巧	(131)
第一节 副语言	(131)
第二节 体态语	(141)
第三节 辞趣	(158)
第五章 社交类语用：一般交际与网络交际	(176)
第一节 一般交际的言语艺术	(176)
第二节 名片的言语艺术	(190)
第三节 题辞的言语艺术	(197)
第四节 鼓励的言语艺术	(204)
第五节 网络交际的语用艺术	(212)
第六章 职业类语用（一）：节目主持、股评与导游	(224)
第一节 节目主持人的言语艺术	(224)
第二节 股评的言语艺术	(239)
第三节 导游的言语艺术	(253)
第七章 职业类语用（二）：谈判与营销	(264)
第一节 谈判的言语艺术	(264)
第二节 营销的言语艺术	(282)
第八章 告示类语用（一）：张贴类告示	(299)
第一节 招聘书和求职信的言语艺术	(299)
第二节 柬帖的言语艺术	(317)
第三节 征婚启事的言语艺术	(321)
第四节 商业楹联的言语艺术	(329)

第五节 标语口号的言语艺术	(337)
第九章 告示类语用 (二): 广告类语用	(348)
第一节 广告的功用、分类、现状和语言要求	(348)
第二节 广告语言的艺术手法	(359)
第三节 广告言语的性别策略	(369)
第四节 注情式广告的语言艺术	(377)
第五节 酒广告的语言艺术	(389)
第十章 告示类语用 (三): 命名类语用	(396)
第一节 企业招牌命名的言语艺术	(396)
第二节 产品、商标命名的言语艺术	(404)
第三节 商住楼宇命名的言语艺术	(411)
第四节 菜肴命名的言语艺术	(419)
第五节 街路命名的言语艺术	(428)
第十一章 艺术类语用: 歌词、相声与小品	(440)
第一节 影视节目主题歌的言语艺术	(440)
第二节 流行歌曲的言语艺术	(449)
第三节 相声的言语艺术	(460)
第四节 小品的言语艺术	(473)
参考书目	(487)
后 记	(491)

第一章 社会语用的界定、功用与特性

第一节 社会语用的含义、研究对象和范围

一、社会语用的含义及研究缘由

语用和语言相对。语言是人类最重要的交际工具，是音义结合的符号系统。语用是对语言的运用，包括运用语言进行表达和对言语成品的理解。社会语用目前学术界尚未有一个统一的看法，我们认为对社会语用的理解可分为广义和狭义两种。广义的社会语用是指人类社会的一切语言运用行为，既包括公开的语言运用行为，也包括非公开的语言运用行为。狭义的社会语用是指语言在社会上的公开运用。凡面向公众的语言运用都属于社会语用的范畴，例如社会人际交往中的攀谈、网络交际、服务谈话、新闻报道、节目主持、导游、产品说明、工作报告、演讲、公开辩论、新闻发布、答记者问、广告宣传、社会命名、题词、公众场合的交际以及各种告示、标语、口号、警示、启事、通知、契约、楹联、歌词等等。

社会语用的结果和成品构成社会用语，如广告用语、信函用语、柜台用语等。社会用语是社会语用研究的最主要的考察对象。社会语用研究通过对社会用语的考察、分析，可以揭示社会

语用许多重要的规律。

社会语用研究属于广义的应用语言学范畴。我们研究社会语用,既是语言学学科自身发展的必然,也是社会发展及语言实践的需求。

语言学的发展大致可分为传统语言学、历史比较语言学、结构语言学、转换生成语言学等几个主要的发展阶段。传统语言学是为解释古典文献服务的,处于文献学和历史学的附庸地位。19世纪出现的历史比较语言学,摆脱了狭隘的实用目的,用历史比较法研究语言,把语言作为独立的研究对象,成为一门独立的科学。但历史比较语言学只是孤立地研究语言事实,忽视语言要素之间的内在联系。20世纪初出现的结构主义语言学强调语言内部结构的分析原则,提出了一整套从语音到句子的研究和分析的方法。但是,结构主义只重视语言结构系统的研究,忽视语言运用的研究。结构主义的创始人索绪尔正确地区分了“语言”和“言语”,但他在《普通语言学教程》中说:“语言学的惟一的、真正的对象是在语言自身之中研究语言和为研究语言而研究语言。”他认为言语是个人的,心理和物理的,应该排除在语言学研究之外。此后半个世纪,虽然结构语言学形成许多学派,但其研究语言的目的只有一个,就是以语言本身为研究对象,揭示语言的内部结构体系。到了50年代后期,乔姆斯基的语言理论引起了语言学界的一场革命。从转换生成的角度,揭示人类特有的一种内在的生理遗传能力,凡是脑部发育正常的人都具有语言能力,语言学研究揭示的就是人类的这种能力,而这种能力是完全独立于语言使用之外的。他完全是从结构的角度研究如何生成符合语法的句子,从而使其公式化、形式化。乔姆斯基研究句法结构,仍然是以探讨语言内部结构为惟一宗旨,却无法解释语言中复杂的语义现象。于是一些语言学家又投入到语义学的研究中,从而带动了语义学的飞速发展。而语义学的飞速发展也不能解决

纷繁多姿的语言运用中的系列问题,离开了语言运用的研究,仍是不全面的研究。在这样的背景下,当代语言学越来越重视研究言语及语言理论的运用,以研究言语规律为主的现代修辞学日益受到重视,与研究言语及语言理论应用有关的语用学、社会语言学、话语语言学、信息语言学、心理语言学、神经语言学、数理语言学、言语病理学、工程语言学、外语教学论等学科先后形成。可见,当代语言学不再局限于以语言本体为惟一的研究对象,还要研究语言的运用。

语言是社会交际的最重要的工具。人们凭借语言,才能互相沟通,彼此协调,确保社会各项工作井然有序地进行。特别是20世纪80年代以后的世界性技术革命,是以信息为中心的一场科学技术大变革。信息大变革“给传统语言学打开了新的地平线,使语言学不再停留在词汇学和语法学的圈子中,而把视野开阔到整个社会,或者说,语言作为信息载体,同时它本身又是信息系统直接服务于社会结构,促进社会生产力的提高。这就是广义的应用语言学——广义的应用语言学又可以称为语言文字的应用科学”。^①事实上也是这样,人类进入信息社会,无论是面对面的交流,还是远距离的邮电通讯、深水通讯、地空通讯、星际通讯等,都要求人们利用十分有限的语言元素,构成无穷无尽的句子,准确、明晰、经济、迅速地传递信息。因此可以说,“没有一种通信理论能够避开语言问题,这是因为,人类的社会交际,不论是思维的,行为的还是机械的活动,都不能脱离语言进行;何况语言本身说到底还是一种信息系统。”^②此外,20世纪80年代以来,我国实行了改革开放政策,逐步建立了社会主义市场经济体系,极大地推动了商品的流通、人才的流动,使语言作为信息载体的作用得到最充分的发挥。个人之间、企事业团体之

①②陈原:《语言学论著》卷三292页,277页。

间、不同行业之间、个人与团体之间、团体与公众之间等的信息交流空前频繁，语言在社会中的运用领域空前扩大。因此，研究如何运用语言更好地服务于社会，这已成为当代语言学和邻近学科研究的重要的课题。而以揭示社会中公开的语言运用规律为目的的社会语用研究也正是当代应用语言学研究中的一个重要分支。

二、社会语用研究的对象和范围

社会语用研究，是适应社会交往的需要，重在揭示社会交往中言语运用的原理、原则、方法和规律，用以指导语言应用实践。社会语用的研究范围十分广阔：“国家的语言计划、语言政策、语言与文化、语言与民俗、语言与教育、语言与经济、语言与政治、语言与外交等等。”^①乃至“社会以及人与人之间的交往”都是社会语用研究的范围。总之一句话，“语言在社会中的应用，都是社会语用学研究的对象。”^②本书研究各类社会语用，具体来说，社会上凡团体与团体的公务交往，团体或个人面向公众的信息交流，个人与个人面向社会的日常交往，都属于社会语用的范畴。社会语用有极强的社会性和大众性。没有社会性和大众性的语言应用，虽然也是语用，但不属于社会语用，如家庭中亲人间的交谈，恋人间的秘密交谈，特殊社会团体成员间的暗语交谈以及那些没有大众性和社会性的职业语言等。即使是使用同一形式的语用，也不一定都是社会语用。如使用介绍信、邀请信、推荐信、感谢信、求职信、告同胞书等信函形式交往，因其面向社会大众，属于社会语用范畴；而个人与个人的私信往来，因其没有大众性，不属于社会语用的范畴。总之，社会上具有大众性的语言应用到哪里，那里就有社会语用。

^{①②}何自然编著：《语用学与英语学习》第16页，上海外语教育出版社1997年9月第1版。

社会语用研究的范围究竟有多大，我们可以从不同的角度来分类：

(一) 从语用的目的和语用方式看，社会语用有以下几大类：

1. 社交类语用：即社会交际时的语言应用。如人际交往中的交谈、称谓、招呼、问候、祝福、鼓励以及新产生的网络交际等语用，都属于交际类语用的范畴。

2. 职业类语用：即各行各业的行业语用。如主持人语用、股评语用、导游人员语用、营销语用、教育语用、外交语用、新闻语用、医患语用、法律语用、体育语用以及窗口行业中各类人员的服务语用等，虽然这些职业语用的大众性和社会性受一定范围的限制，但它们毕竟还有一定程度的大众性，因而也属社会语用的范畴。

3. 告示类语用：即宣传、告示、指令类语用。如柬帖、求聘、广告、各类命名、商业楹联、标语口号，公务往来中的信函、介绍、请示、批复乃至面向公众的规章制度、政策法规的语用等，因其有很强的大众性和社会性，都属于告示类社会语用。

4. 艺术类语用：主要指在社会上高速传播的一些艺术类用语。如流行歌歌词的创作可算艺术语用，因为这些流行歌词，有的来自通俗歌曲，有的来自民族歌曲，在社会上广为流行，广为传唱，有一定的大众性；此外，影视剧、相声、小品中的语用，因其用语走进千家万户，有广泛的大众性，因而，也步入了社会语用的行列。

5. 交叉类语用：这类语用很难说属于某一类语用，因为它们有多种语用的特点。如演讲，不同类型的演讲，有不同的交际目的和交际方式，因而它们就分别属于不同的语用类型，如礼仪型演讲，它是适应各种礼仪场合的语言应用，交际性是这类演讲的主要特征，因而，它属于交际类语用；学术型演讲，因其有很强的专业性，因而就属职业语用的范畴；政治型演讲是为了宣传

自己的政治主张，通过自己的一席言语达到使人信、使人动的目的，它有很强的宣传告示作用，因而就应属于告示一类语用。

还要说明的是，上面对社会语用的分类只是相对而言，即主要看其交际目的和交际方式以哪一种形式为主。如营销言语，尽管 21 世纪已发展到了关系营销阶段，十分注重组织与公众的长期合作关系，其中也包括商业组织与顾客的公共关系在内，但总的来说，其以职业言语表达为主，因此，我们仍看作职业语用。又如谈判，它虽有交际的因素在内，但职业语用的特征明显，因而也属于职业类语用。又如请柬，虽然其间也有一些人际交往的因素在内，但其以请求、告知为主，因而仍应属告示类的语用范畴。

(二) 从言语方式分，有以下两大类：

口语语用：如谈判、演讲、辩论、营销、商谈、接洽、发言、致辞、报告以及一些窗口行业的服务语用等。

书面语用：如广告、标语、通知、海报、警示、柬帖、信函、电报、名片、契约、聘书、说明书、各类楹联、各类命名、新闻以及各类书面职业语用等。

本书的研究以各类社会语用为基点，既研究部分社交语用，如一般交际的言语艺术、网络交际的言语艺术等；又研究部分职业语用，如主持人的言语艺术、股评的言语艺术、导游人员的言语艺术等；对艺术类语用，我们也做些尝试性研究，研究那些能进入千家万户的社会大众性很强的影视节目主题歌、流行歌、相声、小品，我们还重点研究告示类语用，如广告、命名、标语口号等。

三、社会语用研究的理论基础

(一) 现代修辞学为社会语用研究提供了理论基础

修辞学是一门既古老又年轻的语用科学。说她古老，是因为

研究它的历史源远流长，中外皆如此；说她年轻，是因为她从文论、文章学、美学等学科的附属地位中摆脱出来成为一门独立的学科时间还不长，特别是现代汉语修辞学，从陈望道先生的《修辞学发凡》算起，到现在也只有半个多世纪。尽管现代修辞学年轻，但有了长足的发展。现代修辞学从交际效果出发，探索言语规律和修辞方法。除了总结出一系列重要的语言应用原则（如立诚的原则、切旨的原则、适应语境的原则、得体的原则等）外，还不断总结了选词、择句、缀段、谋篇四级话语单位的语用规律，归纳了不同语体的修辞特点，概括了辞格这些独具魅力的语言固定模式，挖掘了辞趣的独特情韵。修辞学既对具有修辞色彩的语言手段进行静态研究，又对言语一般规律进行了动态研究，并将各具修辞色彩的语言手段置于言语一般规律的调控之中。这样，修辞学就从宏观和微观两方面使人们感到言语确实有规律可循，并能切实有效地增强言语的交际效果。因此，从广义上说，修辞学也是一门语用学，它的原理原则、语用规律都能直接有效地指导社会语用。

（二）西方语用学为社会语用研究提供了良好的理论借鉴

“语用学是专门研究语言的理解和使用的学问。”^① 最早提出“语用学”（Pragmatics）这个术语的，要追溯到美国的哲学家莫里斯和卡耐普。1938年莫里斯在《符号基础理论》一书中，提出了被后人誉为经典定义的“符号三分说”，莫里斯认为：句法学是研究符号与符号之间的关系；语义学是研究符号与符号所指的对象的关系；语用学则是研究符号与符号解释者的关系。这就是语用学最早的定义。莫里斯的观点得到了一部分哲学家和语言学家的认可，特别是得到了卡耐普的支持和完善。50年代以后，

^① 何自然：《语用学与英语学习》，上海外语教育出版社1997年9月第1版，第16、2页。