

颜 迈

比 方 析 较 法 句

州 教 育 出 版 社

63
-4

析句方法比较

颜 迈

贵州教育出版社

一九九〇年三月

责任编辑 王邦蜀
封面设计 石头
技术设计 李印堂

析句方法比较

颜 迈

贵州教育出版社出版

(贵阳市中华北路289号)

贵州新华印刷厂印刷 贵州省新华书店发行

787×1092毫米 32开本 4.125印张 90千字

印数 1—2050册

1990年3月第1版 1990年12月第2次印刷

ISBN 7-80583-001-0/G·02 定价: 2.00元

析句方法比较

黄 迈
桂 迈
桂 迈
桂 迈

颜 迈

贵州教育出版社

（贵阳）

贵州教育出版社

（贵阳）

贵州教育出版社

（贵阳）

贵州教育出版社

（贵阳）

一九九〇年三月

贵州教育出版

责任编辑 王邦蜀

封面设计 李长华

技术设计 李印堂

五 册

析句方法比较

颜 迈

贵州教育出版社出版

(贵阳市中华北路289号)

贵州新华印刷厂印刷 贵州省新华书店发行

开本: 787×1092毫米 32开本 4.125印张 90千字

印数 1—2050册

1990年1月第1版 1990年2月第1次印刷

ISBN 7-80583-001-0/G·02 定价: 1.40元

目 录

内 容 提 要

(1) 本书介绍了句子成分分析法和层次分析法的要点、优点、缺点，澄清了对两种析句方法的一些误会，介绍了以两种析句方法相结合为特点的张志公、胡裕树、黄伯荣和廖序东、张静等先生分别主编的几种《现代汉语》以及《中学教学语法系统提要（试用）》的析句方法，最后提出了作者的析句方法——两级成分分析法。本书适合语法工作者、高等学校教师、中学教师，以及各级各类高等学校（包括电大、职大、业大、自修大学）学生阅读参考。

(1)	前言	一
(2)	一、句子成分分析法	一
(3)	二、层次分析法	一
(4)	三、两种方法的比较	一
(5)	四、两种方法的结合	一
(6)	五、两种方法的运用	一
(7)	六、两种方法的优缺点	一
(8)	七、两种方法的适用范围	一
(9)	八、两种方法的注意事项	一
(10)	九、两种方法的练习	一
(11)	十、两种方法的总结	一
(12)	十一、两种方法的参考文献	一
(13)	十二、两种方法的附录	一
(14)	十三、两种方法的索引	一
(15)	十四、两种方法的后记	一
(16)	十五、两种方法的出版说明	一
(17)	十六、两种方法的编辑说明	一
(18)	十七、两种方法的印刷说明	一
(19)	十八、两种方法的发行说明	一
(20)	十九、两种方法的订购说明	一
(21)	二十、两种方法的售后服务	一
(22)	二十一、两种方法的版权声明	一
(23)	二十二、两种方法的出版单位	一
(24)	二十三、两种方法的印刷单位	一
(25)	二十四、两种方法的发行单位	一
(26)	二十五、两种方法的订购单位	一
(27)	二十六、两种方法的售后服务单位	一
(28)	二十七、两种方法的版权声明单位	一
(29)	二十八、两种方法的出版单位	一
(30)	二十九、两种方法的印刷单位	一
(31)	三十、两种方法的发行单位	一
(32)	三十一、两种方法的订购单位	一
(33)	三十二、两种方法的售后服务单位	一
(34)	三十三、两种方法的版权声明单位	一
(35)	三十四、两种方法的出版单位	一
(36)	三十五、两种方法的印刷单位	一
(37)	三十六、两种方法的发行单位	一
(38)	三十七、两种方法的订购单位	一
(39)	三十八、两种方法的售后服务单位	一
(40)	三十九、两种方法的版权声明单位	一
(41)	四十、两种方法的出版单位	一
(42)	四十一、两种方法的印刷单位	一
(43)	四十二、两种方法的发行单位	一
(44)	四十三、两种方法的订购单位	一
(45)	四十四、两种方法的售后服务单位	一
(46)	四十五、两种方法的版权声明单位	一
(47)	四十六、两种方法的出版单位	一
(48)	四十七、两种方法的印刷单位	一
(49)	四十八、两种方法的发行单位	一
(50)	四十九、两种方法的订购单位	一
(51)	五十、两种方法的售后服务单位	一
(52)	五十一、两种方法的版权声明单位	一
(53)	五十二、两种方法的出版单位	一
(54)	五十三、两种方法的印刷单位	一
(55)	五十四、两种方法的发行单位	一
(56)	五十五、两种方法的订购单位	一
(57)	五十六、两种方法的售后服务单位	一
(58)	五十七、两种方法的版权声明单位	一
(59)	五十八、两种方法的出版单位	一
(60)	五十九、两种方法的印刷单位	一
(61)	六十、两种方法的发行单位	一
(62)	六十一、两种方法的订购单位	一
(63)	六十二、两种方法的售后服务单位	一
(64)	六十三、两种方法的版权声明单位	一
(65)	六十四、两种方法的出版单位	一
(66)	六十五、两种方法的印刷单位	一
(67)	六十六、两种方法的发行单位	一
(68)	六十七、两种方法的订购单位	一
(69)	六十八、两种方法的售后服务单位	一
(70)	六十九、两种方法的版权声明单位	一
(71)	七十、两种方法的出版单位	一
(72)	七十一、两种方法的印刷单位	一
(73)	七十二、两种方法的发行单位	一
(74)	七十三、两种方法的订购单位	一
(75)	七十四、两种方法的售后服务单位	一
(76)	七十五、两种方法的版权声明单位	一
(77)	七十六、两种方法的出版单位	一
(78)	七十七、两种方法的印刷单位	一
(79)	七十八、两种方法的发行单位	一
(80)	七十九、两种方法的订购单位	一
(81)	八十、两种方法的售后服务单位	一
(82)	八十一、两种方法的版权声明单位	一
(83)	八十二、两种方法的出版单位	一
(84)	八十三、两种方法的印刷单位	一
(85)	八十四、两种方法的发行单位	一
(86)	八十五、两种方法的订购单位	一
(87)	八十六、两种方法的售后服务单位	一
(88)	八十七、两种方法的版权声明单位	一
(89)	八十八、两种方法的出版单位	一
(90)	八十九、两种方法的印刷单位	一
(91)	九十、两种方法的发行单位	一
(92)	九十一、两种方法的订购单位	一
(93)	九十二、两种方法的售后服务单位	一
(94)	九十三、两种方法的版权声明单位	一
(95)	九十四、两种方法的出版单位	一
(96)	九十五、两种方法的印刷单位	一
(97)	九十六、两种方法的发行单位	一
(98)	九十七、两种方法的订购单位	一
(99)	九十八、两种方法的售后服务单位	一
(100)	九十九、两种方法的版权声明单位	一
(101)	一百、两种方法的出版单位	一
(102)	一百零一、两种方法的印刷单位	一
(103)	一百零二、两种方法的发行单位	一
(104)	一百零三、两种方法的订购单位	一
(105)	一百零四、两种方法的售后服务单位	一
(106)	一百零五、两种方法的版权声明单位	一
(107)	一百零六、两种方法的出版单位	一
(108)	一百零七、两种方法的印刷单位	一
(109)	一百零八、两种方法的发行单位	一
(110)	一百零九、两种方法的订购单位	一
(111)	一百一十、两种方法的售后服务单位	一
(112)	一百一十一、两种方法的版权声明单位	一
(113)	一百一十二、两种方法的出版单位	一
(114)	一百一十三、两种方法的印刷单位	一
(115)	一百一十四、两种方法的发行单位	一
(116)	一百一十五、两种方法的订购单位	一
(117)	一百一十六、两种方法的售后服务单位	一
(118)	一百一十七、两种方法的版权声明单位	一
(119)	一百一十八、两种方法的出版单位	一
(120)	一百一十九、两种方法的印刷单位	一
(121)	一百二十、两种方法的发行单位	一
(122)	一百二十一、两种方法的订购单位	一
(123)	一百二十二、两种方法的售后服务单位	一
(124)	一百二十三、两种方法的版权声明单位	一
(125)	一百二十四、两种方法的出版单位	一
(126)	一百二十五、两种方法的印刷单位	一
(127)	一百二十六、两种方法的发行单位	一
(128)	一百二十七、两种方法的订购单位	一
(129)	一百二十八、两种方法的售后服务单位	一
(130)	一百二十九、两种方法的版权声明单位	一
(131)	一百三十、两种方法的出版单位	一
(132)	一百三十一、两种方法的印刷单位	一
(133)	一百三十二、两种方法的发行单位	一
(134)	一百三十三、两种方法的订购单位	一
(135)	一百三十四、两种方法的售后服务单位	一
(136)	一百三十五、两种方法的版权声明单位	一
(137)	一百三十六、两种方法的出版单位	一
(138)	一百三十七、两种方法的印刷单位	一
(139)	一百三十八、两种方法的发行单位	一
(140)	一百三十九、两种方法的订购单位	一
(141)	一百四十、两种方法的售后服务单位	一
(142)	一百四十一、两种方法的版权声明单位	一
(143)	一百四十二、两种方法的出版单位	一
(144)	一百四十三、两种方法的印刷单位	一
(145)	一百四十四、两种方法的发行单位	一
(146)	一百四十五、两种方法的订购单位	一
(147)	一百四十六、两种方法的售后服务单位	一
(148)	一百四十七、两种方法的版权声明单位	一
(149)	一百四十八、两种方法的出版单位	一
(150)	一百四十九、两种方法的印刷单位	一
(151)	一百五十、两种方法的发行单位	一
(152)	一百五十一、两种方法的订购单位	一
(153)	一百五十二、两种方法的售后服务单位	一
(154)	一百五十三、两种方法的版权声明单位	一
(155)	一百五十四、两种方法的出版单位	一
(156)	一百五十五、两种方法的印刷单位	一
(157)	一百五十六、两种方法的发行单位	一
(158)	一百五十七、两种方法的订购单位	一
(159)	一百五十八、两种方法的售后服务单位	一
(160)	一百五十九、两种方法的版权声明单位	一
(161)	一百六十、两种方法的出版单位	一
(162)	一百六十一、两种方法的印刷单位	一
(163)	一百六十二、两种方法的发行单位	一
(164)	一百六十三、两种方法的订购单位	一
(165)	一百六十四、两种方法的售后服务单位	一
(166)	一百六十五、两种方法的版权声明单位	一
(167)	一百六十六、两种方法的出版单位	一
(168)	一百六十七、两种方法的印刷单位	一
(169)	一百六十八、两种方法的发行单位	一
(170)	一百六十九、两种方法的订购单位	一
(171)	一百七十、两种方法的售后服务单位	一
(172)	一百七十一、两种方法的版权声明单位	一
(173)	一百七十二、两种方法的出版单位	一
(174)	一百七十三、两种方法的印刷单位	一
(175)	一百七十四、两种方法的发行单位	一
(176)	一百七十五、两种方法的订购单位	一
(177)	一百七十六、两种方法的售后服务单位	一
(178)	一百七十七、两种方法的版权声明单位	一
(179)	一百七十八、两种方法的出版单位	一
(180)	一百七十九、两种方法的印刷单位	一
(181)	一百八十、两种方法的发行单位	一
(182)	一百八十一、两种方法的订购单位	一
(183)	一百八十二、两种方法的售后服务单位	一
(184)	一百八十三、两种方法的版权声明单位	一
(185)	一百八十四、两种方法的出版单位	一
(186)	一百八十五、两种方法的印刷单位	一
(187)	一百八十六、两种方法的发行单位	一
(188)	一百八十七、两种方法的订购单位	一
(189)	一百八十八、两种方法的售后服务单位	一
(190)	一百八十九、两种方法的版权声明单位	一
(191)	一百九十、两种方法的出版单位	一
(192)	一百九十一、两种方法的印刷单位	一
(193)	一百九十二、两种方法的发行单位	一
(194)	一百九十三、两种方法的订购单位	一
(195)	一百九十四、两种方法的售后服务单位	一
(196)	一百九十五、两种方法的版权声明单位	一
(197)	一百九十六、两种方法的出版单位	一
(198)	一百九十七、两种方法的印刷单位	一
(199)	一百九十八、两种方法的发行单位	一
(200)	一百九十九、两种方法的订购单位	一
(201)	二百、两种方法的售后服务单位	一
(202)	二百零一、两种方法的版权声明单位	一
(203)	二百零二、两种方法的出版单位	一
(204)	二百零三、两种方法的印刷单位	一
(205)	二百零四、两种方法的发行单位	一
(206)	二百零五、两种方法的订购单位	一
(207)	二百零六、两种方法的售后服务单位	一
(208)	二百零七、两种方法的版权声明单位	一
(209)	二百零八、两种方法的出版单位	一
(210)	二百零九、两种方法的印刷单位	一
(211)	二百一十、两种方法的发行单位	一
(212)	二百一十一、两种方法的订购单位	一
(213)	二百一十二、两种方法的售后服务单位	一
(214)	二百一十三、两种方法的版权声明单位	一
(215)	二百一十四、两种方法的出版单位	一
(216)	二百一十五、两种方法的印刷单位	一
(217)	二百一十六、两种方法的发行单位	一
(218)	二百一十七、两种方法的订购单位	一
(219)	二百一十八、两种方法的售后服务单位	一
(220)	二百一十九、两种方法的版权声明单位	一
(221)	二百二十、两种方法的出版单位	一
(222)	二百二十一、两种方法的印刷单位	一
(223)	二百二十二、两种方法的发行单位	一
(224)	二百二十三、两种方法的订购单位	一
(225)	二百二十四、两种方法的售后服务单位	一
(226)	二百二十五、两种方法的版权声明单位	一
(227)	二百二十六、两种方法的出版单位	一
(228)	二百二十七、两种方法的印刷单位	一
(229)	二百二十八、两种方法的发行单位	一
(230)	二百二十九、两种方法的订购单位	一
(231)	二百三十、两种方法的售后服务单位	一
(232)	二百三十一、两种方法的版权声明单位	一
(233)	二百三十二、两种方法的出版单位	一
(234)	二百三十三、两种方法的印刷单位	一
(235)	二百三十四、两种方法的发行单位	一
(236)	二百三十五、两种方法的订购单位	一
(237)	二百三十六、两种方法的售后服务单位	一
(238)	二百三十七、两种方法的版权声明单位	一
(239)	二百三十八、两种方法的出版单位	一
(240)	二百三十九、两种方法的印刷单位	一
(241)	二百四十、两种方法的发行单位	一
(242)	二百四十一、两种方法的订购单位	一
(243)	二百四十二、两种方法的售后服务单位	一
(244)	二百四十三、两种方法的版权声明单位	一
(245)	二百四十四、两种方法的出版单位	一
(246)	二百四十五、两种方法的印刷单位	一
(247)	二百四十六、两种方法的发行单位	一
(248)	二百四十七、两种方法的订购单位	一
(249)	二百四十八、两种方法的售后服务单位	一
(250)	二百四十九、两种方法的版权声明单位	一
(251)	二百五十、两种方法的出版单位	一
(252)	二百五十一、两种方法的印刷单位	一
(253)	二百五十二、两种方法的发行单位	一
(254)	二百五十三、两种方法的订购单位	一
(255)	二百五十四、两种方法的售后服务单位	一
(256)	二百五十五、两种方法的版权声明单位	一
(257)	二百五十六、两种方法的出版单位	一
(258)	二百五十七、两种方法的印刷单位	一
(259)	二百五十八、两种方法的发行单位	一
(260)	二百五十九、两种方法的订购单位	一
(261)	二百六十、两种方法的售后服务单位	一
(262)	二百六十一、两种方法的版权声明单位	一
(263)	二百六十二、两种方法的出版单位	一
(264)	二百六十三、两种方法的印刷单位	一
(265)	二百六十四、两种方法的发行单位	一
(266)	二百六十五、两种方法的订购单位	一
(267)	二百六十六、两种方法的售后服务单位	一
(268)	二百六十七、两种方法的版权声明单位	一
(269)	二百六十八、两种方法的出版单位	一
(270)	二百六十九、两种方法的印刷单位	一
(271)	二百七十、两种方法的发行单位	一
(272)	二百七十一、两种方法的订购单位	一
(273)	二百七十二、两种方法的售后服务单位	一
(274)	二百七十三、两种方法的版权声明单位	一
(275)	二百七十四、两种方法的出版单位	一
(276)	二百七十五、两种方法的印刷单位	一
(277)	二百七十六、两种方法的发行单位	一
(278)	二百七十七、两种方法的订购单位	一
(279)	二百七十八、两种方法的售后服务单位	一
(280)	二百七十九、两种方法的版权声明单位	一
(281)	二百八十、两种方法的出版单位	一
(282)	二百八十一、两种方法的印刷单位	一
(283)	二百八十二、两种方法的发行单位	一
(284)	二百八十三、两种方法的订购单位	一
(285)	二百八十四、两种方法的售后服务单位	一
(286)	二百八十五、两种方法的版权声明单位	一
(287)	二百八十六、两种方法的出版单位	一
(288)	二百八十七、两种方法的印刷单位	一
(289)	二百八十八、两种方法的发行单位	一
(290)	二百八十九、两种方法的订购单位	一
(291)	二百九十、两种方法的售后服务单位	一
(292)	二百九十一、两种方法的版权声明单位	一
(293)	二百九十二、两种方法的出版单位	一
(294)	二百九十三、两种方法的印刷单位	一
(295)	二百九十四、两种方法的发行单位	一
(296)	二百九十五、两种方法的订购单位	一
(297)	二百九十六、两种方法的售后服务单位	一
(298)	二百九十七、两种方法的版权声明单位	一
(299)	二百九十八、两种方法的出版单位	一
(300)	二百九十九、两种方法的印刷单位	一
(301)	三百、两种方法的发行单位	一
(302)	三百零一、两种方法的订购单位	一
(303)	三百零二、两种方法的售后服务单位	一
(304)	三百零三、两种方法的版权声明单位	一
(305)	三百零四、两种方法的出版单位	一
(306)	三百零五、两种方法的印刷单位	一
(307)	三百零六、两种方法的发行单位	一
(308)	三百零七、两种方法的订购单位	一
(309)	三百零八、两种方法的售后服务单位	一
(310)	三百零九、两种方法的版权声明单位	一
(311)	三百一十、两种方法的出版单位	一
(312)	三百一十一、两种方法的印刷单位	一
(313)	三百一十二、两种方法的发行单位	一
(314)	三百一十三、两种方法的订购单位	一
(315)	三百一十四、两种方法的售后服务单位	一
(316)	三百一十五、两种方法的版权声明单位	一
(317)	三百一十六、两种方法的出版单位	一
(318)	三百一十七、两种方法的印刷单位	一
(319)	三百一十八、两种方法的发行单位	一
(320)	三百一十九、两种方法的订购单位	一
(321)	三百二十、两种方法的售后服务单位	一
(322)	三百二十一、两种方法的版权声明单位	一
(323)	三百二十二、两种方法的出版单位	一
(324)	三百二十三、两种方法的印刷单位	一
(325)	三百二十四、两种方法的发行单位	一
(326)	三百二十五、两种方法的订购单位	一
(327)	三百二十六、两种方法的售后服务单位	一
(328)	三百二十七、两种方法的版权声明单位	一
(329)	三百二十八、两种方法的出版单位	一
(330)	三百二十九、两种方法的印刷单位	一
(331)	三百三十、两种方法的发行单位	一
(332)	三百三十一、两种方法的订购单位	一
(333)	三百三十二、两种方法的售后服务单位	一
(334)	三百三十三、两种方法的版权声明单位	一
(335)	三百三十四、两种方法的出版单位	一
(336)	三百三十五、两种方法的印刷单位	一</

前言

中国语法学界在五十年代曾经发生过三次大讨论：词类问题的大讨论，主语宾语问题的大讨论，单句复句问题的大讨论。那时候，对于单句分析的问题，没有发生短兵相接的论战，析句方法还处在自行其是的阶段。那些年代，各家各派所采用的析句方法，大多属于传统语法的范畴，即主要采用了句子成分分析法。五十年代的著作中，只有丁声树等人的《现代汉语语法讲话》，采用了结构主义的析句方法——层次分析法，但内容极其简单，没有引起语法学界的重视。六十年代初，朱德熙先生致力于结构主义的介绍，但由于众所周知的原因，研究不可能深入发展，语法学界沉寂了十余年。

《中国语文》从1981年第2期起到1982年第3期止，就现代汉语析句方法问题展开了讨论。这次讨论，可以算作中国语法学界的第四次大讨论。讨论的主要内容，一般认为，是传统语法的析句方法句子成分分析法和结构主义的析句方法层次分析法的优劣问题。可是我们知道，句子成分分析法已经在中国使用了大半个世纪，它的优点、缺点，都暴露得很充分；而层次分析法在中国还处于滥觞期，没有专著问世，问题暴露得不多，不可能成为批评的对象。因此，讨论的实质，是用新兴的层次分析法作一种批评武器，对句子成分分析法展开了猛烈的攻击。讨论形成这样一种局面：句子成分分析法总处于防守和辩护的地位，层次分析法总处于进

攻和判决的地位。可以说，句子成分分析法经历了一场极其严峻的考验。

讨论中，一般把《暂拟汉语教学语法系统简述》和初中《汉语》课本以及课本的修订合编本《汉语知识》作为句子成分分析法的代表，而对它们的析句方法作了尖锐的批评。例如，华萍同志在《评“暂拟汉语教学语法系统”》一文中说：这个系统没有“正确地反映语言事实的本来面目”，因而缺乏科学性；没有“始终保持论断的同一”，因而缺乏一贯性；不能“正确地分析语言事实，有效地识别正误”，因而缺乏实用性。这种意见，对于句子成分分析法，是持完全否定的态度的。

另一方面，也有人对层次分析法提出了尖锐的批评。例如史存直先生在《句子结构和结构主义的句子分析》一文中说：“纵令打着‘结构主义’招牌，提出一套‘科学的’理论，暂时得到一部分人的欣赏，终究不会得到广大群众的使用。”“若追究其根本原因，无非是由于分析句子只重形式，不考虑内容或少考虑内容，因而就无法看清句子的自然结构，于是就只好采用那种形式主义的方法来分析句子了。”因此，史存直先生得出结论：两种分析法原则不同，根本没有加以结合的可能和必要。

绝大部分人认为，句子成分分析法、层次分析法各有优缺点，而且，它们的优缺点正好形成互补：你的缺点，在我这儿得到了克服，我的不足，在你那儿得到弥补，二者应当更好地结合起来。几部《现代汉语》教材的主编者，如张志公、胡裕树、黄伯荣和廖序东、张静等先生都是这样主张的。张志公先生指出：两种析句方法，其实本来就不是纯粹

的，而是你中有我，我中有你的。两种析句方法，除了优缺点可以互补外，还存在着共同的困难。语法工作者应当更深入地研究两种方法的分歧点和交叉点，把语法研究工作推向前进。

讨论的积极成果有三个：

其一是，两种析句方法（主要是句子成分分析法）的优缺点都比较明确了，为析句方法的改进和完善准备了条件。

其二是，几种高校《现代汉语》教材的修订或编写，都采用了句子成分分析法和层次分析法相结合的办法。

其三是，修订和改造了“暂拟系统”，产生了《中学教学语法系统提要（试用）》。

当然，尽管大家都认为，两种析句方法应当相结合，但各家有各家的结合法，析句方法的差异仍然很大。在这本小册子中，我们将比较系统地说明句子成分分析法和层次分析法的要点、优点、缺点，澄清对两种析句方法的一些误解，并且将介绍几种高校《现代汉语》教材以及《中学教学语法系统提要（试用）》的析句方法的主要特点；最后，在综合的基础上，提出了一种分析单句的方法——两级成分分析法。这种析句方法，虽然力图做到科学性、继承性、实用性，但效果到底怎样，还得靠语法界的前辈和同人鉴定。

作者 颜 迈

一九九〇年元月于贵阳

目 录

前 言	(1)
一 句子成分分析法	(1)
(一) 句子成分分析法的要点	(1)
(二) 句子成分分析法的优点	(6)
(三) 句子成分分析法的缺点	(9)
(四) 对句子成分分析法的一些误解	(14)
二 层次分析法	(21)
(一) 层次分析法的要点	(21)
(二) 层次分析法的优点	(29)
(三) 层次分析法的缺点	(32)
(四) 对层次分析法的一些误解	(42)
三 几种教材的析句方法	(48)
(一) 胡裕树主编的《现代汉语》	(48)
(二) 黄伯荣、廖序东主编的《现代汉语》	(52)
(三) 张静主编的《新编现代汉语》	(57)
(四) 张志公主编的《现代汉语》	(62)
(五) 中学教学语法系统提要(试用)	(65)
四 两级成分分析法	(70)
(一) 主谓宾切分问题的讨论	(70)
(二) 两级成分分析法的要点	(77)
(三) 单句成分、词组成分的关系	(88)
(四) 词组充当单句成分的能力	(94)
(五) 几种析句方法的对比	(105)
附 录 句子分类述评	(115)

一 句子成分分析法

(一) 句子成分分析法的要点 这种析句方法，把句子分出主、谓、宾、定、状、补等成分，所以叫做“句子成分分析法”；这种方法在析句的时候，要找出中心词来充当句子成分，所以又叫做“中心词分析法”；因为句子成分有多个，句子被切分成多段，所以又叫“多分法”；一般将它简称为“成分分析法”。

黎锦熙先生的《新著国语文法》、黎锦熙、刘世儒先生合著的《汉语语法教材》以及刘世儒的《现代汉语语法讲义》，都属于正统的句子成分分析法。这些著作认为，分析句子时，要一举找出中心词，让其他成分分别依附于它们，将句子分成主要成分、连带成分、附加成分三大类。主要成分有主语、谓语、述语，连带成分有宾语和补足语，附加成分有形容词性的附加语和副词性的附加语。在析句时，则采取了下边的图解法：

① 在座的人都哈哈大笑起来。

人 笑 (起来)
在 / 的 都 \ 哈哈 \ 大 \ 笑
座

② 我们安设我们那一顶大的黑色的帐幕。

我们 || 安设 |

帐幕

我们

那

一顶

大的

黑色

的

③ 许多强壮的工人造一座长的铁桥。

许多 / 强壮的 / 一座 / 长的 / 铁桥

这样析句的结果，一个句子的“主干”出现在一条横线之上，可以一目了然，但是难于进行图解作业。更主要的，是上述著作中，有不少矛盾、错漏、难于理解之处，再加上“暂拟汉语教学语法系统”的产生，它就不大流行了。

五十年代中期，在张志公的主持下，综合了语法学界的各家意见，拟定了一个适应于教学的语法系统，这就是《暂拟汉语教学语法系统》。这个系统虽然是一个综合体系，但一般认为，它的析句方法仍然是属于传统语法的句子成分分析法的。它的析句方法，在当时的中学《汉语》课本以及课本的修订合编本《汉语知识》中得到了充分的体现。

以下，我们就以《汉语》课本为主，说明句子成分分析法要点。

1. 将句子首先划分成“主语部分”和“谓语部分”，在两部分之间，用“||”隔开；然后找出“主语部分”的中心

词，叫做“主语”（下加双横线——），找出“谓语部分”的中心词，叫做“谓语”（下加双横线——）。主语部分或谓语部分如果没有中心词，这个“部分”就算中心，也叫主语和谓语，也加双横线。主语和谓语是中心词，它能反映出句子的基本意义，因此叫做主要成分。首先看以下例子：

① 杨先生的态度 || 很庄严。

② 卖盐的， || 喝淡汤。

③ 你的成绩 || 怎么样？

这些例句，一般不会有什么大问题，不会引起误会和责难。

可是以下例句，则值得加以讨论了：

④ 洗衣服 || 也非常方便。

⑤ 金桥 || 朝鲜人。

⑥ 北京 || 是中国的首都。

例④的主语部分是动宾词组“洗衣服”，要找出它的中心词“洗”来做主语，于是主语“洗”就带上宾语“衣服”了。

例⑤的谓语部分是偏正词组“朝鲜人”，要找出它的中心词“人”来做谓语，于是谓语“人”就带上定语“朝鲜”了。

例⑥的谓语部分叫“判断合成谓语”，中间也夹着定语。这样一来，析句时就出现了“主宾”、“定谓”、“谓定谓”等关系，而这些关系，跟句子成分之间的固有关系是相违背的。

句子成分分析法寻找中心词充当句子成分的缺点，已经开始显现出来了。

2. 在主语部分找出中心词主语的修饰成分，叫定语；在谓语部分找出中心词谓语的修饰成分，叫状语；找出谓语的补充成分，叫补语。如果谓语是及物动词，后边又带有动词所涉及的对象，就叫宾语；宾语的修饰成分也叫定语。

定、状、补、宾是连带在主、谓之上的、所以叫连带成分。定、状、补下面，分别加上“~~~~”；而宾语的下面加上“——”。特别应当引起注意的，是它指出：连带成分定、状、补、宾本身，又可以分别有它自己的连带成分。以下例句，一般没有什么问题：

① 今天的事情 || 今天办。

② 小芹 || 晌午做捞饭。

③ 外间的寓所 || 已经租定了。

④ 鲁迅先生 || 生在1881年。

⑤ 小妹妹 || 漂亮极了。

以下例子，则值得研究了：

⑥ 孔乙己 || 显出极高兴的样子。

⑦ 昨天晚上 || 刮了一场风，……。

⑧ 招呼茶钱的声音 || 也来得响亮了。

例⑥中，“极高兴”的中心词“高兴”是定语，“极”是它的状语；例⑦中“昨天晚上”的中心词“晚上”是状语，“昨天”是它的定语。这样，析句中就出现了“状定”、“定状”这样一些不正常的现象。至于例⑧中“招呼茶钱”这种动词和支配对象的关系，是不可能构成“定宾”关系的。这正是连带成分又有连带成分的作法所造成的弊病。

3. 承认主谓词组、联合词组、介词结构、的字结构可以充当句子成分，不承认偏正词组、动宾词组作句子成分。这样，前边句子中提到的动宾词组“洗衣服”，“招呼茶钱”，偏正词组“朝鲜人”、“极高兴”就不能充当句子成分了。主谓词组作句子成分的例子如下：

① 人剥削人 || 是旧社会的现象。（作主语）

② 她 || 性格和蔼。(作谓语)

③ 我 || 才也觉得 他的确 长久没有来了。(作宾语)

④ 年纪小的几个 || 多打哈欠了。(作定语)

⑤ 母亲 || 总在灶上 汗流满面地 烧菜。(作状语)

⑥ 他们家 || 穷得 锅底朝天。(作补语)

以上例句，一般是没有问题的。关于不承认偏正词组、动宾词组充当句子成分这一点，我们还可以再举几个例句补充说明。

⑦ 我们 || 都起得很早。

⑧ 郊区农民的代表 || 都穿着很漂亮的衣服。

⑨ 大家 || 正在看打球。

例⑦中，偏正词组“很早”不能充当句子成分，“很”和“早”便被分解成为两个成分“状”、“补”了；例⑧中，“很漂亮”不能充当句子成分，被分解为“状定”了；例⑨中，动宾词组“打球”不能充当句子成分，被分解成“宾宾”了。

这里还要顺便提到一个问题：也许有的读者会感到，自己用的是“暂拟系统”的析句方法，可是并没有出现以上因为寻找中心词充当句子成分和不承认偏正词组、动宾词组充当句子成分而产生的种种弊病，这是为什么呢？这是因为，这些读者的析句方法，已经不是标准的以《汉语》课本为代表的析句方法了。“暂拟系统”的观点，后来已经被不同的教材用各种不同的方式或明或暗地修改过了。

4. 《汉语》课本上，设立了能愿合成谓语和判断合成谓语，没有明确地提出趋向合成谓语，《汉语知识》则明确地提出了以上的三个合成谓语。课本还提出了“复杂谓语”的说法，包括“谓语的连续”（一般叫连动式或连谓式）、“谓语

的延伸”(一般叫兼语式)和用“有”构成的复杂谓语(没有定名)。如:

- ① 鲸鱼 || 是 哺乳动物。
- ② 同学们 || 应该 互相帮助。
- ③ 他 一脸的肌肉 || 立刻 紧张起来。
- ④ 他 || 上街买东西。
- ⑤ 你 || 叫他来。
- ⑥ 小二黑 || 满有 资格跟别人恋爱。

例⑤中的谓语,属于“谓语的延伸”。其中的“他”既是“叫”的宾语,又是“来”的主语。“他”下应加上什么符号,《汉语》课本没有说明。

5. 提出了“前置宾语”的说法。《汉语》课本说在以下情况下宾语可以前置:宾语是疑问代词或用疑问代词作定语,常用副词“也、都”配合;宾语前边有“一”,后边有否定词构成“一……不(没有)……”的格式;宾语借介词“把、连、对”的帮助用在动词前边。如:

- ① 我 || 什么也 看不 见 啦。
- ② 他 || 一口水 都 没 喝。
- ③ 母亲 || 对 我的学习 和 健康 非常 关心。

(二) 句子成分分析法的优点 通过以上关于成分分析法要点的说明,我们可以看到这种析句法的优点大致如下:

1. 它订出了句子成分的名称(主、谓、宾、定、状、补),既显现了句子中各种成分的功能类目,又揭示了句子中词与词之间的结构关系。这种功能类目和结构关系,对分析句子是十分重要的。正因为如此,这个优点也被层次分析法吸收。在下边的框式图解中,框式线条是层次分析法的办

法，所标明的结构关系则是句子成分分析法的产物。

鲁迅的小说揭露了旧社会的黑暗



2. 它的找中心词的方法，反映了汉语句子的这样一个特点：句子中的某个实词可以不断地被以这个词为中心的词组（如偏正词组、动宾词组，通常叫“向心结构”）所替代，这就是说，句子可以扩展；反之，就可以简缩。陆俭明同志把这种特点，叫“语法结构的递归性。”这样，人们就可以根据有限的语法规则造出无限的句子来。如：

老师病了之教历史的老师病了之新来的教历史的老师病了之一位新来的教历史的老师病了之隔壁的一位新来的教历史的老师病了之……

3. 修改后的句子成分分析法，把主语、谓语、宾语算作句子的基本成分。如果抓住这个基本成分，就可以看清句子的格局，有利于了解句子，特别是长句的意义。如：

至于这一回在弹雨中互相救助，虽殒身不恤的事实，则更足为中国女子的勇毅，虽遭阴谋秘计，压抑至数千年，而终于没有灭亡的明证了。

找到句子的主干“事实……为……明证”，整个句子就一目了然。这对于理解句子的意义，对于简化记忆内容，对于复述和作笔记等等，都有较大的实用价值。

4. 根据句子由基本成分主、谓、宾所显现出来的基本格局，便于确定句子的类型。例如在单句中，有主谓句与非主谓