

现代汉语行业语 泛化研究

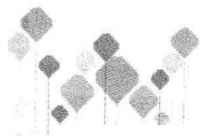
梁永红◎著

XIANDAI HANYU HANGYHEYU
FANHUA YANJIU



華中師範大學出版社

现代汉语行业语 泛化研究



梁永红◎著

XIANDAI HANYU HANGYERYU
FANHUA YANJIU



华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

现代汉语行业语泛化研究/梁永红著.

—武汉:华中师范大学出版社,2012.12

ISBN 978-7-5622-5888-9

I. ①现… II. ①梁… III. ①汉语—社会习惯语—研究
IV. ①H136.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 314257 号

现代汉语行业语泛化研究

©梁永红 著

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

编辑室:基教教材研发中心

责任编辑:郑海兵 段 山 责任校对:王 胜 封面设计:胡 灿

电话:027—67863040 027—57861549(市场部) 027—67862387(编辑部)

传真:027—67863291

邮购:027—67861321

网址:<http://www.ccupress.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:湖北新华印务有限公司

字数:162 千字

开本:880mm×1230mm 1/32

印张:6.5

版次:2012 年 12 月第 1 版

印次:2012 年 12 月第 1 次印刷

定价:18.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请拨打举报电话 027—67861321

序

语言的发展变化循着不同的路径,但是往往有很强的规律性。就词汇层面来说,如果着眼于一些单个的词,其中最明显的规律就是由少到多、由实到虚、由小到大。所谓由少到多,主要是说词义的发展,集中表现为由单义到多义;所谓由实到虚,往往表现为由最初的“专指”,到后来的“泛指”;所谓由小到大,则主要是就使用范围来说的,即由原先较小的使用范围,发展到大于原来的使用范围。以上三个方面,又往往是互为因果的:义项的增加以及词义的“虚化”直接导致该词使用范围的扩大,而义项的增加,特别是词义由实到虚的变化,也经常是该词扩大使用范围的直接或间接结果。

改革开放以来,是词汇发展变化最为活跃的时期,这在以上三个方面都有非常突出的表现,或者说是都有非常充分的反映。然而,相对于丰富多彩的词汇及其发展变化事项而言,我们当代的词汇研究却有一些不尽如人意之处,比如多是一些对具体问题的零星研究,而少有对某些较大问题的系统、深入研究,这一点表现在成果形式上,就是大多以单篇论文的形式出现,成本的著作却为数很少。

现在,梁永红的《现代汉语行业语泛化研究》正式出版,这或许会在一定程度上弥补上述不足。各种行业语的泛化,实际上已经成为当今语言一道独特的风景,同时也是非常具有时代性的一种发展变化。它一方面表现为词义的由实到虚,另一方面则反映在使用范围的由小到大,而如果着眼于一个比较长的时期,其中有不少也已经完成了义项由少到多的变化。也就是说,一种现象而包含上述三方面内容,仅就这一点来说,就是非常值得深入研究的。

笔者近年来在进行现代汉语史以及当代汉语的研究中,对行业语泛化问题也比较关注,在研究中也略有涉及,所以自信对这个题目还略有发言权。以个人对相关问题的认知,看过书稿后,乐于向学术界以及广大语言爱好者推荐,因为它至少有几个比较好的表现。

第一,是到目前为止相关问题研究的第一部专著。应当说,能够在某一研究中占上“第一”,这并非易事,既需要有独到的眼光,同时也要付出更多的努力。

第二,对相关研究情况进行了比较全面、细致的梳理,这对其他的研究者和学习者将来写相关的学术史无疑是非常重要的。

第三,初步确立了对泛化词语的分析和解释模式,比如从义素突显的角度,有时就可以把话说得更清楚一些。

梁永红曾经受业于笔者,是诸多学生中比较踏实、比较努力的一个,所以才能够其他人还苦于找不到研究题目的时候就已经拿出自己的专著来了。当然,无论作为老师还是同行,本人都希望本书作者不要止步于此,而是可以在这个问题上走得更远,比如作更深入、更细致、范围更广的考察,或者是从更多的方面和角度进行更加全面的解释;比如不仅要研究哪些词语泛化了、为什么会泛化,同时还可以而且应当研究哪些词语基本不会或者根本就不会泛化,并追寻其中的原因,这样或许会对泛化的机制和原因等有更进一步的了解和认识。

作者还很年轻,相信通过不懈的努力,能够开创出一片属于自己的学术天地。

是为序。

刁晏斌
2012年12月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 行业语泛化界定	1
一、“行业语”及“行业语泛化”的界定	1
二、行业语泛化与相邻概念的比较	3
三、行业语泛化的途径或经历的阶段	4
第二节 行业语泛化研究述评	7
一、综合研究	7
二、专项研究	10
三、个案研究	11
四、对现代汉语行业语泛化现象研究的几点看法	12
第三节 行业语泛化研究的理论基础	13
一、义素理论	13
二、认知语言学的认知模式:隐喻和转喻	17
第四节 行业语泛化研究的价值与行文说明	20
一、研究意义及价值	20
二、行文及语料说明	21

第二章 交通运输类行业语泛化分析	23
第一节 交通运输类行业语泛化的具体情况	23
一、交通运输类行业语研究概述	23
二、交通运输类行业语泛化的具体情况	24
第二节 交通运输类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	41
一、突显部分显性义素,从属义素、中心义素或修饰义素扩大 指称范围	42
二、突显隐性义素,从属义素扩大范围	44
第三章 医疗类行业语泛化分析	46
第一节 医疗类行业语泛化的具体情况	46
一、医疗类行业语泛化研究概述	46
二、医疗类行业语泛化的具体情况	47
第二节 医疗类行业语泛化过程中义素的突显情况分析 ..	63
一、突显显性的支配义素,从属义素扩大指称范围	64
二、突显部分显性义素和部分隐性义素,范围、素或中心义 素指称扩大	64
三、突显隐性义素,范围义素或中心义素所指扩大	65
第四章 计算机类行业语泛化分析	68
第一节 计算机类行业语泛化的具体情况	68
一、计算机类行业语研究概述	68
二、计算机类行业语泛化的具体情况	69

第二节 计算机类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	78
一、突显部分显性义素,中心义素或范围义素扩大	78
二、突显隐性义素,从属义素扩大范围	79
三、突显部分显性和隐性义素,中心义素扩大范围	81
第五章 股市类行业语泛化分析	82
第一节 股市类行业语泛化的具体情况	82
一、股市类行业语研究概述	82
二、股市类行业语泛化的具体情况	84
第二节 股市类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	91
一、突显部分显性义素,从属义素、范围义素或中心义素扩大	92
二、突显隐性义素,范围义素有所扩大	94
第六章 戏剧类行业语泛化分析	97
第一节 戏剧类行业语泛化的具体情况	97
一、戏剧类行业语研究概述	97
二、戏剧类行业语泛化的具体情况	98
第二节 戏剧类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	112
一、突显部分显性义素,从属义素、中心义素或修饰义素扩大指称范围	112
二、突显隐性义素,范围义素扩大范围	114

第七章 军事类行业语泛化分析	119
第一节 军事类行业语泛化的具体情况	119
一、军事类行业语泛化研究概述	119
二、新词语中军事类行业语泛化的具体情况	123
三、新词语中军事类行业语及其泛化使用减少的原因	127
第二节 军事类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	127
一、突显显性的特征义素,范围义素所指扩大	128
二、突显隐性义素,范围义素所指扩大	128
第八章 体育类行业语泛化分析	131
第一节 体育类行业语泛化的具体情况	131
一、体育类行业语研究概述	131
二、新词语中体育类行业语泛化的具体情况	135
第二节 体育类行业语泛化过程中义素的突显情况分析	142
一、突显部分显性义素,从属义素或修饰义素扩大范围	142
二、突显隐性义素,从属义素扩大范围	143
三、突显部分显性和隐性义素,从属义素扩大范围	146
第九章 对现代汉语行业语泛化现象的认识	147
第一节 行业语泛化的特点	147

一、量大面广	147
二、结构上以偏正式和动宾式为主	148
三、意义有较为鲜明的形象色彩或为人熟知	149
四、泛化过程的渐变性	149
五、泛化使用的不平衡性	150
六、泛化使用的成组性	152
第二节 行业语泛化的方式	153
一、隐喻	153
二、转喻	156
三、引申	157
第三节 行业语泛化的原因	158
一、社会的发展变化	158
二、语言自身的特点	160
三、语言使用者的变化	161
第十章 源于行业用语的惯用语分析	163
第一节 行业分布情况考察	164
一、行业分布情况	164
二、结构类型	165
三、情状色彩	165
第二节 语义抽象过程中义素的突显情况分析	166
一、主要突显显性义素	167
二、主要突显隐性义素	169
三、突显部分显性义素和隐性义素	170

四、抽象义和原义毫无联系	171
第三节 语义抽象模式:隐喻和转喻	172
一、隐喻	172
二、先转喻后隐喻	173
附录 新闻标题中行业语泛化使用分析	175
一、新闻标题中行业语泛化使用的具体情况	175
二、新闻标题中行业语泛化使用的修辞作用	185
参考文献	189
后记	196

第一章 绪 论

五四新文化运动、新中国建立和改革开放被认为是 20 世纪汉语词汇发展的三个高峰时期。而改革开放相对前两个时期来说,由于人们的思想意识更开放、更现代,求新求异的心理更强烈,所以其语言运用也更丰富、更具创新性,词汇发展变化的广度和速度自然也是空前的。其中,词义泛化的大量产生就是最明显的表现之一。行业语的泛化使用既是词义泛化的主要类型,又是新词语形成的主要途径,正如陈光磊(1997)所说:“把专门领域的术语转化或泛化成为普通词语,这是现代汉语新词语发展的一种走势。”基于此,本书拟对现代汉语行业语的泛化情况作系统分析。

第一节 行业语泛化界定

一、“行业语”及“行业语泛化”的界定

早在 20 世纪 50 年代,张志公(1955)、周祖谟(1959)、武占坤

和王勤(1959)等就谈到了行业语词义泛化的问题,但到目前为止,学界对“行业语”的理解及“行业语泛化”这一现象的称呼仍不尽相同。

1. 行业语

综合起来看,目前对“行业语”的理解主要有广义和狭义两种:前者认为行业语既包括各行各业使用的指称该行业事物现象的专有词语,又包括各学科中的专门术语(武占坤:1981,张旺熹:1987,汪国春:1998,黄伯荣:2007,徐婷:2006,董若颖:2008);后者则认为行业语和专门术语区分开来更科学,但二者都属专科词语,所以又把术语和行业语合称专门用语(周祖谟:1959,冯子薇:2004),或专用词语(周静芳:2000),或专门词语(宋春淑:2006)等。我们觉得广义的理解更好些:首先,行业语和术语的属性相似,都是专有领域中的词语,不可能做到严格区分;其次,随着社会的发展,行业也越来越丰富,各个科研机构事实上也属于一种行业,从这一角度来说,其专有术语也可以算是行业语;再次,广义的理解还体现了语言使用的经济原则,省去了再用别的语言形式命名的烦劳,例如上面我们提到的狭义的观点又将二者合称“专门用语”、“专用词语”、“专门词语”等,且减轻了人们理解的负担。基于此,本书采用广义的观点。

2. 行业语泛化

对于“行业语泛化”这一现象,学界也有不同看法。张旺熹等(1987)称其为“改造进入全民共同语范围”。王珏(1997)称其为“跨域使用”,他认为“语域”指语言因功能不同而形成的不同语言变体,如体育、音乐、中医等语域。一般说来,语域之间的界限是清楚的,各语域的词汇具有明确的语域功能,但有时人们却往往故意使用甲语域的词汇去表达乙语域的内容,如以军事语域的词汇表达体育内容,用化学语域的词汇去表达哲学观念,这种言语活动现

象就是词汇的跨域使用。汪国春(1998)把“行业语的泛化”称为“对普通词汇的渗透”或“意义的推广”,王世友、莫修云(2000)称为“全民化”,周静芳(2000)称为“语义衍生”,郭伏良(2001)称为“使用范围的扩大”,陈光磊(1997)、徐婷(2006)称为“通用化”,邢欣称为“扩张用法”,盛光希(2005)称为“社会化”,刘稟诚、胡衍铮(2005)称为“转化”,胡斯可(2006)称为“跨语境运用”,而郑述谱(2006)、张春新(2010)将“泛化”分为“非术语化现象”和“术语转移”两部分。称呼的不同体现出学者们分析这一现象时的着眼点或侧重点不尽相同,但综合起来,“行业语泛化”主要包括两方面的内容:一是行业语随着使用的增多和范围的扩大,产生出了非专业语义的新义,而成为多义词,也即行业语在保持越来越少原有语义特征的情况下,将越来越多的对象纳入自己的指称范围;二是用本属于这一学科的术语指称另一学科或日常生活中的事物或现象,形式和意义基本不变,而使用范围扩大。

二、行业语泛化与相邻概念的比较

行业语泛化属于词义泛化的一种类型。人们常常把词义泛化和旧词新义、词义扩大等相混淆,事实上,词义泛化是一种独立的词义演变方式,它与旧词赋新义、词义扩大等几个相邻概念有异有同。

行业语泛化常常被等同于旧词赋新义,事实上这只是其中的一种形式,也就是说,旧词赋新义的范围要广。首先,这里的“旧词”不仅仅是行业语,还可能是其他一般词语;其次,这里的“新义”不一定是范围扩大,还可能是范围的缩小或内容的转移等;再次,行业语的泛化使用属于共时平面上的变化,而旧词赋新义更多是历时层面的。

行业语泛化与词义扩大也不尽相同,词义扩大的内涵和外延更广。首先,“词义扩大”中的“词”不单单是行业语,还包括一般词语。其次,词义扩大主要表现为中心义素不变,而修饰义素扩大,例如“江”由原来的“长江”扩大为“所有的江”。而行业语的泛化既包括中心义素不变,修饰义素扩大,还包括中心义素变化,修饰义素不变等。例如“主角”原义为“戏剧、影视等艺术表演中的主要角色或主要演员”,泛化义为“比喻主要人物”。泛化意义与原义相比,修饰义素[+主要的]不变,而中心义素由[+角色]扩大为[+一般人]。最后,词义扩大是就词义变化的结果而言的,但“泛化”既是结果,又是词义变化的过程。

三、行业语泛化的途径或经历的阶段

有关语义泛化的途径或经历的阶段,王珏(1997)、刘大为(1997、2004)等都从不同角度进行了系统分析。

王珏(1997)把由词汇跨域使用而形成的词义叫做词的“跨域义”。他认为多数跨域义都是由修辞活动的跨域使用词汇形成的。就一般规律而言,由修辞活动的词汇跨域使用至新的跨域义的形成,可以划分为三个不同而又有联系的阶段。阶段一:修辞上的偶尔跨域使用;阶段二:频繁的跨域使用乃至固定的跨域使用;阶段三:形成固定的跨域义。

刘大为(1997)认为语义泛化经常表现为一个泛化程度由低到高的动态过程,据此也将语义泛化划分为三个阶段来探讨。

第一阶段以语义隐喻为特征。在这一阶段,流行语以其特有的语言形式和文化内涵引起了人们的兴趣,随着使用的增多,人们便将其中的一些语义特征作为类比性特征而在生活中努力发现可类比的对象,然后通过隐喻形成新的义位。新形成的义位与原有

的义位相比是极不稳固的,所以往往需要有标记的支持,也即加上一定的限定语才能将人们的理解导向新形成的义位。

第二阶段以语义抽象为特征。这一阶段有两个特征:首先是随着隐喻关系过于频繁的使用,人们对该词隐喻关系的意识逐渐淡化;其次是随着新义位过于频繁的产生,人们不再注意每个义位间区别性特征的差异而只是专注于义位间的共有特征,即类比性特征。

第三阶段以语义含混为特征。他认为流行语的流行进入最高潮阶段时就会出现语义含混的特征。这主要表现为每一个使用者都可以根据自己的实际需要随意增删义位中的语义特征而在不同抽象层次上使用它,或者随意加入新的语义特征而将词义朝不同方向引申,以至于到了不借助一定的语境就难以把握确切意义的地步。然而语义含混是流行语生命力最旺盛的阶段。经过这一阶段,流行语似乎被人们无所不至地频繁使用耗尽了精力而渐渐退出流行,甚至销声匿迹。

刘大为(2004)又把比喻词汇化分为四个阶段。

第一为比喻的词语化阶段。一个依托于表述形态的比喻如何转化为一个依托于词语形态的比喻,这一过程就是比喻的词语化的过程。

第二为有标记使用阶段。词语化了的比喻因为它所指向的对象在其他环境中也受到人们的普遍关注,这些词语化了的比喻开始被人们在新的环境中使用,但是游离出了原有的比喻结构,人们也就无法确切地了解该词语是不是压缩着一个比喻,于是就有必要给这些词语加上一个标记。标记中最常见的是引号,一个词语一旦被加上了引号,就意味着对它的理解不能再局限于本义上,而必须去寻找压缩在词语上的比喻关系。

第三为标记脱落阶段。随着使用频率的增加,使用者已经习

惯在比喻关系中使用一个词语,即使没有标记也不至于与本义相混,标记就会被人们忽视而逐渐脱落。标记脱落的另一种形式,则是限制性词语的多样化,这表明比喻关系已经能够自由扩展到各种领域。在有标记使用阶段和标记脱落阶段之间应该有一个过渡,这时同一个词汇化了的比喻就会忽而被有标记使用,忽而被无标记使用。

第四为语义泛化阶段。随着比喻意义使用频率大幅度增加,比喻义与本义并存于一个词语中,使得每一次使用时人们都必须在二者之间作一个选择。词语的使用频率越高,它与理解难度之间的矛盾也会越突出,语言作为一个自我调节系统,必然有一定的策略来协调二者的矛盾,这一策略就是语义泛化。

从以上表述中我们可以看出,王珏(1997)和刘大为 2004 年的观点大致是相同的,但刘大为 1997 年的分段更多是王珏的第二阶段,虽然其观点比较细致,但是忽略了很多词的泛化使用往往开始于临时的修辞活动,也就是说,有很多词出现语义泛化之前的使用状态没有被包括进去。而就宏观角度而言,绝大多数词义泛化都是从临时的修辞活动开始的,在发展过程中,或只停留于某一阶段,或泛化中途夭折,或最终形成固定的泛化义。而王珏的分段虽然是词义泛化的完整轨迹,但其对每一阶段内的情况没有作详细说明或界定,所以这里我们在综合王珏和刘大为 2004 年观点的基础上对每一阶段的典型成员作了较为详细的界定,这样行业语的泛化大致经历如下过程。

第一阶段:修辞上的临时使用。这一阶段,行业语往往用于句子中,而且有完整的辞格模式,其中更多表现为比喻结构,一般形式为“……是/像……”或有明显的语境提示。

第二阶段:已被频繁使用于其他领域但未形成固定义项。这一阶段,行业语一般已经脱离了原来的比喻结构而单独使用,但在