

称谓语的人际功能研究

——以《纽约时报》社论语篇为例

彭如青

(韶关学院 外国语学院, 广东 韶关 512005)

摘要:以系统功能语言学关于语言人际元功能的讨论为理论框架,对所选社论语篇中指称美国现任总统的两种主要称谓形式如何构建人际意义进行探讨。研究表明,就指称总统的称谓形式而言,《纽约时报》社论具有选择“Mr.”而非“President”的倾向性。这一方面是出于其履行媒体职能的需要;另一方面是交际参与者之间就阅读位置进行对话协商的结果。

关键词:称谓语;人际意义;媒体职能;阅读位置

中图分类号: H314.3

文献标识码: A

文章编号: 1007-5348(2012)01-0128-05

本文以系统功能语言学为依托,基于自建语料库,对所选社论语篇中指称美国现任总统奥巴马的称谓形式进行分类检索及统计分析,以探讨其背后的人际意义。

一、理论概述

作为系统功能语言学的重要代表人物,Halliday明确指出,他建构系统功能语法的目的是为语篇分析提供一个理论框架^{[1]XV}。黄国文认为,系统功能语法是一种可操作性强、实用性强的语篇分析理论,语篇分析完全可以在这一理论框架的指导下进行。他把运用系统功能语法所做的语篇分析称为“功能语篇分析”(Functional discourse analysis)^[2]。

功能语法认为语言具有三大元功能,即概念功能、人际功能和语篇功能。其中的人际功能是指通过语言与他人交往、建立和维持人际关系、影响他人行为、表达对世界的看法并试图了解及改变他人对世间事物的观点^{[3]28}。可见,语言除了传递信息之外还具有表达发话人身份、地位、态度、动机、信念以及他对事物的推断等附加信息和隐匿信息之功能,能

表达特定话语情境中发话人和听话人之间的互动关系。通过这一功能,讲话者使自己参与到某一情景语篇中,来表达他的态度,并试图影响他人的态度和行为。此功能还表示与情景有关的角色关系,包括交际角色关系^{[4]10}。

Halliday有关人际功能的论述是最具独到见解的^{[4]10}。然而,在三大元功能中,概念意义和语篇意义研究得较为普遍,人际意义却没有引起语言学界足够的重视、相对来说研究还不多^{[4]F12},而且对人际意义的考察主要停留在小句层面上。事实上,实现人际意义的手段多种多样,可以出现在语篇的任何地方而不仅仅是小句层面。McCarthy & Carter“语言即语篇”的观点要求我们以语篇为基础来研究和描述语言的特征,不能将它们看成是“孤立的、脱离语境的语言碎片”,而应考察“它们是如何帮助构建完整的语篇的”^{[5]38}。对此,Hoey持有类似看法^{[6]3}。也就是说,如果我们的语言使用存在某些“模式”(pattern)的话,这些模式通常不局限于词汇、小句、句群、段落或时态、语态等,而是体现并贯穿于完整的语篇当中。在此背景下,李战子讨论了实现人际意义的多种手

收稿日期:2011-05-26

作者简介:彭如青(1971-),女,湖南双峰人,韶关学院外国语学院副教授,文学硕士,主要从事系统功能语言学及语篇分析研究。

段以及语篇层面上的人际意义,尤其是对功能语法中的人际意义框架进行了扩展(见表1)。

表1 以话语为基础的两层面的人际意义模型^{[4]69[7]}

层面	方面
微观社会(作者-读者)	认知性的,评价性的(evaluative),互动的
宏观社会(话语中的多重声音-读者)	评价性的(Evaluative)

以上模型将人际意义研究分为两个层面:(1)微观社会层面的人际意义,由那些首先朝向说话人个人介入的语言成分、以及朝向说话人和听话人在微型的交际语境中的互动的语言成分来实现;(2)宏观社会层面的人际意义,由那些在话语的多重声音和读者之间的互动中发挥作用的语言成分来实现。可见,该模型较为全面地考虑了使用中的语言(language in use)体现和构建人际意义的各种因素、符合语言使用的实际,因而显得平衡、具备可操作性。

二、研究设计

2009年1月20日,巴拉克·奥巴马(Barack Obama)宣誓就职,入主白宫。他的胜选自然引发了电台、电视、报纸、网络等媒体的关注。美国是世界报业最为发达的国家,而《纽约时报》(The New York Times)亦堪称当今世界影响力最大的报纸之一^{[8]28}。它以报道详细、内容周全著称。无怪乎很多美国人每逢大事,欲求信息之全,非买《纽约时报》不可^{[8]49-50}。有着“评论之王”之称的社论,向来被视为媒体的旗帜与灵魂。它代表媒体及媒体主办方对重大新闻事件直接表明态度、立场。因此,本文着眼于指称“奥巴马”的称谓语并以此为切入点,通过考察这一语言形式在《纽约时报》社论语篇中的变体及频次分布,来探讨和阐释其中的人际意义。

我们选取了《纽约时报》2009年4月13日至6月12日共61天的244篇社论语篇(总计约108090个单词)。在用WordSmith检索软件对目标词项“Obama”的各种使用情况进行查找统计后我们发现,指称“Obama”的称谓变体共分三种:“Mr. Obama”(共出现149次)、“President Obama”(共出现107次)以及“Barack Obama”(频次为8)。但据进一步考察,“Barack Obama”仅用于指称获取竞选胜利之前

的奥巴马以及追溯其所代表的党派及竞选主张,这和本文通过研究指称身为总统的奥巴马的称谓形式来探讨宏观社会层面的人际意义有出入,因此我们没有将它纳入研究范畴。

称谓语通常表示人与人之间的亲属关系、社会关系及其所扮演的社会角色^[9],因而也是体现语言人际功能的重要资源。但从语篇分析的角度来看,单个的、孤立的称谓语并不具备多大的意义价值,只有当它被整合到一个更大的交际事件当中、表达更高层次的互动形态时,句子层面具有某种倾向性的语言现象才有可能对宏观层面的人际意义产生作用。因此,当我们讨论人际意义时,出发点和落脚点都应是话语层面的人际意义^[7]。标记性(markedness)这个概念通常是指两个对立项中拥有特定语言特征的一个^{[10]61},那么,相对“President”而言,用“Mr.”来指称身为总统的奥巴马应是一种有标记的形式,但为何它的使用频率反而超过前者、占据很大优势呢?尤其当我们考虑到有不少社论语篇因为没有足够的语境信息、为避免造成指称不明而必须使用President Obama’时,这种优势就更为突出。另外,一些社论仅在篇首处使用一次“President”,此后便统统代以“Mr.”。如11次使用指称奥巴马称谓语的5月23日社论Mr. Obama and Mr. Netanyahu便是如此。显然,《纽约时报》社论在指称奥巴马时具有选择“Mr.”而非“President”的倾向性。这是为什么?这一语言机制如何帮助实现语篇目的?在话语的多重声音之间的互动和沟通中又发挥着什么作用?本文试图从媒体的职能以及阅读位置两方面来加以阐释。

三、“President”和“Mr.”的人际意义

(一)媒体浪漫主义精神之体现

职能通常指职务行为的任务与目的。它支配和约束特定的职业操作,以降低其不确定性^{[11]21}。媒体的职能也反映在社论写作的任务与目的上:1. 阐释新闻事件;2. 对新闻事件做出判断、评价;3. 劝导、说服受众^{[12]25-30}。可见,社论一方面应该是基于客观事实的报道,即确切的、重大的新闻事件是社论报道的基础和对象;而如果没有了事实依据,社论也就失去了存在的价值;另一方面,社论又必须就新闻事件

做出判断和评价、表明报社的立场和态度并劝导、说服受众以达到认识上的统一,因此,它必然具有主观性。无疑,后者更能传递作者对语篇内容及读者的立场,因而更具人际意义价值。

在贯穿美国媒体界历史的浪漫主义精神^{[13]212}指引下,美国著名报纸的社论和评论版强调与各类利益集团划清界限,以便独立自主地进行所谓客观公正的报道^{[8]55}。《纽约时报》社论更是以高度的热情参与政治,常常对时事政治进行尖刻、咄咄逼人的点评,并且对总统的言行决定都敢于以犀利的言辞加以批评、严斥^{[8]55}。以致连白宫官员都不得时常关注并受之影响,“华盛顿的最高决策者没有一个不是在一天的开始先读《纽约时报》的”^{[14]13}。

“President Obama”和“Mr. Obama”在我们的社论语料中使用上的特点无不昭示了上述观点。“President”一词通常是指经选举产生的国家最高领导人。因此,与之搭配的这一称谓形式更多的是反映被称者的职务角色,它通常与某个机构和职业联系在一起。因此这些参与者的言与行,经常不代表他们自己,而是代表某个机构。而使用“Mr. Obama”时则有明显的不同,它没有将“president”认为是一个社会身份的唯一或最重要的标志,在一定程度上将其从机构权威中独立出来,没有了职位尊卑,充分显示其个人的相对独立性,还他以人性、公民之本源,突出其个人责任和个人价值。最重要的是,这样一来,社论便俨然以“谋臣”“高参”甚至“裁判”和“法官”等身份自居,可以毫无保留、畅抒己见,充分发挥媒体的独立批判和舆论监督职能了。例如:

(1)Mr. Obama wisely requested \$7.4 billion for next year—a 135 percent increase.

(Census follies, Continued, June 9, P. A26)

(2)With deficits already at high levels, Mr. Obama has reasonably insisted that health care reforms have to be “deficit neutral” over a 10-year period. (Paying for Universal Health Coverage, June 7, P. WK7)

(3)Once a new rule is written, Mr. Obama should submit it in legislative form to Congress. (A Roadless Law, June 4, P. A26)

(4)Mr. Obama must tell the American people that these, indeed, are the overriding objectives. (Owning G.M., June 1, P. A20)

(5)Regrettably, Mr. Obama’s budget proposal does not call for full repeal of these laws. (Not Enough on Guns, May 19, P. A24)

(6)But that does not change the fact that Mr. Obama was wrong when he flip-flopped and decided to resist orders by two federal courts to release the photos. (Photographs and Kangaroo Courts, May 17, P. WK11)

以上例(1)和例(2)表达了对其决策的肯定,其欣赏赞扬之情溢于言表;例(3)和例(4)则以“诤臣”、“谏士”身份,提醒、告诫、督促奥巴马谨言慎行、切实履行其肩负的职责;最后两例流露出的却是遗憾及失望,字里行间无不反映出社论对奥巴马的批评与指责。

美国媒体宣称其主要任务是对政府和社会进行舆论监督,这一职能受宪法保护,作为意识形态的载体更是媒体最大的权力所在^{[13]273}。这样,即使贵为总统,社论也不为这一耀眼的光环所蒙蔽从而将其神化,视为完人;相反,总统在一定程度上被视为和普通人完全一样:真实、可以接近、有着普通人的局限和缺点、在很多社会问题上与民众感同身受。而且正因为他的位高权重,才更应该对其权力加以制衡、对其行为实施监督、对各种丑闻进行揭露批判。尼克松的“水门事件”和克林顿的“性丑闻”无疑将媒体的这种浪漫主义精神发挥到了极致。“President Obama”和“Mr. Obama”在社论中的使用特点无疑也正是这一精神的体现,是民众呼声和愿望借助媒体的有限表达。

(二)会话参与者的动态对话

巴赫金指出,考察语言的功能不能认为只有一个说者、仅从说者的角度出发而不考虑言语交际活动中其他参与者不可或缺的态度和作用,这“完全歪曲了言语交际的复杂、多面、积极的过程”^{[15]149-151}。对言语整体的应答理解,总是对话性质的。即使在深刻独白性的言语作品之间,也总是存在着对话关系^{[15]334}。可见,巴赫金所说的对话关系有着深刻的特殊性,它比之实际的对话关系更为广泛、更为多样,因而也包含更为复杂的参与者及其角色关系。所以,人际意义不仅应

理解为说/作者和听/读者的关系,也应理解为话语中的多重声音和听/读者的关系。以上我们从媒体与受话人之一的奥巴马/总统/政府的角色关系进行了人际意义的探讨,接下来从阅读位置的角度看看作为发话人的媒体与另一受话人,即读者大众,之间动态的对话关系。

语篇的阅读位置就是阅读时采取的角度,只有从这个角度阅读语篇才显得自然和具有连贯性、才可以自圆其说、而读者才可以顺利理解语篇的结构和意义^{[16]140}。社论语篇对不同称谓形式的选择,既反映了发话人对谈论对象的态度,同时也是发话人希望他的话语互动者/读者接受的评价。读者往往在不知不觉中占据为他设立阅读位置,心甘情愿地从给定的角度去理解语篇的内容。这样,通过在“President Obama”和“Mr. Obama”两种语言成分之间进行选择并生成语篇,发话人也在一定程度上操纵了读者并使之做出积极的反映。例如:

(7)*President Obama* has correctly refocused American attention on Afghanistan and Pakistan, the real front in the war on terror.(Still Unfinished Business, May 4, P. A22)

(8)These are very tough times, but *Mr. Obama* seems to have lifted the spirits of a divided and fearful nation.(One Hundred, April 29, P. A22)

例(7)和例(8)都是从正面来评价奥巴马的行为,表达对他的肯定和认可。然而,例(7)通过“President”的使用明显反映了交际双方的特殊社会关系和角色。“President”是美利坚合众国的国家元首和政府首脑,同时也是美国行政部门的最高领袖与三军统帅,因此,它反映的是交际双方不平等的社会关系/权势关系,即等级关系;而例(8)通过代之以“Mr.”,体现出媒体倾向于以一种平常心来对待这些政界名流、将他们视同普通公众,从而拉近了交际参与者之间的距离,在一定程度上淡化、模糊了这种特殊社会角色和其中蕴涵的等级关系。通过这一手段,社论试图引导或要求公众认同语篇所代表的社会群体之观点和准则,从而把他们纳入与发话人同样的群体,并从相同的位置、以同样的身份来观察和思考问题。

话语都是处于人与人之间的。凡是说出来、表现

出来的东西,都处在说话者的“心灵”之外,不属于他一个人。作者(说话者)对话语有其不容剥夺的权力,但听众也有自己的权力^{[15]330}。实际上,当听/读者在接受和理解言语的意义时,他同时就要对这一言语采取积极的应对立场:同意还是不同意(全部还是部分同意)、补充它、应用它、准备实现它等等。因此,对活生生的言语所做的任何理解,都带有积极应答的性质。而发话人(作/说者)也正是指望着这一积极的应答式理解^{[15]149-151}。社论的题材虽然都是重大的时事政治问题,但它并非是远离民众的空中楼阁。相反,为了争取读者、提升报纸的影响力,它必须尽可能接近民众、从感情上贴近读者,使之产生共鸣及一种认同感,也只有这样才更有利于语篇体裁交际目的的顺利达成。毕竟,去掉官腔、多点人情味,将自己摆在与读者平等的地位上来交流,是社论传播社会性的要求和保证。

作为体系的语言,拥有大量的纯语言手段可用于实现某一特定语篇体裁的交际目的和表达效果。但发话人对一切语言手段的选择,都或多或少受到受话人及预见中应答的影响。正是通过不断重复使用类似的表现形式并以同样的方式建构阅读位置和塑造阅读主体,媒体形成了报道活动中有系统的倾向性。综上,我们认为:“President Obama”和“Mr. Obama”在《纽约时报》社论当中使用上的特点也是发话人和受话人就阅读位置进行互动协商的结果。

四、结语

钱冠连指出,人自称的情况因时因地因文化不同。当它与张扬人性的种种附加信息相交时,变得高度复杂起来,不同的附加信息用于不同的“我”变体^[17]。从以上分析不难理解,其实人被称也因时因地因文化不同。不同的附加信息亦用于不同的“他”变体。具体来说,社论语篇对指称总统的不同称谓变体的选择包含不同的附加信息,反映并建构言语活动参与者之间的复杂角色关系,从而表达丰富的人际意义。

总之,选择“Mr.”而非“President”这一语言策略有助于突出交际者之间的平等、合作及不拘礼节,反映了美国社会权力机构迫切希望拉近与普通民众的

距离,最大限度获得他们的拥护与认可,同时也反映出现代社会人与人之间关系的民主化趋势^{[16][163]}。本文基于称谓语人际意义的研究使我们得以探索、确认、

延伸我们印象式的对言语活动参与者的不同角色的认识;解释和某些社会角色相联系的语言行为;从真实语料中去发现语言事实以及语言运用的规律。

参考文献:

- [1] HALLIDAY M A K. An Introduction to Functional Grammar[M]. London: Edward Arnold, 1994.
- [2] 黄国文. 功能语篇分析面面观[J]. 国外外语教学, 2002(4): 25-32.
- [3] THOMPSON G. Introducing Functional Grammar[M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2000.
- [4] 李战子. 话语的人际意义研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2002.
- [5] McCarthy M, Ronald Carter. Language as Discourse---Perspectives for Language Teaching[M]. London: Longman, 1994.
- [6] HOEY M. Patterns of Lexis in Text[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2000.
- [7] 李战子. 功能语法中的人际意义框架的扩展[J]. 外语研究, 2001(1): 48-54.
- [8] 辜晓进. 走进美国大报[M]. 广州: 南方日报出版社, 2002.
- [9] 么孝颖. 称谓语=称呼语吗?——对称谓语和称呼语的概念阐释[J]. 外语教学, 2008(4): 20-24.
- [10] 胡壮麟, 朱永生, 张德禄, 李战子. 系统功能语言学概论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [11] 姚里军. 中西新闻写作比较[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2002.
- [12] RIVERS WILLIAM L. et al. Writing Opinion: Editorials[M]. Ames: Iowa State University Press, 1988.
- [13] 张巨岩. 权力的声音——美国的媒体和战争[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2004.
- [14] 刘大保. 社论写作[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2000.
- [15] 巴赫金. 文本、对话与人文[M]. 石家庄: 河北教育出版社, 1998.
- [16] 辛斌. 批评语言学——理论与应用[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2005.
- [17] 钱冠连. 人自称、人被称与物被称[J]. 外语学刊, 2010(2): 1-6.

Interpersonal Function of Address Terms: A Case Study on Editorials

PENG Ru-qing

(School of Foreign Languages, Shaoguan University, Shaoguan 512005, Guangdong, China)

Abstract: Based on the Theory of Interpersonal Function within Systemic-Functional Grammar, this study aims at an interpersonal explanation of the two address terms mainly used in the editorials of The New York Times in reference to Barack Obama. Particularly, this paper attempts to explain why the editorial prefers “Mr.” to “president” in addressing the president. On one hand, this is required of by its function and obligation as mass media; on the other, it is the result of the interaction and negotiation in terms of reading position among discourse participants.

Key Words: terms of address; interpersonal meaning; media function; reading position

(责任编辑: 廖铭德)