

文章编号:1005-0523(2011)04-0123-06

关联原则下的语域偏离

——以中国日报新闻标题为例

张利,戈玲玲

(南华大学外国语学院,湖南 衡阳 421001)

摘要:中国日报标题中语言偏离的现象频繁出现,编辑通过创造与报刊常规语言不同的形式来吸引受众眼球,给受众留下深刻的印象。中国日报标题中,语言偏离的类型异常丰富,其中语域偏离尤为常见。文章运用关联理论,旨在从两个角度阐释中国日报标题中的语域偏离现象。从编辑的角度,语域偏离是编辑传递信息意图和交际意图所采用的明示刺激手段;从受众角度,语域偏离的理解是受众通过明示信息,在关联原则下构建认知语境,推理出最佳语境假设,获得语境效果的过程。

关键词:语域偏离;中国日报标题;关联理论

中图分类号:H006

文献标识码:A

报刊标题以语言符号为载体,概括新闻的主要内容,表达编辑的态度和情感。为了吸引受众阅读、激发受众的兴趣,编辑会千方百计地运用各种语言策略使标题既通俗易懂又富有吸引力,其中语域偏离(register deviation)的使用尤为常见。编辑为了使标题贴近受众的心理需求以及适应人们快节奏的都市生活,会刻意使标题语言的风格与新闻语体不相符。编辑如何运用语域偏离来吸引受众?受众又该如何正确理解报刊标题中的语域偏离?对于这两个问题,文章选用2008—2010年中国日报标题为语料来源,运用关联理论中的关联原则以及认知语境来探索编辑采取语域偏离的意图以及受众对语域偏离的理解过程。

1 语域偏离

1.1 语域偏离的界定

理解语域偏离,首先要弄清楚语域的概念。语域起源于应用语言学的“语言变体”(language variation)概念,属于因语言运用所产生的变体范畴。英国语言学家韩礼德(Halliday, M. A. K.)在1964年首先提出了语域这个概念,并明确了语域与情景语境的关系,指出语域是因情景语境的变化而产生的语言变化形式。1976年,韩礼德和哈森在《Cohesion in English》一书中对语域进行了更为细致的说明。他们指出,“语域是由与多种情景特征-特别是指语场(field)、语旨(tenor)和语式(mode)的意义相联系的语言特征构成”^[1]。他们认为语场是指语篇起作用的整个事件,以及讲话者或作者有目的的活动,例如题材,语式是指语篇在事件中的功能,包括语言采用的渠道——口头还是书面的、即席还是有准备的以及其风格或者叙述、劝导、教导等修辞方法;语旨是指角色相互交流的类型及参与者之间永久或暂时的相关社会关系^[2]。继Halliday之后,很多国内外语言学家纷纷著文对语域理论进行了探讨与扩充,如Leech & Short(1981), Widdowson(1990), Martin(1984, 1997), Eggins(1994, 1997), Leckie & Tarry(1995), 侯委瑞(1988), 秦秀白(2002)等^[3]。虽然,语言学家们对语域的界定不尽相同,但总体上他们都肯定语域是语言因其使用场合或环境发生变化所产生的一种语言变体。即语言形式通常要与使用语言的情景(语场、语旨和语式)保持一致。同时,语言学家也指出说什么话往往要受制于为什么说,话语是围绕言语目的而展开的。为了达到言语目的,常常要调节言语^[4]。因此,交际者在诸多情况下为了特定的交际目的,会打破语言常规,使用不符合此语言情境的语

收稿日期:2011-04-06

作者简介:张利(1984—),女,硕士研究生,研究方向为语言学与翻译。

言。Leech把这种为了突出交际意图和语用效果,在某一语域中借用其它语域表达方式的现象称作语域偏离^[5]。

1.2 语域偏离的表现形式

由于语域是语场、语旨和语式3种情景因素共同作用的结果,语域偏离就包括语场偏离、语旨偏离和语式偏离。根据韩礼德对语场、语旨和语式的界定,语场偏离可以理解为交际者从某一语场转到另一语场,或某个语场的语言特征借用另一个语场的语言形式表示;语旨偏离则为交际者使用的语言不符合交际参与者之间的关系及身份地位(如在正式、严肃的场合下使用非正式语言,在非正式场合下使用正式语言);语式偏离就表现为交际者在口头表达中使用书卷气十足的书面语言以及在书面语中用比较随便的口语表达。韩礼德曾表示报纸上大量“耸人听闻”的标题所含的偏离现象多于典型的现代诗歌^[6],通过对2008—2010年中国日报头版新闻(Top News),国内新闻(Nation),国际新闻(World),经济新闻(Business),生活新闻(Life)和体育新闻(Sport)6大新闻版块进行统计分析,得出语域偏离在中国日报各大新闻版块标题中确实都被使用,统计结果如表1所示。

表1 语域偏离及其3种表现形式在中国日报六大版块新闻标题中所占比例

Tab.1 Proportion of register deviation and its three forms in the news headlines of six sections in China Daily

| 新闻类型 | 语式偏离/% | | | 语旨偏离/% | | | 语场偏离/% | | | 总比例/% | | |
|------|--------|-------|-------|--------|------|------|--------|------|------|-------|-------|-------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 |
| 头版新闻 | 8.32 | 9.57 | 12.50 | 0.00 | 0.56 | 0.00 | 0.88 | 1.12 | 1.04 | 9.20 | 11.00 | 13.50 |
| 国内新闻 | 11.90 | 8.91 | 9.80 | 0.00 | 0.45 | 0.70 | 0.96 | 0.45 | 0.00 | 12.90 | 9.80 | 10.50 |
| 国际新闻 | 12.80 | 10.60 | 13.30 | 0.75 | 1.22 | 0.32 | 0.75 | 0.41 | 0.32 | 14.30 | 12.20 | 13.90 |
| 经济新闻 | 18.30 | 26.3 | 16.90 | 1.56 | 0.31 | 1.13 | 1.56 | 1.22 | 0.38 | 21.40 | 27.80 | 18.40 |
| 生活新闻 | 4.22 | 6.85 | 4.47 | 4.22 | 5.70 | 3.20 | 0.47 | 1.14 | 0.00 | 8.90 | 13.70 | 7.90 |
| 体育新闻 | 16.00 | 18.80 | 15.90 | 0.37 | 0.38 | 0.42 | 0.37 | 2.63 | 1.67 | 16.70 | 21.80 | 18.00 |

分析表1,可以得出以下3个结论:

1) 通过表1右侧的Sum一栏,可以看出语域偏离在2008—2010年中国日报6大版块新闻标题中均有出现,且在经济新闻标题中比例最高,生活新闻标题最低;

2) 从上至下分析表1,可以得知语式偏离在生活新闻标题中比例最低,在其它5类新闻标题中比例都较高,尤其是在经济和体育新闻标题中;语旨偏离在生活新闻标题中比例最高,其次是在经济、国际、体育新闻标题中,头版和国内新闻标题中偶尔会出现语旨偏离;语场偏离在6大版块新闻中均有出现,比例虽然较低但也较均衡。

3) 横向对比语域偏离的3种偏离形式,可以看出3种语域偏离形式所占的比例从高到低依次为语式偏离 > 语旨偏离 > 语场偏离。

编辑为何在中国日报新闻标题中频繁使用语域偏离?下文将运用关联理论来对此进行阐释。

2 关联理论与中国日报标题中的语域偏离

2.1 关联理论

Sperber和Wilson(1986)提出的关联理论(relevance theory),把交际行为看作一个明示——推理过程,涉及到信息意图和交际意图,并从心理学的角度指出,语言交际是在关联原则支配下按一定推理规律进行的认知活动^{[7]26}。Sperber & Wilson认为人类的认知倾向于同最大关联性相吻合,听话人只会处理那些关联性足够强的刺激信号^{[8]256},基于人类这一认知特点,说话人则在话语中设置明示刺激,提供最佳关联的信息(关联理论认为每一个明示刺激都应假设它本身具有最佳关联性)^{[8]256},旨在吸引听话人并为听话人的推理

提供必要的依据以实现说话人的信息意图和交际意图;而听话人则根据说话人的明示刺激,运用推理认知能力,构建语境,并从若干可能的语义表达中选择最佳关联的解释,最终达到对话语信息的正确理解。也就是说,任何交际过程都是寻找关联的过程,交际双方都应遵循关联原则,只有达到话语的最佳关联,才能取得交际过程的成功。

2.2 关联理论与中国日报标题中的语域偏离

根据关联理论对交际过程的描述,笔者认为中国日报标题的传播作为一种交际行为,其传播过程也是一种明示推理的过程。对于中国日报标题的编辑来说,中国日报标题的传播方式是可以选择的,他可以根据自己的意图,根据对受众认知语境^[7]¹⁴⁵和对当前情景的了解,以他认为适当的方式报道,从而取得预期的效果。而语域偏离正好是新闻编辑在中国日报标题中采用的明示刺激手段,旨在吸引受众,并实现编辑的信息意图(让受众了解新闻信息)和交际意图(让受众明白编辑的信息意图);而受众则根据编辑提供的最佳相关假设,用一系列已有的认知语境(旧信息)来处理语域偏离,建立新的认知语境(新信息),并从新旧信息的关系中得出语境效果^[9],从而推导出语域偏离的含义,最终达到对新闻标题的正确理解。中国日报标题中的语域偏离这一明示刺激要达到最佳关联,就必须使受众不断构建认知语境,并从若干可能的语义表达中选择最佳关联的解释。语域偏离与受众认知语境越趋同,语境效果就越大,受众就越容易从认知语境中找到语域偏离最佳相关的解释,从而成功完成编辑和受众之间的交际过程。

3 关联原则下的语域偏离

第二节结尾用数据表明了语域偏离在中国日报6大版块标题中都被使用,下文将运用关联原则具体阐释中国日报新闻标题中的语场、语式和语旨偏离。

3.1 关联原则的语场偏离

中国日报标题中的语场偏离指在某一特定新闻语场下运用与此语场不相符合的语言形式。6大新闻版块标题中均有语场偏离例子,举3例分析如下:

- 1) How dragon and kangaroo can fly together?(World, 2010-05-11, China Daily)
- 2) Regulation stirs up hornet's nest. (Nation, 2010-05-15, China Daily)
- 3) Euro's glass remains half-empty. (Business, 2008-05-15, China Daily)

标题1)是指“龙和袋鼠难以一起飞翔吗?”很显然,龙和袋鼠这2种动物生活习性和生物特征完全迥异,本质上就难以一起飞翔,编辑为何要对此发问?事实上,编辑是遵循了关联原则而谈与这两动物相关的事情,即用动物语场词汇龙和袋鼠指代和它们很有关联的2个国家:中国和澳大利亚。受众在推理这一标题的内涵时,需要从旧的认知语境中(如龙象征中国、袋鼠象征澳大利亚以及中澳间发生的力拓间谍案、澳议会晤达赖和邀请分裂分子热比娅窜访等敏感事件)中找到最佳关联的阐释,推理出中澳“道不同,不相为谋”这一隐含意思。“How dragon and kangaroo can fly together?”是新信息,编辑通过语域偏离中的语场偏离这一明示刺激打破了受众已有的期待,受众在好奇心的驱使下,会有意识地运用相关背景知识推理出标题内涵,从而加强中澳敏感这一旧信息。因此,中国日报新闻标题中的语域偏离的理解也是一种寻找关联的过程,受众通过寻找语域偏离的最佳相关信息,才能获得已经的语境效果。

国内新闻标题2)并不是讲规章制度捅到了黄蜂窝。事实上,编辑是运用关联原则谈与“捅到黄蜂窝”相关的事物。受众首先要意识到“捅到黄蜂窝”是编辑使用的明示刺激手段,目的是为了吸引受众注意并传递与之相关的信息。受众根据语言知识以及常识易得出其相关信息为“招来麻烦”,再根据标题主体部分的语境知识(云南企事业单位颁布的招工规定、群众认为这是歧视民工的做法),推理出标题的语境效果为“新规定引来争议”,进而排除“大部分人认为新规定能够促进民工就业”这一旧信息。

经济新闻标题肯定与经济相关,那么标题3)就不可能是讲欧盟的玻璃杯空了一半。实际上,编辑是运用“glass”和“half-empty”讲与之相关的欧盟经济状态。受众要首先根据语言知识推理出“half-empty”的另

一层意思——“悲观”,再根据背景知识(2008年全球经济萧条,据评级机构标准普尔的预测,58%的欧洲与企业都面临着超出预期的债务规模等),推理出“欧盟经济仍不景气”这一语境效果,从而加强“欧盟面临经济危机”这一旧信息。

从以上几个例子可以看出,编辑通过语场偏离是为了打破受众的固有期待,增加标题的吸引力;受众在推理语场偏离时,需要借助百科知识,逻辑知识以及语境中的语言和非语言信息,经过较大的努力,越过字面意思,推理出最佳关联的语境假设,从而识破标题内涵,获得编辑的交际意图。

3.2 关联原则与语旨偏离

中国日报标题传播这一交际过程的参与者是制作标题的编辑与浏览标题的受众,一方主动发出消息,另一方接受消息,双方的接触和情感投入都比较少,因此中国日报标题的语旨非常正式。但在生活新闻标题中,编辑却经常通过以下两种方式偏离这种角色关系。

3.2.1 祈使句和疑问句的使用

- 1) Red wine to ward off lung cancer? (Life, 2008-10-15, China Daily)
- 2) Brain need revving up? On yer bike! (Life, 2009-03-11, China Daily)
- 3) Make art accessible to more people. (Life, 2010-01-15, China Daily)

标题1)通过“红酒可降低罹患肺癌的危险?”这一提问进行明示刺激,吸引受众关注健康话题,受众看到与自己健康密切相关的话题,自然会为了找到问题答案而迫切地阅读标题主体内容。借助标题主体部分的语境知识(研究表明喝红酒的吸烟者患肺癌的概率比不喝红酒的吸烟者要低60%),受众能够轻易推理出编辑借提问达到使受众了解“吸烟者喝红酒可以抗肺癌”这一科学事实并达到建议受众将这一事实转告给亲戚和朋友的目的。

编辑对标题2)“需要加快大脑运转速度吗?”这一问题进行自问自答,口语 rev up(加快)和俚语 yer (your)的运用关联了受众的心理需求,拉近了编辑与受众的距离,受众会觉得编辑是在与自己交谈,这自然会引发他们认真思考,探个究竟。当受众在认知语境中找到了与这些新信息最佳相关的解释时,就能理解编辑的交际意图“骑自行车能够加快大脑运转速度,编辑建议受众通过脚踏车健身健脑”。

在标题3)中,编辑借祈使句进行明示刺激,表达了编辑希望艺术走向大众的强烈愿望。受众在理解此标题时首先要意识到祈使句这一明示刺激信号然后再结合标题的背景知识进而推理出“编辑建议文化艺术部门出台相关政策使艺术走向百姓”这一语境效果。

以上3例虽然偏离了编辑和受众二者之间的角色关系,但这是编辑选择的最佳关联的表达,编辑通过语旨偏离关联了生活类新闻标题轻松活泼和贴近受众的特点,因此很够吸引受众关注并阅读新闻标题。

3.2.2 非正式语言的使用

中国日报标题属于新闻文体,其语言正式、用词规范。秦秀白提到现代英语中的缩略语、缩约词多用于非正式文体;其相应的非缩略或非缩约形式常出现在正式文体中^[10]。2008—2010年中国日报标题中缩略语和特殊标点符号也被频繁使用,尤其是在经济新闻标题中。请看以下标题。

- 1) Exhibitors cut outlay in Expo' 10. (Top news, 2009-03-06, China Daily)
- 2) Guantamo men admit 9/11 plot. (World, 2009-3-11, China Daily)
- 3) Job#1 for NPC: Employment. (Nation, 2009-3-9, China Daily)
- 4) Drop in TV prices drags down Philips Q1 profit. (Business, 2008-4-15, China Daily)
- 5) Foster's H1 profit at lowest in four years. (Business, 2010-2-17, China Daily)
- 6) New FDI guidelines. (Business, 2009-01-15, China Daily)
- 7) Maoye IPO a record. (Business, 2008-1-15, China Daily)
- 8) Mining M&A prediction. (Business, 2010-2-17)

编辑运用1), 2), 3)中“'”、“/”、“#”标点符号,既关联了标点符号的含义也关联了报刊标题短小精悍、报

刊版面有限的文体特点。“”为缩略号,常和数字连用表示年份,根据上海世博的背景知识,受众容易推理出,10为2010年;“/”为右斜杠号,和数字连用表示日期,关联标题所描述的人物,受众能得知9/11为September 11th;“#”为井号,和数字连用常表达序数,所以“#1”就指NO1。4)和5)中的缩略Q1、H1,受众凭借常识和语言知识,可以推理其相应全称为the fourth quarter, the first half year;6),7)和8)中的FDI, IPO和M&A是经济新闻标题中频繁出现的缩略词,编辑运用此类缩略词主要是使标题内容浓缩、节省报刊版面。就算受众很少关注财经新闻,但结合主体部分的信息,受众也能找到其全称和解释。

中国日报经济新闻标题中出现的缩略词还有职位(GM, COO, CFO)、银行(UBS, IDB, BoJ)、公司(FAW, BT, J&J, DHL)、组织和机构(IMF, SAFE, FIs, MIIT)以及其它缩略词(vets, celebs, 3G, PR, MOU, FTA, JV, FY)等。

缩略语和特殊标点符号大多趋同受众的认知语境,为受众所熟悉。对于一些陌生的缩略词和标点符号,受众也只需稍微努力,就能在认知语境中找到相应解释。因此,编辑运用上述非正式英语,不仅实现了报刊标题追求短小精悍的目标,也关联了报刊版面有限的文体特点;另外,运用缩略语和特殊标点符号能使标题顿时变得简单灵活,让受众能产生轻松随意的视觉感受。

3.3 关联原则与语式偏离

中国日报标题中的语式偏离主要指在报刊书面语中用比较随便的口语和俚语。6大新闻版块标题中语式偏离都比较常见,由于篇幅有限,仅对头版、国内、国际3个版块标题进行探讨:

- 1) Full speed ahead seen for news on the go. (Top news, 2008-4-15)
- 2) Mutt ado about the next dog in the White House. (Top news, 2009-01-15)
- 3) Alleged gang leader rats out attorney. (Nation, 2009-12-15)
- 4) Chongqing hails death for biggest fish. (Nation, 2010-4-15)
- 5) Obama bucks 40-year trend with Supreme Court pick. (World, 2010-5-11)

编辑在标题1)中使用口语词汇on the go既关联了新闻标题求简求新的特点也关联了受众的文化水平。口语词on the go通俗易懂,自然会吸引受众继续阅读标题主体部分内容,借助背景知识(订购新闻报的手机用户与日剧增,中国5亿手机用户给新闻业的发展带来了巨大的市场;中国日报、人民日报等手机报已经开通),受众容易推理出标题的真正含义即“手机报忙个不停,新闻市场前景一片大好”。

标题2)中使用了俚语Mutt(杂种狗)主要是关联了奥巴马的血统以及受众的心理需求。Mutt这一俚语对于大部分养宠物的美国人来说再熟悉不过了,血统上没有任何优势的奥巴马如同一只杂种狗,他能当选美国总统证明了“鸡也能变成凤凰”,杂种狗也能成为“the first dog”。受众要理解这一标题,需要借助背景知识(美国总统上任前都要为自己的家庭挑选宠物狗,奥巴马上任时,大部分美国民众建议他挑一只杂种狗)。编辑通过Mutt一词表达了奥巴马顺应民意,与民同乐的亲民形象。

标题3)和4),编辑用俚语rats out(告密)和biggest fish(大亨)关联了被指控者、律师和大亨的恶劣行径,表达了对这些涉黑分子、腐败分子的讽刺与痛恶之情。受众在理解此类标题时既要根据语言知识找到俚语的含义,又要结合标题的语境知识(标题3)的主体部分报道了重庆黑帮老大龚刚模的犯罪记录;标题4)主体部分报道了前重庆市司法局局长文强犯下众多罪行导致被处死刑的消息),进而推理出编辑对犯罪份子卑劣行径进行无情的披露与批评的交际意图。

标题5)中buck意思是公羊低着头撞或顶。编辑巧妙的结合了buck这一动作和support的关联,把这个妇孺皆知的俚语用在总统Obama身上,既贴近了美国人民的生活和认知语境,也符合了大众的兴趣和口味。因此,即便是Obama总统挑选美国最高法院法官这个严肃的政治话题,采用这一不拘礼节的俚语,也能让话题变得轻松随意。这一俚语的运用不仅衬托了Obama良好的亲民形象,也拉近了官员与民众的距离。

通过以上5例,可以看出编辑在关联新闻内容和受众的阅读水平的基础上运用口语和俚语能够申述自己的立场、表明自己的态度,这对揭示新闻的本质、引导受众正确理解标题能起到重要作用。

4 结束语

通过前文的分析,可以得知中国日报标题中的语域偏离是编辑关联新闻内容和受众心理需求而采取的明示刺激手段。编辑运用关联原则对标题做出恰当的语域偏离能够达到吸引受众的目的,受众在理解语域偏离时也需要遵循关联原则从编辑提供的明示信息中,构建语境,从认知语境中推理出最佳关联的语境假设。因此,编辑在创作标题时,可以把关联原则作为各种语言策略的标准,制作出受众感兴趣的标题;受众也可以运用关联原则来欣赏和理解报刊标题。

参考文献:

- [1] 侯维瑞. 英语语体[M]. 上海:上海外语教育出版社,1988:15.
- [2] 韩礼德,哈桑. 英语的衔接[M]. 张德禄,译. 北京:外语教学与研究出版社,2007:19.
- [3] 汪少华. 语域理论新探[J]. 山东外语教学,2000(2):6-10.
- [4] 王德春,孙汝建,姚运,等. 社会心理语言学[M]. 上海:上海外语教育出版社,1995:99.
- [5] Leech G. A Linguistic Guide to English Poetry[M]. Beijing:Foreign Language Teaching and Research Press,2001:49-51.
- [6] 朱永生. 功能语言学对文体分析的贡献[J]. 外语与外语教学,2001(5):1-4.
- [7] 何自然,冉永平. 语用与认知:关联理论研究[M]. 北京:外语教学与研究出版社,2002.
- [8] WILSON D, SPERBER D. Relevance Theory[M]. Oxford: Basil Blackwell,2002:256.
- [9] 何兆熊. 新编语用学概要[M]. 上海:上海外语教育出版社,2000:204.
- [10] 秦秀白. 英语文语体和文体要略[M]. 上海:上海外语教育出版社,2002:168.

Register Deviation in Relevance Theory

——Taking news headlines in *China Daily* as examples

Zhang Li, Ge Lingling

(School of Foreign Languages, Nanhua University, Henyang 421001, China)

Abstract: News headlines designers deviate language at various levels to attract and impress readers. Among varieties of deviate categories in *China Daily*, register deviation is particularly striking. Based on Relevance Theory, this paper expounds register deviation in *China Daily* news headlines by case study from two perspectives: for designers, register deviation is the ostensive stimulus where designers' intention lies; for readers, their understanding of register deviation in *China Daily* news headlines is regarded as an ostensive-inferential process where readers try to find relevant information for reasonable interpretation by taking register deviation as ostension.

Key words: register deviation; news headlines; relevance theory