

经济评论语篇中的元话语分析

——基于心理空间理论

彭清

(湖南科技大学 外国语学院,湖南 湘潭 411201)

摘要:元话语是近几年一直很受关注的语言学研究话题,它将作者的意图导入语篇之中,帮助并引导读者组织、理解、评价和反馈语篇的命题内容。运用心理空间理论来分析经济评论语篇中的元话语,说明经济评论者通过元话语实现现实空间和心理空间的连接,体现出评论者对现实经济状况的看法和认知。

关键词:元话语;心理空间理论;经济评论语篇

中图分类号:H08 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-5884(2014)06-0126-03

一直以来元话语被认为是表达基本信息以外的话语,是用于组织话语、表达作者观点的一种方法,并在维持读者、作者和语篇信息三者之间关系方面起到重要作用。经济评论作为新闻事实和评论相结合的一种独特文体,元话语在这一文体中将现实空间和评论者的认知心理空间连接起来,体现了经济评论者对社会经济状况的态度与观点。本文主要运用 Fauconnier 的心理空间理论来分析经济评论语篇中的元话语,说明经济评论者通过元话语实现现实空间和心理空间的连接,从而体现出评论者对社会经济状况的认知。

1 关于元话语

1959年, Harris 提出“元话语”这一术语以来,有很多语言学家纷纷对这一术语进行了定义。Williams 认为元话语是“有关话语的话语,与主体无关”^[1]。Vande Kopple, Crismore 等认为“元话语都不能够为命题的意义增加内容,但是可以帮助读者组织、解释并评价作者给出的信息”^[2]。Nash 认为“从元话语的使用上我们已经可以发现其概念上的模糊。尽管元话语的客观实体还有待探讨,但它似乎近似于修辞或文体”^[3]。Hyland 和 Tse 提出“元话语是用于体现语篇中互动意义的反身表达。它能够体现作者自己的观点,将语篇与特殊共同体的成员联系起来”^[4]。

针对这些不同的定义,语言学家从不同的角度进行了不同的分类。Vande Kopple 将元话语分为篇章元话语和人际元话语^[5]。Hyland 和 Tse 认为元话语可以分为引导式元话语和互动式元话语。其中引导式元话语包含逻辑连接语、框架标记语、内指标记语、言据语和语码注释

语,互动式元话语包含模糊限制语、增强语、态度标记语、关系标记语和人称标记语^[6]。Ifantidou 从词汇角度对元话语进行研究,将词汇元话语分为话语连接词、推测副词、情态词、言语行为动词、心理动词、人称代词、篇章推进词^[7]。

根据元话语的定义和分类可以看出,元话语有明显的指示意义,并且能够说明语篇中各成分在文中的关系,从而使读者更了解语篇。同时,语篇涉及到作者的主观性,它是一个不断建立新空间的过程,也是一个描写过程,它能够通过元话语表现评论者的主观认知态度。

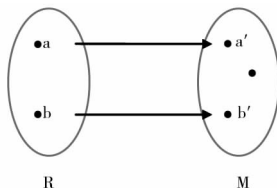
2 心理空间理论

心理空间是心理空间理论的基本范畴。它不是语言形式结构本身或语义结构本身的一部分,而是语言结构中相关信息的“临时性容器”,或者说是语言使用者分派和处理指称关系的概念框架理论。

Fauconnier 的心理空间理论是进行意义的构建,是将一个空间的认知映射到另一空间。心理空间是人们在思考、交谈时为了达到局部理解与行动之目的而构建的小概念包^[8]。心理空间的构建是发生在认知背景下的,具有普遍认知力,适合于任何语言和文化,并且能够解释众多语言和思维的关系^[9]。在建立心理空间时一般都会把自身体验的一切与话语相关的因素联系起来,人们也会有选择地将这些要素抛弃或投射到一个空间中,直到理解了话语为止。

在语篇构建过程中,一个个心理空间在语篇内部通过框架和认知模型建立起来,在外部则是通过连接语把一系列心理空间连接起来。在 Fauconnier 看来触发构建

心理空间的语言是空间构造语,空间构造词可以实现现实空间 R 和心理空间 M、触发语和目标语或对应语之间的映射。每一个空间构造词都会构建一个心理空间、语义项和语义项之间的关系^[10]。如图:



在图中 R 中的 a, b 分别对应 M 中的 a', b', 两者之间的连接关系是触发语和目标语之间的关系。空间中的 a, b 语词称为语义项,他们是说话人在指称结构中确立的语义要素。空间构造词包括介词短语、副词、连接词和主谓词组等。

元话语可以被看作是空间构造词来构建语篇, Ifantidou 关于元话语语义或语用性质的论述,反应出元话语在语篇构建中作者-语篇-读者之间的心理映射过程,作者能够运用元话语使孤立的词、短语和句子连接起来,读者也能够发现作者的意图。空间关系的建立是作者的主观观点和语篇信息内容的客观性相结合的结果,元话语就是作者主观态度的体现。因此,元话语不仅影响了命题内容和字面意思,还影响了人际关系和态度。读者的判断、地位和态度都是建立在他们自己的认知基础上,所以,元话语表现了作者的认知。

3 经济评论语篇中元话语分析

经济评论作为新闻评论的一种,是一种特殊的多媒体评论文体,它的写作有着自身的元话语特点。本文选取 2013 年 10 月 21 日至 10 月 31 日《中国日报》上的 15 篇经济新闻评论作为研究语料。对所获得语料采用 Hyland 和 Tse 对元话语的分类方式进行数据统计,得到以下结果,如下表 1:

表 1 经济评论语篇中元话语的分布

类别	分布数目	分布频率	类别	分布数目	分布频率
逻辑连接语	73	19.1%	模糊限制语	78	20.4%
框架标记语	15	3.9%	增强语	35	9.2%
内指标标记语	2	0.6%	态度标记语	59	15.4%
言据语	61	16.0%	关系标记语	3	0.8%
语码注释语	36	9.4%	人称标记语	20	5.2%

统计分析得出在经济评论语篇当中逻辑连接语、模糊限制语、言据语以及态度标记语所占比率最大(总数超过 70%),其它类型的元话语所占比率相对较少。虽然在经济评论语篇中逻辑连接语、模糊限制语、态度标记语以及言据语所占比率不同,但都表现了评论者对当下经济的认知。因此,下文主要分析所占比率最大的四类元话语。

3.1 逻辑连接语

在经济评论语篇中,评论者通过元话语将各种现实空间和认知心理空间等片段按照逻辑顺序连接起来,表

明了评论者自己的态度与看法。而逻辑连接语在这一方面则起到重要作用,它在经济评论语篇中一方面体现了语篇表面上的连贯,另一方面又体现了评论者的意图与认知。逻辑连接语将社会经济状况与语篇联系起来,实现了社会、作者和读者三者之间的交流与互动。如:

(1) On average, the impact was larger in developing countries than developed countries, but profits varied widely across and within countries.

例(1)说明通常情况下发展中国家的影响比发达国家大,但是其利润在国家之间和国家内部的差异也是很大的。元话语 but 是空间构造词,建立新的焦点空间,成为考察事件发展的另一个视点。它将科技对转基因造成的影响和对其现实空间的认知这一关系与利润在国家内部的差异和评论者对这一现实空间的认知空间连接起来,构成逻辑关系。它们体现了读者在处理信息时采用的顺序和方向,同时让阅读者了解评论者的思维过程。句中的 but 构成转折与递进,让读者想到下文的内容是与上文完全不同的,是引导读者联想思维的延续,观察事件发展的视点。同时也是作者引导读者获取语篇所期待的认知语境效果、促进话语理解的语言标记。因此元话语在构建语篇和表达意义的过程中起到了重要作用。

3.2 模糊限制语

模糊限制语在一些特定的语言领域中具有独特的作用,在经济评论中也不例外。当经济学家评述国内外经济局势和相关政策时,经常会使用模糊限制语来表达他的观点,所以有时候人们总认为他们的评论和答案是模糊不清,不确定的,以至于不可信。但是,事实上是人们为了达到语言的客观性和精确性,要求语言具有一定的灵活性,而模糊限制语则是灵活性的一个重要组成部分。在经济评论文体中,模糊限制语的使用是非常普遍的,它可以对评论者语言选择过程中的认知和心理状态进行反应,构建评论者的语用策略,并为读者能够正确理解话语含义提供重要依据。模糊限制语能够对话语的原意进行限制修订,使其偏离原来所指从而更接近所要表达的语义思想,给交际双方留下更大认知空间^[11]。在经济评论语篇中,为了使评论语言更加客观和确切的表达现象和思想内容,使评论者在表明见解时留有余地,对数字和观点的模糊使用是非常普遍的。经济评论者就是利用这一点,在评论时使用模糊限制语(如 perhaps, likely, possible, may, seem, would 等)来抒发个人观点,表明评论人能够遵守礼貌,在清楚的表达话语意义的同时也能够避免将自己的主观意见强加于他人。如:

(2) China seems likely to follow more modern VAT systems around the world, which increasingly seek to tax financial and insurance services under VAT.

例(2)中因为经济的不断发展,中国在世界各地都似乎更遵循着现代增值税系统,也越来越地在寻求增值税税收金融和保险服务。这一例子中评论者并没有武断的表明他个人的观点,中国一定是在遵循着这个现在增值税系统,而是运用模糊限制语 seems likely to 来表明它的确定性。评论者并没有把话说得太死,把自己的想法强加于人,而是运用模糊限制语使话语留有余地,起到了

保护自我的作用。

3.3 言据语

经济评论语篇,作为一种评论性语篇,是要受到对事实进行客观报道原则的限制。通常评论者本人的直接评论会相对较少,而是借用新闻人物或者相关权威人士的言语作为间接评论,这样既能达到间接评论的目的,又能给读者留下客观公正的印象^[12]。言据语(如 according to, X states, X says 等)可作为间接评论的重要依据,为语篇提供证据,展现了语篇的可信赖度和权威形象,同时又间接的表明评论者自己的观点和态度。如:

(3) The central bank says the authorities would not intentionally curb loans for homebuyers.

在这个句子中,在 the central bank says 作为空间构造者构建了一个心理空间 M。在这个心理空间中当局不会故意控制购房贷款,而在现实空间 R 中事实是怎样的还有待考证。但是加上 The central bank says 之后就完全发生了变化,says 后面表示前面央行的观点或话语,说明不会故意控制购房贷款是值得相信的,作为银行界最具权威代表的央行公布的消息是非常具有可信度的,是经得起考证的。这一例子如果没有加上 The central bank says, 只是单独的叙说当局不会故意控制购房贷款,那么它说服力就没有那么大,会被误以为是自己随意说出的观点。而加上“The central bank says 央行说”之后,新闻的说服力就明显上升,它树立了经济评论语篇评论者客观、诚实的个人形象,使评论者更能获取读者的信任。

3.4 态度标记语

虽然间接引用权威人士的观点是表达作者看法的一种方式,但是作为评论语篇,也必然会有直接表现评论者个人态度的态度标记语,如 unfortunately, I agree, surprisingly, specially 等。在经济评论语篇中,态度标记语表达了评论者对命题内容的态度,展现了评论者对经济时局看法,能够让读者更好地领会评论者的命题信息和态度^[13]。如:

(4) Not surprisingly, industry participants want to understand the impact this change will have on their tax burden, given that any VAT on inputs into real estate development, its ongoing operation, and sale or leasing is expected to be creditable for general VAT taxpayers.

例(4)中现实空间 R 是业内人士想要知道这种变化在税收负担方面带来的影响这一想法,心理空间 M 是评论者的不惊讶态度,not surprisingly 建立了一个表示态度的心理空间,将现实空间和心理空间连接起来。Not surprisingly 作为态度标记语,它传递了评论者对业内人士的想法持不惊讶态度,是评论者直接态度的表达,体现了评论者经过一系列的详细分析之后对增值税的变化有更客观认知,同时表明了评论者对命题的支持与赞同,从而达到进一步说服的目的。不管是间接评论中的言据语元话语还是直接评论中的态度标记语都是对客观经济状况的

认知后进行评论的结果,他们都起到了说服读者相信自己所述的事实,使读者产生共鸣,同时让读者对社会的经济状况有更深一步的了解。

4 结语

经济评论是一种特殊的新闻和评论的结合体,它既要体现经济语篇的客观性,又要具有评论性语篇的主观性特点。因此,评论者通常要运用具有主观意识特色的元话语来表明语篇的客观真实性。文中通过心理空间理论中的现实空间和心理空间以及二者之间的关系来分析元话语在经济评论语篇中的作用,体现出元话语不仅能构建语篇,将评论者的观点和社会的现实状况相结合,还能够表达评论者自己对社会的认知和意图,使经济评论语篇评论者借助元话语来陈述更客观、正确的内容。

参考文献:

- [1] Williams J. Style: Ten Lessons in Clarity and Grace [M]. Boston: Scott Foresman, 1981.
- [2] Crismore A R, Markkanen M. Steffensen. Metadiscourse in persuasive writing: a study of texts written by American and Finish university students [C]. Written Communication, 1993.
- [3] Nash W. An uncommon tongue [M]. London: Routledge, 1992.
- [4] Hyland K. Metadiscourse [M]. London: Continuum, 2005.
- [5] Vande Kopple W J. Metadiscourse and the recall of modality markers [M]. Visible Language, 1988.
- [6] Hyland K P. Tse Metadiscourse in academic writing: a reappraisal [J]. Applied Linguistics, 2004, 25(2): 156-177.
- [7] Ifantidou E. The semantics and pragmatics of metadiscourse [J]. Journal of Pragmatics, 2005.
- [8] Fauconnier. Mappings in Thought and Language [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- [9] 彭建武,季英奎. 新闻标题中的冒号在心理空间建构中的作用 [J]. 外国语言文学研究, 2005(4): 32-36.
- [10] Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language [M]. Massachusetts: the MIT Press, 1985.
- [11] 刘惠华,吕成瑶,赵秋荣. 英汉经济语篇中“模糊限制语”的语用功能在跨文化交际中的作用及其比较 [J]. 吉林师范大学学报, 2010(4): 17-20.
- [12] 杨美平. 英语经济新闻的语篇体裁结构潜势探析 [J]. 文教资料, 2009(13): 25-27.
- [13] 黄勤,熊瑶. 英汉新闻评论中的元话语使用对比分析 [J]. 外语学刊, 2012(1): 99-103.

(责任校对 朱正余)