

英汉新闻报道的人物元话语语用策略分析

赖彦

摘要：元话语是语篇分析者广泛探讨的一个重要话题。文章以新闻语篇特定体裁的人物元话语为研究对象，基于人称和非人称元话语分类框架，比较分析英汉两种语言的新闻报道人物元话语的语用策略共性和差异特征，并试图揭示其语境相关的潜在修辞动力，即特定话语群体的规范和期待。

关键词：新闻报道；人物元话语；语用策略

作者简介：赖彦，男，教授，博士。（浙江传媒学院 国际文化传播学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：H315 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2018）02-0033-04

元话语（metadiscourse）是社会建构主义者和话语功能研究者以及试图探讨跨越语篇互动与连贯方式的语料库分析者广泛使用的一个概念。一些自返观学者把元话语视为语篇组织的特征，将元话语限于有助于组织语篇的话语层面。^{[1][2]}另一些互动观学者将元话语视为语篇中说话人或作者的语篇修辞呈现，包括话语组织和所说话语的表达隐含。^[3]因此元话语被广义地界定为关于话语的话语或关于推进语篇的话语。

元话语表达用于传递语篇和人际意义。理论上，这两种话语源于 Halliday 所称的语篇和人际功能。国内外学者对元话语使用的研究主要集中于书面语，尤其是学术语篇，而对口语语篇和新闻语篇中的使用研究却较少。不同的研究者考察元话语使用的不同方面。元话语的历史研究探讨话题风格和方式的记录变化，而元话语的共时研究则集中于元话语的特定体裁特征，企图探索元话语使用基于体裁的范式。

本文以新闻语篇特定体裁的人物元话语为研究对象，基于人称和非人称元话语分类框架，比较分析英汉两种语言的新闻报道人物元话语的语用策略共性和差异特征，并试图揭示其语境相关的潜在修辞动力，即特定话语群体的规范和期待。

一、人物元话语的分类范畴

Ädel 对元话语作了人称和非人称元话语范畴的区分。人称元话语表达指“通过人称代词（如 I, we, you）及其宾格和所有格形式或名词（如作者，亲爱的读者）明确地直接指涉当前语篇的作者或读者”，^[4]而非人称元话语表达则通过被动态和其它非人称结构非明确地指涉话语参与者。基于 Ädel 的分类范畴，本文提出如下进一步细化的人物元话语分析框架：

表 1 英汉新闻报道人物元话语分类

一级分类	二级分类	英语例示	汉语例示
人称元话语	普通人物	Bystander Kjersti Vedun said	冯先生给快报热线来电
	权威人物	Bank of England governor Mervyn King said	波兰驻华大使塔德乌什·霍米茨基在新闻发布会上说
非人称元话语	被动结构	It is believed that	据报道
	名词化	There are suggestions that	有一条留言

二、研究语料

本研究语料随机抽取英语报纸《纽约时报》《每日快报》和汉语报纸《人民日报》《都市快报》明

确对应归类的政治（politics）、商业（business）和体育（sports）等不同语域的新闻报道语篇，选取的文章长短篇幅大致相同，新闻报道每篇在 1000 字以内，每种报纸的政治、商业、体育等不同语域的新闻报道各 30 篇，共计语料 360 篇。

本研究语料之所以选取英汉严肃大报《纽约时报》《人民日报》和通俗小报《每日快报》《都市快报》以及题材涉及政治新闻、商业新闻和体育新闻，主要基于对英国英语和美国英语的语言个体差异、大报与小报的风格差异以及题材特点差异等因素可能对研究结果产生影响的考虑。

三、研究结果与分析

（一）英汉新闻报道权威人物与普通人物元话语使用比较

在所考察的新闻报道语篇中，由机构领导、政府官员、行业专家等构成的权威新闻人物，也即精英来源（elite-type sources）^[5]成了新闻记者最大偏好使用的话语资源，其元话语使用比例占人物元话语资源的 76.50%，而普通民众元话语使用则占 23.50%，详见表 2。

表 2 英汉新闻报道人物元话语使用比较

项 目		权威人物	百分比	普通人物	百分比	合 计
纽 约 时 报	政治新闻	130	18.98%	10	1.46%	140（20.44%）
	商业新闻	78	11.39%	7	1.02%	85（12.41%）
	体育新闻	42	6.13%	48	7.01%	90（13.14%）
	小 计	250	36.50%	65	9.49%	315（45.99%）
每 日 快 报	政治新闻	55	8.03%	3	0.44%	58（8.47%）
	商业新闻	56	8.18%	12	1.75%	68（9.93%）
	体育新闻	12	1.75%	35	5.11%	47（6.86%）
	小 计	123	17.96%	50	7.30%	173（25.26%）
人 民 日 报	政治新闻	29	4.23%	10	1.46%	39（5.69%）
	商业新闻	20	2.92%	0	0.00%	20（2.92%）
	体育新闻	23	3.36%	2	0.29%	25（3.65%）
	小 计	72	10.51%	12	1.75%	84（12.26%）
都 市 快 报	政治新闻	15	2.19%	4	0.58%	19（2.77%）
	商业新闻	35	5.11%	2	0.29%	37（5.40%）
	体育新闻	29	4.23%	28	4.09%	57（8.32%）
	小 计	79	11.53%	34	4.96%	113（16.49%）
合 计		524	76.50%	161	23.50%	685（100.00%）

研究表明，新闻转述话语的实践在一定程度上充满意识形态和权利关系，体现媒介体制控制下为了某些特定人物所描写和报道的新闻意愿。在新闻报道中，社会行为者和参与者的选择是新闻报道给定某些行为者而不是其他人物的意识形态定位，记者往往利用新闻事件核心人物的影响和权威突出新闻事件的重要性，新闻事件牵涉的人物地位越显要、影响力越大，吸引公众关注的可能性就越大。新闻报道转述言语的人物元话语使用服务于某些话题或问题的权威声音，如政府官员被视为比一般市民具有更大权威的声音。^[6]新闻行为者的言语和思想被转述意味着在记者看来它们是重要的，决定新闻的价值。事实上，政府机构、工业实体和商务行业中高层人物比街头市民更受偏好，是因为这些新闻人物本身在一定程度上决定事实的本质，尤其是特权群体的价值观和话语对事物的社会认同具有特殊的作用。

不过，记者在日常报道中即使遵循同样的新闻采集惯例，不同的新闻事件之间也有内在差异。新闻人物的选择可能会随着预期事件（全国性选举）和突发事件（地震或军事政变）等之间差别而有所不

同，至少部分地取决于事件参与者本身重要性等报道逻辑因素。

从表 2 的统计数据来看，体育新闻的权威人物和普通人物元话语的使用比例基本持平，甚至普通人物还略高一点。这一语用策略可能在于其与体育新闻报道的题材内容有着密切的关系，因为体育报道的原则指出，“通过捕捉生动而又寓意深刻的人物言语，把比赛的参与者写进报道”，^[7]而体育赛事的民众参与性恰恰决定了体育新闻报道事件的人物取向。

另外，大报与小报相比，《都市快报》的普通人物元话语比《人民日报》的更多，表明小报的新闻报道更加平民化，更多地报道和反映民众的生活。这一结果与国外 Lewis（2004）等研究者的调查结果相一致，^[8]尽管英语语料《每日快报》和《纽约时报》的调查结果并不完全吻合，这或许是由于我们所考察的语料抽样还不够大的缘故。

除此之外，英汉报纸的政治和商业新闻，尽管转述权威人物和普通人物言语的比例不尽相同，英语报纸分别为 54.45%和 16.79%，而汉语报纸分别为 22.04%和 6.72%，但他们共同的语用策略都是倾向于转述权威人物的元话语。

在现实中，媒介话语是一个文化再生的工具，高度隐含在权力结构中，反映关于世界的价值。在转述话语中，选择给定谁的话语取决于特定的某些人，而不是另一些人所给定的重要性。说话者的选择反映了文化信念系统和权力结构。国外学者的相关研究表明，^{[6] (80)}新闻报道引用普通市民或代表不同草根组织的人物话语是为了提供某一事件或问题的目击者叙述、草根的视角观点或人情味报道。

（二）英汉新闻报道人称与非人称元话语使用比较

中西方媒体对于新闻报道人物元话语的使用都倾向于“透明原则”，尽可能向受众提供明确的人物相关信息，使受众对人物元话语有一个比较具体明确的认知，以便增强新闻报道的可信度，所以在新闻报道中使用明确指涉人物的人称元话语（86.06%）远远高于非明确指涉话语参与者的非人称元话语（13.94%），详见表 3。

表 3 英汉新闻报道人称与非人称元话语使用比较

项 目		人称元话语	百分比	非人称元话语	百分比	合 计
纽 约 时 报	政治新闻	140	17.59%	10	1.26%	150（18.85%）
	商业新闻	85	10.68%	8	1.01%	93（11.69%）
	体育新闻	90	11.31%	23	2.88%	113（14.19%）
	小 计	315	39.58%	41	5.15%	356（44.73%）
每 日 快 报	政治新闻	58	7.29%	3	0.38%	61（7.67%）
	商业新闻	68	8.54%	3	0.38%	71（8.92%）
	体育新闻	47	5.91%	5	0.62%	52（6.53%）
	小 计	173	21.74%	11	1.38%	184（23.12%）
人 民 日 报	政治新闻	39	4.90%	7	0.88%	46（5.78%）
	商业新闻	20	2.51%	13	1.63%	33（4.14%）
	体育新闻	25	3.14%	9	1.13%	34（4.27%）
	小 计	84	10.55%	29	3.64%	113（14.19%）
都 市 快 报	政治新闻	19	2.39%	8	1.01%	27（3.40%）
	商业新闻	37	4.65%	7	0.88%	44（5.53%）
	体育新闻	57	7.16%	15	1.88%	72（9.04%）
	小 计	113	14.20%	30	3.77%	143（17.97%）
合 计		685	86.06%	111	13.94%	796（100.00%）

在新闻报道实践中，《华尔街日报》资深记者威廉·E. 布隆代尔告诫指出，“对于匿名信源的使用一定要谨慎，因为这种方式已经成为了新闻界的瘟疫。”^[9]《今日美国》的编辑方针宣称：“《今日美

国》报纸不接受身份不确定的信源。”^[10]全国广播公司新闻部前总裁迈克尔·加特纳（Michael Gartner）也非常赞同《今日美国》的这一编辑方针。他指出，“匿名信源正在接管新闻界，它甚至出现在不得罪人的报道里。这是一种令人恶心的趋势，它腐蚀了报纸的可信度，使报纸变得更加不负责任。”^[10]

从新闻修辞的角度来看，新闻记者总是试图说服受众接受其报道的事实性和客观性，因而尽可能明确地提供新闻报道人物元话语的指称信息，而不是匿名使用非人称元话语，除非报道涉及敏感或机密等不便交代姓名身份信息时。

四、结 语

英汉新闻媒体都倾向于报道权威人物元话语的语用策略，这无疑与新闻价值取向和新闻从业习惯的影响有着密切的关系。在现实中，受新闻价值的影响，长期以来，担当新闻事实命题信息作用的最显著的人物以及新闻行为者并非任何人，而主要是政府首脑、地方官员、部门和职业管理人员等知名权威人物，因为他们往往是单位和部门的领导以及行业的专家，“他们所处的地位让他们能够比其他人了解更多的信息，他们提供的信息可能更为‘准确’，因为他们能够支配更多的‘事实’”。^[11]

另一方面，那些拥有权威、名望和其他影响力人物的姓名或头衔等明确的人称元话语表达对受众具有极高的新闻价值，能产生较大的语境认知效果，起着高可信度的修辞潜势。“信息来源越是精英，新闻故事就越有价值”，^[12]因为与普通民众的言论相比，受众一般更倾向于相信和认同权威专家的观点，而“绝大多数普通人永远也不可能登上新闻媒体的舞台”。^[13]

再从新闻实践行业行为习惯来看，“新闻工作者更倾向于选择制度内的信息源，而不是普通人所提供的信息。”^{[11] (102)}谢里尔·吉布斯和汤姆·瓦霍沃认为，“通常，当记者开始为他们的报道打电话和安排采访时，他们倾向于寻找当地的政府官员或专家。这部分原因是这样做很快捷——这些群体中的人物很容易分辨，他们倾向于把与记者交谈视为他们工作的一部分，而且常常提供可以引用在报道中的好材料。……新闻报道因而常常缺失普通公民的声音，这就是为什么哈沃德研究所提倡记者们花些时间在第三地带建设他们与普通公民之间关系的原因。”^[14]

参考文献：

- [1] Ädel, A. (2010). Just to give you kind of a map of where we are going: A taxonomy of metadiscourse in spoken and written academic English. *Nordic Journal of English Studies*, 9 (2): 69-97.
- [2] Mauranen, A. (2010). Discourse reflexivity—a discourse universal? The case of ELF. *Nordic Journal of English Studies*, 9 (2): 13-40.
- [3] Zare, J. & Tavakoli, M. (2016). The Use of Personal Metadiscourse over Monologic and Dialogic Modes of Academic Speech. *Discourse Processes*, 54 (2): 2.
- [4] Ädel, A. (2006). *Metadiscourse in L1 and L2 English*. Amsterdam; John Benjamins: 14.
- [5] Obiedat, N. (2006). The pragma-ideological implications of using reported speech: The case of reporting on the Al-Aqsa Intifada. *Pragmatics*, 16 (2-3): 291.
- [6] Dimitrova, D. V. & Stromback, J. (2009). Look Who's Talking: Use of sources in newspaper coverage in Sweden and the United State. *Journalism Practice*, 3 (1): 76; 80.
- [7] Brooks, B. S. et al. (1996). *News Reporting and Writing (5th Ed.)*. New York: St. Martin's Press: 369.
- [8] Clark, C. (2010). Evidence of evidentiality in the quality press 1933 and 2005. *Corpora*, 5 (2): 144.
- [9] [美] 威廉·E. 布隆代尔.《华尔街日报》是如何讲故事的 [M]. 徐杨译. 北京: 华夏出版社, 2006: 167.
- [10] [美] 梅尔文·门彻.《新闻报道与写作》(第9版) [M]. 展江译. 北京: 华夏出版社, 2003: 403.
- [11] [美] 盖伊·塔奇曼. 做新闻 [M]. 麻争旗等译. 北京: 华夏出版社, 2008: 102.
- [12] Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: OUP: 192.
- [13] [美] 赫伯特·甘斯. 什么在决定新闻 [M]. 石琳等译. 北京: 北京大学出版社, 2009: 18.
- [14] [美] 谢里尔·吉布斯, 汤姆·瓦霍沃. 新闻采写教程 [M]. 姚清江译. 北京: 新华出版社, 2004: 88.