

新闻标题的内涵外延传承生成机制

张秀云

(河南大学 外语学院,河南 开封 475001)

【摘要】本文根据新闻标题的类型,分析其生成机制,探讨为什么有些新闻标题按字面来看,说的似乎并不完全是稿件中提到的事,但事实上却跟稿件联系得非常紧密,而且准确地表达了新闻主题。本文运用“内涵外延”传承说对此做出详细的分析。本研究的目的是希望通过对新闻标题生成机制的分析,能成为从认知视角研究新闻标题的一种新思路。

【关键词】新闻标题;类层级结构;内涵和外延的传承;生成机制

【中图分类号】G213 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2010)03-0041-04

一 引言

新闻是大众传媒的重要组成部分。人们可以通过阅读新闻获取信息、了解世界、增长知识。人们公认,新闻标题也就是新闻内容的题目。(一)“新闻标题”是位于新闻内容之前的言简意赅的独立成行的语句。(二)“新闻标题”是新闻内容的眼睛,通过它可以使人们了解新闻的基本内容(彭朝臣,2005:8)。新闻标题是新闻的眼睛,是有新闻价值的载体,它的功能是向读者传递新闻中最重要、最有新闻价值的新信息,使读者能够通过新闻标题很快大致了解新闻内容以便选择阅读。新闻标题,就是新闻报道的题目,它是新闻报道必不可少的重要组成部分(资庆元,2002:1)。

新闻标题已成为语言学研究的兴起议题之一,引起国内外很多学者的关注,有很多学者从认知(Daniel Dor, 2003), (Elly Ifantidou, 2009), 功能语言学(尚媛媛, 2001), (林敏, 2008), 语用(Kronrod, 2001), (吴珏, 陈新仁, 2008), 修辞学(Leon, J.A., 1997), (Sunil Saxena, 2006), 话语分析(Nir, Raphael, 1993), 等角度解读新闻标题。通过对已有的研究成果进行分析,我们发现这些研究使人们对新闻标题的特点、形成原因、发展前景等方面有了一定的了解和认识,而对新闻标题的生成机制的研究则很少。基于新闻标题的研究现状,本文拟用“内涵外延传承”说对新闻标题的生成机制进行解释。

通过对新闻标题的研究分析,本文发现有的新闻标题,字面说的似乎并不完全是稿件中提到的事,但却跟稿件联系得非常紧密,准确地表达了新闻主题。读者初看会感觉有点朦朦胧胧(模糊),再读便茅塞顿开、余味绵长。这样的新闻标题是如何达到这种效果的呢?背后隐藏着什么生成机制呢?本文首先对新闻标题进行分类,然后尝试运用外延内涵传承理论分析框架来解释新闻标题的生成机

制,揭示新闻标题的认知推理过程。

二 新闻标题的分类

许多著作中曾经给新闻这样的定义:“When a dog bites a man, that is not news, but if a man bites a dog, that is news.”这一定义形象地表达了新闻的特点。一则新闻通常由三部分组成:标题,导语和主体。新闻标题有狭义和广义之分。狭义的新闻标题,是指体现了具体新闻的主要内容、中心思想的标题,它是对具体新闻事实的高度提炼或者艺术概括的结晶。广义的新闻标题,泛指用于新闻报道的一切标题(资庆元,2002:2)。《辞海》对新闻标题的定义是新闻标题是新闻工作术语,报刊上新闻和文章的题目,通常指新闻的题目,制作标题是新闻编纂者的主要工作程序之一。报纸编辑部用标题来概括,评价新闻的内容,帮助读者阅读和理解新闻。(《辞海》,1980:1276)

《新闻标题制作100招》一书中从国内有影响的数十家报纸精选出1000多条最新精彩标题做范例,归纳出100种新闻标题制作类型。本文认为此书中选取的标题大多数具有吸引功能,文中概括为吸引力型;还有一部分标题是简洁易懂,看到标题即知新闻内容大概,本文称之为平实型。

(一) 平实型

平实型标题是最普遍,最易懂的一种标题,读者只需阅读标题就知道文章的主要内容。特点是:准确、简洁,但不够形象生动。例如:2005年5月9日,《北京青年报》标题为《胡锦涛昨日红场观礼》,2005年5月2日,《北京青年报》标题为《连战拜祭祖母行传统叩首礼》,2005年4月6日,《钱江晚报》标题为《29.1°C! 杭城热如初夏》,2005年10月19日,《山西日报》标题为《省委召开党员领导干部警示教育动员大会》,等等。看到标题即可知晓新闻内容的大概。

收稿日期:2010-05-26

作者简介:张秀云(1985-),女,河南光山人,在读研究生,研究方向:认知语言学与语用学。

(二) 吸引力型

新闻的吸引力不仅是新闻学界百谈不厌、历久常新的话题,而且是新闻工作者不懈努力、孜孜以求的目标。新闻若对读者没有吸引力,激发不起阅读兴趣,那么,其新闻价值和传播效果便无从谈起。自新闻事业诞生以来,人们便把吸引力当作评判新闻作品好坏的重要标尺,而新闻标题又是增强新闻吸引力的第一要件。胡乔木说:“首先要讲究标题,报刊上那么多文章,谁知道哪一篇好,都要先看标题,标题好就能吸引住人。”(徐新平,2003:93)

标题是文章的“眼睛”,眼睛美丽,秋波顾盼,假如读者从“眼睛”里还能读到更深邃的东西,岂不更容易被吸引?新闻标题中暗藏悬念,就是一种使“眼睛”更深邃的方式。编辑在制作新闻标题时,有意识地将新闻事实中稀奇罕见、不合常理、对比强烈的事实,拿出来摆在一起,在新闻标题中不直说,故意留一手,藏迷设疑,为读者设下一个“套子”,卖个“关子”。事实证明,在新闻标题中这样巧妙地设置“悬念”,可以极大地激发读者的阅读兴趣,将全篇新闻阅读完。“文似看山不喜平”。在新闻标题中设置“悬念”,常用的手法有:

(1)歧义法。作者有意在标题上选一些模棱两可的中性词,甚至是带有强烈感情色彩的贬义词,从而造成歧义,使读者困惑不解。例如《首钢未来不姓“钢”》(第10届中国新闻奖三等奖作品)、《5万公斤鲜牛奶扔进农田》(第13届中国新闻奖二等奖作品)、《瓜果菜一年“吃”掉三亿根木条》(第15届中国新闻奖三等奖作品)等标题就属这一类。这类标题,先发制人,给读者以超乎常规的触动,使人触目惊心,一读文章,却出乎意料。制造悬念是为了引起受众的好奇心,或为渲染某种气氛而采用的一种积极手段,它能使受众产生深入了解新闻内容的欲望。例如:这里是天堂 这里是地狱——《体坛周报》,“天堂”和“地狱”是对立的事物,把同一个地方说成天堂又说成地狱是耐人寻味的,这必定引起读者的思考。看完内容,读者才知道:原来阿根廷的足球学校有好坏之分,呆在好学校如在“天堂”里,呆在不好的学校则如在“地狱”中。

(2)设问法。在标题中运用设问,提出大家共同关心的问题,如《语言应当如何发展》(第10届中国新闻奖二等奖作品)、《非典型肺炎病原是衣原体?》(第14届中国新闻奖二等奖作品)、《两千元科技经费能干什么?》(第15届中国新闻奖二等奖作品)等标题就属于这一类。这类标题的共同特点是问而不答,引而不发,作者直接提出一个问题,不作

任何解释和暗示。制作悬念式标题,切忌故弄玄虚。不要叫读者“丈二和尚摸不着头脑”,而应做到表情达意含而稍露,隐而不匿。通过留给读者的“阅读诱饵”,将读者牢牢抓住。2004年6月19日,《钱江晚报》一则体育比赛标题为《长颈鹿!你为什么不去配眼镜?》,看了标题,读者不禁会问,“长颈鹿”指谁?“长颈鹿”为啥要配眼镜?初看标题让人丈二和尚摸不着头脑,这就产生了悬念,吸引读者看新闻的内容。原来,丹麦主裁判尼尔森以作风强硬和脖子细长著名,被称为“长颈鹿”。他判罚不公,引起观众不满,编辑使用了这个标题,讽刺尼尔森眼睛走神,需要配副眼镜戴戴。

(3)反常法。例如《一只梨卖了5元钱》(第10届中国新闻奖三等奖作品)、《看个“咳嗽”要掏1065元》(第13届中国新闻奖一等奖作品)、《参演万余人,不见几个兵》(第15届中国新闻奖一等奖作品)等标题就属这一类。这类一反常情、常规、常理的标题,叫人思三念四,一连串的问号,便会油然而生。制造悬念有时还能产生幽默感,使受众先沉浸在悬念中沉静思考,而后的意外结果使其情绪忽转,变得轻松,最后会心一笑。例如:活人头上“长”死人脸(主题)英国医生要做“变脸”手术(副题)——《上海青年报》,活人的头上能长死人的脸吗?这必定要引起无限好奇,看过副题读者迷惑顿失。

由此可以看出,这些新闻标题,按字面来看,说的似乎并不完全是稿件中提到的事,但却跟稿件联系得非常紧密,准确地表达了新闻主题。初看有点朦朦胧胧(模糊),再读便茅塞顿开、余味绵长。这样的新闻标题是如何形成的呢?背后隐藏着什么生成机制呢?读者是如何从新闻标题中获得准确信息的呢?本文认为是“内涵外延传承”作用的结果。

三 “内涵外延传承”理论

内涵和外延是逻辑学的两个重要概念。逻辑学认为,任何一个概念都可以从其内涵和外延两个方面进行分析,即概念的逻辑结构分为“内涵”与“外延”。内涵指一个词项的概念所反映的事物的一切属性特征的总和。例如“人”这一概念的内涵包括“人”的生物属性和社会属性的全部内容。应该说明的是,这些属性理论上是难于穷尽地开列的,所以通常人们所说的“内涵”指的是其最为突出的本质属性。外延指这个词项的概念所确指的对象的范围,即组成这一事物的各大小类。例如,“人”的外延就是指古今中外一切的“人”。

“内涵外延传承”说是徐盛桓先生在对转喻及隐喻的系列研究中逐步提出的一种分析框架。这一理论认为,分类逻辑是转喻的逻辑基础,而分类逻辑可以通过对事物间的“类层级结构”(type hierarchy structure)的建构作出说明。所谓类层级结构,就是根据人们对事物分类的规约性的认识建立起来的一个既按常规关系分类又按类属关系分层级的类层级结构,由于常规关系的较高的层次可以抽象为相邻和/或相似的关系,因此类层级结构可以体现为对事物以相邻和/或相似这两个维度所建立起来的概念类层级系统。类层级结构是人类储存知识的基本形式,它将“共同兴趣域”(domain interest)里的单体(entity)加以分类和罗列,构建起“相似/相邻空间”(space of similarity and/or proximity),在这个空间里的每一个单体都由于具有其上位类(super-class)的共同特征而被认为归属同一类;上位类和下位类是相对的,某一上位类相对于构成它的各个单体来说是这些单体的上位类,但这样的“类”又可以作为一个单体,同其他一些抽象程度相类似的“类”共同构成它们的上位类;这时,它又是这一上位类的下位类了。上位类同下位类之间在外延和内涵都有着传承性,这从下面的事实看得出来:类层级结构可以从事物的外延进行分类分出分类结构(taxonomic structure)和从内涵进行分类分出整体-部分结构(part-whole structure)。正是上位类同下位类之间在外延和内涵都有着传承性,这为用上位类指代下位类或反过来,以及同类中的个体之间的相互指代的可能性提供了逻辑上的基础。

内涵与外延的传承过程大致如下:首先要以常规关系(相邻/相似关系)确定 x, y 两类在分类类层级结构中的类属,然后提出 y 中的某一特征 β ,将 β (音或形的特征)传递给 x ,从而激活 x 此前蒙蔽的 β 属性,建立以 β 为特征的新类 W ,之后, x 和 y 分别发生类层级结构的格式塔转移,归入新类 W ;同时 x 和 y 分别发生整体部分层级结构的格式塔转换,继承新类 W 的属性。

(徐盛桓 2008b)其框架如下:

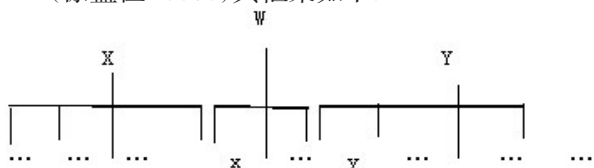


图1 外延内涵传承分析框架(徐盛桓 2008b)

在新类 W 中的 x 和 y 之间是相邻和/或相似关系;同时 x 和 y 又与 W 之间是相邻关系。相邻/相似

律认为具有相邻或相似关系的两关系体,一关系体的存在总是内在地(inherently)蕴含了另一关系体的存在。(同上)也就是说,在一定的语境下,说话人提到 x ,听话人自然会领会到 y 。

下面我们使用内涵外延传承说对新闻标题的生成机制进行具体说明。

四 新闻标题的生成

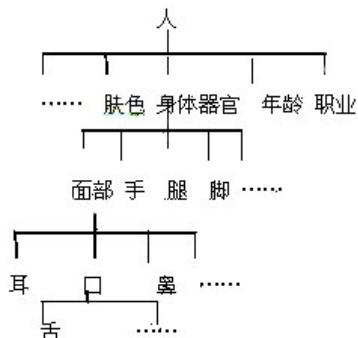
由前面介绍过新闻标题的类型,我们会发现有些标题按字面理解似乎并不完全是稿件中提到的事,但却跟稿件联系得非常紧密,准确地表达了新闻主题。初看有点朦朦胧胧(模糊),再读便茅塞顿开、余味绵长。这样的新闻标题是如何形成的呢?背后隐藏着什么生成机制呢?人们是如何从新闻标题中理解作者的语意含义呢?本文认为这主要是因为“内涵外延传承”说作用的结果。

新闻标题的生成过程是这样的:首先新闻标题可以看作是事件,事件又可以看作是命题(proposition)。命题通常被定义为句子所表达的内容或意义,两者可视作表达和被表达的关系。(陈嘉映, 2003:32)命题是有内涵外延的。新闻标题的编辑首先对新闻事件进行分析,在制作标题时应具有一定的交际意图,是使新闻标题显而易见,让读者一看到标题即知新闻内容;还是在标题中设置玄机,以达到吸引读者的目的。若为前者,标题中使用的外延多,若为后者,就是使用的内涵多。这就需要编辑来平衡内涵外延的度,达到制作标题的目的。这时编辑确定心目中想要表达的事物(即 A),并根据语境,在恰当的外延下选择 A 的一个涵项,将这一涵项输“传”下去,至适当分支涵项,确定一个自然语言的概念来“承”载,即 B ,实现以 B 替代 A ,即在这一语境下“ A 是 B ”。即编辑在特定的语境中将 A 的主要内涵属性“传”给 B ,而 B 则“承”接了 A 的内涵属性,这样 B 便拥有了 A 的内涵属性,新闻标题由此生成。

下面就一些实例来具体说明新闻标题的内涵外延的传承关系。著名作家陆文夫去世了,2005年7月18《羊城晚报》“花地”副刊一篇悼念文章的标题为《别了,江南秀士》,编辑首先分析新闻事件,确定想要说的事物,即悼念这位作家(A),根据意图,结合语境,要为标题找一个隐性的表达,这时就需要从“作家”的外延入手,在他的心目中认定才子、秀士,进而分析才子、秀士的内涵,例如从秀士的出生地来分析,从有关的内涵内容中选择和认定了江南才子(B),在这一语境下,作家(A)的主要内涵属性“传”给江南才子(B),而江南才子(B)则“承”接了作

家(A)的内涵属性,这样B便拥有了A的内涵属性,标题就生成了。

应该说上面这则标题是有文采有感情的,但该报“晚会”副刊另一篇悼念文章的标题则更出色,即“中国失去了一条舌头”。妙思有如横空出世,气魄大,视角新,有悬念,读者自然想起陆文夫的小说《美食家》。编辑在制作标题时,确定想要说的事物,即一个人去世了(A),根据意图,结合语境,要为标题找一个隐性的表达,这时就需要从“人”的外延入手,在这一类层级结构中,肤色,年龄,职业,身体器官等等,作为“人”的下位范畴,是“人”的外延,但同时这些下位范畴可以作为一个上位范畴,如“身体器官”统领“面部”、“手”、“腿”、“脚”等下位范畴,这些下位范畴构成了“身体器官”的外延,而面部这一下位范畴又可以作为耳、口、鼻等的上位范畴,耳、口、鼻等为面部的外延,舌等又是口的下位范畴,为口的外延,在这一语境下,人(A)的主要内涵属性“传”给舌(B),而舌(B)则“承”接了人(A)的内涵属性,这样B便拥有了A的内涵属性,标题就生成了。



由以上两则标题可以看出,编辑在分析新闻事

件后,确定想要表达的事物,把这一事物看作A,将A的外延内涵内容分解,这时编辑就会考虑在标题中是使用内涵多还是外延多呢,需要根据自己制作这则标题的意图,想达到的效果,同时根据语境,决定使用内涵外延的多少,在标题中所使用的内涵和外延程度的不同,创作出的新闻标题也不相同,这就是为什么对于相同的新闻事件,可以制作出不同的标题。

为了进一步检验新闻标题生成机制的解释力,我们再来分析一则英语新闻标题。例如:标题 Small Beer(The Economist 28 July 2001:61),编辑在制作标题时,确定想要说的事物,即酿制啤酒的人(A),根据意图,结合语境,要为标题找一个隐性的表达,这时就需要从“酿制啤酒的人”的外延入手,在他的心目中认定啤酒制造商,进而分析啤酒制造商的内涵,例如从啤酒制造商的特征来分析,从有关的内涵内容中选择和认定了小规模经营(B),于是以此涵项内容为基础,选择“Small Beer (B)”承载这一内容,这样标题就生成了。标题“Small beer”是指德国支离破碎的啤酒市场中那些小规模啤酒制造商。

六 结语

人类认知事物的过程就是从事物的内涵和外延方面将其范畴化的过程,而这个范畴化的过程也就是按照事物内涵与外延的传承关系对事物进行类层级结构分析的过程。新闻标题的生成机制就是运用了“内涵外延传承”理论。我们希望本文的研究能成为从认知视角研究新闻标题的一种新思路。

注释及参考文献:

[1]Daniel Dor.On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers [J].Journal of Pragmatics,2003:695-721.
 [2]Elly Ifantidou, Newspaper Headlines and Relevance: Ad hoc Concepts in ad hoc Contexts [J].Journal of Pragmatics, 2009: 699-720.
 [3]Leon, J.A. The Effects of Headlines and Summaries on News Comprehension and Recall [J].Reading and Writing, 1997.
 [4]Nir, Raphael.A Discourse analysis of news headlines[J].Hebrew Linguistics, 1993.
 [5]辞海[Z].上海:上海辞书出版社,1980:1276.
 [6]冯印谱.新闻标题制作100招[M].广州:南方日报出版社,2007:77.
 [7]廖巧云,邱晋“内涵外延传承”视角下的“脑筋急转弯”[J].外国语文,2009,5.
 [8]林敏.从系统功能角度看新闻标题中的隐喻[J].外语艺术教育研究,2008,1.
 [9]钱示宽.新闻标题的修辞艺术[J].修辞学习,1997,6.
 [10]徐盛桓.转喻为什么可能[J].上海交通大学学报(哲学社会科学版),2008a,1.
 [11]徐盛桓.隐喻为什么可能[J].外语教学,2008b,3.
 [12]徐盛桓.转喻与分类逻辑[J].外语教学与研究,2008,2.
 [13]徐新平.新闻标题怎样最富吸引力[J].当代传播,2003,4.
 [14]资庆元.中国新闻标题研究[M].昆明:云南大学出版社,2002.

(下转 61 页)

[3]沙叶新.耶稣·孔子·披头士列侬[M].上海:上海文艺出版社,1989.

[4]沙叶新.写得出,说不清[J].上海戏剧,1988,06.

[5]吕效平.戏剧学研究导引[M].南京:南京大学出版社,2006.

Wildflower's Perplexity

——On Sha Yexin's Jesus·Kongzi·Beatles Lennon

JIA Yu-ting

(Literature College, Guangxi University for Nationalities, Nanning, Guangxi 530006)

Abstract: As the famous exploration dramatist in the new period of China, all of Sha Yexin's dramas turned up with much controversy, especially Jesus·Kongzi·Beatles Lennon. This drama which has its own style different from other works aroused much attention in the academia. This article tries to explain the obscure contradiction about the realism and the modernism appearing in the drama at the same time so that we can get the criteria on commenting the exploration dramas.

Key words: The Jesus·Kongzi·Beatles Lennon; Realism; The Absurd; Contradiction

(责任编辑:张俊之)

(上接44页)

Interpreting Newspaper Headlines by Means of Impartment and Inheritance of Connotation and Denotation

ZHANG Xiu-yun

(School of Foreign Languages, Henan University, Henan, Kaifeng 475001)

Abstract: According to the types of newspaper headlines, this article analyzes the generation mechanism of newspaper headlines, exploring why headlines do not represent the text they introduce. In fact, they are closely related. We interpret it by means of 'impartment and inheritance of connotation and denotation' theory. This article aims to supply a new way of studying the newspaper headlines by the cognitive analysis.

Key words: Newspaper Headline; Type Hierarchy Structure; Impartment and Inheritance of Connotation and Denotation; Generation Mechanism

(责任编辑:张俊之)