

“中心词 + 外化亲属称谓语”的多维分析*

罗胜杰 张从益

(湖南工程学院,湘潭 411104;上海外国语大学,上海 200083)

提 要:语言学为“中心词 + 外化亲属称谓语”的产生提供阐释,认知语言学为中心词的选择提供依据。人们依照经验,注意事件中的主要部分并凸显,经由联想,选择中心词作为表述。通过例析,重构认知语言学的表征方法,确立除经验观、凸显观和注意观的第四种表征——联想观,并按思维程序重新排序。外化亲属称谓语的选择基于礼貌原则,“贬己尊人”是其选择的内在依据;而照顾受话者的面子,让其受益最大化,是亲属称谓语选择的外在动力。

关键词:外化亲属称谓语;认知表征;贬己尊人;面子

中图分类号:H0-06

文献标识码:A

文章编号:1000-0100(2011)03-0024-3

Multi-dimensional Analysis of “Central Word + Externalized Communicative Appellation”

Luo Sheng-jie Zhang Cong-yi

(Hunan Institute of Engineering, Xiangtan 411104, China;

Shanghai International Studies University, Shanghai 200083, China)

Linguistic theories help to interpret the phenomenon of “central words + externalized communicative appellation”. Cognitive linguistics provides the basis for the choice of the central words, which are chosen through the steps of first, noticing and focalizing the main part of an incident by means of experience, and second, association. Through the analysis of examples, we re-organize the representation methods, which means that, association view is also an essential part of representation means. The choice of externalized communicative appellations is made on the basis of the politeness principle. Self-belittling and others-esteeming is the internal motivation. In addition, caring for the face of the addressee so as to maximize his benefit is the explicit drive.

Key words: externalized communicative appellations; cognitive representation; self-belittling and others-esteeming; face

汉语称谓语有亲属称谓语和社交称谓语之分。前者用于称呼具有亲属关系的人,如“爸、妈、哥、姐、弟、妹”等。后者用于称呼不具有亲属关系的人,如表通称的“同志、先生、小姐”,表职务、职称称呼的“省长、教授”等。虽然对称谓语以及亲属称谓语的研究不少,但“对社交称谓语研究显得比较薄弱”(郑献芹 2006)。笔者在 3 大数据库中输入关键词“社交称谓语”,维普资讯-中文科技期刊数据库检索中收录相关文章 17 篇、中国知网 23 篇、万方数据 87 篇(含学位论文)。学界对此孜孜以求,盖因社交称谓语作用很大,其研究有助于弄清汉语词汇整体的系统性,其所反映的社会意义和文化意义价值不菲。社交称谓语逐渐形成“中心词 + 亲属称谓语”这一新的结

构,如早些年出现的“倒爷”、“打工妹”,近年出现的“空姐”、“长发妹”、“犀利哥”、“给力哥”、“三轮哥”,继而其相对应的“拜金女”等以“××哥”和“××妹”、“××女”为词语模式构成的新型社交称谓语,在媒体中大行其道。

对于“中心词 + 外化亲属称谓语”的研究至少涉及认知语言学、语用学、修辞学、社会学等领域,具有跨学科交叉研究性质,值得探索。囿于篇幅,我们选取三个观察点,分析其结构,从认知语言学和语用学角度展开讨论。

1 “中心词 + 外化亲属称谓语”的结构维度

该类称谓语在结构上呈“中心词 + 哥/妹/弟/爷……”特色,音节多为 2 + 1 音步。例如:

* 本文系湖南省社科基金项目“社交称谓的和谐互动构建模式及其在湖南的实证研究”(09YBB102)的阶段性成果。

- ① “犀利哥”被走红 一组照片引发的娱乐事件(优酷网)
- ② 东莞“双刀男”闹市索钱 警员持盾围攻制服(优酷网)
- ③ 未来哥1个月前发话 PK 章鱼哥6猜全中 谁是预测帝(中国新闻网 2010-7-8)

首先,从中心词分析。词数上多为双音节词,偶见单音节词(的哥、宅女等);从中心词内涵入手,常为:(1)运输工具:的哥、三轮哥、火车哥、宝马女;(2)居住场所:宅女、宅男;(3)空间动作:奔跑哥;(4)人物特性:犀利哥;(5)动作特征:咆哮哥、瞌睡帝。中心词词性分析,名词居多,其次是动词和形容词。其次,从外化亲属称谓语分析,多见“哥”、“妹”、“弟”、“姐”、“帝”、“爷”等亲属称谓语,其余如“儿”、“孙”、“侄”等乏见。

2 中心词的认知语言学分析

当今认知语言学主要由三种方法表征:经验观、凸显观和注意观(Ungerer & Schmid 2001)。经验观认为,人们的日常语言中储存了大量有关世界的经验信息,这些信息也可以反过来从人们的日常会话中分离出来。主张语言使用者对事物的描写不局限于客观,不仅要建立逻辑规则,还应注重对实际经验的研究。凸显观基于心理学研究的一个发现,即“人们依据各部分凸显程度的不同来组织大脑接受的听觉或视觉信息,凸显即是注意的焦点不同,因而可以凸显不同的侧面”(赵艳芳 2001: 139)。凸显观在于从事件中抽取主要部分,形成不同表达式。The car crashed into the tree 凸显车,而 The tree was hit by the car 则凸显树。句子主语的选择取决于句子描述情景中各要素的凸显度。注意观基于另一个基本假设:人们实际用语言表述的是某一事件中抓住我们注意力的那一部分。The car crashed into the tree 只描写车祸中引起我们注意的部分。

以“犀利哥”为例试析。该词的产生是三种表征手段综合运用结果。出现在我们面前的是一位乞丐,依据生活经验,乞丐与落魄、邋遢联系在一起,但细推起来,不难与其拥有的自由与潇洒联系起来。人们突破传统意义上的客观描写,结合经验,运用联想,内在体验,然后从这一乞丐身上具有的众多表征中重点抽取某些特征:帅气的脸庞、忧郁的眼神、稀松的胡碴、神奇的服饰以及杂乱的头发,这些就是我们的注意产生转移后的结果。由此,这些表征糅合在一起,从所有表征中得到凸显,组合起来,出现一幅放荡不羁、玩世不恭的形象。综合这些特征,新称谓语“犀利哥”得以产生。

通过上述分析,印证经验观、凸显观和注意观是人类认知事物的主要方式,同时也是新词语构成的依据。但是,联想在其中也起了非常大的作用。本例中,联想与人

们的经验观共同起作用。借助生活经验,结合其冷峻的面容、潇洒的外姿、不修边幅的外表,一幅沧桑感,不禁使人联想汉语“犀利”一词。因而,联想是必不可少的表征,同时也是前三个表征的自然结果与最后程序。

因此,我们大胆对认知语言学的三种表征方法加以调整和修正,提出认知语言学的表征可概括为4种,其顺序为:经验观-注意观-凸显观-联想观。解释为:人们利用经验观分析、提取并建立逻辑规则,然后注意其某一方面,凸显该部分,经由联想对其产生新的认知。上例认知过程如下:乞丐→落魄,然而自由(经验观)→外部特征(注意观)→脸面、气质(凸显)→犀利哥(联想观)。

当然,在此类称谓语的产生过程中,要注意在4种表征联合起作用的同时,凸显得出的信息最好具有唯一性,即不让人产生多种理解。如“宅女”:呆在家里不爱外出的女子;“咆哮哥”:不注意场合而大吼大叫的男子。而实际中有些此类称谓语往往不具唯一性,使人产生多种解释。如“火车哥”有数种理解:开火车的人、跳火车的人、拦火车的人等。再如“芙蓉姐姐”,原指喜欢经常在网上贴自己照片的女子,从其照片看不属于特别美的类型,称其为“芙蓉”有些牵强,乍一听,还以为是卖芙蓉花的女子呢。所以,该称谓语的中心词选择不当,主要是凸显不够,信息组合差强人意。当然,可以这样理解,此例运用比喻手段,略含讥讽味道。但是仍不恰当,因为,一来以“芙蓉花”喻示爱出风头的女子,本体和喻体的内涵不构成对应;二来,结合以往很多例子看出,此类新创称谓语多在结构上迎合读者,作为叙事事件的总结,其含义直截了当,而此例无此效果,所以并不成功。

3 外化亲属称谓语的语用学分析

前面提到,从亲属称谓语分析,多见“哥”、“姐”、“弟”、“妹”、“爷”等亲属称谓语。该类称谓语特色有:(1)多为亲属称谓语,且借用称呼不具亲属关系的人,可称其为“亲属称谓语的外化”(马宏基 常庆丰 1998: 45),或称亲属称谓泛化(张从益 2010);(2)其功用除称谓外,附加感情色彩,或尊敬,或喜爱,或赞美,或嘲讽等。缘何使用“哥”、“姐”、“爷”、“帝”等称谓语,而“儿”、“侄”、“孙”等乏见呢?语用学提供了较好阐释。

3.1 礼貌原则驱使

Leech的礼貌原则总结礼貌语言要注意的6个方面:得体、慷慨、赞誉、谦逊、一致、同情,在语用学研究中的学术价值和实践指导意义应予以充分考虑(徐盛桓 1992)。

中国式礼貌的最大特点是“夫礼者,自卑而尊人”,自称要贬,他称要尊,即贬己而尊人。Leech的谦逊准则相当于贬自尊人准则的一部分,他的同情准则(尽量缩小对他人的厌恶)在中国文化里也涉及礼貌现象。现代礼貌的社会功能随着社会等级的消失,已经转移到保持人与

人与人之间关系的融洽与和谐,消除抵触,促成合作上来。贬己尊人准则可以说是最富有中国文化特色的礼貌现象(顾曰国 1992)。亲属称谓中,“哥”者,兄也,指同父母(或只同父,只同母)或同族同辈而年龄比自己大的男子。外化为社交称谓语后,同辈年长的男子通称“哥”,并且对年龄小于自己的也未见得称“弟”,称其“小哥”。例如:

① 秦老留着他母子两个吃了早饭,牵出一条水牛交与王冕,指着门外道:“……小哥,你只在这一带顽耍,不必远去。”(《儒林外史》第一回)

② 只见有个牧童,身穿白衣,手拿器械,从路旁走来。唐敖上前拱手道:“请问小哥,此处是何地名?”(《镜花缘》第二十回)

可见,社交称谓中的“哥”是贬己尊人的典范,所以出现了上述关于“哥”的例子,不管是在年龄上小于或大于被称者,通称其为“××哥”。岂止叫“××哥”,甚至还有将对方抬高比自己高一辈分,叫“××爷”的。如“板儿爷”(三轮车夫)、“膀儿爷(光着膀子不穿衣服在大街上溜达的人)”。

此类称呼语中也有叫“××弟”的,同样也是贬己尊人。如济南机场有个四岁左右小男孩,临上飞机前,坐在行李推车上边哭边睡,逗趣的表情让他在网络瞬间暴红,人送外号“瞌睡弟”。为什么不称其为“××小哥”?一来因为孩子年龄实在太小,不到懂事年龄,因此不宜称“小哥”;二来媒体长期出现此类词语,人们心目中逐渐形成一个2+1音步的词语模式,从众心理使得“小哥”一词被弃用,转而求助他词。该男孩与编造外号者和广大读者的年龄相去太远,但仍被抬为平辈,称为“弟”,不可不谓抬高别人,贬低自己,缘何?礼貌原则所致。

同样,亲属称谓语中也有“儿”、“女”、“侄”、“孙”等称呼,为何不也外化为社交称谓语?因此类称呼在社交中非但不礼貌,有的还有骂人之嫌,所以在外化的亲属称谓语中,大部分上辈对晚辈的亲属称谓语根本不存在。

3.2 面子需要

面子指“一个人在公众当中的自我形象”(George Yule 2000: 60)。人在社会交往中不希望丢面子,自己不希望损害他人的面子,他人也就会照顾自己的面子,此谓保全面子的工作(face-work)。中国人面子的维护包括对己与待人两个方面。对己要克己守礼,不失体面,一言一行符合社会的要求和自己的身份地位。对人则要尊重体谅、热情友善,充分顾全到对方的面子(李军 宋燕妮 2004)。外化亲属称谓语具有“亲切”意味,一个“哥”字拉

近彼此陌生的距离,给足对方面子,亲切之感跃然纸上。面子理论以受损最小化、受益最大化为原则,中国人的面子感受侧重于体面或情面的损益,是一种对尊严与尊重的要求。称呼同辈甚至是下辈为“哥”、“爷”、“姐”等,充分考虑到对方情感上的接受度,符合言语交际中扬升抑降中的“被动升”(束定芳 王虹 1993),即说话者被动扬升对方及其所属,使得听话者满意。这样,降低自己、拔高对方所获得的社会效益,岂是一个“哥”字了得?

4 结束语

我们掘取称谓语浩瀚海洋中的一朵小浪花,作了两方面分析,探析中心词的产生过程以及外化亲属称谓语的选择问题。虽然此类称谓语的产生不乏随意性,许多是临时性创造的,但是有的词语像“打工妹”等由于广泛使用也就沉积下来,被收入汉语词典,成为汉语语汇的有机组成部分。这一构词方式仍将方兴未艾,在生活中会源源不断出现,值得深入研究。

参考文献

- 顾曰国. 礼貌、语用与文化[A]. 中国语用学研究论文精选[C]. 上海:上海外语教育出版社, 2001.
- 李军 宋燕妮. 面子理论在汉文化中的考察[J]. 修辞学习, 2004(2).
- 马宏基 常庆丰. 称谓语[M]. 北京: 新华出版社, 1998.
- 束定芳 王虹. 言语交际中的扬升抑降与礼貌原则[A]. 中国语用学研究论文精选[C]. 上海:上海外语教育出版社, 2001.
- 徐盛桓. 礼貌原则新拟[J]. 外语学刊, 1992(2).
- 赵艳芳. 认知语言学概论[M]. 上海:上海外语教育出版社, 2001.
- 张从益. 基于叙事动力的内外发生分析在交际称谓学中的应用[J]. 外语教学, 2010(5).
- 郑献芹. 近十年来汉语称谓词语研究概况及分析[J]. 江西社会科学, 2006(5).
- Ungerer, F. & H. J. Schmid. *An Introduction to Cognitive Linguistics* [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2001.
- Yule, G. *Pragmatics* [M]. 上海:上海外语教育出版社, 2000.