

节假日调整方案调查问卷的批评性语篇分析

李 静, 田海龙

(天津商业大学外国语学院, 天津 300134)

【摘要】从批评性语篇分析的视角出发,运用系统功能语言学及语用学的分析方法,对国家发改委在其官方网站上公布的节假日调整方案的调查问卷进行分析,发现调查问卷作为一种商用语篇体裁参与社会实践,在了解民意的同时,更加侧重推销方案,在一定程度上促成了这次节假日调整方案的实施。

【关键词】批评性语篇分析;系统功能语言学;语篇体裁;语用预设;推销方案

【中图分类号】H0-05 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1674-2362(2009)02-0020-04

2007年11月9日,国家发展和改革委员会在其官方网站及国内主要门户网站上公布了《国家法定节假日调整方案》(以下简称“调整方案”),其要点是:第一,国家法定节假日总天数由10天增加到11天;第二,元旦放假1天、“十一”和春节各放假3天均不变,但春节放假起始时间提前至除夕;第三,“五一”放假由3天减为1天,同时增设清明、端午、中秋为法定节假日,各放假1天。^[1]公布调整方案的同时,还刊登了对调整方案的调查问卷,征求公众意见。本文旨在借助 Fairclough 批评性语篇分析的方法,运用系统功能语言学和相关理论,对这份调查问卷进行分析,探讨语篇作为一种社会实践在这次节假日调整方案的实施过程中所发挥的推动作用。

1 批评性语篇分析和系统功能语言学

系统功能语言学(systemic functional linguistics,简称SFL)冲破传统语言学的束缚,将社会语境作为语言研究的一个重要因素,发展出语言的三大纯理功能:概念功能(ideational metafunction)、人际功能(intepersonal metafunction)和语篇功能(textual metafunction)。^[2]它强调将语言置于社会文化背景中才能解释其本质,从而被批评性语篇分析充分汲取,成为其最有力、最成功的研究方法。^[3]

批评性语篇分析(critical discourse analysis,简称CDA)是20世纪70年代末至80年代初由批评语言学(critical linguistics,简称CL)发展而来的一种用于语篇分析的理论框架和研究方法。^[4]论及批评语言学的形成,我们不能忽视系统功能语法的作用,因为系统功能语法对批评语言学的文本分析最为重要。^[5]正如Fowler所说,“鉴于价值这么彻底地隐含于人们的语言用法中,我们有理由建立并实践一种趋向于理解这种价值的语言学……Halliday的系统功能语言学特别适合于把结构与交际功能联系起来,所以他为我的描述提供了工具……”。Chouliaraki和Fairclough在讨论批评性语篇分析的发展前景时指出,“批评性语篇分析的发展离不开对系统功能语言学理论的吸收和借鉴,系统功能语言学是对批评性语篇分析的补充”。^[6]

综上所述,可以看出系统功能语言学与批评性语篇分析的结合越来越紧密,二者呈现一种共同发展的态势。^[7]因此,本文选择在系统功能语言学的基础上,对这份调查问卷进行批评性语篇分析,从而揭示其隐含的意义和目的。

2 语篇分析

Halliday认为“语言本身是一个庞大而复杂的由许多子系统构成的符号系统,是一套系统化的意

义源泉;语言系统内的每个子系统都有一组可供选择的项目,每个选项都表达一定的意义,所以对任何一个选项的选择都是对意义的选择。^[8]作为一种社会符号学理论,系统功能语言学以意义为基点,成为批评性语篇分析的主流分析工具用来分析语篇所体现的权力关系和意识形态。^[9]

2.1 人际功能分析

人际功能指的是人们运用语言来和其他人交往,建立和保持人际关系,用语言来影响别人的行为,同时用语言来表达对世界的看法甚至改变世界,主要涉及语气 (mood) 系统和情态 (modality) 系统。人们在日常交往中,无论怎样不断变换交际角色,但主要的角色只是“给予”(giving)和“需求”(demanding);交往中所交换的可以是货物和劳务 (goods-&-services),也可以是消息 (information)。人们可以通过语言 (如用陈述句) 来给予消息,也可以用语言 (如用疑问句) 来表示对消息的需求。^{[10]39-40}

通览这份调查问卷,我们不难发现它是由七个问题 (question) 组成的,也就是说在该调查问卷中政府用疑问句 (interrogative clause) 来表示对信息的需求,要求被调查者提供相应的信息,这在一定程度上体现了政府和被调查者之间的一种权势不对等关系,因为只有政府享有提出问题的权力,被调查者只能就政府所提出的问题给予相应的回答。不仅如此,政府在提出问题的同时还限定了问题的答案,即在设计前六个有关假日改革的问题时,政府在每个问题后都只给出了三个选项:支持,反对,或无所谓。导致被调查者在填写问卷时,只能考虑问题的归一性 (polarity),要么肯定 (positive) 要么否定 (negative),而不能表达他们自身的情态意义。而只有情态意义才关系到发话者对实施某一行为的“倾向”(inclination) 或“意愿”(willingness) 程度。^{[10]57}由此我们可以看出,政府设计这份调查问卷的主要目的是对调整方案的宣传和推广,而不是了解民意。

2.2 概念功能分析

概念功能指语言再现语言使用者的所见所闻、亲身经历以及内心活动的功能,主要涉及及物性 (transitivity) 系统。^{[10]78}现实世界中发生的一件事,在语言上可用及物性系统中不同类型的过程 (process) 来叙述,或者用同一过程,但变换参与者

(participant) 和环境成分 (circumstance) 的位置。小句的过程类型主要可分为三种,即物质过程 (material process), 心理过程 (mental process) 和关系过程 (relational process)。^[11]选择哪一种过程,怎样安排参与者和环境成分的位置,或是否直接隐去某个成分在很大程度上由意识形态决定。

通读这份调查问卷,我们不难发现跟假日改革相关的六个问题都是修饰型关系过程 (attributive relational process), 如表 1 所示。

表 1 原小句的关系过程

对于……	您的态度	是	支持;反对;无所谓
环境成分	载体 (Carrier)	关系过程	属性 (Attribute)

关系过程通常表状态。^{[11]14}这种修饰性关系过程呈现给被调查者的是一种静态的既定事实,使得他们只能消极被动地去接受。

试想,如果我们把问题设置为“您是否同意……? 是;否;无所谓。”,小句就变成了心理过程,如表 2 所示。

表 2 修改后小句的心理过程

您	是否同意	……
感觉者 (Senser)	心理过程	现象 (Phenomenon)

心理过程通常用来表达人的内部经历。^{[11]14}因此,一旦我们把小句的关系过程改为心理过程,被调查者作为情感 (affection) 这一心理过程的感觉者就能积极主动地感知这次节假日改革,并能在其内心世界切实地感受这份调整方案的利与弊,而不只是消极被动地接受。

仔细阅读这份调查问卷,我们还发现,原关系小句中用来描述调整方案的环境成分都是有意的物质过程 (intentional material process), 如表 3 所示。

物质过程通常表动作,动作既可以是有意,也可以是无意的,有意的物质过程都会对其目标产生影响。有些目标代表的人或物是由过程带出来的 (bring Goals to existence), 有些则是过程出现前就存在的 (be done to existing Goals)。^{[10]79-80}动词“增加”和“调整”属前者,即国家法定节假日新增加的 1 天,清明、端午、中秋这三个传统节日,春节放假起始时间的提前以及 5 个連休三天的“小长假”都只有通过这次改革才能享有;动词“推行”结

合其前面的限定成分“全面”也属前者,即职工带薪休假制度只有通过这次改革才能得以全面实施;动词“保留”则属后者,即“十一”国庆节和春节两个黄金周都不会因为这次改革而取消。因此,通过六个有意物质过程的连续使用,此次节假日改革的有利之处得以充分强调,在一定程度上促进了这份调整方案的实施。

表3 原关系小句的环境成分的物质过程

动作者 (Actor)	环境 成分	物质 过程	目标 (Goal)
		增加	将国家法定节假日总天数由10天……到11天
		增加	将“五一”国际劳动节调整出的2天和新增加的1天用于清明、端午、中秋三个传统节日……为国家法定节假日
		保留	“十一”国庆节和春节两个黄金周
		调整	将春节放假的起始时间由农历正月初一……为除夕(大年三十)
		调整	前后周末形成元旦、清明、国际劳动节、端午、中秋5个连休三天的“小长假”
国家	全面	推行	职工带薪休假制度

2.3 语篇功能分析

语篇功能指的是人们在使用语言时怎样把信息组织好,同时表明一条信息与其他信息之间的关系,而且还显示信息的传递与发话者所处的交际语境之间的关系,主要涉及主位结构(thematic structure)和信息系统(information system)。主位结构由主位(Theme)和述位(Rheme)构成。^{[10][117-119]}对于任何一个小句来说,其意义的一部分在于选择哪一个成分做主位。主位有标记性(markedness)和无标记性(unmarkedness)之分。一般说来,主语充当主位时,这个主位是无标记的,其他成分(如状语)充当主位时则是有标记的。^{[10][120-121]}信息系统是已知信息(given information)与新信息(new information)相互作用所构成的信息单位。信息系统和主位结构既相互独立,又彼此联系。主位通常表示已知信息,述位通常表示新信息。^{[2][38]}

通览这份调查问卷,我们发现前六个问题都选

择使用了标记性主位,如表4所示。

表4 原小句的主位结构和信息系统

对于……	您的态度是:支持;反对;无所谓
标记性主位/已知信息	述位/新信息

政府选择使用标记性主位,把所有有关这次节假日改革的举措都视为没有异议的已知信息放在句首,以引起公众对调整方案的格外注意,表明政府在了解民意的同时,更侧重推销方案。

为了充分了解民意,我们可以选择“您”作主位,把问题设置为“您是否同意……?是;否;无所谓。”这样,小句的主位就由标记性变成了无标记性,如表5所示。

表5 修改后小句的主位结构和信息系统

您	是否同意……:是;否;无所谓
无标记性主位/已知信息	述位/新信息

修改后的无标记性主位从被调查者的角度出发,把调整方案视为新信息放在主位之后充当述位。

2.4 语用预设的语篇分析

诚然,系统功能语言学的研究方法具有较高的衔接性和可操作性,但语用也是批评性语篇分析应该考虑的一个因素。^[12]通览这份调查问卷,我们发现政府在给定的语境中设置问题时,假定了一些前提条件或背景知识。而这些前提条件或背景知识就是这一语境中该语句的语用预设(presupposition)。语用预设是为语篇信息流的畅通服务的,因为发话者在发出一个语段时往往同时表达了预设信息和断言信息。断言信息构成了信息流中的新信息,而预设信息则是信息结构的起点,它所传递的是发话者对共知信息的假设。^[13]作为一种假设,语用预设也许只是发话者的一种信念,是发话者认为想当然的信息,不一定具有真实性。

现在我们来看调查问卷的第三题——对于保留“十一”国庆节和春节两个黄金周,您的态度是:支持;反对;无所谓。政府将取消“五一”黄金周视为预设前提。被调查者已经被误导为“要么保留两个黄金周,要么一个也没有”,如此情形之下,多数人除了选择“支持”之外,还能有别的选择吗?

仔细阅读这份调查问卷,细心的读者会发现,“是否同意取消‘五一’黄金周”这一关键问题并没

有明确列出。事实上,调查问卷中的前六道题,都竭力放大了节假日调整可能带来的益处,却回避了最受关注、争议最大的取消“五一”黄金周问题,使人们无法表达真实的意见。而调查问卷中唯一提及“五一”黄金周的是第二题——对于将“五一”国际劳动节调整出的 2 天和新增的 1 天用于增加清明、端午、中秋三个传统节日为国家法定节假日,您的态度是:支持;反对;无所谓。它不仅将取消“五一”黄金周视为预设前提,还把它与增加传统节日休假搅在一起,诱使人们选择“支持”,甚至无论怎样回答都可视为同意取消“五一”黄金周。

2.5 语篇体裁分析

Eggs指出语篇体裁(genre)是用语言来达到一定目的的有意识、分步骤的方式。^[14]我们认为语篇体裁不仅仅是一种话语形式,而且是意义得以建构的处所。体裁塑造我们的思想,赋予我们的交际以一定的形式。调查问卷作为一种语篇类型,最初是一种商用促销性体裁(promotional genre),是商业活动中企业向消费者推销其产品的一种方式。事实上,现代社会的许多体裁形式已经在很大程度上商业化、市场化了。因此,调查问卷这种商用体裁已经被广泛应用于许多其他领域。本文讨论的这份调查问卷就应用于政治领域,是由政府向人民大众发起的。如果说一般意义上的调查问卷推广的是商品和服务的话,那么这份政治领域的调查问卷推广的则是政府形象和调整方案。除此之外,政府运用这种商用体裁来征求公众意见还在一定程度上增强了假日改革的商业化色彩,使人们更乐于参与这项问卷调查,更容易接受这份调整方案。这样,作为一种商品化了的体裁,无论这份调查问卷的结果如何,它都能在很大范围内发挥其“广而告之”的作用。

3 结 语

从批评性语篇分析的视角出发,运用系统功能语言学及语用学中的语言分析方法,对国家发改委在其官方网站上公布的节假日调整方案的调查问卷进行语篇分析,我们发现该调查问卷在了解民意的同时,更加侧重推销调整方案。政府通过调查问卷这种商用语篇体裁来参与社会实践,促成了这次

节假日调整方案的实施。由此我们可以看出“语篇在社会意义上具有建构性,即语篇有助于说明、组成并建构社会现实、人际关系及知识和信仰,语篇参与并促进社会变迁。”^[15]就这份调查问卷而言,我们可以清楚地认识到它在社会生活中的双重作用,它既是政府用来了解民意的一种手段,又是政府用来推销方案的一种方式。

注 释:

转引自:张德禄. 系统功能语言学的新发展[J]. 当代语言学, 2004(1): 57 - 65.

参考文献:

- [1] 国家法定节假日调整方案问卷调查[EB/OL]. (2007-11-09) [2008-08-01]. <http://shs.ndrc.gov.cn/surveys/foreword.jsp>.
- [2] Halliday M A K. An Introduction to Functional Grammar (second edition) [M]. London: Edward Arnold, 1994.
- [3] 苗兴伟. 语篇分析的进展与前沿[J]. 外语学刊, 2006(1): 44 - 49.
- [4] 纪玉华. 批评性话语分析:理论与方法[J]. 厦门大学学报:哲学社会科学版, 2001(3): 149 - 155.
- [5] 田海龙. 语篇研究的批评视角:从批评语言学到批评话语分析[J]. 山东外语教学, 2006(2): 40 - 47.
- [6] Chouliaraki L, Fairclough N. Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis[M]. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999: 1 - 2.
- [7] 刘立华. 《系统功能语言学与批评话语分析:社会变化研究》评介[J]. 现代外语, 2006(4): 426 - 428.
- [8] Halliday M A K. Language as Social Semiotic [M]. London: Edward Arnold, 1973: 65.
- [9] 张德禄. 系统功能语言学的新发展[J]. 当代语言学, 2004(1): 57 - 65.
- [10] Thompson G. Introducing Functional Grammar [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2007.
- [11] 李国庆. 试论及物性系统结构和语篇体裁[J]. 外语教学, 2005(6), 13 - 18.
- [12] 严轶伦. 基于预设的批评性语篇分析[J]. 山东外语教学, 2007(6): 32 - 37.
- [13] 朱永生. 语用预设的语篇功能[J]. 外国语, 2000(3): 25 - 30.
- [14] Eggs S. An Introduction to Systemic Functional Linguistics [M]. London: Pinter, 1994: 31.
- [15] Fairclough N. Discourse and Social Change [M]. Cambridge: Polity Press, 1992: 64.

(下转第 29 页)

Service Logic Revisited

—View Based on Value Creation

Christian Grönroos¹ (Author), YAO Ya-nan², WEI Fu-xiang³ (Compiler and Translator)

(1. Hanken Swedish School of Economics and Business Administration, Finland;

2. Business School, Renmin University of China, Beijing 100872, China;

3. Service Management Research Centre, Tianjin Normal University, Tianjin 300387, China)

Abstract: The paper makes a study of the meaning of service logic for consumption and provision by theoretical analysis and conceptual development. Firstly, value-in-use is the foundation of value creation, and the customer is the value creator. Secondly, adopting a service logic makes it possible for firms to get involved with their customers' value-generating process, and the market offering should be expanded to firm-customer interactions so that supplier can become the co-creator of value with its customers. Lastly, ten service logic propositions are put forward for marketers to understand customer value creation from a new perspective and to do service practice.

Key words: service logic; service marketing; value creation; value co-creation

(责任编辑 朱慧娟)

(上接第 23 页)

Critical Discourse Analysis of a Questionnaire on Proposal for Holiday Overhaul

LI Jing, TAN Hai-long

(School of Foreign Languages, Tianjin University of Commerce, Tianjin 300134, China)

Abstract: Analyzed from the perspective of critical discourse analysis and by means of systemic functional linguistics and pragmatics, the questionnaire on the proposal for the holiday overhaul issued by National Development and Reform Commission on its official website, was seen to aim more at the promotion of the proposal than at the understanding of public opinion, which, in turn, as a social practice, helps put the proposal into effect.

Key words: critical discourse analysis; systemic functional linguistics; genre; presupposition; promotion of the proposal

(责任编辑 于丹)