

话语分析与新媒体研究

李战子

(解放军国际关系学院, 南京 210039)

提 要 本文选取新媒体研究与话语分析有关的领域,从互联网话语的语类多样性、网络民意话语的特点、舆情分析的关注点对话语分析的启示等三个方面展开讨论。本文认为以功能语言学为框架的话语分析能够为新媒体研究中所关注的话语提供系统而精微的描述和阐释,有助于推进新媒体研究在话语层面上的认知,同时,舆情分析等新兴领域的发展也为话语分析提供了有益的启示。

关键词 新媒体 话语 功能语言学 舆情分析 语类 评价

DOI:10.16027/j.cnki.cn31-2043/h.2016.04.006

一、引 言

话语分析来自对超越句子的单位的认识,区分口头和书面话语。在互联网普及的今天,新媒体话语构成了一种融合口头和书面话语的第三种空间话语,是数字口语(洛根 2012:90),是赛博空间中的独特存在。要深入理解赛博空间的特质,对新媒体话语的研究至关重要。本文选取新媒体研究与话语有关的三个方面进行简要梳理和探讨,即:新媒体话语的语类多样性、网络民意话语的特点、舆情分析的关注点对话语分析的启示等。

二、功能话语分析

功能话语分析来自系统功能语言学对话语语义的系统描述,其代表人物马丁等在韩礼德语言三元功能的基础上建立了话语语义学,系统地对话语中语义的建构做出清晰的分析,是本文所指的话语分析的主要依据(Martin & Rose 2003, 2008; 胡壮麟等 2008)。

新媒体以计算机多媒体技术为支撑,融合多个传统媒体的特点,并利用互联网开放的互动优势为用户带来海量信息和全方位立体的真实体验。新媒体话语可以包括门户网站、搜索引擎、虚拟社区、电子邮件、即时通讯、博客、网络文学、网络杂志、网络广播、网络电视、手机短信、微信等等,具有数字化、互动性、超文本、虚拟性、网络化、模拟性等特征。(洛根 2012:8)新媒体具有“传播与更新速度快、成本低”,“信息量大、内容丰富”,“低成本全球传播”,“检索便捷”,“多媒体传播”,“超文本”和“互动性”这七大特征(匡文波 2012:10-12)。

上述语类多样性和互动性等特征在功能话语分析基于语言元功能的框架中均有系统的描述,特别是马丁等提出的评价、协商、概念、联结、识别和韵律等六个语篇的模块,分别对应人际意义、概念意义和组篇意义,对话语中的态度协商、意义交换、经验呈现、事件联结、主体追踪和信息流动等进行了系统描述和分析(Martin & Rose 2003),限于篇幅,在此不展开,朱永生等(2015)对系统功能语言学对话语发生学的研究做过简明概述。以网络互动话语如跟帖、博客等为例,因网络的快捷反应,使得信息的传播者和受众之间能即时互动,话语分析也跟进到研究动态的衔接和连贯、话题和信息的流动、评价和协商等方面,而不再局限于书面和口头话语的区分,而是针对网络空间的第三种话语。

三、新媒体话语的语类多样性

互联网话语的多样性超出了迄今为止各种对网络现状的概述。较之于话语分析的多元语料,在学术期刊论文中覆盖的新媒体话语种类仍然较为有限,且主要集中于社交媒体话语如微博、微信公众号等。如我们所知,社交媒体最能体现互联网发展本质,但在《中国新媒体报告》(2013)的分析中,语言只是一个方面(唐绪军等 2013:264)。其实语言建构了社会关系的各个方面,这里有语言反映论和建构论的区别。这也关涉到对话语与新媒体之间关系的看法。从反映论看,话语只是新媒体研究中的一个方面;从建构论看,话语则在新媒体理论中占有重要的地位。

以下以蚂蜂窝网站的促销语类为例说明话语的重要作用。徐志斌(2013:20)谈到了每个细微的分享、转发与评论所带来的社交红利。对于话语分析能发挥怎样的解释力,该书作者给出了一个机器语言和5条新文案的对比:

(1)机器语言:亲【123456】个蚂蜂窝网友和你一起关注【三亚】的旅行,这里有众多网友真实而精彩的三亚旅游攻略,点击查看。

(2)新文案 1.去三亚?还没做好攻略吧,我之前需要的信息都是在这里找的(附带链接),吃喝住习惯很全面,你还不参考下?

(3)新文案 2.我也即将去三亚,景点、住宿、美食、交通都搞定,这儿的信息帮了我大忙,强烈推荐(附带链接)。

(4)新文案 3.带朋友出去玩,行程必须充满惊喜呀,这里有好多情侣回来后写的三亚精彩游记(附带链接),赶紧学习学习。

(第4、第5条新文案略)

第一天的文案发出后,只有3.7%的用户通过信息附带的链接点击来到网站浏览。“软化语气”的文案登出后,数据上升到22%。重新撰写后,前三条的转化点击比例在60%以上。“单独从这5条文案看,只是言语的出发点不同就能带来点击回流上的很大差异,前3条数据表现良好,正是因为简单而直接地提出了衣食住行的实用信息,这对出行前的用户有着巨大的帮助。”(徐志斌 2013:70-71)

从功能话语分析的角度,这五条文案不仅仅在“言语的出发点”上有特点,概念意义、人际意义、语篇意义均有独特的构建。区别于机器语言,包括“附带链接”等网络组篇特色,在人际意义上的对话特征显著,句式的选择、评价资源的选择、对新的促销语类的把握等均有可以描述的系统特征,这时话语分析能够提供的理论上的认知将超越该书作者的印象式点评。

该书作者进一步谈到:“在大多数社交产品上,信息的质量非常重要,每条消息都是一个

用户了解、接触自己的入口。因此在信息上要投入和花费更多的时间与精力,反复优化。这些高质量的信息即使沉淀在社交网络中,也会发生可观的长尾效应。如果我们抽取部分在微博获得超大流量的网站的信息,都能看到这样的特点。”(徐志斌 2013: 69)这里的“信息的质量”过于笼统和难以把握,如果借助话语分析的理论描述,如已知信息和新信息的有机融合等,则会有更加清晰的认知。这里例举的新促销语类需要有一个语类理论框架的细致描述。

系统功能语言学中针对语类(genre)所进行的研究可以分成两类:一是韩礼德和哈桑的研究。哈桑将语类定义为语篇的类型(type of discourse),提出了语类结构潜势这一概念,旨在描述某个语类在其意义结构上所具有的可能性,其研究的内容包括哪些成分是必有的,哪些成分是可有,所有的成分以什么样的顺序出现,是否有反复出现的成分存在。二是马丁的研究。马丁(1992)把语类看做是“分阶段的、有目标的、有目的的活动”,它描写一个语篇的隐性意义结构,并揭示特定语类的图式结构。例如,科技教科书,不论是物理教科书或生物教科书,具有相似的结构特征,因为它们实现相似的交际意图。马丁在分析语篇语类的结构形式时提出了纲要式结构。纲要式结构指的是语篇中的各个功能部分,如科技论文语篇语类中的摘要、引言、理论框架、研究方法、结果分析等。体现样式则指语言形式的选择,如摘要由陈述小句体现。纲要式结构和体现样式一起表现出每个特定语篇所属的特定语篇语类。

意识形态贯穿于语言和其他符号系统中,对语义的意识形态动因的考量除了从语义上看,还要关注意义在特定文化语境中的分布。什么意义是言语社群共享的或不共享的?对跨越语类的选择进行概括更为重要。在笔者开设的新媒体话语分析课程教学中,师生进行了《钓鱼岛争端的新媒体语类观察——以白皮书相关语类为例》的一项课堂研究,我们对有关钓鱼岛争端的各种语类,如外交部宣言、白皮书、网民评论性文章、维基百科及相关新闻报道,进行了语类图式结构研究及评价分析,并从时间/因果、个人/类指及态度/事实等维度对这些语类进行了拓扑式分类。结果发现,从语类结构来看,外交部声明的语类结构是说明文基本结构;白皮书语类结构则是该基本结构的扩展,极其清晰紧凑,而网民评论性文章直接进入分论点论证,这种对分论点的重复使得语篇冗长、缺乏说服力。在态度立场阐述上,外交部宣言最为强烈,白皮书次之,新闻报道既陈述了事实又暗含了态度,反映了作者的态度立场及统治阶层的意识形态。总体上讲,在拓扑分类上,外交部宣言、白皮书、网民评论性文章和新闻报道的主语多使用类指,趋向于态度指向,网民评论性文章和维基百科倾向于按时间顺序叙事,而白皮书和外交部宣言则是按因果顺序叙事。这些语类各有重叠之处,体现了拓扑学的连续性和相似性,凸显了它们在时间/因果、个人/通称以及单声/复调维度上的关联和细微差别。基于此,我们发现,跨越语类的语义选择彼此支撑,通过话题层面的评价,政府、传媒和公众共同努力,构建话语框架,从而构建国际传播话语权。

总之,新媒体语类的多样性超越了我们对于新媒体话语各种形式的一般认知,功能语言学中的语类理论能够提供一个将语类与特定的社会文化语境联系起来的框架,有助于我们展开对语类的比较和关联的研究。

四、话语分析对网络民意话语的分类、塑造和审视

微博正在成为网络民意话语的代表类型。2013年的《中国新媒体发展报告》(唐绪军等 2013: 286)有专章论述“微博关注热点与意见领袖话语方式”,在这个标题下,作者认为“微博

意见领袖对这些话题的表达方面风格迥异”。作者将网络微博的意见领袖话语分为四种,即:1)评论型,如潘石屹等人以评论见长,他们比较及时地就一些热点事件发表自己的鲜明观点;2)原创型,如张小娴的微博,表现女性感情世界的丰富多彩,融入她对女性自我意识的探究和关注;3)知识普及型,如李开复热衷普及和分享知识、技术,侧重分享科技类和技术类的微博内容,在2012年人气兴旺;4)自我展示型,以娱乐明星为主,注重展示工作和生活状态,满足粉丝的好奇心,维持明星的形象。

显然这些分类只是根据博主的话语内容进行,离语类分析的做法差别较大,类别之间功能重复的也很多,如原创型和评论性就难以界定,自我展示型也渗透在其他的各类别中,而知识普及型中也有原创和评论,甚至包括自我展示。而语类是可以按照不同的步骤来分析的,每个步骤中语言的三个元功能及其实现方式的组合也可以有不同的配置。基于此,引入功能话语分析方法,可以为意见领袖话语类型提供更加精确的分析。

普利莫(Plimo)(2013:342)将博客视为一种媒介(而不是语类)进行研究,并考虑博文的社会和历史语境,由此提出四个研究博客语类的维度:1)写博客的人数(个人的或集体的);2)交流形式(每日的或正式化的);3)内容重心(内在的或外在的);4)内容处理(报告或反映)。模型上方的框与1)和2)两个维度相关联,使这两个维度构成表格的横轴,表格的纵轴与3)和4)两个维度相关联。

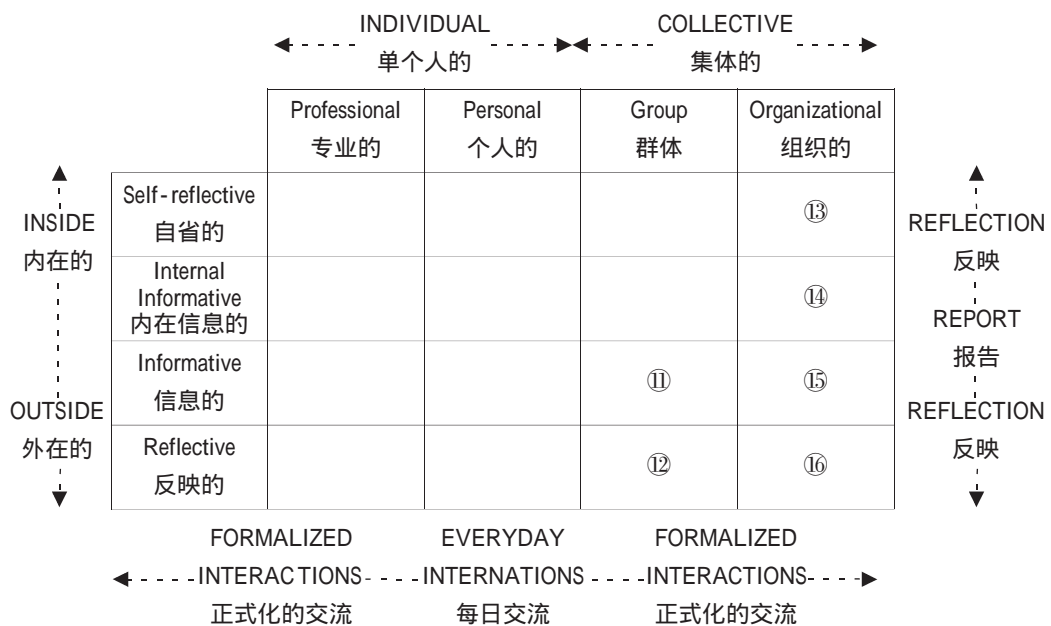


表1 博客语类矩形模型(源自普利莫2010)

将四个维度进行交融后,我们可以得出16个博客语类(依据模型中的数字顺序排列):专业人士自省类、专业人士内在信息类、专业人士信息类、专业人士反映类、个人自省类、个人内在信息类、个人信息类、个人反映类、集体自省类、集体内在信息类、集体信息类⑪、集体反映类⑫、组织自省类⑬、组织内在信息类⑭、组织信息类⑮、组织反映类⑯。显然,在对博客类别的分析上,话语分析能够提供更为精微和全面的描述。

《中国新媒体发展报告》指出,“网络意见领袖群体在现实生活中被贴上的身份、地位等标签,使其成为新媒体的话语权力中心,他们对于互联网的创造性运用推动了公民参与和政策变迁。”“相应地,大量网民的转贴、附和与评论在客观上增强了社区意见领袖的影响。”(唐绪军等 2013:299)我们的问题是,在这些围绕公共事件的扩散和影响话语中,话语分析能起到什么样的作用?

如上述对博客的语类分析可以看出,新媒体语境下,垄断信息的特权不再,普通微博用户的话语空间得到释放,关照和理解、沟通和表达,也就是“新闻和意见表达的宽度”比得到某种结论更加重要了。(唐绪特 2013:302)

这一领域的话语分析具有教育和教学方面的积极意义。这是因为年轻一代随着新媒体成长起来,获取信息渠道多,参与公共事务的意识强,网络民意话语情感值高、立场表达凸显,说理和事实陈述不足等特点,使其有时呈现出一种非理性的特质,可能会干扰或影响年轻人的独立思考和清晰判断。话语分析在分析网络民意话语中可以指出这一特点,使读者注意其中的情感和立场的语言表达特点,从而避免随大流或轻易地受到激进言论等影响,增强独立判断的能力。

不仅是对博客和社交媒体的话语分析,对新新闻的分析也亟需话语分析的视角和工具。罗伯特·洛根(2012:130)在谈到新新闻的生产者时指出,互联网对纸质新闻的另一种冲击是:网络新闻的形式变化多半是由其超文本的性质决定的。网络新闻的格式不再是倒金字塔式,不再根据突出性递减的方式排列事实;也因为新闻由超文本连接,条目之间的边界变得模糊了。超文本使读者能集中注意新闻最吸引他的那个方面,使他能避免次要的段落。还能使读者在有音频或视频的情况下直接链接到他感兴趣的音频或视频。新闻机构正在网站上创造一种富有特色的新样式,他们把新闻和信息结合起来,模糊了新闻和信息的分界线;热门的新闻转入背景,以解释最新的新闻,从而变成已为人知的信息。这里的已知信息和新信息的界定,以及断言性、印证性和事实性新闻的分野等(Kovach & Rosenstiel 2010)均可从系统功能语言学对语篇意义的描述工具中得到帮助。

五、话语分析与舆情分析

舆情分析的兴盛似乎盖过了话语分析的影响,成为更为研究者所关注的新媒体研究类别,但这两者的差异还较少有人论及。可以简略地说,舆情分析就是根据特定问题的需要,针对这个问题的舆情进行深层次的思维加工和分析研究,得到相关结论的过程。舆情分析更强调为政府部门或商业机构等服务,并且是基于统计的,大数据和云计算是其核心,以数量和走向以及话语跟踪等为主要特点。

这里我们可以以某一网络舆情监测平台的描述为例,得到一个平台功能的总体印象——某舆情监测系统,通过对海量网络舆论信息进行实时的自动采集,分析,汇总,监视,并识别其中的关键信息,及时通知到相关人员,保证用户第一时间应急响应负面信息:

采集:系统可处理复杂网站,如各类微博、需登录的论坛、含 frame 的网站。信息准确,一般自动提取文章正文,重要网站可做到 100%精确;

舆情预警监测:7×24 小时实时预警监控,根据关键词监测设置,预警时间分钟级别;

分析报表报告,邮件短信预警。

从上述各个角度进行统计分析,可帮助客户发现潜在舆情趋势。系统可以提供概况分析、

网站分析、内容分析、专题分析、操作分析和日报、周报、简报等。其他类似的监测系统还提到了云数据抓取系统,及时发现、预警和跟踪负面信息等。(来自百度百科的“舆情分析”词条,下同。)

微博舆情分析有一些常用平台,如“微风云”(http://www.tfengyun.com,原微博风云),它是新浪官方授权的社会化营销数据服务提供商,致力于用户的社会化媒体数据挖掘。读者也可自行上网登录进行测试使用。钟新等(2015)使用了这些微博评估的网络平台,以及 ROST(基于内容挖掘的人文社会科学数字化研究平台),对外国驻华使馆、外国媒体、跨国企业等的微博进行了有效的分析。以外国驻华使馆为例,他们的分析得出的结论是,这些外交微博重点介绍国家历史、文化、社会等人文话题,避免涉及政治、军事等硬性话题,善于寻找共同点制造话题,在传达价值观方面较好地利用了个人声音,营造了轻松自然的交流氛围(钟新等 2015: 103)。

显然,这些基于大数据的概述给了我们很好了解这些微博的功能的出发点,但仍不足以概括此类微博的话语特征。此类微博的语类区别于传统语类的特征何在?区别于其他个人博主的微博话语建构方面的特征何在?这是话语分析擅长的领域,需要深入地挖掘。

舆情分析的自动化过程是强大的,但细化到具体的网络舆论,话语分析仍然大有可为,并且这两个领域有不少可以相互学习的地方。下面从几个方面进行简要概述。

1.对事件和类型的界定

舆情分析对事件的分期和类型界定有较为完整的分类,这是非常值得话语分析学习的。“对舆情的分析要明确事件或话题本身所处的阶段,一般分为引发期、酝酿期、发生期、发展期、高潮期、处理期、平息期和反馈期等不同阶段”。我们认为这里强调的是话语的历史维度,这也是话语分析中重视不够的方面,有的分析者拿来一堆语料就分析语言特征,没有瞻前顾后,考察话语的变化和发展,这些话语处于什么特定的语境,之后的发展能否预测等等。李战子、向平(2007)在考察《馒头血案》话语时就试图预测此类戏谑视频的发展走向。网络视频短片《一个馒头引发的血案》的风行引发了对陈凯歌电影《无极》的批评和对短片作者胡戈是否侵犯著作权的争议。但我们没有从这两方面进行讨论,而是根据巴赫金的复调和狂欢化理论,并结合短片的多模态话语特征,分析了该片的混杂语类和狂欢化特色,说明网络戏谑视频文化为一种新的大众评论话语提供了空间和可能性,同时探讨了此类作品所代表的中国社会新话语的前景。(李战子、向平 2007)

2.对热点和叙事模式的划分

舆情分析在分析某一舆情热点之前通常会对其进行类型界定。热点事件通常分为“突发自然灾害事件、生产安全事故、群体性事件、公共卫生事件、公权力形象、司法事件、经济民生事件、社会思潮、境外涉华突发事件等。”这些类型的界定也为话语分析提供了话题选择的参照。我们看到在外语类期刊上的话语分析论文对这些热点事件的关注并不多,但正在逐步增加,这说明作者不再满足于涉猎所熟悉的教育领域,而试图用话语分析介入一些社会问题的分析,这是很有价值的。

但舆情分析的这些热点事件话题并没有更高层面的概括性,关于新媒体事件话语生产类

型和叙事模式,舆情分析并没有清晰的界定。海量数据的处理也不能代表对此类话语的总体把握,这里就产生话语分析的视角所提供总体把握的问题。如郑恩(2011)等的研究就将新媒体事件归纳为四类话语,即国家(民族)话语、公共话语、民粹主义话语和文化话语,并探讨了这种区分对认识公共治理路径转型的意义。可见舆情分析如果借助话语分析的视角,会获得质的提升。

舆情分析有其对基本框架和分析比较的特定要求,例如:“一旦确定了舆情研究中将被描述和分析的人或事物,舆情分析人员就可以对这些个人、群体、组织、社区、社会产品、社会现象或社会体制对象的舆情样本进行横向研究,做探索性、描述性或解释性分析,以政策建议为针对性目标做应用性的研究。另外,从时间维度考虑,对于舆情事件与主体的发展变化,可以针对不同人物、组织和群体进行纵向研究。”(<http://baike.baidu.com/subview/4000073/4000073.htm>)

这里所谓的横向和纵向,在话语分析中也是可以大有作为的,针对不同的主体,话语分析可以进行名词化分析、主位分析、语法隐喻分析等,而针对时间维度,如我们上文所述,话语分析往往对变化的话语样本搜集不够全面,时间维度上的比较较为单一,这是舆情分析数据化分析的优势所在。

3. 可视化和数据来源的类别

再来讨论图表制作方面的情况。这其实是“可视化”分析结果的问题。话语分析往往在深入浅出之后,得出的结论却不具有直观性,而舆情分析大量利用图表与列表,能够清晰、直观、简洁地表现舆情事件。

从数据来源看,舆情分析的区分就较为笼统,如区分了传统媒体、网络论坛、博客、问答网站等。话语分析在这里就大大胜出了。作为话语分析者,我们需要熟悉并多多分析新出现的网络话语类型,如上文提到的软促销类的蚂蜂网的广告话语等等(徐志斌 2013:71)。

4. 对言论主体身份特征的分析

从言论主体的身份特征来看,这是舆情分析关注的重点。如言论主体是媒体、官员、机构、意见领袖、网民等,进行社会化考察;“在对各种观点做具体而微的定性分析时,为研究结果做结论时应该注意材料之间的异同,避免为了结论的独立精确而牺牲材料的丰富性,应该兼顾赞扬、支持、中立、不关心、反对、谴责等不同态度,以防止观点遗漏导致分析结论偏颇,立体化、多层次、客观地反映我国转型期多元化社会的不同利益诉求,为决策和研究提供科学全面的参考”(Benwell & Stokoe 2006)。这一部分内容也是话语分析可以有所作为的地方,话语与身份的关联研究在话语分析中日趋兴盛,可为舆情研究注入新的理论视角。

5. 对各类话语的评价分析

舆情分析的一个关注核心是对网络各类话语的评价的分析,目前主要分析的是“赞扬、支持、不关心、反对、谴责”等几种态度。而话语分析中的功能语言学评价理论对评价性态度的区分更加系统、细微,能对态度分析、同一话语中的各种声音分析进行更加细致深入的解析,这显然是可以为舆情分析大大增色的。

人们在微博中并非简单地交换信息,更多的是在分享评价,因此对微博的评价分析也可以看做是对集体情绪走向的一种解读。维系在线社交网络的是语言的人际意义,也就是说社交媒体特别是微博中的语言承受着人际意义的压力,一方面受字数限制,概念意义上要言简辞简短,一方面其他由线下的言行举止表情等传递的人际意义都要在微博中表达。话语分析者从质和量两方面考察概念意义和人际意义的耦合,即变量 x 总是和变量 y 一起出现,这种耦合受到社会文化语境的影响,影响了网络社群的形成。(Zappavigna 2013: 191)功能语言学在这方面的洞见应能为基于大数据的微博舆情分析等提供理论解读和分析框架。

语言除了反映主观世界和客观世界存在的状态、发生的事件及与之相关的环境因素等,还用于表达作者或说话人对所论及的实体或命题的立场、态度、观点、情感等。对于后者,功能语言学研究用“评价”这一总括性概念涵盖。评价理论是马丁于 20 世纪 90 年代创立的理论框架,是对系统功能语法中人际意义的拓展,研究语言使用者采用了何种语言资源来表达自己的对人、事、物的评价和判断,并如何与实际或潜在的听者/读者进行态度和立场协商。评价系统下有三大系统,分别是态度(attitude)系统、介入(engagement)系统和级差(graduation)系统。态度又可进一步分为情感—对人的情感的表达、判定—对人的性格和行为的评价、鉴别——对事物的价值的评价。由于评价和价值观等密切相关,对各个语类中的评价资源的研究能使我们更好地分析和理解语篇中的意识形态(胡壮麟等 2008: 318)。

在应用评价理论进行话语分析时,分析者常会把评价的资源看成是说话人或作者做出个人化的评语的手段,特别是该理论中的“态度”范畴容易使人理解为评价者自身的态度,其实,评价首先是话语人际意义的实现方式,即评价可以被看作说话人和作者建立与他们的读者/听众之间团结的“人际的”工具。因此评价框架的人际意义要求我们在解读态度意义时考虑读者定位(reader positioning)的作用。(胡壮麟等 2008: 332)从读者角度来看,如果他们不认同或不愿认同作者的观点,以及语篇潜在的意识形态,就需要有意识地与语篇保持距离。汤普森和亨斯顿(Thompson & Hunston 2000: 8)指出,评价是特别难被挑战的,因此用评价来操纵读者是特别有效的,尤其当评价不是小句的主旨时。读者不能决定是否同意这些评价,相反,作者却假设了读者是接受这些评价的。因此,评价在小句中的位置越不显眼,就越能成功地操纵读者。其实,不仅在小句层面如此,在话语层面上,评价与读者的关系也是我们在进行话语分析时应予以审视的。(胡壮麟等 2008: 333)

舆论和舆情的区别简单来说,就是舆情较舆论而言更体现个人特征。“舆论是人们的认知、态度、情感和行为倾向的集聚表现,是多数人形成的一致共同意见,是单种意见的集合,即需要持有某种认知、态度、情感和行为倾向的人们达到一定的量,否则不能认为是一种舆论。而舆情是人们的认知、态度、情感和行为倾向的原初表露,可以是一种零散的、非体系化的东西,也不需要得到多数人认同,是多种不同意见的简单集合,当舆情产生聚集时就可以向舆论转化,因为需要对舆情转化为舆论的潜在情况进行度量,从而及早管控并引导舆情使其不转化为舆论或转化为良性舆论。”(贺恩峰等 2014: 114)

网络舆论,是“指在互联网上传播的公众对某一焦点问题所发表的有一定影响力的意见或言论,是网上民意的表达。”(匡文波 2012: 178)特别要注意的是,“网络舆论已经成为我国社会舆论的重要组成部分,对政府行为产生越来越重要的影响。”(匡文波 2012: 178)。

由于情绪性舆论所具有的感染性、扩散性和潜在的破坏性,话语分析可以通过研究评价的变异、评价语言的特征等解释其特质。借助话语分析,我们可以判定舆论的有效性,批评舆

论的歧视和偏见,加强舆论的引导力等等,在舆情分析大数据的基础上,质化的话语分析能够提升舆论建设的内涵。

6. 语料的选择和即时性

此外,需要指出的是新媒体带来的信息泛滥使人有无所适从之感,从浩淼的信息海洋中迅速而准确地获取信息越来越困难,加上信息发布和传播中产生的虚假信息和无用信息,信息环境极易遭到污染(匡文波 2012:143),话语分析中应注意选取有代表性、有价值的语料。虽然新媒体研究的语料看似唾手可得,但良莠不齐、数量巨大的语料可能使得出的结论没有意义,这就需要在语料的选择上遵循质量为上的原则。

舆情分析和话语分析之间的一个最大区别就在于前者的即时性。其价值体现在舆情与事件走向之间的互动、预测和照应等。网络可以实时更新,它使舆论得以以最快的速度传播,精雕细琢的话语分析如何跟上传播的速度?这里有一个悖论,或者说目前还无法逾越的鸿沟。但话语分析在即时性方面并非不能有作为。首先,在话语分析中坚持问题导向(problem-oriented),我们可以选择将分析的重点从词汇语法层面转到分析多模态语境中话语结构的变化、新信息的流变、话题和情绪的流动、对群体性的研究以及对民意表达的真实性的研究等。研究的关注也可从传统媒体表达民意时的严谨的策略进一步扩展,考察开放表达时类似于谈话的口语风格和评价的韵律特征等。

以新媒体叙事研究为例,网络叙事较传统叙事形态发生了多方面的变化,例如“小故事”(small stories)中可能蕴含着全新的叙事范式,突出的有多线条(multi-linearity)和多模态等特征(Hoffman 2010)。在语料的选择方面,话语分析可以以少胜多,对一些典型、重要语篇的深入解读为舆情分析提供引领,并寻求舆情分析的佐证。

《社交红利》中对社交媒体上互动的总结其实也提示了话语分析的一些维度,“发布者个人的专业、情感、价值、判断、喜好、历史等关键要素会依附在这条信息之上,流动在关系链中,接受或看到信息的人也会将自己对该人的信任、以及专业、情感、价值、判断、喜好、历史等做出对应,并传递下去。”(徐志斌 2013:155)如果说该作者对互动的研究是从红利的角度,看互动如何带动有价值的信息流动到更多的人群里,对互动中的人际意义研究(李战子 2002)则可揭示网络社区中认同感和信任的建立,这也构成了舆情分析的基础。

总之,话语分析客观考察和分析新媒体中新话语的类别、功能和语义的实现,运用系统功能语言学等理论,运用语言和语境互为建构的框架,既可以是量化的,也可以就代表性的单个或小量话语进行深入分析,揭示新媒体特征和话语特征的互为塑造,并考察新媒体话语对日常话语的迁移等。同时,为新闻传播学、舆情分析等领域提供语言学的视角。

六、余 言

新媒体的海量信息、便捷检索、多媒体传播、超文本和互动性特征为话语分析的诸多方面带来新的前景(匡文波 2013)。具体来说,新媒体的海量信息和便捷检索使话语分析的语料来源更加丰富多元,新媒体的多媒体传播集合了文字、声音、图片、动画、视频等来传送信息,使仅仅针对文字媒介进行传统的话语分析显得不足,更多研究者正在尝试功能语言学的多模态分析,对声音、视频等的分析将会逐渐增多,新媒体的超文本特征尤其值得话语分析者关注,

网络以超文本、超媒体的方式组织新闻信息,用户方便地联想和跳转,这种非线性的阅读习惯对话语的结构带来了很大变化,来自功能语言学的主位、述位与信息结构理论在超文本分析中或将呈现新的发展,新媒体的互动性是其根本性特征,在传统话语分析所主要针对的书面话语中,传授双方无法随时随地进行双向沟通,而新媒体的信息传播具有很强的交互性,各种新语类也因此出现,语类分析和话语的人际意义分析由此找到了更加广阔的领域。

从方法论上看,新媒体的低成本全球传播也使一些单打独斗的话语分析在未来可能成为多方联动的交互印证分析。以对文本中态度的评价分析为例,传统话语分析中分析者的主观性难以避免,由于新媒体具有低成本的全球传播的特征,未来的话语分析可以多方对一个文本同时进行评价的标注,印证分析的可靠性或多维性。

参考文献

- 贺恩锋、庄林远、徐文根 2014 网络舆情潜在影响力指标体系构建及应用,《情报杂志》第 33 卷。
- 胡壮麟、朱永生、张德禄、李战子 2008 《系统功能语言学概论》,北京大学出版社。
- 匡文波 2012 《新媒体概论》,中国人民大学出版社。
- 李战子 2002 《话语的人际意义研究》,上海外语教育出版社。
- 李战子、向平 2007 当代中国新话语之一——《一个馒头引发的血案》的巴赫金式解读,《四川外语学院学报》第 6 期。
- 罗伯特·洛根 2012 《理解新媒介》,何道宽译,复旦大学出版社。
- 唐绪军等(主编) 2013 《中国新媒体发展报告》,社会科学文献出版社。
- 唐绪军等(主编) 2014 《中国新媒体发展报告》,社会科学文献出版社。
- 徐志斌 2013 《社交红利》,北京联合出版公司。
- 郑恩、龚瑶、邓然 2011 基于话语分析与公共治理视角的新媒体事件话语生产类型及叙事模式,《长安大学学报(社会科学版)》第 3 期。
- 钟新、黄超等 2015 《微博外交理念及实践策略》,中国传媒大学出版社。
- 朱永生、吴格奇、赵玲莉 2015 系统功能语言学对话篇发生学的研究,《当代修辞学》第 6 期。
- Benwell, B & Stokoe, E. 2006 *Discourse and Identity*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoffman C.R. 2010 *Narrative Revisited: Telling A Story in the Age of New Media*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin.
- Kovach B. and Rosenstiel, T. 2010 *Blur: How to Know What's True in the Age of Information overload*, London: Bloomsbury Publishing INC.
- Martin, J.R. 1992 *English Text: System and Structure*, Philadelphia/Amsterdam: John Benjamins.
- Martin, J.R. 2003/2007 *Working with Discourse*, London/New York: Continuum.
- Martin, J.R. and D. Rose. 2003/2008 *Genre Relations: Mapping Culture*, London/Oakville: Equinox.
- Primo, Alex. et al. 2013 The post as an utterance: analysis of themes, compositional forms and styles in blog genre studies. *Discourse and Communication* 7.341—358.
- Zappavigna, M. 2013 “If you do it too then RT and say idiot2” - - The Co-patterning of contingency and evaluation in microblogging” In Taboada, M. & Trnavac, R. eds. *Nonceridality and Evaluation*. Leiden/Boston: Brill.
- Thompson & Hunston 2000 Evaluation: An introduction. In Huaston & Thompson 2000 *Evaluation in text* [C]. Oxford university prsee.