

概念隐喻视角下的英文报纸新闻标题分析

——以 China Daily 为例

李家春, 许菊*

(中南民族大学 外语学院, 湖北 武汉 430074)

摘要: 概念隐喻理论认为整个概念系统从本质上来说都是具有隐喻性的, 简单来说就是隐喻无处不在。标题是一则新闻的精华部分, 也是其点睛之笔。以 China Daily 的 141 条新闻标题为考察对象, 在概念隐喻理论的指导下探讨报纸新闻标题中的三种隐喻类型及其在新闻标题中所起的作用。

关键词: 概念隐喻; 新闻标题; 《中国日报》

中图分类号: H314.3

文献标识码: A

文章编号: 2095-414X(2014)04-0087-04

一、引言

英语报纸是我们日常生活获取信息的重要来源之一, 也是我们学习英语的一种有效途径, 英语报纸新闻标题是新闻的核心内容的浓缩, 也是最先进入读者眼球的部分, 因此对报纸新闻标题的研究十分重要。

(一) 报纸新闻标题的特点

标题是新闻的点睛之笔。因此对英文报纸新闻标题特点的研究非常多, 郝菲(2011)和陈丽昭(2002)将其概括为:

(1) 准确性。它要求新闻标题必须与新闻内容严格一致, 不夸大, 也不缩小, 这是英文报纸标题的最基本的要求。

(2) 大众性。英文报纸新闻的受众是广大的读者, 因此它必须要浅显易懂, 符合大众的阅读水平及要求。

(3) 趣味性。如前所述, 标题是读者接收到的关于新闻内容的第一条信息, 对标题的认知决定读者是否继续深入阅读。因此, 英文报纸的新闻标题不能只是单一平铺直述, 必须具有趣味性来抓住读者的眼球。

(4) 简约性。新闻标题不能像新闻内容那样详细叙述, 更不能拖泥带水, 必须间接、凝练。

(二) China Daily 简介

China Daily 是中国国家英文日报, 创刊于 1981 年, 全球期均发行 90 余万份, 其中, 海外期均发行 60 余万份。作为中国了解世界、世界了解中国的重要窗口, China Daily 是国内外高端人士首选的中国英文媒体, 是唯一有效进入国际主流社会、国外媒体转载率最高的中国报纸, 也是国内承办大型国际会议会刊最多的媒体。

(三) 相关研究

报纸新闻一直是研究者们比较感性趣的话题, 关于报纸新闻标题的研究也有很多。例如郝菲(2011)总结概括了新闻标题的特点以及制作技巧, 分析了新闻的四大特点并且说明了如何运用修辞和字词推敲来写好新闻标题。

同样, 英文报纸新闻标题也受到了广泛的重视。苏文(2008)研究了英文新闻报纸标题的特点, 从时态以及词汇两方面具体分析英文报纸新闻的标题特点; 陈丽昭(2002)通过对英汉新闻标题对比研究, 发现了英汉报纸新闻词法、句法、修辞及功能等方面的差异。

罗伟伟(2011)从认知语言学角度运用概念隐喻理论探讨了灾难新闻标题中蕴含的概念隐喻及其认知特征。

前人对于报纸新闻标题的研究具有很大的启发性, 也给我们阅读新闻提供了很多重要的知道, 具有重大的意义。但是对于英文报纸标题整体性的概念隐喻分析总结还尚处于相对空白的状态, 因此, 本文将在随后分析总结英文报纸新闻中隐喻的类型, 所占比例以及其所起到的特殊效果。

(四) 数据收集及研究目的

本文收集了 China Daily 11月21日到12月8日的 14 期报纸, 从中选取了含有隐喻的 141 条新闻标题形成数据库。

通过对所收集的数据进行归纳分类和分析, 本文旨在探索英文报纸新闻标题的隐喻类型及其语用功能, 了解英文报纸新闻作者是如何通过运用概念隐喻来吸引读者注意, 达到其新闻传播的目的。

*通讯作者: 许菊(1965-), 女, 教授, 研究方向: 外国语言学及应用语言学。

二、概念隐喻理论

由 Lakoff, George 和 Mark Johnson 倡导的概念隐喻理论是认知语言学的重要理论之一, 其对隐喻的诠释有别于传统的语言修饰论。

隐喻 (metaphor) 在传统的语言学中被理解为一种修辞手段, 用一个概念表达一种另一个陌生的概念, 是一种非常规的语言方式与思维方式。

与此相反, 是 Lakoff George 和 Mark Johnson 则认为隐喻不仅仅只存在于语言中, 普遍存在于我们的日常生活, 存在于在我们的思想和行为中。他们认为我们的概念系统, 例如我们的思维和行动等, 本质上都具有隐喻性。这就是我们所说的概念隐喻, 我们把 Lakoff 和 Mark 关于隐喻的这种理论称为概念隐喻理论。

语言学家们把我们常见的隐喻主要分为实体隐喻 (Ontological metaphors)、结构隐喻 (Structural metaphors) 以及方位隐喻 (Orientational metaphors) 三种类型。

(一) 实体隐喻 (Ontological metaphors)

所谓的实体隐喻就是把一些具体的事物投射到抽象的事物中的一种隐喻类型, 是用我们熟知的具体的一些事物来隐喻那些抽象的陌生的事物。实体隐喻可以让我们把事件、活动、感情、主意等抽象的事物比作实体或者是实物, 方便我们的理解。常见的实体隐喻有容器隐喻 (Container Metaphors)、物质隐喻 (Substance Metaphors)、拟人 (Personification) 等等。

1. 容器隐喻 (Container Metaphors)

容器隐喻顾名思义, 就是把抽象的事物比作一个容器。举下例说明:

(1) Feeling Our Way Out of the Recession

在 (1) 中 Recession (经济衰退) 被比作了一个容器。我们现在正被困于这个“容器”中, 因此要摆脱经济衰退这个现状, 那我们就得“走出”这个容器。非常形象生动地讲述了经济衰退的窘境, 更容易被理解。

2. 物质隐喻 (Substance Metaphors)

物质隐喻就是把抽象的概念喻为客观存在的物质事物。如下例所示:

(2) We need to combat inflation.

在例 (2) 中通货膨胀 (inflation) 被看成了一个我们可以抵抗的实体, 这个隐喻形象地表达了通货膨胀的严重性和其影响的巨大性。

3. 拟人 (Personification)

拟人即以人喻物, 是我们常见的一种修辞手法, 也是实体隐喻里面用的最为广泛的一种。

(3) Life has cheated me

在例 (3) 中生活 (life) 被喻做一个可以欺骗 (cheat) 他人之人, 生动地表现了生活中出现的一些不愉快。

(二) 结构隐喻 (Structural Metaphor)

结构隐喻是从一个概念结构映射到另一个概念结构的隐喻。结构隐喻是一个比较传统的隐喻方式, 简单地说就是用常规的 (通常是具体的) 概念来表现另一个复杂的 (通常是抽象) 概念。以下为例:

ARGUMENT IS WAR.

(4) Your claims are indefensible.

例 (4) 运用了“辩论是一场战争”的隐喻, 把战争的特点投射到辩论这一概念域, 因此辩论有胜负之分, 有的论点还是“不可战胜的” (indefensible)。

(三) 方位隐喻 (Orientational Metaphor)

方位隐喻也是一种常规隐喻, 就是把一个概念用空间定位来表现, 如“上下” (up-down), “出入” (in-out), “前后” (front-back) 等。这种隐喻主要是基于平时我们对自己周围世界的经验而言的。

HAPPY IS UP, SAD IS DOWN 就是用方位的上行和下行来表示心情的起伏。如:

(5) I'm feeling up today.

例 (5) 中用“up”表现“精神高涨”。

三、China Daily 新闻标题中的隐喻分析

作者收集了 China Daily 从 2013 年 11 月 21 日到 12 月 8 日的 14 期报纸, 摘抄了含有隐喻的新闻标题共 141 条, 其各类隐喻出现的情况见下表 1。

表 1 China Daily 新闻标题隐喻类型分析

隐喻类型	出现的次数	所占的比例
实体隐喻	87	61.7%
结构隐喻	42	29.7%
方位隐喻	12	8.6%
总计	141	100%

从表 1 中可以看出实体隐喻是 China Daily 新闻标题使用最多的隐喻类型, 共出现了 88 次, 占总数的 61.7%; 结构隐喻出现了 41 次, 占 29.7%; 而方位隐喻出现的次数相对较少, 仅 12 次, 占 8.6%。下面本文作者将分别对这些隐喻进行分析。

(一) 实体隐喻

该类隐喻主要表现为拟人、容器隐喻、道路隐喻等。

1. 拟人

拟人是新闻报纸标题运用最多的一种方式, 新闻作者们常将人的特性赋予一些本不具生命的概念, 使后者更加生动。

(A) 国家、城市、公司或者组织的拟人化。

(6) China shoots for moon

(7) Beijing rejects air defense zone accusations

(8) TUV SUD guides local companies as they enter world market

以上三个例子都是来自于 China Daily 的新闻标题, 例(6)中“China”被喻为一个可以向 moon(月球) shoot(发射)的人。通过这个句子, 读者可以想到中国的探月目标, 也可以将其联系中国“嫦娥”三号的发射。

例(7)中 Beijing(北京)被赋予了人特有的一个行为 reject(拒绝), 用拟人的方式表明了 Beijing 的相关部门对于 air defense zone accusations(防空区指控)的坚决态度。

例(8) TUV SUD(TUV 南德意志集团)是一个公司的名称, 它被赋予了“guide”(引领, 导引)这种人的动作, 生动地表明了该公司在进入世界市场中所起到的主导作用。

(B) 抽象概念的拟人化

新闻报道的标题经常将一些比较抽象的概念如“改革”(reform)、“开放”(opening-up)、“担忧”(concern)等概念拟人化。

(9) Reforms offer language business openings.

(10) The new face of opening up

(11) Concerns linger despite Mexico finally making up.

例(9)中“offer”(提供)是人的动作, 作者将之赋予 Reform(改革)这一抽象概念, 形象地表明改革为 language-business(语言事业)提供了很多的机遇。

例(10)中“face”(脸)是人体的组成部分, 却被用来形容“opening-up”(开放), 新颖有趣。

例(11)中 concerns(担忧)在“linger”(徘徊), 用一个拟人的手段说明尽管墨西哥做了一些弥补, 但是担忧仍然存在这样一个局面。

(C) 物质概念的拟人化

物质概念的拟人化就是把生活中常见的一些事物赋予人的一些动作或者特质。例如

(12) Luxury looks to locals.

在这个标题中 luxury(奢侈品)被赋予了人的特殊动作 look(看), 用拟人的方式陈述了奢侈品开始转向本地市场的这样一种倾向。

2. 容器隐喻

容器隐喻, 简而言之就是把抽象或者具体的概念喻为一个容器, 并赋予其容器特有的特征, 如“被打破”, 可以将东西“放入”或者“拿出”等等。

(13) Breaking taboos: Sex for the disabled

(14) China fails to stand out smoking.

例(13)和(14)中 taboo(禁忌)和 smoking(烟雾)都被视为了一种容器, taboo(禁忌)可以被打破, smoking(烟雾)则可以“stand out”(走出), 运用两个容器隐喻, 作者将违背禁忌和受到烟雾污染这两个事实生动地呈现出来。

3. 光线隐喻

光线隐喻就是把一些抽象或者复杂的概念如“梦想”(dream)、“希望”(hope)等比作光线。

(15) Peace Ark: a light in the darkness.

(16) Director's paternity sparks debate

例(15)意思是: 和平方舟——黑暗中的一盏明灯。“Peace Ark”(和平方舟)是一艘船, 在海上万籁俱寂后船上的灯光投射出来, 就像一盏明灯一样。这是一种比较浅显的理解, 也可理解为和平方舟在海上为那些失去方向的船只指明了方向。

例(16)意思是: 导演的父权作风使整个辩论火花四溢。“Spark”(火花)是一个比较具体的概念, 用该概念来形容辩论, 使读者切身体会到了辩论现场激烈的气氛。

4. 动物隐喻

动物隐喻就是把某些概念喻为动物, 见例(17):

(17) Roar of the East being heard.

Roar(咆哮)是人们用来形容动物吼叫的一个词, 在这个例子中, roar 被用来表示东方国家人民的怒吼, 表明了人民的抱怨急切。

5. 锁匙隐喻

锁是我们日常生活中常见的事物, 只有钥匙才能打开相应的锁, 因此报纸新闻标题常用“key”(钥匙)来表明关键点或者是重要的部分。

(18) Reforms to unlock prison information

在(18)中, “prison information”(监狱信息)被看成需要“unlock”(打开)的一把锁, 而“reform”(改革)是打开这把“锁”的钥匙, 运用这个标题就点名了整个新闻的主旨, 也说明了“reform”(改革)在监狱信息公开中的独一无二的作

(二) 结构隐喻 (Structural Metaphor)

从表1可以发现, 结构隐喻也是报纸新闻标题常用的一种表达方式。结构隐喻类型很多, 主要表现为旅行隐喻、战争隐喻、机器隐喻、农业种植隐喻等。

1. 旅行隐喻

旅行隐喻就是用旅行路途中的概念来隐喻他类概念。

(19) Move faster to free deposit rates

(20) New urbanization plan on the way

(19)(20)两个例子用到了“move faster”(更快移动)和“on the way”(在途中)这两个旅行概念, 用以隐喻财经改革的运作速度和新城市化计划的实施。

2. 战争隐喻

战争隐喻就是用战争概念来比喻其他概念, 如:

(21) Fighting Africa's biggest epidemic

在上例中“epidemic”(传染病)被视为需要“抗击”(fighting)的“敌人”是与战争相关的概念。以表明

epidemic (传染病) 的严重性, 也说明了阻止这个传染病的艰巨性。

3. 农业隐喻

农业隐喻就是用与农业种植相关中的一些概念如播种、丰收、结果等来比喻其他领域的一些概念。

(22) Israeli manager sows the seeds of success

例(22)可译为以色列管理者种下了成功的种子。

“sow”(种植)、seeds(种子)等都是农业种植的概念, 运用这些概念, 作者表达了以色列管理者的一些措施和成功(success)的前因后果关系。

4. 机器隐喻

机器隐喻就是运用机械机器的某些特点来表述其他概念。

(23) Clean energy fuels the future

机器需要加油才能继续前进。在例(23)中, “clean energy”(清洁能源)给“future”(未来)“fuel”(加油), 用这个隐喻来表明清洁能源可以更好地推动未来社会的发展, 生动形象。

(三) 方位隐喻 ((Orientational Metaphor))

方位隐喻 (Orientational Metaphor) 一个传统的隐喻, 就是把一个概念用空间概念来表现。在报纸新闻标题中, 这种隐喻也较为常见, 基本表现形式有:

1. 高度隐喻

山峰、建筑等有高度, 在报纸新闻标题中常用表示高度的词如“high”(高)来表达目标概念, 如(24):

(24) China aims to establish network of high-level FTAs.

在这个例子中 high-level (高水平) 表明了 network (互联网) 的一个水平的提升, 就像上了另一个高度一样。

(25) Baidu founder moving to the top of billionaire list.

在例(25)中 “billionaire list”(亿万富翁榜)被看成了一座有“顶”(top)的山, 用“top”(山顶)形象表

明 “Baidu founder”(百度创始者)处于榜首, 一览众山小的事实。

2. 上下隐喻

上下隐喻就是用一些表示垂直运动概念如“上”(up)、“下”(down)等来表述其他概念。

(26) Controversy stirred up over archeological dig.

例(26)中, “up”(上)被用来说明对于 “archeological dig”(考古挖掘)的争论大量涌现, 生动形象。

四、结论

本文从认知语言学角度对 *China Daily* 新闻标题中的概念隐喻形式进行了定量定性分析, 发现实体隐喻、结构隐喻和方位隐喻仍是 *China Daily* 隐喻的主要类型, 而三种类型的隐喻分别以拟人、容器隐喻、光线隐喻、动物隐喻、锁匙隐喻战争隐喻、农业隐喻、机器隐喻、高度隐喻、上下隐喻具体形式出现, 每种类型的隐喻在标题中起着不同的作用。本文有利于读者更好的解读报纸的标题, 有利于新闻作者更好地运用概念隐喻来创作。

参考文献:

- [1] Lakoff, G. & M. Johnson. *Metaphors We Live by* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- [2] Hu Zhuanglin. *Linguistics A Course Book* [M]. 北京: 北京大学出版社, 2011. 3.
- [3] 陈丽昭. 中英新闻标题对比研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2002.
- [4] 郝菲. 浅谈报纸新闻标题的特点与制作技巧[J]. 新闻传播: 报纸研究, 2011, (10): 108.
- [5] 罗伟伟. 灾难新闻标题的隐喻研究[D]. 南昌: 江西师范大学, 2011.
- [6] 苏文. 英语报纸新闻标题的特点[J]. 牡丹江教育学院学报, 2008, (2): 40-41.

On English Newspaper Headlines

—A case study of China Daily

LI Jia-chun, XU Ju

(School of Foreign Languages, South-central University for Nationalities, Wuhan Hubei 430074, China)

Abstract: According to Conceptual Metaphor Theory, metaphor is the nature of our conceptual system. That is to say metaphor is in everywhere. Newspaper is a part of our life, and it is also an important source of information. Title is the soul of news, when we read newspaper, the title of the news is the first thing for reader to catch. Based on 141 news titles selected from China Daily, this paper is aimed to summarize the types of the metaphor in the news title and analyze the effect of these metaphors in each title.

Key words: Conceptual Metaphor; News Title; China Daily