

英语新闻标题信息有效性解析

沈 琦

(河海大学 外国语学院,江苏 南京 210098)

摘 要 标题被视为新闻报道的窗口,标题信息的有效性直接影响读者获取信息的数量和质量。对标题信息有效性的研究有助于新闻标题的设计,也能够为读者浏览新闻提供一些指导意见。笔者从用词数量,语法特点和词汇选用 3 个方面对英语新闻标题信息的有效性进行了对比分析。数据统计分析结果表明具有较高信息有效性的标题通常由 7 ± 2 个词组成,采用主动语态的简单句,精选简短的小词和生动活泼的习语,运用恰到好处的修辞手法。

关键词 英语新闻标题 信息有效性 标题用词量 标题语法特色 标题选词

中图分类号 G213

文献标识码 A

文章编号 1671-4970(2008)04-0091-03

紧张忙碌的现代人已经无暇悠闲地阅读报纸杂志,往往通过‘浏览’的方式获取信息,而浏览的内容多数仅停留于标题,英语报刊新闻的第一特点是其标题简洁醒目,一语破的^[1]。由此看来,报刊标题似乎比正文更具有探讨价值。事实上,报刊标题的语言特点和功能多年来已经引起了许多国内外学者的关注和研究,有关标题语言在用词、结构、标点和修辞等方面的研究都获得了不菲的成果。报刊标题受到‘大众性、节俭性、趣味性和客观性’等语境因素的制约^[2],语言上呈现出独特而鲜明的风格。有些学者也曾经将中英文报刊标题的语体特点进行对比,对英语标题的理解和翻译提供了积极的指导。笔者以前人研究成果为基础,试图对英语报刊标题的信息有效性进行探讨和研究,希望能为新闻标题的设计和阅读提供一些参考意见。

所谓信息有效性,即在最短时间内获取最大信息量的功效。报刊标题所提供信息的有效性直接影响读者获取信息的数量和质量。笔者旨在通过数据分析,从用词数量,语法特点和词汇选用 3 个方面解析英语新闻标题的信息有效性。

笔者随机抽取了英国《泰晤士报》(The Times)2007 年 11 月 18 日和 19 日两天的 106 个新闻标题作为分析样本。《泰晤士报》是英国的一份综合性全国发行的日报,是一份对全世界政治、经济、文化发挥着巨大影响报纸,在报纸业具有一定的权威性,其标题的设计具有一定的标准性和代表性。

一、英语新闻标题用词量

笔者对 106 个新闻标题用词的数量进行了统计,结果表明(见表 1),新闻标题的用词量在 5~11 个最为普遍,4 个以下和 12 个以上比较少用。心理实验证明,人类短时记忆储存系统的一般接受容量是 7 ± 2 个单位^[3]。统计表明,用词量为 5~8 的标题最多,分别占总标题数的 11.3%、18.8%、21.3%和 12.3%,这个结果恰好与短时记忆的储存量吻合。相比之下,符合短时记忆接受容量的标题,其信息能够更快捷地被大脑的语言处理系统提取和储存,所以,由 7 ± 2 个词构成的标题所提供的信息有效性程度最高。相比之下,用词太少,无法提供足够具体的信息,读者获取的信息模糊不充分,信息有效性程度较低;用词太多,增加大脑处理信息的时间,对浏览造成一定的干扰,不利于信息的有效获取,所以信息有效性程度也较低。试比较以下两则标题:
①Dutch may give financial reward to kidney donors (荷兰可能向捐肾者颁发奖金);②Don't panic (莫恐慌)。

标题①由 8 个词组成,将‘谁(荷兰政府)’和‘干什么(对捐肾者颁发奖金)’等信息交待得一清二楚,具有较高的信息有效性。而标题②只有两个词构成,由于缺少特定的语境,信息范围过广而导致信息模糊。虽然这样的标题能够引起一部分读者的好奇心,但是仅标题本身而言,其信息有效程度较低。

表 1 标题数与词数的比量

词数	标题数	比例/%	词数	标题数	比例/%
2	3	2.8	9	8	7.5
3	1	0.9	10	3	2.8
4	5	4.7	11	10	9.4
5	12	11.3	12	5	4.7
6	20	18.8	13	1	0.9
7	23	21.7	14	2	1.9
8	13	12.3			

二、英语新闻标题的语法特色

英语新闻标题的信息有效性还体现在句型和语态等方面。

1. 句型

英语新闻标题通常有两种类型：句子式标题和短语式标题。

统计结果显示，106 则标题中 64 则由句子构成，占总标题数的 60.4%，短语标题 42 则，占 39.6%，该数据表明英语新闻标题中句子式标题较为常用。

句子是表达完整意义的语言单位，句子式标题能够提供一个完整的信息，通常包含“谁”“干什么”“何时”“何地”等具体的信息，能够确保信息的有效性。而短语是由两个或两个以上的词构成的造句单位，只能提供一部分的信息，如“什么”或者“何地”等，因而信息有效性程度较低。

试对比以下两则标题：①Parisian restaurants have nose for a rip-off(巴黎餐馆善于欺骗)；②Seven days(七天)。

标题①为一个由主谓宾构成的完整句，文章的主要内容在标题中获得比较充分的体现。文章介绍了一位法国评论家写的一本书，该书讲述了巴黎餐馆的种种蒙骗顾客的行为，如出售高价酒，蟑螂出没等问题，动摇了备受尊崇的法国餐饮业神话般的地位。标题②仅为由两个词构成的名词短语，只提供了时间信息，对于何人做了何事没有具体的交代，因而标题信息比较模糊。这样的短语相对于句子来说，信息有效性较弱。但是我们不能因此否定短语标题的实用价值，为了节省版面，短语标题被广泛采用。由于人们更关注一则事件的动态发展，所以，动词短语标题以及含有动态名词或动名词的短语标题更具有信息价值，也更为常用。例如：The hunt for the invisible man(搜寻隐形人)。标题中使用了 6 个词，其中的名词 hunt(搜寻)为动态名词，充当了动词的作用，the invisible man 则为搜寻的目标，短语表达了一个较为完整的语意，提供了比较充分的信息。

然后，由于结构的完整性，句子式标题提供的信息往往比短语标题丰富详细，信息有效性自然要高于短语标题，这也是句子式标题数量高于短语标题的原因。

句子标题又可以分成两种类型：简单句标题和复合句标题。统计结果显示，64 则句子标题中，58 则为简单句，占总数的 90.6%，而复合句只有 3 则，只占总数的 9.3%。

由于复合句包含有两个甚至两个以上的子句，内部结构比较复杂，可能造成‘回复性阅读’^[4]，增加大脑处理信息的时间，降低浏览速度。一般情况下，报刊标题尽量避免使用复合句，即使需要，也采用主句部分成分省略的复合句，例如：①Final salute for Francisco Franco before his followers are barred from tomb.（弗朗斯思科·弗朗哥的追随者在被禁进入墓地之前向他致以最后的敬礼）；②Thousands dying ‘because simple screening system has been delayed’.（检查系统迟迟不到位，上千条生命无法挽回）。

标题①省略了主语和谓语，由于主句主语与从句主语相同，即‘Francisco Franco’s followers’，且谓语动词可依据宾语获取，所以两者的省略并没有减少标题的信息量。

标题②省略了助动词 be，并不妨碍意义的获取，同时句子结构更显紧凑。

简单句标题通常都是采用单一的主谓宾结构，符合人类最基本的思维模式，适合广大受众的接受能力，便于信息的快速提取和储存，信息有效性程度较高。例如：UN unveils full danger of climate change（联合国公布气候变化的所有危险）。

2. 语态

语态有主动和被动之分。认知语言学家 Langacker^[5]从认知的角度对英语时态重新阐释，指出主动语态和被动语态的存在是由人类知觉世界存在主次之分决定的。心理学中著名的面孔/花瓶幻视图的实验证明^[6]，人类在感知和观察世界的过程中，对图形和背景总是存在注意侧重，或突显图形，或突显背景。语态的选择由认知突显决定。一个画面中，背景往往是静态的，次级的，而主体图像通常是动态的，主要的。所以，主动语态呈现动态，更生动，更直接，从而更富感染力。标题，作为新闻的点睛部分，需要以一种动态直接吸引读者的眼球，提高信息有效性，所以报刊标题多使用主动语态。统计结果也证明了这点，在选取的 106 条标题中，只有 8 条标题采用了被动语态。对于需要使用被动语态的标题，

则往往省略助动词“be”,避免使用介词“by”,以削弱被动语态的显形性,同时也使句子结构更紧凑精炼,如:Parents forced to send children miles away in hunt for school (父母被迫送孩子几英里外上学)和 Youth killed in the street attack(一青年街头被袭身亡)。

主动语态的主语为动作的执行者,经历的体验者,或者情感的承受者,通常由人称名词担当,但是我们不难发现非人称名词充当英语标题主语的现象相当普遍,导致拟人修辞手段的在英语标题中的广泛运用。“人们选择拟人这一修辞手段首先要达到的目的是要让事、物、思想变成与说话人平等的人,获得人的思想特征从而让抽象的概念让位于具体的人的行为,在交际中取得自然、逼真的效果”^[7],如:A single ticket wins £4.8m Lotto jackpot (小小彩票赢回480万美元),该标题动词win的体验者应该是人,而这里却用非人称名词ticket替代,赋予“彩票”生命和活力,为标题增添了动感和生机。

三、英语新闻标题的词汇选用

大量使用短词是标题语言的突出特点,这样做是出于节省篇幅的需要^[8]。除此之外,还可以从信息有效性的角度来分析标题中短词的作用。短词大多数为英语中的本族词,“本族词又叫做大众词或小词,是构成日常非正式交谈及一般谈话和写作的主要成分”^[9],具有浓重的口语化色彩,富有生动活泼朴素的特点。报纸作为大众媒体,面向来自各个阶层的受众群体,其目的是为大众提供鲜活丰富的资讯,报纸标题选用通俗易懂的简短小词,有助于读者迅捷方便地获取更多的信息,确保了信息提供的有效性。请看下列标题:Lawyers seek help in Britain for ‘Child Soldier’ at Guantanamo (律师为关塔那摩的“童子军”向英国寻求帮助)。上例中的词语“seek”,“help”皆为短小精悍的口语词汇,读来毫不费力,语义一目了然。

习语的使用也是英语报刊标题的特色之一^[10],习语来源于生活,为大众耳熟能详,表意丰富形象,结构简练精当,同时还能产生诙谐幽默的效果。请看下例:Eiffel Tower stairs go under hammer(埃菲尔铁塔楼梯被拆)。该标题生动地提炼了著名的巴黎埃菲尔铁塔部分楼梯拆除拍卖的消息。标题没有直接表达出拆除楼梯用于拍卖的内容,而是选用了极富生活情趣的3个常用词go under hammer,其中动词

go是一个与语义相当丰富、非常口语化的词,如:The car don’t go. (车子坏了。)The neon lights went in and out. (霓虹灯忽明忽暗。)习语“go under”表示“经受”,如She will go under the knife tomorrow. (她明天要去开刀。)该句比She will have an operation tomorrow生动形象得多。标题②的作者选用物质名词stairs作为主动语态的主语,运用了拟人的修辞手段,同时精选了动态十足的口语化词组go under以及常用词hammer,使貌似平实的语言焕发着生机和活力,这样的标题鲜活、风趣、通俗、易懂,可谓上乘之作。

四、结 语

综上所述,英文报纸标题提供信息的有效性通常体现在词的用量,语法特点和词汇选用等方面。具有较高信息有效性的标题通常由 7 ± 2 个词组成,采用主动语态的简单句,精选简短的小词和生动活泼的习语,运用恰到好处的修辞手法。当然,信息有效性只是标题制作的基本标准,随着时代的变迁,受众口味的变化,标题的制作已经呈现多样性,甚至颠覆传统的标准。这些都值得我们去分析研究。

参考文献:

- [1] 曹明伦.谈英语报刊新闻的基本特点及其翻译[J].中国翻译,2005(6):37.
- [2] 端木义万.英语报刊标题的功能及语言特色[J].外语研究,2001(2):46.
- [3] 罗伯特·L·索尔索.认知心理学[M].何华,译.南京:江苏教育出版社,2006:182.
- [4] SCOVEL T. Psycholinguistics [M]. Oxford:Oxford University Press,1998.
- [5] LANGACKER R W. Foundations of cognitive grammar[M].北京:北京大学出版社,2004.
- [6] UNGERER F, SCHMID H J. An introduction to cognitive linguistics[M].北京:外语教学与研究出版社,2001:156-157.
- [7] 李鑫华.英语修辞格详论[M].上海:上海外语教育出版社,2004:36.
- [8] FOWLER W H. A dictionary of modern english usage 2nd Edition[M]. Oxford:Clarendon Press,1965.
- [9] 吕煦.实用英语修辞[M].北京:清华大学出版社,2004:52.
- [10] FREDRIKSON T L, WEDEL P F. English by newspapers [M]. Massachusetts, USA:Newbury House Publishers, 1984:37.