

论新闻副文本对新闻收受与解释的影响

李玮

摘要 副文本,是由热奈特提出、经赵毅衡发展的一个概念,指那些显露在文本表层、散落在文本边缘,“积极参与文本意义构成”、“严重影响文本意义解释”的文本框架因素。本文分析了影响新闻文本意义收受与解释的副文本,并阐述了它们对新闻文本生产与解释的启示。

关键词 新闻文本;副文本;收受与解释;影响

中图分类号G212 文献标识码A

作者简介 李玮,西北大学新闻传播学院讲师,博士,陕西西安710127

作为一套特殊的符号表意系统,新闻文本是新闻传者将其采访和见证到的客观新闻事实符号化为具有特定意义指向的载体的产物。它既是对新闻事实的再现,又是对新闻意义的承载,充当着基于新闻事实建构特定意义的主要手段与方法。它既是新闻传者符号编码的终点,又是新闻受者新闻接受的起点,充当着新闻传受主体之间沟通、交流与互动的中介和桥梁。相比于“新闻作品”,“新闻文本概念”包含了几层深义:第一,作为一种特殊的符号表意系统,新闻文本是新闻主体对新闻事实进行符号化的产物,它所体现出的的是基于新闻事实的新闻主体意图编织。第二,在事实与意义二者之间,物理世界的新闻事实让位于文本世界的意义建构,换言之,意义承载是第一位的,而新闻事实只是意义建构之手段与工具。第三,在文本接受过程中,新闻接受者所接收到的不仅仅新闻事实信息,更包含着新闻传播者的主体态度、价值与意图,以及其思维方式。而在这其中,伴随文本,尤其是其中的副文本,是影响新闻文本收受与解释的重要因素。

一、关于“副文本”

副文本,最早由法国文论家热奈特1979年在《广义文本导论》中提出,是热奈特理论体系中一个比较重要的概念。1982年在《隐迹稿本》中,热奈特对副文本的种类和功能作过说明:“副文本如标题、副标题、互联型标题;前言、

跋、告读者、前边的话等 ;插图 ;请予刊登类插页、磁带、护封以及其他许多附属标志 ,包括作者亲笔留下的还有他人留下的标志 ,它们为文本提供了一种(变化的)氛围 ,有时甚至提供了一种官方或半官方的评论 ,最单纯的、对外围知识最不感兴趣的读者难以想象他想象的或宣称的那样总是轻而易举地占有上述材料.....它大概是作品实用方面 ,即作品影响读者方面的优越区域之一——尤其是 ,自从菲利普·勒热纳关于自传的研究以来 ,人们乐于称作体裁协约的区域.....”^[1]。1987年在《门槛》中 ,热奈特将副文本细分为13个类型 ,并将副文本比喻为进入文本的“门槛” ,并指出其作用是“包围并延长文本 ,精确说来是为了呈示文本.....使呈示 ,来保证文本以书的形式(至少当下)在世界上在场、‘接受’和消费.....因此 ,对我们而言 ,副文本基本的美学意图不是要让文本周围显得美观 ,而是要保证文本命运和作者的宗旨一致”^[2]。1988年在《普鲁斯特副文本》一文中 ,热奈特又将副文本称为“文本周围的旁注或补充材料” ,由作者和编辑的门槛(如题目、插入材料、献辞、题记、前言和注释等)与传媒相关的门槛(如作者访谈、正式概要等)与生产和接受相关的门槛(如组合、片段等) ,以及私人门槛(如信函、有意或无意的流露等)等各种“门槛”组成。文本门槛内外的规则有所不同 ,进入了门槛门外面的规则就被颠覆 ,里面的新规则就要起作用。副文本在文本中 ,即是要标出文本和非文本间的过渡区和交易区^[3]。1991年在《副文本入门》中 ,热奈特又依据位置、时间和语境等要素对副文本进行了区分^[4]。很显然 ,热奈特对副文本的理论构想启发了后来研究者对副文本内涵、外延、地位、功能等的关注和思考。然而 ,由于热奈特对副文本的划分过于繁琐 ,且其中列举的副文本并不完全同质 ,其副文本理论还有待进一步的提炼和完善。

致力于符号学研究中国化的西部符号学派领军人物赵毅衡 ,即对热奈特的副文本理论进行了更明确的规定。在赵毅衡看来 ,副文本 ,是指文本的框架因素 ,它与型文本(类型因素)前文本(引用因素)元文本(评价因素)链文本(链接因素)先/后文本(续写因素)等一起 ,构成符号文本的伴

随文本。所谓伴随文本 ,在赵毅衡看来 ,是指那些“被符号文本‘顺便’携带着”的 ,“伴随着符号文本 ,隐藏于文本之后 ,文本之外 ,或文本边缘 :但是积极参与文本意义的构成 ,严重地影响意义解释”^[5]的 ,使符号文本得以成功“携带上大量社会约定和联系” ,成为一个“浸透了社会文化因素的复杂构造”^[6]的因素。副文本 ,则是其中最为显著、也最为重要的一种类型。通常 ,副文本可以“显露”在文本表层、散落在文本边缘上 ,如书籍的标题、题词、序言、插图、出版文本 ,美术的裱装、印鉴 ,装置的容器 ,电影的片头片尾 ,唱片的装潢 ,商品的价格标签等 ;也可以倚靠另外的文本渠道来提供 ,如戏单、CD封套等^[7]。

二、新闻文本的普遍副文本

相对于其他的文本类型 ,所有的新闻文本都不可避免地携带的副文本 ,本文称其为“新闻文本的普遍副文本” ,主要有以下这些 :

第一 ,新闻文本生产或刊载的媒介机构 ,包括其性质、地位、所在区域 ,以及与之相连的公信力、专业性、权威性和话语风格等。鉴于同样的话语从不同阶层、不同身份、不同地位和不同性格的不同人嘴里说出来 ,会包含不同的意义指向 ,因此 ,即便是同样一则新闻 ,在不同性质、不同宗旨的媒体上刊播 ,所蕴藏的内涵意义必定有所不同 ,所产生的表意效果也会不一样。因此 ,当一则新闻报道来自于人民日报、人民网、新华社、新华网、中央电视台等党和国家直接管辖的新闻媒介机构时 ,它就不可避免地被认为是携带着某种与新闻媒体自身相关联的权威性、重要性、全局性、公信力 ;相反 ,当一则新闻文本来源于省市级的都市报、娱乐周刊等新闻媒介机构时 ,受众会倾向于认为其全局性、权威性、准确性和公信力远不如前者 ,取而代之的是 ,受众会认为 ,这类新闻携带着更多的区域性、社会性、娱乐性。

第二 ,新闻文本所刊播的媒介类型 ,如报刊、杂志、电视、广播和网络等。据相关调查数据显示 ,在中国的大众传播语境下 ,不同的新闻媒介类型的可信度存在一定不同。廖圣清、李晓静等人关于中国新闻媒介可信度的中国公众数据调

查结果显示,在1到10的10级量表上,五种传播媒介的可信度排序和平均得分分别是:电视新闻可信度最高,均值达到8.58分;其次是广播新闻可信度,均值为7.90分;然后才是报纸和杂志,均值分别为7.79分和5.95分;网络媒介新闻的可信度最低,均值只有5.22分^[8]。换言之,当新闻文本自身以不同的媒介介质传播时,一定程度上也会影响到受众对新闻文本的收受与解释。

第三,新闻文本所置放的内容板块,如时政、财经、社会、民生、科技、时尚、体育、还是娱乐八卦、花絮新闻,也会影响新闻文本的符号表意。尽管新闻事件常常会在不同地方对不同人群产生不同影响,但新闻文本总是试图将事件置于某一规范性主题类别符码中和规约性叙述符码中来处理现实的含混,并且正是在将新闻报道置于某一符码性话语类别的过程中,才凸显了新闻报道的独特性和重要性,生成了新闻报道的价值意义。对新闻文本来说,不同内容板块的置放,正是对不同话语类别的选择的体现。对不同的领域的选择,意味着新闻文本要遵循不同领域内的规律、规则,思考问题的不同逻辑,以及致力承载的不同功能。

第四,新闻文本所刊播的栏目。当新闻文本所刊播的新闻栏目是特点和风格非常明显的栏目,新闻文本也就同时被赋予了与此栏目相一致的文本风格。如,每晚七点半中央电视台与地方各电视台联合播出的《新闻联播》栏目,其节目宗旨为“宣传党和政府的声音,传播天下大事”,其身份定位为与中南海最迅捷的通道,其对一则消息的论述可以代表中央对它的表态和“定调”。毫无疑问,新闻联播意味着国内最具权威性的新闻类栏目。因此,能上《新闻联播》的新闻报道,势必会被受众认为是具有很强重要性,代表着党和政府在某方面的动向。

第五,新闻文本的署名人,尤其是一些比较知名的新闻记者、主持人、评论人,以及与之相连的个人风格,会影响新闻文本的收受与解释。如揭黑记者王克勤,其《北京出租车垄断黑幕》、《兰州政权黑市狂洗“股民”》、《公选“劣迹人”引曝黑幕》、《甘肃回收市场黑幕》、《山西疫苗乱象调查》、《河北定州血案调查》、《形态艾滋病真相调查》等

一系列揭黑性深度调查,让其在业界被誉为“中国的林肯·斯蒂芬斯”、“中国揭黑记者第一人”,其名言“如果对苦难冷漠,你就不配当记者”也得到广泛传颂。因此,一个新闻文本若署名为王克勤,那么它总是或多或少地被理解为携带有专业、深度、正义、维权、温情等深层意蕴以及人道主义情怀。再如,“战地玫瑰”闾丘露薇,由于其是阿富汗战争打响后第一个进入阿富汗的战地女记者,是2003年伊拉克战争时在巴格达地区进行现场报道的唯一的华人女记者,因此,一个新闻文本若是出自闾丘露薇,那么它也常常被理解为携带着闾丘露薇个人的专业、果敢与敬业精神。

三、新闻文本的特殊副文本

除上述普遍副文本之外,刊载于不同媒介的新闻文本,由于其媒介渠道的不同,还包含着自身的一些特殊的副文本类型。

(一)报刊新闻文本的副文本

对报刊新闻文本来说,其特有的副文本主要体现为版面位置、版面次序、版面空间,以及版面编辑要素等几个方面。

首先,版面位置,主要指新闻文本位于版面中的哪一个位置。一般来说,每个版面可分为若干个区域(这种区域称为版位),各区域的重要性程度不同(以区序相称)。因此,一则新闻文本所处的版面位置,一定程度上暗示着新闻文本的价值大小。

其次,版面次序,主要指新闻文本在同一期报纸中所处的版面位次。所谓版面位次,即是指版面的重要性次序。一般来说,读者看报首先接触的几乎都是首页的头版,因而一般认为头版的重要性是位居各版之冠。一则新闻文本所处的版面的次序,直接关系到其重要性程度高低,以及受到受众关注的可能性大小。

再次,版面空间,指一则新闻文本所占据的版面的大小,是一个整版,还是半版,或者仅仅只是一个小豆腐块?由于报刊版面资源的相对有限,因此,如果给一个新闻文本相对大的版面空间的话,这不仅有利于新闻文本更为全面深入地进行符号表意,也增加了新闻为受众所注意和阅读的几率,实则隐性地表达了新闻文本的重要地位。

最后,版面的编辑元素,则主要体现为新闻文本中的字体、字号、色彩,以及其他加粗、加框、加线等编辑手段。不同字体的外形不同,给人不同的感觉,宋体规范舒适,楷体活泼动感,黑体严肃凝重。字号的大小,也具有相应的评价功能:字号越小字越大,说明内容越重要;字号越大字越小,说明内容越不重要。就色彩来说,由于人脑对色彩的反应几乎是天生的,这种反应与年龄、性别、智力、教育、体温、气候、社会经济背景和宗教信仰等因素都密切相关,因此,色彩的运用,在抓住读者注意力上,优于黑和白^[9],此外,不同的色彩还能引起读者不同的情感反应,红色会使人兴奋愉悦,黑色使人严肃沉重。

(二)网络新闻文本的副文本

与报刊新闻文本相似,网络新闻文本也是在空间中铺展开来。一般而言,在网站的层次结构中,第一层为网站首页,第二层为频道首页,第三层为栏目首页,第四层为子栏目目录首页,第五层为正文的内容页。其中,第一到第四层都是以新闻标题目录集纳的形式呈现,第五层才是对新闻文本内容的展开。因而,在网络新闻文本中,其副文本主要分布在以下三个层级上。

第一,新闻文本从标题到正文所需的层级数。在新闻网站中,受众一般可以通过多个路径进入某一新闻的内容页,而进入内容页的路径不同,所经过的层级数也会有所不同。层次数不同,意味着网络新闻受众从新闻标题到达正文所需的点击次数、费力程度、收受可能性大小不同。通常,新闻网页划分的层级越多,分类越细致,网络新闻受众到达新闻正文内容页所需的点击次数越多,费力程度越高,到达的可能性越小;相反,新闻网页划分的层级越少,分类越粗放,网络新闻受众到达新闻正文内容页所需的点击次数越少,费力程度越低,到达的可能性越大。进入新闻文本内容页的层级的多少,不仅反映着进入新闻文本内容页的难易程度,也一定程度上反映着新闻文本的重要性程度,也即:越被认为是重要的文本,越需要被强化,其进入新闻文本内容页的层级就减少,反之,越被认为是不重要的文本,越需要被弱化,因而其进入新闻文本内容页的层级也可以设置得更多。

第二,就新闻各级的目录页来说,副文本则体现为新闻文本标题分布在目录页中的位置,新闻标题字体的大小、粗细和颜色,以及区分新闻文本媒介类型、文本清晰程度的标识符等。如,人民网2013年1月11日的网站首页,《去年12月份CPI同比上涨2.5% 华北地区菜价涨幅最大》一则新闻标题横跨两栏的版面空间,被置于人民头条的位置,其新闻标题的字体为黑体,其字号远远小于同一主页中的其他新闻标题,所有这些副文本因素结合在一起,彰显了这一条新闻在当天人民网网站新闻中的“最重要”属性。人民日报要闻要论,被标红突出,且加框强调,紧挨着人民头条,使它们拥有了仅次于人民头条的重要地位。其他的新闻标题如《人社部等六部门联合督查解决农民工“欠薪”》、《日将在2015年组建完成400人钓鱼岛专属团队》、《吹捧另有目的 中国当不起世界经济“火车头”》等,被置于重要性程度稍低于头条的要闻版,用了相对较为醒目的黑体字和相对较大的文字等副文本结合在一起,也使这些新闻文本具有相对其他未标出、未强调的新闻标题而言的强化效果。

第三,在新闻文本正文内容页来说,副文本则主要体现为新闻文本发布的时间、来源等。

(三)广播电视新闻文本的副文本

与报刊、网络两种空间偏向型传播媒介主要在空间中铺展开来的传播方式有所不同,广播和电视都属于时间偏向型媒介,主要在时间中逐渐展开其文本内容。因此,在广播媒介和电视媒介上刊播的新闻文本,也具有大致相同的一些副文本类型。

首先,时长和时序,是广播电视新闻文本的重要的副文本之一。时长时序之于广播电视新闻文本,就如同版面空间和版面次序之于报刊新闻文本。就时长来说,通常而言,在同等条件下,一则新闻所占的时长越长,说明该新闻被认为是越重要;同样,就时序来说,一则新闻越靠近首因效应和尾因效应两个重要位置,则意味着该新闻具有越重要的地位。

其次,片头片尾也是广播电视新闻文本非常重要的特殊副文本。一方面,正是片头的存在,为新闻制造重要和权威的神话身份的同时,还给

每个频道的新闻节目一个可识别的“品牌形象”，以区别于其竞争对手^[10]。如中央电视台《新闻联播》节目的片头：以一个旋转的地球为中心，以红、蓝、绿三原色光波分别从右上、左下、右下几个方向陆续穿过旋转的地球；然后“中国中央电视台”这几个中文字符从右侧以飞旋的方式进入屏幕中央，继而翻转成为中央电视台的台标“CCTV”几个字母并由远及近地舒展开来直至退出屏幕；再然后是“新闻联播”几个立体大字自上而下落入屏幕中央，最后“XINWEN LIANBO”几个拼音符号附带出现在“新闻联播”大字之下。“旋转的地球”不仅暗含着新闻联播节目具有地理上的世界覆盖范围，也寓意着该新闻节目具有世界性的视野和眼光；红、绿、蓝三原色光波，则代表着该新闻节目的机构具有先进的广播电视技术设备；“中国中央电视台”、“CCTV”则指明了新闻联播栏目所属机构的权威性；“新闻联播”既标示了新闻节目的名称，也打造了这一著名品牌。再如，英国《十点新闻》的片头中，像似符号为指向10点的大本钟，大本钟是一个转喻性符号，代表着英国议会建筑，暗示了国家政治事务。另一方面，正是片头片尾的存在，才使新闻文本得以与其他类型的电视新闻节目区隔开来，使新闻文本被赋予上节目内容的真实性和节目接受的严肃性。

第三，新闻主持人的语音、语调以及着装、神态等，也构成了电视新闻文本中的特殊副文本。对广播电视新闻文本来讲，新闻主持人用什么样的语音、语调来报道新闻文本，一定程度上能影响新闻文本的传受范围和传受效果。如，当新闻主持人用某一地方方言进行新闻播报时，无形之中就将其他外地的新闻受众排除在目标受众之外；当新闻主持人用比较调侃和嘻哈的方式来播报新闻时，无疑会大大降低新闻传播内容的权威性和严肃性，而增添诸多新闻的娱乐效果，同时也可反映出新闻主持人对该新闻所秉持的态度和立场。此外，对电视新闻文本来讲，观众能看得见的新闻主持人的着装和神态，一定程度上也会影响新闻文本的符号表意。由于服饰是一种无声的非言语传播方式，服饰自身的“语言”能辅助语言信息传递其他的隐性信息，能影响到人们对彼

此的感知，服饰的风格能反映出着衣者的文化修养与个人品味^[11]，因此，当新闻主持人的着装彰显出成熟、稳重、朴实、大方等风格和品质时，这些由服饰携带上的相应品质也会被附着到新闻报道上。

总的来说，新闻文本所刊载的媒体机构、所出自的新闻栏目、新闻版块或新闻人，或新闻文本在版面上所占据的位置、版次、版面空间大小及新闻文本所用的字体、字号、颜色，在广播电视节目中所占的时长、时序及主持人的语音语调、着装、表情神态等副文本要素，一定程度上会给新闻文本附加上某种文本之外的意义，以达到彰显或削弱新闻文本的某种价值的文本收受效果。因此，在新闻文本的生产过程中，如果新闻生产者能够有效地发掘并利用好新闻文本的副文本要素，一定程度上就能潜在地引导新闻受众的文本解释；同样，如果新闻收受者能够清楚地意识到这些副文本要素对新闻文本表意过程的影响，势必也能在一定程度上抵制副文本对新闻文本意义的入侵，进而能更加独立、自主地进行文本意义的收受。

参考文献

- [1]热奈特·史忠义译.热奈特论文集[M].北京:百花文艺出版社,2001:71-72.
- [2][3]朱桃香.副文本对阐释复杂文本的叙事诗学价值[J].江西社会科学,2009(4).
- [4]金宏宇.中国现代文学的副文本[J].中国社会科学,2012(6).
- [5]赵毅衡.论“伴随文本”——扩展“文本间性”的一种方式[J].文艺理论研究,2010(2).赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京:南京大学出版社,2010:141.
- [6]赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京:南京大学出版社,2010:141.
- [7]赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京:南京大学出版社,2010:142-143.
- [8]廖圣清、李晓静、张国良.解析中国媒介新闻可信度[J].新闻大学,2007(4).
- [9]多萝西·A·鲍尔斯、黛安·L·博登.现代媒体编辑技巧[M].北京:新华出版社,1999:127-128.
- [10]乔纳森·比格内尔、白冰、黄立译.传媒符号学[M].成都:四川教育出版社,2012:89.
- [11]朱璇、张瑞坤.电视节目主持人的非言语传播[J].新闻爱好者,2010(6).