

修辞“在场”：佩雷尔曼的辞格论辩观

朱琳, 袁影

(苏州大学外国语学院, 江苏 苏州 215006)

摘要: 钱姆·佩雷尔曼(Chaim Perelman)为20世纪欧洲修辞学的领军人物,所开创的以论辩为核心的新修辞学在西方多个人文领域产生了深远影响。他提出的“在场”(presence)理论在其整个论辩体系中起着至关重要的作用;然而,该范畴迄今尚未引起我国学界的关注。文章通过系统梳理其代表作《新修辞学:论论辩》及《修辞学王国》阐明了修辞“在场”概念的两个语义层面:选择与呈现,讨论了在场选择的依据与增效呈现的方式,重点论证了复叠、摹绘、背常三大增强在场性的呈现维度及其对应的代表性修辞手段,是辞格论辩性语篇功能的一项基础研究。

关键词: 佩雷尔曼; 论辩; 在场; 选择; 呈现; 辞格

中图分类号: H05

文献标识码: A

文章编号: 1000-5285(2016)04-0041-07

一、引言

“在场”是哲学、文学、管理学等许多学科中的热词(内涵不尽相同),尤其是在哲学领域,躲避在场还是重回在场几乎成了当代哲学研究者最受考验的问题。此术语也是西方新修辞学中的一个核心概念,欧洲修辞学领军人物钱姆·佩雷尔曼(Chaim Perelman)视其为“论辩系统中的关键要素”。^①然而,布鲁塞尔自由大学哲学博士(1938)、深谙哲学“在场”的佩氏,在其新修辞学中却赋予这个术语异于其哲学同行的含义。佩氏的“在场”(presence),意为占据受众意识前景的因素呈现,目前尚未引起我国修辞学界及相关人文学科的关注。一方面是由于迄今相关译文还未面世,^②稀少的述介又散落于一些修辞学书中,而个别应用性研究也未能系统地阐述此概念的来龙去脉;另一方面,佩氏在书中仅给出了简要的定义及数种具有该功能的辞格,对此概念的内涵及在场的实现途径未加深入明释。由此造成了修辞“在场”后续研究之匮乏,在我国学界甚至遭遇了实际的缺场现状。鉴于佩氏的“在场”还未充分展露面目、身形和功能,我们将以其代表作《新修辞学:论论辩》(*The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*)和《修辞学王国》(*The Realm of Rhetoric*)为基础,厘清修辞“在场”范畴的渊源、界定和实现方式,尝试构筑其语义维度并从相邻学科中探寻可资佐证的主要理据。目前学界正在热议大数据时代如何有效利用资讯而不为其海量所淹没,对佩雷尔曼修辞

收稿日期: 2015-10-12

基金项目: 国家社会科学基金项目“常用修辞格的论辩性语篇功能研究”(15BYY178)。

作者简介: 朱琳,女,苏州大学外国语言学及应用语言学硕士研究生;

袁影,女,苏州大学外国语学院副教授,博士。

^① Perelman, CH. & Tylteca, L. O. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1969, p. 117.

^② 即将于2016年上海外语教育出版社面世的《西方修辞学核心术语要著选读》(袁影等编译),收入了佩雷尔曼《修辞学王国》中的相关章节。

“在场”的研究或可为数据的适当选择和增效呈现提供准则和良策。

二、佩雷尔曼论辩系统中的“在场”及相关研究

佩雷尔曼的“在场”概念出现于他的论辩系统中,因此首先需考察一下佩氏的“论辩”含义以便对其“在场”加以定位。上述两书都开宗明义地指出,非形式逻辑的论辩不同于数理学科中的证明,论辩旨在用各种呈现手段取得受众的认同;具体来说,论辩需要言说者通过在前提层面获得受众的认可,进而获得其对所得结论的赞同。这其中关键的是针对不同受众选择好可接受的论辩前提和有利的论辩技巧,能够巧妙地将受众的支持从前提转移到结论中来。而无论是前提的选择还是技巧的推敲都是论辩系统中“在场”要素所要担当的功能。

“在场”,佩雷尔曼在《新修辞学:论论辩》中将其定义为“对一些因素的呈现,而正是这些因素言者希望集中注意以占据听者意识的前景”。^①佩氏与其合作者并未对此定义加以阐释,我们若对这一定义作分析可以发现有几个关键点:首先,“一些因素”(certain elements)就预设了某种选择,而“呈现”(displaying)则意味着有策划而非任意的展示;言者(speaker)和听者(hearer)则为交流的双方,但应广义地理解为修辞方和受众方。“前景”(foreground)也就是焦点所在的位置,意味着言者所传信息的重要性。我们认为此定义几乎涉及了修辞行为的所有主要方面,但其中最关键的是对因素的“选择”和“呈现”这两个可以充分体现言者修辞意图的动作。“在场”,简言之,即对信息的选择和呈现。佩氏《修辞学王国》一书第四章的章名《选择在场的呈现》(Choice, Presence, and Presentation)及相关表述可以更清晰地说明三者的密切关系:“言说中选出某些事物作呈现,会将受众的注意力引向它们,并因此给了它们一个在场的机会,防止它们被全然忽略。”^②可见,言说的目的是要实现某些内容的在场,而选择和呈现是两大手段。因此,我们认为“在场”不仅是“论辩中的关键要素”,甚至可以成为“修辞”的代名词,美国修辞学家理查德·韦弗(Richard Weaver)就曾将“修辞”界定为“总体上是一门强调的艺术”,^③“在场”的实质就是强调。

修辞“在场”起源于谁?是佩雷尔曼首创么?实际上,亚里士多德早在《修辞学》第三卷中已有涉及,他在阐明隐喻的生动性时提到,通过言语表达将事物置于动态之中能够使听众“看见”它们。亚氏虽未明确将这里的“使听众看见它们”定义为“在场”,但很明显这一表述具有“突出强调”之意,他所举的几个例子可以说明这一点。在他看来,将箭的离弦比喻为“急于飞逝”(flying on eagerly)比将一个直率的人形容为“四四方方”(four-square)更具生动性,因为前一个比喻赋予了无生命的事物动态感,从而使这一表达/呈现方式更为引人注目(即更具有在场性)。^④英国文艺复兴时期的培根(Francis Bacon)在《学术的进步》中向读者说明,修辞可以通过理性与想象的结合使未来及遥远之事恍如目前,即达到“在场”的效果,从而更有效地影响受众的意志。^⑤启蒙时期的英国修辞学家乔治·坎贝尔(George Campbell)在《修辞学原理》一书中则认为,“在场”源于说话者

① 原文为“the displaying of certain elements on which the speaker wishes to center attention in order that they may occupy the foreground of the hearer's consciousness”。出自 Perelman, CH. & Tyteca, L. O. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. University of Notre Dame Press, 1969, p. 142.

② Perelman, CH. *The Realm of Rhetoric*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1982, p. 35.

③ 原文为: rhetoric comprehensively considered is an art of emphasis, 出自《语言是说教的》(“Language Is Sermonic”), 载于袁影编《西方修辞学经典文选》, 苏州: 苏州大学出版社, 2013年, 第191页。

④ Aristotle. *Rhetoric*. New York: Random House, 1954, III, 12.

⑤ Bacon, F. *Advancement of Learning*. London: Oxford University Press, 1944, I, pp. 156 - 157.

所呈现的事物的一些情况,这些情况(如对受众具有重要性等)能够唤醒或激起听者的热情。^①坎贝尔的“在场”也涉及了选择和呈现两大手段,并与说服三诉求中的情感诉求(pathos)结合了起来。现当代一些修辞学家虽未用“在场”术语,但其修辞理论实与此概念有着密切的相关性,如上述美国思想家韦弗。

当代有关佩雷尔曼的研究文献可谓丰富,但大都是围绕其论辩系统及受众理论的阐释。国外评述或应用其“在场”概念的著述较为稀少,我们可查阅到的近三十年的代表性研究主要有以下几种。Foss等在《修辞学的当代视角》(1985)书中辟有专节简要介绍了佩氏的“在场”概念,侧重于如何通过言语的作用使缺席的得以在场。^② Oakley(1997)一文则认为《新修辞学:论论辩》是讲述“在场”的专著,并通过分析贝克特(Samuel Beckett)的《三个对话》(Three Dialogues)向我们解释了其中的缘由。在他看来,“在场”是一个非常重要的概念,这个概念将论辩理论中的主要概念连接,形成一个整体。^③20世纪后期学界就开始了“在场”论辩功能的研究,但其真正备受关注却始于21世纪。Jasinski在《当代修辞研究关键词》(2001)中概述了“在场”的内涵、重要性以及实现方式,篇幅虽短,却涵盖了这一概念的各个重要方面。^④ Tucker(2001)将格式塔心理学中的“图形—背景”原理与“在场”很好地结合在了一起,通过分析经典图像与语篇实例,证明“在场”一旦被合理挖掘,是一个获益良多的重要概念。^⑤此外,两位佩氏研究专家Gross和Dearin在《钱姆·佩雷尔曼》(2003)的最后一章《协同增效的在场》(Presence as Synergy)中不仅将“在场”从论辩技术层面引向了其应有的哲学涵义,而且将这一概念应用于政治、哲学、科学三大类语篇的分析中以证明“在场”的普遍性与核心作用及其(比之于局部突显更为重要的)语篇整体增效功能。^⑥ Graff和Winn(2006)在重点论述“认同”(communion)概念时对“在场”略有提及,他们将言说者想要达成的论辩效果概括为“在场”“选择”和“认同”,并认为佩雷尔曼书中所列相关辞格几乎都为老生常谈,因此两人将其他书中提到的具有“认同”功能的手段进行了重新归类并作了语篇分析。^⑦ Gross(2009)还认为“在场”是话语和视觉相互作用的结果,他借助语言学、格式塔心理学以及皮尔士的符号学等作为理论支撑,说明了“在场”由感知的向论辩的以及叙事的方向转变的过程。^⑧国内自上世纪末以来在外文界和法学界出现了佩雷尔曼理论的述评,如胡曙中(1999)、刘亚猛(2004/2008)、吕玉赞(2010);但相关“在场”的引介只见于温科学(2006)和姚喜明等(2009)两书中。而应用研究仅发现涂家金(2007/2011)以“在场”概念为枢纽将佩雷尔曼、伯克修辞学以及功能语言学中的评价理论相结合,他认为“修辞在场”可以通过中介引述和级差强化等评价资源获得,文章运用融合后的“在场”对涉华危机报道作了修辞批评分析。^{⑨⑩}

① Campbell, G. *The Philosophy of Rhetoric*. Carbondale: Southern Illinois Press, 1963, p. 60.

② Foss, S. J., Foss, L. A. & Trapp, R. *Contemporary Perspectives on Rhetoric*. Prospect Heights: Waveland Press, 1985, pp. 115-117.

③ Oakley, T. V. "The New Rhetoric" and the Construction of Value: Presence, the Universal Audience, and Beckett's "Three Dialogues". *Rhetoric Society Quarterly*, volun 27, 1997, issue 1, pp. 47-68.

④ Jasinski, J. *Sourcebook on Rhetoric: Key Concepts in Contemporary Rhetorical Studies*. London: Sage Publications, 2001, pp. 455-458.

⑤ Tucker, E. R. Figure, Ground and Presence: A Phenomenology of Meaning in Rhetoric. *Quarterly Journal of Speech*, 2001, issue 87, pp. 396-414.

⑥ Gross, A. G. & Dearin, R. D. *Chaim Perelman*. New York: State University of New York Press, 2003, pp. 135-152.

⑦ Graff, R. & Winn, W. Presencing "Communion" in Chaim Perelman's New Rhetoric. *Philosophy and Rhetoric*, volun 39, 2006, issue 1, pp. 45-71.

⑧ Gross, A. G. Presence as a Consequence of Verbal-Visual Interaction: A Theoretical Approach. *Rhetoric Review*, volun 28, 2009, issue 3, pp. 265-284.

⑨ 涂家金 《关于“以言动众”的策略——浅谈比彻的修辞形势理论》,《重庆科技学院学报》(社会科学版)2007年第5期。

⑩ 涂家金 《对立认同与重生修辞:涉华危机报道修辞批评》,《重庆理工大学学报》(社会科学版)2011年第25卷第2期,第84-89页。此外,“在场”还出现于他的博士论文,《英语论辩修辞研究》,上海:上海外国语大学,2011年。

国内外的相关研究显示,佩氏的“在场”范畴兼具形而上和形而下的特征,既可以与哲学中的“在场”相联系,从本体论和认识论的层面加以深入,也方便将其应用于具体的修辞现象分析,并且易于通过语言学、心理学等学科中的相关理论加以丰富和发展,因而这是一个十分具有研究潜力的范畴。

三、“在场”的两大实现途径:选择与呈现

佩雷尔曼虽然对“在场”概念给出了较为清晰的界定,但两书对于实现“在场”的途径并未加以明确分类和总结。根据《新修辞学:论论辩》中的相关表述“言者的主要任务是单凭语辞的魔力使本来缺席的重要论据在场,或者使已经意识到的一些在场内容更为突显以提升其价值”,^①我们认为佩氏在此实际上显示了“在场”的两个语义层面:非缺席的在场以及增效性的在场。联系上文中对定义的解析,本文认为前者是选择的结果而后者是呈现的作用,即修辞“在场”可归纳出两大实现途径:1.选择(choice),使不在场的对象在受众面前出现;2.呈现(presentation),即增强受众对一些在场对象的印象。以下将具体阐述此两大途径。

(一) 选择

关于“选择”,佩雷尔曼在两书中认为每一场论辩都包含着选择的过程,所能选择的东西包括论辩的出发点,即前提,以及需要言说者在论证中提及的各类细节。^②相对于那些没有被选中的论据及细节,被选择的那些实际上就获得或产生了(《新修辞学:论论辩》中对应的是obtain/produce)一种“在场”的效果。这种由选择而实现的“在场”是与“缺席”相对的。佩雷尔曼举了《孟子·梁惠王上》中的一则典故来加以说明:一位国王看到有人将用一头牛来祭祀,于是心有不忍,就下令用羊来替换。他这么做是因为当时他看到牵来的是牛而非羊,即牛的在场使他动了恻隐之心。由此,我们还可以得出所选择的对象可以是动物、人、物件等吸引感官的实体;但在言说交流中更多是对以语言材料为主的非实体对象,如观点、概念、现象描述等,所作出的选择。

佩氏讨论“在场”时也未明确选择所需遵循的准则这一极其关键的问题。根据《修辞学王国》中“论辩言者受众”一章对三者关系的阐述,“一种论辩理论能给出的唯一通行的建议,是让言者视其受众情况而作调整”^③,显然,言者意欲影响的目标受众理应是选择在场对象的一大依据。然而,我们认为言说的宗旨或目的同样是不可或缺的选择依据,甚至是更为关键的选择指南,只有明确修辞目的,才能选择出具有服务性的论据,而受众情况的考虑则有助于对所有可服务于宗旨的对象作出适当的在场取舍。

(二) 呈现

实现“在场”的另一个重要途径是“呈现”,具体来说是指增效的表现方式。在《新修辞学:论论辩》涉及“在场”的相关章节中,佩氏分别用到了“增加”(increase/add to)和“提升”(promote)这些同义动词与“在场”(presence)搭配,表示“在场”还可以指与弱式相对的强式呈现。在佩雷尔曼看来,“在场”增效可通过多种途径来实现:语义、语用、句法、修辞手法等,其中尤为

^① 原文为:Accordingly one of the preoccupations of a speaker is to make present, by verbal magic alone, what is actually absent but what he considers important to his argument or, by making them more present, to enhance the value of some of the elements of which one has actually been made conscious. 出自 Perelman, CH. & Tylteca, L. O. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. University of Notre Dame Press, 1969, p. 117.

^② 总结自《修辞学王国》(1982: 34)和《新修辞学:论论辩》“The Choice of Data and Their Adaptation for Argumentative Purposes”一章。

^③ Perelman, CH. *The Realm of Rhetoric*. University of Notre Dame Press, 1982, p. 13.

见效并十分常见的是辞格的使用。佩氏在两书中提到各种通过有力呈现来增强效果的方式,综合起来主要有以下几种:铺陈(amplification)、聚合(aggregation)、生动叙述(hypotyposis)、预辩(prolepsis)、象声(onomatopoeia)、反复(repetition)、同义替换(synonymy)、时态转换(enallage of time)、借代(synecdoche or metonymy)、修辞问句(rhetorical question)。以下将对这十种佩氏均视为修辞格的增效呈现进行说明,这些格可大致分为思想性和言辞性两大类。

铺陈、聚合、生动叙述、预辩可视为思想格或内容格(figure of thought)。^①铺陈和聚合都需要言说者将一件事的各个细节进行详尽刻画。如果先介绍主题句,再罗列细节则为铺陈;这样的安排力争把最重要的观点放在开端,以便一开始就吸引听众的注意力。若是先将细节一一展示,之后再行概括,这便是聚合。此举可让听众对所讲述的事情进行一步一步的了解,并在最后由言说者作出总结,深化听众对某一问题的认识,甚至让听众在演说结束后依旧记得最后的关键句。而生动叙述是将一件事展现在受众面前,就如同在他们面前发生一样生动形象。预辩指的是言说者预先想象一下在阐述自己观点的时候可能会遇到的反驳,并作出相应的辩解。这四种方法主要是通过强化观点与展示细节来唤起受众的意识和关注,从而达到“在场”的效果。

其余六种可归为语言类辞格。象声是佩雷尔曼和泰提卡在《新修辞学:论论辩》中列为第一的具有“在场”功能的辞格,他们认为该格可以唤起人们对真实声音的感受,“至于象声是真象还是约象希望在场的那个声音不重要,关键是这一模仿的意图”^②。反复被视为实现“在场”功能的最简方法,深受佩雷尔曼的重视。重复的部分可以是个别单词,也可以是某个短语,甚至是特定的句型。众所周知,被反复讲述的东西通常是言说者想要听者记住的东西,也就是想要强调或突显的东西。这样一遍又一遍重复不断的述说,可以在听众的脑海里留下更深刻的印象,是非常直接的一种强化方式。但佩氏在《修辞学王国》中认为“同词反复只是表达强调,同义替换可以加重此强调并突出其中某一个侧面。”^③同义替换,顾名思义,就是用不同的单词表达同一个意思。书中的一则例证是高乃依(Corneille)名剧《熙德》(The Cid)中的一行“走、跑、飞来向我们报仇吧(Go, run, fly and avenge us)”。我们可以看到三个动作都表示从一个地方朝着另一个地方前进,但是方式不同,分别是走、跑和飞,速度层层递进,也代表着复仇的紧张局势步步紧逼。通过这样一系列的近义词,言说者可以将他想要传达的意思一次次地强化,从而在听众的脑海中一次次地加深印象。佩氏认为加重强调还可以通过时态转换来实现,“如通过现在式替换将来式,我们实现了显著的在场感:开口立毙(If you speak, you are dead.)”,无疑,立毙比将毙(will be dead)更能使听话者感受到威胁的语气。此外,他还简略地提到了吸引对方关注某一特征的借代格以及无需作答但可抓住听众思维的修辞问句在实现“在场”时所发挥的功用。

众所周知,辞格数量庞大,任意一个辞格可能或多或少都有助于取得“在场”效果,佩雷尔曼提及的这几种或许是他认为“在场”功能较为突出的辞格。那么这些格分别增强了“在场”性的哪些基本维度?基本凸显维度上最具代表性的应是哪些辞格?这些问题佩氏未及回答,似乎在列述具有“在场”功能的辞格时较为随意,^④尚缺乏系统性与理据性。

^① 佩氏在《新修辞学:论论辩》中反对将辞格分为思想格与言辞格,但我们认为这样的分类有其合理性与便利性。参照传为西塞罗之作的《献给赫伦尼厄斯的修辞学》(Rhetorica Ad Herennium),本文将这四个呈现技巧视为思想格。

^② Perelman, CH. & Tylteca, L. O. *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. University of Notre Dame Press, 1969, p. 174.

^③ Perelman, CH. *The Realm of Rhetoric*. University of Notre Dame Press, 1982, p. 38.

^④ 两书中所涉相关辞格不尽相同,如《修辞学王国》中未列入《新修辞学:论论辩》中视为第一的拟声,但佩氏对此未加说明。

四、增效呈现的主要维度与代表辞格

观察以上十种呈现方式,我们发现若加以梳理归类,可大致分出三个维度:复叠、摹绘、背常。铺陈、聚合、反复、同义替换属于复叠手法,前两者为细节的叠加,后两者为用语表义的重复,主要都是为了持续吸引受众的注意力;象声、生动叙述则属于摹绘增效手法,前者为摹声,后者为摹拟各种外在形貌;而无需回答的修辞问句、它时现述的时态转换、以局部或特征替常名的借代则大致均可归入背常手法。^①此三大维度都符合人们关注事物时的认知心理。其中,复叠的增效性似可以在图形—背景理论的后期发展者库尔特·考夫卡的《格式塔心理学原理》中获得理据“图形越具有硬色,其结构就越有力,而且给人印象越深刻,这后一个确定显然与前面两个密切相关,因为印象的深刻性有赖于该区域内能量的密度。”^②而一个区域内能量密度越大的事物越具有清晰度,更有可能成为图形而受到注意。将这一原则应用到论辩中,若是言说者就某一方面给予了许多的细节或对某一点反复重申,那自然就获得了“更强的密度”,成为一个突出的图形而受到关注。摹绘增效手法可以借助皮亚杰的相关论述来理解。在《皮亚杰的理论》一文中,他指出“我们把那些如实地表象现实而不去转变现实的活动叫做图像的(figurative)活动。它包括:1. 知觉,2. 广义的摹仿,3. 在心理意象活动中栩栩如生的表象。”^③象声及生动叙述辞格的使用可以有效激起受众心理层面的图像活动,通过听觉和想象,虽未改变现实却使现实具有活力,加强了受众对事物的认知。背常维度的相关理据我们可以从当代美国心理神经科学家 Laurent Itti 等所设计的视觉显著性计算模型中获得。该模型认为“视觉注意是与周围环境完全不同的目标物会自动从视野环境中‘跳出’,并且引起关注。”^④这说明了不同于凡常的新异事物容易受到关注。实际上,传统心理学中的实验也早已证明了新颖或异常的刺激比普通或惯常性的刺激更能吸引注意,留下深刻记忆。因而不难理解,修辞问句、时态转换、借代等有背常规的表达式能起到引发关注的增效呈现功能。

关于三大增效维度的代表性辞格,考虑到我国修辞学者所认同的辞格通常为结构特征较为明显的修辞格,在此我们就暂不考虑铺陈、预辩、生动叙述等在西方修辞学传统中被视为思想格或内容格的呈现手法,而只从语言性辞格(兼具转义与非转义)中作出选择。我们将以佩雷尔曼视为最易实现“在场”效果的反复格作为复叠呈现法的代表辞格。此处的反复,参考 Farnsworth 在《古典英语修辞学》(2011)^⑤中的汇总,并结合汉语中该格的情况,主要包括以下几个小类:(词或短语的)简单重复、开头重复、结尾重复、头尾重复、顶真。摹绘,根据谭学纯等主编的《汉语修辞格大辞典》“可以分摹声、摹状、摹色、摹味等类型”,^⑥尽管佩氏视象声为“在场”第一格,但该格毕竟只是摹声,而且该格靠的是有限的象声词、缺乏能产性和结构特征,因而我们认为不足以作为此类的代表;而善于摹绘各种感官感受的比喻(含明喻和暗喻)无疑更具有代表性。至于背常手法,虽然前述修辞问句等三种以及许多未讨论的辞格均可归入此类,但在标识上更为鲜明的常态背离恐怕要算倒装格了。Geeraerts 和 Cuyckens (2007)^⑦就特别指出,一些因素能够增加注意力的集中,其中一个就是句子中

① 未说明的预辩法,较难归类,考虑此法在于提供更多令人信服的论据,似可归于复叠手法。

② 库尔特·考夫卡《格式塔心理学原理》,黎炜译,杭州:浙江教育出版社,1997年,第248页。

③ 皮亚杰《皮亚杰发生认识论文选》,左任侠、李其维编,上海:华东师范大学出版社,1991年,第25页。

④ 韩冰等《改进视皮层视觉机制的视觉注意力模型》,《计算机科学与探索》2011年第5卷第11期,第1015页。

⑤ Farnsworth, W. *Classical English Rhetoric*. Boston: David Godine, 2011, pp. 3-73.

⑥ 谭学纯,濮侃,沈孟瓔主编《汉语修辞格大辞典》,上海:上海辞书出版社,2010年,第164-165页(该条目由罗渊、李洛枫编写)。

⑦ Geeraerts, D. & Hubert, C. (Eds.) *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. New York: Oxford University Press, 2007, p. 274.

所处的位置,在特定的某个位置会比在其他位置更显眼。他们给出了三个句子: 1. I can't stand this kind of music right now. 2. Right now I can't stand this kind of music. 3. This kind of music I can't stand right now. 在这三句中,第一句是主谓宾状型的正常语序,第二句将时间状语放在了句首,强调只是现在不能忍受这种音乐,而第三句中则将宾语“这种音乐”置于句首加以强调。可见,将句子中需要强调的部分置于句首,这种句式背离常规以突出特定事物的呈现方法具有极强的“在场”效果。

至此,我们为复叠、摹绘、背常三维基本增效呈现方式分别选出了三大代表性修辞格。其中,复叠类显著的有反复,摹绘类突出的有比喻,而背常鲜明的则有倒装;比喻为最典型的转义辞格(trope),反复和倒装为典型的非转义辞格(scheme)。此三者可作为实现佩雷尔曼“在场”论辩功能的代表性辞格。

五、结语

通过对佩雷尔曼论辩系统中“在场”范畴的梳理,我们发现:针对选择与呈现这两个语义维度,佩氏给予了后者以更多的关注,所提及的多种呈现方式为我们提取三大增效维度提供了依据,为修辞格在场论辩功能的研究奠定了基础。但本文认为辞格在场功能的考察如果囿于“呈现”层面易陷入只见树木而无视森林的迷惘,需紧密结合在场“选择”的宏观层面,才能在语篇全局观中透视辞格增效在场的修辞动因。而如何将“选择”与“呈现”结合起来考察辞格的在场性论辩功能是有待探究的重要课题。

(谭学纯教授为本文的修改提供了诸多宝贵建议,我们在此深表谢意!)

(责任编辑:陈芳)



retical reference for the indigenized practice of long-term care insurance of the elderly in China.

Trans-cultural Mass Communication under the Theory of Macroscopic Rhetoric

ZHONG Xiao-wen

Abstract: From the perspective of the theory of Macroscopic Rhetoric, trans-cultural mass communication, including its selection and organization of message, the sending and receiving of communication, is a kind of rhetoric act with its clear target and utterance purpose. Rhetoric participates in trans-cultural mass communication mainly in three perspectives: choosing and rhetoric establishment of the utterance and text of communication, the spiritual establishment of communication subject. In terms of area and history, the trans-cultural mass communication has wide and long ideological effects due to its elaborate rhetoric, and become an important source of foreign cultural cognition and collective memory for communication receivers.

On the Construction of Communication Effect Optimization Model for Translating and Editing Chinese News Reports: a Rhetorical-situation Perspective

XUE Ting-ting, MAO Hao-ran

Abstract: The translating and editing Chinese news reports is one of the important means of international communication. Currently, due to the failure to fully realize the complexity of the situation where the reports exist, researchers haven't conducted multi-perspective, cross-discipline, systematic researches. This study, based on the theory of Kenneth Burke's Rhetoric situation, construct a communication effect optimization model exclusively for the translating and editing Chinese news reports. Centered on identification, it uses target audience, news value, and credibility as three dimensions to enhance communication effect. Moreover, three identification strategies deriving from the model are proposed: firstly, in the dimension of audience, listen attentively; secondly, in the dimension of news value, narrate properly; thirdly, in the dimension of credibility, construct rhetorical authority.

Rhetorical "Presence": Perelman's Argumentative Figures

ZHU Lin, YUAN Ying

Abstract: Chaim Perelman, a leading figure in the twentieth century European academia, contributes tremendously to the New Rhetoric centering on argumentation. "Presence", a vital element of his argumentation, has not yet been attached due importance to in China. Based upon his *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation* and *The Realm of Rhetoric*, we interpret the two semantic aspects of "Presence": choice and presentation, explore principles of choice and ways of presentation, and justify with corresponding figures of speech—accumulation, description and deviation—as the major prominent means of presentation. This essay serves to be a basic research on figures' discourse argumentative function.