

# 语言修辞的传播要素

[中] 方珍平\*

## 目录

- 1、引论
- 2、语言修辞主体
- 3、语言修辞客体
- 4、语言修辞内容
- 5、语言修辞管道
- 6、语言修辞效果
- 7、结论

## 1、引论

语言修辞是一种“以言取效”的目标行为，对言语内容所进行的加工和表达时对方式技巧的追求都是为了达到某个具体目的或“增进加强”的目的，有如下特征：1、修辞是整体言语行为，是全过程，有符号因素，也包涵意念、传递以及这些因素的互动整合。修辞不但与思维同步，而且与传播同步。2、修辞的出发点是“效”（效果/效率），而非限于“题旨情境”。它以传达最大信息量、收取最大传播效果为前提。当然，也强调准确性，但是不是指语言与内容的准确，而是传播形式与接受目标的准确。<sup>1)</sup>传播也是一种目标行为。其目标包括报导时间、宣传政策、引导舆论、传递知识、提供娱乐、发布广告等。

语言修辞的一般模式为：

---

\* 上海外国语大学副教授，釜山外国语大学交换教授。henpingf@yahoo.com.cn

1) 方珍平、李晓英《语言修辞与目标行为——语言修辞的传播学论析》，载于《中国语文学论集》第60号（2010年2月）

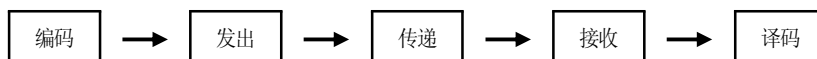


图 1 语言修辞的模式

传播的模式有四种观点，本同而末异。其中两种代表性模式，如下所示：

(1) 拉斯韦尔 (Harold Dwight Lasswell, 1902-1978) 的“5W模式” (1948) ——“谁 (WHO)、说什么 (SAY WHAT)、通过什么管道 (THROUGH WHICH CHANNEL)、对谁说的 (TO WHOM)、产生什么效果 (WITH WHAT EFFECT)”。因为五个因素的关键词均以“W”起头，故称之。即<sup>2)</sup>：

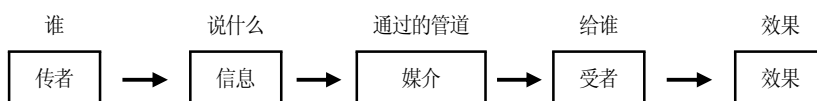


图 2 拉斯韦尔的传播学模式

(2) 香农 (Claude Elwood Shannon, 1916-2001) 和韦弗 (Warren Weaver, 1894-1978) 的信息论模式 (1949)<sup>3)</sup>：

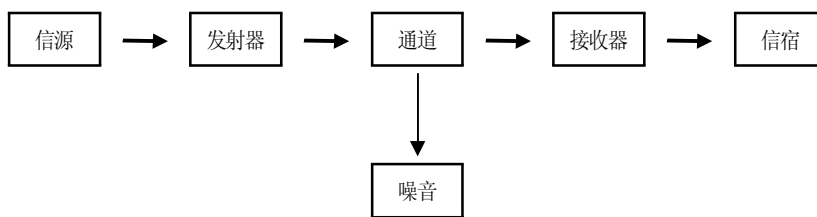


图 3 香农&韦弗的信息论模式

此外还有奥斯古德-施拉姆 (宣伟伯) (Osgood, Charles Egerton, 1916-

2) 张隆栋《大众传播学总论》，北京：中国人民大学出版社，2002年版，p35

3) 张隆栋《大众传播学总论》，北京：中国人民大学出版社，2002年版，p39

1991；Wilbur Lang Schramm, 1907-1987)的循环形模式(1954)、德弗勒(Melvin L. DeFleur, 1923-)的双向环形模式(1966)，这两种模式立足于标示传播的“永无止境”的循环，较为复杂，这里没有必要讨论。截取这种“永无止境”的一个循环因子即可说明问题。(1) (2)的图2、图3模式正是如此。它们自身是互相对应的，并且与语言修辞模式互为参照。语言表达的“编码”因素(语言修辞模式)，对应着传播行为的“传者”“信息”因素(传播学模式)与“信源”“发射器”因素(信息论模式)；语言表达的“发出”“传递”因素(语言修辞模式)，对应着传播行为的“媒介”因素(传播学模式)与“通道”因素(信息论模式)；语言表达的“接收”因素(语言修辞模式)，对应着传播行为的“受者”因素(传播学模式)与“接收器”因素(信息论模式)，而语言表达的“译码”因素(语言修辞模式)，则对应着传播行为的“效果”因素(传播学模式)与“信宿”因素(信息论模式)。

语言修辞与传播行为，两者的模式(过程)具有一致性。这样，就可以用传播学的分析方法来尝试分析语言修辞的对象和过程。言语修辞活动中，从其过程来看，主要因素有如下几个，即修辞主体(“编码”因素)、修辞客体(“发出”与“接收”因素)、修辞内容(与“编码”因素相关)、修辞管道(“传递”因素)和修辞效果(“译码因素”)。

## 2、语言修辞主体

主体是自然、社会、思维的统一体。它具有物质实体的属性、社会历史的属性、意识功能的属性。能够独立进行认识活动和实践活动，又是主体的特性。所以，语言修辞主体是具有自然物质能力、社会历史能力和意识思维能力的，并通过语言交流进行着认识活动和实践活动的人。

语言修辞主体由个体、群体和类属构成三个层次，语言修辞活动总是从个人作为语言修辞主体的活动开始的。恩格斯指出，人的思维是“仅仅作为无数亿

过去、现在和未来的人的个体思维而存在。”<sup>4)</sup>但是，主体不限于个体。语言修辞总是在一定的社会共同体中完成，这个共同体即为语言修辞群体。从人类的时代延续性和语言修辞发展史来看，个体、群体最终凝结成“类”。这也是所谓“学科发展”的意义所在——语言研究，就是在分析无数独立的语言活动之后，抽出较为普遍的规律。

构成语言修辞主体的人由多个要素构成。包括：(1) 身体所具有的生理上的自然属性；(2) 意识、个性、意志、情感等心理特征；(3) 知识、经验等社会特征。这几个方面构成语言修辞的主体性，也使语言修辞主体得以呈现。

语言修辞的主体性，是语言修辞主体的主动性和自觉能动状态，是主体将自身因素融入语言修辞活动和结果之中。语言修辞主体性的价值及作用可用下图表示：

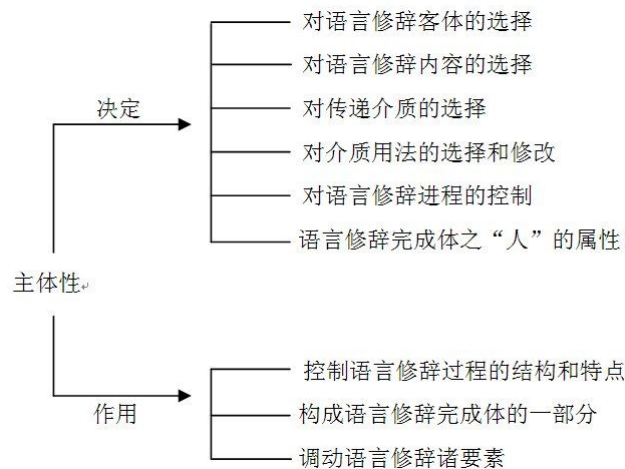


图 4 语言修辞主体性的价值

主体性作为类的特征，有几点值得关注：(1) 语言修辞起源于人类社会性

4) 《马克思恩格斯全集》第三卷，北京：人民出版社，1980年版，p15

的实践活动。正是在“以一定方式结合起来的共同活动”<sup>5)</sup>中，人们需要互相联络、沟通，从而产生语言交流。(2) 语言修辞的本源是事实，是社会生活内容。(3) 社会进步、生产力水平的提高、科技文化的发展为语言修辞的产生、发展提供了动因。

由上面论述我们可以小结语言修辞主体两个特性：首先，语言修辞主体是自由的，这与传播相似。所谓“言论、出版自由”(FREEDOM OF SPEECH AND PRESS) 是世界各国宪法采用的法律用语，也是语言修辞与传播特征性的呈现。其次，语言修辞主体是以个体为单位进行活动的，而传播则是以群体为单位进行的。

进入语言交流之前，修辞主体一般先行交际准备，有以下内容：

- (1) 主体心态准备
  - a、 我们的脾气和情绪
  - b、 人们对我们的印象、对我们的回应方式
  - c、 我们的集体人数及对方的群体数量。(人际交流还是群体交流)
- (2) 对交流客体的判断
  - a、 交流客体之间相互抱有好感的程度，即交流双方对对方的认同度。
  - b、 在选择交流对象上，我们通常乐于同较为相同(投缘)的人交流。
  - c、 不同的角色身份则会影响我们对交流环境的判断。(正式交谈还是非正式交谈)
- (3) 对交流活动的定位
  - a、 判断交际环境是正式的或非正式的在各方面影响着我们的交流行为。(当我们将环境判断为正式的时候，我们倾向于采用标准的交流模式。而当我们认为环境是非正式的，我们甚至会使用当地的方言。)

5) 《马克思恩格斯全集》第一卷，北京：人民出版社，1980年版，p362

- b、 对交流对象的分类。(会影响我们认为他们是对等的, 还是同我们不对等的)

进入语言交流活动, 主体有一些基本原则, 主要包括:

- (1) 尊重隐私。
- (2) 在同人交谈时看对方的眼睛。
- (3) 不质疑别人所确信的东西。
- (4) 不在公共场合指责对方。
- (5) 赞美, 无论它们是多么微小。

人际交流活动一个很大的障碍是“成见”或称“刻板印象”, 消除既定预设是对交际主体最大的挑战。有这样一些成见常常发生:

- (1) 很多时候, 个人是被分类的, 通常以容易被辨认的特征为基础。比如性别和种族。
- (2) 群体的特征会被赋给那个群体中的每个(或者大部分)成员。认为群体内部的个体是类似的, 和其他群体在这一系列特征上是有区别的。

### 3、语言修辞客体

客体相对主体而言, 它是主体进行认识活动和实践活动的对象。客体包含三大类: (1) 自然界事物和现象; (2) 社会现象, 如思维、意识和实践; (3) 知识体系, 如科学理论和文艺作品。

正如传播行为一样, 语言修辞是一种“以言取效”的目标行为, 对言语内容所进行的加工和表达时对方式技巧的追求都是为了达到某个具体目的或“增进加强”的目的。“目标行为”的重要特征, 即其概念不言而喻的——是“目标”的已然

预设，所以传播或者修辞不可避免的呈现“主体性”属性，“主次分明”。在修辞活动中，涉及的对象包括修辞表达者（人）、修辞媒介、修辞接收者（人），而修辞媒介有语言也有事物。从修辞表达者的“主体性”出发，其他对象在“主客体”这一矛盾对子中，只能归于客体。所以，这里把语言修辞主体之外的人的因素与工具的因素都归结为与之相对的客体范畴，这是需要特别说明的。

语言修辞活动的客体分两极。一是所谓“介质（中介）”，二是语言修辞的接受者。前者是语言修辞的直接对象和“工作场地”，后者是语言修辞的终极目标。

“中介”是主体活动的桥梁。它是社会发展的产物。中介又包含两个层次：第一层是“软中介”，即主体作用于客体时运用的思维方式、理论体系、科学方法等等。具体地说包括科学方法论、理论与理论体系、抽象的方法、历史的方法、逻辑的方法、模型思维工具等。在科学研究的道路上，常常有这样的现象：问题是旧的，方法是新的；新的方法引导提出新的问题。这说明了“软中介”的巨大作用。

科学方法论早在亚里斯多德（Aristotle，前384-前322）《工具论》中可以找到起源。他研究了思维的形式和规律，创立了演绎逻辑。培根（Francis Bacon，1561-1626）在《新工具》里首次强调方法学说对科学认识的促进作用，阐述了实验方法和归纳方法，奠定归纳逻辑基础。到了笛卡尔（Rene Descartes，1596-1650）的《方法谈》和牛顿（Isaac Newton，1643-1727）的《自然哲学的数学原理》，方法论就成形了。今天，信息论、系统论、控制论结合数码网络、实时互动软件，科学哲学交融语言哲学，使语言修辞和传播的方法论研究愈来愈走向深化。

关于“抽象的方法”有一点值得注意。“语言修辞”这个词使用到目前为止，语言修辞这种现象研究到目前为止，它本身的含义会发生凝聚、蜕变。例如：有人为了减轻获罪的儿子们的惩罚，千方百计安抚受害人、讨好迎合法官，最后量刑取了下限——人们讽刺为“关系学学得好”，人们称其为“很懂修辞”。这个“修辞”有更深广的含义。科学的抽象是舍弃表面个别的东西，而抽取出一般的、内

在的、本质的东西。从语言修辞的研究历史来看，原来人们更多地把它当成为对语言这个对象的活动，而对另一部分有所忽略——在文、字、言（调整修饰）确定之后，为了有效交际，怎么样对整个言语活动进行策划就是更为重要的事情。也就像手中握有绣球，重要的是如何抛出它以使对方愿意接住、能够接住。

“理论一经掌握群众，也会变成物质力量。”<sup>6)</sup>一般地说，要想把握语言修辞，就必须跳开对象本身、保持一定的距离和高度：把握语言修辞，须立足于整个语言学，把握语言学，须立足于整个人文学科。这是从范围来说；从层次来说，把握语言修辞实践，须立足于语言修辞理论，把握语言修辞理论，须立足于理论的理论（语言哲学和科学哲学，如王希杰的概念“语言修辞学”，这种“学之学”的思维还是给人以启示的）。

进入语言交流活动中，“软中介”方面的准备主要在于认识交流的文化环境。对交流的文化环境的看法会影响主体对客体以及客体对主体的预判，以及对他们所发出的信息所做的解读。当一种文化环境中长大的人进入另一种文化环境时，作为陌生人，误解经常发生。比如一个外国人到中国很容易得到中国人的某些“隐私内容”，但肯定是不准确的（比如“在中国，你赚多少钱？”的内容），因为作为东道主的主人同他抱有完全不同的对隐私界限的理解。同样的，主体也因此误解客体的意图。

第二层中介是“硬中介”，对语言修辞来说，即是“语言”这个中介。在此不赘述。

与语言修辞活动的中介这个“场地”的客体相比，语言修辞的“高级”客体就是语言修辞所要传达到的人。他与作为语言修辞主体的人有相通的定义，只是他是被动者而已。语言修辞接受者有如下几个特征：（1）不同的接受者层次类别也不同，所以其生活经验、情趣、爱好、习惯等也各异。（2）接受者一般是具体的或个别的。这与传播的所谓“受众”（受传者）不同，受众是数量众多而又未定的群体。（3）接受者是“不自由的”他是语言修辞主体进行语言修辞活动

6) 《马克思恩格斯全集》第三卷，北京：人民出版社，1980年版，p460



而其母语用于非正式、非公开场合。同样，谈话的话题影响着代码的使用。使用多种语言的人们趋向于使用母语讨论需要强调的令人兴奋的话题。

除了谈话的话题和场合，人们需转换语言以示热情和认同族群身份。当在祖国谈论生活时，移民趋向于使用第一语言，以强调文化继承，填补了“同胞身份”的需要。

作为客体，需要对“语言权力”有所认识。语言的选择随着用户的权威的变化而变化，说话人的权威状态反映在内容和语言风格上。无权威的发言常被认为可疑，回馈为附加疑问句（如：“那很好，对吗？”）和使用限制（如：“也许”）。当这些特征没有出现时，发言是强有力的。人们趋向于视社会地位低的人的发言为无权的发言。

一般认为语言反映权力的观点说明权力是静态的，嵌于语言中。常见的应对有以下几种：

模式1表示我们使用他人的语言来形成关于他们的群体关系的假设。在这些假设基础上，形成相似性的判断。我们感到的相似性越大，减少的不确定性就越多。

模式2 表示我们使用他人的语言来形成对他们的心理特点的判断。那样我们使用这些心理特点判断其他人与我们有多相似。我们感到的相似性越大，我们的不确定性减少得越多。

模式 3 结合了模式1和模式2。它设想我们使用语言来判断其他群体的身份。基于这种群体身份，我们做出关于他们的心理特点的假定。基于这些特点，我们做出他们与我们有多相似的假定。

模式 4 我们直接从他人使用的语言中判断其相似性。

这四个模式在不同的情况下有效。模式的有效性的变化依赖于交际的人际和群际特点。当群际因素非常重要而人际因素不是非常重要时，我们倾向于使用语言判断群体关系再导出关于相似性的判断（模式1）。当群际因素非常重要而人际因素也非常重要时，对群体身份的判断往往用来判断心理特点，而这是判断相似性的基础（模式3）。当群际因素不是非常重要而人际因素非常重要

时，语言直接用来判断心理特点，再判断相似性（模式2）。最后，当人际和群际因素都不是非常重要时，语言使用直接用来判断相似性（模式4）。

#### 4. 语言修辞内容

内容（即信息）从来是传播的中心环节，也是语言修辞的要素。亚里斯多德有个基本概念：某人有话对人说（人际传播——人与人的交谈），这“话”即是传播和语言修辞的内容<sup>7)</sup>。中国古代法家代表人物韩非子有一篇《说难》，谈到“说话之难”<sup>8)</sup>，实际上是“有话之难”。“话”之难使语言修辞不再选择，也就是说，任何文体、所有言谈都有语言修辞“出没”。这一点与传播有异。传播的内容是经过高度选择的，其中大量的文艺性、娱乐性的内容。

传播是尽可能多地吸引受众，所以它的内容在表现形式上是简单的、中庸的，追求的是“通”；语言修辞讲究的却是“美”和“接受”，因而它表现为复杂化、个性化。传播要求真实，语言修辞盼望美妙。

内容的传播会导致模仿，传媒在表现和描述现实世界时，赋予语词和其他符号一定的含义或暗示一定的观念指向，从而影响受众对现实世界的思考和理解，进而对受众的行为产生影响。

它由以下四个步骤：（1）含义的确立。（2）含义的引伸。（3）含义的替代。（4）含义的强化。在这一方面，语言修辞与传播本质上相似，只是它走得更远——它可以创造意义、创造内容，甚至有时候语言修辞本身就是内容，即“他的文字不仅是表现思想的工具，似乎也是一种目的”（闻一多：《庄子》）。<sup>9)</sup>实际上，许多有特色的作家和演说家正是这样使用语言的，如阿城的小小说《棋王》和丘吉尔二战时对英国人进行的著名的广播演讲。

Giles, Mulac, Bradac和Johnson (1987) 根据其包含现象的范围发展了

7) 张隆栋《大众传播学总论》，北京：中国人民大学出版社，2002年版，p73

8) 南怀瑾《论语别裁》，上海：复旦大学出版社，2002年版，p424

9) 《汪增祺文集·文论卷》，南京：江苏文艺出版社，1994年版，p22

言语协调理论并且重新命名为交际协调理论。他们认为交际趋同是说话人表达愿望的功能：(1) 社会肯定，(2) 高交际效率，(3) 分享自我表现或群体表现，还有(4) 一个适当的身份判定。<sup>10)</sup>要想交际趋同产生，必须在说话人期待的接受者的语言风格和实际风格间有合拍的地方，并且特定使用的言语风格适合说话人和接受者两方面。离散则相反，是为了满足说话人(1) 对比自我形象，(2) 隔离接受者，(3) 改变接受者的言语行为，还有(4) 定义族群间的对应词。离散也发生在当接受者使用一种说话人根据接受者的表现而认为的背离其看重和坚持的言语风格规范。如果陌生人协调自己的交际风格而我们感到其意图是积极的，这会减少我们在与其交流时的不确定感和焦虑情绪。

交谈是参与者的交互建构。说话人和听话人有相同的管理何时说、说何事的责任。我们的交谈是建构在“表达-表达”的基础上，每一个连续的表达部分依赖推进者的感性和适当性。尽管如此，Scollon和Wong-Scollon (1991)，讨论了东西方交谈的底层结构是不同的：

亚洲人交谈的模式表现为……开始于偶然的话题和不重要的方面。主要话题稍后出现……非常常见的是主要话题的介绍交谈之后随之是最后的‘悄悄话’阶段。……西方的模式相反，起始于引起谈话人的主要话题后，随后是一串相关的发展或私话，但往往有一个重复主要话题或小结方面的结论。<sup>11)</sup>

谈话的感受性和适当性，因此在亚洲和美国显得不同。有些话题看起来更能产生亲密友善的效应(如告诉别人自己的情史)。有些话题是浮于表面的交流(以美国为例，告诉对方自己的出生地，如何谋生，自己的政党的事情)。品位和观点被认为是交谈中最适当的话题，财产和个人隐私则是最不愿意被涉及的话题，这无论是在哪个国家都如出一辙。

10) Giles, Mulac, Bradac & Johnson (1987). Speech accommodation theory: The last decade and beyond. In M. McLaughlin (Ed.), *Communication Yearbook 10*, Beverly Hills, CA: Sage.

11) Scollon & Wong-Scollon (1991). Topic confusion in English-Asian discourse. *World English*, 10 : 135

## 5. 语言修辞管道

语言修辞管道即指语言修辞的媒介及途径。“谁掌握了媒介，谁就能传播信息”<sup>12)</sup>。语言修辞也是一样。但是语言修辞的“管道”并非光指媒介。语言是媒介，自然而然的是其中一部分。传递语言的气流（声波）、给你一个演讲的舞台（机会）、记录文字的书刊报等等，都是管道。传播管道包容了自古以来就存在的非语言手段和后起之秀的语言手段、文字手段、电子媒体和其他声图文综合物。其中光是非语言媒介就有视、听、嗅、触、味等几个方面，具体为体语、空间距离、类语言（哭笑）和辅助语言（音的质、量、调、语速节奏等）、艺术形式（舞、乐）、服饰等。可见，语言修辞的客体1绝非仅仅是语言文字，这也是本文加上“语言修辞”这个限定的原因。

西方传播工具分析的代表观点是“全球一体化”和“信息革命”。早在约翰·奈斯比特的《大趋势》中就完整描述了“信息时代”。各类电子媒介的广泛使用让地球“变小”，让不同地域、国别、族群的人们需要应对“共同体”时代的到来。传播的发展也为语言修辞带来更大的可行性。高速度、高科技、大设备使语言修辞与传播发生更大的融合。我们今天观察广告和公关等传播学范畴的对象，发现它们的目标与语言修辞的目标何其相似。所以，在语言修辞活动中，语言是津梁，语言载体是舟楫。

除了语言，非语言因素在交流活动中也发挥着很大的作用。因而，拓展非语言管道是交际活动彰显特色的部分。

正如我们的语言行为受文化影响一样，非语言行为也是由我们在社会化过程中习得的文化所影响的。我们和陌生人交谈时辗转腾挪的方式主要是以我们对于环境刺激的生理和心理反应为基础的。我们的语言行为多数时候是清楚的并且被认知加工的，但是我们的非语言行为却是自发产生的，不明确的并且经常在我们的意识和控制之外。当我们和陌生人交流的时候，我们对于陌生人的不熟悉的非语言行为不能理解。从打招呼到表达感觉，我们也许会因为对方的非

12) 张隆栋《大众传播学总论》，北京：中国人民大学出版社，2002年版，p109

语言行为而觉得不舒服，又由于我们对于非语言行为的感受是无意识的，于是我们也不确定为什么觉得不舒服。

当我们与他人交流时我们会使用不同的非语言行为。首先，我们的身体语言，可以使别人对我们做出判断。第二，我们使用空间的方式（空间关系），说明我们控制亲密程度，并且控制我们向他人提供的感观接触。第三，我们移动身体的方式（身势行为），向他人提供着我们的信息。第四，我们使用声音的方式（副语言），告诉陌生人我们是如何定义我们和他们的关系的。第五，我们接触他人的程度和我们允许他人接触我们的程度，也告诉了我们怎样看待我们的关系。

一旦人们开始交流，他们不自觉地同步（全部或部分），并且如果不是这样，对于其周围的人来说是感觉不和谐的。非语言信息对于我们和其他人交流来说提供了关键的韵律。如果在交流中没有节奏，我们就不能使自己的行为和其他人保持一致。人际关系的同步性指交谈双方语言和非语言的一致的改变。人类的每一种行动都被包含在韵律中。当一致性起作用的时候，行为是合拍的，双方几乎无意识地“共舞一曲”——互相交谈，一起工作，团结友爱。

人际关系的同步性或者一致性，是当交谈双方的非语言行为是整体的、灵活的、顺畅和自然的时候才能实现的。当交谈双方的非语言行为是生硬的、笨拙的和犹豫的时候，人际关系的分歧或者不一致就会发生。人际关系的一致性与喜爱、和谐与关注有关系，而人际关系的分歧就与讨厌和差异有关。

## 6、语言修辞效果

效果是活动的出发点和归宿。传播作为有目的的社会活动，其价值在于通过人们的传播交往达到传递信息、沟通情况、交流经验、协调行动的目的。同样的，语言修辞活动一开始，即包含了对效果的设定。实现预想目标，是语言修辞的原因。

联合国教科文组织“国际交流委员会”列出交流的如下主要功能，正是语言修辞和传播的目的<sup>13)</sup>：

- (1) 获取消息情报：收储信息，以便了解环境，做出反应。
- (2) 促使社会化：增加社会联系、增强社会意识。
- (3) 提供动力：明确当前目标和最终目标、激励人们向目标努力。
- (4) 进行辩论和讨论：以加强交流、澄清观点、达成一致，增进参与精神。
- (5) 进行教育：培养人的德、智、才、能等。
- (6) 发展文化：传播艺术，保存遗产，激起审美情趣，焕发创造能力。
- (7) 娱乐：给人以享受。
- (8) 完成一体化：提供借鉴，消除差别。

这些目标是否完成都由效果决定。李熙宗等编着《公关语言学》是传播中心范畴之一“公关”的专门语言著作，论述中谈到衡量（公关语言）效果有四个层次：信息层次、感情层次、态度层次、行为层次<sup>14)</sup>，其论可以推广在一般传播行为中。效果实质是一个变量，是指知识能力、态度、行为的变化。这个变量在传播学中甚至是可以计算的（语言修辞目前还未见运用），它主要作用于信息内容的可接受性程度和可理解性程度，所以只有理想标准，而无最佳标准。

在理论研究中，语言修辞的目标分两类：一类是完成某个具体目标。如“张三买了本好书，怎么样让他借给自己”所要求的行为。此时此刻对应的语言修辞与整个语言行为是统一的，即：

语言行为 = 修辞行为

13) 联合国教科文组织《多种声音，一个世界》，北京：中国对外翻译公司，1981年版，pp19-20

14) 李熙宗、孙莲芬等《公关语言学》，上海：东方出版中心，2004年7月版，p71

另一类是“提高”的目的，即在原有具体目标基础上增大要求。如“怎么样让张三更快地（或者更愿意）把书借给自己”所要求的行为。此时此刻对应的语言修辞是对语词的调整、修饰，语言修辞行为只是语言行为的一部分。即：

#### 语言行为 > 修辞行为

根据前面“修辞客体”的叙论，作为交流接受者的客体某种程度上从终点变成了起点，与交流发出者的主体在同一位置。这里的原因就是目标效果的默认。当这个默认完成的时候，语言修辞主体本身就成为了语言修辞媒介，如此，整个语言修辞内涵统一在主体上。这也是语言修辞看似整体，分析起来却难定标准、无从下手建立理论体系的原因之一。这也大概是原有语言修辞研究多以语言修辞主体为坐标而对语言修辞的活动整体特征较少关注的原因吧。

人际交往时，理解的错误常常使得交流失败，分析交流失败的原因，是获得良好交际效果的重要途径。当地位背景或者性格特征不同的人交流时，从对方的话语中往往得出错误的信息。比如下一个例子（公司里经理和员工的交流）：经理要求下属下负责从事某事（管理的思维定势），而下属则希望被告知要怎么做（服从的思维定势）：

语言行为	理解与误解
经理：你需要多长时间来完成这个报告？	经理：我要求他做件事。
	下属：他的问法没有任何意义。他是老板。他为什么不告诉我？
下属：我不知道。这个报告应该要花多少时间完成？	经理：他拒绝承担这个责任。
经理：你最晚什么时候可以完成？	下属：我请他下一个命令。
	经理：他要为自己的行为承担责任，给他一点压力。
	下属：废话！我怎么知道？随便给他一个答案吧。
下属：10天吧	经理：他缺少估计时间的能力。这些时间完全不够用。

经理：给你多点时间，15天后交上来吧。

经理：我提供了一个宽松的合约。

下属：这就清楚了，15天。

事实上依照正常的情况，这份报告需要30天来完成。那个下属夜以继日，在15天的最后期限来临之际，他处于收尾状态，再有两天的时间就能完成。  
(15天后)

经理：你的报告在哪里？

经理：我正在确认他是否完成了他的合约。

下属：他催得真急！

下属：那份报告明后天就能完成了。

(双方都忘记面对那份报告本身)

经理：我们不是说好今天交吗？

经理：我必须教训他。

明天一定要给我！

下属：愚蠢而又无能的老板！他不仅给了我错误的指令，对我加班加点地工作不加赞赏，还逼我。

第二天，下属递交了辞职信。

经理：什么意思？（非常惊讶）

下属：我不能为这样的人工作！

非常明显的，这个下属和经理对彼此行为的理解都是不正确的。它导致了误会的发生。

## 7、结论

语言修辞与传播行为，两者的模式（过程）具有一致性。这样，就可以用传播学的分析方法来分析语言修辞的对象和过程。语言活动追求效果。交流的有效性体现在我们处理修辞主体、修辞客体、修辞内容、修辞管道、修辞效果几方面的关系上。主客体在交流活动都会面临心态、文化背景、交流环境等问题。有效的交流体现在调适情绪和不确定性的能力上。有效交流能够感知在交流中出现的焦虑和不确定性，焦虑和不确定性越少，有效性越高。有效交际，就

是错误理解的最小化过程, 有几点关键内容: (1) 交际, 并不意味着有结果; 包含交换信息与理解信息; 理解过程因人而异; 有效交际要求交际双方赋予所交换的信息内容以相同的意义, 并进行相似的理解与诠释; (2) 修辞活动基于基本的忠实度。两个或者更多个体在交际过程中, 相互在认知(或者想法)方面追求一致。有效性包括(对信息意义的)同形态归属(同形态意味着类似; 归属意味着将某一性质或特点归于某物。”(3) 亲密度、双方对对方语言的熟悉与流利程度、对陌生人其文化背景与语言知识的了解、其他社会因素等, 均会影响交际有效性; (4) 在无意识自然状态下的交际, 依据的是自幼形成的符号系统知识来说明理。同一族群人员的符号系统中, 大部分相同, 而有一部分是独一无二的, 它形成于(个体)特殊而具体的生活经历基础之上。任意两个人都不可能拥有一模一样的符号系统; (5) 能有效交际的人, 并不一定是善于交际的人。

## 参考文献

- (美) 罗洛夫, 王江龙译《人际传播: 社会交换论》, 上海: 上海译文出版社  
1991年版
- 陈望道《陈望道修辞论集》, 合肥: 安徽教育出版社1985年版
- 桂诗春《应用语言学》, 长沙: 湖南教育出版社1988年版
- 江中信《人际传播学》, 台北: 风云论坛出版社 1994年版
- 李谦《现代沟通学》, 北京: 经济科学出版社 2002年版
- 李熙宗、孙莲芬等《公关语言学》, 上海: 东方出版中心2004年7月版
- 联合国教科文组织国际交流委员会编《多种声音, 一个世界》, 中国对外翻译公司  
1981版
- 刘焕辉《交际语言学导论》, 南昌: 江西教育出版社1992年版
- 马克思、恩格斯《马克思恩格斯全集》第一、三卷, 北京: 人民出版社1980年版
- 南怀瑾《论语别裁》, 上海: 复旦大学出版社2002年版
- 涂纪亮《英美语言哲学概论》, 北京: 人民出版社1988年版
- 汪曾祺《汪曾祺文集·文论卷》, 南京: 江苏文艺出版社1994年版
- 姚亚平《当代中国修辞学》, 广州: 广东教育出版社2003年版
- 张国良等《传播学原理》, 上海: 复旦大学出版社 1995年版
- 张隆栋《大众传播学总论》, 北京: 中国人民大学出版社2002年版
- 赵玲华等《公共关系中的人际关系》, 北京: 中国新闻出版社 1989年版
- 朱艳霞《人际传播学》, 广州: 中山大学出版社1998年版
- Giles, Mulac, Bradac & Johnson (1987). Speech accommodation theory:  
The last decade and beyond. In M. McLaughlin (Ed.), Communication  
Yearbook 10, Beverly Hills, CA: Sage.
- Scollon & Wong-Scollon (1991). Topic confusion in English-Asian discourse.  
World English, 10.

〈Abstract〉

The Main Communicational Factors of Language Rhetoric

Fang Zhenping

This article is a special analysis starting from methods and steps of communication perspective. It focuses on the main factors of language rhetoric activities that including the subject of rhetoric, the object of rhetoric, the content of rhetoric, the channel of rhetoric and the effect of rhetoric. Through the brief analysis of these communicational-factors, we clarify the differences of language rhetoric from language behavior, so that the connotation of rhetoric emerged.

Key Words : Rhetoric, Communication, language behavior, Subject of rhetoric, Object of rhetoric, Content of rhetoric, Channel of rhetoric, Effect of rhetoric

투 고 일 : 2010. 5. 10. / 심 사 일 : 2010. 5. 20. ~ 2010. 6. 10. / 게재확정일 : 2010. 6. 15.