

# 新认知语用学<sup>\*</sup>

## ——认知语言学视野中的认知语用研究

陈新仁

(南京大学, 南京 210093)

**提 要:** 认知语言学的迅猛发展极大地促进了人们对语言本质属性以及运作机制的认识。不仅如此, 从认知视角开展的语言学研究可以为重在描写和解释语言(表达与理解)选择的语用学提供具体的、可操作的理论工具。有别于关联理论指导下的认知语用研究, 新认知语用学可以建立在对当代认知语言学理论的基础上。作为尝试, 本文探讨该视角对话语理解的解释力。研究表明, 交际者会策略地通过对言语事件的视角选择, 迎合或引导交际对象的兴趣或注意倾向; 认知视角理论可以充实关联理论对于相关语用现象的解释。

**关键词:** 新认知语用学; 关联理论; 认知语言学; 认知视角

**中图分类号:** H0-05

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1000-0100(2011)02-0040-5

### Neo-Cognitive Pragmatics

#### Cognitive Pragmatic Research from the Perspective of Cognitive Pragmatics

Chen Xin-ren

(Nanjing University, Nanjing 210093, China)

The rapid development of Cognitive Linguistics greatly advances the understanding of the nature and working mechanism of language. Moreover, linguistic research from the cognitive perspective may provide specific and workable theoretical tools for pragmatics, a discipline that seeks to describe and explain linguistic choices in production and comprehension. Unlike the cognitive pragmatic research within the framework of Relevance Theory, a much broader version of cognitive pragmatics as proposed in this paper may base its work on an array of modern Cognitive Linguistic theories. As an illustration, the author explores the explanatory power of cognitive perspective theory for utterance comprehension. It is to be shown that communicators may make strategic choice of appropriate perspective on events to cater to or direct their audience's focus of interest or attention and that the perspective theory can substantiate the account of language use made possible by Relevance Theory.

**Key words** Neo-Cognitive Pragmatics; Relevance Theory; Cognitive Linguistics; cognitive perspective

#### 1 新认知语用学的研究目标和对象

利用当代 CL 的理论分析框架对语言交际开展认知研究, 可以称为“新认知语用学”(Neo-Cognitive Pragmatics)。具体说来, 新认知语用学旨在运用依据人类基本认知方式(王寅 2007: 封底)解释语言现象的 CL 基本原理解释言语产生和理解、语用推理和会话含意。显然, 这一研究思路远远比基于宏观、笼统、普遍关联假设的认知语用学更具体。我们不妨将其称为微观认知语用学, 而将基于关联理论的认知语用研究称做宏观认知语用学。

如此看来, “认知语用学”作为一个包容范围最广的术语, 指称的则是包括上述两种思路的认知语用研究。这是熊学亮在其 1999 年的专著中所采取的做法。他指出, “普通语用学通常结合心理和物理的语境因素来解释话语, 而认知语用学则主要通过认知(社会心理因素)来寻找人脑里规律性的东西, 因此可以把认知语用学看成是当代普通语用学的一个分支”(熊学亮 1999: 2)。在他看来, 认知语用学的研究对象“是人对于典型语用过程或场合的知识, 这种知识从语用经验中抽象出来后, 通过某种

\* 本文系国家社科基金项目“英汉社会用语的语用实证研究”(07BYY005)的阶段性成果。

升华,已经存入人的长期记忆知识结构”,诸如以言行事,会话含意,认知语境(包括知识草案、心理图式、社会心理表征等),语用推理,语用规约化,认知语法等都在认知语用学的研究范围中。笔者认为,这是对认知语用学所作的一种广义解读,而在国内一般文献中提及的“认知语用学”往往是对认知语用学的狭义理解,即以关联理论为基本运作模式的语用学研究(何自然 冉永平 1998)。

就实质而言,新认知语用学是关于言语交际的认知研究,其基本特点是在当代 CL 理论的指导下考察人们的认知能力、认知经验、认知方式等如何影响话语的产出,探讨话语理解的认知特点、推理过程、制约因素等。从一定意义上讲,新认知语用学甚至可以看作是 CL 的一个分支。王寅教授指出,认知语用学须要借鉴认知科学的理论框架研究语用与认知、人类交际和思维活动的关系,两个学科可以相互促进(何自然 2006: 35)。

## 2 新认知语用学的观点、理论框架和方法

从上世纪 80 年代起认知科学一直处于为世人瞩目的学科前沿,越来越受到人们的重视,当它进入语言学领域便产生了 CL,而在 CL 的研究中,语言功能的认知研究,特别是语言在交际中的认知研究是当前 CL 的重要内容(何自然 冉永平 2002: 209)。笔者进一步认为,语用学研究,特别是认知语用学研究,须要从 CL 中吸取理论养分,以便更加充分地解释语用现象。Panther & Thornburg (1998), Hernandez & Mendoza (2002)等都作了积极的尝试。

笔者认为,新认知语用学的基本观点至少应该包括:

(1)语言反映了其使用者的基本认知方式,从共时看,人类的基本认知方式与语言表达方式息息相关;从历时角度看,人类的基本认知方式会固化在语言体系中,从而为语言交际提供表达的框架和资源,使特定的语言表达方式和选择成为可能。(2)在共时交际中,交际双方须要参照(但未必完全或总是局限于)认知经验提供的表达方式来表达或理解话语(的字面意义、会话含意、特殊效果等)。(3)话语的产出和理解是一个选择过程,从具体的语言表达选择中可以了解特定认知方式的存在和应用。从一定意义上可以说,认知为语用提供了可能性,语用为认知提供了现实性(陈新仁 2008)。因此,CL 中的各种理论,如隐喻论、转喻论、原型论、心理空间理论、空间合成理论、构式语法理论等不仅可以深化、修正,甚至颠覆人们对语言组构、运作、变化等机制所长期以来形成的传统认识,而且可用来解释各种语言使用现象。将 CL 理论与新认知语用研究实践结合起来的关键在于提供合适的、基于认知经验的理论模块,填补话语处理过程解释方面的连接环节,将整个交际过程在认知框架中有机整合起来,使语用解释符合认知规律。本文下一格部分就示范了认知

视角理论如何可以用来具体解释特定的语用现象。

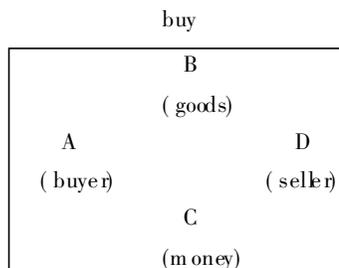
就研究方法而言,笔者认为,在新认知语用学框架下,从特定 CL 理论出发开展理论修正、建构,探讨基于假设的实验研究、基于语料库的定量分析、基于语言之间的对比分析等都是可行的。本文报告的个案研究是一个小型实证性探索。

## 3 基于认知视角理论的语用个案研究

作为示范,本部分借鉴认知视角(cognitive perspective)理论,解释语言使用中视角选取的认知机制和语用效果,旨在说明 CL 理论可以很具体、很贴切地用来解读语用现象,而且能够使总体上基于关联假定的语用解释更全面、更有说服力。

### 3.1 框架

在介绍认知视角前,我们首先要从框架(frame)说起。作为一个认知范畴,框架是由美国语言学家 Charles Fillmore 在上世纪 70 年代提出来的(Ungerer & Schmid 2001, 2006)。所谓框架,是指“相互作用的范畴配置”(configuration of interacting categories)(Ungerer & Schmid 2001, 2006)。图<sub>1</sub>是文献中一个常被引用的 [BUY] 框架示例(Fillmore 1977: 104, 另见 Ungerer & Schmid 2001: 207):



图<sub>1</sub> [BUY] 框架

从图 1 可以看出, [BUY] 框架包括了使用动词 buy (或任何语言中表示“购买”意义的动词)描述相关行为或情景所涉及的各个方面(由 A、B、C、D 分别代替),这些方面是所有购买行为必然共有的(不过笔者认为, C 不及另外三个方面更内在),只要提到 buy 这个行为范畴,就会使人联想起这 4 个范畴。借鉴这个框架,或具体地说,借鉴这个框架中的 4 个范畴,人们可以了解 buy 的词义。可见,框架理论为研究词汇语义提供了一个新的路径。

当然,这样的描述框架会忽略与购买行为或情景相关的一些次要因素,如购买的场所、商品价格、支付方式等。另外,不同社会、不同时代下的“购买”也可能会呈现局部变异。

### 3.2 视角

图 1 不仅适用于描述 buy 行为,也完全可以用来描述 sell、cost、change 等动词,原因是这些行为范畴也同样会涉及 A、B、C、D 这 4 个范畴。既然如此,如何区分这 4

个动词所对应的行为范畴呢?这时,我们须要引入“视角”的概念。

所谓“视角”,通俗地讲,是指人们观察问题的角度(《现代汉语词典》2003:1155);而从物理学上讲,是指人们在观察物体时,从物体两端(上、下或左、右)引出的光线在人眼光心处所成的夹角。视角反映了人类生理机能与具体外界事物的相关作用,因而本质上是一种认知范畴,反映了人们控制、运用注意(attention)的认知能力。就图1所涉及的4个基本范畴而言,人们在观察、描述由这4个范畴形成的配置或框架时,可以把buyer作为视角,也可以把另外三个因素中的任何一个当作视角。

语言的形成与发展离不开认知理据的驱动,特定的认知方式会在语言中被词汇化或语法化。就视角而言,buy, sell, pay, charge代表了对A, B, C, D这4个范畴进行表征的不同视角(Ungerer & Schmid 2001: 208),并因此在对应的小句型式(clause pattern)上有所区别,如下列各句所示:

- ① John bought a used book from Jane for five dollars.
- ② Jane sold a used book to John for five dollars.
- ③ John paid five dollars to Jane for a used book.
- ④ Jane charged John five dollars for a used book.

按照Fillmore的研究,在①中,购买者(John)充当小句主语,被交易的物品(a used book)作为购买行为的对象充当宾语,交易的另一方,即卖者(Jane),充当交易物品的来源,在句法上被处理为状语(但须要由提示物品来源的介词引导),交易涉及的货币(five dollars)由for引导充当另一状语。可见,就buy而言,人们的视角是购买者和交易物品。在②中,卖者(Jane)充当小句主语,被交易的物品(a used book)作为卖出行为的对象充当宾语,交易的另一方,即买者(John)成了交易物品的去向,在句法上被处理为状语(但须由提示物品流向的介词引导),交易涉及的货币(five dollars)仍由for引导充当另一状语。可见,就sell而言,观察者的视角强调或突出的是卖者和交易物品。对③和④可依次作类似的分析。我们会发现,动词pay和charge表征的视角是购买者/交易涉及的货币和购买者/卖者(不过,笔者认为对于charge而言,交易涉及的货币似乎也处于比较凸显的位置,这可以解释为什么其对应的成分在小句中充当直接宾语)。所以,这4个动词基于同一框架,它们之间的区别在于视角的差异。其中,buy和pay的共同点在于,交际者都是从购买者的视角描述相关商业事件的;而sell和charge的共同点在于,交际者都是从卖者的视点(point of view)或角度描绘相关商业事件的。

尽管视角表面上与动词息息相关,但须要注意的是,在CL中,视角是一个认知范畴,而不是句法范畴,因为并不存在独立的“句法视角”(syntactic perspective)。用Ur-

gerer and Schmid的话说,“每个句子会通过选择特定动词以及该动词支配的具体句法型式,使人联想起(交际者)对某一场景所选取的认知视角”(Ungerer and Schmid 2001: 209)。

### 3.3 视角聚焦

如果说上述4个动词表征的视角更多地与相关商业事件(commercial event)所涉及的两个方面(或更准确地说,两个方面之间的关系)有关的话,我们还不能很好地解释一些语言现象。试比较上文例句②与下文例句⑤

- ⑤ A used book was sold to John for five dollars.

尽管例句⑤中也使用了sell这个动词,然而原本非常凸显的一个范畴,即卖者,却没有在该句的表述中以语言形式加以实现。为了解释这一语言现象,我们须要引入视角聚焦或强光化(highlight)的概念(王文斌、熊学亮 2008)。从物理学上讲,受强光照射的某一方面因得到视角固定而特别光亮或凸显,而其他方面则显得暗淡。在CL中,所谓“聚焦”,是指人们在认知某一事物时,仅将视角固定于该事物的某一方面或侧面而由此忽略其他方面(王文斌、熊学亮 2008)(不过,笔者认为,认知聚焦于一方面不等于忽略其他方面,而是让其他方面变得模糊或暗淡)。以⑤为例,交际者的视角聚焦于被交易的物品(a used book)上,而卖者由于聚焦效应而处于隐藏状态,原因是在该句的使用者看来,谁卖那本旧书并不重要。相比之下,在②中,交际者的视角更多地聚焦于卖者,但被交易的物品本身仍获得了相当多的关注,所以在语言上被实现为宾语。再看例句⑥:

- ⑥ The doctor charges ten dollars for an office call.
- (《新时代英汉大词典》2004: 364)

与前面例句④相比,例句⑥的使用者将视角聚焦于有偿服务提供者(the doctor)上,而忽略了该有偿服务的接受者,原因是后者在当前的认知过程中并不重要(因为不管是谁来门诊,该医生都收10美金)。可见,视角聚焦为语言形式的选择提供了认知上的可能,事物或行为过程的认知属性会对语言表达产生影响。

视角聚焦会带来话题化(topicalization)。在交际中,人们习惯将自己关注的焦点当做谈话的对象,并提供进一步的信息。

### 3.4 认知客体的凸显性

在日常生活中,我们倾向于关注对我们有关联的事物(Sperber & Wilson 1986/1995),特别是具有凸显性(prominence)或显著性(salience)的事物或有关联的事物的具有凸显性或显著性的方面。例如,人群中的高个子往往会吸引我们的注意,花园中特别美丽的花会一下子抓住我们的眼球,赛跑中跑在最前头的运动员会成为我们聚焦的对象。从认知上讲,一个事物如果具有凸显性,要比具有关联理论中所说的显明性(manifestness)给人们

的刺激程度更高。

然而,视角聚焦不是一种简单的、随机的行为,而是一种有意识、有目的的认知过程。由于不同的认知主体有不同的认知环境(Sperber & Wilson 1986/1995),特定刺激对于一个认知环境是凸显的,对于另一个认知环境却未必如此。例如,中国学生讲英语时犯的语法错误,对于一般人来说并不具有凸显性,而对于关注语法的人(如语法老师)来说却具有凸显性。换言之,认知客体的凸显性有时并不是一个完全客观的属性。认知主体(如交际中的说话人)会根据自己或双方认可的兴趣、需要、利益、价值观、信仰等能动地加以选择,并通过语句组织方式呈现给交际对方,帮助对方进行视角聚焦,从而影响对方的认知过程和结果。

那么,哪些人或物(或其某一方面)具有或容易获得凸显性或显著性?从社会学角度看,名人往往具有这种认知凸显性,这也解释了为什么广告商喜欢找名人作广告。就交际中的信息而言,新信息往往具有凸显性,但常规情况下在句法处理中一般被置于非显著位置(非主位位置),因而在认知效果上会被削弱。除非置于主位位置,其凸显性才会显露出来,这也解释了奥巴马竞选美国总统时的口号 Change We Need 为什么如此令人印象特别深刻。事实上,英语语法中许多前置现象的修辞效果都可以从认知聚焦角度得到很好的解释。

### 3.5 视角聚焦与认知关联

运用关联理论能否很好地解释①—⑥中的视角选择及其效果呢?我们的回答是既能又不完全行得通。之所以说能,是因为语言交际中特定视角的选取符合关联理论的基本假定,即每个明示交际行为(话语)都传达了自身具备最佳关联的假定(Sperber & Wilson 1986/1995:158):该话语具备足够的关联,对听话人来说能产生足够的认知效果,值得听话人处理;该话语是说话人愿意并能够使用的传达给认知效果的最佳方式,听话人为获得该认知效果不会花费不必要的处理努力。体现特定视角的话语本身传达了自身的最佳关联。

但是,我们认为关联理论不能完全解释例句①—⑥中的视角选择及其效果。拿①与②来说,关联理论除了能够说明它们传达了不同的命题形式(本身也是认知的一方面)外,并不能解释主语(或认知视角)的不同选择带来的认知影响方面的差异,即前者聚焦视角于购买者,而后者聚焦注意于卖者。这种不同的视角聚焦差异还反映在③和④上,并可很好地解释⑤与⑥。视角选取带来的认知效果是通过聚焦于某一范畴或因素,使之在交际对象的认知环境中变得特别凸显。在关联理论现有框架内,无论是用强暗含,还是用弱暗含,都无法解释上述语句差异形成的认知动因以及由此带来的不同认知效果。可见,从认知视角理论出发,可以发现一种新的认知效

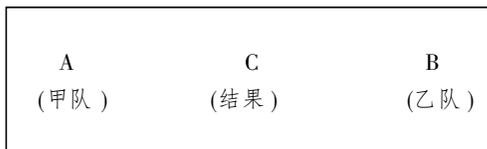
果,并且能够解释这种效果在交际中形成的认知理据。

### 3.6 调查与分析

如果诸如①和②、③和④这样的认知差异在孤立的句子中不是很引人注目的话,从历时角度系统考察社会语境下的语言运用或许更加容易体会视角选取的语用价值。为此,笔者开展了一个小规模调查,涉及体育新闻中球队比赛结果的报道方式。

笔者认为,框架与视角的理论可以用来分析体育比赛。体育比赛有很多形式,这里我们主要关注球赛。球赛一般涉及两支球队(设为甲队和乙队,分别用A和B表示),每场球赛都有一个结果(用C表示),其他因素(如比赛场地、比赛时间、比分、参赛队员等)则不属于核心范畴。图<sub>2</sub>是关于球赛的框架图。

球赛



图<sub>2</sub> [球赛]框架

设想甲队与乙队的篮球比赛在甲的主场举行,最终比分是90:85。一般说来,对于一场球赛结果的报道,我们选取球队为视角,可以选取甲队,也可以选择乙队,视角的差异会要求选择使用不同的动词(以及对比分、比赛场地描述上的变化,当然这些信息不一定总是出现在报道中),如例句⑦和⑧所示:

⑦ 甲队 90:85 主场战胜乙队。

⑧ 乙队 85:90 客场不敌甲队。

为了考察球赛报道中视角选择的倾向性,笔者特意调查了中国篮协官方网站(<http://basketball.sport.org.cn/inter/list.htm>)以及美国NBA官方网站(<http://www.nba.com>)对于NBA比赛的报道情况。在中国篮协官方网站上,2008年12月28日—2009年2月8日“国际新闻”栏共有21条标题报道。其中涉及休斯敦火箭比赛情况的有10条。所有这10条都是“火箭”充当主语。由于火箭队有胜有负,因此在标题谓语位置上出现了“逆转”、“力擒”、“搞定”、“不敌”、“首负”、“遭……绝杀”等动词或动词短语。相比之下,美国NBA官方网站有义务客观报道比赛情况,所以使用得分板(Scores)的方式报道每日各队比赛结果,报道方式完全依照主客场方式,客场球队在前,主场球队在后,因此对中国篮协报道的涉及火箭队的那10场比赛的报道顺序是火箭7次在后,3次在前。

上述调查数据尽管规模较小,但结果却能充分说明两种认知视角上的差异:美国NBA官方网客观地关注的是各支球队的比赛情况,应对的认知期盼是:今天NBA都发生了哪些比赛,比赛的结果都是什么。相比之下,中国

篮协官方网应对的认知期盼是:今天 NBA 都发生了哪些比赛,火箭队的比赛结果是什么。之所以后者将视角固定于火箭队,是因为它具有认知凸显性:中国球星姚明效力于该队,这也是为什么相关标题报道中也经常出现关于姚明比赛表现的信息。

#### 4 结束语

本文结合具体交际实例统计与分析,探讨了 CL 中的认知视角理论对话语理解的解释力。研究表明,交际者会策略地通过对言语事件的视角选择,迎合或影响交际对象的兴趣或认知。视角聚焦可以成为一种语用策略,其认知效果在于凸显交际中的某一因素或方面,从而实现更强的认知冲击,而这一点是基于认知关联(表现为增强、削弱或与旧假设相互作用产生隐含)的关联理论所不能捕捉并加以解释的。

本文部分说明,基于当代 CL 的新认知语用学理论可以充分、具体地解释语用现象。不考虑对认知语用研究的启示,CL 研究将失去部分现实意义。反之,认知语用研究脱离 CL,就无法把握人类的认知方式及其语言表征是如何影响人类交际的,就难免“空当”多多,想当然多多,可信度不高,说服力不强。这也是为什么关联理论显得比较笼统的原因。要弥补这一不足,可以借鉴当代 CL 理论模块。从这方面看,不仅本文探讨的视角理论可以补足关联理论的不足,CL 中包括 Lakoff & Johnson (1980) 等的隐喻理论、Langacker (1987, 1991) 的认知句法理论等同样可以充实该理论的解释。

#### 参考文献

- 陈新仁. “转喻”指称的认知语用研究 [J]. 外语学刊, 2008(2).
- 陈新仁. 新编语用学教程 [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2009.
- 陈新仁 余 维. 语用学研究需要更广阔的视角 [J]. 中国外语, 2008(2).
- 何自然. 认知语用学——言语交际的认知研究 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2006.
- 何自然 冉永平. 关联理论——认知语用学基础 [J]. 现代外语, 1998(3).
- 何自然 冉永平. 语用学概论(修订本) [M]. 长沙: 湖南教育出版社, 2002.
- 束定芳. 语言的认知研究 [J]. 外国语言文学, 2003(3).
- 汪少华. 视角的选取与词汇选择过程解析 [J]. 外语与外语教学, 2004(1).
- 王文斌 熊学亮. 认知凸显与隐喻相似性 [J]. 外国语, 2008(3).
- 王 寅. 认知语言学 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2007.
- 熊学亮. 认知语用学 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1999.
- 张柏然. 新时代英汉大词典 [Z]. 北京: 商务印书馆, 2004.
- 张 辉 蔡 辉. 认知语言学与关联理论的互补性 [J]. 外国语, 2005(3).
- 赵艳芳. 认知语言学概论 [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- Filmore, C. Topics in Lexical Semantics [A]. In R. Cole (ed). *Current Issues in Linguistic Theory* [C]. Bloomington: Indiana University Press, 1977.
- Geeraerts, D. Current Developments in Cognitive Linguistics [J]. 外国语, 2008(3).
- Grice, P. Logic and Conversation [A]. In P. Cole & J. Morgan (eds). *Syntax and Semantics* (Vol 3): *Speech Acts* [C]. New York: Academic Press, 1975.
- Hernandez, P. & Mendoza, F. R. Grounding Semantic Motivation and Conceptual Interaction in Indirect Speech Acts [J]. *Journal of Pragmatics*, 2002(34).
- Lakoff, G. & Johnson, M. *Metaphors We Live By* [M]. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1980.
- Langacker, R. W. *Foundations of Cognitive Grammar: Theoretical Prerequisites* [M]. Stanford, CA: Stanford University Press, 1987.
- Langacker, R. *Foundations of Cognitive Grammar* (Vol 2): *Descriptive Application* [M]. Stanford, Cal: Stanford University Press, 1991.
- Panther, K. & Thornburg, L. Cognitive Approach to Inferring in Conversation [J]. *Journal of Pragmatics*, 1998(30).
- Sperber, D. & Wilson, D. *Relevance: Communication and Cognition* [M]. Oxford: Blackwell, 1986/1995.
- Ungerer, F. & Schmid, H. *An Introduction to Cognitive Linguistics* [M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2001.

收稿日期: 2010-02-11

【责任编辑 郑 丹】