

汉语文化中明示性面子影响因素的关联性研究^{* 1}

周 凌

(东北师范大学, 长春 130024)

提 要: 有关研究表明, 中国人的面子具有自身的社会文化特性并倾向于明示性表征, 这与西方对面子的理解及其隐晦性的表征存在较大的差异。西方的礼貌—面子理论模式无法对这一语言文化现象给予全面合理的阐释。中国人的面子受诸多因素影响, 具有社会、文化及认知的多重属性。本文从社会、认知、文化 3 个维度出发, 旨在分析和解释汉语文化中面子明示性表征多维度影响因素的内在关联性及其背后的理据。

关键词: 面子; 影响因素; 关联性; 汉语文化

中图分类号: H030

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2016)06-0074-5

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2016.06.018

Correlatedness of Affecting Factors for Explicit Miànzi in the Chinese Culture

Zhou Ling

(Northeast Normal University, Changchun 130024, China)

Relevant studies show that the Chinese Miànzi is socio-culturally characterized and liable to be explicitly represented, compared with the notion of face, which is differently interpreted by Westerners, and which is implicitly represented. Thus, the Politeness-face model proposed by Brown and Levinson fails to provide an overall, suitable account for this culture-specific Chinese Miànzi. It is demonstrated that the Chinese Miànzi is sensitively affected by various factors, being social, cultural and cognitive in nature. This article aims at exploring the inner correlatedness of these affecting factors and its motivations behind for the explicit Miànzi representation in the Chinese culture from the social-cultural-cognitive dimensions by adopting a method of Formal Concept Analysis.

Key words: Miànzi; affecting factors; correlatedness; Chinese culture

1 引言

近年来, 特定文化(culture-specific)语境中的面子研究越发受到重视。汉语同英语相比体现出鲜明的特性, 即汉语中的面子表征具有明示性, 如通常使用“有面子”、“没面子”、“丢面子”、“留面子”等表征形式。不仅如此, 汉语文化中的面子表征突出表现为受社会、文化、认知多种因素的影响(周凌 张绍杰 2014)。那么, 汉语中有哪些突显的社会、文化和认知因素? 这些因素又是如何相互作用进而影响面子的表征? 本文拟从社会、认知、文化 3 个维度, 分析和探讨 3 种影响因素之间内在的关联性及其背后的理据。

2 面子研究的多维视角

随着 Brown 和 Levinson(1987)“面子—礼貌”分析模式的普遍性不断受到挑战, 面子问题研究逐步呈现出多维视角的发展趋势, 从社会、文化以及认知视角解释面子特性的研究越来越多(周凌 张绍杰 2015)。社会层面的面子研究主要指从社会心理学的视角阐释交际个体的面子与人际关系的互动, 综合考察个体社会心理现象和群体社会心理现象的特征及相互作用, 关注主体与社会客体之间的特殊关系, 即人与人、人与群体之间的关系。社会心理学视角下的面子研究一是主要体现在对 Goffman(1955)提出的面子动态性以及人际交往的建构性的重新解读。交际互动中的面子研究主要以关系管理模式(rapport management)、

* 本文系国家社科基金重点项目“语态、时态、语气范畴统合下的语法与语用互动关系研究”(2014AYY022)和国家社科基金项目“基于语料库的‘面子’和‘脸’概念表征语义—语用界面研究”(16BY179)的阶段性成果。

关系运作框架(relational working framework)、面子构建理论(Face Constituting Theory) 为理论依据, 强调面子的互动性及在人际交往中的呈现和构建(Locher, Watts 2005; Spencer-Oatey 2005; Arundale 2009)。研究表明, 面子的互动性体现在不同的语言交际场景, 在交际的互动中解读更适于面子的概念及面子行为的特性(王晓婧 张绍杰 2015)。二是将身份理论应用于面子的研究。Simon(2004) 将身份理论看成分析自我与社会互动的相对平衡的理论模式, 它既承认社会人的身份互动建构性, 又能清晰地呈现出社会结构的层面特征, 不同的身份会产生不同的面子, 不同的身份关系又影响面子行为。面子行为与身份构建的运行机制潜在于人际交往过程中, 同时个体的身份特性如权势、社会距离等影响交际者的面子理解和行为(Spencer-Oatey 2007)。

文化层面的面子研究基于人类文化学关于人类文化具有共性, 而各民族文化又有其独特性的主导思想, 将研究视角从普遍文化意义的面子(cross-cultural) 转向特定文化(culture-specific) 中的面子, 关注面子在特定民族文化中的特性, 透视不同民族面子问题的社会特征, 揭示面子的表达不仅靠人类语言共有的语用规则, 更离不开其特定的文化背景内在关系。文化特性下的面子研究从本质上弥补先行研究中西方文化中心论的弊端, 将面子具化到各特定的社会文化范畴中加以探讨。不同语言文化背景中的相关研究证明面子概念及面子行为特性研究的必要性。文化特性观照下的面子研究坚持运用文化本体论的观点重新解读面子, 这不仅弥补 Brown 和 Levinson 基于英语文化的礼貌一面子解释范式的不足, 更为重要的是, 特定社会文化下的面子研究能够帮助我们打开思路, 多轨迹地阐释普遍与特定文化的(emic-etic) 面子观(Haugh 2012)。

认知层面的面子研究根植于认知心理学关于人类行为的心理运行机制。其核心是揭示人类交流中信息的输入和输出之间发生的内部心理过程, 面子概念通过源域的信息输入, 经过不同的映射, 进而传递到个体的目标域并生成相应的对等“面子信息”。换言之, 由最初源域中的面子的基本概念, 经过一系列的信息加工将概念与交际场景的需求和特征进行对等映射, 最终在目标域中形成交际所需的表征, 如源域中的面子经过映射在目标域中体现为尊严、人情或道德等不同含义。对新的概念的认知构建模式离不开交际个体情绪、动机、情感、特质等敏感因素, 这些要素构成了影响面子行为的认知基础(Spencer-Oatey 2007)。可见, 认知层面的因素是面子研究中不可或缺的方面。

在社会、文化、认知多维视角下对面子问题的重新解读, 为这一传统话题研究注入新的生机, 使面子问题不再仅仅依附于礼貌原则得到解释, 而是成为相对独立的研

究内容。综观先行研究, 在多维理论模式中相关研究已然超越传统语用学的单一视角。中国人的面子表达相对特殊, 因素复杂, 受到社会、文化及心理认知因素的影响, 这3个因素不是孤立的, 而是互相关联的。因此, 本文依据前期研究中各维度下面子影响因素的分布, 运用“形式概念分析法”(Formal Concept Analysis, 简称 FCA), 从社会、文化、认知维度探究汉语文化中面子影响因素之间内在的关联性。

3 研究方法

3.1 语料来源及选取

本研究所依托的语料来源于现存的语料库——中国传媒大学国家语言资料监测与研究中心有声媒体语言分中心的有声媒体语言文本语料库。所收集整理语料均为口语对话, 样本鲜活生动, 贴近日常生活, 符合本研究的要求。

语料库全库共计 1.2 亿余字, 15871 个文本。以“面子”为关键词共计检索出 912 条语料, 除去不符合本研究要求的部分语料(“面子”为字面本意或语料样本重叠), 最终有效语料为 486 条。

3.2 分析工具及研究过程

本研究采用“形式概念分析法”, 以其所建构的概念格(concept lattice) 为分析工具, 借助所产生的相关规则表达式展示所要分析的各个范畴内要素之间的关联关系。

首先, 依据有效语料, 对面子明示性表征在其特定情景下所涉及的影响因素从社会、文化、认知 3 个维度进行详细分类, 并具体呈现不同维度的影响因素, 最终展现 3 个维度影响因素交叉关联的分布情况。然后, 通过在两个维度和 3 个维度所呈现出的影响因素的分布情况, 提取出重要的突显因素, 为分析面子明示性表征的影响因素的特征奠定基础。最后, 利用 FCA 分析工具能够呈现出要素之间关联关系的这一特点, 将突显因素输入 FCA, 以生成相关规则表达式, 最终作为阐释影响因素之间内在关联性的依据。

3.3 数据描述

依照上述研究过程, 我们首先确定社会、文化、认知 3 个维度的面子影响因素, 然后按照社会—文化、社会—认知、文化—认知 3 种相互关联的复合维度分别提取出影响因素, 再按照社会—文化—认知多维度的关联性提取出影响因素。复合维度和多维度指在两个维度和 3 个维度上同时影响面子表征的因素。

表₁ 呈现的是影响面子表征的社会、文化以及认知的突显因素。其中, 具体的社会突显因素有“享有威望、身份显赫、身居要职、不平等关系(上下级)、争光争气、家庭富有”; 文化突显因素有“道德品质、有失体面、尊严至上、人情、遵从习俗、考取名校、讲究排场”; 认知突显因素有

“公众形象、虚伪虚荣、社会认同、自尊、自卑”。

表₁ 影响面子表征的社会、文化、认知突显因素

呈现维度	突显因素
社会	享有威望、身份显赫、身居要职、不平等关系(上下级)、争光争气、家庭富有
文化	道德品质、有失体面、尊严至上、人情、遵从习俗、考取名校、讲究排场
认知	公众形象、虚伪虚荣、社会认同、自尊、自卑

表₂ 社会、文化、认知复合维度影响因素

复合维度	影响因素	出现频次	总计
社会—文化因素	社会:享有威望、身份显赫、身居要职、不平等关系(上下级) 文化:道德品质、有失体面、尊严至上、人情	102	187
社会—认知因素	社会:享有威望、身居要职、身份显赫、争光争气、家庭富有 认知:公众形象、虚伪虚荣、社会认同	28	
文化—认知因素	文化:尊严至上、人情、遵从习俗、考取名校、道德品质、讲究排场 认知:自尊、自卑、公众形象、社会认同、虚伪虚荣	57	

表₂显示,社会—文化与社会—认知以及文化—认知复合维度相比,影响因素呈现的情况最为突出,出现频次共计102条,占复合维度影响因素总数的54.5%;文化—认知复合维度次之,共计57条,占总数的30.5%;最后是社会—认知复合维度,共计28条,占总数的15%。其中最为突显的影响因素有“不平等关系”、“给人情面”、“社会认同”以及“公众形象”。

表₃ 社会、文化、认知多维度影响因素

多维度	突显影响因素	出现频次	总计
社会—文化—认知因素	社会:尊严至上、享有威望	51	41
	文化:人情、讲究排场	76	27
	认知:社会认同、虚伪虚荣	26	54

表₃呈现语料库样本的统计分析结果,社会—文化—认知多维度影响因素出现频次共计275条。在这3个维度中共同出现的突显因素为“给人情面”,总计76次,“虚伪虚荣”出现54次,“尊严至上”51次,“享有威望”41次,“讲究排场”27次,“社会认同”26次。

4 数据分析

下面我们分别从社会—文化、社会—认知、文化—认知复合维度影响因素、社会—文化—认知多维度影响因素以及社会—文化—认知多维度影响因素的内在关联性

3个方面的数据统计结果进行分析。

4.1 社会、文化、认知复合维度影响因素

如表₂所示,3种复合维度的影响因素呈现频率具有较大的差异,其中社会—文化这一维度最为显著,突显的影响因素有“享有威望”、“道德品质”、“身份显赫”、“有失体面”、“身居要职”、“尊严至上”、“不平等关系”、“给人情面”;文化—认知复合维度次之,突显的影响因素有“尊严至上”、“尊重”、“自卑”、“人情”、“公众形象”、“遵从习俗”、“考取名校”、“道德品质”、“讲究排场”、“虚伪虚荣”、“社会认同”;社会—认知维度呈现的频率最低,突显影响因素有“享有威望”、“公众形象”、“虚伪虚荣”、“身居要职”、“社会认同”、“身份显赫”、“争光争气”、“家庭富有”。

可见,影响汉语言文化背景下面子明示性表征因素在复合维度上集中体现为社会、文化两个方面,如“人情”、“不平等关系”、“尊严”、“道德”等较为突显。相比之下,与认知相关联的两个维度,即文化—认知和社会—认知因素出现的频率次之,这说明同社会因素和文化因素相比较,个体的认知因素虽然也在影响这种明示性表征,但影响的程度不及社会、文化因素。

4.2 社会、文化、认知多维度影响因素

表₃显示,从整体来看,多维度(3维)影响因素呈现的频次(275次)高于复合维度(二维)影响因素的总和(187次),即二维影响因素的关联互动比3维影响因素更为突出。因此,影响因素的内在关联性除了需要在复合维度考查其分布外,更为重要的是突显因素在社会—文化—认知多维度呈现的具体情况。可见,社会、文化、认知3个维度的因素共同影响汉语中面子的明示性表征,其中最为突显的因素是“给人情面”,占总数的27.6%;“虚伪虚荣”因素次之,占19.6%;随后是“尊严至上”因素占18.5%。上述数据结果表明,在汉语言文化特性中,文化维度的“情面”因素、认知维度的“虚荣”因素以及社会维度的“尊严”因素集中突显,再次佐证面子明示性表征受到来自多维度因素的影响。

4.3 社会、文化、认知多维度影响因素的关联性

为了能够更好地呈现3维影响因素的关联性,在对各影响因素进行逐一标注后,我们将突显因素输入FCA,通过数据处理建构概念格并生成相关规则表达式,以此展示所要分析的各维度影响因素之间的依赖关系,如图₁所示。

在共计15个突显影响因素所生成的概念格中各结点显示交叉作用,结线清晰可寻,具体表现为:第一,每一个要素结点所发散的结线都至少有3条,并且结线所连接的是不同维度内的影响因素;第二,结点加粗部分所关联的要素是最为突显的影响因素,如“给人情面”(Cu4)、“道德品质”(Cu2)、“尊严至上”(Cu5)、“讲究排场”(Cu6)、“享有威望”(S1)、“身居要职”(S3)、“不平等关

系”(S4、“争光争气”(S5、“虚伪虚荣”(Co2) 以及“社 会认同”(Co3)。

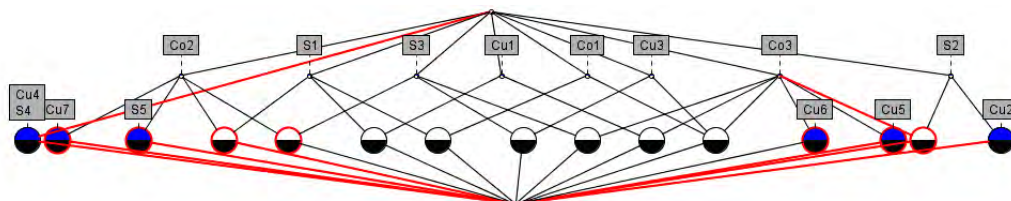


图1 社会—文化—认知 3 维影响因素的依赖关系

(注: S 代表社会维度, S1: 享有威望、S2: 身份显赫、S3: 身居要职、S4: 不平等关系、S5: 争光争气; Cu 代表文化维度, Cu1: 道德品质、Cu2: 有失体面、Cu3: 遵从习俗、Cu4: 给人情面、Cu5: 尊严至上、Cu6: 讲究排场、Cu7: 考取名校; Co 代表认知维度, Co1: 公众形象、Co2: 虚伪虚荣、Co3: 社会认同)

图1 中节点加粗部分的突显影响因素包含表, 中社会—文化—认知 3 维下突显的 6 个要素, 由要素结点所发散的结线轨迹可知, 每一个要素都与不同于自身维度的其他两个维度相关联, 即社会、文化、认知 3 个维度下的影响因素是关联互动的, 而不是平行不相交的。

由概念格而生的相关规则表达式表明, “给人情面”、“不平等关系”和“虚伪虚荣”、“社会认同”共显“讲究排场”、“虚伪虚荣”与“身份显赫”、“社会认同”共显; “争光争气”、“虚伪虚荣”与“道德品质”、“遵从习俗”共显。3 维因素的共显表明, 交际者重视情面、尊严、威望、排场、社会认同、习俗等, 同时为了面子不惜掩饰某些真实的想法, 去做一些虚伪虚荣的事。如“社会认同”往往与“虚伪虚荣”、“讲究排场”、“身份显赫”等因素共显, 这恰恰说明交际者为了赢得社会群体的认同感不惜重金摆排场, 同时身份的显赫也会满足个体的虚荣心并取得社会的认同感。

5 结果与讨论

正如 Spencer-Oatey (2007) 所言, 面子的敏感因素不仅受到个体价值观的影响, 还有社会因素的作用, 如个体对社会权力的概念化识解。上述数据分析结果恰好印证中国人面子明示性表征的影响因素是多维度的。因此, 从社会—文化—认知 3 维视角理解面子影响因素的关联关系有助于我们更好地理解有别于西方文化的语言文化现象(周凌 张绍杰 2014)。

5.1 心理趋向: 多维因素共显的内部驱动

交际互动中的个体在认知层面上多受社会认同感和虚荣心的影响(如表1所示), 这一结果体现社会化的交际主体在群体生活中具有一定的心理趋向性, 表现为从众、顺从和服从等。社会诸多要素的影响使人们忘却个体的身份而顺从于群体的规范, 这种去个性化行为在集体主义文化中体现得尤为突出。群体动力学家 Shaw (1981) 等认为, 群体成员之间的互动性是所有群体的一个显著共同点。交际个体在交往互动中都希望被所处群体喜欢和

接纳, 进而在行为与信念上会产生一定的倾向性, 甚至是虚荣心。在这一过程中, 心理趋向性和虚荣心共同作用进而影响、制约人们对面子的不同感知评价及面子行为的相关选择。如在上述统计结果中, “社会认同”因素的突显正说明汉语语言文化背景下交际个体的认知评价基础不是独立的, 而是依赖于所处社会团体的认同。例如:

① (进城打工的农家女, 执着与倔强成就了她的冰淇淋梦)

嘉 宾: 那时候就完全的亏本, 当时我已经从酒店的宿舍搬出来了。在北京的郊区的村里租了一个不到十平米的房子……

主持人: 住在那个不到十平米的小房子里, 这边一天才卖七八支, 还借的钱。

嘉 宾: 对, 挺不好的。我男朋友去看我的时候是说你都到这个地步了你还挺着, 挺着要面子的? 我感觉他越是这样说, 我越要撑下去……

主持人: 那个时候还在坚持呢你?

嘉 宾: 还在坚持。因为我感觉就这样关了, 真是让我男朋友说的挺没面子的……

(乡约《我的命运我做主》)

例①中农家女的坚持固然与自身的执着与倔强分不开, 然而怕被男朋友说, 觉得没面子也是影响其行为选择的重要因素。可见, 女孩的虚荣心以及渴望被所处社会团体他人的认可是影响她对自身面子得失判定的重要因素。

在交际互动中人们总是在进行自我阐释、自我分析及自我定位 (Simon 2004)。同理在面子明示性表征中, 人们经过自我分析与判定对不同的行为给予相应的反馈。交际个体首先会将自己归类, 即主观判定自己处于哪一群体, 并自我分析定位、标签为内群体; 然后将自我与内群体相互关联, 并将其作为认同选择的规范准则(例如, 何为有面子, 何为没面子); 同时将自我与外群体之间建立比较关联, 并以此界定在交际互动中自我选择衡量标准(如何时给面子, 给多大面子等)。在这一心理认知处理过程中, 个体同一性与社会同一性共同作用, 使交际个

体较为依赖社会认同度对自我的评价,进而产生一定的群体心理趋向。这种心理趋向性根植于交际个体希望获得社会认同感和自身的虚荣心的认知机制,这是3维影响因素互动共显的内部驱动。

5.2 社会文化模式: 三维因素共显的外部制约

如果说交际个体的认知机制是3维因素互动共显的内部驱动,那么社会文化特性则是其共显互动的的外部制约。“享有威望”、“身份职位”、“不平等关系”等社会因素和“情面”、“尊严”、“排场”、“习俗”等文化因素集中体现在人际交往互动中。这些影响因素多为汉语言文化中的文化基因要素,如情面、尊严(等级)关系等,说明面子明示性表征的影响因素与汉语言社会文化特性密切相关(周凌 张绍杰 2014)。情面因素的突显表明人情网、关系网在中国面子文化中的作用不可小觑,它们可以逾越人们的行为准则规范,甚至法律法规,以至于有“面子即人情”的这一说法。例如:

②(本期“铿锵三人行”请来香港行政会议召集人梁振英与马家辉博士一起聊香港回归前后一直到现在两岸政治、经济、文化的发展。)

窦文涛:今天我们这里蓬荜生辉,马博士有面子,给我们请来一位香港的大人物。

梁振英:不敢当。

窦文涛:行政会议召集人梁振英,我想香港人当然对你都很熟悉……(凤凰卫视,铿锵三人行 2012.2.09)

在例②中,窦文涛对梁振英的到来给予莫大的肯定。作为香港行政会议的召集人,梁振英可以说是身居要职,在业内享有很高的声望,是一个不折不扣的大人物。能够请到这样的人物来做客节目,说明邀请人马博士的“面子”很大。换言之,梁振英给了马博士这个面子来参加节目。

汉语言社会文化特有的模式不同于西方文化,英语文化中心主义的思想不适用于中国人面子明示性表征的解读。西方文化崇尚自我中心,而我们的社会文化模式则离不开关系和人情,所以作为交际互动中的个体无法忽视所处社会团体与自身的关系,是否应该给予情面、给予多大的情面等都是影响中国人面子明示性表征的重要因素。

可见,中国人的面子与社会、文化、认知3个方面密切相关,受到社会因素的制约,文化特性的束缚以及受认知心理机制的影响。如交际者在社会中的地位、声望、能力等需要所处社会、文化环境的价值评判、人际关系、社会认同等,同时也需要自我形象及自我公共形象认知过程的运作(陈之昭 1989)。这些因素在社会、文化、认知多维度上的共现并相互作用使面子明示性表征受到多维因素的影响和制约。换言之,汉语文化中的明示性面子表征正是3个维度的影响因素互相依赖共同作用的结果。

6 结束语

本文从“社会—文化—认知”3个维度分析汉语文化中明示性面子表征影响因素的内在关联性,并对其存在的理据进行探讨。研究的结论进一步说明,面子概念及其表征在汉语言文化语境中体现出特殊性,西方的礼貌原则和面子理论对于解释汉语文化的面子现象在一定程度上有不適切性。因此,结合汉语语料解释面子概念及其表征不仅有助于理解跨文化交际中的面子概念,而且有助于在普遍的意义下发现面子概念的文化特性,对于让世界了解中国文化也有所裨益。

参考文献

- 陈之昭. 面子心理的理论分析与实验研究[A]. 中国人的心理[C]. 台北: 桂冠图书公司, 1989.
- 王晓婧 张绍杰. 基于概念整合理论的交际面子印象管理模式重构[J]. 外语学刊, 2015(2).
- 周凌 张绍杰. 明示性面子行为的影响因素研究: 社会—文化—认知视角[J]. 外语教学, 2014(6).
- 周凌 张绍杰. 国外面子研究的最新动态[J]. 外国语, 2015(3).
- Arundale, R. B. Constituting Face in Conversation: Face, Facework, and Interactional Achievement[J]. *Journal of Pragmatics*, 2009(8).
- Brown, P., Levinson, S. *Politeness: Some Universals in Language Usage* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Goffman, E. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-face Behavior* [M]. New York: Pantheon Books, 1955.
- Haugh, M. Epilogue: The First-second Order Distinction in Face and Politeness Research[J]. *Journal of Politeness Research*, 2012(1).
- Locher, M. A., Watts, R., Politeness Theory and Relational Work[J]. *Journal of Politeness Research*, 2005(1).
- Shaw, M. E., Robbin, R., Belser, J. R. *Group Dynamics: The Psychology of Small Group Behavior* [M]. Michigan: McGraw-Hill, 1981.
- Simon, B. *Identity in Modern Society: A Social Psychological Perspective* [M]. Oxford: Blackwell, 2004.
- Spencer-Oatey, H. (Im) Politeness, Face and Perceptions of Rapport: Unpackaging Their Bases and Interrelationships[J]. *Journal of Politeness Research*, 2005(1).
- Spencer-Oatey, H. Theories of Identity and the Analysis of Face[J]. *Journal of Pragmatics*, 2007(4).