

○整合性研究

基于概念整合理论的交际面子印象管理模式重构*

王晓婧 张绍杰

(东北师范大学, 长春 130024)

提 要:“交际面子”已成为跨学科研究的一个新领域。现有的印象管理模式在解释交际面子时存在难以克服的缺陷。本文在分析和批判现有印象管理理论模式的基础上,依据概念整合理论提出解释交际面子的认知机制,弥补现有模式的缺陷,进而尝试重构一个基于概念整合理论的交际面子印象管理分析模式,并以汉语语料为例,说明重构模式的具体运作过程。

关键词: 交际面子; 印象管理; 概念整合; 模式重构

中图分类号: H0-05

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2015)02-0042-7

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2015.02.008

Reconstructing Impression-management Model for “Face in Interaction” Based on Conceptual Integration Theory

Wang Xiao-jing Zhang Shao-jie

(Northeast Normal University, Changchun 130024, China)

The current impression-management models have insurmountable defects in explaining “Face in interaction”, a new interdisciplinary research field. Based upon the analysis and critique of current impression-management models, this paper puts forward the cognitive mechanism of “face in interaction” on the basis of conceptual integration theory in order to remedy the defects of the current models. Therefore, this paper attempts to reconstruct a novel impression-management model to analyze “face in interaction” on the basis of conceptual integration theory, meanwhile taking an example to illustrate the process of the new model.

Key words: face in interaction; impression management; conceptual integration; model reconstruction

1 引言

Robert B. Arundale(2010)基于“面子具有互动性”的命题,提出面子建构理论(face constituting theory),为解释“交际面子”(face in interaction)开辟出新的研究领域。交际面子概念突出强调面子在社会人际交往中的互动呈现和动态构建关系,揭示出面子具有人际性、互动性、动态性的特征。由于在人际交往中考察交际面子涉及到社会心理学的印象管理过程,因此该领域研究提出不同的解释交际面子的印象管理模式。但是这些理论模式忽视了面子呈现和建构过程中的认知机制。本文旨在评价现有交际面子印象管理模式

的基础上,依据概念整合理论重新建构和解释交际面子的印象管理模式。

2 印象管理理论模式评价

“面子”具有社会心理属性,面子研究成为社会心理学研究的重要内容。Spencer-Oatey(2007)最早提出应在人际交际中借鉴社会心理学的印象管理(Impression Management)概念阐释面子行为的语用问题。

2.1 印象管理概念的界定

印象管理研究起源于20世纪50年代末 Goffman 和60年代初 Jones 的自我呈现研究。根据

* 本文系吉林省社科基金项目“多维度视角下中国人‘面子’明示性言语行为研究”(2013BS20)的阶段性成果。

社会学家 Goffman(1959) 的观点,个体通常试图在社会情境中塑造、维持适宜的印象,以期获得正面评价,因此每个人都涉及向他人呈现自我。20 世纪 80 年代以来,人们开始逐渐认识到恰当的印象管理是人际交往的辅助手段,进而解释广泛的社会行为。许多学者(Schlenker 1980, Arkin 1981, Banmeister 1982, Tetlock 1985) 认为,印象管理普遍存在于社会生活的方方面面,并且社会成员经由恰当的自我展现传递易被接受的角色形象也是社会生活的内在要求。近期,印象管理被看成有目的地向观众控制关于人物、事物、观念、事件信息的行为,即交际参与者总是试图控制关于其自身、朋友、亲属、敌人、观念(政治信仰)、组织(所属公司、所在政党)以及事件(他们参与的活动)的印象(Pontari, Schlenker 2000)。

文献研究显示,印象管理体现以下特征:(1) 社会情境是印象管理得以存在的前提;(2) 印象管理是人际行为,具有互动性;(3) 印象管理是个体发挥能动性,实施引导、操纵并对自身进行调节;(4) 印象管理是适应社会的行为。

尽管学界对印象管理过程和相关要素存在不同看法,但通常包括印象管理动机、印象构建、印象反馈、印象调节和印象监控 5 大要素(见表):

表1 印象管理 5 要素

要素	释义
印象管理动机	个体对环境评估后确定是否要进行印象管理。
印象构建	行为人为给目标人传递期望的印象,有意识地进行言语和非言语的“展示”行为。
印象反馈	目标人通过有意识、有目的的言行使他人形成对行为人的印象并维持行为人与目标人关系的行为。
印象调节	评估目标人是否形成期望印象。未形成的情况下则要采用印象修复措施;已形成的情况下继续进行印象维持。
印象监控	对印象管理全过程的调节和控制(如确定期望印象的内容;采取何种策略表达期望印象;评估当前印象等)。

本文认为,“印象管理”是行为人在人际交往的社会情境中,按照一定社会准则,自主控制他人形成对其自身的期望印象以及维持、保护这种印象和改变非期望印象的过程。

2.2 印象管理模式评价

交际面子浮现在言语交际的社会情境中,涉及参与语言使用的双方依据特定的社会准则有目

的地主动构建印象、互动反馈、改变人际关系的过程。对照印象管理概念的 4 个特征,其发生的前提、行为特征与印象管理行为高度吻合,交际面子的得失、变化均与行为人不间断实施的印象管理密切相关,可视为一种典型的印象管理行为。因此,印象管理为构建交际面子的分析框架提供系统的、有序化的、易于操作的分析方式。

现有影响力较大的印象管理模式有 3 种:一是综合印象管理模式(Gardner, Martinko 1988)。其思想观点脱胎于 Goffman 的“戏剧论”,认为演员和观众的个体特征与他们置身的情境共同构成“刺激”。“刺激”历经认知、动机和情感的不同过程,被选择性地感知和解读,由此得出不同的“情境定义”,这些互动产生的“情境定义”,又对演员和观众的行为具有潜在影响。该模式还揭示自我监控能力、权术主义、社会赞许、社会焦虑等人格因素在印象管理过程中的中介作用。二是印象管理过程模式。Leary 和 Kowalski(1990) 简化以往印象管理的定义,根据印象管理的自我呈现提出印象管理过程模式。该模式的核心观点是印象管理过程包括两部分,即印象动机(包括 3 个基本影响因素:对象的目标关联、欲求结果的价值和欲求形象与当前形象的差异)和印象建构(包括 5 个影响因素:个人内变量为自我概念、期望身份、人际间变量为角色限制、目标靶价值观、个体当前或潜在的社会形象)。三是印象管理控制模式。Bozeman 和 Kacmar(1997) 将控制论的思想嫁接到印象管理过程中,构建印象管理控制模式。该模式的基本观点是“比较器”(comparator) 能将行为感知他人形成的印象和自己的期望印象做出比较,得出的差异可能是正、负或零,分别指他人印象高于预期、他人印象低于预期以及两者一致。差异大时“结果加工”环节需要加以控制,没有差异则进入“自动加工”形成“指令”(script)。“指令”引导行为人的下一步行为,然后目标人对行为人进行“目标人反馈”,进入到“行为人感知”,进而判断自己的期望印象形成与否,最后把结果输送给“比较器”,进入循环。

上述 3 种模式应用于解释交际面子行为时,均存在不同程度的局限性。综合印象管理模式无法解释印象管理的启动原因(交际面子的印象管理动机),忽略印象管理过程的实现流程(交际面子运行的“印象构建-印象反馈-印象调节”过程)。此外,该模式只是泛谈印象管理关乎一系列认知活动,但无法阐明具体的认知过程及认知步骤对印象管理过程的影响。印象管理过程模式

则未能显示印象动机和印象建构之间的关系,因而未能明确回答交际面子的印象动机在什么情境下启动、建构交际面子的期望印象及修护非期望印象采用何种方法和策略。印象管理控制模式虽然是一个动态分析模式,但并非用控制论的思想来理解印象管理过程,而是套用控制论解释印象管理过程,因此难以显示交际面子印象管理流程的特性和交际面子运行中印象管理各要素之间的关系。另外,该模式中提及的“比较器”、“感知”等认知概念也未作详细说明。

综上所述,现有的印象管理模式无法对交际面子行为做出合理的解释,更不能简单照搬,需要在着力解决现有模式普遍存在的问题的基础上重构一个分析模式。现存模式普遍存在的问题主要有两点:一是对印象管理各要素的关注度不均衡,且没有阐明印象管理各要素之间的关系。鉴于印象管理要素代表5个独立的子系统且各子系统的特征和表达方式各异,这就需要兼顾局部与整体,一方面分别考察印象管理5要素,并将其全部纳入分析模式中;另一方面关注5大子系统之间的作用方式和相互关系。二是各模式均认为印象管理涉及认知活动,却未能进一步探讨其认知机制。其结果一方面淡化行为人的主体性思维的作用,过于关注显性的语用策略,忽略交际面子不仅涉及语言操作,而且反映思维运作的事实;另一方面淡化交际面子运作中行为人与人之间不断反馈、调节的主体间思维作用。针对现有模式对于认知过程和机制的说明过于简单化和笼统化的缺陷,需要对交际面子的认知机制予以充分考量并以此作为建构的基础。

鉴于现有印象管理模式的局限性,本文将引入概念整合理论,并保留印象管理理论中的合理成分,通过对印象管理过程中各要素间关系的梳理,从概念整合的认知视角重新建构分析与解释交际面子的模式。

3 概念整合理论与交际面子的认知机制

Turner指出,运作多维心智空间并进行合成是人类特有的高级智能,是人脑心智运作的根源。交际面子的呈现和构建离不开印象构建、印象反馈、印象调节等各环节对意义的理解,而意义理解的过程即是交际双方对语言、认知、社会心理等不同层面的信息加工整合和建构的过程,因此交际面子的建构同样遵循“概念整合”的认知规律(Turner 2007: 391)。

3.1 交际面子的认知机制

概念整合理论为理解交际面子的呈现及其建构提供新的认知视角。概念整合的经典理论(Fauconnier 1985; Fauconnier, Turner 1996)以心智空间(mental space)理论为基础,将心智空间视为基本单位,创造性地提出“概念整合网络”(conceptual integration network)——以框架为结构的心理空间网络,其中框架由说话人的背景知识构建。该理论认为基本的概念整合网络由两个输入空间(input spaces)、一个类属空间(generic space)和一个合成空间(blended space)共4个心理空间组成。其中,跨空间映现将各输入空间的对应部分连接起来,然后投射到类属空间或有选择地投射到合成空间,从而形成新生结构(emergent structure),并把这一结构映现回到其他空间。此外,该理论还揭示概念整合的3种操作方式和运作遵循的6项优化原则。随着研究的深入,Fauconnier等人(Fauconnier, Turner 1996; Fauconnier, Sweester 1996; Coulson 1996, 2001; Fauconnier, Turner 1998a, 1998b等)进一步发展最初的理论,深入探讨心智空间的内在联系,提出并讨论限制条件(constraints)、构成原则(constitutive principles)、管辖原则(governing principles)等问题,完善多维心智空间的网络化运作机制和制约条件,为理解交际面子的认知机制提供理论基础。

研究表明,交际面子具有动态性和互动性特征,体现出概念整合的认知过程。首先,依照Coulson的观点,“概念整合的主要任务是将人们熟知的概念化成分整合为新的、有意义的成分,因此在很大程度上可以看成动态的、实时意义的建构过程”(Coulson 2000: 56)。听、说话人思维主体在涌入的纷繁因素中选择和协调,依次在印象构建、印象反馈、印象调节等环节中进行整合运作,形成概念突显,不断促发异于原输入成分的印象管理产出意义结构。这样,在印象管理面子策略所传达信息的帮助下,“人们脑中建立起若干个抽象而连贯的概念包,促发言语交际中产生暂时性的在线动态概念”(Fauconnier, Turner 1998b: 133 - 187)。第二,交际双方的语言表达形式是线性组合,线性组合使得相关概念处于平行并置的关系中,这些并置的概念各自所属的心理空间也因此相距甚近,各心理空间之间易产生接触并发生相互作用,这正是交际面子互动性运作的思维体现。因此,概念整合可作为认知机制用于解释交际面子的印象管理过程。交际面子的印象管理认知可以看成参与交际面子构建的思维主

体(交际双方)持续实施印象管理的概念整合思维,是以心智空间为认知基本单位、逐步构建的多维层面的概念整合网络。

3.2 交际面子认知机制基本单位:心智空间

Fauconnier(1985,1997)提出“心智空间”的概念,旨在建立“语言处理-心理建构”的模式。心智空间被看成“小概念包”,是人类进行思考和交谈的过程中,为有助于阶段性的理解和行为建立的概念集合。在话语理解过程中,有关人、事物和事件的语言、非语言知识框架被大脑激活,并存储在工作记忆中,这些储存在思维中实时的、在线的话语信息的集合被称为心智空间。Fauconnier(2007)认为心智空间来源于某些认知域(domains)、人类直接经验、对事件的陈述,通过框架和认知模型得以实现。随着话语交际的展开,可不断建立新的心智空间。

概念框架组织人的心智空间,而概念又由激活关系和成员构成(王正元2009:15)。在交际面子认知运作时,用于实施印象管理构建的概念结构也可被视为概念框架。Minsky(1975/2007)将框架(frame)视为数据结构体(data structure),认为框架是能够随时从存储的记忆中调出的特定信息。Fillmore(1985)则认为对整个概念系统的理解和激活是理解该概念的前提和必要条件,通过该方式联系起来的概念系统(conceptual system)正是框架。交际面子印象管理构建过程中的概念框架与这些定义中的概念框架又有所不同:原先的概念框架定义是从思维的静态性出发的,而交际面子印象管理构建过程中的概念框架涉及不同概念结构的现场激活和动态构建,并在交际面子的呈现和构建过程中持续演化为不同于原先概念结构的新生概念,属于动态结构,是心智空间得以持续构建和运作的驱动力。

参与交际面子概念整合的心智空间有其自身特点:第一,交际面子的空间不能简单被视为认知域或静态语义框架,而是交际主体在概念框架的不断动态激活下,在思维中形成的临时性的、局部的表征结构;第二,交际面子心智空间随着交际面子的推进和交际面子思维的进展不断变化,因此交际面子概念整合包括多维心智空间,呈现多域整合的特性;第三,特定语言文化的概念结构影响交际面子心智空间的构建,因此交际面子概念整合心智空间受社会心理等层面特征的影响。

3.3 交际面子认知机制中的概念整合网络

交际面子印象管理过程的概念整合网络涉及印象动机空间、说话人空间、听话人空间、印象构

建空间、印象反馈空间、印象调节空间、印象监控空间这些基本心智空间,并涉及印象构建、印象反馈和印象调节3次概念整合运作,在进程中形成动态的、多维的概念整合网络。以印象构建过程为例,说话者思维的印象构建首先进行概念接收,即接收印象动机中的动机概念及交际背景信息中的语音、词汇和语用等方面的语言符号表征;接着进行概念定位,即根据交际中语言和非言语信号在说话人大脑中留下的印象,初步确立塑造某种期望印象的自我呈现目标;然后记忆中固化的概念被激活,印象构建空间的概念框架(包括对谈话背景的了解、对特定语言(如汉语)表达习惯的掌握、对汉语语境社会心理特征的考虑以及对交际目的的判断等)随之建立起来;最后,再依据不同交际目的需要进行概念选择,产生不同的面子策略:印象增强策略、印象保护策略和印象调整策略。这样,经过概念接收、概念定位、概念激活和概念选择的过程,印象构建空间里生成相应的概念突显,即相关的语用策略。以此类推,印象反馈和印象调节也通过一系列与概念相关的思维活动得以实现,这3次概念整合运作接续存在又相互影响,叠加构建起交际面子的多维概念整合网络。

概念整合理论可以明确阐释交际面子的认知机制,但更偏向心理模型,框架中不包括社会心理因素及其与认知之间的关系,也难以解决心智空间之间如何联系的问题。正因为如此,需要将概念整合的认知机制引入印象管理理论,从而构建新的解释交际面子的理论模式。

4 交际面子的印象管理模式重构

前文,我们指出印象管理模式解释交际面子的局限性,为了弥补其局限性而引入概念整合认知机制。下面,依据建立起来的理论框架,从主客体间的认知关系视角重新构建解释交际面子的印象管理模式。

如图1所示,参与概念整合的输入空间和合成空间分别用方框和椭圆表示,合成空间内的虚线方框表示概念整合产生的新生结构即概念突显。单实线箭头、双实线箭头、三实线箭头分别代表第一、二、三印象管理运作的概念整合方式。

模式由语用策略层面、社会心理层面、主体认知层面3部分构成,3部分共同作用促发交际面子运作持续推进。其中,语用策略层面体现为对话空间(由印象构建空间、印象反馈空间、印象调节空间共同组成)中伴随印象管理进程的语用策略的使用;社会心理层面既包括印象构建-印象

反馈 - 印象调节的印象管理进程 ,又包括印象管理动机和印象监控中的社会心理因素; 主体认知

层面体现为贯穿于交际面子进程的 3 次概念整合运作。

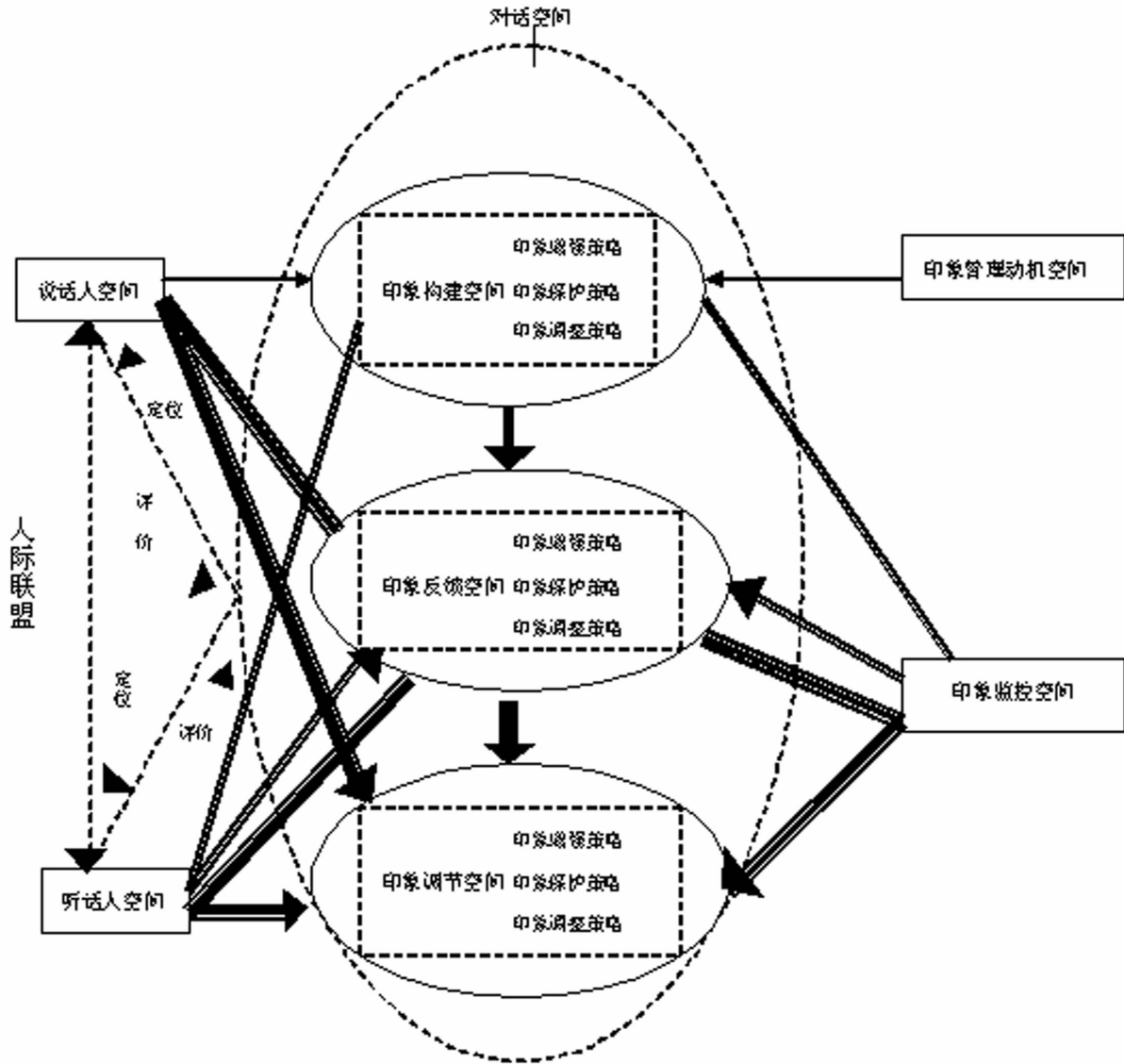


图1 基于概念整合理论的交际面子印象管理模式

语用策略层面是交际面子印象管理模式的基本维度 处于概念的最表层 是交际面子印象管理的语言实现形式; 社会心理层面指伴随交际面子的印象管理进程出现特定社会文化的价值观、意识形态与民族传统的概念集合 ,是民族面子心理模式的概念化反映; 主体认知层面是交际面子印象管理概念整合方式中最上层的范畴 ,表征交际面子思维所涉及的各类知识结构的经验认知。

以上 3 个层面的关系一方面体现为逐级递

进——语用策略层面关乎语言事件本身 ,社会心理维度关乎交际面子行为这一较高层级的概念结构 ,在语言事件与交际面子行为的共同作用中主体认知层面这一更高层级的结构得以启动; 另一方面体现为相互关联——主体认知层面的概念整合运作在合成空间中不断产生新生概念突显 ,表现为依据不同印象管理目的、受特定社会心理层面因素制约选择的不同的面子语用策略。

从重构的模式可以看出 ,交际面子先后历经

印象构建、印象反馈、印象调节3次概念整合运作(分别用单实线箭头、双实线箭头、三实线箭头表示),依次形成印象构建概念突显、印象反馈概念突显、印象调节概念突显共3个概念突显。具体过程如下:首先,来自印象管理动机空间和说话人空间的部分概念在跨空间映射及一系列认知选择的作用下,选择投射到印象构建空间这一合成空间中,并形成印象构建概念突显这一新生结构;然后,印象构建空间、印象监控空间和听话人空间3个输入空间进行印象反馈运作,在新的合成空间即印象反馈空间中产生新生结构,形成印象反馈概念突显;最后,在印象反馈空间、说话人空间、听话人空间和印象监控空间4个输入空间进行交际面子重构合成运作,在合成空间即印象调节空间产生新生结构,形成印象调节概念突显。在此过程中形成的印象构建概念突显、印象反馈概念突显、印象调节概念突显的体现形式是依据印象增强、印象保护、印象调整的不同印象管理目的采用的印象增强型面子策略、印象保护型面子策略、印象调整型面子策略。

此外,该模式不仅说明交际主体(听说话人)的3次概念整合认知过程,还显示交际主体之间的互动认知和交际主体与交际客体(交际面子事件的语言表现)之间的认知关系。重构的模式中把主体“立场三角”融入到概念整合架构中,从而将概念整合从由交际主体内的认知拓展到交际主体间的互动协商过程,从而全面展示主体间、主客体间的认知关系,进一步凸显交际面子的互动性特征(Du Bois 2007: 163)。立场三角由两个主体和一个客体组成。三角有3种矢量组成的关系:客体作用于主体,产生自我定位(positions);主体作用于客体,产生认知评价(evaluations);通过定位和评价,主体间形成联盟关系(alignment),构成主体间性认知关系。在重构的模式中,随着印象管理的推进,听、说话人的主体空间不断向客体空间(对话空间)进行选择投射,对话空间以定位的方式作用于主体,对话主体又不断进行认知评价,通过认知评价和定位,听、说话人在交际面子中建立以“实现预期交际效果”为目的的交际联盟,共同建立、维系、调整双方的交际面子。下面结合实例具体阐释其运作过程:

(背景:在本期《面对面》的节目中,受访对象为中国女排的教练郎平。谈话内容围绕“国人对近年来萎靡不振的中国女排的未来成绩有较高期待”展开。)

郎平:那没关系,大家对我有要求,我尽力去

做,我不是神…为什么非要去拿名次呢?

记者:但是体育比赛他太残酷了,衡量一支队伍,它的好坏优劣就是有名次的?

郎平:如果是你父母希望你成为科学家,希望你获得诺贝尔奖金,你尽了最大努力,最后你没有获得,你能说你是失败者吗?

记者:那体育比赛上去判定,失败和胜利它的标准应该是什么?

郎平:那你就是说是不是把你所有的潜力都挖掘出来了,你是不是做的最好。(《面对面》郎平:进军里约 20130519)

当被主持人问及如何看待大家对其带队的高期待时,受访者郎平意识到自己的回答将在很大程度上被人评价,关涉其面子问题,引发较强的印象管理动机,又与其主体的认知能力共同作用,选择合适的面子语用策略即“自我设障”策略进行印象构建,回应道“我尽力去做,我不是神”,产出印象构建策略,印象构建的效果较好;接下来,记者并未延续业已形成的良好的交际面子效果,以“衡量一支队伍,它的好坏优劣就是有名次的”这句明显伤及受访者面子、双方的关系及交际面子效果的问句实施印象反馈,在选择构建怎样的形象这一印象监控的范畴内明显失误,听话人策略选择失败和印象监控无效共同造成印象反馈中交际面子运作失败;最后,在印象监控的范围内,双方意识到需要修复面子,并采取积极的主体间面子策略,记者以“缓和尴尬”的面子策略给予受访者解释的余地,受访者用“解释说明”的面子策略进行回应,也修复了面子。最后,印象监控和听、说话人的主体间运作共同发挥作用,在前交际面子效果的基础上,完成印象调节,保证交际面子效果。在对话过程中,双方通过定位、评判等互动活动,维系双方的交际面子,达到预期的交际效果。

5 结束语

本文在分析与“交际面子”密切相关的印象管理理论现有模式不足的基础上,尝试引入概念整合理论呈现“交际面子”构建过程中的认知机制,进而重构交际面子的印象管理模式,并以汉语真实语料为例,在重构模式下对交际面子运作的过程予以说明。但应说明的是,该模式还有待在考察大量语料的基础上加以验证和完善。

参考文献

王正元. 概念整合理论及其应用研究[M]. 北京: 高等教育出版社, 2009.

- Arkin, R. M. Self-presentation Style [A]. In: Tedeschi, J.T. (Ed.), *Impression Management Theory and Social Psychological Research* [C]. NY: Academic Press, 1981.
- Arundale, R. B. Constituting Face in Conversation: Face, Facework, and Interactional Achievement [J]. *Journal of Pragmatics*, 2010 (8).
- Arundale, R. B. Face as a Research Focus in Interpersonal Pragmatics: Relational and Emic Perspectives [J]. *Journal of Pragmatics*, 2013 (1).
- Baumeister, R. F. A Self-Presentational View of Social Phenomena [J]. *Psychological Bulletin*, 1982 (91).
- Bozeman, D. P., Kacmar K. M. A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1997 (1).
- Coulson, S. The Menendez Brothers Virus: Analogical Mapping in Blended Spaces [A]. In: Goldberg, A. (Ed.), *Conceptual Structure, Discourse, and Language* [C]. CA: CSLI Publications, 1996.
- Coulson, S. *Semantic Leaps: Frame Shifting and Conceptual Blending in Meaning Construction* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Coulson, S. *Semantic Leaps: Frame Shifting and Conceptual Blending in Meaning Construction* [M]. Beijing: Beijing World Publishing Corporation, 2001.
- Du Bois, J. W. The Stance Triangle [A]. In: Englebretson, R. (Ed.), *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction* [C]. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007.
- Fauconnier, G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language* [M]. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1985.
- Fauconnier, G. *Mappings in Thought and Language* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- Fauconnier, G. Mental Spaces [A]. In: Geeraerts, D., Cuyckens, H. (Eds.), *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* [C]. New York: Oxford University Press, 2007.
- Fauconnier, G., Sweetser, E. *Spaces, Worlds and Grammar* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1996.
- Fauconnier, G., Turner, M. Blending as Central Process of Grammar [A]. In: Goldberg, A. (Ed.), *Conceptual Structure, Discourse and Language* [C]. Stanford: CSLI Publications, 1996.
- Fauconnier, G., Turner, M. Conceptual Integration Networks [J]. *Cognitive Science*, 1998a (2).
- Fauconnier, G., Turner, M. Principles of Conceptual Integration [A]. In: Koenig, J. P. (Ed.) *Discourse & Cognition* [C]. Stanford: CSLI Publications, 1998b.
- Fillmore, C. Frames and the Semantics of Understanding [J]. *Quaderni di Semantica*, 1985 (2).
- Goffman, E. *The Presentation of Self in Everyday Life* [M]. New York: Doubleday, 1959.
- Gardner, W. L., Martinko, M. J. Impression Management in Organizations [J]. *Journal of Management*, 1988 (14).
- Leary, M. R., Kowalski, R. M. Impression Management: A Literature Review and Two-Factor Model [J]. *Psychological Bulletin*, 1990 (107).
- Minsky, M. A. Framework of Representing Knowledge [A]. In: Winston, P. H. (Ed.) *The Psychology of Computer Vision* [C]. New York: Oxford University Press, 2007.
- Pontari, B. A., Schlenker, B. R. The Influence of Cognitive Load on Self-Presentation: Can Cognitive Busyness Help as Well as Harm Social Performance [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000 (6).
- Schlenker, B. R. *Impression Management: The Self-concept, Social Identity, and Interpersonal Relations* [M]. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1980.
- Spencer-Oatey, H. Theories of Identity and the Analysis of Face [J]. *Journal of Pragmatics*, 2007 (4).
- Tetlock, P. E., Manstead, A. S. R. Impression Management Versus Intrapyschic Explanations in Social Psychology: A Useful Dichotomy [J]. *Psychological Review*, 1985 (92).
- Turner, M. Conceptual Integration [A]. In: Geeraerts D., Cuyckens, H. (Eds.), *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* [C]. New York: Oxford University Press, 2007.

收稿日期: 2014 - 07 - 01

【责任编辑 孙颖】