

文章编号:1005-0523(2012)06-0113-06

乔布斯 iPhone 4 发布会演讲的戏剧主义修辞批评分析

张爱宁

(上海理工大学外语学院,上海 200093)

摘要:伯克的戏剧主义修辞批评是西方最流行的修辞批评范式之一,是通过分析戏剧主义五要素和关系比来揭示修辞动机的有力工具。以戏剧主义修辞批评为主要理论框架,同时,融合同一、术语屏等修辞学上融会贯通、不可分割的基本理论,对乔布斯在 iPhone 4 发布会上的演讲进行分析,探究该范式在分析产品推介类演讲方面的可操作性,同时揭示该演讲修辞运作背后的动机。

关键词:戏剧主义修辞批评; iPhone 4 发布会演讲; 修辞运作; 动机

中图分类号: H315

文献标志码: A

20 世纪,肯尼斯·伯克基本上继承了修辞学鼻祖亚里士多德的修辞理论的精华,将修辞定义为“用作为符号手段的语言在本性上能对符号做出反应的人身上诱发合作”^[1]。修辞在小到日常交流,大到国家内政外交,政治经济等各个方面都发挥着重要作用。人们在感受修辞的魅力的同时也感受到它在影响人们的态度和行为上的“威力”。

开始于上世纪 20 年代的多种修辞批评范式为人们分析修辞话语的魅力或“威力”提供了理论工具。其中伯克的戏剧主义修辞批评模式因其理论基础深厚,系统性、实用性、可操作性强,能很好地揭示修辞背后的动机及修辞者与听者的互动关系等特点而备受国内外修辞批评者青睐。伯克本人于 1941 年发表了题为“希特勒的战斗修辞”的文章,标志着运用戏剧主义修辞批评进行语篇分析的开始。随后戏剧主义修辞批评模式被广泛运用在政治、法律、科学、新闻等各种语篇的分析中,推动了戏剧主义修辞批评的发展。20 世纪 60 年代至今,国外在伯克的修辞理论和修辞批评模式的研究和运用方面的发展可谓轰轰烈烈。

国内目前对伯克的修辞理论和修辞批评方法进行系统研究的学者还较少。运用戏剧主义修辞批评模式进行语篇分析的文章也不是很多,并且多用于政治演讲和新闻报道等方面语篇分析,总体来说,运用的范围仍然比较局限。将其运用到产品推介演讲的分析中的研究则更为少见。

本文是将戏剧主义修辞批评模式运用到产品推介演讲的一次尝试。以戏剧主义五要素分析法为主要理论框架,同时融合同一、术语屏、词语簇、修辞诉诸等修辞学上融会贯通、不可分割的基本理论,对乔布斯在 iPhone4 产品发布会上的演讲进行分析。一方面,探究这一批评模式的在更广领域内的可操作性;另一方面,揭示演讲中的修辞运作以及修辞背后的动机等。

1 戏剧主义修辞批评与戏剧五要素分析法

戏剧主义修辞批评出现于 20 世纪,是西方最流行的修辞批评范式之一。根据伯克的戏剧主义观点,

收稿日期:2012-09-29

作者简介:张爱宁(1988—),女,硕士研究生,研究方向为西方修辞学,外国语言学及应用语言学。

“人生是舞台,人的一切行为和经历形式都是戏剧形式。戏剧主义修辞批评旨在通过对话语的戏剧性分析找出其背后隐藏的修辞动机,是把语言或象征行动看作戏剧并对其进行评论的一种方法”^[2]。戏剧主义修辞批评有戏剧五要素分析法,叙事主义修辞批评和幻象主题批评等方法。其中伯克创立的戏剧五要素分析法影响力最大。

伯克以其戏剧观研究语言,提出戏剧主义五要素分析法。五个要素分别是行动(act)、场景(scene)、行动者(agent)、手段(agency)和目的(purpose)。戏剧五要素是同一修辞行动中的五要素,它们构成伯克所定义的五位一体(pentad),用于完整描述任何象征行动。五要素中的行动(act)不同于动作(motion)^[3],动作是人类生理性的或动物性的活动,如生长、消化等;而行动需要人类做出语言或其他象征性反应的能力,它蕴涵着三个条件:首先,行动基于活动;此外,行动具备活动所不具备的选择的自由以及目的性。例如,人们无法选择自己的肠胃是否进行消化,因为肠胃消化是活动;但是却可以选择是否为赢得大选而进行有目的的演讲,这里的演讲即是行动。行动是理解伯克戏剧主义的核心概念。五要素中的场景是指行动发生的背景,行动者是进行行动的人或组织等,手段是行动的方式或工具等,目的顾名思义就是行动的目的。

虽然一个事件或一个行动本身是客观存在的,然而,不同的人通过不同的视角,或出于不同的目的,对于同一事件中的五要素的定位和描述可能是不同的。修辞批评者因此可以通过分析修辞者对于这五要素的描述来进一步揭示修辞背后的动机,这也正是戏剧主义修辞批评的目的。例如,在对于某地方打砸抢的暴力事件的报道中,有的外国媒体将这一行动定义为游行,在对于手段的描述中也只提及标语横幅等,而对暴力打砸的方式避之不谈。修辞批评者可以通过分析报道中对于事件五要素的描述来揭示出外媒报道中的意识形态和动机等^[4]。

对修辞话语中戏剧主义五要素的分析是戏剧主义修辞批评的第一步。第二步,对话语中戏剧五要素的关系进行分析^[5]。“出于不同的动机,人们在演讲和话语中搭配这五个戏剧要素时有着截然不同的方式,从而折射出不同的态度,进而引起截然不同的行动。因此,戏剧主义批评的一个核心是分析修辞者是如何搭配五个戏剧要素的”^[6]。戏剧五要素根据因果关系,可以两两要素双向组合成二十个基本的关系对子(ratios),即场景-行动者,行动者-场景,行动-行动者,行动者-行动等。修辞者通过安排不同的关系对子来构建满足自身修辞动机的现实。而修辞批评者则可以通过分析修辞者在话语中所安排的起主导作用的关系对子,来解构修辞者构建的现实,进而揭示修辞背后的动机。

戏剧主义修辞批评模式是在新修辞背景下产生的,然而,在戏剧主义修辞批评过程中,传统的在对戏剧主义五要素的本质及其关系比进行分析时,其他相关的修辞学理论也发挥着重要的作用,例如,同一(identification)、术语屏(terministic screen)、词语簇(clusters)、修辞诉诸(ethos, pathos, logos)等在修辞学上融会贯通的基本理论。其中,同一是伯克新修辞理论的核心内容。根据伯克的修辞观,要诱发他人的合作,修辞者必须使用象征符号与受众取得同一^[7]。伯克总结了三种“同一”方式:“同情同一”(identification by sympathy)、“对立同一”(identification by antithesis)和“不准确同一”(identification by inaccuracy)^[8]。同一既是劝说的前提,也是劝说的目的。术语屏与词语簇都与词语运用的选择性相关。鞠玉梅指出,“词语运用的‘选择性’使修辞的目的(即劝说的完成)成为可能,要达成劝说就要考虑词语的选择”^[9]。修辞诉诸,即人品诉诸、情感诉诸和理性诉诸,是亚里士多德提出的三种劝说方式^[10]。分别强调劝说过程中,劝说者树立良好的形象,激发听众的情感共鸣,和使劝说富于理性逻辑的重要性。通过分析术语屏、词语簇、修辞诉诸等,可以更有效的揭示修辞者对戏剧主义五要素的定义及关系比的安排,进而有利于揭示修辞动机。因此,本文的分析思路可简示如图1。

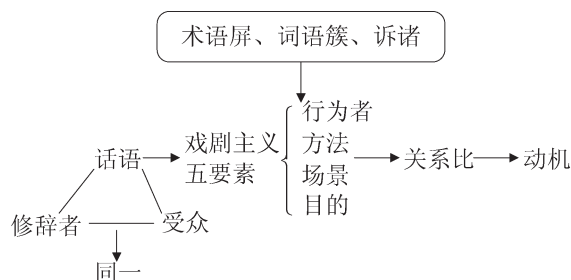


图1 戏剧主义修辞批评模式
Fig.1 The model of dramatic criticism

2 iPhone 4发布会演讲的戏剧主义修辞批评

2010年硅谷巨头苹果公司的首席执行官乔布斯在身体状况欠佳的情况下出人意料地出席了iPhone 4发布会,对公司的最新手机产品进行宣传推介演讲。演讲中乔布斯首先介绍了苹果公司近期面市的产品火爆销售的情况,突出介绍产品的优秀特性以及顾客使用后的赞美之词。并通过对各项新产品特性和销售情况的介绍在观众面前构建起演讲话语的修辞情景。之后,乔布斯详细介绍了iPhone手机的发展历程、新产品iPhone 4手机的众多优点,并且展示了该新产品的使用方法等。统观整篇演讲,发现可以从两个层次对其进行戏剧主义修辞批评分析:第一个层次是从乔布斯对iPhone 4研发过程的介绍方面;第二个层次是从他对iPhone 4具体功能和产品特性的推介方面。下面将分别对这两个层次中的修辞运作进行分析,以探究其话语背后的动机。

2.1 iPhone 4产品研发介绍的分析

- 通过对乔布斯关于iPhone 4产生过程的介绍的分析,可以发现以下五个要素:
- 场景:智能手机及电脑软件开发等方面的新发展,人们对智能手机提出更多更新的要求
- 行动者:苹果公司
- 行动:iPhone 4的研发生产
- 手段:自主研发及与优秀公司的合作
- 目的:满足人们对智能手机的新需求

乔布斯在演讲最开始提及参加本次发布会的人数众多,并且来自世界多国,提及目前iPad销售状况异常火爆,Elements软件和AppStore程序的强大功效和优势等,还提到苹果的七万活跃用户以及他们向海地震捐款的不菲金额。这些看似与本次发布会iPhone 4主题不相关,但却蕴藏着潜在的修辞功能。那便是对行动者——苹果公司的良好形象的构建,这类似于亚里士多德修辞三大诉诸中的人品诉诸(ethos)。在这些介绍中乔布斯反复强调这些产品或软件的新发展以及满足人们更高更新要求方面的卓越成绩,从一个侧面反映了电脑及通信产业日新月异的发展现状及人们对相关产品更高要求的潜势,从而在听众,即潜在的新产品购买者的意识中勾勒出iPhone 4是应时代发展所伴随着的人们对智能手机的更高要求之需的“场景”。乔布斯在听众心里构建的这一场景,一方面为了突出苹果公司在满足人们的需求方面的贡献;另一方面也同时构建起了人们对于这一新产品的需求欲。

乔布斯还不露声色地提到在iPhone版的农场游戏,并邀请该游戏的研发人员做现场展示,这无疑能够与游戏达人达成共鸣,收到情感诉诸的效果,然而这还只是为乔布斯要强调的iPhone4主题做的铺垫的一部分。乔布斯说“开心农场是最流行的游戏,能把它搬上世界上最流行的平台(即iPhone),我们对此很兴奋……我们的团队让游戏体验变得完美。”看似轻描淡写间,乔布斯却已在正式介绍iPhone4之前,将iPhone定义为世界上最流行的平台,这一术语屏,无疑引领听众从他的视角来欣赏评判iPhone。在正式引出新产品iPhone4之前,乔布斯对于苹果公司以及研发团队的描写可谓盛赞有余。着力突显苹果公司的资金、研发、创新等方面的实力。这些是对戏剧主义五要素中“行动者”作用的强调。

在对场景和行动者的浓墨渲染之后,乔布斯言归正传,集中介绍了iPhone手机从一代到如今要发布的第四代机的发展过程。像2007年iPhone一代发布会上乔布斯所定义的一样,他又一次指出“In 2007 iPhone reinvented what we thought of as a smartphone.”强调了苹果公司在iPhone一代时是重新创造了智能手机,这一术语屏就为iPhone手机的发展定下了很高的起点。接下来简单阐述二代、三代机的发展和在产业中的影响。对于iPhone 4,他说“in 2010 we’re going to take the biggest leap since the original iPhone.”这些都是对苹果公司所采取的“行动”的描述:苹果公司在满足人们对新产品的需求上表现完美并且从未止步。

从以上的分析中可以看出乔布斯在演讲中对戏剧主义五要素的关系的安排如表1。

表1 产品研发过程介绍中的主要关系对子

Tab.1 Ratios in the introduction of the product development

关系对子	因果关系是否成立	关系对子	因果关系是否成立
场景-行动者	是	目的-场景	否
场景-目的	是	目的-行动	是
场景-手段	是	行动者-行动	是
场景-行动	是	行动者-场景	否
行动-行动者	否	行动者-手段	是
行动-目的	否	行动者-目的	是
行动-场景	否	手段-场景	否
行动-手段	是	手段-目的	否
目的-手段	是	手段-行动者	否
目的-行动者	是	手段-行动	否

从表1可看出场景因素决定其他因素的比重最大。其次,行动者和目的因素在关系对子中作为决定因素的比重也很大。这一结论与上述分析是吻合的。从中,我们可以进一步揭示演讲者的动机:通过对场景的构建,让受众认识到电脑手机等相关产业的发展带动的消费者的更新的需求,一旦让受众对这一场景产生同一,承认这种发展及需求,乔布斯就可以更好地实现另一个话语动机,即呈现“行动者”——苹果公司在应对这一新场景新要求,满足人们需求方面的努力与贡献。

为了让人们对这些努力与贡献认同,除了上文提到的觅材取材方面的考量,(如在开场不久花时间对开心农场在 iPhone 手机上运用的展示,能够在演讲开场就激发受众的兴奋点),乔布斯在遣词用句上也颇费功夫。在这一演讲中,乔布斯毫不吝惜褒义形容词的使用,无论是形容产品本身,还是形容自己对产品的心情,并且多用形容词最高级的形式,如这里的 biggest leap,还有前文中的 most vibrant app store on the planet。除此之外,也不乏强化作用的程度副词的运用,如 it's a completely open, uncontrolled platform. And we fully support it. 这些词语簇的运用可以达到强化人们对产品认同的效果。

通过以上分析可以发现,乔布斯在这一层次中试图与受众达成同一,即诱导听众认为苹果公司是人们需求的满足者,这样就为下一层次进一步介绍产品功能并诱发人们的购买欲望做下铺垫。

2.2 iPhone 4产品推介的分析

乔布斯以一句“in 2010 we're going to take the biggest leap since the original iPhone”引出此次产品发布会的主角:iPhone 4。将受众的注意力集中在对该新产品的具体运用功能的介绍上。分析这一层次的演讲内容,可以发现如下戏剧主义五要素:

- 场景:iPhone 4手机上市
- 行动者:乔布斯
- 行动:介绍手机的性能优势等
- 手段:演讲,演示等
- 目的:加强人们对该产品的了解,增强其购买欲望。

在这一层次上,对于场景,演讲者乔布斯在上一层次上可谓花足功夫来酝酿受众对新产品 iPhone4 的期待。对于“行动者”乔布斯本人来说,他在追求电脑及相关产业的创新及完美方面的形象早已深入人心,而这次又能在身体状况欠佳,人们对其能否如期参加产品发布会持怀疑态度之际坚持参加新品发布会,这种对受众尊重、对公司负责的态度就足以形成良好的人品诉诸,并激发人们对他的敬爱之情,进而更容易接受他推介的新产品。乔布斯以“Now, this is really hot. There are over 100 new features, but I'm going to cov-

er 8. The first one? An all new design。”来开始对新产品的介绍。在演讲材料的编排上可谓条理清晰,突出重点,既满足人们对新产品的了解欲望,又不至于让人觉得夸夸其谈。而对于这些重点宣讲的性能优势等,乔布斯在演讲中可谓不惜笔墨,不厌其详地运用演讲、示范、PPT 放映等手段进行全方位的介绍,增进人们对这一新产品的了解,进而增强人们对新产品的认可和购买欲。

对于这五个因素的关系比的分析呈现如表2。

表2 产品推介中的主要关系对子

Tab.2 Ratios in the introduction and promotion of the product

关系对子	因果关系是否成立	关系对子	因果关系是否成立
场景-行动者	是	行动-手段	否
场景-目的	是	行动-场景	否
场景-行动	否	目的-行动者	是
场景-手段	否	目的-场景	否
手段-场景	否	目的-行动	是
手段-行动者	是	目的-手段	是
手段-目的	否	行动者-目的	是
手段-行动	否	行动者-手段	是
行动-目的	否	行动者-场景	否
行动-行动者	否	行动者-行动	否

在这一层次中,可以明显地发现“目的”以及“行动者”起决定作用的关系对子比重更大。这一方面表明了乔布斯在主观能动性方面发挥着重要的主体作用,另一方面也揭示出目的才是这次产品推介会的重头戏,是决定演讲者觅材取材、组织演讲的决定性因素。

以演讲中所介绍的第一个特征为例,可以分析出乔布斯如何运用修辞话语来为上述目的服务。乔布斯首先将产品定义为“An all new design”吊足听众的胃口。在接下来对它外观外形设计的介绍中,运用形容词的比较级(24% thinner than the iPhone 3GS)来与前一代的 iPhone 机进行比较,突显改进幅度之大;运用形容词最高级的形式(the thinnest smartphone on the planet)来与其它产品进行对比来呈现它的绝对优势,以对比的方式与受众达成对新产品的同一认可。突显该手机是世界上最薄的智能机蕴含着演讲者对受众价值诉求的分析,那便是,人们更倾向于购买更薄的手机。既然 iPhone 4 是世界上最薄的智能手机,人们就会倾向于买 iPhone 4 手机。这是典型的修辞三段论的说服理念,同时是理性诉诸的体现。对于该产品的其他优点的详尽介绍和演示也同样不溢美之词,如与第一层分析类似的多采用褒义的形容词以及程度修饰语加以强调,伴以数据统计加以佐证。究其内核,都符合理性诉诸的论辩模式。演讲者还会与观众互动,强调新产品使用之简单易学,让观众有参与新产品使用的快感,这是受众与演讲者误同的过程,同时减轻他们对新产品可能会有使用障碍的顾虑。所有这些修辞话语背后的动机归结为一点:让受众对新产品的认识与演讲者达成同一,进而选择购买该产品。

3 结语

将伯克的戏剧主义修辞批评运用到产品推介演讲是一次尝试,证实了这一理论在探究修辞背后的动机及修辞构建现实的功能等方面的广泛实用性;同时揭示出乔布斯演讲的目的:通过修辞话语与受众达成同一,进而诱发受众购买所推介的产品。通过分析演讲中的修辞运作,可以看出乔布斯对于个人人品诉诸的重视,对于听众价值诉求的分析,对话语选用方面的考量等等,这些都对成功实现修辞目的、诱发受众合作有积极的作用。在注重产品品牌建设与推广、企业 and 企业家形象建设提供一点借鉴。

参考文献:

- [1] BURKE K. A rhetoric of motives[M]. California: University of California Press, 1969: 43.
- [2] 邓志勇. 修辞理论与修辞哲学: 关于修辞学泰斗肯尼斯·伯克研究[M]. 上海: 学林出版社, 2011: 166.
- [3] FOSS S K. Contemporary perspectives on rhetoric[M]. Illinois: Waveland Press, Inc, 2002: 196-204.
- [4] 胡敏. 戏剧主义修辞批评视角下的3·14西藏新闻分析[J]. 上海理工大学学报, 2009(4): 59-63.
- [5] FOSS S K. Rhetorical criticism: exploration and practice[M]. Illinois: Waveland Press, Inc, 2004: 383-390.
- [6] 邓志勇. 修辞批评的戏剧主义范式略论[J]. 修辞学习, 2007(2): 36-40.
- [7] BURKE K. A rhetoric of motives[M]. California: University of California Press, 1969: 54-59.
- [8] 刘远. 浅析隐喻修辞批评[J]. 华东交通大学学报, 2012(4): 118-119.
- [9] SUAN K C, MOHAMED M G, SHONALI K, et al. Energy conservation in wireless sensor networks: a rule-based approach [J]. Knowledge and Information Systems, 2011, 28(3): 579-614.
- [10] ARISTOTLE. Rhetoric[M]. New York: Random House, Inc. 1954: 2-15.

A Dramatic Criticism Analysis on iPhone4 Product Launch Speech

Zhang Aining

(College of Foreign Languages, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: Burke's dramatic criticism, one of the most popular rhetoric criticism paradigms, is very useful in approaching rhetorical motives through the analysis of pentad and ratios of dramas. This paper mainly applies the dramatic criticism to the analysis of Steve Jobs' speech for the product launch of iPhone4. In addition, based on such rhetoric theories as the identification and terministic screen, the paper tries to find out the motives behind the rhetorical practice of the speech and explore deeply the feasibility of dramatic criticism in interpreting product launch speeches.

Key words: dramatic criticism; iPhone4 product launch speech; rhetorical operation; motive