

讲好中国故事

——“外研社杯”英语演讲大赛获奖作品修辞劝说研究

王雯静, 何梦宇, 郑文娟, 张婧怡, 赵语歌

湖北经济学院外国语学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2023年4月4日; 录用日期: 2023年5月15日; 发布日期: 2023年5月24日

摘要

在当今全球化时代, 优秀的口头表达能力不仅能使人在多元化的竞争中脱颖而出, 而且还是传播优秀灿烂的本国文化的有效媒介。而演讲作为口头表达的重要方式之一, 因其本身具有典型的劝说性和美学影响力, 一直备受重视。本文选取2017~2021年“外研社杯”英语演讲大赛获奖作品, 运用西方古典修辞理论, 从修辞劝说的角度探讨元话语如何在演讲中实现人品诉诸、情感诉诸和理性诉诸, 旨在为提高我国英语学习者演讲水平, 进而为更好地讲好中国故事添砖加瓦。

关键词

修辞劝说, 元话语, “外研社杯”, 英语演讲, 讲好中国故事

Conveying Chinese Stories Effectively

—An Exploration of Rhetorical Persuasion in Top Performances from the “FLTRP Cup” National English Speech Contest

Wenjing Wang, Mengyu He, Wenjuan Zheng, Jingyi Zhang, Yuge Zhao

School of Foreign Languages, Hubei University of Economics, Wuhan Hubei

Received: Apr. 4th, 2023; accepted: May 15th, 2023; published: May 24th, 2023

Abstract

In the era of globalization, outstanding oral communication skills not only enable individuals to excel in diverse competitions, but also serve as an effective medium for disseminating rich and vibrant Chinese culture. Speech, as a prominent form of oral expression, has been highly regarded due to its persuasive and aesthetic impact. This study examines several top performances from the “FLTRP Cup” National English Speech Contest from 2017 to 2021 and uses Western classical rhetoric theory to ex-

plore how metadiscourse realizes ethos, logos, and pathos in speeches from the perspective of rhetorical persuasion. The study aims to enhance the speech proficiency of English learners in China and facilitate the conveying of Chinese stories effectively.

Keywords

Rhetorical Persuasion, Metadiscourse, “FLTRP Cup”, English Speech, Conveying Chinese Stories Effectively

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的十八大以来，党和国家高度重视弘扬中华民族优秀传统文化，增强文化自信，党的十九大将文化自信、讲好中国故事的创新理念等纳入习近平新时代中国特色社会主义思想。讲好中国故事是让世界正确认识中国、提高中国文化的认同感、建立文化强国的重要途径。然而，以往文献多从叙事学[1]和传播学[2]等角度集中探讨中国故事的叙事模型或传播策略，更关注讲故事的语言表达技巧。讲故事的根本是让世界认识全面的中国，用世界听得懂的语言去阐释，找到双方的共情点在讲好中国故事中有举足轻重的作用，以国际通用语言之一的英语讲好博大精深的中国文化更能够起到事半功倍的效果。

在国力日益强盛的今天，讲述中国故事是时代命题，而讲好中国故事则是新一代的时代使命。高校依托讲好中国故事创立的英语演讲类课程促使越来越多的大学生站上诸如“21世纪杯”、“外研社英语演讲大赛”等演讲大赛的舞台去阐述中国故事。作为我国水平最高的英语演讲赛事“外研社杯”全国英语演讲大赛自2002年创办以来就引起了我国大学英语教学界的广泛关注。大赛汇聚各地优秀学生，为他们提供了一个展示语言能力、交流能力和思辨能力的综合平台。不少优秀演讲者站上“外研社杯”的舞台，在英语表达和艺术交流上展开较量，向听众讲述自身的故事，传递自己的观念，其中，不乏有传播中国文化的优秀演讲者。因此，分析“外研社杯”的获奖作品能更好地探究如何用英语向世界讲好中国故事。

本研究基于西方古典修辞理论，分析“外研社杯”英语演讲大赛获奖作品的修辞劝说机制。西方修辞学的精华一直以来是亚里士多德的观点。口语和书面交际无一不蕴含着修辞学的理念，而演讲是最显现亚里士多德的劝说性的口语体裁。亚里士多德早在古希腊时期就以演说为基础，系统地解析如何恰当地使用修辞提高语言美感，增强语言表达能力。亚里士多德认为，劝说通常包含三种诉诸模式，即人品诉诸、情感诉诸和理性诉诸，分别涉及说话者的个人品格、受众的情感刺激和语篇的逻辑结构[3]。在语篇建构中，元话语作为一种话语修辞策略，可以帮助说话者塑造谨慎的品格，建立良好的形象；调动受众情感，引起情感共鸣；组织语篇结构，增强表达逻辑性[4]，以此实现这三种诉诸。本研究将元话语作为劝说手段进行考察，讨论它们在“外研社杯”英语演讲中的引导和交互劝说功能，为如何讲好中国故事、传播好中国声音提供参考。

2. 理论框架

西方修辞学强调修辞表现在对他人的劝说的追求之中。亚里士多德将修辞学定义为“在每一件事上

发现可用的说服的手段的能力”[3] (p. 24)。语言是修辞劝说的重要手段之一。修辞实施者极尽语言的一切可能性,积极主动地优化语言使用过程。因此,充分挖掘各种语言资源是实现劝说的重要方式。元话语作为组织话语、引导受众理解发话者的观点、提高受众参与性的语言资源,其修辞劝说性为大多数学者所认同。基于系统功能语言学的三种元功能,元话语分为语篇元话语和人际元话语两大类。为避免破坏三种元功能的整体性,Hyland 和 Tse 于是提出人际元话语模式,将元话语分为引导式(Interactive)和互动式(Interactional)两大类,前者引导受众理解语篇组织方式,后者帮助发话者与受众互动[5]。此模式恰当地再现了发话者所期待的与受众的对话关系,成为学界公认度最高的分析模式,为本研究所采用。基于人际元话语模式的分类框架,引导式元话语包括过渡标记(Transitions),表达句与句之间的连接关系,如因果、比较等,例如: but、thus、moreover 等; 框架标记(Frame Markers),表明语篇的语式结构的成分,例如: first、next、finally 等; 内指标记(Endophoric Markers),标示语篇中的某个成分跟语篇的其他部分之间的相互照应的关系,例如: as noted above; 证源标记(Evidentials),标示来自其他语篇的信息,例如: according to; 解释标记(Code Glosses),通过重述、解释和详述已有的信息来进一步加强表达,例如: in other words、namely、that is 等[5]。互动式元话语包括模糊限制语(Hedges),表明发话者呈现信息是基于推理而不是事实,因此,为发话者提供了商讨的空间,例如: perhaps、might、possible 等; 增强语(Boosters),强调发话者对信息的确定,例如: clearly、definitely、must 等; 态度标记(Attitude Markers),表达发话者对命题的态度,例如: unfortunately、surprising 等; 自我提及(Self Mentions),通过第一人称代词及其变体提及发话者自己,体现发话者参与话题,例如: I、we、us 等; 参与标记(Engagement Markers),与受众建立亲和的关系,例如: consider、you can see that 等[5]。

3. 研究方法

本文主要回答“外研社杯”总决赛中获奖选手如何使用元话语修辞资源进行论证劝说来实现语篇的人品诉诸、情感诉诸和理性诉诸。基于研究问题,本文选取 2017~2021 年“外研社杯”英语演讲大赛总决赛中获奖选手即兴演讲部分的文本自建一个小型语料库,总文本数为 12 篇,共 5107 词符。需要注意的是,依据 Hyland 和 Jiang,“and”并非是传达作者特定意图的有意识的修辞策略,而是默认的固定表达(The Default Options) [6],因此,本文将“and”不归为过渡标记。基于人际元话语模式,本研究首先对语料中的元话语进行逐句判断,为确保研究的可信度,我们前后复核三次,最终形成统一的标注标准。接着,使用 AntConc 4.2.0 语料库工具的 Concordance 功能对语料进行检索统计。

4. 研究结果及讨论

论文经过检索统计(见表 1),我们共发现 413 例人际元话语标记,这说明演讲者有普遍使用元话语修辞手段。就出现频率看,引导式元话语和互动式元话语分别为 95 个和 318 个,即每百词中分别为 1.86 个和 6.23 个,两类出现频率有显著差别(log Likelihood = 127.07, p < 0.05)。

表 1 显示,引导式元话语明显少于互动式元话语,这和鞠玉梅[4]、Hyland 和 Tse [5]学术英语写作中引导式元话语多于互动式元话语的发现有所出入,可能的原因是以上研究将“and”归入过渡标记且“and”在过渡标记中出现最多。与 Hyland 和 Jiang [7]的研究截然不同,引导式元话语中出现最多的是过渡标记,指示话语其他部分信息的内指标记并未出现。Hyland 和 Jiang [7]在不同学科的学术英语写作中发现,证源标记出现最多,原因归结为学术写作引用其他研究成果可以建立学科权威性。在人际元话语的另一个分类中,互动式元话语中出现最多的是自我提及,这与 Qiu 和 Jiang [8]三分钟学术英语演讲自我提及在立场构建中使用最多的发现一致。三分钟学术英语演讲要求学生在三分钟内以演讲的形式完整地呈现学术观点,具有与“外研社杯”即兴演讲相同的即时性和劝说性,因此研究结果具有可比性。接下来,本文将分析“外研社杯”的演讲者如何使用元话语实现人品诉诸、情感诉诸和理性诉诸。

Table 1. Classification and Statistics of interpersonal metadiscourse in “FLTRP Cup” National English Speech Contest from 2017 to 2021 (per 100 words)**表 1.** 2017~2021 年“外研社杯”英语即兴演讲人际元话语分类统计(每百词)

| 引导式元话语(Interactive Metadiscourse) | | 互动式元话语(Interactional Metadiscourse) | |
|---|-----------|--|------------|
| 过渡标记 Transitions (but, thus, in conclusion, because) | 45 (0.88) | 模糊限制语 Hedges (might, about, should, not that much) | 22 (0.43) |
| 框架标记 Frame Markers (first, then, next, well, now) | 40 (0.78) | 增强语 Boosters (in fact, very, be able to, always) | 34 (0.67) |
| 内指标记 Endophoric Markers | 0 | 态度标记 Attitude Markers (surprisingly, believe, it is vital, beautiful, amazing, important) | 22 (0.43) |
| 证源标记 Evidentials (according to) | 2 (0.04) | 自我提及 Self Mentions (I, we, my, me, our/s) | 228 (4.46) |
| 解释标记 Code Glosses (that is, for example) | 8 (0.16) | 参与标记 Engagement Markers (consider, we/you can see that, let me, let's) | 12 (0.23) |
| 合计 | 95 (1.86) | 总计 | 318 (6.23) |

4.1. 元话语的人品诉诸：树立良好形象

人品诉诸被亚里士多德认为是最有效的劝说手段[3]，在三诉诸功能中起支配作用。人品诉诸依托演讲者个人的品格魅力，如谨慎、智慧、公正、庄重、性情友好等，以可信的方式对听众进行论述劝说，以此实现亚氏的三大维度，即明智(Good Sense)、美德(Good Moral Character)和善意(Good Will) [3]。在证明才智方面，演讲者要塑造专业熟练，经验丰富的形象；在展示美德时，演讲者要通过言行来展示自己的品格和信誉，证明自己值得信任；在表达善意时，演讲者必须了解受众的需求，对陈述的信息分析利弊。通过分析“外研社杯”演讲文本，我们发现，实现人品诉诸主要通过模糊限制语、自我提及以及证源标记三种途径实现。

模糊限制语是指运用可能性的话语来阐述命题，使命题不再先入为主地灌输给听众。这一方面是受到现代科学理性主义的影响，发话者对自己提出的命题保持谨慎的态度，另一方面也给受众提供了一定的对命题的商讨空间，邀请受众加入自己演讲主题的探讨中，给予受众充分的尊重，而受众会更信任尊重自己的演讲者。例如：

- (1) Some of us matter, while some of us don't, at least not that much. (2018)
- (2) Every day he needs to spend about 12 hours driving along the road. (2021)

在例(1)和例(2)中，模糊限制语 not that much 和 about 降低断言内容的肯定性，表述严谨客观，为演讲者塑造谨慎的自身形象。

自我提及是在演讲中不可避免的一个元话语，与学术写作避免使用第一人称单数“ I ”不同，演讲中的自我提及大多使用第一人称单数及其复数来投射自我。例如：

- (3) We do inherit most of the social capitals that get to decide what kind of a role we start with when we come to this world. (2018)
- (4) We all have a table like this in our homes. (2019)
- (5) When I came to China as a foreigner, I didn't understand why Chinese people cherish and admire the president so much. (2021)

上例(3)和(4)中的人称代词“we”能有效拉近演讲者和受众之间的距离，体现出演讲者的亲切感，将受众和演讲者自身归为同一个作用或被作用的群体，是提高自身可信度的有力劝说手段。演讲者同样使用第一人称单数的形式来讲述自身经历，如例(5)中演讲者使用自我指称“ I ”化身故事主人公，将自己对命题内容的态度投射到话语中，用自身经历说服受众。

证源标记是引用来自其他语篇的话语来加强对自己的语篇命题的印证，这种辅以其他研究成果的论述加强了自身论点的权威性和可信度，从而使受众认可自己的观点，具有很好的劝说效果。例如：

(6) 2000 years ago, Confucius put forward the idea of unity but not uniformity. (2019)

(7) Among the very first lines of “The Declaration of Independence”, this one goes: “We hold these truths to be self-evident that all men are created equal”. (2018)

在例(6)和例(7)中，演讲者引用“Confucius”和“The Declaration of Independence”引导受众建立论述内容与相关语篇之间的互文性，证明其论述是建立在前人研究基础上，使观点更加有理据，从而获得受众的信任，实现劝说的目的。

4.2. 元话语的情感诉诸：调动受众情感

情感诉诸关注受众的情感诉求和特点，目的是通过分析受众的心理，从而选择恰当的劝说手段来唤起受众的情感共鸣。通过分析文本，我们总结了情感诉诸的两大环节，即情感导向和情感实现。首先，情感导向的确立需考虑受众的个体差异性和集体差异性，受众群体是普通大众还是专业人士，是业内同行还是具有不同专业背景的人员，演讲者要估测受众的理解需求，拉进与受众的情感距离。其次，情感实现需要对受众进行有效引导，通过寻找与受众的情感交汇点来对其产生情感影响和感染。而情感诉诸的两大环节可以通过元话语来实现。互动式元话语以受众为中心，子分类参与标记、态度标记、模糊限制语和增强语都可以实现演讲者情感诉诸的效果[4]。

参与标记直接指引受众进入当前语篇，把受众当作语篇的参与者，是体现演讲者对于受众的存在、预测受众的期待的语言表达。参与标记可以有效地吸引受众的注意力，使受众与演讲者感同身受，并建立两者间的和谐关系。因此，演讲者的情感诉诸可以通过参与标记来实现。例如：

(8) You can see industrial revolution is the foundation for all the other revolutions. (2020)

(9) But before I told you the story behind the meaning of these words and the person who has used them a lot, let me ask you a question. (2021)

例(8)和例(9)皆用了第二人称代词“you”，旨在邀请受众参与语篇，创造与受众亲切交流的友好氛围。例(8)中“you can see”表现了演讲者积极创建与受众的互动，引领受众参与当前话题的讨论。例(9)中演讲者用“let me ask you a question”吸引受众的注意，引发受众的思考，使他们在已有的信息基础上更好地理解演讲的内容，从而成为演讲中的参与者，最终与演讲者产生情感共鸣。

态度标记明示发话者对所叙述事物的态度和评价。发话者在语篇中使用态度标记，是希望能通过自己的态度来影响受众对所叙述事物的看法。从心理层面来看，态度标记是发话者对受众的一种暗示，使受话者产生相同的理解和态度。例如：

(10) Yet luckily and surprisingly, the old woman seemed to have seen our predicament, came back to our rescue, offering to help us rent bikes from other stores. (2021)

(11) So, it is vital that we play a role of a university for passing on knowledge, nourishing diversity and inspiring creativity for the students and of the students. (2017)

在例(10)和例(11)中，态度标记语“luckily and surprisingly”和“it is vital”预设了演讲者以受众为中心，期待受众同演讲者一样有相同的反应。在例(10)中，演讲者在过渡标记“yet”后用“luckily and surprisingly”调动受众的情绪，突出了老妇人愿意帮助我们的惊喜。在例(11)中，演讲者使用“it is vital”表明态度，对大学传递知识、培养多样化、鼓励创新的重要性做出肯定。

在情感诉诸中，模糊限制语和增强语作为一组对立范畴同样帮助演讲者实现情感的诉求。在 4.1 的论述中，模糊限制语一方面实现人品诉诸，同时另一方面还可以减弱演讲者对话语的肯定，增大与受众

协商的空间，以此显现对受众的关注和谦虚的态度，从情感上赢得受众的尊重，如例 12。

(12) Heaven is nature and (the) man is an integral part of it, and the relationship between heaven and man **should** be harmonious, coexistence and one. (2019)

在例(12)中，演讲者表示人和自然的关系应该是和谐共存的，“should”表达了演讲者对受众尊重的态度，使受众愿意在情感上理解和赞同演讲者。

增强语强调判断的确定性。演讲者通过使用增强语来表达对自己观点的肯定，同时强化情感和态度，从而引起受众产生更强烈的思想感情力量，如例(13)。

(13) **In fact**, the word “harmony” is deeply rooted in traditional Chinese culture. (2019)

如例(13)所示，演讲者使用“in fact”和“deeply”，强调了和谐植根于中国传统文化的事实，表明演讲者对自己的观点有充分的把握，同时激发受众的认同感，以此达到劝说的目的。

在正文中，需要标注对参考文献的引用。标注时也使用“[x]”的形式。

4.3. 元话语的理性诉诸：组织篇章结构

理性诉诸运用逻辑推理来进行劝说。演讲者通过提出问题、阐述论证、得出结论等逻辑证明过程，来说服受众接受论点。在这一过程中，如何选择信息的提出顺序、加强各要素之间的连接以及保证篇章逻辑的完整性，对于增强文章的劝说力十分重要。通过分析“外研社杯”演讲文本，我们发现，演讲者主要通过引导式元话语实现理性诉诸功能，较常用的组句谋篇策略主要为框架标记、解释标记以及过渡标记。

框架标记的作用是划分及展示信息结构，表达信息顺序[4]，此外，还能帮助强调、突出重点信息，提醒受众关注、理解重点信息，常用的框架标记有：first、then、next、well、now 等，例如：

(14) And **firstly**, for example, speaking of the structure, then our planet is actually a planet made of water. (2018)

(15) **Now** with that in mind, let me tell you a story of a very important ambassador of Chineseness and how he has demonstrated a wisdom: Humility. (2021)

如上例所示，演讲者使用框架标记“firstly”、“now”划分语篇结构、表达话题顺序，以帮助受众建立清晰的信息框架，更好地理解语篇。

解释标记可以帮助说明、澄清和解释复杂抽象的概念或论点，使得受众能更好地接受演讲者的主张，属于演讲者与受众之间的互动[4]，用于让受众理解所陈述的观点。演讲者常用的解释标记有：that is、for example 等，例如：

(16) **That is** our tolerance of different people, our willingness to embrace different culture and artistic forms our care and love and respect for not only our family. (2019)

(17) This requires advanced technology. **For example**, agricultural revolution. The development of drone and cultivators and combined harvesters. (2020)

在例(16)和例(17)中，解释标记“that is”和“for example”都起到了说明和解释观点的作用，“that is”阐释了演讲者之前提出的概念，使其细致化、具体化，“for example”则扩展了对话题的陈述，进一步聚焦于演讲者的所述要点，两者都能帮助听众更好地理解演讲者的主张。

过渡标记是最为常用的连接语篇的手段，它能帮助指明不同句子、段落之间的逻辑关系[4]，引导受众跟随演讲者的思路，实现思路的连贯性，同时增强逻辑的严密性，如 but、thus、in conclusion、because 等；同时，过渡标记还能帮助语篇跳出局部，将不同的事实和论点联系在一起，以此更有效地进行阐述，例如：

(18) The reasons why we come together may be various, but the sensation behind it remains year after year, the same. (2019)

(19) And this is actually the same with hotpot, because no soup, no hotpot. (2018)

在例(18)中,“but”表明了前后句转折的逻辑关系,实现前后话语的衔接,同时也强调了后半部分的命题信息,将其与演讲者想要表达的主题关联起来,帮助受众厘清语篇结构;在例(19)中,“because”引出了前句与演讲整体论点的相同之处,帮助受众跟随演讲者思路的同时,也增强了此论点与主题的逻辑联系一致性和严密性。

5. 结语

讲好中国故事,传播好中国声音,对如何用形象打动人、用情感感染人、用事实说服人起着重要作用。本文通过分析2017~2021年“外研社杯”英语演讲大赛中的元话语修辞手段,得出以下结论:1)公共演讲中元话语的出现以互动式元话语为主,引导式元话语为辅,常用的人际元话语有过渡标记、框架标记和自我提及。2)模糊限制语、自我提及以及证源标记可以实现人品诉诸功能;参与标记、态度标记、模糊限制语和增强语都可以实现演讲者的情感诉诸;引导式元话语用来组织篇章,其子分类框架标记、解释标记以及过渡标记多用于实现理性诉诸功能。本研究发现对公共英语演讲教学有重要启示。长期以来,大学英语演讲课程强调公共演讲技巧,侧重情感投入的培养、肢体语言和声音的训练。这种建议虽然实用,但被批评为非常“基本”和“肤浅”(p.78)[9]。在英语演讲教学中,应培养学生的修辞意识[10],应着重强调修辞资源和元话语的应用,进而提高“陈情”和“说理”的能力,让所讲的故事更好地为国际社会所认同。

基金项目

本文为2022年湖北经济学院校级大学生科研立项重点项目“讲好中国故事——‘外研社杯’英语演讲大赛获奖作品修辞劝说研究”的阶段性成果。

参考文献

- [1] 刘瑞生,王井.“讲好中国故事”的国家叙事范式和语境[J].甘肃社会科学,2019(2): 151-159.
- [2] 陈先红,宋发枝.“讲好中国故事”:国家立场、话语策略与传播战略[J].现代传播,2020(1): 40-52.
- [3] Aristotle (1991) *The Art of Rhetoric*. Translated by H.C. Lawson-Tancred. Penguin Books, London.
- [4] 鞠玉梅.英汉学术论文语篇中的元话语研究——从亚里士多德修辞学的角度[J].外语研究,2013(3): 23-29.
- [5] Hyland, K. and Tse, P. (2004) Metadiscourse in Academic Writing: A Reappraisal. *Applied Linguistics*, **25**, 156-177. <https://doi.org/10.1093/applin/25.2.156>
- [6] Hyland, K. and Jiang, F. (2020) Text-Organizing Metadiscourse: Tracking Changes in Rhetorical Persuasion. *Journal of Historical Pragmatics*, **21**, 137-164. <https://doi.org/10.1075/jhp.00039.hyl>
- [7] Hyland, K. and Jiang, F. (2018) “In This Paper We Suggest”: Changing Patterns of Disciplinary Metadiscourse. *English for Specific Purposes*, **51**, 18-30. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2018.02.001>
- [8] Qiu, X. and Jiang, F. (2021) Stance and Engagement in 3MT Presentations: How Students Communicate Disciplinary Knowledge to a Wide Audience. *Journal of English for Academic Purposes*, **51**, Article ID: 100976. <https://doi.org/10.1016/j.jeap.2021.100976>
- [9] Copeman, P. (2015) Three Minute Theatre: Principles and Practice for Scripting and Performing Three Minute Thesis Presentations. *International Journal for Researcher Development*, **6**, 77-92. <https://doi.org/10.1108/IJRD-09-2014-0028>
- [10] 鞠玉梅.修辞能力与外语专业创新人才培养[J].外语界,2008(6): 47-51.