

学术论文引言中人际元话语的跨学科对比研究

祁亚伟¹, 马 静²

(1. 安徽信息工程学院 通识教育与外国语学院, 安徽 芜湖 241010;

2. 东华大学 外语学院, 上海 201620)

摘要: 基于 Hyland 的元话语理论和 Swales 的引言“创建研究空间”模型, 以管理学和化学学科语料对比分析了软硬科学学术论文引言中人际元话语的分布情况, 并尝试从体裁交际目的视角来解释这些异同。结果发现, 作为同一体裁的两学科学术论文引言虽然在人际元话语的语步分布上展现出了很强的一致性, 但在除了凸显语之外的元话语资源使用数量上, 管理学引言均多于化学引言。这些一致与差异既符合同一体裁共同的显性交际目的, 也体现了不同学科属性规约下各自隐性交际目的实现方式间的差异。

关键词: 学术论文引言; 人际元话语; 交际目的; 学科属性

中图分类号: H 052 **文献标志码:** A **文章编号:** 1009-895X(2020)03-0201-08

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2020.03.001

A Cross-disciplinary Comparative Study of Interactional Metadiscourse in Research Article Introductions

QI Yawei¹, MA Jing²

(1. School of General Education and Foreign Languages, Anhui Institute of Information Technology, Wuhu 241010, China;

2. Foreign Languages School, Donghua University, Shanghai 201620, China)

Abstract: Based on metadiscourse theory and CARS model postulated by Swales, this study makes a comparative metadiscoursal analysis of RA introductions in management and chemistry, aiming at the similarities and differences between soft and hard sciences from the perspective of communicative purposes. It is found that the distributions of interactional metadiscoursal resources in RA moves in both disciplines demonstrate a strong correlation while metadiscoursal resources in management RA introductions outnumber its chemistry counterpart except boosters. The correlation and differences can be well explained by the overt communicative purposes realized by their similar generic structures and covert ones respectively achieved and shaped by their disciplinarity.

Keywords: RA introduction; interactional metadiscourse; communicative purpose; disciplinarity

近二十年来, 随着期刊论文在学术评价中的重要性越发凸显, 论文发表竞争亦日趋激烈。这使得

学术论文逐渐由学术观点的客观载体发展成为作者借助“推销性话语”^[1]展示研究成果的重要平台。

收稿日期: 2019-04-20

基金项目: 2019 年安徽信息工程学院专业核心课程建设项目 (2019xjkcjs46); 2018 安徽省优秀青年人才支持计划项目 (gxyq2018135)

作者简介: 祁亚伟 (1990-), 男, 讲师。研究方向: 语篇分析、专门用途英语。E-mail: justinqi@foxmail.com

通信作者: 马 静 (1964-), 女, 副教授。研究方向: 语篇分析、专门用途英语。E-mail: marianmj@dhu.edu.cn

Bhatia^[2], Shehzad^[3], Martin & Leon^[4], Hyland^[5]等学者的大量研究证实了这一观点。作为此类研究的重要路径之一,元话语(metadiscourse)这一概念引起了学者们的广泛兴趣。其中 Hyland^[6-7]等学者的一系列研究不仅界定了元话语的内涵——“语篇作者用于构建语篇结构和表达自身立场的人际资源”,还引发了学者们基于其构建的元话语分析框架对学术语篇进行语类分析的热潮。跨文化角度,鞠玉梅^[8]对比了英汉元话语在实现学术论文引言语篇修辞功能方式上的异同,发现英语作者使用的元话语数量多于汉语作者;吴格奇^[9]通过调查英汉论文作者自我提及语的使用情况来分析二者身份构建方式的差异,结果显示英语作者倾向于构建研究者和话语构建者身份,而汉语作者则更注重构建研究者身份。跨学科角度,Harwood^[10]基于语料库对商业管理、计算机科学等四类学科论文中第一人称代词 I 和 we 进行对比,发现即使是“作者抽离型”(author-evacuated)的硬科学论文中也大量使用第一人称代词实现自我推销。Afros & Schryer^[11]的研究显示,即使学科相近的语言和文学研究类论文,在推销性元话语的使用上也存在很大不同。此外,还有作者利用一些体裁分析法的结构化模型考察单一学科元话语在特定语步中的分布及其与交际目的互动的情况,这些学科如农业科学^[12]和管理科学^[13]等。

作为论文正文的开头,引言部分由于承担着阐释研究目的、回顾研究背景和吸引读者阅读等多重功能,成为学术论文中人际资源最为丰富的亚体裁之一。作者在引言中通过使用大量元话语资源展开对读者的劝说,以实现其显性和隐性的双重交际目的^[14]。然而,目前国内关注元话语在软硬科学论文引言中差异的研究还不多见,现有的考察元话语分布差异的文献也很少借助“语步分析法”(move analysis)。鉴于此,本研究以收集的化学和管理学学术论文引言为语料,借助 Hyland^[6]的元话语分析框架,调查人际元话语资源在管理学和化学论文引言各语步中的分布情况及其在语篇中实现交际目的方式的异同,以期对二语学术写作教学有所启示。

一、理论框架

(一) 人际互动元话语

元话语作为语篇中的非命题性信息,其分类历来

是语篇分析学者的研究重点,如 Vande Kopple^[15], Mauranen^[16], Hyland^[6]等,其中 Hyland 的分类方法目前最为接受。他根据元话语所实现的功能将其分为文本交互元话语(interactive metadiscourse)和人际互动元话语(interactional metadiscourse,以下简称“人际元话语”)。前者是帮助作者根据读者的认知能力组织连贯语篇的非命题性话语资源,后者是用于展示作者对于命题信息的情感和态度以及实现与读者互动的的话语资源,其功能和举例如表 1 所示。

表 1 学术语篇中的人际元话语资源

Tab. 1 Interactional metadiscourse in academic discourses

人际元话语资源	功能	举例
模糊语	保留对命题的完全承诺	might/perhaps/possible/about
凸显语	强调对命题的确信度	in fact/definitely/it is clear that
态度标记语	表达作者对命题的态度	unfortunately/I agree/surprisingly
介入标记语	公开提及读者或与之建立联系	consider/note that/we (包含读者的)
自我提及语	公开提及作者	I/we/my/our

所谓模糊语即那些表达命题不确定性的语言形式,表明语篇作者对于某些命题审慎和保守的态度;凸显语指的是表达确定性的语言形式,通过展示作者对于命题真实性的确信程度以增强观点的权威性;态度标记语传递的是作者对于命题信息的情感态度,常见表现形式有副词和形容词,以及表观点态度的动词,通过态度标记语,作者在语篇中塑造出有观点态度的鲜活形象;介入标记语指那些公开在文中提及读者的表达,如指令语和包含读者的代词等,介入标记语的使用反映出作者强烈的“读者意识”;自我提及语指作者在语篇中提及自我的表达,常见的有第一人称代词等,自我提及语是作者介入语篇以凸显自身存在的表现。以往研究表明,人际元话语有助于彰显语篇作者与读者和命题的关系^[17],是实现语篇劝说目的的主要手段之一。

(二) 语篇交际目的

语篇交际目的(communicative purpose)是语篇作者希望其产出的语篇实现的交际功能,也是识

别和区分不同体裁的重要因素^[18]。广义而言,任何语篇都有其特定的交际目的,语篇内容的不断发展亦可看作是语篇交际目的的逐步实现。Bhatia^[14]认为,任何语篇都可能存在显性和隐性的双重交际目的。显性的交际目的即语篇内容的传达,而隐性的交际目的则根据体裁的语境配置差异而不同。在诸如推销信、广告等商业体裁中,作者在“向顾客介绍商品”的显性目的之下隐藏着“劝说顾客购买产品”这一隐性的个人目的(private intentions)。在学术论文引言体裁中,一方面作者需要客观地向读者通报研究的背景、目的、方法和主要发现等内容,另一方面由于在引言中面临为当前“不请自来”(unsolicited)^[18]的研究之合理性辩护的压力,作者也要说服并得到同行审阅专家的认可,以实现研究论文的顺利发表。故学术论文引言相比于论文的其他部分可能具有更高的修辞劝说性。

语篇中的人际元话语与话语发出者的交际目的密切相关^[8]。学术语篇中的交际目的,尤其是隐性交际目的很大程度上是通过人际元话语实现的。然而,关于人际元话语如何实现语篇交际目的,以及不同学科社团之间人际元话语实现语篇交际目的方式的差异,以往研究涉及得较少。因此,从交际目的角度考察人际元话语资源的学科差异性是有必要的。

(三)“创建研究空间”模型

为了对本研究对象即“学术论文引言”进行进一步的划分,以观察人际元话语在每一语步中的分布情况,笔者引入Swales的“创建研究空间”模型。在对数百篇实证研究型论文分析后,Swales^[19]提炼出了一个以语步-步骤(move-step)为单位的学术论文引言语类结构的描述性原型框架,命名为“创建研究空间”模型(Create-A-Research-Space Model),简称CARS模型。该模型揭示了论文作者在引言中“建立研究领域”,“确立研究定位”并最终“占领研究定位”的过程机制。为证明该模型的学科普适性,Swales^[20]后来基于大量体裁分析研究的观点改进了CARS模型:语步一“建立研究领域”更加凝练;语步二“确立研究定位”中,步骤1又分为互斥的两步“指出差距”和“继承前人”,步骤2为“积极辩护”;语步三“展示当前研究”相较之前的版本则作了较大的扩

展,包含“宣布当前研究”“提出问题假设”“阐明研究定义”“概述研究方法”“宣布主要结果”“申明研究价值”和“列出文章结构”7个步骤。这7个步骤不仅位置更加灵活,且涵盖了更多特定学科所独有的修辞步骤,因而更具学科普适性。

二、语料与研究方法

(一)语料收集与加工

借助东华大学外语学院学术语篇研究中心自建的学术论文语料库,本研究首先选定4本国际学术界影响因子较高的英文期刊,其中管理学期刊为*The International Journal of Management Science*和*Research in Organizational Behavior*,化学期刊为*Bioorganic & Medicinal Chemistry*和*Journal of Organometallic Chemistry*。然后从每本中各随机抽取近十年发表的25篇文章,共100篇,并提取出引言部分。

我们以语义单元而非句子结构为单位,按照CARS模型^[20]对语料进行了语步的划分,剔除不具备三个完整语步的引言。在剩下的79篇结构完整的引言中,随机抽取60篇作为本研究的语料,其中管理学语料共23 148词,化学语料共17 063词。

(二)语料提取与分析

我们以人工提取为主,同时对于诸如自我提及语等表现形式较为单一的元话语资源,则借助语料库检索工具Antconc 3.5.7,对人际元话语在各学科每个语步中的出现频率以每500词为单位进行标准化统计,同时将60篇语料的统计数据输入SPSS 22.0,进行定量对比分析,同时针对每一元话语资源结合具体语料进行定性分析。

本研究在语料处理上涉及人工识别过程,因此为减小统计数据误差以提高研究信度,本研究的语步划分和元话语标注过程均由本文第一作者与另一位通晓英语的中国研究者同时进行。经统计,两位研究者语步划分的一致率为84.6%,一致性检验得出元话语标注的Kappa系数为0.81,表明双方的划分和标注均具有较高的一致性。少数不一致的划分和标注则由两位研究者协商讨论后达成一致意见。

三、人际元话语资源的分布异同

(一) 两学科人际元话语资源所占比重

由图1可知,管理学引言中模糊语所占比重最大,紧随其后的是自我提及语和态度标记语,凸显语和介入标记语较少;化学引言中所占比重最大的仍然是模糊语,态度标记语和自我提及语次之,再后是凸显语,而介入标记语所占比重几乎可以忽略不计。可见两学科引言最主要的人际元话语资源均为模糊语、自我提及语和态度标记语。

(二) 两学科人际元话语资源在引言中的数量和分布异同

经过统计后得出的人际元话语资源在各语步中出现的频次见图2。可以看出,管理学论文引言中模糊语的数量在各语步中均高于化学论文引言;而

在凸显语的数量上,化学引言在各语步则均高于管理学引言。但模糊语和凸显语在管理学和化学引言中的数量均无显著差异(模糊语 $t=0.389$, $df=4$, $p=0.717>0.050$; 凸显语 $t=-1.649$, $df=4$, $p=0.174>0.050$)。两学科引言中模糊语的最高频次均出现于语步二中,而凸显语的最高频次则分别出现在语步一和语步三中。在绝大多数语步中,管理学引言包含的态度标记语数量均略多于化学引言,但二者在数量上无显著差异($t=0.397$, $df=16$, $p=0.697>0.050$),两学科最高频次也均出现在语步二中。介入标记语几乎只存在于管理学引言中,其包含的数量远多于化学引言,二者具有显著性差异($t=3.577$, $df=34$, $p=0.020<0.050$)。自我提及语在管理学引言中的数量在每一个语步中的频次都高于化学引言,但二者在自我提及语的数量上并无显著差异($t=0.479$, $df=22$, $p=0.637>0.050$),均主要分布于语步三中。

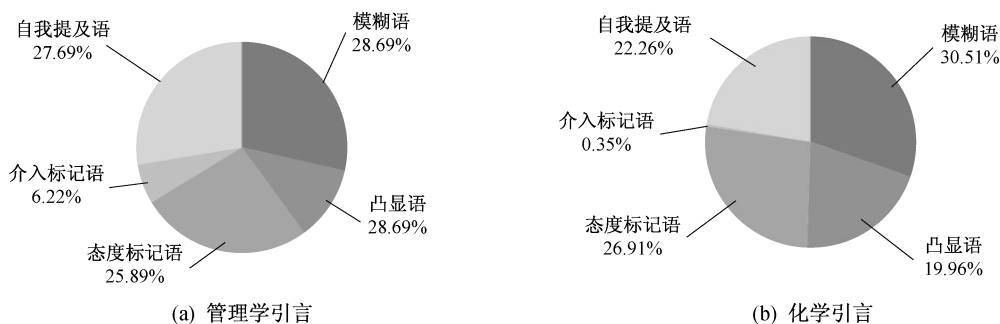


图1 人际元话语资源在管理学引言和化学引言中所占的比重

Fig.1 Proportion of interactional metadiscourse in Management and Chemistry research article introductions

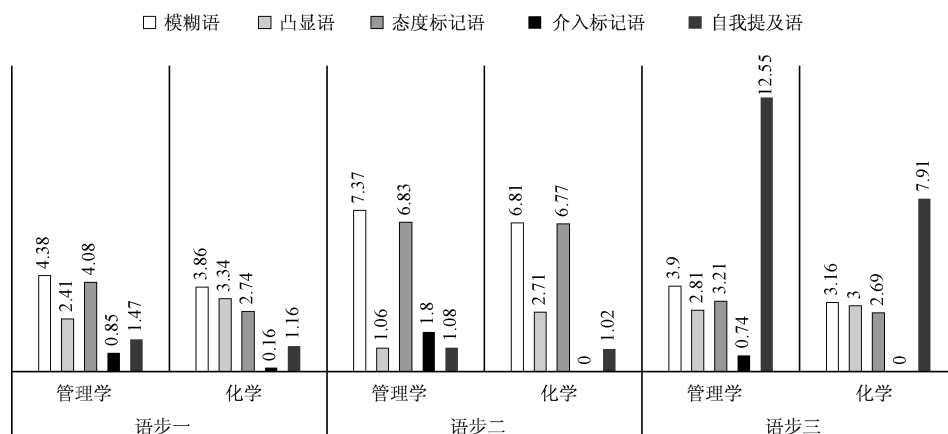


图2 人际元话语资源在管理学和化学引言语料各语步中出现的频次

Fig.2 Frequency of interactional metadiscourse in moves of Management and Chemistry research article introductions

可以发现,一方面两类学科语料中元话语资源使用频次的分布态势呈现出高度一致性,表明二者同属的“学术论文引言”这一体裁对元话语资源

分布有制约性;另一方面,二者在数量上又略有差异,体现出学科属性对体裁元话语特性有一定的塑造力。

四、人际元话语实现交际目的方式的异同

现从具体语料出发,分别讨论各类人际元话语资源实现显性和隐性交际目的方式的异同。

(一) 模糊语与凸显语

由统计数据可知,两学科引言模糊语与凸显语的语步分布态势基本一致:语步二中模糊语最多,凸显语最少。这是由于语步二主要的目的为确立研究定位,主要手段是创建研究鸿沟,即指明当前研究中亟待解决的问题,从而为作者在语步三中顺理成章地展示自己的研究成果做好铺垫。为此,既要避免对当前研究现状的负面评价可能会影响同行的“消极面子”^[21],损害作者同学术社团其他成员的关系,也要防止该语步中出现可能损害作者自身严谨形象的陈述。基于此,两学科作者在这一语步中均选择使用更多的模糊语并且少用甚至不用凸显语,从而缓和语气,如分别出现在例1和例2中的管理学和化学引言中的该语步。

例1 ...a better understanding of the nature of the relationship between autonomy and planning effectiveness *could* be useful.

例2 It is *possible* that the best synthetic conditions for these compounds had not been found previously because of the facile self-polymerization of the heterocyclic reagents, which *would* hinder this type of product formation...

而在语步一和语步三中,两学科作者均使用了数量相对较多的凸显语。凸显语在强调作者对命题高度确信的同时,帮助作者完成权威的观点持有者身份构建,以实现其隐性的劝说目的。语步一要求作者通过聚焦当前研究话题及其重要性、综述前人研究成果等步骤来吸引读者及学科同仁关注并实现研究空间的确立;而语步三则要求作者以相对确信的方式“展示当前研究”的目的、方法、结果和价值等方面的内容,以增强学术观点的权威性。通过模糊限制语和凸显语的语步化分布,两学科作者顺利构建出符合学术社团期待的引言语篇,实现了创建研究空间和构建劝说身份的双重交际目的。

与此同时,管理学引言中模糊语更高频率的使

用,展现出其软科学学术社团的体裁风格和学科劝说特性。软科学更依赖于个人对研究对象的解读,因此其研究论文往往呈现出阐释性的风格特点。和大多基于实验的硬科学研究论文不同,软科学论文作者面临的问题之一就是其观点往往缺少直接的证据支撑,因此在论文尤其是开头的引言中必须着重笔墨说服读者接受自己的观点。通过在命题中嵌入模糊语,作者向读者释放出一定的对话协商空间,这有利于提高观点被读者接受的可能性。如例3的管理学语料中,模糊语 *It also seems that* 和 *may* 帮助作者实现了话语层面的退让,意为作者本人的观点只是其中一种可能,不排除有其他正确的观点。

例3 *It also seems that* the emergence of REC *may* be fruitful to focus on, specifically in terms of the fact that...

而化学作为典型的基于实验研究的硬科学,其研究论文的主要交际目的是对实验设计的描述和对实验结果的通报,对研究对象的界定也更加分明。化学引言中的凸显语更多是为了收缩对话协商空间,强调研究结果的确定性,如例4中报告动词 *find* 等在化学引言语步一和语步三中大量使用,表明研究结果是依据实验内容自然得出的,并非人工解读的产物,因此更为可靠。通过使用凸显语来增强所通报研究结果的权威性,引言隐性的劝说目的得以实现。

例4 Importantly, we *find* that inclusion of BrPmp in a peptide sequence significantly improved its potency, *suggesting* that the context of...

(二) 态度标记语

笔者将态度标记语进一步划分为表肯定、否定和重要性三大类,方便考察其在引言三个语步中与交际目的的互动情况。统计显示,态度标记语在两类学科引言语步一、二中呈现集中分布的态势。从表2可以进一步看出,两类学科作者均在语步一中包含了最多的表重要性的态度标记语,并且都在语步二中运用了最多的表否定的态度标记语。两学科引言在态度标记语的分布上再一次展现出超越学科的一致性。

在语步一中,两学科作者通过使用表重要性的标记语,强调了作者当前研究所处研究领域的研究意义,这一行为服务了该语步“建立研究领域”的交际目的,成功为当前研究的合理性辩护,如例5的化学引言和例6的管理学引言。

表2 态度标记语在管理学和化学引言中每500词的频数分布情况

Tab.2 Distribution of attitude markers in Management and Chemistry research article introductions per 500 words

态度标记语	语步一		语步二		语步三		合计	
	管理学	化学	管理学	化学	管理学	化学	管理学	化学
重要性	1.67	1.33	1.26	0.68	1.23	0.79	4.16	2.80
肯定	1.57	1.09	1.26	2.03	1.88	1.27	4.71	4.39
否定	0.84	0.32	4.31	4.06	0.10	0.63	5.25	5.01
总计	4.08	2.74	6.83	6.77	3.21	2.69	14.12	12.20

例5 It is increasingly *important* to investigate the fundamental chemistry of these species in order to expand on known chemistry...

例6 Other *important* applications that motivate this research include networks...

在语步二中,两学科作者通过使用表否定的态度标记语实现了对前人研究的消极评价,如例7的化学引言和例8的管理学引言中对各自领域的文献数量和研究方法的评价。这些评价同语步一中对研究领域重要性的评价一起拓宽了研究鸿沟,从而为当前研究创建了更广阔的研究空间。

例7 Despite recent reviews on the subject [3] and [4], there is relatively *little* information on the kinetics in hemilabile systems...

例8 However, the graphical method has *limitations* in its applicability to solve LP problems having at most two decision variables.

不同的是,管理学在各类态度标记语的总量上均略高于化学引言,并且绝大多数语步中包含的各类态度标记语数量也都多于化学引言。这反映出两学科的学术社团作者对语篇介入程度的需求差异。

首先,软科学社团的封闭性更小,这意味着软科学作者需要面对更为广阔的、观点各异的读者群体,因此有必要通过评价的方法直接向读者施加观点,从而影响读者的判断;而硬科学由于社团的封闭性较大,作者面对的多为同一研究领域的同行研究者,因此作者过度介入语篇的需求并不强。其次,如前文提到的,相对而言软科学作者的观点往往缺少证据支撑,因为其本身就包含大量基于直觉和感受等的论断,而态度标记语的使用有助于作者更加清楚地表明自己的观点、立场和态度;相反,硬科学依靠实验数据驱动的特性使得论文的研究观点相对清晰明了,读者很多时候无需借助作者的情感态度就可理解其研究。

例9 As a consequence, concepts such as efficiency, efficient frontiers, benchmarks, etc.,

may be *difficult* to grasp, making DEA *less intuitive* and *practical*. Perhaps because of this more than other reasons, adoption of DEA among practitioners outside academics has been *slow* even after three decades of *intense* theoretical and applied research.

在例9的管理学引言中,作者使用评价型形容词在语步二中实现对前人研究的一系列消极评价,表明了自己对于前人研究的立场态度。值得注意的是,作者同时辅以模糊语如 *may* 和 *perhaps* 等调节话语精准度,目的是为了严格控制其个人观点施加的程度,以保持论文客观公正的基调,进而保护自身免受批评。

(三) 介入标记语

观察表3可知,管理学作者主要使用介入标记语在最容易威胁同行面子的语步二中拉近与读者的距离,达成与读者的统一战线,以缓解面子威胁和争取更多认同,见例10、例11。

例10 As a result, we have learned much about the nature, antecedents, processes, and consequences of specific proactive behaviors, but we know little about the more universal dynamics that might govern proactive behavior.

例11 For an extensive overview of disassembly scheduling, we refer interested readers to Lambert [3].

例10中作者通过 *we* 将读者纳入观点陈述的过程中,使读者更加认同作者“对当前研究领域认识不足”的观点;例11中作者通过指令语为读者提供其他参考文献,在将其研究与同类研究相联系的同时,迎合了读者的认知需求。

而由于“用数据说话”的实验型研究风格在学术社团中占统治地位,化学作者更倾向于用报告性而不是交流性的口吻来展示研究,作者很少需要寻求读者的认同并考虑其认知需求,因此邀约读者参与的必要性也就相对不大。

表3 介入标记语在管理学和化学引言中每500词的频数分布情况

Tab.3 Distribution of engagement markers in Management and Chemistry research article introductions per 500 words

介入标记语	语步一		语步二		语步三		合计	
	管理学	化学	管理学	化学	管理学	化学	管理学	化学
we/our/us(包含读者的)	0.70	0.16	1.44	0	0.74	0	2.88	0.16
you/your	0.10	0	0.36	0	0	0	0.46	0
指令语	0.05	0	0	0	0	0	0.05	0
总计	0.85	0.16	1.80	0	0.74	0	3.39	0.16

(四) 自我提及语

统计数据显示,无论是管理学引言,还是化学引言,均在语步三中包含了最多的自我提及语,并且其数量远远多于语步一与语步二之和,且两学科中包含此类资源最少的语步均为语步二。这表明两学科作者都愿意在语步三中进行人际介入,却极力将自身从语步二中抽离出来。

在语步三中,两学科作者均使用第一人称代词来实现“展示当前研究”这一显性交际目的,如例12的化学引言和例13的管理学引言。通过第一人称引出对研究方法、研究结果、研究价值(如:We conducted.../I find.../We believe...)等方面的阐述,表明作者愿意对研究方法和研究结果的有效性负责,对研究的理论价值或实用价值等也深信不疑。这说明两学科论文引言的语步三同其他语步相比,均有更强的人际介入需求,且两学科社团成员更愿意以一个权威和负责的研究者形象在该语步中实现劝说的隐性交际目的。

例12 Herein we conducted a comprehensive analysis of the activity landscape of 32 benzimidazoles... We also compared the SAR...

例13 In particular, we investigate the computational efficacy of various models...

相反,语步二中两学科作者为实现当前研究“创建研究空间”这一交际目的,不可避免地需要做出评价前人研究等威胁学科社团其他成员面子的行为。为了缓解面子冲突,作者避免使用自我提及语,而更倾向于以非人际的方式进行客观评价。

不同的是,管理学引言中自我提及语在每一个语步之中的频次都要高于化学引言。与硬科学相比,软科学研究论文较少基于实验,更多是由论文作者依靠个人主观的解读来发展语篇和引导读者,因此研究不具可复制性,所持的观点也就更容易被同行研究者挑战。管理学作者通过第一人称代词介

入到语篇之中的这一过程,主要采用了两种劝说方式:一是将作者本人同其所持观点桥接起来,表明作者对这些观点有充分把握并愿意为这些观点承担责任;二是帮助读者将论文中交织在一起的“观点”与“事实”区分开,以宣告这些观点仅是一家之言,从而增强研究的客观性,见例14。

例14 We argue that institutionalization is driven by the self-reinforcing feedback dynamics of...

相反,硬科学论文基于实验研究的特性,使得论文研究水平的高低多由实验方法的精确度和变量的控制等方面决定^[22]。为了维护研究的客观性,硬学科作者较少使用第一人称代词来解读和阐释,而更多用其描述实验过程,如例15。

例15 Herein we conducted a comprehensive analysis of the activity landscape of...

一个有趣的现象是,人称代词I仅存在于管理学语料中。这可能是由于基于实验的化学论文多由整个科研团队完成,多作者已成为学科惯例;而作为软学科的管理学更强调个人的独到见解,因此更有可能出现单一作者的情况。

四、结论

本研究表明,一方面管理学和化学学科论文引言各语步人际元话语资源的分布情况展现出了总体上的一致趋势,这种超越学科的一致性实则是由体裁的共同交际目的所决定的。即使学科属性不同,二者因同为“学术论文引言”这一特定体裁而共享一致的交际目的,即为当前研究“创建研究空间”。语步一中表重要性的态度标记语聚焦和强调了当前研究领域的重要性以帮助两学科作者实现观点施加;语步二中出现最多表否定的态度标记语,最少的自我提及语,且模糊语和凸显语则呈现极多和极少的两极化分布,这表明两学科作者在实现对前人研究消极评价的同时,有意识地从语篇中抽离

或降低自身存在以严格控制评价力度,旨在避免其表述威胁学术社团其他成员的面子;语步三中的自我提及语较之其他两个语步明显更多,表明两学科作者在该语步中极力介入语篇,以实现“展示当前研究”和“推销当前研究”的双重交际目的。

而另一方面,由于不同学科社团规约性的强大塑造作用,两类学科论文引言各自形成了独特的隐性劝说目的的实现路径。管理学引言中除了凸显语之外,所有人际元话语资源的总数量均略高于化学引言,并且在绝大多数语步中也如此;而介入标记语几乎仅存在于管理学引言中,同化学引言在数量上有显著差异,这展现出了管理学引言较化学引言更高的修辞劝说程度。为了说服读者,管理学作者通常更愿意调动各种人际资源,主动调整对话协商空间,如承认读者存在并拉近与他们的距离,向其展示权威与负责的观点持有者形象,与其达成情感上的统一战线等。人际元话语资源成为实现这些隐性劝说目的的重要手段。

本研究的结论对 EAP 教学有一定启示。在二语学术写作课堂中,无论学生的专业和学科如何,均要引导学生以交际目的为导向进行写作,以提高其学术写作的效率和规范性。此外,教师也应培养学生充分认识到学术论文写作的学科差异性,并且知晓这些差异不仅停留在体裁结构和遣词造句等语言范式表层,而且隐含在学科特性规约下的修辞程度等更深层次之中。

参考文献:

- [1] FAIRCLOUGH N. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse; the universities [J]. *Discourse & Society*, 1993, 4(2): 133 – 168.
- [2] BHATIA V K. Generic patterns in promotional discourse [C] // HALMARI H, VIRTANEN T. *Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach*. Amsterdam: John Benjamins, 2005: 213 – 225.
- [3] SHEHZAD W. Announcement of the principal findings and value addition in computer science research papers [J]. *Ibérica*, 2010, 19: 97 – 118.
- [4] MARTÍN P, LEÓN PÉREZ I K. Convincing peers of the value of one's research: a genre analysis of rhetorical promotion in academic texts [J]. *English for Specific Purposes*, 2014, 34: 1 – 13.
- [5] HYLAND K. Metadiscourse: what is it and where is it going? [J]. *Journal of Pragmatics*, 2017, 113: 16 – 29.
- [6] HYLAND K. Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing [M]. London: Continuum, 2005: 147.
- [7] HYLAND K. Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse [J]. *Discourse Studies*, 2005, 7(2): 173 – 192.
- [8] 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.
- [9] 吴格奇. 学术论文作者自称与身份构建——一项基于语料库的英汉对比研究 [J]. *解放军外国语学院学报*, 2013, 36(3): 6 – 11.
- [10] HARWOOD N. 'Nowhere has anyone attempted ... In this article I aim to do just that': a corpus-based study of self-promotional I and we in academic writing across four disciplines [J]. *Journal of Pragmatics*, 2005, 37(8): 1207 – 1231.
- [11] AFROS E, SCHRYER C F. Promotional (meta) discourse in research articles in language and literary studies [J]. *English for Specific Purposes*, 2009, 28(1): 58 – 68.
- [12] MILAGROS DEL SAZ RUBIO M. A pragmatic approach to the macro-structure and metadiscoursal features of research article introductions in the field of Agricultural Sciences [J]. *English for Specific Purposes*, 2011, 30(4): 258 – 271.
- [13] 马静, 祁亚伟. 学术论文引言中的修辞劝说模式 [J]. *外语教学*, 2016, 37(6): 32 – 36.
- [14] BHATIA V K. *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View* [M]. London: Continuum, 2004.
- [15] KOPPLE W J V. Some exploratory discourse on metadiscourse [J]. *College Composition and Communication*, 1985, 36(1): 82 – 93.
- [16] MAURANEN A. *Cultural Differences in Academic Rhetoric: A Textlinguistic Study* [M]. Frankfurt: Peter Lang, 1993.
- [17] HYLAND K. Persuasion and context: the pragmatics of academic metadiscourse [J]. *Journal of Pragmatics*, 1998, 30(4): 437 – 455.
- [18] BHATIA V K. *Analyzing Genre: Language Use in Professional Settings* [M]. London: Longman, 1993.
- [19] SWALES J. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- [20] SWALES J. *Research Genres: Explorations and Applications* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2004: 231.
- [21] BROWN P, LEVINSON S. *Politeness: Some Universals in Language Use* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- [22] HYLAND K. Humble servants of the discipline? Self-mention in research articles [J]. *English for Specific Purposes*, 2001, 20(3): 207 – 226.

(编辑: 朱渭波)