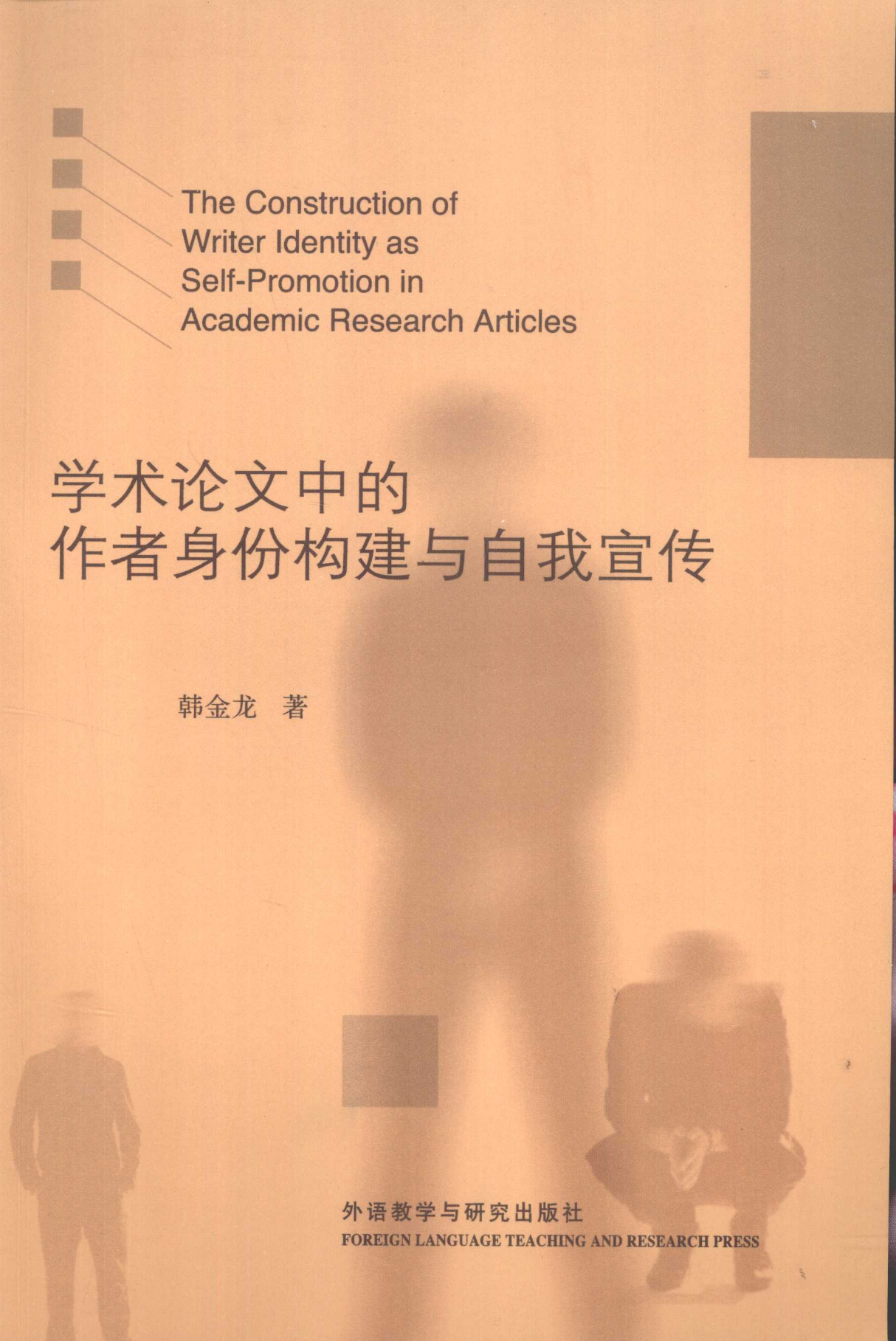




The Construction of
Writer Identity as
Self-Promotion in
Academic Research Articles



学术论文中的 作者身份构建与自我宣传

韩金龙 著

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

图书在版编目(CIP)数据

学术论文中的作者身份构建与自我宣传 = The Construction of Writer Identity as Self-Promotion in Academic Research Articles; 英文/韩金龙著. — 北京: 外语教学与研究出版社, 2010.8

ISBN 978-7-5600-9962-0

I. 学… II. ①韩… III. ①英文—论文—写作—研究②英语—语言分析 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第171640号

出 版 人: 于春迟

责任编辑: 郑建萍

封面设计: 覃一彪

出版发行: 外语教学与研究出版社

社 址: 北京市西三环北路19号 (100089)

网 址: <http://www.fltrp.com>

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

开 本: 650×980 1/16

印 张: 15.25

版 次: 2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5600-9962-0

定 价: 56.90元

* * *

购书咨询: (010)88819929 电子邮箱: club@fltrp.com

如有印刷、装订质量问题, 请与出版社联系

联系电话: (010)61207896 电子邮箱: zhijian@fltrp.com

制售盗版必究 举报查实奖励

版权保护办公室举报电话: (010)88817519

物料号: 199620001

序

欣闻韩金龙博士的毕业论文《学术论文中的作者身份构建与自我宣传》以专著的形式通过外语教学与研究出版社的评审并获准付梓，作为他的导师，我由衷感到欣慰。

十多年前，在攻读硕士学位时，韩金龙就已经不满足于把语篇（文本）作为一个“自给自足”的“实体”予以理解和考察了。他曾撰写《论文本的解读》一文，后经修改发表在本校的学报上，文中对“新批评”学派和后结构主义文本理论的局限性做出公允的评述，考察了文本解读的过程和层次，阐发了文本意义系统的本我地位及其开放性。于是他摆脱了传统的“文体分析”（stylistic analysis）理念，开始对话篇进行多角度、全方位的审视，发表了一些在当时看来颇具新意的论文，如《体裁分析与英语教学》、《新闻英语的评价系统》、《广告互文性研究》、《学术论文中的评价与自我宣传》等。因此，在我看来，这部著作与其说是他读博期间学术研究的结晶，倒不如说是他十余年来研习文体和语篇这个大题目的成果汇报。2005-2006年他曾在英国 Luton 大学访学一年，这对他完成这部专著起到了很大的推动作用。

有关学术论文中作者身份的构建与自我宣传这个课题，国内学者的论述并不多见。韩金龙博士当初决定啃这块“硬骨头”时，我心里其实是很不踏实的。因为我本人对这个课题的研究情况了解甚少，以己之昏昏，焉能使人昭昭！怀着与他一起读书、共同钻研的心理，或者说是他的“挑战”之下，我才应允把这个课题作为他的博士论文选题。文献检索工作完成之后，我“渐入佳境”，而他则已“走火入魔”。在以后的日子里，我们经常切磋琢磨，相互砥砺。

从中我也悟出了一个道理：研究生导师应该和研究生一起“啃骨头”，而不该配好“料”后让学生独自“烹饪”，然后端上来让自己“品尝”。

在我看来，本书的创新之处主要有两点：首先，在已有研究成果的基础上，作者提出了一个分析模式，从“主体自我”（subjective voice）、“互文自我”（intertextual voice）和“主体间性自我”（intersubjective voice）三个层面剖析了学术论文作者的“身份构建”的机制，进而揭示了学术论文作者“自我宣传意图”，为我们全方位、多角度地考察学术论文语篇提供了一个新的视角。其次，作者把发表在国际知名学术期刊上的30篇英文学术论文作为语料，对所提出的分析模式进行了初步的实证考察，而围绕本课题进行的实证研究也不多见。能够在有限的时间内啃完这块“硬骨头”，实属不易。

我们常说：We live in and by language. 若说得具体一点，似应改为：We live in and by texts. 这个世界其实是用语篇构建的。没有语篇，就没有社会现实，也不会有历史；没有语篇，就没有思想和经验的沟通，也不可能有意志形态的固化和文化的沉积。大千世界，其实就是一个硕大的“文本”，我们生活于其中，每时每刻都在对它进行各自的解读；人生其实也是个难写的“文本”，我们每时每刻都在书写它。因此，对语篇（文本）的考察——不论是把着眼点放在语篇的“生成”或“产出”（generation / production），还是放在语篇（文本）本身，抑或是放在语篇的“接受”或“消费”（reception / consumption）上——都必须综合运用语言学、社会学、人类学、认知心理学、社会心理学、传播学等众多学科知识，并采取全方位、多角度的研究途径。这其中，尤其不能忽视“人”这个根本因素，因为任何语篇都是由人生成或产出的；也只有人才能解读它。上个世纪七八十年代曾经盛行一时的传统“文体分析”（stylistic analysis）只能作为一种“技艺”（technique）或“工具”（tool）发挥其在语篇分析领域（如文本教学领域）的作用。研究语篇，说到底就是研究

人的思维方式和认知模式，研究人与人、人与社会之间进行沟通的规律和特征。

“啃骨头”是很难做到尽善尽美的；总会有些“精髓”没有啃到。但我相信，韩金龙博士会继续啃下去的，其他的年轻学者也会涉足这个研究领域。啃的人多了，就会把这一课题的研究引向深入。未来学家 Alvin Toffler 说的好：The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn. 知识总是需要更新的，从这点上看，没有什么知识是绝对可靠的，只有寻求知识的过程才是最可靠的。我觉得，知识本身难以构成力量，但经过感悟和内化的知识却能变成智慧，而智慧则能产生无限的力量。韩金龙博士是一位孜孜不倦寻求新知的年轻学者，我相信他能把知识化作智慧，在学术研究和教学研究领域取得更多成果，这当然也是我的一点希望。

秦秀白

2010年8月20日

前 言

本书通过分析学术论文中“作者身份”(writer identity)的构建,研究作者的“自我宣传”(self-promotion)意图及其所涉及的语言资源。

自我宣传是现代学术论文中普遍存在的语篇现象,指的是作者在传递信息的同时,运用语言资源(linguistic resources)宣传自己的研究,表现自己的能力,藉此增强自身及其研究的可信性(credibility)和权威性(authority),以劝说读者相信并接受其研究。学术论文中的自我宣传已经成为当前语篇、文体和修辞研究中一个重要的关注点。

传统观点认为学术体裁语篇应该保持客观、中立,不应该渗入作者个人的感情和态度;因此,“非人格化”(impersonality)成为学术写作的基本原则之一,“作者的不在场性”(author-evacuated)(Geertz, 1988)也就成了学术论文,特别是自然科学学术论文的基本特征。许多关于学术写作的教科书也都强调学术语篇的客观性,认为应该慎重甚至避免使用第一人称代词等(Rowntree, 1991; Spencer & Arbon, 1996)。然而,近年来的众多研究却表明,现在的学术体裁语篇并非原来认为的那么客观和“非人格化”(Bernhardt, 1985; Harwood, 2005a, 2005b; Hyland, 2001a, 2002a, 2003; Kuo, 1999; Tang & John, 1999; Vassileva, 1998);相反,作者常常直接或是间接地介入文中,如同推销商品那样宣传、推销自己和自己的研究,即“把自己和自己的研究市场化”(Hyland, 2003)。

学术论文中自我宣传的凸显,有其自身的必然,也有当今商业社会推销文化和学术领域激烈竞争的影响。从其自身来看,学术论

文的主要目的是构建知识，而知识并不是客观现实本身 (the hard reality)，而是特定时期、特定文化中通过沟通和磋商而为某一领域的大多数人所认可的现实的一个版本 (a version of reality)，是一种共识 (Burr, 2003)。因此，学术语篇不仅是信息的载体，也是一个就知识同他人进行沟通和协商的重要媒介；学术写作是一个将研究成果“语篇化”的社会过程，在这个过程中，作者不是单纯地表述其研究成果，而是劝说读者与其达成“一致” (consensus)，相信其能力并接受其研究。

从外部来看，在当今商业社会推销文化和学术领域激烈竞争的语境中，学术论文的发表能够给作者带来声誉 (credit)，即 Bourdieu (1991) 所说的“符号价值” (symbolic value)，从而确立作者作为某一领域研究者的地位，增强其研究的可信度 (Hyland, 1998b)。学术语篇发表并为读者接受、引用或应用之后，它给作者带来的是职位提升的可能和学术声望的提高，并因此而得到更多的科研资助，写作、发表更多的学术论文。在这样一种“资助——研究——论文——声誉——更多的资助——更多的研究——更多的论文” (Latour & Woolgar, 1979) 的循环中，学术论文的写作和发表成为关键的一环。一个研究者获得了众多资助，发表了大量论文之后，学界就会承认其地位，资助其研究，主动接受其论文，相信其观点；他所做的工作会得到广泛关注，还可能有更好的职位供他选择。在这种意义上，“符号价值”转变为实际利益，成为研究者成功的象征和工作的主要动力之一。

学术体裁中的自我宣传在语篇分析领域也得到了广泛关注，学者们或者在体裁理论层面对其进行阐释，或者在语言层面对其进行描述。但我们的文献综述 (第二章) 显示，现有的学术体裁中自我宣传的研究或是偏重抽象的理论论述，或是侧重于某些个别的自我宣传策略，尚不够系统和全面。鉴于此，我们认为学术论文中“作者身份”的构建就是在进行自我宣传，认为通过分析作者身份的构

建，可以全面而系统地揭示自我宣传的实现过程及其所涉及的语言资源。为此，在回顾自我宣传、作者身份构建等相关研究的基础上，我们提出了一个研究“学术论文中作者身份及其包含的自我宣传意图”的分析模式（第三章）。该模式从两个主要方面研究作者身份，即“作者自我”（authorial voice）和“语篇自我”（discoursal identity），前者又划分为三个方面：“主体自我”（subjective voice）、“互文自我”（intertextual voice）和“主体间性自我”（intersubjective voice）。我们运用该模式，以发表在世界知名学术期刊上的30篇英文学术论文为语料，从作者自我的三个方面入手，分析作者构建出的“语篇自我”，并探讨其中包含的自我宣传意图。

第四章“主体自我与自我宣传”研究了“主体自我”表征过程中所体现的自我宣传意图。“主体自我”指的是作者在表达自身对其研究的态度或意见时表征出的自我。我们发现主体自我的表征主要涉及第一人称代词、“态度标记语”（attitude markers）和“确信标记语”（certainty markers）等语言资源。通过这些语言资源，作者对其研究的各个方面给予肯定性评价，强调其研究课题的“中心性”（centrality），其研究方法的“有效性”（efficacy），及其研究结果的“重要性”（significance），以此塑造一个有能力的研究者的“语篇自我”，增强其研究的可信性。在主体自我的表征过程中，作者同时塑造出一个坚定、自信的“语篇自我”，从而突出其权威性。

第五章“互文自我与自我宣传”探讨了“互文自我”表征过程所体现的自我宣传意图。“互文自我”指的是作者与其他相关的研究者进行沟通和协商时表征出的自我，作者对其他研究者的观点或是接纳，或是拒绝，或是部分接纳；因此，我们可以从三个方面来理解互文自我：“融合性互文自我”（merged intertextual voice），“半融合性互文自我”（semi-merged intertextual voice），“非融合性互文自我”（non-merged intertextual voice）。我们发现，互文自我的表征可以帮助作者确立其学科社团成员身份（disciplinary community

membership), 以此提高其可信性和权威性。在融合性互文自我的表征过程中, 其他研究者的观点被用来解释其选题的合理性, 证明其研究方法的适当性, 或是印证其研究成果的正确性。在半融合性互文自我的表征过程中, 作者观点和其他研究者的观点之间形成一种张力, 这种张力可以凸显作者研究的重要性和创新性 (novelty)。

第六章“主体间性自我与自我宣传”探讨了“主体间性自我”表征过程所体现的自我宣传意图。“主体间性自我”指的是作者与读者就其研究进行沟通和协商并让读者介入语篇构建过程时所表征出的自我。用以表征主体间性自我的主要语言资源有“包含性第一人称代词” (inclusive we), “共有知识标记语” (shared knowledge markers) 和“模糊语” (hedges) 等。我们发现, 主体间性自我的表征构建出作者与读者之间的“联盟” (solidarity), 正是这种联盟帮助作者赢得读者对其研究的认可。同时, 主体间性自我的表征为作者塑造出“可沟通的圈内人” (negotiable insiders)、 “学科社团代表” (representatives of the disciplinary community), 或是“读者代言人” (proxy of the reader) 等“语篇自我”, 增强了作者作为“圈内人” (insider) 的可信性和权威性。

对学术论文中自我宣传的研究具有重大的理论和实践意义, 它揭示了学术体裁语篇在现代社会中的主要交际目的之一——劝说和推销, 为我们研究学术体裁语篇提供了新的研究视角。本研究既探讨了学术论文中作者身份的构建过程, 又使我们认识到作者身份构建的最终目的。同时, 它也给 EAP/ESP (English for Academic/Specific Purposes) 教学工作提供了有益的启示。在 EAP/ESP 阅读和写作教学过程中, 我们不能要求学生过分拘泥于教科书上的信条, 而应该帮助他们在阅读与写作的过程中思考一些修辞方面的问题以及与之相关的社会影响因素, 更好地认识变化中的现代学术修辞语境, 写出符合现代规范的学术作品。本研究同时也具有极大的社会价值。英语已经成为当今世界学术界的通用语言 (lingua franca)。随

随着我国科学研究水平的不断提高，国际间的交流与合作日趋紧密，我国科研工作者参与国际重大科学计划、出席国际会议、向国际知名期刊投稿、以及与国际同行的交流日益增加。因此，用英语写作学术语篇已成为我国科研工作者不可避免的一门功课，而对学术体裁语篇自我推销现象的研究能够给学术工作者带来某些启发，帮助他们写出符合现代学术规范的英文学术语篇，提高其论文被国际学术界接受和认可的可能性。

虽然我们力图通过分析作者身份构建，系统全面地揭示学术论文中的自我宣传，但本研究仍然存在着一些有待进一步研究的地方。我们希望本书能够在这一方面引发更多的探讨，以便更加深入地理解学术语篇自我宣传这一普遍存在的语篇现象。

Contents

前言	v
List of Tables	x
List of Figures	xii
Chapter One Introduction	1
1.1 Overview	1
1.2 Institutional background for self-promotion in RAs	1
1.2.1 Academic research articles	2
1.2.2 Interpersonal interactions in RAs	6
1.2.3 Identity and self-promotion in RAs	8
1.3 The rationale and significance of the present study	14
1.4 Focus of the present study	16
1.5 Research methodology and data	20
1.6 Structure of the book	22
Chapter Two Literature Review	24
2.1 Overview	24
2.2 The genre perspective	24
2.2.1 Public discourse in academia as a quasi-advertising genre	24
2.2.2 Academic genre as a periphery member of the promotional genre colony	27
2.3 The discourse perspective	30
2.4 The lexico-grammatical perspective	34
2.5 Summary	40

Chapter Three Theoretical Framework.....	42
3.1 Overview	42
3.2 Identity.....	42
3.2.1 Identity and language.....	43
3.2.2 Identity and genre.....	45
3.2.3 Identity and intertextuality.....	50
3.2.4 Identity and intersubjectivity	56
3.2.5 Identity and rhetoric.....	58
3.3 Writer identity in academic discourse.....	62
3.3.1 Ethos and persona.....	62
3.3.2 Writer identity.....	63
3.3.3 Writer identity in the present study	65
3.4 Writer identity and evaluation.....	70
3.4.1 Appraisal Theory	71
3.4.2 Engagement reexamined	76
3.4.3 Evaluation in RAs	78
3.5 A tentative analytical framework for the present study	84
3.6 Summary	87
Chapter Four Subjective Voice and Self-Promotion	89
4.1 Overview	89
4.2 Representation of subjective voice	89
4.2.1 Self-reference.....	91
4.2.2 Certainty markers	98
4.2.3 Attitude markers.....	102
4.3 Discoursal identity constructed in representing subjective voice.....	107
4.3.1 The construction of credibility	108

4.3.2 The construction of authority	122
4.4 Summary.....	127
Chapter Five Intertextual Voice and Self-Promotion	130
5.1 Overview	130
5.2 Intertextuality in academic genres.....	131
5.2.1 Intertextuality.....	131
5.2.2 Intertextuality in academic genres	132
5.3 Representation of intertextual voice.....	136
5.3.1 Merged intertextual voice.....	138
5.3.2 Non-merged intertextual voice.....	141
5.3.3 Semi-merged intertextual voice.....	144
5.4 Intertextual voice and the construction of discorsal identity.....	146
5.4.1 The construction of credibility	146
5.4.2 The construction of authority	149
5.5 Summary	160
Chapter Six Intersubjective Voice and Self-Promotion.....	162
6.1 Overview	162
6.2 The representation of intersubjective voice.....	162
6.2.1 Inclusive <i>we</i>	167
6.2.2 Shared knowledge markers.....	169
6.2.3 Hedges	172
6.3 The intersubjective voice and the construction of discorsal identity	177
6.3.1 Writer-reader solidarity and consensus.....	178
6.3.2 The construction of authority	182
6.4 Summary.....	187

Chapter Seven Conclusion	189
7.1 Overview	189
7.2 Major findings.....	190
7.3 Pedagogical implications.....	194
7.4 Limitations and suggestions for further research	195
References	197
Appendix Sources of the Data	220
Economics (EC)	220
Applied Linguistics (AL).....	221
Physics (PH)	222
Acknowledgements	224

List of Tables

Table 1-1	Communicative purposes and persuasive values of RA sections (Based on Hunston, 1994)	4
Table 1-2	The three disciplines represented in the corpus.....	21
Table 1-3	Information about the corpus.....	21
Table 2-1	Diachronic changes of rhetorical structures of RAs (Based on Berkenkotter & Huchin, 1995: 33-38)	32
Table 2-2	Quantitative distribution of moves (Yakhontova, 2002: 220)	38
Table 2-3	The evaluated entities and the inscribed values in RAs	83
Table 4-1	Frequency of FPPs in the corpus	92
Table 4-2	Frequency of FPPs in the sub-corpus of the two EC journals	93
Table 4-3	Frequency of exclusive FPPs in the corpus	93
Table 4-4	Distribution of first person pronouns in terms of knowledge claims	95
Table 4-5	Category of certainty markers	98
Table 4-6	Most frequently used certainty markers in the corpus.....	99
Table 4-7	Distribution of shared knowledge markers in terms of knowledge claims	100
Table 4-8	Category of attitude markers	103
Table 4-9	Most frequently used attitude markers	103
Table 4-10	Distribution of attitude markers in terms of knowledge claims	104
Table 4-11	Values ascribed to the Topic entities in representing subjective voice	109

Table 4-12	Values ascribed to the Method entities in representing subjective voice	115
Table 4-13	Values ascribed to the Finding entities in representing subjective voice	119
Table 5-1	The writer's options in intertextuality	137
Table 5-2	Voice configurations in intertextuality.....	145
Table 5-3	Frequency of intertextual voice in our corpus.....	145
Table 5-4	Distribution of intertextual voice in terms of research entities.....	146
Table 5-5	Frequency of self-citation by discipline	152
Table 6-1	Frequency per 1,000 words of inclusive <i>we</i> in three disciplines	168
Table 6-2	Distribution of inclusive <i>we</i> in presenting different research entities	169
Table 6-3	Category of shared knowledge markers	171
Table 6-4	Most frequently used shared knowledge markers in the corpus	171
Table 6-5	Distribution of shared knowledge markers in presenting various research entities	171
Table 6-6	Category of lexical hedges	174
Table 6-7	Most frequently used hedges in the corpus	175
Table 6-8	Distribution of hedges in presenting different research entities.....	176

List of Figures

Figure 1-1	Circle of academic progress (Based on Latour & Woolgar, 1979).....	12
Figure 2-1	The CDA explanation of the emerging of promotional intentions in public discourse in academia.....	26
Figure 2-2	Colonization of academic, professional and other institutionalized genres (Bhatia, 2004: 91).....	28
Figure 3-1	Genre and disciplines in academic discourse (Adapted from Bhatia, 2004: 31).....	48
Figure 3-2	Writer identity in academic discourse (Based on Ivanic, 1998).....	64
Figure 3-3	Voicing strategies in RAs	70
Figure 3-4	An overview of appraisal resources (Martin & White, 2005: 38).....	72
Figure 3-5	The engagement system (Based on Martin & White, 2005)	73
Figure 3-6	Authorial voice redefined and linguistic resources involved	84
Figure 3-7	The analytical model of the current study	86
Figure 5-1	Options for authorial responsibility (White, 2002b)	138
Figure 7-1	The linguistic representation of authorial voice	191