

邀请函的话步变化与邀请者的自我推介

——两次学术会议邀请函的批评话语分析*

◎ 董建苗 天津外国语大学外国语言文学文化研究中心

摘 要 从批评话语分析的视角出发,借鉴费尔克劳(Fairclough)的批评话语分析方法,以两次学术会议邀请函为分析语料,通过“话步结构”分析,描述邀请函内容的历时变化,并试图认识邀请者通过选择不同的话步来改变语篇的结构,借邀请函的撰写和发出来自我宣传和自我推介的社会实践。

关键词 批评话语分析;邀请函;话步结构变化;自我推介

1. 引言

邀请函是邀请亲朋好友或知名人士、专家学者等参加某项活动时所发的请约性书信,在国际交往、日常的各种社交活动以及各类会议中广泛应用。作为现实生活中常用的一种应用写作文体,邀请函兼具礼仪性和告知性,既言明邀请之意,又告知相关事宜(杨红星,2010:39)。近年来,国内对于邀请函的研究主要分为两个方面:一是对邀请函这种应用文写作文体的书写方法及格式的研究,如研究聚会邀请函的写法以及应考虑的因素

* 通讯作者:董建苗

联系地址:天津市(300204)河西区马场道117号,天津外国语大学

电子邮件:dongjianmiao@yeah.net

素(高进, 2003), 以及研究礼仪活动邀请函的写法(廖艳君, 2010)。在这方面, 还有一些是研究国外邀请函的写法, 如研究英文邀请函的写法(杨文, 2009), 以及研究俄罗斯邀请函的写法(张丽丽, 2012)。对邀请函研究的第二个方面是研究涉外邀请函的翻译策略。如徐桃伟(2013)对高校涉外邀请函翻译策略的研究。国外对邀请函的研究也不乏一些从语言与社会关系的视角进行的研究, 但这些研究都是共时的研究, 主要涉及邀请函的内容与宗教习俗、社会文化习俗及价值观之间的关系。如 Al-Ali (2006) 对 200 封阿拉伯婚礼邀请函进行语体分析, 总结邀请函的内容构成, 并从批评话语分析的视角揭示宗教和男权对于邀请函的构成以及词汇选择的影响, 旨在说明社会文化因素对于交际行为的影响。Maryam Sharif 和 Lotfollah Yarmohammadi (2013) 对波斯婚礼邀请函的研究, 运用斯威尔斯(Swales)的语体分析模式, 从 70 封波斯婚礼邀请函中总结出邀请函所含话步及话步顺序的安排, 以此揭示波斯婚礼邀请函语体是如何形成, 以及潜在的社会文化规约如何塑造了该语体。

从目前掌握的文献来看, 国内外对邀请函的研究多集中在邀请函的文本结构方面, 即使涉及邀请函与社会文化因素的联系, 也多为共时的联系。与这些研究不同, 本文对两篇中文学术会议的邀请函¹进行批评话语分析, 通过对其进行历时对比分析, 考察邀请函的历时变化, 揭示该变化的原因, 探究其背后所蕴含的参与话语实践的内在动因。

2. 理论基础与分析框架

批评话语分析通过对话语这一社会实践的形式进行分析来研究各种社会问题, 揭示语言运用中隐含的意识形态及体现的权力关系(田海龙, 2014)。在具体的研究中, 批评话语分析一般遵循费尔克劳的三维分析框架(Fairclough, 1992, 1995)。在这个框架中, 他把“话语”看作是一个文本、一个话语实践(文本生产和消费), 以及一个社会实践(Fairclough, 1992), 因而对“话语”的分析也应当是三维的。对文本的分析就是对文本内容和形式的语言学分析, 主要分析词汇、语法、语义以及语篇整合等。话语实践分析主要研究话语被生产、分配和消费的过程。社会实践分析主要是分析话语与权力和意识形态之间的关系(田海龙, 2009: 144)。

批评话语分析在文本分析层面还运用韩礼德的系统功能语法, 对话语的细节进行处理。批评话语分析吸收了系统功能语法中的元功能概念(Halliday, 1994/2000), 认为语篇具有概念、人际、语篇三大功能。其中概念功能是对客观世界和内心世界进行描述的功能。及物性是概念功能在语言结构上的体现形式。人际功能表明说者对所谈论事物的态度及与听者的关系, 在语言结构上通过语气结构和情态系统体现。

本项研究从批评话语分析的视角出发, 在借鉴费尔克劳(Fairclough)的三维分析框

架的基础上,运用系统功能语言学及语体分析的相关分析方法,将批评话语分析分成四个层面的分析:在第一层面,采用斯威尔斯(Swales)的“话步结构”分析方法,对中山大学南方学院于2012年11月8日发出的“第二届中国批评语言学高层论坛”以及于2015年10月16日发出的第六届“当代中国新话语国际学术研讨会”这两次学术会议邀请函语篇进行文本描述以及对比分析,从中发现邀请函内容的新变化。第二层面以此结果为出发点,从语篇体裁分析方面,考察新增加的内容使邀请函语体发生怎样的变化,并分析由此形成的话语实践。在第三层面结合系统功能语法,对新增加的话步进行微观层面的分析。最后,结合Fairclough把话语作为社会实践进行分析的方法,将这种变化置于大的社会背景下,揭示该变化背后的动因。

3. 批评性话语分析

3.1 两次会议邀请函的文本结构分析

“话步”最初是界定体裁特征的一个概念,也用来分析一种体裁的整体结构。“话步”结构代表一个文本的信息结构(田海龙,2014:240)。为了对两次学术会议邀请函文本进行细致的语言学描述和对比,并从中找出文本内容的变化,本文采用Swales(1990/2001)提出的“话步结构”(move structure)的分析方法。根据Swales(1990/2001),话步代表一条完整的信息;不同的话步组合构成不同的信息结构,形成不同的语体。对会议邀请函“话步”结构的描述也就是对其内容信息的描述。以下(表1)就是我们对南方学院两次会议邀请函文本进行“话步结构”分析的结果。

表1 两次会议邀请函的话步结构分析

会议邀请函	所含话步
2012年11月8日“第二届中国批评语言学高层论坛”邀请函	话步1:上次会议的简介 话步2:本次会议的主题、时间、地点 话步3:会议议题 话步4:会议主办方与与会人员
2015年10月16日第六届“当代中国新话语国际学术研讨会”邀请函	话步1:上次会议的简介 话步2:本次会议的时间、地点 话步3:中山大学南方学院的简介 话步4:南方学院外国语言文学系的简介 话步5:本次会议主题 话步6:会议其他议程 话步7:会议拟邀嘉宾 话步8:会议时间、地点 话步9:会务相关人员及事宜

一般来讲,一封符合书写规范的邀请函,其话步所代表的信息应该兼具礼仪性和告知性,既言明邀请之意,又告知相关事宜。观察这两次会议邀请函文本的“话步”结构,我们发现从话步数量上来看,“第二届中国批评语言学高层论坛”邀请函(以下称邀请函1)由4个话步构成,而第六届“当代中国新话语国际学术研讨会”邀请函(以下称邀请函2)共由9个话步构成。从话步所代表的信息上来看,通过对比我们发现:首先,邀请函1与邀请函2的话步1、2内容基本一致,都是通过介绍上次会议引入本次会议,言明邀请之意。这符合邀请函书写的礼仪性要求。邀请函1的话步3、4和邀请函2的话步5、6、7、8、9所代表的信息都与所召开会议息息相关,其意义在于告知与会者会议相关事宜,体现出了邀请函的重要的告知作用,符合传统邀请函的书写要求。

下面,我们特别对邀请函2的话步3和话步4进行讨论。这两个话步所包含的信息是对中山大学南方学院以及南方学院外国语言文学系的介绍,既非用以表达主办方邀请之情,也非告知与会者相关事宜。由于与本次会议关系不大,而且在南方学院以往发出的邀请函(如邀请函1)中没有出现过,所以,如果这两个话步被删除,也不会对邀请函2的内容造成任何影响。加上这两条信息反而增加了邀请函的篇幅,使其变得冗长。然而这是一封不简明不规范的邀请函吗?显然不是。从邀请函的撰写者——会议主办方来看,这是有一定规模的学术会议,其邀请对象包括众多知名的专家学者,因而对于邀请函的书写不可能是随意为之,而是斟酌再三得出的结果。换句话说,这是邀请函的撰写者——大会主办方语言选择的结果。从这点出发,重新审视话步3、4的增加对整个邀请函2语篇内容和结构产生的影响以及大会主办方语言选择背后的动因,便是本研究第二方面的分析。

3.2 邀请函2的语篇语体分析

在对南方学院两次会议邀请函文本进行“话步结构”分析后,我们发现邀请函2较传统的邀请函1的变化在于增加了对南方学院和外语系介绍的信息,这些信息的加入改变了邀请函2的信息结构,使得邀请函2不再是传统的邀请函语体。然而这种变化是作为机构的大会主办方,从自身利益出发,进行语言选择的结果。以下我们通过对话篇语体分析来考察大会主办方如何通过选择不同话步来改变邀请函2的语篇结构并以此参加社会实践。

埃金斯(Eggins)指出语体(genre)是用语言来达到一定目的的有意识、分步骤的方式(Eggins, 1994: 31)。Fairclough(2003)也指出语体(genre)即是做事的方式。从事不同社会活动的人会选择不同的语体来完成这些社会活动。例如,会议主办方会以邀请函的形式向与会人员言明邀请之意,告知会议相关事宜。然而不同的语体被糅杂到一个话语里面,便可形成一种新的做事方式(赵芃, 2013)。通过对南方学院两次会议邀请

函话语做历时对比可以看出,邀请函 2 中新增加的话步 3、4 的信息,即对南方学院以及外文系的介绍,改变了邀请函 2 的信息结构,导致邀请函 2 的语体不再是传统的邀请函语体(如邀请函 1),而形成一种语体的杂糅。也就是南方学院“自我宣传,自我推销”的语体与邀请函语体被一同糅杂到邀请函 2 的话语里,由此可以看出南方学院在撰写和发出邀请函告知与会人员相关事宜的同时,也在积极建构和推销自己。

同时,语体也赋予我们一定的交际形式。作为传统的邀请函,如邀请函 1,交际双方是大会的主办方与参会人员,而邀请函 2 糅杂的语体建构了南方学院作为会议主办方和自我形象推销者双重身份,其交际的对象既是会议事宜被告知者也是学校形象推广对象。

3.3 系统功能语言学的分析

除了这种宏观的分析方法,还可以运用系统功能语言学的分析方法对邀请函 2 新增加的话步 3、4 从及物性、语气结构、情态系统等方面进行细致的文本分析。

及物性分析。及物性(transitivity)是体现概念功能的语言结构,是语言用来再现世界的语言基础。及物性是以小句为基本单位,把人们在现实世界的所见所闻、所作所为分成若干“过程”,并指明各种过程的“参与者”和“环境成分”。由于概念功能主要是用语言来谈论或者描述人类活动和自然界的各种事件,所以根据活动和事件的性质可区分出六种不同类型的过程(Thompson, 1996/2000):物质过程、心理过程、关系过程、言语过程、行为过程和存在过程。以下(表 2)我们对邀请函 2 中话步 3、4 中各动词过程和所占比例进行统计:

话步 3:中山大学南方学院是 2006 年由中山大学与广东珠江投资集团合作,经教育部批准设立的独立学院,是一所多科性全日制普通高等学校。是“珠江大学联盟”成员之一。现有学生近 2 万。学院位于素有“北回归线上的明珠”和“都市桃园”之誉、以温泉著称的广州市从化区,位于 105 国道旁,距广州市中心约 80 公里。学院致力于建设“一流新型大学”,积极创新,锐意进取。2015 年将作为国内第一家推行“完全学分制”。

话步 4:外国语言文学系是南方学院最早设立的学系之一,目前拥有英语、汉语国际教育、日语和法语四个专业。系在校学生近 2000 人,教师 60 人,是全国博雅教育的先行者。系“山人文化品牌”,在国内有一定知名度。

表2 话步3、4的及物性分析

过程种类	数量	比例	动词
物质过程	3	21.42%	致力于建设、积极创新、锐意进取、推行
心理过程	0		
关系过程	10	71.42%	是、拥有、有
言语过程	0		
行为过程	0		
存在过程	1	7.14%	在
总和	14		

从表2的统计结果来看,占最大比例的是关系过程(71.42%),如:

1) 中山大学南方学院是2006年由中山大学与广东珠江投资集团合作,经教育部批准设立的独立学院,是一所多科性全日制普通高等学校。是“珠江大学联盟”成员之一。(认同型)

2) 外国语言文学系是南方学院最早设立的学系之一,目前拥有英语、汉语国际教育、日语和法语四个专业。(认同型)

3) 系“山人文化品牌”,在国内有一定知名度。(修饰型)

关系过程是反映事物之间处于任何关系的过程,可分为“修饰”(attributive)型和“认同”(identifying)型两大类。前者对事物进行描述,后者对事物的性质进行限定。关系过程表述的是一种状态和稳定,在很大程度上表明所述事物是普遍认可的事实。除此之外,关系过程是进行评价或判断最直接的方式(Hodge & Kress, 1979: 113),例如,“是一所多科性全日制普通高等学校”,“是‘珠江大学联盟’成员之一”以及“外国语言文学系是南方学院最早设立的学系之一”这几个小句是对南方学院和外文系的描写。大量的关系过程使用,表明邀请函中对南方学院和外文系的介绍都是客观的事实,不掺杂任何主观的因素,因而其所述是值得公众信赖的。

除关系过程之外,物质过程也占据了全部动词过程21.42%的比例,如:

1) 学院致力于建设“一流新型大学”,积极创新,锐意进取。

2) 2015年将作为国内第一家推行“完全学分制”。

物质过程通常表示做某事的过程，物质过程中的参与者包括“动作者”和“目标”。动作既可以是无意的，也可以是有意的。有意的物质过程会对目标产生影响（Thompson, 2000: 79-80）。在此过程中动作者是南方学院，动词“致力于建设”“创新”“推行”表明南方学院在积极努力推进学校建设。

因而话步 3、4 这一自然段表明对南方学院和外文系的介绍是客观可靠的，而且基于此，南方学院还在积极将自身建设得更好。这一结论与之前宏观分析的结论相符合，再一次证明南方学院在积极宣传自身的形象。

语气和情态分析。语篇的人际功能是通过语气结构和情态系统来实现的。任何人际交往最基本的目的不外乎是给予（giving）和索取（demanding）某种商品（commodity）。在这里，商品指的是“货物和劳务（goods-and-services）”和“信息（information）”。在交流过程中，说话人用陈述提供信息，用提问索取信息（Thompson, 2000: 39-40）。因而语气结构涉及不同的小句类型，如陈述句、疑问句，它们通常赋予说话者不同的角色。观察话步 3、4，所有的句子都是以陈述句的形式出现，因此可以认为邀请的一方在有意和主动地向受邀请者传递一些信息。换言之，大会的主办方在积极宣传和推销南方学院和外文系。

情态系统中的人称代词、情态动词、评价形容词的使用可以表现出说话人对自身所做命题和听话人的态度（张蕾，2005）。话步 3 和话步 4 中使用的大量评价形容词，如“多科性全日制普通高等学校”和“全国博雅教育的先行者”，以及在描述其地理位置时使用的“北回归线上的明珠”和“都市桃园”等词语，都是表示褒义和正面意义的词汇，表明了其撰写者对南方学院的赞许与肯定，其目的是争取读者最大程度的认可，因而其宣传和推销自身形象的意图隐含其中。

3.4 话语实践分析

为了进一步解释邀请函内容和结构新变化的根源，我们将邀请函语篇置于大的社会背景下，借鉴 Fairclough 把语篇当作一种社会实践的分析方法，对邀请函 2 语篇进行话语实践分析。

Fairclough 认为社会实践不仅是一种生产形式，还是一个网络系统，在一个社会实践内部，有几个“时刻”（moment），即物质活动（特别是非符号的）、社会关系和社会程序、心智现象、话语在同时发挥作用（田海龙，2009: 142）。具体来说，整个邀请函撰写和发出的过程可以看做是大会主办方的话语实践，其实质就是一个文本被生产、被分配和被消费的过程（田海龙，2014）。要找出在这个过程中邀请函语篇发生变化的动因，就要研究语篇与其他社会实践时刻之间的关系，如研究语篇与“社会关系和社会程序”的关系以及语篇与“心智现象”的关系。“社会关系和社会程序”包括语篇生产者所处的

社会地位、对信息的支配程度以及发布信息的权力等等;“心智现象”包括语篇生产者的利益、愿望和期望等等(田海龙,2014:238)。在此我们要研究语篇与这两个社会实践时刻的关系,就是研究“话步”3、4的增加与作为机构的大会主办方所处的社会地位、对信息的支配程度以及和所发布信息之间的关系、与其利益、愿望和期望之间的关系,等等。

在这个研究案例中,作为大会的主办方,邀请函的发出者有权决定在邀请函中增加哪些内容以及如何增加这些内容。当然这不是个人任意为之,而是作为社会机构的意志要求。我们知道,传统的邀请函的书写一般是简洁明了地言明邀请之意,并告知相关事宜。邀请函2中的话步3、4表达的信息,是对中山大学南方学院以及南方学院外国语言文学系的简介。这两条信息既非用以表达主办方邀请之情,也非告知与会者相关事宜,即使与大会主办方有一定关联,也一般只是一笔带过(如邀请函1中对会议地点从化的描述仅仅用了“山清水秀、风光旖旎”这8个字),并不作为一封邀请函所关注的重点。然而通览全文可以发现,整个邀请函2共1123个字,对南方学院和外文系的介绍共274个字,占整个篇幅的近四分之一。此外,这段介绍性的信息被安排在邀请函文本的第二段,位置靠前,在整个文本中,篇幅最大,因而可以说邀请函的撰写者将该信息置于读者比较容易关注的位置。而这种对邀请函文本编排的权力只有邀请函的发出者——大会的主办方才拥有。这说明会议的主办方利用自身在信息发布中的主导地位,从自身的利益出发,借助本次会议邀请函的撰写和发出,也在积极介绍和宣传自己,其推销本质隐含其中。如果再从语篇与“心智现象”的关系来考察这一点,可以发现对于2006年由中山大学与广东珠江投资集团合办的一个刚成立不久的新的机构,大会主办方希望通过增加话步3、4的内容使更多的人了解南方学院以及外文系,这种愿望是明显的,进行自我宣传和推广是符合其机构利益的。

然而以上这两个关系是一个社会实践内部的关系。考虑到社会实践是彼此联系的,不是孤立存在的,Fairclough认为除了研究社会实践内部各“时刻”的关系之外,还应该在社会实践的相互关系中研究社会实践,研究社会实践外部的关系及其对社会实践内部构成的影响(田海龙,2009:142)。因此,从社会实践的相互关系上来看,分析邀请函2增加的话步3和话步4的动因,还需要从其所处的社会大背景进行。

自改革开放以来,中国经济已经完成了从计划经济向市场经济的转变。面对激烈的市场竞争,推销和自我推销已经成为一种不可或缺的经营手段,企业只有将自己的产品“推销”给消费者才能获得收益,在市场上立足。在这样的社会历史背景下,“促销文化”悄然兴起,并且随着经济市场化和商品化的趋势逐渐渗透到我们生活的各个领域,其中之一就是高等教育领域。从本质上说,高校不以营利为目的,这一点不同于企业。但是,

在市场经济的大背景下，高校也越来越多地引入市场经济的运作模式，摒弃一些传统守旧的办学理念，进行内部机构的改革，面向市场经营教育产业（徐涛，2004）。此外，处于社会转型期，高校不再享受政府全额资金提供，一定比例的资金要靠自己筹措，因而高校只有吸引到足够的生源，并且保证生源的质量，才能保证资金的运转。在这样的背景下，高校不得不像企业一样，学会利用各种营销策略高调宣传自己。例如，近年来，在争夺生源的大战中，各大高校的招生简章语篇呈现出传统简章体裁与广告体裁的混杂杂糅，其宣传的促销和劝诱特征十分明显（纪卫宁，2010）。从社会实践的相互关系上来说，商业活动中的“促销”作为一种社会实践已经渗透到高等教育的相关实践中去。基于此来考察邀请函2中新增加的对南方学院和外文系的介绍，可以认为在传统的邀请函语言中加入促销语言，体现出会议主办方在商品经济大环境下，以及在“促销文化”的影响下，主动适应社会发展和交流的需要，积极宣传和推销自身，以期吸引更多的消费者，并且将自身建设得更好的愿望。

4. 结语

从批评性话语分析视角出发，通过“话步结构”分析，对中山大学南方学院两次学术会议的邀请函进行历时对比，我们发现邀请函2在传统邀请函的语体中加入了“自我推销，自我宣传”成分，会议邀请函这一用于邀请特定单位或人士参加会议的请约性书信体也可以用于建构和推销高校自身形象。因而语体的选择和运用可以作为一种话语策略促进话语实现参与社会实践，再现社会事实，构建主体身份的社会功能（田海龙，2009）。此外，实施新的话语策略也能反映出其使用者的价值观的变化。就邀请函2而言，反映出会议主办方在商品经济大环境下，以及在“促销文化”的影响下，结合自身利益主动适应社会发展和交流的需要，积极宣传和推销自身的意识和愿望。

致谢

在本文的撰写过程中，导师田海龙教授给予很多指导，并对初稿提出许多修改意见，特此致谢。

注释

1 本文分析的两封邀请函由于篇幅所限未在此附上。感兴趣的读者可通过电子邮件向本文作者索取。

参考文献

- Al-Ali, M. N. 2006. Religious affiliations and masculine power in Jordanian wedding invitation genre. *Discourse & Society*, 17(6): 691-714.
- Egins, S. 1994. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. London: Printer.
- Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London and New York: Longman.
- Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London and New York: Routledge.
- Halliday, M.A.K. 1994/2000. *An Introduction to Functional Grammar*. Beijing: Beijing Foreign Language Teaching and Research Press.
- Hodge, R. & Kress, G. 1979. *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Sharif, M. & Yarmohammadi, L. 2013. On the Persian Wedding Invitation Genre. *Sage Open*, July-September: 1-9.
- Swales, J. 2001/1990. *Genre Analysis*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.
- Thompson, G. 1996/2000. *Introducing Functional Grammar*. London: Arnold.
- 高进, 2003, 聚会邀请信的写法应考虑的几个因素, 《应用写作》, 第5期, 42-43页。
- 纪卫宁, 2010, 体裁互文性视角下的教育机构话语的商业化研究, 《西南民族大学学报》, 第S1期, 247-249页。
- 廖艳君, 2010, 礼仪活动邀请信的写法, 《新闻与写作》, 第3期, 92-94页。
- 田海龙, 2009, 《语篇研究: 范畴、视角、方法》, 上海: 上海外语教育出版社。
- 田海龙, 2014, 《批评话语分析: 阐释、思考、应用》, 天津: 南开大学出版社。
- 徐铤伟, 2013, 高校涉外邀请信的翻译策略, 《才智》, 第25期, 127页。
- 徐涛, 2004, 促销文化对机构语言的“殖民化”影响——中国高校招生简章之个案分析, 《南开语言学刊》, 第1期, 134-142页。
- 杨红星, 2010, 例谈写好会议邀请信应注意的几个问题, 《应用写作》, 第2期, 39页。
- 杨文, 2009, 英文邀请信的写作, 《写作》, 第10期, 14页。
- 张蕾, 2005, 用批评语篇分析解读布什的演讲, 《西安外国语学院学报》, 第1期, 23-25页。
- 张丽丽, 2012, 浅谈俄罗斯邀请信的写法, 《北方文学》, 第1期, 151-152页。
- 赵芑, 2013, 话语秩序的动态特征: “价格垄断”的话语建构及其启示, 《外语与外语教学》, 第4期, 22-26页。

Change of Moves of Invitation Letters and the Inviter's Self-promotion
——Critical Discourse Analysis of Two Invitation Letters of Academic Conferences

Dong Jianmiao, Tianjin Foreign Studies University

Abstract: Inspired by Fairclough's approaches of critical discourse analysis, this paper takes a critical discourse perspective to analyze two invitation letters of academic conferences. Swales' move structure is applied to describe diachronic change of invitation letters. Based on this, it explores how the inviter chooses different moves to change the genres of discourses and promote itself by means of writing and sending invitation letters.

Key words: critical discourse analysis, invitation letters, change of moves, self-promotion

作者简介

董建苗，女，天津外国语大学外国语言学及应用语言学研究生。研究方向：话语研究。