

互动元话语视角下中英文化类演讲对比特征研究

夏楠楠

安徽大学外语学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2024年9月9日; 录用日期: 2024年10月9日; 发布日期: 2024年10月21日

摘要

本文聚焦于文化类演讲中的互动元话语使用, 以2024年“一席”和TED Talk平台上各5篇文化主题演讲为语料, 自建双语类比语料库。通过定量统计与定性分析, 结合Hyland的互动元话语分析模式, 探讨了中美文化类演讲中互动元话语的分布、用词异同及其背后的原因。研究发现, 中文演讲中模糊语、提问等互动元话语使用较多, 体现了高语境文化的含蓄与互动性; 而英文演讲则更倾向于使用自我指称、插入语等, 展现了低语境文化的直接性与逻辑性。这些差异也展现了中西方语言特性、思维方式及文化背景的不同。研究为跨文化演讲的理论研究提供了新的视角和实证依据, 有助于深入理解不同文化背景下演讲者的互动策略及其效果。

关键词

互动元话语, 文化类演讲, 英汉对比, 话语分析

A Comparative Study on the Characteristics of Chinese and English Cultural Speeches from the Perspective of Interactional Metadiscourse

Nannan Xia

School of Foreign Studies, Anhui University, Hefei Anhui

Received: Sep. 9th, 2024; accepted: Oct. 9th, 2024; published: Oct. 21st, 2024

Abstract

This study focuses on the use of interactional metadiscourse in cultural speeches, utilizing a self-constructed bilingual analogical corpus comprising five cultural-themed speeches each from “Yixi” and TED Talk platforms in 2024. Through quantitative and qualitative analyses, coupled with Hyland’s framework for analyzing interactional metadiscourse, the study explores the distribution, similarities, vocabulary differences, and their underlying reasons of interactional metadiscourse in Chinese and English cultural speeches. The findings reveal that Chinese speeches exhibit a greater use of hedges, questions, and other interactional metadiscourse, reflecting the implicitness and interactivity of high-context cultures. In contrast, English speeches tend to favor self-mention, personal aside and the like, showcasing the directness and logicity of low-context cultures. These disparities also illuminate the variations in linguistic characteristics, modes of thinking, and cultural backgrounds between China and the West. The research offers a new perspective and empirical evidence for theoretical studies on cross-cultural speeches, contributing to a deeper understanding of speakers’ interactive strategies and their effects across different cultural contexts.

Keywords

Interactional Metadiscourse, Cultural Speeches, Chinese-English Comparison, Discourse Analysis

Copyright © 2024 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

文化类演讲以各地方特色为主题，旨在帮助促进不同国家和地区间相互理解和尊重。这些演讲也为听众提供了一个反思自身文化、拓宽国际视野的宝贵机会。在全球化的今天，文化类演讲更是推动构建人类命运共同体的重要力量。其语言运用和交际策略日益受到人们关注。不同于商业或政治演讲等重在劝说或说服观众倾向某一观点，文化类演讲更需要产生共鸣或代入感，偏向于科普与介绍类。在此类演讲中，维持演讲者与听众之间的交流尤为重要。

近年来，“元话语”的概念逐渐被学者所关注，它是一种组织篇章、传递观点以及建立作者-读者互动的语言使用法[1]。关于元话语模式研究众多，但国内目前研究多涉及政治经济类偏正式话语或访谈类话语，对于文化传播话语研究较少，且少有从中英对比角度出发考量不同国家地区演讲互动话语分析差异。

本研究以 2024 年发布在“一席”和 Ted Talk 上以文化为主题的各 5 篇演讲文本为语料，构建对比语料库，并结合 Hyland 的互动元话语分析模式，运用定量统计与定性分析相结合的方法，深入探讨互动元话语在不同文化语境下的功能与作用，期望能够为跨文化演讲的理论研究提供新的视角和实证依据。

2. 文献综述及研究框架

2.1. 文献综述

元话语的概念最初由 Harris 明确提出并界定[2]，随后，Vande Kopple 在其基础上详尽归纳了七大类元话语，创造性地将其划分为语篇元话语与人际元话语两大范畴[3]。其中，语篇元话语核心功能在于衔

接语篇内各层次的关键元素，通过特定的词汇与短语构建连贯的篇章结构；而人际元话语则侧重于展现作者与读者之间的交互关系，利用相应的语言手段搭建情感与认知的桥梁。

在 Vande Kopple 分类体系的基础上，Crismore 等[4]人进一步依据 Halliday 的语言功能理论，深化了元话语的分类，同样将其划分为篇章元话语与人际元话语，体现了元话语在文本组织及人际沟通中的双重作用。随后，Hyland 以系统功能语言学中的人际功能为核心理论基础，构建了“立场-介入”(stance and engagement)互动元话语模型，不仅强调了元话语的非命题性、互动本质及其对语境的高度依赖性，还突出了读者与作者在意义构建过程中的共同参与性[5]。这一模型自提出以来，受到学术界广泛认可，逐渐成为系统功能语言学应用研究领域中的一个热点议题。

基于 Hyland 的互动元话语框架，国内外学者纷纷展开实证研究，探索不同文本类型中元话语的运用规律。针对学术写作，学者们如 Zadeh 等深入剖析了英语硕士论文结论部分的互动性与交互性元话语特征，揭示了作者在构建学术对话中的策略[6]；鞠玉梅则巧妙融合修辞学视角，对比了英汉学术论文中元话语成分的异同[7]。此外，政治话语亦是研究焦点之一，Ali 通过分析贝娜齐尔·布托演讲中的模糊限制语，揭示了这些元话语标记对政治信息传递效力的影响[8]。新闻语篇同样吸引了学者们的关注，穆从军、黄勤等通过对英汉新闻写作的对比分析，填补了跨文化元话语研究领域的空白[9]。

值得注意的是，尽管上述研究广泛覆盖了多种书面文本类型，但对于口语表达，尤其是需要即时反馈与反应的演讲类材料的研究却相对匮乏。鉴于此，本文聚焦于中英文化类演讲，深入探讨其中元话语的使用情况，旨在为相关研究开辟新的视角与维度，丰富并深化元话语在口语交际中的理解与应用。

2.2. 研究框架

Hyland 的互动元话语分析模式分为立场(stance)和介入(engagement)两大类。立场包括模糊语(hedges)、加强语(boosters)、态度标记语(attitude markers)和自我指称(self-mention)四大部分，体现了作者的观点和态度。介入包括读者指称(reader pronouns)、指令语(directives)、共享知识(shared knowledge)、提问(questions)以及插入语(personal asides)，旨在实现和读者的互动。考虑到演讲的特点，本研究参考黄勤[10]的研究框架，将读者指称改成听众指称(listener pronouns)。研究框架如表 1 所示。

Table 1. Interactional metadiscourse classification model
表 1. 互动式元话语分类模型

| 类别 | 亚类别 | 功能 | 举例 |
|--------|-------|-------------------------|----------------------------------|
| 立场 | 模糊语 | 减弱对命题的确定 | Might, perhaps, 可能, 也许 |
| | 加强语 | 强调作者对命题的确定 | Emphasize, definitely, 绝对, 一定是 |
| | 态度标记语 | 表言者对命题的态度 | Unfortunately, undoubtedly, 不幸的是 |
| | 自我指称 | 明确提及作者自己 | I, my, 我 |
| 互动式元话语 | 听众指称 | 指向听众, 或包含听众 | We, the one, people, 人们, 大家 |
| | 指令语 | 引导听众以演讲者设定的方式行动或思考 | Should, have to, need, 需要, 请 |
| 介入 | 共享知识 | 由明确标记词引出的听众熟悉或接受的东西 | obviously, you see, 众所周知 |
| | 提问 | 采用提问的方式将听众带入话题 | Why, 为什么, 对吗 |
| | 插入语 | 通过简短地中断所述内容, 对所讲述内容发表评论 | By the way, 顺便说一句 |

3. 研究设计

3.1. 研究问题

本文拟回答以下三个问题：

- 1) 中英文化类演讲中的互动元话语是如何分布的？
- 2) 中英文化类演讲中互动元话语分布有何异同？
- 3) 两种语言下演讲产生互动元话语差异原因可能有哪些？

3.2. 研究方法

本文基于自建小型类比语料库进行分析论证。中英文演讲语料分别选自“一席”演讲平台(<https://yixi.tv/>)和 TED Talk 官网(<https://www.ted.com/>)各 5 篇最新的文化主题类演讲。首先将官网共 10 篇最新的文化主题类演讲转写为文本格式,并经过语言清洗和降噪处理,去除了口语中的停顿和重复部分。随后,利用 UAM 工具,构建标注框架,对文本进行人工识别和手动标注。

英文 TED Talk 演讲平均时长约 12 分 85 秒,每篇转写约 1330 词,总计 6650 词;而中文“一席”演讲平均时长则长达 28 分 02 秒,每篇转写约 6509 字,总计 32,545 字。鉴于时长和语言习惯的差异,统计数据将采用百分比对比的方式,对中英文演讲中元话语的使用频率、分布模式等进行分析,以期揭示不同文化背景下演讲者运用元话语策略的倾向和偏好。

4. 研究结果分析

借助 UAM 的标注和统计功能,可以得出以下结果,如表 2 所示:

Table 2. Statistical results of interactional metadiscourse

表 2. 互动元话语统计结果

| 类别 | 亚类别 | 中文演讲 | | 英文演讲 | | |
|--------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 互动式元话语 | 模糊语 | 49 | 15.5% | 5 | 1.7% | |
| | 加强语 | 51 | 16.1% | 32 | 11.0% | |
| | 立场 | 态度标记语 | 48 | 15.2% | 53 | 18.3% |
| | | 自我指称 | 18 | 5.7% | 55 | 19.0% |
| | | 立场总计 | 166 | 52.5% | 145 | 50.0% |
| | | 听众指称 | 62 | 19.6% | 73 | 25.2% |
| | | 指令语 | 26 | 8.2% | 35 | 12.1% |
| | 介入 | 共享知识 | 13 | 4.1% | 9 | 3.1% |
| | | 提问 | 49 | 15.5% | 23 | 7.9% |
| | | 插入语 | 0 | 0.0 | 5 | 1.7% |
| | 介入总计 | 150 | 47.5% | 145 | 50.0% | |
| 总计 | | 316 | 100.0% | 290 | 100.0% | |

表格对比了中文演讲与英文演讲中,不同立场和介入策略的使用频率。从两个大类别对比来看,中英文演讲应用立场和介入两大模块的互动元话语占各自比例大致相等,表明中英文演讲对自我观点分表达同听众反映效果一样重视。

对于各个亚类别的对比, 采用 UAM 中对比功能, 得出 P 值结果如下表 3:

Table 3. Comparison of the proportion of Chinese and English speech subcategories
表 3. 中英文演讲亚类别占比对比

| 立场-TYPE | Comparison | | |
|---------|------------|--------|--------|
| | ChiSqu | P | Signif |
| - 模糊语 | 35.39 | 0.0000 | +++ |
| - 加强语 | 3.33 | 0.0679 | + |
| - 态度标记语 | 1.04 | 0.3085 | |
| - 自我指称 | 25.13 | 0.0000 | +++ |
| 介入-TYPE | | | |
| - 听众指称 | 2.69 | 0.1008 | |
| - 共享知识 | 0.44 | 0.5065 | |
| - 提问 | 8.29 | 0.0040 | +++ |
| - 指令语 | 2.46 | 0.1164 | |
| - 插入语 | 5.49 | 0.0191 | +++ |

4.1. 立场类别异同点分析

由 P 值可知, 在立场类别下, 中英演讲中模糊语、自我指称、加强语显示出差异, 前两个子类别差异尤为明显。两类演讲均使用了丰富的态度标记词, 但在具体选择的词语倾向上有所不同。

4.1.1. 立场子类别差异项分析

模糊语的大量使用表达了演讲者的谨慎态度, 削弱了对命题的肯定, 也凸显了演讲者的自我保护。模糊语同样可以视为一种委婉语的体现, 给演讲受众同样预留出思考的空间。中文演讲中出现“可能”“大概”“一般来说”, 如在介绍文化海外传播时, 中文演讲者的表达“而日本人过来学习我们的工艺, 可能未必能够接触到最上层的东 西, 还有很多民间的茶饮, 传过去演变下来就变成了日本抹茶。”

加强语使用之间有较明显差异, 中文的加强语通常以认知类副词出现, 往往跟随态度标记词, 使用诸如“极其”“完全”等类似的副词突出个人情感的表达, 而英文的加强语更为灵活, 有副词(如 *actually*、*really*)、形容词(如 *extreme*)和短语(*in fact*)等形式, 使用频率低于中文演讲。

而自我指称方面英文演讲使用多于中文演讲。自我指称不仅指对于演讲者自己, 也包括以“自己”为代表的向导、叙述者等[11]。英文演讲者更多使用自己的故事进行引入, 也因此会带入以自己为核心的称呼, 如“*my friend and I*”“*my wife and I*”等; 中文演讲者倾向于将自己作为展示者, 自我称呼常用在表达自我的观点上, 例如“我自己最推荐的还是香煎鸡蛋菌, 煎完以后不但颜色金黄, 而且香脆。”

4.1.2. 立场子类别共项分析

态度标记语在两种演讲中均颇为频繁。从微观层面来看, 二者在词汇选择与情感表达上却展现出微妙的差异。态度标记语不仅是演讲者情感倾向与立场的鲜明载体, 还通过直接且明确的方式, 使听众能够迅速捕捉并理解演讲者的核心观点[12]。这种直接性促进了听众在情感层面上与演讲内容的深度共鸣与认同, 构建了演讲者与听众之间的情感桥梁。中英文演讲中态度标记语的使用中文演讲中的情感词汇倾向于积极正面, 如“精美的”“美丽可爱的”等, 用以强化正面评价或描述; 同时, 也不乏表达遗憾、

歉疚等负面情感的词汇，如“遗憾的是”“抱歉的是”，这些词汇的运用丰富了演讲的情感层次。相比之下，英文演讲中的情感词汇同样丰富多样，既有积极表达如“nice”“interestingly”“enchanting”等，用以增添演讲的吸引力和感染力；又展现出更高的中性词使用频率，尤其是在表达惊讶等情感时，如“surprisingly”“shocked”等词汇频繁出现，使用次数超过10次，这体现了英文演讲在情感表达上更为直接和强烈的风格。

4.2. 介入类别异同点分析

介入语下的子类别中，从总占比来看，中英文演讲都使用了共享知识、指令语，听众指称占比也相当。提问和插入语两个子类别，中英文演讲显现出了较为明显的差异。

4.2.1. 介入子类别差异项分析

中文演讲中提问使用比英文演讲使用频率高，且两类演讲中出现的问句类型也有较大差别。汉语演讲者倾向使用设问法，占有所有提问句中的66.67%。通过自问自答的方式推动演讲的同时为听众理清思路，突出讲演重点。英文演讲中出现的问句以反问为主，出现在演讲尾段，用于呼吁行动较多。例如在主题为“艺术没有国界”的演讲中，演讲者在最后发出两句反问，“what if we tried? What if we redefined art's value?”呼吁人们对艺术价值的重新思考。

插入语在总数上两类演讲均很少使用，中文演讲中五篇演讲中都未使用插入语，英文演讲中五篇演讲共出现五次。英语演讲相较而言口语化一些，思维跳跃性更加明显，有时会适当借用插入语增添幽默气氛。

4.2.2. 介入子类别共项分析

两种演讲都颇为重视听众指称，通过灵活运用人称代词，将听众引入演讲的语境之中，促进了信息的有效传递与情感的深刻共鸣。在英文演讲的语境下，第二人称“you”及其反身代词“yourself”的使用尤为普遍。以句子“*So I encourage all of you to not be afraid of the intensity inside of you.*”为例，这种高频次的第二人称使用(占比高达总听众指称的50%)，增强了演讲的针对性与互动性，并使得每一条建议都显得个性化。中文词汇更加丰富，不仅常用第二人称，“大家”一词的使用频率也非常突出，它不仅作为一个泛指性的集合名词，还蕴含着一种亲切与团结的氛围，让听众感受到自己是演讲中不可或缺的一部分。此外，中文演讲有时运用关系词来指代听众，如“很多朋友未必能认得出来哪个是茶树”中的“很多朋友”，这种表述方式不仅增加了演讲的生动性，还巧妙地拉近了演讲者与听众之间的心理距离，营造出一种亲切随和的交谈氛围。中文演讲还常常融入敬语元素，如“在座的各位”，这样的表述不仅体现了对听众的尊重，也提升了演讲的正式感与庄重性，有助于增强演讲的说服力与感染力。

另一子类别，共享知识，也被视为常用演讲手段。共享知识指的是那些通过特定、明确的标记词汇所引出的，听众已经熟悉或能够轻易接受的信息元素[13]。在对比中英文演讲实践时，可以观察到，共享知识的呈现方式虽各有千秋，但均旨在有效传递背景知识以支撑演讲内容。具体而言，中英文演讲倾向于采用一系列固定的短语作为引导，如“in fact”(事实上)、“as known”(正如所知)等，这些短语在构建逻辑链条、增强论述说服力方面发挥着重要作用。此外，中文演讲也不乏使用如“根据”(基于)、“意思是”(即)等短语作为简洁明了的引出方式，以增强信息的清晰度和可接受性。

在演讲语境下，当涉及需要听众参与的活动，如激发思考、发出呼吁或指导具体动作时，演讲者倾向于采用一种集体导向的表达方式，特别强调行动的主体性。这体现在频繁使用如“大家想一想”“大家看”这样的表述上，这些表达直接指向听众群体，鼓励并引导全体听众共同参与到思考或观察的过程中来。此外，虽然第一人称和第二人称也常被用作主体，但演讲者巧妙地通过这些人称代词构建了一种

包容性的叙述框架。例如，“我们仔细看”这样的表达，演讲者通过将自己置于听众之中，以“我们”的集体身份发出指令，有效拉近了与听众的心理距离。而直接使用第二人称“你试一试”，则以一种直接而有力的方式向听众发出行动号召，增强了指令的针对性和互动性。

相比之下，英文演讲在运用指令语时，同样会采用“you”（第二人称）和“we”（第一人称）来构建指令，但更为显著的特点是祈使句的大量使用，以及有时通过省略人称来直接强调动作本身，从而达到更为强烈的号召效果。在本研究所构建的语料库中，英语指令语中祈使句的使用比例高达约 33.3%，这一数据有力证明了祈使句在英文演讲中作为指令语的重要地位。祈使句以其简洁明了、直接有力的特点，能够迅速抓住听众的注意力，并有效地传达演讲者的意图，促使听众按照指定的方式行动或思考。

5. 差异原因分析

由以上结果可知，中英文都运用了丰富的互动元话语策略来维护“演讲者-听众”之间的关系，但二者在词汇选择和使用偏好上有许多不同。其原因可能涉及语言、思维方式和文化等多方面。

5.1. 语言差异

汉语作为意合语言，其句子构建依赖于语义的连贯和语境的补充，而非严格的语法规则[14]。这种特性使得中文演讲在表达上更加灵活多变，演讲者能够自如地运用模糊语、态度标记语等互动元话语，配合细腻的情感描绘和丰富的听众指称引起共鸣。同时，中文演讲中的提问和指令往往隐含在语境之中，需要听众根据语境和语序自行推断，这种互动方式不仅考验了听众的理解能力，也增强了演讲的趣味性和参与感。

英语作为形合语言，其句子结构严谨，语法规则明确，意义表达清晰直接。在英文演讲中，演讲者倾向于使用加强语、插入语等明确的语法手段来强调观点，通过祈使句等语法结构来直接发出指令，确保信息的准确传达和听众的即时响应。此外，英文演讲中的共享知识和逻辑链条常通过特定的介词短语、连词等语法形式来明确构建，这种形合的表达方式使得演讲内容条理清晰，逻辑严密，有助于听众更好地理解并接受演讲者的观点。

5.2. 思维方式差异

中英文演讲中互动元话语使用的差异，可以体现出其背后的思维方式差异。中文演讲倾向于采用更加含蓄和间接的表达方式[15]，这体现在立场领域的模糊语的高频使用上，反映出中文文化对于谦逊和保留的重视。中文演讲者更常使用积极正面的情感词汇和丰富的听众指称，如“大家”“在座的各位”，旨在营造一种亲切、团结的氛围，促进与听众之间的情感共鸣。

英文演讲展现出更加直接和明确的特点[15]，如加强语和插入语的使用更为频繁，显示出思维跳跃性和口语化的倾向。英文演讲中的情感表达更为多样，包括中性词汇的广泛使用，以及大量使用祈使句来构建指令，这些特点体现了英文文化中对于直接性、效率和逻辑性的重视。中英文演讲中互动元话语使用的不同可以窥见两种思维方式在语言表达层面的差异。

5.3. 高低语境文化差异

霍尔将语境定义为“信息是围绕某一事件的信息；它与事件的意义密不可分”。他把语境分为高语境与低语境。在高语境中绝大部分信息或存在于物质语境中，或内化于交际者个人，很少出现在编码清晰的信息里。在低语境中，情况正好相反，大量信息都要靠编码清晰的信息来传递[16]。

从高低语境文化的视角来看，中英文演讲中互动元话语的显著差异体现了两种文化在信息沟通、情感传达和互动方式上的根本不同。中文演讲，作为高语境文化的代表，倾向于使用模糊语来含蓄表达观

点, 通过频繁的提问与听众建立深厚的互动联系, 并在态度标记语上更多展现积极正面的情感色彩, 以拉近与听众的心理距离。同时, 中文演讲中的听众指称和共享知识也更加注重亲切与和谐, 营造出一种团结与尊重的氛围。

相比之下, 英文演讲则展现了低语境文化的特点, 倾向于直接、明确的表达, 通过大量使用祈使句和插入语来增强语言的灵活性和号召力。在态度标记语上, 英文演讲更多使用中性词汇, 而听众指称则高频使用第二人称“you”, 以直接而有力的方式引导听众参与和思考。

6. 总结

本研究通过对 2024 年“一席”与 TED Talk 平台上各 5 篇文化类演讲的深入对比分析, 揭示了中英文文化类演讲中互动元话语使用的差异及其背后的原因。研究结果显示, 尽管中英文演讲都巧妙地运用了丰富的互动元话语策略以维护演讲者与听众之间的紧密关系, 但两者在立场表达、介入方式以及具体词汇选择上呈现出显著的差异。中文演讲更偏向于使用加强语、模糊语和提问等方式, 而英文在自我指称、插入语上频率更高。同时在各互动话语策略中, 中文的语言更加灵活, 也更加正式, 英文相对随和, 口语化。

从语言层面来看, 汉语作为意合语言, 其表达的灵活性和语境依赖性使得中文演讲在模糊语和加强语的使用上更为频繁, 配合各类设问和提问的使用帮助构建了与听众之间的情感共鸣。而英语作为形合语言, 其严谨的句子结构和明确的语法规则则体现在自我指称和插入语的高频使用上, 通过祈使句等直接有力的语法结构, 确保了信息的准确传达和听众的即时响应。

思维方式的差异也是造成中英文演讲互动元话语使用差异的重要原因。中文演讲倾向于采用含蓄和间接的表达方式, 体现了中文文化中谦逊和保留的价值观; 而英文演讲则更加直接和明确, 展现了英文文化中对于直接性、效率和逻辑性的追求。

最后, 从高低语境文化的视角来看, 中文演讲作为高语境文化的代表, 倾向于通过模糊语和提问等方式, 在语境中传递信息、建立互动; 而英文演讲则作为低语境文化的代表, 更加依赖于编码清晰的信息来传递大量内容, 通过直接的表达和明确的指令来引导听众。

本研究不仅丰富了跨文化演讲中互动元话语使用的理论框架, 还为未来的相关研究提供了新的视角和实证依据。通过深入探讨中英文演讲中互动元话语的差异及其原因, 不仅能够更好地理解不同文化背景下的语言使用习惯, 还能够为跨文化交流提供更加有效的策略和方法。但研究存在不足, 因为自建语料有限, 只从文化主题挑选演讲, 今后的研究还可以针对其他主题或其他形式会话进行研究。

参考文献

- [1] 徐超. 关于元话语的范围和分类[J]. 当代语言学, 2006, 8(4): 345-353, 380.
- [2] Harris, Z. (1959) Linguistics Transformations for Information Retrieval. In: Harris, Z., Ed., *Papers in Structural and Transformational Linguistics*, Springer.
- [3] Kopple, W.V. (1985) Some Exploratory Discourse on Metadiscourse. *College Composition & Communication*, **36**, 82-93. <https://doi.org/10.58680/ccc198511781>
- [4] Crismore, A. (1988) Talking with Readers: Meta-Discourse as Rhetorical Act. Peter Lang.
- [5] Hyland, K. (2005) Stance and Engagement: A Model of Interaction in Academic Discourse. *Discourse Studies*, **7**, 173-192. <https://doi.org/10.1177/1461445605050365>
- [6] Rezaei Zadeh, Z., Baharlooei, R. and Simin, S. (2015) Interactive and Interactional Meta-Discourse Markers in Conclusion Sections of English Master Theses. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, **4**, 81-92. <https://doi.org/10.5861/ijrsl.2015.1081>
- [7] 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.
- [8] Ali, A., Rashid, A. and Abbas, S. (2020) Metadiscourse Markers in Political Discourse: A Corpus-Assisted Study of

Hedges and Boosters in Benazir Bhutto's Speeches. *Global Social Sciences Review*, 5, 56-63.

- [9] 穆从军. 中英文报纸社论之元话语标记对比分析[J]. 外语教学理论与实践, 2010(4): 35-43.
- [10] 黄勤, 熊瑶. 英汉新闻评论中的元话语使用对比分析[J]. 外语学刊, 2012(1): 99-103.
- [11] 杨欣然. 二语学术写作中的自我指称与作者身份建构[J]. 外语与外语教学, 2015(4): 50-56.
- [12] 刘应亮, 陈洋. 中美学生硕士论文写作中立场标记语对比研究[J]. 中国外语, 2020, 17(2): 81-89.
- [13] 张岑. 奥普拉温福瑞脱口秀互动元话语分析[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北师范大学, 2015.
- [14] 宋志平. 英汉语形合与意合对比研究综观[J]. 东北师大学报, 2003(2): 92-98.
- [15] 肖丽. 基于跨文化交际视角的中美文化对比分析[J]. 外语学刊, 2016(6): 171-174.
- [16] Hall, E.T. (1976) *Beyond Culture*. Double-Day.