

总裁叙事身份建构研究

——以《哈佛商业评论（英文版）》为例

沈宣

皖江工学院, 通识教育学院 马鞍山

DOI: 10.12238/ems.v7i5.13166

[摘要] 总裁身份建构有助于塑造良好形象, 总裁通过第一人称叙述管理故事, 构建叙事身份, 争取利益相关者认同。本研究聚焦话语策略、语言资源及叙事内容, 选取《哈佛商业评论（英文版）》为例, 采用 Wodak 的历史话语分析, 结合 Bamberg 叙事实践理论, 运用 Verschueren 的语言顺应论解析构建过程和原因。发现三大叙事主题: 历时变化展现总裁成长, 主导权突出对企业的控制, 同一性体现与利益相关者的关系。通过命名、述谓、视角化等策略, 建构历时, 主体和群内身份, 目的在于顺应物理、心智及社交世界, 激发情感共鸣。本研究结合话语分析与叙事实践理论, 丰富了商务叙事研究框架。

[关键词] 总裁叙事话语; 身份建构; 话语历史分析; 叙事实践理论

1. 研究背景

叙事是社会生活的重要组成部分, 人们通过叙事回忆、反思自身经历。从对话叙事到自传、传记, 人们生活在“讲故事的世界”中, 通过叙事理解自己。身份由社会文化、职业、性别等因素塑造, 并通过个体讲述故事的方式得以实现。在商业领域, 总裁常用自传式商业叙事来构建职业身份, 这一趋势在年度报告和财务报告中日益显著。叙事身份研究逐渐受到学界关注。商业叙事身份的研究也在增加, Jones 等 (2008) 研究社会企业家的叙事身份, 认为总裁叙事身份可通过管理方法构建。尽管相关研究较多, 但大多集中于话语的社会文化背景, 少有研究深入探讨总裁叙事身份的话语策略和语言特征。因此, 本研究基于叙事理论、话语策略和语言特征, 探究总裁如何通过叙事建构身份, 并借助语言顺应理论 (Verschueren, 1999) 解释总裁构建叙事身份的原因。

2. 文献综述

2.1 企业叙事

叙事作为社会生活的重要组成部分, 人们通过叙事回忆、叙述和反思自身经历。对于社会而言, 叙事是理解文化与组织规范的重要手段。叙事分析作为研究方法, 旨在历史性地审视人类经验。主要有三种流派: 识别叙事不变元素、结构分析, 以及作为社会互动。Mierop (2020) 研究叙事体裁特征, 运用悲剧、喜剧等模式分析叙事。然而, 叙事体裁的分类存在复杂性和认知影响。近年来, 企业叙事受到关注, 因其提高商业材料可读性并影响投资与利益。同时企业叙事不仅传递价值观, 还可能被策略性操纵。Clatworthy 等 (2012) 研究财务报告中的叙事偏向, 发现管理者倾向于归功好消息于自身、坏消息于外部。总之, 总裁叙事可定义为总裁通过讲述公司运营情况来塑造自身与企业形象。

2.2 总裁叙事身份建构

总裁叙事是构建身份和意义的重要方式。叙事理论认为, 身份是在故事中形成的 (Bamberg, 2015)。总裁可以通过叙事描述和评价自身及组织, 强调自主性、一致性和连贯性, 叙述者在故事中被赋予主体位置。Holmgren (2021) 研究了机场员工如何通过语言特征构建身份, 但未系统分析员工叙事中的语言特征。R. Jones 等 (2008) 研究社会企业家的商

业叙事, 指出他们在“我”“非我”和“被压抑的我”之间寻找平衡。商业叙事是叙述者与观众之间意图的结果, 总裁叙事身份建构发生在互动事件中。通过叙事, 总裁不仅塑造自身形象, 还影响企业认知, 使其身份更加连贯。总而言之, 总裁叙事身份的建构可以发生在总裁在讲故事这个事件以及用其特有的方式反复定位自己时。

3. 方法论

3.1 叙事实践理论

Bamberg (2015) 提出了叙事实践理论, 使得叙事成为身份构建的基石之一。此理论是基于叙事是互动活动的一部分这一假设。其次, 展现出超越故事文本特征的特征。第三, 叙事由事件、人物、地点等组成。它有三个维度: 历时变化、同一性和主导权。历时变化建构历时身份, 根据恒定性背景或变化来构建身份。同一性表示通过看某个事件描述和某个类别有多像或接近来决定是否属于这个类别, 建构群内身份。主导权是指人们做出明智选择的能力, 以及在需要做出重要选择的情况下对个人可能性的信心。高主导权意味着叙述者对困难和挑战有强烈的信心, 旨在建构主体身份。

3.2 历史话语分析

Wodak (1999) 提出的话语历史方法属于批评话语分析的方法之一。DHA 将语言视为社会实践, 并认为语言使用的语境至关重要, 融入了与批判性语言研究方法相关的理论和方法论, 包括关注语言的使用。话语分析从三个维度进行: 宏观识别特定主题/内容/话题; 中观指话语策略, 即命名策略 (社会行为体、现象、事件、过程和行动的话语建构)、述谓策略 (社会行为者、对象、现象、事件、过程和行动的话语限定、视角化策略 (表达参与并定位演讲者的观点) 以及强化和缓和策略 (修改、强化、减轻或缓和言外之力, 从而改变话语的认识论或道义地位)。微观考察语言特征以及基于语境的话语标记。

3.3 分析框架

Wodak (2009) 在历史话语分析框架内对叙事进行讨论, 认为叙述者通过故事来定位自己, 这意味着文本类型可以在宏观层面上定位为叙事, 此外, 历史话语分析是跨学科的, 各种理论和方法可以结合起来, 只要整合能够充分理解和解

释研究对象。这意味着叙事实践理论可以结合历史话语分析。Shen (2007) 认为, 叙事分析侧重于叙事结构、内容和策略, 而文体学和话语分析则侧重于语言特征。因此, 它们可以相互补充。根据 DHA 的理论框架, 宏观分析话语的内容或主题可用叙事实践理论突出叙事结构、内容或表现。中观则是话语策略, 微观是语言资源, 共同建立起了群内、历时和主体身份。

4. 分析与结果

4.1 数据收集与准备

总裁叙事内容指总裁如何在组织情境和个人情境中解决特定问题, 组织情境是总裁叙事的核心。因此本文选取了商业权威杂志《哈佛商业评论(英文版)》的四十二篇总裁叙事类型的文章, 希望通过定性和定量研究, 更好了解总裁叙事的特点。定性研究可分三个阶段: 沉浸、剖析和综合, 使用心理策略编码 (Corbin & Strauss, 2008), 通过初始编码和轴向编码, 并参考叙事实践理论进行归纳分析主要叙述主题。定量研究使用 UAM 语料库工具分析数据并寻找语言资源, 主要是挖掘微观层面的语言资源, 结合历史话语分析的话语策略, 最后构建出相应的叙事身份。

4.2 结果

根据叙事实践理论的两个叙事主题, 结合语料, 对总裁叙事的宏观主题进行重新定义: 历时变化主要体现的是总裁从消极状态转变为积极状态的三个阶段; 主导权是指总裁如何获得权利和控制公司; 同一性体现在对员工、股东等相关利益方的亲密性和归属感。从中观来看, 命名策略在历时变化下体现的是环境、叙述者和人物通过外部话语建构表明变化, 因此会使用一些外部环境和内部环境相关的语言手段、自我指示及其所有格表达、利益相关者名称及其所有格表达等语言资源。主导权下有机构名称, 名人姓名, 职务名称等语言资源的使用; 同一性下使用了包容性的“we”及其所有格形容词, 拉近和利益相关者的关系。述谓策略在历时变化下体现出的是态度标记语的使用, 为的是积极或消极地评价商业事件和心理活动; 主导权下主要使用的是谓语, 积极地限定能力、赋权、义务和成就; 视角化策略在是为了表达与角色的互动, 定位总裁的观点, 体现出的是直接和间接引语的使用; 增强和削弱策略体现出的是在处理一系列业务问题时, 将普遍的“坏”/消极状态(强化或道义情态缓和)修改为普遍的“好”/积极状态, 使用情态动词; 加强或减轻对管理、成就等其他自主权的影响程度, 如增强语和削弱语的使用。

结合宏观、中观和微观层面, 我们得到了总裁叙事的三个叙事身份。历时身份体现出总裁作为受害者、有远见的人和解决问题的人的身份建构; 主体身份体现在总裁构建的权威、有能力、负责任的身份; 群内身份体现在总裁构建的他们善于交际、值得信赖、民主的身份和照顾者的身份。

5. 讨论

社会因素与社会世界中的语言选择相互适应。其中大部分与社会环境或机构的性质有关, 它还涉及人称指示和态度指示。对于总裁叙事, 群内身份体现了对社会世界的适应。员工、投资者、同行等其他利益相关者之间存在社会关系。

同时, 通过构建历时和施动身份来适应社会环境或机构。最后, 时间指示和空间指示在物理世界的适应体现在总裁叙事中的历时身份。随着说话者适应接收者的时间指示, 历时身份被构建, 读者可以立即感受到总裁的变化。空间指示可以通过视角化策略来体现, 将读者带到当时的场景。总之, 根据 Verschueren 的语言顺应论, 总裁参照时间和空间体系, 顺应物理世界, 构建历时身份; 激发利益相关者的心理和情感动机, 顺应心智世界, 构建主体身份; 建立和利益相关者的关系, 顺应社交世界的国情和大环境, 进而顺应社交世界, 构建群内身份。

6. 结论

本研究展示了总裁历时、主体和群内身份的构建。每种身份都归因于不同的叙事主题、话语策略和语言资源。总裁叙事身份建构在身份理论、叙事理论、建构主义等多个领域具有重要的理论意义; 同时其不仅影响其个人职业生涯, 还塑造企业文化、品牌形象和市场影响力。通过叙事, 总裁增强领导力、传播企业价值观, 并与利益相关者建立信任。局限性也存在。如数据容量有限。语料选择只来自杂志, 未来研究可以涵盖不同类型语料, 例如年度报告和企业责任报告。最后, 也可通过调查读者和其他利益相关者进行实证研究。

【参考文献】

- [1] Bamberg, M. 2015. Narrative practice and identity navigation [J]. *Varieties of Narrative Analysis* 99 - 124.
- [2] Clatworthy, M., & Jones, M. J. 2012. Financial reporting of good news and bad news: Evidence from accounting narratives [J]. *Accounting and Business Research* 33 (3): 37 - 41.
- [3] Corbin, J., & Strauss, A. 2008. *Basics of Qualitative Research* [M]. London: Sage Publications.
- [4] Holmgreen, L. 2024. Narrating organisational identity: Staff positions in a fast-growing Danish airport [J]. *Narrative Inquiry* 34 (1): 30-52.
- [5] Jones, R., Latham, J., & Betta, M. 2008. Narrative construction of the social entrepreneurial identity [J]. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 14 (5), 330 - 345.
- [6] Mierop, D. Van De. 2021. The Narrative Dimensions Model and an exploration of various narrative genres [J]. *Narrative Inquiry* 1 (31): 4 - 27.
- [7] Shen, D. 2007. Interdisciplinarity and originality [J]. *Foreign Languages in China*, 4 (1): 13 - 18.
- [8] Verschueren, J. 1999. *Understanding Pragmatics* [M]. Boston: Oxford University Press.
- [9] Wodak, R. 1999. Critical discourse analysis at the end of the 20th century [J]. *Research on Language & Social Interaction* 32 (1-2): 185-93.
- [10] Wodak, R. 2009. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual* [M]. Berlin: Springer.