

批评话语视角下的中美互联网公司形象研究

潘丽苹

上海海事大学, 上海

收稿日期: 2022年10月14日; 录用日期: 2022年11月7日; 发布日期: 2022年11月17日

摘要

本文依托批评话语分析理论及其三维话语分析模型为理论支撑, 利用语料库研究的手段, 以高频实词、关键词、高频动词为切入点, 研究了中美头部互联网公司腾讯和Facebook的社会责任报告, 并以腾讯公司为研究侧重点, 描写了其语言特点, 及其塑造的企业形象, 并从话语实践和社会实践维度探究形象塑造的因素。研究表明, 腾讯的社会责任报告所塑造的公司形象主要为科技、慈善、进取、责任等特征。Facebook的社会责任报告塑造的公司形象主要为可持续发展、注重气候变化等特征。这些呈现的特征不仅与公司本身的想法和实践有关, 同时跟发展时的侧重点也有关。这一研究结果可以为互联网企业的形象塑造提供参考, 为提高互联网企业社会责任报告水平提供借鉴。

关键词

社会责任报告, 英译, 公司形象

A Study on the Image of Chinese and American Internet Companies from the Perspective of Critical Discourse

Liping Pan

Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Oct. 14th, 2022; accepted: Nov. 7th, 2022; published: Nov. 17th, 2022

Abstract

Based on the theory of critical discourse analysis and its three-dimensional discourse analysis model, this paper studies the social responsibility reports of Tencent and Facebook, the leading Internet companies in China and the United States, with high-frequency notional words, keywords and high-frequency verbs as the starting point, by means of corpus research, and Tencent as the

research focus, describes its language characteristics and its corporate image, and from the discourse practice and social practice dimensions to explore the factors of image building. The research shows that Tencent's social responsibility report shapes the company's image mainly in terms of technology, charity, enterprise, responsibility and other characteristics. The corporate image created by Facebook's social responsibility report is mainly characterized by sustainable development and focus on climate change. These characteristics are not only related to the company's own ideas and practices, but also related to the focus of development. This research result can provide a reference for the image building of Internet enterprises and for improving the level of Internet corporate social responsibility reporting.

Keywords

Social Responsibility Report, English Translation, Corporate Image

Copyright © 2022 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

企业形象指的是企业在大社会大众心里的综合印象。企业社会责任报告(即 Corporate Social Responsibility, 也称《可持续发展报告》, 以下简称 CSR 报告), CSR 报告作为一种传播媒介, 让人们得以了解公司的产品理念和文化背景等。高效优质的企业年报可以帮助企业树立良好的形象从而更有效地促进其发展。企业形象塑造一般可区分为企业“自塑”形象和“他塑”形象。“他塑”的公司形象是指公司以外的团体, 使用文字图像、行为等符号组合成的企业形象。“自塑”形象指的是公司自身利用语言图片等符号塑造的公司形象[1]。

现有研究多关注媒体中对中国公司企业形象的“他塑”, 而较少审视中国公司对外媒体的“自塑”, 擅于意识形态与内容分析的揭示, 而缺少基于 CSR 报告的本文分析, 来探讨企业自塑形象的研究, 聚焦于互联网科技公司的研究更是阙如。本研究克服以上局限, 对比中美互联网科技公司在企业年报中对企业形象的建构, 拟分析中外双方的不同, 为中国企业对外传播发展提供语言层面可操作的借鉴。

2. 文献回顾

近些年来, 学术界开始采用话语理论框架来剖析新闻媒体中的企业形象。李英华(2014)基于批评话语分析理论, 通过研究西方媒体关于中国企业的新闻报道, 揭破了西方的一些媒体, 通过运用新闻报道的语言, 来影响普通的新闻大众对中国公司形象的印象[2]。王立非(2017)将中美 50 强企业年文本进行情感特征方面的对比, 结果发现双方都呈现了积极情感评价倾向和印象管理特征[3]。王琦(2019)通过对“一带一路”国家英语新闻分析, 发现对中国企业的形象多为积极中立的。不过媒体的报道, 可能还存在公众形象不突出的问题[4]。陈欧阳(2021)则通过对中国媒体的调查研究, 发现了中国外媒报道过程与美国社会的直接经验关系, 以及中国公司形象对美国社会的品牌影响的共同影响机理。研究结果显示, 中国企业海外形象传播实践, 需要正确认识新闻报道影响的局限性, 充分发挥已有的方式, 加强与海外公众的直接互动[5]。总体来看, 以上研究加深了对公司的形象研究, 为后者研究企业形象提供启示。但这些研究主要在宏观维度探讨企业的“他塑”形象, 而通过文本分析来研究企业的“自塑”形象较少, 且聚焦于中美互联网公司形象研究几乎是空白的。

本研究旨在弥补上述不足,将分析腾讯《企业社会责任报告》(以下简称腾讯《报告》)英译本的语言特点,并与美国头部互联网公司 Facebook 的《可持续发展报告》(以下简称 Facebook《报告》)对照,探讨其塑造的腾讯形象,并从话语实践和社会实践维度探究形象塑造的因素。

本文主要回答以下问题:

- 1) 两者相比腾讯《报告》英译本的语言特征如何?
- 2) 腾讯《报告》塑造的公司形象有何特征?
- 3) 影响公司塑造其形象的因素有哪些?

3. 研究设计

3.1. 理论框架

批评话语分析(critical discourse analysis, CDA),也称批评语言学。Fairclough 创造了三维话语分析模型,文本、话语实践和社会实践三维一体。并提出分析步骤,一是文本分析描述(description),对词汇、语法语篇层面语言特征描写。二是话语的生产、分配消费环节探讨,即话语实践分析,也称阐释(interpretation)。三是对文本分析和阐释的结果做出解释,称社会实践分析,即解释(explanation) [6]。本研究需在微观话语层面解构中外互联网科技公司的具体建构结果,并在宏观社会层面解释双方的建构动因,因此,三维话语分析法为本研究提供了合适的研究框架。

3.2. 研究语料与选择缘由

本文以自建语料库为研究平台。该语料库搜录了 2013 年到 2020 年期间,腾讯公司在其官网上发布的《企业社会责任报告》英译版本,以及 Facebook 公司的《报告》(表 1)。

Table 1. Corpus information table
表 1. 语料库信息表

研究语料	文献数量	形符总数	总计
腾讯公司《报告》英译	4	58,111	104,603
美国 Facebook 公司《报告》	6	46,492	

根据 2022 年财富官方网站发布的《财富》排行榜[7]。中国 500 强排行榜,在盈利能力方面,除 6 家商业银行和保险公司,腾讯以 2248 亿元排在利润榜第 4 位。美国 500 强排行榜,在上榜的前三十企业中,大部分以金融、通信、快消、咨询等公司为主。而其中的 Facebook 公司则与腾讯公司一样,因其强大的互联网社交媒体产品而为人们所熟知,该公司以 117,929 百万美元的营收排在第 27 位,所以两者的营收能力都十分客观。并且两者的互联网科技平台在各自国家的覆盖人数都拥有绝对优势。腾讯旗下有 WeChat、Tencent meeting、QQ 等产品。根据腾讯公司官网上公布的 2022 年中期财务报告[8]。微信及 WeChat 的合并月活跃账户数为 12.991 亿。QQ 的移动终端月活跃账户数为 5.687 亿。Facebook 公司旗下拥有 Facebook、Instagram、WhatsApp 等平台。根据其公司 2021 年第三季度数据[9],旗下 Facebook 平台全球月活跃用户为 29.1 亿人,日活用户为 19.3 亿人。在美国的互联网公司里同样拥有举足轻重的位置。因此,两家公司在各自国家都属于头部公司,且覆盖人群广泛,那么其自身公司形象塑造和宣传同样值得令人瞩目。其《报告》都是用来介绍公司的战略发展方向等。两者题材相同,篇数总量相近。因此,本研究采用的语料具有比较理想的可比性。

3.3. 研究步骤

本研究采用语料库手段，分析高频词来推知文本的语言特点。词频统计能够更直接准确地表达出语言结构的某些显著的特点。另外，笔者分析了两公司《报告》的话语实践和社会实践，探究话语实践和社会文化之间的联系。

4. 结果与讨论

4.1. 两公司《报告》英文版的文本分析

4.1.1. 高频动词与公司形象

笔者应用 AntConc3.5.9 (Macintosh OS X) 2020 制作词表，选取前 20 位的高频动词分析(表 2)。

Table 2. List of the top 20 high-frequency verbs in the Report of the two companies
表 2. 两公司《报告》中前 20 位高频动词表

序号	腾讯公司《报告》英译		美国 Facebook 公司《报告》	
	高频动词	频次	高频动词	频次
1	help	235	operate	181
2	launch	190	create	172
3	provide	165	build	165
4	support	156	collaborate	132
5	create	150	change	131
6	promote	146	include	122
7	build	128	reduce	102
8	include	119	drive	76
9	develop	109	continue	72
10	establish	88	provide	67
11	commit	83	focus	63
12	give	81	increase	58
13	connect	78	ensure	48
14	improve	73	understand	46
15	protect	70	achieve	43
16	encourage	60	restore	42
17	integrate	60	identify	41
18	limit	59	develop	40
19	design	55	commit	39
20	explore	52	issue	39

由上表可知，两者有些高频动词是相同的，比如 include、create、provide、develop、commit 等。这些动词分别以腾讯公司和 Facebook 公司为主语，说明两者都比较重视自身企业的发展和创造，愿意为社会提供更好的帮助等，从侧面塑造了正向的企业形象。

不同的是，腾讯《报告》高频使用了 launch、promote、build、improve、protect、explore、integrate、connect、encourage、design 等动词。这些动词有两个特征。一方面，这些动词具有积极的具体语义，比如 promote 动词搭配的主语大都是腾讯，比如 we、our company，搭配的宾语为技术、平台、方案等等。另一方面，这些动词所表示的实践需要长时间去完成，突出腾讯公司对于未来公司长远的展望，比如 explore 搭配的宾语为 innovations、economic growth 等。build 搭配的宾语有 harmonious、network 等等。Facebook 公司《报告》高频动词包括 operate、change、collaborate 等，这些动词意义表义含蓄笼统，所构建形象不如腾讯形象生动。

4.1.2. 高频名词与公司形象

高频名词可直接体现出公司的观点和态度(表 3)。

Table 3. List of high-frequency terms in the top 20 of the Report of the two companies
表 3. 两公司《报告》中前 20 位的高频名词表

序号	腾讯公司《报告》英译		美国 Facebook 公司《报告》	
	高频名词	频次	高频名词	频次
1	tencent	1142	data	468
2	technology	417	water	425
3	internet	326	sustainability	344
4	charity	291	climate	325
5	platform	289	emission	298
6	development	268	center	283
7	user	257	energy	273
8	service	239	report	260
9	employee	189	meta	211
10	industry	179	facebook	173
11	weixin	170	project	170
12	china	166	impact	155
13	company	163	community	141
14	security	163	governance	131
15	report	162	vision	129
16	responsibility	161	highlight	126
17	public	159	chain	123
18	people	157	business	117
19	data	153	leadership	117
20	product	153	employee	114

相同词汇如 data、employee 和 report 等。一般企业会通过《报告》来宣传公司焦点、员工关系、社会责任等。比如科技医疗、绿色发展、网络信息服务、科技、未来发展等等。根据两家公司重合的高频名词，说明两家公司都注重员工发展、数据信息。

不同的是腾讯的高频词为 technology、platform 等。笔者对高频名词搭配语境索引分析,比如跟 technology 搭配词为 Committee、green ecology,说明腾讯关注绿色循环、能源等,塑造了注重科技和可持续发展的形象。再比如与 internet 一起出现的搭配词为 company、Industrial、social responsibility、5G、data centres、AI technologies、further towards,腾讯公司作为互联网科技起家的公司,自然会将公司、产业和互联网这些词紧密的搭配起来,而社会责任、数据中心、5G、人工智能等词,更是凸显了企业注重数据的发展,关注最新的发展新动向,并且承担相应的社会责任,注重社会的未来发展。塑造一个心怀未来、积极开拓、勇于创新的腾讯公司形象。相较而言,Facebook 公司中的高频名词 sustainability 高居第三位,比较符合公司称报告为可持续发展报告的定位,Facebook 公司比腾讯公司更加关注可持续发展的部分。

4.1.3. 关键词与公司形象

关键词(即主题词)指的是相比于“参照数据库”,出现频率远高于一般的词汇。表明了主体的观点和聚焦方向,从侧面来表现主体形象。笔者将两家公司互为参照,制作关键词表(表 4)。

Table 4. Key words in the Report of the two companies

表 4. 两公司《报告》关键词表

序号	腾讯公司《报告》英译关键词词表		Facebook 公司《报告》关键词表	
	以 Facebook 公司《报告》为参照	以腾讯公司《报告》英译为参照	以 Facebook 公司《报告》为参照	以腾讯公司《报告》英译为参照
	关键词	关键性	关键词	关键性
1	tencent	1352.65	sustainability	498.83
2	charity	338.04	water	492.79
3	internet	310.24	climate	444.35
4	digital	257.81	emissions	370
5	technology	252.89	meta	342.73
6	weixin	200.08	facebook	269.79
7	china	184.76	data	246.87
8	development	173.78	renewable	213.4
9	platform	160.21	center	199.12
10	security	144.8	operate	186.56
11	social	136.8	energy	180.5
12	users	135.24	highlights	168.52
13	smart	106.2	leadership	165.38
14	culture	104.82	collaborate	157.9
15	services	99.93	centers	153.43
16	public	94.16	chain	119.99
17	foundation	92.2	change	117.15
18	rural	91.86	net	99.46
19	cultural	89.39	scope	95.68
20	games	89.39	supply	92.79

如表显示, 腾讯关键词为 charity、internet、digital、technology 等, 说明腾讯公司更加关注科技、数字化、慈善、用户等。Facebook 关键词为 sustainability、water、climate、emissions 等, 更注重可持续性、水、气候、能源、温室气体等。

4.1.4. 高频动词索引分析与公司形象

首先, 笔者以 promote、build 和 improve 等高频动词为检索项, 随机提取相关索引行, 进一步探索腾讯公司形象。

Table 5. Some index lines in the English translation of Tencent's Report including promote, build and improve
表 5. 腾讯公司《报告》英译中包含 promote、build、improve 的部分索引行

1	In 2019, we launched two mobile games, designed to	promote	care for the visually impaired.
2	Tencent has worked with industry partners to build network security services	promote	data privacy protection, and protect intellectual property.
3	We have also put in place a “dual path” career development system to help	promote	Employees' professional development.
4	Tencent Charity Platform also strives to enhance public understanding about the causes and conditions of rural poverty, to	build	a closer connection between cities and villages.
5	We work with community partners to build platforms, donate resources, and provide technical support to	build	an online ecosystem for the public good.
6	The vital mission and responsibility of technology companies is to	build	a solid foundation for this digital edifice.
7	Tencent has used an AI noise-reduction algorithm to	improve	cochlear implants for people with hearing difficulties.
8	we are committed to internalizing Tech for Good as a way to	improve	our core competitiveness.
9	At the management level, our digital tools help hospitals	improve	service quality and cost-effectiveness.

根据表 5, promote 常与 care、data privacy protection 搭配, build 则常与 online ecosystem、digital edifice 搭配。根据上表所展示的索引示例行, 可以推知腾讯公司致力于帮助视听障人士等弱势群体(care for the visually impaired), 并且注重保护数据隐私和知识产权(data privacy protection)。与贫困做斗争(fighting poverty)。

其次, 笔者以 operate、create 和 change 等高频动词为检索项, 随机提取相关索引行, 进一步探索 Facebook 公司形象。

Table 6. Some index lines in Facebook's Report containing operate, create and change
表 6. Facebook 公司《报告》中包含 operate、create 和 change 的部分索引行

1	Our sustainability work helps us to	operate	and grow efficiently and responsibly.
2	we strive to be a good steward in the communities where we	operate	by investing in projects that restore local watersheds.
3	we build and	operate	facilities, contributing where possible to support natural habitats and preserve local species.
4	lower the carbon footprint of the concrete we use but also to	create	a market demand for discarded glass products.

Continued

5	As a company that values collaboration to	create	positive impacts in our communities.
6	we have accelerated our work to	create	and expand sustainability solutions that drive climate action through our core products and services.
7	help drive	change	across the many communities in which we operate.
8	We recognize the urgency of climate	change	and are committed to help tackle this global challenge.
9	Sustainability, human rights, economic opportunity—these are all interconnected and we're taking a holistic approach to make sure we're driving positive	change	globally.

根据表 6, operate 常与 grow、facilities、contributing 搭配, create 则常与 discarded glass products、positive impacts in our communities 搭配。根据上表所展示的索引示例行, 可以推知 Facebook 公司支持降低损耗废物利用(market demand for discarded glass products), 推动可持续性方案的进程(expand sustainability solutions), 重视全球变暖这一人类共同课题(urgency of climate change), 关注全球变化。

通过对比腾讯和 Facebook 公司的高频动词索引行, 可以看出腾讯公司更加具有人文关怀, 注重贫穷、弱势群体等, 帮扶社会的弱势群体, 塑造了一个关怀弱小、注重数据隐私的公司形象。而 Facebook 公司的高频动词索引行则塑造了一个重视可持续发展, 关注整个全球变化, 积极变革的正面公司形象。

4.1.5. 关键词索引行分析与公司形象

首先, 根据腾讯公司《报告》英译关键词词表, 在排名前五的关键词中随机选择“technology、charity”并选择相关索引行, 来分析腾讯公司的政策和未来展望(表 7)。

Table 7. Partial index lines of some keywords in the English translation of Tencent's report
表 7. 腾讯公司《报告》英译中部分关键词的部分索引行

1	Tencent, together with major global	technology	and Internet platforms, launched a philanthropic initiative to combat the pandemic through the use of technology.
2	Tencent initiated a campaign with China Central Television (CCTV) using augmented reality (AR)	technology	allowing participants to scan their garbage and learn about its classification.
3	the whole world is facing an increasingly severe environmental and ecological crisis. As a	technology	company with a global perspective, we are actively leveraging our capabilities and strengths to find innovative solutions to address these problems.
4	As a	technology	company committed to sustainable development as a core responsibility, we will continue to look for solutions for a greener future.
5	To create value for all stakeholders through facilitating connection.	technology	and culture are the two powerhouses that drive Tencent to fulfil its social responsibilities.
6	Help	charity	organisations grow. Build an online donation platform.
7	Tencent set aside RMB200 million to fund the	Charity	Alliance of Developers Fighting Against COVID-19. Tencent added RMB1 billion to a domestic emergency fund, raising the total to RMB1.5 billion.

Continued

8	the Internet-based Tencent	Charity	Platform dedicated a special interface to facilitate anti-pandemic donations.
9	Tencent and Tencent	Charity	Foundation will continue to reflect on their roles in the area of public health, especially regarding the prevention and treatment of infectious diseases.
10	For Tencent employees,	charity	has become a part of their work and life.

由表可知与 technology 搭配的词有 major global、Internet platforms、philanthropic initiative 等。这表明腾讯公司将技术与互联网结合, 使用技术抗击疫情(together with major global technology)。跟 charity 搭配的词有 organisations grow、online donation platform 等。这表明腾讯公司帮助慈善组织发展。搭建在线捐赠平台(build an online donation platform)。公司员工也将慈善贯穿于生活和日常(charity has become a part of their work and life)。塑造了注重科技、慈善, 关注环境和生态问题的正面公司形象。

其次, 根据 Facebook 公司《报告》英译关键词词表, 在排名前五的关键词中随机选择“sustainability、water”并选择相关索引行, 来分析 Facebook 公司的政策和未来展望(表 8)。

Table 8. Partial index lines of some keywords in Facebook's report
表 8. Facebook 公司《报告》中部分关键词的部分索引行

1	These events included a series of	sustainability	activations, such as local community cleanups, AR/VR demos, SDG fireside chats, expert panels.
2	we also built a	sustainability	Ads Testing Program that provides initial evidence showing how values-driven communications can drive business results.
3	Our	sustainability	and broader corporate initiatives can help support achievement of all 17 SDGs.
4	focused on various aspects of	sustainability	and climate action.
5	Linking our	sustainability	and have set science-based targets in line with net zero emissions.
6	we aim to minimize our energy, emissions and	water	impact.
7	The challenges of the growing global	water	crisis are well documented as demand for this finite resource continues to rise due to population and economic growth.
8	We value	water	as a vital resource that has no substitute.
9	Direct evaporative cooling technology is one of the ways we have been able to use less	water	to cool data centers by relying on outside air.
10	our data centers are over 80 percent more	water	efficient than the average data center.

由表可知与 sustainability 搭配的词有 Ads Testing Program、broader corporate initiatives 等。这表明 Facebook 公司关注可持续性的项目(series of sustainability activations), 致力于减少能源和水等的浪费(minimize our energy、emissions), 意识到全球面对的水危机挑战(the challenges of the growing global water crisis), 用技术来实现水节约并取得了一定成果(direct evaporative cooling technology、data centers are over 80 percent more water efficient), 这些举措塑造了一个关注可持续发展并且付诸行动, 关注全球能源、水

源等紧缺的问题，并且孜孜不怠利用技术去解决攻关的正面公司形象。

4.2. 两公司《报告》的话语实践分析

Fairclough 指出，话语实践包括文本的生产、分配和消费一整套过程。其背后的意识因素会在文本中留下一定的语言痕迹。

4.2.1. 信息来源分析

话语文本的生产分析就涉及到语料库的信息来源分析，信息来源可靠关涉到话语是否具有说服力。首先是文本来源，这份报告能放在公司官网上，说明公司官方认可其权威性。其次，为确保数据科学性，腾讯公司委托由第三方平台“中国企业社会责任报告评估专家委员会”进行审核。英文版根据中文版翻译而成，这都增加了其权威性，使塑造的公司形象更有说服力。

而 Facebook 公司的该报告也放在了公司官网上且在各个媒体平台进行宣发，代表了公司各方面的举措，权威性也值得信赖。该报告中公布的数据也有科学依据，比如温室气体排放量就依据《温室气体议定书》进行测量。因此塑造的公司形象也更加具有科学性和权威性。

4.2.2. 案例和图片展示

在《报告》中案例和图片是最为直观的，笔者以腾讯 2019 年的《报告》英译版为例，手动统计得出典型案例为 17 个，图片为 52 张(表 9)。

Table 9. Statistics of cases involved in the English translation of Tencent 2019 report
表 9. 腾讯 2019《报告》英译中所涉案例统计

序号	case/example
1	Tencent's Fight Against the COVID-19 Pandemic
2	Starry Color
3	Offering Inclusive Technology to the Visually-impaired
4	Mini Programs Youth Camp
5	Tencent Education MEET EdTech Innovation Summit
6	A Digital Palace Museum
7	The Great Wall Conservation Project
8	implement our digital solutions for heritage conservation
9	9.9 Giving Day
10	Internet-based charity
11	Smart Healthcare
12	Smart Education
13	established the Go Yunnan platform
14	My Helsinki Mini Program
15	Unleashing the Inner Strength of Rural Areas
16	launched Digital Natives Action (DN.A)
17	AI + Charity

由表可知, 腾讯帮助自闭儿童, 发展数字旅游项目等, 通过一个个生动的案例, 塑造了重视科技、慈善、关心社会的腾讯公司形象, 让整个企业形象更加饱满鲜活。

笔者以 Facebook2020 年的《报告》为例, 统计得出有效图片为 25 张, 典型案例为 9 个, 根据案例可知, Facebook 公司塑造了一个注重可持续发展, 关系能源利用, 并用科技去改善各种全球问题的积极公司形象。具体案例可以让读者对企业行动具象化了解, 图片配合文字, 可塑造更鲜明的企业形象。

4.3. 两公司《报告》的社会实践分析

根据三维话语框架, 社会实践包括生产方式、生产活动、社会身份、社会关系、文化价值以及话语之间相互作用的社会互动。公司会影响企业各方面, 而《报告》就是各项举措策略的综合体现, 公司向用户传达想传的信息, 塑造想要确立的企业形象。通过腾讯《报告》可知, 长期以来, 腾讯注重科研创新, “微创新奖”用于激励内部创新。通过上文分析, 可看出“科技”、“慈善”、“员工”等词汇在腾讯的中英文《报告》中高频出现。因为英文版本是中文版的翻译, 因此《报告》中体现的公司形象, 跟腾讯本身的理念和实践是相关的。

Facebook 公司以社交媒体平台为起始出发点, 并且不断拓展多种业务, 每年的《报告》也是其向社会宣传的重要部分, 通过该报告可知, “创造、合作、水、可持续发展、排放”等都是企业宣传中的高频词, 这些词汇也体现着公司重视可持续发展、善于合作、关注全球气候变化的整体大局观。

田海龙认为探寻翻译作为社会实践的方式就是分析译本的生产、分配、消费的过程。在翻译中, 译者跟原作的关系决定了翻译策略。如译者对于原作是俯视态度, 在翻译中会尊重文本, 采取直译。如是平视关系, 会对文本进行一定修改。如是俯视关系, 会对原作采取不同程度的删改[10]。腾讯《报告》的英译本是受雇人员根据腾讯要求翻译的。腾讯占据着话语的把控权, 所以英译本是采取直译法, 忠实原作的。英译本中高频名词例如“technology、user、employee、charity”在中文版中分别为“科技、用户、员工、慈善”都是对中文词汇含义的直接翻译。高频动词“promote、create、provide”等, 对应的词汇为“促进、创造、提供”等。根据分析可知。英译本中的腾讯形象也是译者翻译策略和腾讯公司理念共同的结果。

5. 结果与讨论

本文依据三维话语理论对腾讯和 Facebook 公司《报告》的语言特征和塑造的公司形象分析, 并对腾讯公司形象进行重点分析, 得出其形象特点如下: 一是注重可持续发展、科学创新的形象。二是重视环保, 富有人文关怀, 重视员工发展的形象。三是重视慈善扶助弱势群体, 关注用户隐私安全和需求的正面公司形象。而这些公司形象是由腾讯自身发展的理念和举措决定, 且译者在翻译中采取的翻译策略对其也有一定影响。Facebook 公司形象特点如下: 一是注重可持续发展和全球能源问题的形象。二是利用科技切实解决各问题的务实公司形象。这样对比来看, 腾讯公司在关注整个人类命运、可持续发展方面, 可投入更多的注意力。本文不仅将批评话语分析理论应用于中外互联网公司的分析实践, 同时对于之后我国互联网企业撰写《企业社会责任报告》具有启发意义。未来可以扩大语料库范围, 囊括更多中外互联网公司, 进行更大范围的分析研究。

参考文献

- [1] 胡开宝, 盛丹丹. 《可持续发展报告》英译本中的华为公司形象研究——一项基于语料库的研究[J]. 外国语, 2020(6): 94-106.
- [2] 李英华. 从西方传媒对中国企业的新闻报道看中国企业的对外形象——基于批评性话语分析视角[J]. 新闻知识, 2014(3): 105-106.

-
- [3] 王立非, 邵寒. 中美企业话语情感倾向多维评价测量与对比分析[J]. 外语研究, 2017(4): 16-21.
- [4] 王琦. “一带一路”英文媒体中的中国企业形象——语料库辅助下的批评话语分析[J]. 当代外语研究, 2019(3): 99-113.
- [5] 陈欧阳. 中国企业在美形象的影响因素研究[J]. 新闻与传播评论, 2021(3): 118-128.
- [6] Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Polity Press, Cambridge.
- [7] Fortune Global 500 官方网站发布的排行榜全球可查[EB/OL]. <https://fortune.com/global500/>, 2022-08-03.
- [8] 腾讯网官方发布的企业 2022 年中期财报全球可查[EB/OL]. <https://www.tencent.com/zh-cn/>, 2022-08-17.
- [9] Facebook2021 年第三季度官方报告《Facebook Reports Third Quarter 2021 Results》 [EB/OL]. https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2021/q3/FB-09.30.2021-Exhibit-99.1.pdf, 2021-10-25.
- [10] 田海龙. 作为社会实践的翻译——基于批评话语分析的理论思考与方法探索[J]. 外语研究, 2017(3): 60-64.