

# 广交会对外宣传报道话语研究

张燕蓉, 孙乃玲

兰州理工大学外国语学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2023年3月15日; 录用日期: 2023年5月3日; 发布日期: 2023年5月15日

## 摘要

文章以文化话语研究理论为指导, 探究China Daily对线上广交会(第127届~131届)外宣报道的话语特征。研究发现, 广交会新闻报道的话语主体呈现权威性、专业性、多元化的特点; 报道内容聚焦线上办展这一新模式, 通过列举数字及侧重提供不同的信息来加深读者对广交会的印象; 广交会加强与“一带一路”沿线国家和地区全面经济伙伴关系协定国家的合作, 助力贫困地区企业走出去, 体现了中国传统的“和”文化中协和万邦的国际观、人心和善的道德观。

## 关键词

文化话语研究, 广交会报道, 话语主体, 话语内容, 话语历史文化

# Discourse Study on Reports of Canton Fair's Foreign Publicity

Yanrong Zhang, Nailing Sun

School of Foreign Languages, Lanzhou University of Technology, Lanzhou Gansu

Received: Mar. 15<sup>th</sup>, 2023; accepted: May 3<sup>rd</sup>, 2023; published: May 15<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

Guided by Cultural Discourse Studies Theory, the article explores the discourse characteristics of China Daily's foreign publicity of the online Canton Fair (the 127th~131st sessions). The study shows that the discursive subject of the Canton Fair news report is characterized by authority, professionalism and diversity. The content of the report focuses on the new mode of online exhibition, and deepens readers' impression of the Canton Fair by citing figures and focusing on providing different information. Canton Fair strengthens cooperation with countries along the "Belt and Road" and countries of the Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement, and it also helps enterprises in poor areas to go global. This is a reflection of the traditional Chinese culture of "harmony", which

also displays an international view of harmony among all nations and the moral value of kindness.

## Keywords

Cultural Discourse Studies, Reports of Canton Fair, Discursive Subject, Discursive Content, The History and Culture of Discourse

Copyright © 2023 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

人们通常认为话语由语篇和语境组成, 语篇是话语研究的核心, 语境是语篇产生的背景和解析的切入点。21 世纪初, 中国学者施旭秉持多元文化主义, 创建了文化话语研究新范式, 认为话语的根本属性是文化性, 并将“话语”重新表述为“文化话语”, 文化语境成了话语研究的重要方面[1]。

中国进出口商品交易会, 又称广交会, 创办于 1957 年春, 每年春秋两季在广州举办, 由商务部和广东省人民政府联合主办, 中国对外贸易中心承办, 是中国历史最长、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会, 被誉为中国外贸的晴雨表和风向标。

从 2020 年新冠疫情以来, 广交会因时而变, 开始网上办展, 继而探索出线上线下融合办展的新模式, 彰显了中国扩大开放、努力维护国际产业链、供应链安全的坚定决心。在文化话语研究理论指导下, 本文以 China Daily 对广交会的新闻报道为语料, 从话语主体、话语内容、话语文化关系和历史关系这几个维度, 探究新冠疫情后, 即 2020~2022 三年期间, 针对广交会的对外宣传媒体话语呈现的广交会新形式、新文化, 进一步探索广交会对外新闻报道的话语策略。

## 2. 文献综述

近些年来, 学术界对于广交会的研究集中在以下五个方面: 第一, 对比广交会与其它专业会展, 对广交会提升专业性提出了应对策略, 例如李薇[2]提出广交会亟需以文化兴展, 在文化光照下实现广交会在新一轮对外开放格局中品牌突围与自我更新。第二, 聚焦新冠疫情背景下广交会线上办展的新特征、新问题和经验启示, 如李敏仪、吴达、林静懿等[3]以第 127 届广交会为例, 探究新冠疫情背景下线上办展的内涵特征和优劣势, 并对后疫情时代线上线下融合办展新模式提出了几点启示。第三, 从语言学和语言教学出发, 研究广交会中外语运用实例, 发掘存在的问题, 从而提出解决措施, 如陈俊伟、何文静[4]从人际语用学视角出发, 结合广交会实践教学的例证和评价, 对外语专业实践教学改革的逻辑起点、价值要点、改革难点等方面提出了建议。第四, 探究广交会对其带动的周边产业如酒店业的影响, 如孟子敏、郑铭瑜[5]运用 IPA 分析法, 以第 122 届广交会的境外采购商为调查对象, 对其选择酒店的影响因素进行实证研究, 依据结果对酒店改善经营管理提供了策略。第五, 从广交会的发展史看中国外宣工作和两岸经贸关系, 如欧阳湘[6]从十一届三中全会前广交会的发展历史对党的对外宣传工作进行历史考察。

作为中国外贸的晴雨表和风向标的广交会, 一直吸引着众多学者多方位展开研究, 献言献策。其中, 从语言角度出发进行的研究主要集中于翻译和外语专业实践教学。然而, 根据作者的检索, 对广交会英语媒体报道进行话语分析的研究十分稀少, 从文化话语视角开展研究, 更是少见。

本文从文化话语研究的视角出发, 选取 China Daily 对广交盛会的新闻报道作为语料, 从话语主体、话语内容、话语文化和历史关系这几个维度, 探究新冠疫情后, 即 2020~2022 三年期间, 广交会对外宣传媒体话语呈现的广交会新形式、新文化, 进一步探索广交会对外新闻报道的话语策略。

### 3. 文化话语研究理论

#### 3.1. 文化话语研究

现代西方语言学传统认为语言的运用与语境密不可分。波兰籍人类学家马林诺夫斯基在南太平洋巴布亚新几内亚的特罗布里恩德群岛进行人类学实地考察时发现, “话语和环境互相紧密地纠缠在一起, 语言的环境对于理解语言来说是必不可少的” [7], 为此他首次提出了情景语境和文化语境的概念。作为马氏语境观的两大支点, “情景语境”得到了学界更多的关注和研究, 好友弗斯在马氏理论基础上更加详细定义了“情景语境”, 对于文化语境, 弗斯只是将其概括为“说话者生活在其中的社会文化”。英国语言学家韩礼德继承并发展了老师弗斯的语境观。中国学者高生文在其著作中论述到“韩礼德从 1964 年开始研究语境, 同时开始对与情景语境密切相关的语域进行深入研究, 到 1978 年其语域分析理论已经建立起来, 并趋于成熟” [8]。另一位学者朱永生指出, 韩礼德把情景语境看作是文化语境的具体实例, 把文化语境看作是情景语境的抽象系统, 两者互为表里, 须臾不分 [9]。

国际主流的话语分析学派虽然一直在强调语言与语境的关系, 但研究语境只是为了认识和说明语篇, 例如批评话语分析研究者在分析语言与认知、话语与社会、语篇手段与权力关系时, 往往阐释前者是如何影响后者, 在研究非西方话语时, 也几乎不考虑其它文化的视角和认识 [10]。所以, 进入 21 世纪, 中国学者施旭提倡语篇和语境合二为一的话语研究, 提出“文化话语研究理论”, 认为说者/听者、形式/意旨、符号/媒介、目的/结果、历史关系、文化关系等不同元素及其组合共同构成话语。“所以”语篇中心论“不仅会导致对语篇和语境之间有机、复杂、多元关系的忽视, 而且可能会造成对社会实践本质问题认识的偏离” [1]。

我们来看看文化话语研究中“文化”的内涵。“文化”有两种定义: 1) 某族群的特定的社会生活方式, 包括社会活动、制度、习惯、产品等。它是一种文明, 区别于自然; 2) 某族群共用的观念、伦理、信仰、规则、符号等。它是一种心理系统, 指导社会实践的集体模型。这两种定义营造了“文化”相互平等的假象, 忽视了在不同社区之间是存在压迫、反抗、合作、渗透等关系的事实, 所以不同社区的文化是不可能普适和平等的。在文化话语研究者看来, “文化是区分不同群体的社会实践活动之间的异质关系和权势关系” [10]。在西方主流话语研究中, 文化被认为是话语之外的东西, 仅仅被当作事先预设的语境, 解释语篇的工具, 而非要研究的对象, 而施旭认为话语的根本属性是文化性, 并将“话语”重新表述为“文化话语”, 文化语境成了话语研究的重要方面。

在文化话语研究中, “话语是特定历史和文化关系中人们运用语言及其他手段和渠道所进行的具有某种目的和效果的社会交往活动。再简约点, 话语是社会交际事件/活动(这里‘事件’是单项的, ‘活动’是事件的集合体)” [1]。文化话语理论一方面对于主流的西方话语研究体系不足做出反思和回应, 另一方面顺应了国际社会多元化发展的需求和潮流, 因此其被国内外大批学者接受。在施旭的文化话语研究理论指导下, 中外学者针对多种类型的话语展开研究。第一, 新闻话语(袁周敏 [11]; 张卉、陈新仁、张秀芹 [12]); 第二, 公关话语(赵丹彤 [13]); 第三, 外交话语(李煜 [14]); 第四, 人工智能话语(施旭、别君华 [15]); 第五, 影视话语(别君华、周俐含 [16]); 第六, 节能话语(翁洁 [17]); 第七, 国防话语(赵晓燕 [18])等。

#### 3.2. 文化话语分析框架

文化话语研究把话语定义为在一定历史和文化关系中, 以语言(比如汉语)及媒介(比如媒体)使用为特

点的社会交际实践。作为社会实践的话语由六大要素组成: 1) 话语主体(参与话语的个体或团体、身份、地位、社会关系等); 2) 言语(“说的”)/行动(“做的”); 3) 媒介(媒体)/场域(时空选择); 4) 目的/效果(原因、后果); 5) 文化关系(思维、规则, 以及族或社群的权力关系); 6) 历史关系(以往相关话语的传承、排斥、创新关系) [19]。

在具体问题上, 研究者特别注重回答六方面的问题: 1) 谁(不)在说话? 具有怎样的身份、地位? 2) (没)说什么? 如何说的? 做了(什么)吗? 3) 是如何运用媒介的? 在怎样的场域中? 4) 由于什么? 为了什么? 产生怎样的影响? 5) 上述各项有什么样的历史关系? 6) 上述各项有什么样的文化关系? [19]。

### 3.3. 语料来源

China Daily 作为中国率先打入西方主流社会的重要媒体, 是海内外英文读者了解中国信息的重要来源, 其报道代表中国的权威发声, 担任着塑造国家形象的重要任务。本文作者在 China Daily 官网, 以 Canton Fair (广交会) 为标题检索关键词, 时间跨度为 2020 年 6 月到 2022 年 4 月, 即 127 届~131 届共 5 届报道, 剔除转载以及只提到“广交会”而无实质内容的文章后获得 33 篇报道, 共 14369 个单词, 自建语料库, 开展研究。其分布年份如表 1 所示。

Table 1. Yearly distribution of related news reports

表 1. 相关新闻报道的年份分布

届数	第 127 届	第 128 届	第 129 届	第 130 届	第 131 届
年份	2020 年		2021 年		2022 年
篇数	10	4	6	6	7

## 4. 研究问题

基于语料库, 本文对广交会对外宣传报道话语的各个要素一一展开研究, 以期回答以下问题:

- 1) 2020~2022 年, China Daily 对广交会的报道中话语主体有哪些?
- 2) 2020~2022 年 China Daily 对广交会的报道中, 主要报道了什么内容?
- 3) 反映了怎样的广交会文化和历史?

## 5. 研究与讨论

### 5.1. 话语主体

Table 2. Distribution of discursive subjects and their utterance times

表 2. 话语主体分布及发言次数统计

名称	广交会组织及成员				政府部门及成员		国内参展商			外国参会者			专家学者	其他	
	主办方	承办方	组委会	发言人	国家领导人	其他政府部门成员	外国展商	外国买家	外国商会组织	日报、报告、研究					
主体	10	2	5	1	2	4	13	3	8	4	11	3			
占比	18 (27.3%)				6 (9.1%)		13 (19.7%)			15 (22.7%)			11 (16.7%)		3 (4.5%)
合计	66 (100%)														
次数	34	3	9	24	14	4	39	4	20	5	20	3			
占比	70 (39.11%)				18 (10.06%)		39 (21.79%)			29 (16.20%)			20 (11.17%)		3 (1.67%)
合计	179 (100%)														

对 China Daily 2020~2022 年五届广交会报道中, 出现的各类话语主体分别进行统计, 重复出现的话语主体只记作 1 次, 并统计各话语主体发言次数, 结果如表 2 所示。

“话语主体是指在特定语境下运用语言符号生成意义的具体的人或社会组织形式(如媒体、单位、社团)” [10]。施旭认为话语主体是话语过程中最具创造活力的因素, 研究话语必须要研究说话人。社会学家欧文·戈夫曼在《框架分析: 经验组织论》中把“说话者”分为两类角色, 一类是委托人, 即把某种想要表达的立场和思想委托给他人的人; 一类是代言人, 即立场、思想的编码者, 具体指说话内容的撰写者。这么看来, 委托人才是真正的话语主体。在 China Daily 对广交会报道中, 委托人和代言人身份是分离的, 记者充当了编码者的角色, 他们通过直接或者间接方式引用委托人的话语, 这正是我们需要重点探究的。

从表 2 可以看出, 报道中引述的话语主体分为六大类, 12 小类。六大类包括展会组织及成员、政府部门、国内外参展企业及成员、专家学者这几种与广交会密切相关的机构或个人。“广交会组织及成员”作为广交会的组织者, 话语主体最为多样, 共 18 个不同的话语主体, 占比为 27.3%, 其发言次数也最多, 共 70 次, 占比 39.11%; 其次为“外国参会者”, 15 个话语主体, 占比 22.7%, 发言次数 29 次, 占比 16.20%; “国内参展商” 13 个话语主体, 占比 19.7%, 发言次数 39 次, 占比 21.79%; “专家学者”有 11 个话语主体, 占比 16.7%, 发言次数 20 次, 占比 11.17%; “政府部门及成员”, 6 个话语主体, 占比 9.1%, 发言次数 18 次, 占比 10.06%; 引用日报, 报告, 研究作为话语主体共 3 处, 占比 4.5%, 发言次数 3 次, 占比 1.67%。从中可以发现, 除“国内参展商”和“外国参会者”外, 其余分类话语主体越丰富, 主体发言次数越多, 虽然报道呈现的外国参会者话语主体比国内参展商更多, 但后者的发言次数比前者明显更多。

综合上述分析, China Daily 对广交会的新闻报道呈现的话语主体较多元, 其中包括彰显话语权威性的政府部门和专家学者, 体现话语公共性的参展组织和机构, 展现话语亲和力的参展个体。“加强中国特色对外话语体系建设需要形成‘以我为主’的多元主体共同参与的传播矩阵, 完整展示真实、立体、全面的中国形象, 增强新时代中国特色国际传播话语体系的创造力、感召力、公信力” [20]。China Daily 对广交会的新闻报道向世界传递广交会信息, 是中国对外话语体系中的一部分, 多元化的话语主体有利于呈现真实、立体、全面的中国广交会形象。

广交会每年两届, 每届举办时间 5 天、10 天、近一个月不等, 举办时间较短, 而新闻报道讲究时效性。China Daily 对广交会新闻报道选择的话语主体中代表政府组织和专家学者等权威、专业身份主体占比超 50%, 这能够在传播初期让读者更能接受报道的真实性, 起到好的传播效果。

## 5.2. 话语内容

笔者通过对不同话语主体表达的话语内容进行初步分析, 有以下几点发现: 1) 广交会组织及成员多通过列举统计数字的方式给读者提供广交会各个方面的信息(如表 3 所示)。

**Table 3.** Statistics on the utterance times of discursive subjects cited number

**表 3.** 话语主体列举数字发言次数统计

	主办方	承办方	组委会	发言人
话语数量	34	3	9	24
列举数字话语数量	12	3	4	9
占比	35.3%	100%	44.4%	37.5%

如“About 25,000 companies from home and abroad”、“Some 402 international companies from 32



countries and region”介绍参展商数量;有介绍参展商品数量和种类的话语内容,如“A total of 16 categories of goods ranging from consumer goods to machinery”、“About 950,000 items from sectors such as food, medicine, healthcare, sports, tourism and leisure”;有介绍官网浏览量和直播观看人次的内容,如“A total of 35.38 million visits”、“The average number of viewers per livestreaming rose by 28.6 percent over the previous session”;有与以往广交会展品数量作比较的话语内容,如“Which is 230,000 more than that of the previous session”、“Which is 290,000 more than that of the previous session”等。(2) 各类话语主体提供信息各不相同。其中,主办方介绍展会形式、目的、政策,以及线上办展的必要性、作用和效果,如:

[1] The 131st China Import and Export Fair, better known as the Canton Fair, will be held in online forms from April 15 to April 24, to boost global trade and China’s dual circulation development paradigm, the Ministry of Commerce announced on Thursday.

[2] “Online exhibitions at the Canton Fair are not only an inevitable requirement to comply with the development trend of the digital economy, but also a pragmatic choice to deal with the impact of the COVID-19 pandemic”, said Shu Jueting, a spokeswoman for the Ministry of Commerce.

例 1 中,商务部宣布了第 131 届广交会举办的具体时间,广交会的目的是促进全球贸易、加快构建“双循环”发展格局,即以国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的新发展格局。例 2 中,商务部发言人束钰婷说明了广交会线上办展的必要性,一是数字经济大背景下的新趋势,二是应对疫情蔓延的选择。承办方侧重介绍广交会总体成效和取得的进步,如:

[3] Wen Zhongliang, vice-secretary-general of the Canton Fair and deputy director of China Foreign Trade Centre, said the Canton Fair, with a history of 63 years, has brought together a large number of high-quality suppliers who assist exhibitors in both foreign trade and domestic sales.

[4] Apart from expanding the fair’s email languages from three to six this time around and introducing new services such as the China-Europe freight train service, seaborne shipping and cross-border e-commerce, the China Foreign Trade Center—one of the fair’s organizers—said there were 1.59 million exhibits available for sale to domestic buyers during the 131st Canton Fair.

例 3 中,在对第 128 届广交会的新闻报道中,中国对外贸易中心副主任文仲亮评价到拥有 63 年历史的广交会聚集了一大批高质量的供应商。例 4 中,中国对外贸易中心指出第 131 届广交会服务得到了改善,新增了邮件语种,增加了新的贸易服务项目。组委会则对参展内容做了进一步介绍,如:

[5] The Canton Fair this year, running from April 15 to 24 online, displays more than 3 million exhibits, including 950,000 new items, ranging from food, medicine and healthcare products, to sporting, tourism and leisure goods, toys, and office stationery, by Wednesday, according to the event’s organizing committee.

[6] In line with China’s development trend of livestreaming, an increasingly popular tool in the country’s digital marketing landscape, the fair, also known as the Canton Fair, will provide 24-hour live broadcasting platforms for exhibitors to better interact with the buyers throughout the world, said Li Jinqi, deputy director of the organizing committee of the Canton Fair.

例 5 用数字列举了参展商品的数量以及具体种类,例 6 介绍了广交会为展商提供全天候的直播平台。广交会发言人侧重于对广交会的评价,如:

[7] Based on the current situation, the online session can further exemplify the fair’s role as an all-round opening-up platform to maintain the smooth operation of industrial and supply chains of the country’s foreign trade, said Xu Bing, the fair’s spokesman.

例 7 中,广交会发言人徐兵指出线上广交会是中国对外贸易的一个全方位开放平台,维持产业链和

供应链协同发展。政府部门及成员这个话语主体重在肯定广交会的历史成就, 对其发展提出新的希冀, 并以广交会这一盛会重申中国发展对外贸易的态度, 如:

[8] Speaking with business leaders via video link from Beijing, Li said China will bolster imports of products that sell well in the domestic market and work together with different countries to contribute to the global economic recovery. China's decision to host the event online is an indicator of the country's firm resolve to expand opening-up and safeguard the security of international industry and supply chains, he said.

例 8 中, 国务院总理李克强指出, 广交会线上举办显示了中国不断扩大对外开放的决心, 这显示出中国积极参与经济全球化进程。国内展商和国外展商这两个话语主体主要是表达对参与线上广交会的直观感受。专家学者话语主体都是经济领域的专家, 话语内容大多都是结合中国以及全球的经济形势谈广交会及线上办展这一新模式, 如:

[9] As the COVID-19 pandemic has already cast a shadow over global trade, aviation, services and tourism, businesspeople are still unwilling or unable to travel overseas. China's exporters will have better access to the global market by showcasing their products online this time, said Sang Baichuan, an economics professor at the University of International Business and Economics in Beijing.

例 9 中, 专家指出疫情影响社会发展方方面面, 在不能出国的情况下, 线上广交会为中国出口商找到了一条新出路。

另外, 通过对 33 篇新闻报道的标题和正文高频词进行检索, 发现报道关注广交会线上办展、线上线下融合办展的新模式。“一般认为, 一定时段内某个主题词在某领域文献中反复出现, 则表明该词所表征的主题为该领域在相应时段内的研究热点和关注点, 所以词频分析是重要的手段” [21]。在对标题和正文的高频实词进行检索后选取前 20, 发现“canton”、“fair”、“online”、“China”、“trade”、“new”“global”是共同高频词, 且“online”在标题高频词中排第三, 位居“canton”、“fair”之后, 在正文高频词中排第四, 位居“fair”、“trade”、“China”之后。除去“canton”、“fair”、“trade”、“China”这几个与广交会本身密切相关的词外, “online”(正文出现 140 次)谈论线上办展有关内容, “new”(正文出现 60 次)谈论线上办展或线上线下融合新模式、新产品、新机遇, “global”(正文出现 62 次)则谈到广交会线上办展对稳定全球贸易的作用, 如例 10~11:

[10] This session of Canton Fair, featuring both online and offline events, showcased the vitality and resilience of China's foreign trade, said Xu Bing.

[11] Gao Feng, the ministry's spokesman, said the 10-day online event will help unblock the industrial and supply chains of the country's foreign trade and support the global economic recovery.

例 10 中, 线上线下融合新模式展现中国外贸的活力和韧性, 因为线上办展能突破时空限制吸引外商, 开拓国际市场, 线下鼓励国内展商参展, 挖掘国内市场。例 11 说到广交会线上办展助力全球经济复苏。

综上所述, China Daily 聚焦广交会线上办展这一新模式, 各话语主体提供侧重点不同的信息并对广交会做出积极、正面评价, 让读者形成对广交会较为全面的认识。

### 5.3. 话语的历史和文化关系

China Daily 对广交会的报道体现了中国传统的“和”文化。在中国国际友好大会暨中国人民对外友好协会成立 60 周年纪念活动上的重要讲话中, 习近平总书记指出, “中华文化崇尚和谐, 中国‘和’文化源远流长, 蕴涵着天人合一的宇宙观、协和万邦的国际观、和而不同的社会观、人心和善的道德观” [22]。其中, “协和万邦”出自《尚书·虞书·尧典》, 原文为“克明俊德, 以亲九族。九族既睦, 平章百姓。百姓昭明, 协和万邦”。这种和平、和谐、合作的中华文化精神和传统在广交会上中国与其他国家开展

经贸往来中仍熠熠生辉。

[12] China's oldest and largest trade fair is bracing for a new form of "cloud exhibition" from June 15 to 24 as part of efforts to stabilize global supply and industrial chains amid uncertainties in global trade due to the novel coronavirus pandemic.

[13] Since its inception in 1957, the fair, which was renamed China Import and Export Fair in 2007, has been embracing the trend of digital development, and the exhibition mode has thus made progress from face-to-face to screen-to-screen, and then to online-offline integration.

[14] Organizers of the China Import and Export Fair, better known as the Canton Fair, have expanded their foreign trade networks by reaching agreements with more industry and commercial organizations from countries and regions participating in the Belt and Road Initiative and member states of the Regional Comprehensive Economic Partnership.

例 12 和 13 中, 描述广交会顺应数字化发展云办展, 为新冠疫情期间维护全球产业链、供应链稳定贡献了一份力量。和谐共生是协和万邦的国际观的基本内涵之一。在经济全球化的大时代背景下, 中国顺应数字化发展潮流, 在应对人类共同面临的疫情风险和挑战时, 做出了线上办展的正确选择。线上办展, 让国内外商家足不出户就能“买全球, 卖全球”, 国内外商家在线看商品、谈订单, 这在一定程度上降低了病毒的传播并减少了疫情对国内外外贸企业的打击。例 14 中, 广交会积极开拓“一带一路”沿线国家和区域全面经济伙伴关系协定国家的市场。中国与合作国家本着互利互惠、共同发展的理念, 利用广交会平台积极开展外贸往来, 推动经济全球化朝着更加开放、包容、普惠、平衡、共赢的方向发展。这些信息都透露着中国在广交会这个对外贸易平台上践行着协和万邦的国际观, 与世界各国一道应对全球性风险挑战, 开展全球性合作, 构建命运共同体, 为世界经济发展贡献中国智慧和方案。

[15] The fair has provided a platform to enterprises from poor regions to show their products online to global purchasing agents, instead of bringing products to the exhibition hall, saving a lot of manpower and material resources.

[16] This year, the number of exhibitors from poor regions increased 62.3 percent year-on-year, driven by a series of new measures including fully open applications and encouraging people to join the fair, with no exhibition charge, help to attract online audiences, as well as training people in online sales skills.

例 15 和 16 中, 线上广交会节省了贫困地区企业的展出成本费用, 并且展会为贫困地区企业的参与创造了便利的条件, 包括免参展费、帮助吸引客流、线上销售培训等。广交会扶贫是重要商务扶贫举措之一, 此举开阔了贫困地区企业的眼界, 坚定了它们走出去的决心。这显示了广交会践行了人心和善的道德观, 这是中国“和”文化的内涵之一。

此外, 对 China Daily 广交会新闻报道进行历史追溯, 研究者发现, 2004 年~2019 年广交会话语主体比 2020~2022 年话语主体多了“群众”一类, 其中包括出租车司机、大学生。2020 年以前, 广交会线下办展会带动展址周边服务业的发展, 还有线下翻译的需求, 这解释了以往话语中出现了出租车司机、现场寻找翻译工作的大学生群体。对比 2004~2019 年和 2020~2022 年报道正文高频词, 最显著的特点就是疫情后新闻报道对线上办展这一新模式的聚焦。

## 6. 结语

本文以文化话语研究框架为指导, 从话语主体、话语内容、话语历史和文化关系几个维度研究了 China Daily 对 127 届~131 届五届广交会的新闻报道。研究发现, 报道中的话语主体主要有五大类, 分别为: 广交会组织及成员、政府部门及成员、国内参展商、外国参会者、专家学者, 其中代表政府发声的群体(广



交会组织及成员、政府部门及成员)比重最大, 话语主体呈现权威性, 这在报道初期能够起到良好的宣传效果。在话语内容方面, 五大类话语主体从不同方面为读者提供信息, 呈现了较为全面且积极的广交会信息。其中, 主办方、承办方、组委会、发言人多用列举数字的方式为读者提供广交会展商数量、商品数量等方面的信息。在历史文化关系方面, 广交会在疫情期间因势而变线上办展, 在国际上加强与“一带一路”沿线国家和区域全面经济伙伴关系协定国家的合作, 互利互惠、合作共赢; 在国内帮扶贫困地区企业, 助力企业走出去, 这体现了中国传统的“和”文化中协和万邦的国际观、人心和善的道德观。此外, 追溯 China Daily 对广交会报道话语主体和话语内容的历史变化, 疫情前存在“群众”这一话语主体, 疫情后话语内容关注线上办展这一新模式。本研究丰富了从语言学角度对广交会的研究, 首次从中国学者提出的文化话语研究视角来研究植根中国本土、具有中国特色的广交会, 从话语角度对广交会的对外传播实践进行了探索, 具有一定启示。

## 项目基金

甘肃省教育厅教改项目“多元文化视角下的大学英语混合式教学研究”(Y201901)。

## 参考文献

- [1] 施旭. 什么是话语研究[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2017.
- [2] 李薇. 文化兴展: 广州城市文化资本对广交会品牌建设的启示[J]. 上海城市管理, 2018, 27(1): 68-72.
- [3] 李敏仪, 吴达, 林静嫻, 何秀媚, 颜佳欣. 新冠疫情背景下会展业的双线协同发展新模式研究——以第 127 届广交会为例[J]. 商展经济, 2022(5): 9-11.
- [4] 陈俊伟, 何文静. 人际语用学视角下外语专业实践教学改革探微——以广交会实践教学中的评价为例[J]. 黑河学刊, 2021(5): 55-63.
- [5] 孟子敏, 郑铭瑜. 大型展览会境外采购商酒店选择影响因素研究——以广交会为例[J]. 统计与管理, 2019(9): 99-103.
- [6] 欧阳湘. 从广交会看中国共产党的对外宣传工作——以党的十一届三中全会以前为中心的历史考察[J]. 特区经济, 2021(7): 11-14.
- [7] Malinowski, B. (1923) *The Problem of Meaning in Primitive Language*. In: Ogden, C.K. and Richards, I.A., Eds., *The Meaning of Meaning*, K. Paul, Trend, Trubner, London, 296-336.
- [8] 高生文. 语境视角下的翻译研究——理雅各和辜鸿铭《论语》英译比较[M]. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2016.
- [9] 朱永生. 语境动态研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- [10] 施旭. 文化话语研究——探索中国的理论、方法与问题[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010.
- [11] 袁周敏. 南京城市形象的话语建构[J]. 外国语言文学, 2018, 35(1): 53-67.
- [12] 张卉, 陈新仁, 张秀芹. 突发公共卫生事件中的政府形象建构——以政务微信“南京发布”为例[J]. 浙江外国语学院学报, 2021(3): 51-55.
- [13] 赵丹彤. 文化话语视域下的企业危机公关——以恒天然 2013 年“肉毒杆菌”事件的网络危机公关为例[J]. 中国外语, 2018, 15(6): 60-65.
- [14] 李煜. 生态旅游文化话语研究——以安徽省为例[J]. 重庆工商大学学报(社会科学版), 2019, 36(6): 76-84.
- [15] 施旭, 别君华. 人工智能的文化转向与全球智能话语体系的构建[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(5): 13-18.
- [16] 别君华, 周俐含. 后全球化语境下影视安全话语的文化性探析[J]. 教育传媒研究, 2020(1): 93-96.
- [17] 翁洁. 文化话语研究视角下的节能话语研究[J]. 浙江外国语学院学报, 2021(1): 45-50.
- [18] 赵晓燕. 中国国防战略的对外传播——文化话语研究视野下的中国国防白皮书[J]. 杭州师范大学学报(社会科学版), 2021, 43(1): 130-136.
- [19] 施旭. 文化视野下的话语研究[J]. 浙江外国语学院学报, 2021(1): 38-44.

- [20] 曾祥敏, 汤璇, 白晓晴. 从战略高度加强中国对外话语体系建设[N]. 光明日报, 2021-11-19(006).
- [21] 王勋鸿. 几种高频词阈值计算方法的实证研究——以国内高校信息素养教育研究数据为例[J]. 晋图学刊, 2022: 1-17.
- [22] 中国政府网. 习近平在中国国际友好大会暨中国人民对外友好协会成立 60 周年纪念活动上的讲话[EB/OL]. [http://www.gov.cn/xinwen/2014-05/15/content\\_2680312.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2014-05/15/content_2680312.htm), 2014-05-15.