

# 中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语对比研究

——以《中国日报》和《纽约时报》为例

罗鹏蓉

上海海事大学外国语学院, 上海

收稿日期: 2023年7月19日; 录用日期: 2023年8月24日; 发布日期: 2023年9月1日

## 摘要

本文基于Hyland元话语理论, 以《中国日报》和《纽约时报》关于新冠疫情公共危机的报道为语料, 运用分析工具UAM Corpus Tool 3.0进行对比分析, 总结其元话语特征, 并据此对当前中西方主流媒体关于公共危机话语互动式元话语的特征进行解析。从元话语的总体分布来看, 《纽约时报》公共危机话语互动式元话语的使用频次远高于《中国日报》公共危机话语互动式元话语, 表明互动式元话语在西方主流媒体的公共危机话语中较为广泛的运用。中西方主流媒体公共危机话语均频繁使用介入标记语, 较少使用态度标记语, 使公众参与到自己的话语中, 形成良好的人际关系, 塑造说话者在听众心目中的形象, 提高领导者在公众心目中的可信度。此外, 模糊语, 增强语、自我提及语在《中国日报》和《纽约时报》中的使用存在显著性差异, 说明中西方主流媒体公共危机话语作为较权威的话语, 均呈现出建议、呼吁、拉近距离的特点, 用词准确, 旨在公平公正地陈述客观事实, 全面有效地化解危机。

## 关键词

元话语, 危机话语, 互动式元话语, 引导式元话语

# A Comparative Study of Interactional Metadiscourse on Public Crisis Discourse in Chinese and Western Mainstream Media

—Taking China Daily and New York Times as an Example

Pengrong Luo

College of Foreign Languages, Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Jul. 19<sup>th</sup>, 2023; accepted: Aug. 24<sup>th</sup>, 2023; published: Sep. 1<sup>st</sup>, 2023

## Abstract

Based on Hyland's metadiscourse theory, this paper takes the reports of China Daily and The New York Times on the public crisis epidemic as the corpus, uses the analytical tool UAM Corpus Tool 3.0 to conduct a comparative analysis to summarize their metadiscourse features, and accordingly analyzes the features of the interactive metadiscourse in the current mainstream media of China and the West on the discourse of public crisis. In terms of the overall distribution of metadiscourse, the frequency of interactive metadiscourse in public crisis discourse of The New York Times is much higher than that of interactive metadiscourse in public crisis discourse of China Daily, indicating that interactive metadiscourse is more widely utilized in the public crisis discourse of Western mainstream media. Both Chinese and Western mainstream media public crisis discourse frequently use intervention markers and less frequently use attitude markers to involve the public in their discourse, form good interpersonal relationships, shape the speaker's image in the listener's mind, and improve the credibility of the leader in the public's mind. In addition, there is a significant difference in the use of hedges, boosters, and self-mentions in China Daily and The New York Times, indicating that the public crisis discourse of mainstream media in China and the West, as a more authoritative discourse, is characterized by suggestions, appeals, and bringing people closer together, with accurate wordings aimed at stating the objective facts fairly and impartially, and comprehensively and effectively resolving the crisis.

## Keywords

Metadiscourse, Crisis Discourse, Interactive Metadiscourse, Interactional Metadiscourse

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

个人、组织或集体为应对危机解决危机所发出的话语为危机话语。危机的发生不仅对社会、政治、经济产生影响，也与危机话语的使用紧密关联。在发生重大突发公共卫生危机事件时，主流媒体的危机话语代表了一个国家应对危机的举措，影响着危机的发展走向。2020年，新冠肺炎疫情危及全球，世界卫生组织将新冠肺炎疫情列为国际关注的突发公共卫生事件，疫情使多个国家陷入经济和社会的多重危机之中。然而，目前从元话语理论角度进行公共危机话语的研究仍在少数。因此，本文将对对比分析中西方主流媒体对新冠疫情公共危机的新闻报道中元话语总体分布情况及其使用特点，并据此对当前中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语特征进行解析。

## 2. 理论基础

“元话语”最早是由美国语言学家 Harris 提出。Harris (1970) [1]认为，文本中存在具有组织篇章结构、实现文本信息转换功能的语言结构，这为后来元话语的提出奠定了基础。1981年美国学者 Williams 明确使用“元话语”(metadiscourse)这一术语，并将其定义为不受主题影响的话语中的话语(discourse of discourse)。此后，元话语在语言学领域得到了普遍接受和深入研究。Kopple (1985) [2]认为，元话语是引导读者进行文本分类、解读和互动的话语。Hyland & Tse (2004) [3]提出，元话语具有明确和组织文本、

并在一定语境下使作者与读者沟通交流、表达观点态度的功能。Hyland (2005) [4]从功能角度出发, 强调语篇的社会互动性, 认为元话语不仅具有组织篇章的功能, 更重要的是, 还可以用于表达作者对命题内容和读者的立场, 具有建立作者与读者之间互动关系的人际功能。该定义能够全方位考察语篇及语篇的构建过程, 能够充分体现语篇作者与读者之间的互动, 展示语篇社会性的本质。因此, 该模式为当前大多数研究者所接受。

元话语的分类主要有三种: Vande Kopple (1985) [2]、Crismore 等(1993) [5]和 Hyland (2005) [4]。本文将采用 Hyland (2005)的分类框架。Hyland (2005) [4]将元话语划分为交际式(interactive)和互动式(interactional)两大类。具体来看, 交际式元话语指通过建构语篇内部逻辑关系来连贯语篇层次结构和引导读者理解文本的话语, 包括过渡标记、语码注释、言据标记、框架标记和回指标记五个子类。互动式元话语指通过对语篇的介入或评价针对观点态度进行“发声”, 引导读者对文本进行思考, 从而实现互动的对话[5], 其包括模糊语、增强语、态度标记语、自我指称语和介入标记语五个子类。Hyland 的分类方法结合了 Vande Kopple 和 Crismore 分类的优点, 进一步拓展了人际元话语的范围, 强调作者与读者之间的互动关系以及元话语的社会功能。因此本研究采取 Hyland 提出的元话语分类框架(见表 1)。

**Table 1.** Hyland's interpersonal model of metadiscourse

**表 1.** Hyland 人际元话语模型

	Category	Function	Examples
	Transitions	Express the relations between the main clauses	In addition, but, and, thus
	Frame markers	Refer to discourse acts, sequences or stages	Finally, to conclude, ...noted that
Interactive	Endophoric markers	Refer to information on other parts of the text	Noted above, see figure
	Evidentials	Refer to information in other texts	According to, state
	Code Glosses	Elaborate propositional meaning	Namely, such as, on other words
	Hedges	Withhold commitment and open dialogue	Might, perhaps, possible
	Boosters	Emphasize certainty and close dialogue	In fact, definitely, it is clear that
Interactional	Attitude markers	Express reference to the authors	Unfortunately, surprisingly, agree
	Self-mentions	Explicit references to the authors	I, me, my, our, we
	Engagement markers	Explicitly build relationship with readers	Note, consider, you can see that

### 3. 文献综述

#### 3.1. 元话语相关研究

元话语理论在发展初期, 主要关注学术写作的结构层次及其人际功能[6] [7] [8]。Hyland (1998)从修辞角度分析了元话语的语用意义。随着相关研究的深入, 国内外学者对元话语研究的内容和方法等不断发展, 分析了政治语篇、新闻报道、期刊论文以及学位论文中元话语的使用情况[9] [10] [11]。此外, 元话语研究也涉及到课堂教学、商务谈判、翻译等领域的元话语运行机制和人际互动[12] [13] [14]。

由此可以看出, 元话语研究从最初的学术写作领域发展到应用于多个语篇领域, 但其研究关注的都是元话语的篇章组织功能和人际互动功能。但目前, 针对危机话语主题的元话语研究还相对较少。仅有 Fuoli (2013) [15]基于元话语的概念, 采用语料库的方法对危机情境下商务信函的话语使用进行了探析。国内对于危机话语领域中的元话语研究还有待补充。为此, 本文通过对比分析中西方媒体危机情境下语

篇中危机元话语的使用，探析中西方主流媒体危机话语的异同及其特点。

### 3.2. 危机话语相关研究

早期的危机话语研究均集中在管理、传播及公共关系领域。随着这些领域研究的不断深入，许多学者意识到话语在危机管理中的重要作用，进而开始对危机主体产生的话语开展研究[16]。胡范铸(2002)[17]从语用学视角出发，探究了危机事件在特定语境下所产生的语言行为。樊小玲(2013)[18]从修辞学角度出发，分析了危机话语中的修辞策略以及危机话语对国家形象建构带来的影响。丁建新、秦勇(2013)[19]进行了危机话语中政治因素的批评话语分析研究。当前从元话语理论进行公共危机话语的研究仍为少数。因此，本文将对比分析中西方主流媒体新冠疫情新闻报道中的危机元话语总体分布情况及其使用特点，并据此对当前中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语特征进行解析。

## 4. 研究方法

### 4.1. 研究问题

研究以 Hyland 人际元话语模型为理论基础，以《中国日报》和《纽约时报》为研究对象，选取其关于新冠疫情公共危机的新闻语篇为语料，揭示中外主流媒体公共危机话语互动式元话语的使用规律，主要探究中外主流媒体公共危机中互动式元话语的总体分布情况是什么，存在哪些相似与差异，以及中外主流媒体公共危机中互动式元话语的使用有何特点。

### 4.2. 语料来源与分析

研究选取 2021 年初至 2022 年末间的《中国日报》和《纽约时报》新冠疫情新闻报告各 30 篇为研究语料(见表 2)，采用定性定量相结合的方法，依据 Hyland (2005) [4]的人际元话语模型，运用语料库分析工具 UAM Corpus Tool 3.0，对自建的语料库进行检索并标注，定量分析各类互动式元话语出现的频次及占比，运用卡方检验进行元话语使用的显著性检验，在此基础上进行定性分析，总结中外主流媒体危机话语的互动式元话语特点，并据此对当前中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语特征进行解析。

Table 2. The size of two corpora

表 2. 中西方主流媒体公共危机话语语料库总量

语料库	语篇	总词数
China Daily	30	30,602
New York Times	30	32,393
合计	60	62,995

## 5. 结果与讨论

### 5.1. 元话语总体分布

由表 3 可见，中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语在总体分布上存在差异。《纽约时报》公共危机话语语料中，引导式元话语共出现 1180 次，互动式元话语共出现 1451 次，《中国日报》公共危机话语语料中，引导式元话语共出现 485 次，互动式元话语共出现 876 次。《纽约时报》公共危机话语的元话语使用频次远高于《中国日报》，这说明元话语在西方媒体公共危机话语中得到了较为广泛的运用。

**Table 3.** The distribution of metadiscourse in public crisis discourse between *New York Times* and *China Daily*  
**表 3.** 中西方主流媒体公共危机话语元话语总体分布情况

	New York Times		China Daily	
	频次	比率(%)	频次	比率(%)
引导式	1180	44.8%	485	35.6%
互动式	1451	55.2%	876	64.4%
合计	2631	100%	1361	100%

表 4 显示,《纽约时报》公共危机话语语料中,介入标记语是使用频率最高的互动式元话语,共出现 529 次,出现频次占互动式元话语总频次的 36.5%。自我指称语是互动式元话语使用频次最少,仅占总频次的 4.5%。其他类型的互动式元话语使用频次占比从高到低依次为模糊语(27.2%)、增强语(27.0%)和态度标记语(4.8%)。介入标记语同样也是《中国日报》公共危机话语语料中使用频率最高的互动式元话语,共出现 441 次,占互动式元话语总频次的 50.3%。自我指称语是互动式元话语中使用频率最少,仅占互动式元话语总频次的 2.3%。其他类型互动式元话语使用频次占比从高到低依次为模糊语(30.9%)、增强语(10.3%)和态度标记语(6.2%)。

**Table 4.** Comparison of interactional metadiscourse distribution in public crisis discourse between *New York Times* and *China Daily*

**表 4.** 中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语分布对比

分布对比	New York Times		China Daily	
	频次	比率(%)	频次	比率(%)
介入标记语	529	36.5	441	50.3
模糊语	395	27.2	271	30.9
增强语	392	27.0	90	10.3
态度标记语	70	4.8	54	6.2
自我指称语	65	4.5	20	2.3
总计	1451	100	876	100

## 5.2. 互动式元话语对比分析

**Table 5.** The distribution of engagement markers in *China Daily*

**表 5.** 《中国日报》中介入标记语分布情况

	频次	比率(%)
中国	112	13.3%
我们	54	6.4%
中方	4	0.5%
中国人民	5	0.6%

介入标记语指说话人引导受众参与到语篇建构的过程中,增加听众与说话者人际互动和交流。从表 4 可以得出中西方主流媒体互动式元话语中介入标记语的使用频次均较高。《中国日报》中使用频率最多的介入标记语有 4 种,分别是“中国”“我们”“中方”和“中国人民”,分别出现 112 次、

54次、4次和5次，占互动式元话语的13.3%、6.4%、0.5%和0.6%，如表5所示。

“中国”“我们”等词不仅代表一个国家，也代表全体中国人民。作者通过这种方式，拉近与读者之间的距离，在读者心中产生共鸣，即所有中国人都为抗击疫情做出了贡献。例如：

(1) 他表示，只要新冠疫情一天不结束，中方开展抗疫国际合作的步伐就不会停歇，我们的努力和贡献就会继续……

《纽约时报》中使用频率最多的介入标记语有4种，分别是“we”，“you”，“people”和“our”。分别出现89次、49次、44次和21次。分别占互动式元话语的16.8%、9.2%、8.3%和3.9%，见表6。“We”出现的次数最多，使用“we”可以使读者更容易接受这一观点，这样读者就会觉得健康是由自己控制的，他们有权利为自己的健康、民主和人权而斗争。例如：

(2) *The good news in all of this is that we can take control of our health and that, together, we have the power to unite and fight back for our health, democracy, and freedom.*

**Table 6.** The distribution of engagement markers in New York Times

**表 6.** 《纽约时报》中介入标记语分布情况

	频次	比率(%)
we	89	16.8%
you	49	9.2%
people	44	8.3%
our	21	3.9%

模糊限制语指通过模糊的推测语气来表达信息的主观性、激发更多观点，为说话者与听众提高更多交流的空间。数据显示，《中国日报》中使用频率最多的模糊限制语有4种，分别是“可能”“多”“数”和“近”，分别出现13次、11次、9次和8次，占互动式元话语的1.5%、1.3%、1.0%和0.9%。其中“可能”是使用频率最高的。从例句中可以知道“可能”一词用来表达一种可能性，中国对疫情公共危机的负责。当疫情在中国被首次发现时，中国在第一时间采取行动，与世界各地合作。虽然疫情尚不确定，但中国的态度仍然是严谨的。例如：

(3) 之后，新冠肺炎病例的发现按流程逐级上报，中国疾控中心已通知世界卫生组织可能存在一种新型冠状病毒。

《纽约时报》中使用频率最多的模糊限制语有4种，分别是“more than”，“about”，“may”和“likely”。分别出现39次、33次、28次和23次。分别占互动式元话语的2.9%、2.3%、1.9%和1.6%。“more than”的比例最高，从例句可以得知，当这两个词出现在数字前面时，数字没有必要精确表达，当作者用近似的数字来表达时，读者就可以得到大意。因此，通过使用近似数字就可以达到作者的目的。例如：

(4) *At Houston Methodist, where force more than 26,000 people, the hospital said that there had been little lasting effect on its ability to hire people.*

增强语通过加强语气来表示作者对某一观点的确定性，增强说话者所表达内容的可信度。如中文中的“一定”“坚决”，英文中的“obviously”、“clearly”等。作者不仅可以在自己和观点之间建立合作关系，还可以在作者和读者之间建立合作关系。《中国日报》中使用频率最多的增强语分别是“一定”“坚决”“全力”“坚持”等，从例句(5)中，可以看出“一定”一词可以用来表达人民抗击疫情的决心。

更重要的是，发言人在这句话中不仅表明了国家的决心，也表明了全体人民的决心。我们通过自己的行动，最终赢得斗争的胜利。

(5) *从源头防控，进行科学防治，我们就一定能打赢这场疫情防控阻击战！*

《纽约时报》中使用频率最多的模糊限制语有4种，分别是“very”，“really”，“fully”和“highly”。分别出现30次、17次、13次和9次。分别占互动式元话语的2.1%、1.2%、0.9%和0.6%。从例句(6)中可以看出，“very”一词用来表达说话人情感的强烈程度，增强神秘的感觉。

(6) *“It was very weird, because that was a place I went to so much when I was younger to have fun and be with people, and now I was going to get a vaccination for a global pandemic.” Myles said.*

态度标记语指通过说话者的态度来体现其对所表达内容的认可，是说话人对语篇内容的显性评价。数据表明，《中国日报》中使用频率最多的态度标记语分别是“相信”“坚信”“愿意”等，《纽约时报》中使用频率最多的态度标记语分别是“believe”，“agree”，“important”等。从例(7)中，可以知道研究者对规则的态度是赞同的，人们对规则的看法也是积极的。

(7) *Most researchers now believe that the coronavirus is mostly transmitted through large drop-lets that quickly sink to the floor and through much smaller ones.*

自我指称语通过第一人称代词及其变化形式来建构说话者的形象，具有良好的互动功能。数据表明，自我指称语是中西方主流媒体公共危机话语中使用频次最低的互动式元话语，其表现形式有中“I”“me”“my”“we”“us”“our”“我”“我们”等。值得注意的是，两个语料中的自我指称语大多以第一人称复数“we”，“我们”的形式出现。代词“we”，“我们”的使用，说明说话者在努力淡化个人因素，加大叙述的客观性。同时说明领导者使公众参与到自己的话语中，参与到各项工作的实现中，形成良好的人际互动。

### 5.3. 中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语特征

从中西方主流媒体公共危机话语元话语的总体分布来看，《中国日报》和《纽约时报》都使用了更多的互动式元话语而非引导式元话语。在两个语料库中，互动式元话语出现的频率高于引导式元话语。这主要是因为无论是《中国日报》还是《纽约时报》，均通过书面形式将新闻时事发布，得以广泛传播。此外，新闻时事尤其公共危机事件的报道，更加注重与受众和媒体的互动，进而拉近与受众或媒体的距离，最终使受众或媒体认同其发布的报道。

从中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语子类来看，态度标记语在两个语料库中出现的频率均比较低，而介入标记语出现的频率最高。原因在于，《中国日报》和《纽约时报》都是由新闻发言人在现场发布的，发言人需要通过介入标记，对受众的思想产生较高的影响力，以获得良好的效果，使受众易于接受发言人发布的理念，对其产生认同感。而态度标记语使用频率较少的原因在于，《中国日报》和《纽约时报》都属于官方报道。官方报道的特点是准确性和非个人化，在报道新闻时事时必须正式，避免个人化的观点，因此较少使用态度标记语。互动式元话语在《中国日报》中出现876次，在《纽约时报》中出现1451次。显然，《纽约时报》中元话语的出现频率远高于《中国日报》中元话语的出现频率。此外，根据卡方检验可知(表7)，态度标记语和介入标记语在《中国日报》和《纽约时报》中的使用存在差异( $p > 0.05$ )，原因在于汉语注重意义，依靠逻辑关系和语义关系实现意义的连贯，而不是显性的连贯手段。而英语注重形式，依靠显性连贯手段将句子连接起来表达逻辑和语义关系。模糊语、自我提及语在《中国日报》和《纽约时报》中的使用则存在显著性差异( $p < 0.001$ )。汉语思维注重内在的整体性、主体性，而西方哲学强调的是“天人合一”的思想，注重的是客观抽象的逻辑关系。因此，英汉思维方式的差异将影响互动式元话语在公告危机话语中的使用。

**Table 7.** Differences in interactional metadiscourse distribution of public crisis discourse between *New York Times* and *China Daily***表 7.** 中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语分布差异

	New York Times	China Daily	P
	frequency 1	frequency 2	
介入标记语	524	441	0.071
模糊语	395	271	0.000***
增强语	392	90	0.000***
态度标记语	75	54	0.126
自我指称语	65	20	0.000***

(The asterisks (\*) indicate significance level).

## 6. 结论

本文基于 Hyland 人际元话语模型，以《中国日报》和《纽约时报》新冠疫情新闻报告为语料，运用分析工具 UAM Corpus Tool 3.0 对自建语料进行对比分析，总结其元话语特征，并据此对当前中西方主流媒体关于公共危机话语互动式元话语的特征进行解析。

从中西方主流媒体公共危机话语互动式元话语的总体分布来看，《纽约时报》公共危机话语互动式元话语的使用频次远高于《中国日报》公共危机话语互动式元话语，这表明互动式元话语在西方主流媒体的公共危机话语中得到了较为广泛的运用。此外，中西方主流媒体公共危机话语均频繁使用介入标记语，使公众参与到自己的话语中，形成良好的人际关系，塑造说话者在听众心目中的形象，提高领导者在公众心目中的可信度。而态度标记语在两个语料库中出现的频率均比较低，且模糊语、增强语、自我提及语在《中国日报》和《纽约时报》中的使用存在显著性差异，说明中西方主流媒体公共危机话语作为较权威的话语，用词准确，旨在公平公正地陈述客观事实。中西方主流媒体公共危机话语均呈现出建议、呼吁、拉近距离的特点。发言人在报道危机事件时，通过使用互动式元话语来表达自己的建议，呼吁受众采纳建议。此外，当发言人报道危机事件时，不仅需要表达主要观点，还需使报道更容易实现。因此，需要拉近受众与记者之间的距离，使报道更容易实现。中西方主流媒体公共危机话语特征体现了对事实的客观陈述，全面有效地化解危机。

## 参考文献

- [1] Harris, Z. (1970) Linguistic Transformations for Information Retrieval. In: Harris, Z.S., Ed., *Papers in Structural and Transformational Linguistics*, Springer, Dordrecht, 458-471. [https://doi.org/10.1007/978-94-017-6059-1\\_24](https://doi.org/10.1007/978-94-017-6059-1_24)
- [2] Vande Kopple, W.J. (1985) Some Exploratory Discourse Onmetadiscourse. *College Composition and Communication*, **36**, 82-93. <https://doi.org/10.2307/357609>
- [3] Hyland, K. and Tse, P. (2004) Metadiscourse in Academic Writing: A Reappraisal. *Applied Linguistics*, **25**, 156-177. <https://doi.org/10.1093/applin/25.2.156>
- [4] Hyland, K. (2005) *Metadiscourse*. Continuum, London, 47-50.
- [5] Crismore, A., Markkanen, R. and Steffensen, M.S. (1993) Metadiscourse in Persuasive Writing: A Study of Texts Written by American and Finnish University Students. *Written Communication*, **10**, 39-71. <https://doi.org/10.1177/0741088393010001002>
- [6] Hyland, K. (2000) *Disciplinary Discourses: Social Interactions in Academic Writing*. Longman, London, 271-273.
- [7] Williams, J.M. (1981) *Style: Ten Lessons in Clarity & Grace*. Scott Foresman, Glenview, 46-48.
- [8] Hyland, K. (1998) Persuasion and Context: The Pragmatics of Academic Metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, **30**, 437-455. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(98\)00009-5](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(98)00009-5)



- 
- [9] 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.
- [10] 鲁英. 政治语篇中的人际元话语研究——以 2012 年《国务院政府工作报告》为个案[J]. 外语学刊, 2012(5): 52-55.
- [11] 谢君. 国内外高校网站首页校长欢迎辞语类的元话语对比分析[J]. 北京第二外国语学院学报, 2011, 33(6): 25-30.
- [12] 伍小君. 元话语翻译中的译者主体性研究[J]. 外语学刊, 2014(6): 7-10.
- [13] 谢群. 商务谈判中的元话语研究——商务话语研究系列之一[J]. 外语研究, 2012(4): 19-23.
- [14] 闫涛, 张丽云. 基于语料库的高校英语教师课堂元话语多维功能机制研究[J]. 解放军外国语学院学报, 2013, 36(2): 59-64.
- [15] Fuoli, M. (2013) Negotiating Trust during a Corporate Crisis: A Corpus-Assisted Discourse Analysis of CEOs' Public Letters after the Gulf of Mexico Oil Spill. Applications and Implications, Santiago de Compostela, 147-148.
- [16] 张季树, 王雪玉. 社会危机语境下的美国总统语用身份建构[J]. 东南传播, 2017(1): 30-33.
- [17] 胡范铸. 突发危机管理的一个语用学分析——兼论语言学的研究视界[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2002, 34(6): 51-57.
- [18] 樊小玲. 国家形象修辞中的核心话语和支持性话语——基于 H7N9 与 SARS 时期官方媒体报道的分析[J]. 当代修辞学, 2013(4): 10-18.
- [19] 丁建新, 秦勇. 社会认知批评话语分析中的非政治化和突生结构——以龙卷风 Sandy 新闻报道为例[J]. 外语研究, 2013(2): 8-13.