

# 中美企业社会责任报告的语料库短语学研究

胡春雨<sup>1</sup> 周芷伊<sup>2</sup>

(1. 广东外语外贸大学, 广东 广州 510420; 2. 北京语言大学, 北京 100083)

**摘要:**企业社会责任报告是通过建立和维护良好的身份和正面形象来赢得利益相关者支持和信任的战略工具。基于自建语料库,分析中美企业CSR报告中董事长致辞的短语特征,发现中美企业CSR报告董事长致辞在短语使用上存在较大的差异:结构上,中企具有更高的名词化短语倾向,而美企具有更高的动词短语倾向;功能上,中企呈现出更强的信息传递性,而美企呈现出更强的互动性。这些差异主要缘于中美企业的文化差异以及CSR报告写作者的语域意识差异。

**关键词:**语料库短语学;N元分析;语域分析;企业社会责任报告;企业身份

中图分类号:H052 文献标志码:A 文章编号:1674-6414(2024)05-0028-12

## 0 引言

企业社会责任(Corporation Social Responsibility)(文后简称CSR报告)是指企业在创造利润、对股东负责的同时,还应承担环境责任与社会责任。经济全球化促使全球经济得到前所未有的发展,也带来了日益严重的环境问题及各种各样的社会问题。在此背景下,企业作为经济全球化的主体,不仅需要考虑不断提升自己的盈利能力和竞争力,还需考虑承担相应的社会责任并实现自身可持续性发展。故而,企业社会责任日益受到人们的关注。

CSR报告属于企业非财务信息披露的重要文件,涉及“环境关注、社会与社区议题、效率和可持续性发展”四大主题(Breeze, 2013: 166)。近年来,CSR报告渐成企业话语研究的热门语类之一,但已有研究多聚焦CSR报告的语类结构(Batia, 2012; Yu et al., 2017)、互文策略(邓鹏鸣等, 2020)或特定语言资源使用,如评价资源(Fuoli, 2012; 车思琪等, 2021)、隐喻资源(Sun et al., 2018; Yu, 2020)、将来标记语(Yu et al., 2019)、立

收稿日期:2023-11-15

基金项目:广东省哲学社会科学规划2023年度学科共建项目“多模态语境隐喻视角下广东出海企业外宣话语的品牌化研究”(GD23XWY14)的阶段性成果

作者简介:胡春雨,男,广东外语外贸大学教授,博士生导师,主要从事商务话语、语料库语言学研究。

周芷伊,女,北京语言大学博士后,主要从事商务话语研究。

引用格式:胡春雨,周芷伊.中美企业社会责任报告的语料库短语学研究[J].外国语文,2024(5):28-39.

场标记语(Fuoli, 2018;史兴松等, 2022)、多维分析(胡春雨等, 2022),尚不见从语料库短语学视角开展企业社会责任话语的研究。

## 1 语料库短语学

短语学或短语研究(phraseology)是当今语言学的核心领域之一。西尔维亚娜·格兰杰(Sylviane Granger)等(2008: 28-29)曾归纳了短语研究的两大范式:一是以语言学理论为导向的传统研究,二是以频数驱动为导向的语料库研究。后者包含词项理论(Sinclair, 2004)、型式语法(Hunston et al., 2000)、词汇启动理论(Hoey, 2005)等,可简称为语料库短语学。

语言使用具有短语倾向性,人们在多数情况下是一次性选择一串词来表达意义,所以语言的基本表意单位应该是短语而非孤立的单个词(Sinclair, 1991, 2004)。在语料库语言学家看来,所有出现频率较高、形式和意义较固定的、大于单个词的结构都可称为短语。这些短语具有词语共选、持续复现、意义单位三大基本属性(Sinclair, 2008)，“将词、句法、语义和社会应用融于一身”(Ellis, 2008: 5),是探讨语篇与语言形式关系的理想起点。短语结构的稳定性和语义的可预测性使得短语容易习得和应用,而短语结构中的离散性(即可变成分)正是创造性使用语言的空间。短语的语料库研究可分为两种方法:N元分析和共现分析(Granger et al., 2008: 39)。

N元组(N-gram),也称为词丛(word cluster)或词串(lexical bundles),是由计算机自动切分的、高频复现的、长度不同的连续词语片段(Biber et al., 1999)。这些连续性的词语片段是“一气呵成的、连贯的、有词汇和语法范式的、可表达语义和语用功能的话语序列”(O’Keeffe et al., 2007: 63)。它们是“形式与功能高度相关的语篇基本构件”,起着“启动和发展语篇的框架功能”(Biber et al., 2004: 399),可作为研究话语的基石(Biber et al., 2004: 371)。

史蒂芬·格里斯(Stefan Gries)(2008)总结了N元分析的几个特征:N元组的内部成分大于2,但一般不超过5;N元分析是典型频数驱动的,往往设定频数阈值(threshold frequency),通常只有达到某一频数值,才被界定为N元组;N元组不一定具备完整的语义性。尽管相当一部分词语序列在句法结构和语义方面不完整,但这种方法能提升量化研究的准确性,而且其结果能凸显规律性的特征,“能够更穷尽地勾勒出整个语言的词汇相貌”(Sinclair, 2008: 410),受到众多学者的热捧。采用N元分析的学者多效仿道格拉斯·比伯(Douglas Biber)等(1999)聚焦四元组,因为相当一部分四元组结构上包含三元组,且较五元组而言数量上更为合理(Chen et al., 2010: 32)。N元分析多集中在学术话语(Biber et al., 2004; Hyland, 2008)、媒体话语(Nasser et al., 2021)、文学话语(Knight et al.,

2016)、学习者话语(李辛等,2022)等,尚不见把这一语料库技术应用到企业社会责任话语的研究。

董事长致辞,又称总裁致辞、CEO 致辞,通常位于 CSR 报告开端,被称为 CSR 报告的缩影(Rajandran et al., 2014)。董事长致辞是对企业社会责任行为回顾和未来战略指引的精要概括,其作用在于与企业各利益相关方互动并构建和谐关系(Rajandran, 2018),具有较高的研究价值。鉴于此,本文将从语料库短语学视角出发,对比分析中美 CSR 话语的短语结构和功能特征,并基于所建构的跨文化批评语类分析框架解析中美 CSR 话语使用同异,为央企在该话语类型撰写上提供更客观的建议,提升央企国际身份话语建构能力。

## 2 研究设计

### 2.1 研究问题

本文旨在探讨以下三个研究问题:

- (1)中美企业 CSR 报告中高频 4 元组的结构特征存在哪些同异?
- (2)中美企业 CSR 报告中高频 4 元组的功能特征存在哪些同异?
- (3)哪些因素可能影响中美企业 CSR 报告中高频 4 元组的使用?

### 2.2 研究语料

为了回答上述研究问题,本文从英文网站采集 2008—2019 年来自多行业的 630 封《财富》世界五百强中美 CSR 报告董事长致辞,建成约 50 万词的语料库。两子库分别被命名为“中国企业董事长致辞语料库”(Corpus of Chinese Chairman's Speeches,简称:CCCS)和“美国企业董事长致辞语料库”(Corpus of American Chairman's Speeches,简称:CACS)。如表 1 所示,CCCS 在三个指标(标准类符/形符比、平均词长与句长)上均高于 CACS。

表 1 语料库信息

语料库	CACS	CCCS
形符数	246 729	253 560
类符数	9 213	9 476
标准类符/形符比	43.07	43.54
平均词长	5.19	5.53
平均句长	21.13	27.23

### 2.3 分析步骤

本文使用 WordSmith Tools 8.0 的 WordList 功能开展 N 元分析。操作步骤如下:(1)生成 N 元组词表;(2)在 Excel 文件中标记 N 元组的结构和功能特征;(3)分析跨文化成因,具体见表 2。比伯等(2004)将学术语篇中的短语结构归为三大类,即名词和介词短语、动

词短语、小句短语。在此基础上,肯·海兰德(Ken Hyland)(2008)借鉴系统功能语法的概念功能、人际功能、语篇功能三大元功能,将学术语篇中的短语功能分为研究型(research-oriented)、参与型(participant-oriented)、语篇型(text-oriented)。本研究采用卡方检验(chi-square test)来检验中美 CSR 报告 N 元组使用频数上的差异是否具有统计学意义,\* 表示存在显著性差异( $p < .05$ ),\*\*\* 表示差异高度显著( $p < .001$ )。

表 2 N 元分析步骤

步骤	内容	工具
1	选择 WordList 功能,设定: 词丛长度 = 4 频数阈值 = 10 跨距阈值 = 10 点击“OK”获取中美企业高频 4 元组词表	WordSmith Tools 8.0
2	标记 N 元组特征: 结构特征,参照 Biber et al. (2004) 功能特征,参照 Hyland (2008)	Excel
3	基于所建构的跨文化批评语类分析框架分析中美企业 N 元组使用同异的原因	/

### 3 研究结果

依照上述标准,本文分别获取了中企和美企 CSR 报告高频四元组分别为 136、118 个,表 3 给出了排名前 30 位的高频四元组。不难看出,中美企业仅共享四个四元组(*at the same time, by the end of, chairman of the board, over the past year*),表明中美两国企业的差异远大于共性。

表 3 中美企业 CSR 报告高频四元组(前 30 位)

排序	中企		美企	
	四元组	频次	四元组	频次
1	<i>at the same time</i>	67	more than # million	107
2	economic and social development	46	chairman and chief executive	84
3	supply side structural reform	44	president and chief executive	64
4	an increase of #	44	more than # billion	46
5	message from the chairman	42	<i>at the same time</i>	40
6	energy conservation and emission	41	environmental social and governance	39
7	conservation and emission reduction	40	people around the world	37
8	belt and road initiative	40	communities where we live	34
9	socialism with chinese characteristics	39	communities around the world	34
10	<i>chairman of the board</i>	37	communities in which we	33
11	reform and opening up	36	where we live and	32
12	for a new era	36	at the heart of	31
13	with Chinese characteristics for	35	communities where we operate	29
14	sustainable development of the	35	more than # years	28

续表

排序	中企		美企	
	四元组	频次	四元组	频次
15	Chinese characteristics for a	35	for more than #	28
16	characteristics for a new	35	chairman president and CEO	28
17	at the end of	35	<i>chairman of the board</i>	28
18	as well as the	33	<i>by the end of</i>	28
19	moderately prosperous society in	31	message from our CEO	27
20	<i>by the end of</i>	30	I am proud of	27
21	end of # the	29	health and well being	27
22	thought on socialism with	28	<i>over the past year</i>	26
23	prosperous society in all	28	one of the most	25
24	on socialism with Chinese	28	for the first time	25
25	building a moderately prosperous	28	around the world to	25
26	society in all respects	26	more than # percent	23
27	servicing the real economy	26	as part of our	22
28	Xi Jinping thought on	24	with more than #	21
29	at home and abroad	24	from our chairman and	21
30	<i>over the past year</i>	23	for our customers and	21

注:表格中斜体部分为中美共享的高频四元词组

### 3.1 中美企业社会责任话语 N 元组结构特征同异

表 4 显示,中美 CSR 报告中名词短语和介词短语结构占比均最高,且中企(91.91%)显著高于美企(74.58%),甚至远高于学术语篇中名词和介词短语的占比(70.00%) (Biber et al., 2004),表明中企 CSR 报告更具正式性和庄严性。然而,在动词短语和小句短语的使用上,美企(分别为 20.34%、5.08%)则均显著高于中企(分别为 5.15%、0.74%),显示出美企 CSR 报告更具动态性。

表 4 企业社会责任话语的高频四元组结构分类

大类	中企		美企		举例
	频数	占比	频数	占比	
含有动词短语	7	5.15%	24 <sup>***</sup>	20.34%	make a difference in
含有从属小句	1	0.74%	6 <sup>*</sup>	5.08%	products and services that
含有名词短语和介词短语	125 <sup>***</sup>	91.91%	88	74.58%	from # to #
其他	3	2.21%	0	00.00%	china mobile limited march

表 5 显示,中企对其他类型的名词短语(39.71%)的高频使用是造成其名词短语显著性使用的主要原因,与此同时美企显著性使用表比较的短语(10.17%);美企对第一、二人称+动词短语(6.78%)的高频使用是造成其动词短语显著性使用的主要原因;中美企业从句短语结构小类的使用无显著性差异。

在其他类型的名词短语的使用上,中企多为涉及中国特色时代背景的名词术语,如“供给侧改革”(supply side structural reform)、“一带一路倡议”(Belt and Road Initiative)等。在表比较的短语的使用上,美企多为关于自身实力呈现的数据信息比较,如 more than ...

*million, more than...percent* 等。在第一二人称+动词短语的使用上,美企凸显总裁和利益相关者两大行为主体,展示自身积极主动性,拉近与读者的距离。

表 5 CCCS 和 CCAS 高频四元组的结构分类

大类	小类	中企		美企		举例
		频数	占比	频数	占比	
含有名词 短语和 介词短语	含有 of 的名词短语	7	5.15%	5	4.24%	part of our business
	有后置语修饰的名词短语	31	22.79%	25	21.19%	people around the world
	其他类型的名词短语	54***	39.71%	22	18.64%	education and economic development
	介词短语	31	22.79%	24	20.34%	from...to...
	表比较的短语	2	1.47%	12**	10.17%	more than # million
	其他	3	2.21%	0	00.00%	china mobile limited march
含有动词 短语	第一二人称+动词短语	0	0.00%	8**	6.78%	i am proud of
	第三人称+动词短语	0	0.00%	0	0.00%	/
	动词短语(非被动式)	7	5.15%	14	11.86%	make a difference in
	动词短语(被动式)	0	0.00%	0	0.00%	/
	“是否类”短语	0	0.00%	0	0.00%	/
	WH-疑问类短语	0	0.00%	1	0.85%	how we do business
	话语标记语+动词短语	0	0.00%	1	0.85%	when it comes to
含有从属 小句结构	第一二人称+非独立从句	0	0.00%	1	0.85%	thank you for your
	WH 疑问类从句	0	0.00%	1	0.85%	communities where we live
	If 从句	0	0.00%	0	0.00%	/
	动词/形容词+to 不定式	1	0.74%	2	1.69%	are on track to
	That 从句	0	0.00%	2	1.69%	products and services that

(1) The year 2018 marked the start to implement the guiding principles of the 19th CPC National Congress, the 40th anniversary of *China's reform and opening-up*, and a crucial year for building a *moderately prosperous society* in all respects and for the implementation of the 13th *Five-Year Plan*. (CCCS\_China Southern Power Grid 2018)

(2) We are proud to report that Exelon's record-setting nuclear generation enabled our fleet to avoid an estimated 87 million metric tons of greenhouse gas (GHG) emissions for the nation in 2013. This is equivalent to *more than 7 percent* of the quantity of incremental emission reductions needed to support the United States' Copenhagen pledge to reduce national GHG emissions *by 17 percent from 2005 levels*. (CACS\_Exelon 2013)

(3) Our Citizenship efforts are a key part of our way forward, and *I invite you to share your thoughts with us on our continuing journey*. (CACS\_Citigroup 2018)



例(1)中,中国南方电网在开篇重温 2018 年的特殊意义,将“*the 19th CPC National Congress*”(党的十九大)、“*China’s reform and opening-up*”(中国改革开放)、“*13th Five-Year Plan*”(十三五规划)等众多历史性时刻打包于各个名词化结构之中,激活中国特色场景并指引企业实践活动方向。例(2)中,美企 Exelon 在汇报其 2013 年温室气体减排数据的基础上,使用百分比“*more than 7 percent*”“*by 17 percent from*”将自己与美国哥本哈根协议所做承诺形成对比。例(3)中 Citigroup 公司总裁使用“*I invite you to*”主动向利益相关者发出友好邀请。

### 3.2 中美企业社会责任话语 N 元组功能特征同异

表 6 显示,中美 CSR 报告中信息型功能短语占比均最高,远高于学术语篇(41.2%) (Hyland, 2008),且中企(96.32%)显著高于美企(76.27%),显示出中企 CSR 报告极高的信息传递性。然而,在参与型功能短语上,美企(18.64%)高于学术语篇(13.2%) (Hyland, 2008),更显著高于中企(0.74%),显示出美企 CSR 报告更具互动性。

表 6 CCCS 和 CCAS 高频四元组的功能分类

类别	中国企业		美国企业		举例
	频数	占比	频数	占比	
信息型	131 <sup>***</sup>	96.32%	90	76.27%	environmental social and governance
参与型	1	0.74%	22 <sup>***</sup>	18.64%	I am proud of
语篇型	4	2.94%	6	5.08%	under the guidance of

表 7 显示,中企对话题类短语(62.50%)的高频使用是造成其信息型短语显著性使用的主要原因;美企对立场类短语(9.32%)和融入类短语(9.32%)的高频使用是造成其参与型短语显著性使用的主要原因。

表 7 CCCS 和 CCAS 高频四元组的功能分类

类别	功能	中国企业		美国企业		举例
		频数	占比	频数	占比	
信息型	定位	19	13.97%	8	6.78%	at the same time
	过程	0	0.00%	0	0.00%	/
	量化	13	9.56%	13	11.02%	more than # million
	描述	14	10.29%	14	11.86%	from # to #
	话题	85 <sup>*</sup>	62.50%	55	46.61%	environmental social and governance
参与型	立场	1	0.74%	11 <sup>**</sup>	9.32%	I am proud of
	融入	0	0.00%	11 <sup>***</sup>	9.32%	I invite you to
语篇型	过渡	2	1.47%	5	4.24%	when it comes to
	因果	1	0.74%	0	0.00%	as a result the
	结构	0	0.00%	1	0.85%	read in this report
	框架	1	0.74%	0	0.00%	under the guidance of

在话题类短语的使用上, 中企除了对 CSR 报告基本信息的呈现外(如 message from the chairman、conservation and emission reduction、sustainable development of the), 展现最多的是对国家政策的响应和中国社会的关注, 如 moderately prosperous society in、socialism with Chinese characteristics 等, 多为名词和介词短语结构。在立场类和融入类短语的使用上, 美企多使用第一、二人称+动词短语结构, 表明自身态度和评价的同时, 实现直接与读者对话的效果。这一发现与 4.1 呼应。

(4) We will resolutely servethe poverty alleviation campaign, fulfill the task of poverty alleviation for designated counties, and improve the weakest link in building a moderately prosperous society. (CCCS\_The People's Insurance Company (Group) of China Limited 2018)

(5) When I reflect on MetLife's history and my time as Chairman, President and CEO, I am proud of the positive impact MetLife makes on the world. (CACS\_MetLife 2018)

(6) Thank you for your interest in Microsoft. We welcome your thoughts and suggestions. (CACS\_Microsoft 2013)

例(4)中, 中国人民保险公司表达自己坚决服务脱贫攻坚、落实定点扶贫等任务, 以助力实现全面建成“a moderately prosperous society”(小康社会)。例(5)中, MetLife 公司总裁使用“I am proud of”表达对企业的历史发展和自身的职业生涯对世界所产生的积极影响感到自豪。例(6)中, Microsoft 公司总裁使用“Thank you for your”感谢读者对微软的关注, 并欢迎任何想法和建议的提出。

#### 4 讨论

语域(register)、语类(genre)、文体(style)是有关语篇变异(text varieties)的三个术语, 也是分析语篇的三种视角(Biber et al., 2009: 3)。这三大视角各有偏重, 文体分析重视美学, 语类分析重视规约结构, 语域分析重视词汇语法结构。比伯等((Biber et al., 2009)将语域分析描述为识别一类语篇所普遍存在语言特征的视角。语域分析具有三个组成部分:(1)情景语境(Context of Situation)的使用情况, 包括产生或接受语境的各个方面;(2)语言分析, 特指语篇中反复出现的词汇语法结构;(3)连接情景特征与语言特征的交际功能。如图 1 所示:

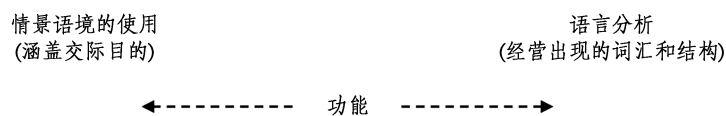


图 1 语域分析三要素(Biber et al., 2009: 6)

作为一个特定的语域, CSR 报告的首要交际功能是向各方利益相关者传递企业当年在



履行经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任上的表现(Carroll, 2016),从而更好地建构企业身份及企业声誉。CSR报告中的董事长致辞,是对企业社会责任行为回顾和未来战略指引的精要概括,是对企业面临的机遇和挑战以及可持续发展相关业绩的高度概括(Barkemeyer et al., 2014)。因而,无论是中企还是美企,其CSR报告中名词短语和介词短语结构的使用都非常高频,以更好地实现信息传递功能。

需要指出的是,情景语境离不开文化语境的制约。在系统功能语言学中,情景语境是文化语境(Context of Culture)的实例化(Halliday et al., 2014: 28)。这就意味着,尽管中美CSR报告有着类似的交际功能,但彼此不同的文化语境必将制约情景语境的使用,并进而影响中美企业CSR报告的短语使用特征。

根据吉尔特·霍夫斯泰德(Geert Hofstede)等(2010)的文化维度模型,存在个人主义-集体主义这一相互对立的的文化维度。个人文化主义指数主要用于衡量个体在群体中的融入度,个人主义国家的社会结构较为松散,集体主义国家的社会结构较为凝聚。研究数据显示,中国个人文化主义指数(IDV = 20)不足美国(IDV = 91)的四分之一。在集体主义文化的影响下,中国政府在中企CSR话语中扮演着重要角色(Bhatia, 2012)。受此文化影响,中企将自身置于国家政治经济社会发展的大环境之下,在社会责任的履行上以国家大政方针作为主要指引,国企同行、携手共进。继而中企在致辞较多引用涉及中国特色时代背景的名词术语,传递社会发展阶段性需求信息。相较而言,在个人主义文化的影响下,美企更加注重平衡不同企业利益相关者的诉求,故而美企致辞中的政策性名词术语较少。

中美企业在表比較的短语结构和参与型短语功能倾向上的显著差异,一定程度上与中美两国CSR报告董事长致辞作者的语域意识有关。在CSR报告撰写过程中,作者会考虑当年企业的经营状况、目标读者的期待、外部环境的变化,细致打磨所要撰写的内容与风格。CSR报告董事长致辞作为CSR报告中最被广泛阅读的部分,是企业向利益相关者施加印象管理的重要方式,故而在语旨(tenor)层面隐含了较强的互动需求。美企通过高频使用表比較的短语结构,除了提供具体数字外,还倾向使用百分比,凸显信息对比论证特点。此外,美企还通过高频使用第一、二人称+动词短语结构,提升了CSR董事长致辞的参与度和互动性。然而,中企CSR报告在信息对比论证的呈现上明显较少(表比較的短语仅两个),在人际功能层面的互动交际性也明显较弱(参与型短语仅一个),显示出中企CSR报告作者的相关语域意识还较为薄弱,在引导和说服利益相关者的修辞能力上还有待提高。

## 5 结语

CSR报告董事长致辞具备较高的名词化短语倾向和较高的信息传递需求,然而中美企

业在短语使用上存在较大的差异。从结构上看,中企具有更高的名词化短语倾向,而美企具有更高的动词短语倾向。从功能上看,中企呈现出更强的信息传递性,美企则呈现出更强的互动性。差异的产生,部分源自中美在国家文化维度上的不同。中国个人文化主义指数低于美国,中企倾向于使用大量中国政治经济文化名词术语,传递中国社会发展特色信息,并将自身未来与国家发展相连。中企 CSR 报告写作者的语域意识较为薄弱,中企较少使用表比较的名词短语和参与型短语,在语篇论证和人际互动的能力上较为薄弱。

以上实证研究表明,中企 CSR 报告的撰写还需进一步强化目标读者意识,充分考虑受众文化背景及表达惯例,加强对语篇观点论证的能力,以提升 CSR 报告的话语质量,助力中企国际身份建构。在教学中,教师应注意学生短语意识的培养,提醒他们注意语言使用的语域需求与文化背景,在提升教学质量的同时,提高商务英语专业学生的短语能力、语域能力和跨文化交际能力。

不同行业及不同企业在进行国际传播时会选择不同的话语策略和语言资源,且话语策略及语言资源的使用会发生历时演变,进而建构不同的企业身份(胡春雨等,2023)。后续研究可从历时视角深入研究某一企业的社会责任话语,进而深度考察国家文化、行业文化、企业文化三者之间的内在联系,并在此基础上探讨企业如何借助 CSR 报告建构核心的、独特的、演化的企业身份。

#### 参考文献:

- Barkemeyer, R., Comyns, B., Figge, F. et al. 2014. CEO Speeches in Sustainability Reports: Substantive Information or Background Noise? [J]. *Accounting Forum* (4): 241-257.
- Bhatia, A. 2012. Corporate Social Responsibility: The Hybridization of a “Confused” Genre [J]. *IEEE Transaction on Professional Communication* (3): 221-238.
- Biber, D. & S. Conrad. 2009. *Register, Genre and Style* [M]. Cambridge: Cambridge University Press.
- Biber, D., Conrad, S. & V. Cortes. 2004. If You Look at...Lexical Bundles in University Teaching and Textbooks [J]. *Applied Linguistics* (3): 401-435.
- Biber, D., Johansson, S., Leech, G. et al. 1999. *Longman Grammar of Spoken and Written English* [M]. London: Longman.
- Breeze, R. 2013. *Corporate Discourse* [M]. London: Bloomsbury.
- Carroll, A. B. 2016. Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look [J]. *International Journal of Corporate Social Responsibility* (3): 1-8.
- Chen, Y. H. & P. Baker. 2010. Lexical Bundles in L1 and L2 Academic Writing [J]. *Language Learning & Technology* (2): 30-49.
- Ellis, N. 2008. Phraseology: The Periphery and the Heart of Language [G]//F. Meunier & S. Granger. *Phraseology in Foreign Language Learning and Teaching*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Fuoli, M. 2012. Assessing Social Responsibility: A Quantitative Analysis of Appraisal in BP's and IKEA's Social Reports [J].

- Discourse & Communication* (1): 55-81.
- Fuoli, M. 2018. Building a Trustworthy Corporate Identity: A Corpus-based Analysis of Stance in Annual and Corporate Social Responsibility Reports [J]. *Applied Linguistics* (6): 846-885.
- Granger, S. & M. Paquot. 2008. Disentangling the Phraseological Web [G] // S. Granger & F. Meunier. *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Gries, S. 2008. Phraseology and Linguistic Theory: A Brief Survey [G] // S. Granger & F. Meunier. *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Halliday, M. A. K. & C. M. I. M. 2014. Matthiessen. *Halliday's Introduction to Functional Grammar* (4<sup>th</sup> ed.) [M]. London/New York: Routledge.
- Hoey, M. 2005. *Lexical Priming: A New Theory of Words and Language* [M]. London: Routledge.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. & M. Minkov. 2010. *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (3<sup>rd</sup> ed.) [M]. London/New York: Routledge.
- Hunston, S. & G. Francis. 2000. *Pattern Grammar: A Corpus-driven Approach to the Lexical Grammar of English* [M]. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Hyland, K. 2008. As Can Be Seen: Lexical Bundles and Disciplinary Variation [J]. *English for Specific Purposes* (1): 4-21.
- Knight, G. P. & N. Tabrizi. 2016. Using N-grams to Identify Time Periods of Cultural Influence [J]. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)* (3): 1-19.
- Nasser, N., Karim, L., ElOuahri, A. et al. 2021. N-gram Based Language Processing Using Twitter Dataset To Identify COVID-19 Patients [J]. *Sustainable Cities and Society* (72): 103048.
- O'keeffe, A., McCarthy, M. & R. Carter. 2007. *From Corpus to Classroom: Language Use and Language Teaching* [M]. New York: Cambridge University Press.
- Rajandran, K. & F. Taib. 2014. The Representation of CSR in Malaysian CEO Speeches: A Critical Discourse Analysis [J]. *Corporate Communications: An International Journal* (3): 303-317.
- Rajandran, K. 2018. Multisemiotic Interaction: The CEO and Stakeholders in Malaysian CEO Statements [J]. *Corporate Communications: An International Journal* (3): 392-404.
- Sinclair, J. 1991. *Corpus, Concordance, Collocation* [M]. Oxford: Oxford University Press.
- Sinclair, J. 2004. *Trust the Text: Language, Corpus and Discourse* [M]. Routledge.
- Sinclair, J. 2008. The Phrase, the Whole Phrase, and Nothing but the Phrase [G] // S. Granger & F. Meunier. *Phraseology: An Interdisciplinary Perspective*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Sun, Y., Jin, G., Yang, Y. et al. 2018. Metaphor Use in Chinese and American CSR Reports [J]. *IEEE Transactions on Professional Communication* (3): 295-310.
- Yu, D. 2020. Corporate Environmentalism: A Critical Metaphor Analysis of Chinese, American, and Italian Corporate Social Responsibility Reports [J]. *IEEE Transactions on Professional Communication* (3): 244-258.
- Yu, D. & M. Bondi. 2017. The Generic Structure of CSR Reports in Italian, Chinese, and English: A Corpus-based Analysis [J]. *IEEE Transactions on Professional Communication* (3): 273-291.
- Yu, D. & M. Bondi. 2019. A Genre-based Analysis of Forward-looking Speeches in Corporate Social Responsibility Reports

- [J]. *Written Communication* (3): 379-409.
- 车思琪,李学沛. 2021. 评价系统视阈下中美企业致股东信情感话语对比分析——基于情感词典和机器学习的文本[J]. *外国语*(2): 50-59.
- 邓鹂鸣,周韵. 2020. 基于互文策略的中外企业语用身份构建研究——以社会责任报告为例[J]. *暨南学报(哲学社会科学版)*(4): 59-67.
- 胡春雨,卢春梅. 2022. 中美企业社会责任报告董事长致辞的多维分析[J]. *外语教学*(6): 38-44.
- 胡春雨,徐奕琳. 2023. 基于语料库的企业身份建构话语-历史研究[J]. *现代外语*(4): 464-477.
- 李辛,雷蕾. 2022. 中国非英语专业学习者书面语短语能力发展历时研究[J]. *外语教学*(6): 63-69.
- 史兴松,牛一琳. 2022. 中美企业社会责任话语立场建构对比研究[J]. *现代外语*(1): 40-52.

## A Corpus-Phraseological Study of Chinese and American Corporate Social Responsibility Reports

*HU Chunyu ZHOU Zhiyi*

**Abstract:** Corporate Social Responsibility (CSR) reports are strategic tools that aim to gain the support and trust of stakeholders by establishing and maintaining a positive identity and image. Based on the self-built corpus, this paper presents an n-gram analysis of the phraseological features of the Chairman's speeches in Chinese and American enterprises. The results show that there are significant differences in the use of phrases in the speeches of the chairman of CSR reports between Chinese and American companies. Structurally, Chinese companies have a higher tendency in using nominalizing phrases, while American companies have a higher tendency in using phrases. Functionally, Chinese enterprises emphasize information transmission, while American enterprises have more interactivity with readers. The cultural differences between Chinese and American companies, as well as the differences in register awareness among CSR report writers, are the main reasons for the aforementioned differences. This study has certain implications for improving the quality of corporate discourse and international communication effectiveness in China.

**Key words:** corpus phraseology; N-gram analysis; register analysis; Corporate Social Responsibility reports; corporate identity

责任编辑:蒋勇军