

基于语料库的杭州城市形象海外媒体话语他塑研究

李冰莹

浙江工商大学外国语学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年3月23日; 录用日期: 2025年4月30日; 发布日期: 2025年5月13日

摘要

媒体话语形塑公共舆论, 国际媒体对特定城市的报道塑造该城市的国际形象。本文以海外英文媒体对中国城市的话语建构为研究对象, 以亚运时期的杭州为例, 采用语料库语言学和批评话语分析路径, 探讨国外主流媒体对杭州城市形象的塑造情况。研究发现, 除了亚运会东道主, 海外英文媒体话语还构建了杭州作为商业城市、生物科技城市、医疗科技城市等的形象。海外不同地区媒体话语对杭州城市形象的塑造主要使用了指称策略、论辩策略及视角化策略等话语策略。海外媒体话语对杭州城市形象的多元化建构, 与杭州城市的发展背景以及海外媒体的政治倾向有密切的关系。本研究可为国际社会对中国城市认知与评价的研究路径提供一定的借鉴, 可为中国城市制定和实施国际化战略提供一定的参考。

关键词

城市形象, 媒体话语, 杭州, 语料库, 话语分析

A Corpus-Based Study on the Hetero-Construction of Hangzhou's City Image in Overseas Media Discourse

Bingying Li

School of Foreign Languages, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 23rd, 2025; accepted: Apr. 30th, 2025; published: May 13th, 2025

Abstract

Media discourse shapes public opinion, and international media coverage of specific cities constructs

their global image. This study focuses on the discursive construction of Chinese cities in overseas English-language media, taking Hangzhou during the Asian Games period as a case study. Employing corpus linguistics and critical discourse analysis, the research explores how mainstream foreign media shape the image of Hangzhou. The findings reveal that, beyond being portrayed as the host city of the Asian Games, overseas English-language media also construct Hangzhou as a commercial hub, a biotech city, and a medical technology city. The discursive strategies employed by media from different regions primarily include referential strategies, argumentation strategies, and perspectivization strategies. The diversified construction of Hangzhou's city image in overseas media discourse is closely related to the city's developmental context and the political orientations of the media outlets. This study offers insights into research approaches for understanding international perceptions and evaluations of Chinese cities and provides references for Chinese cities in formulating and implementing internationalization strategies.

Keywords

City Image, Media Discourse, Hangzhou, Corpus, Discourse Analysis

Copyright © 2025 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

自 2015 年成功申报亚运会之后,国际社会对杭州的关注度逐渐上升,这集中体现在与杭州有关的海外报道逐步增加。2023 年杭州亚运会举办前后一个月内,各地关于杭州的新闻报道均有增幅,亚洲大陆各国尤其如此。体育赛事是一种优质的城市传播载体,在现代媒介的作用下,它能够发挥最大功效,向世界传播城市形象。国外媒体的报道针对的是更为广泛的受众群体,是主办城市媒介形象的外部建构。

国家形象,作为国家文化软实力的一部分,已经成为多个领域的热点研究议题[1]。近年来,区域、省市形象也受到越来越多的关注,美国城市规划先驱凯文·林奇最先提出城市形象(City Image)一词,他认为城市形象主要构成要素包括道路、街区和标示等方面,并强调城市形象是通过人的综合感受而获得[2]。城市形象已经发展成为跨学科研究领域非常重要的一项议题。在国外,Westerbeek 等人很早就从理论和实践角度讨论了如何利用大型体育赛事创建城市品牌以树立城市形象[3]。之后 Adamus 等人以卡托维兹市为例探讨了城市形象建构的系统化方法[4]。Fedotova, N.G.和 Muinonen 等人的研究探讨了社交媒体与城市品牌形象塑造的关系[5][6]。在国内,何国平、张洪波曾对城市形象的传播及构建问题进行了概述,论证了媒体传播话语与城市形象建构的密切联系[7][8]。在众多研究中不乏从话语入手探讨城市形象及其传播的研究,例如,袁周敏、孙传明、周文静等人结合话语研究框架,考察了南京和武汉这两个城市形象的话语建构及传播[9][10]。

杭州作为中国的新一线城市,依托重大赛事亚运会,获得了国内外媒体的广泛报道。媒体报道能够通过话语来建构形象,从而加深读者对所建构形象的认识[11]。本文以国外媒体对中国城市的话语建构为研究对象,以亚运时期的杭州为例,采用语料库语言学和批评话语分析路径,探讨国外主流媒体对杭州城市形象的塑造情况。研究主要回答以下问题:

- ① 海外媒体有关杭州的报道主要涵盖哪些主题?
- ② 这些报道运用哪些话语策略来建构杭州的城市形象?
- ③ 影响海外媒体对杭州城市形象话语建构的因素有哪些?

2. 基于语料库的话语分析

Ruth Wodak 提出了话语 - 历史研究法(Discourse-Historical Approach, 以下简称 DHA), 这是批评话语分析的重要分支, 特别关注社会历史语境[12]。该方法结合了文本分析和对话语嵌入的语境的探索。为了获得对话语的整体理解, DHA 跨越三个维度展开: ① 识别特定话语的内容或主题; ② 考察所涉及的话语策略; ③ 考察作为类型的语言手段和作为表征的特定的、依赖于语境的语言实现。在这种三维文本分析中, 第一步可以对特定语篇有一个大致的了解。第二步的话语策略包括五类策略, 即提名策略、述谓策略、论证策略、视角化策略和强化或缓和策略。第三步则要考虑这些话语策略是如何通过语言手段实现的[13]。

语料库是指以电子方式存储和访问自然发生的语言的集合[14], 语料库方法允许对大量文本进行定量分析, 并进一步基于索引行进行定性解释, 因此具有高度的客观性[15]。在语篇分析过程中, 语料库工具, 如关键词、搭配词、索引等, 使研究者能够快速准确地观察到微妙的语言现象[16]。本文以历史话语分析理论为基础, 结合语料库分析方法, 探讨媒体话语中杭州城市形象话语建构及话语策略使用情况。

3. 研究语料及步骤

研究所有关杭州的报道均下载自道·琼斯新闻数据库(Dow Jones Factiva), 该数据库提供的是全球范围内最有价值的新闻和商业信息, 是掌握国际社会热点动态的绝佳渠道。研究者以 Hangzhou 为关键词, 将时间区间设置为 2023 年 9 月 13 日至 2023 年 10 月 13 日。经过分地区检索, 排除报道数量少于 10 篇的地区。经过语料清洗后, 最终得到欧洲地区有关报道 44 篇、北美地区 69 篇、亚洲地区 238 篇。所有新闻报道语料的形符数为 23,906, 类符数为 4793。本研究采用 Wordsmiths 工具 6.0 版本, 主要使用其索引、词表和关键词等功能。具体研究步骤如下:

首先, 将三个地区的新闻报道整合, 建立总语料库, 命名为“海外报道总语料库”, 同时分地区建立子语料库, 分别命名为“欧洲报道子语料库”、“北美报道子语料库”及“亚洲报道子语料库”, 分别获取三个子语料库及总语料库的词表;

其次, 将三个地区的子语料库互为参照语料库, 分别获取三个子语料库的高频主题词。

第三步, 通过主题词的搭配和索引分析等对各子语料库中的具体话语主题进行分析, 分别探讨亚运前后一个月内, 三个地区报道对杭州的评价情况。

最后, 在分析话语主题的过程中, 研究同时关注媒体报道所使用的话语策略, 关注话语建构背后的影响因素。

4. 话语主题及城市形象分析

主题词分析提供了重要的线索, 研究者可以通过揭示异常高频的主题词来识别特定文本的显著主题和内容[17], 通过对比我们得到三个子语料库关键性最强的前 20 个主题实义词, 如表 1 所示。

Table 1. Top 20 thematic content words in the three sub-corpora

表 1. 三个子语料库前 20 个主题实义词

欧洲地区		北美地区		亚洲地区	
Key word	Keyness	Key word	Keyness	Key word	Keyness
HANGZHOU	28.30	RESEARCH	27.77	WON	19.91
INVESTMENT	22.04	BUILDING	23.36	BRONZE	18.06
KINARUS	22.04	TECHNOLOGY	20.93	GOLD	16.40

续表

CHINA	16.38	INFORMATION	19.62	WORLD	13.52
CLINICAL	12.88	GRAM	19.46	MEDAL	12.74
POST	12.17	COMBINED	19.46	CONGRATULATED	12.50
DRUG	11.48	NEGATIVE	19.46	SHRI	10.65
HECTOR	10.06	SECRETARY	19.18	RECORD	9.26
JUMP	10.06	DEPARTMENT	18.33	OLYMPICS	7.87
UNIVERSITY	9.12	SCIENCE	17.92	GILAS	7.81
CO	8.44	CONTACTING	15.57	POINTS	6.94
PRODUCT	7.49	LTD	15.42	FOUR	6.94
LAUNCHED	7.49	OBTAINED	14.98	SAID	6.81
DIFFERENT	7.49	DISTRICT	14.37	KOREAN	6.63
QUARTER	7.18	BIOTECHNOLOGY	14.06	ONGOING	6.48
LONG	6.60	GUT	12.83	PILIPINAS	6.02
PREVIOUS	5.86	CAMERA	11.68	SOUTH	5.95
OPENING	5.32	HANGZHOU	11.26	GAMES	4.95
SHANGHAI	5.23	REPORT	11.16	COUNTRY	4.74
PER	4.69	SUPPLY	10.87	EVENT	4.51

如表 1 所示, 有的主题词只出现在一个子语料库中, 而有的主题词则出现在两个甚至三个子语料库中, 说明不同地区杭州报道的主题内容既有相同之处, 也有不同之处。在观察了这些主题词的索引行文本语境之后, 我们将这些主题词大致归类为四个话语主题, 具体如表 2 所示。

Table 2. Discourse themes in the three sub-corpora

表 2. 三个子语料库话语主题

话语主题分类	欧洲	北美	亚洲
杭州亚运相关	Hangzhou; jump; long; China; opening; Hector	Hangzhou	won; bronze; gold; medal; congratulated; record; Olympics; ongoing; games; country; event; Shri; Gilas; Korean; four; Pilipians; south; points
杭州商业发展	investment; product; per; Kinarus; quarter; previous; post; co	Ltd; camera	

续表

杭州科技发展	university; clinical; drug; different; Shanghai	research; technology; gram; combined; information; science; negative; biotechnology; gut; department; contacting; obtained	
国际事务相关	launched	building; secretary; district	world

我们将有关杭州的话语主题归类为：杭州亚运相关、杭州商业发展、杭州科技发展以及国际事务相关。搭配能为我们了解特定单词的意义提供依据[18]。下文将通过对相关主题词的搭配做进一步分析，了解不同地区的媒体报道分别构筑了什么样的杭州形象。同时，我们基于 DHA 中的五大话语策略，分析这些媒体报道在构筑杭州城市形象时所使用的的话语策略。

4.1. 杭州的东道主形象

主题词 Asian 在欧洲、北美、亚洲地区的报道中分别出现 29 次、31 次、304 次。Asian 搭配词包括 19th (67), sports (32), 2023 (26), 2022 (18), ceremony (14)等。这些词表明各地区注重对杭州亚运会举办时间、举办流程以及各比赛项目等有关亚运过程事项的报道。

此外，在检索 Asian 的搭配词中，研究还发现一些高频搭配词，例如 medal (45), gold (24), Indian (19) 等，这类词均有关杭州亚运中各国比赛结果。由于亚运会是面向亚洲国家的赛事，海外报道中绝大部分媒体报道均来自亚洲区域。研究在分析亚洲报道子语料库中提取出了诸如人名 Shri (23); 队伍名 Gilas (29), Pilipians (13); 国家名 South (58), Korean (48); 赛事记录 congratulated (27), record (20)这类主题词。进一步检索这些主题词的搭配词，会发现这类词都和杭州亚运赛事结果息息相关。亚洲各国对亚运会结果的关注，显示出各国对本国赛事成绩的重视，也在一定程度上体现出亚运会在亚洲地区的受重视程度。

上述分析表明，海外媒体报道通过对杭州亚运过程及杭州亚运结果的报道，塑造了一个亚运举办城市形象。

4.2. 杭州的商业城市形象

在表 2 的第二个分类中我们可以看到欧洲地区和北美地区媒体报道主题中，有很多关于杭州商业发展的高频主题词，其中主题词 investment (4), product (3), camera (3)涉及不同的商业领域和商业项目；进一步检索 co (6), post (5), quarter (4), per (3)这些主题词的搭配词和索引行，可以发现这些主题词都与杭州主要大型公司的发展状况相关。

在欧洲地区的报道中，我们通过 investment 的索引发现，瑞士的一家生物制药公司与巢点(杭州)投资管理有限公司签署了 150 万瑞士法郎投资的战略性可转换贷款协议。

(1) Kinarus signed a strategic convertible loan agreement for an **investment** by ChaoDian (Hangzhou) Investment Management Co., Ltd., China.

From “Therapeutics has decided to file for bankruptcy”
Dow Jones Newswires German 2023.9.25

这条新闻报道中所提到的协议构成了关于在中国引进、开发和商业化 KIN001 治疗特发性肺纤维化的讨论基础。海外公司向杭州投资管理公司签署贷款协议表明杭州的公司具备雄厚的资金实力，及

国际知名度、认可度。这份认可和声誉，能够反映杭州这一城市在海外媒体眼中一个资金雄厚的商业城市形象。

检索主题词 **quarter**, 研究发现一篇关于赛默飞世尔科技公司将于 2023 年第四季度在杭州开设一个生物制剂制造工厂的报道。

(2) During the fourth **quarter**, this included opening a new biologics manufacturing facility in Hangzhou, China, to offer integrated clinical and commercial drug substance and drug product capabilities for customers.

From “Global Pharmaceuticals”

Acquisdata Global Industry SnapShot 2023.9.20

该公司旨在为客户提供综合的临床和商业药品，并且提高药品生产能力。作为科学服务领域的领导者，该公司这一决定是对杭州产品制造能力和商品销售能力的肯定，塑造了一个生物科技业务发达的商业城市形象。

在北美地区的新闻报道中，通过对 **camera** 一词的进一步分析，发现该地区报道两次提到了杭州地区的摄像头制造公司。其中一家是杭州海康威视数字技术股份有限公司，另一家是杭州雄迈信息技术有限公司。

(3) The AI **camera** companies includes major Tier I and II players like Sony Group Corporation (Japan), Panasonic Corporation (Japan), Hangzhou Hikvision Digital Technology Co., Ltd. These players have a strong market presence for AI cameras across various countries in North America, Europe, Asia Pacific, and RoW.

From “AI Camera Market worth \$22.1 billion by 2028”

PR Newswire 2023.9.22

例(3)的报道选自美通社，这篇新闻有关北美的城市和市政当局正在投资于智能城市项目，将人工智能摄像头用于交通管理、环境监测和城市规划。该地区将市面上较大的几家 AI 摄像头公司进行了整理，其中就有杭州海康数字技术有限公司。在这篇报道中，该公司被描述为在北美、欧洲、亚太地区和世界其他国家的多个国家拥有强大的市场的企业。这表明杭州的个别企业已经走向了国际，在海外市场有一席之地。

(4) Among many examples, in 2017, Xiongmai Technology, an IoT camera manufacturer from Hangzhou admitted its cameras had been exploited by the Mirai malware to form part of a botnet that launched a distributed denial-of-service (DDoS) attack targeting websites including Twitter, PayPal, and Spotify. The assault was one of the worst in US history.

From “RiskQ Inc.”

Journal of Engineering 2023.9.25

这篇来自工程杂志的报道篇目，讲述了互联网时代，网络风险防控以及数字信息保护的重要性。文章中提到 2017 年发生的网络攻击事件，起因是杭州的物联网摄像头制造商雄迈科技摄像头被 Mirai 恶意软件利用为僵尸网络的一部分，该网络针对推特、贝宝等网站发起了一场分布式拒绝服务攻击，这是美国历史上最严重的袭击事件之一。这份报道一方面表明杭州的物联网相机产品在北美得到了广泛的应用，另一方面也暗含对这类产品安全性的质疑，这可能会影响北美地区未来对物联网制造合作企业的选择。

总体来说在北美地区报道中，塑造的是一个数字科技企业发展好、产品销量大、市场广的城市形象，但其高科技数字产品仍有进步空间。

关于杭州商业的话题下，欧洲报道子语料库中出现了主题词 **co (6), ltd (5)**，可见商业话语主题下，有一些关于杭州主要企业的报道。进一步检索，**per** 这个词，会发现它的搭配词有数字，**per cent** 以及 **per day**，分析这类词的索引行文本，会发现这些报道都指向公司产品的销量增长，详见表 3。

Table 3. Concordance examples of the word “per” in the European sub-corpus
表 3. “per” 一词在欧洲报道子语料库中的索引行示例

1) The unit reported <u>41</u>	per	cent revenue growth for the -quarter to June 30...
2) Zhejiang Geely Holding Group, says that <u>50</u>	per	<u>cent</u> of its global sale...
3) Hangzhou Wahaha Group extracts up to <u>12</u> million liters	per	<u>day</u> from...

(5) Alibaba’s international commerce unit has become the fastest-growing operation of the Hangzhou-based e-commerce giant. The unit reported **41 per cent** revenue growth for the quarter to June 30, much faster than overall group revenue growth.

From “Alibaba pledges to invest US\$2b in Turkey”
South China Morning Post 2023.9.19

例(5)是有关阿里巴巴国际商务部门季度收入增长状况的数据报道，文章提到截至 6 月 30 日，该部门整体收入增长 41%，远快于其他部门增长情况，已经成为这家电子商务巨头中增长最快的业务。在分析 per 的索引行文本时，作者发现这些报道中均使用了数字作为论题，这属于论辩策略中的一种。新闻报道广泛使用统计数据和数字来量化杭州的企业生产情况以及电子商务发展状况，为杭州在商业领域的发展提供了事实依据，增强了信息的客观性。

对这些公司的报道，塑造了一个商业环境良好、企业发展势头足、国际电商业务迅猛增长的杭州形象。在话语建构的过程中，报道选用了辩论策略中的数字论题以增强报道的客观性和专业性。

4.3. 杭州的科技城市形象

如表 2 所示，欧洲和北美报道子语料库中发现了含有医疗、生物技术、药物等方面语义的主题词，本文将其归类为杭州科技城市的话语主题。

4.3.1. 生物科技城市

在北美地区主题词中，我们进一步检索 research (16)的搭配，在其高频搭配词中发现了 microbiom (5)，通过定位到索引行，发现这些主题词来自杭州一家生物科技公司的报道，内容有关生物技术发展；该词的索引中同时发现有关肥胖研究的内容，详见表 4。

Table 4. Concordance examples of the word “research” in the North American sub-corpus
表 4. Research 一词在北美报道子语料库中的索引行示例

1....Gut & Microbiome	Research	is Hindawi - Hangzhou Aimeida BioTech.
2.The news editors <u>obtained</u> a quote from thefrom	research	Faculty of Biotechnology...
3.According to the news editors, the.	research	<u>concluded</u> : “Typhi..
4.... <u>obtained by</u> contacting Jihong Zhou, Tea	Research	Institute Zhejiang University Hangzhou P. R. China...

(6) According to the news editors, the **research** concluded: “Typhi. The present study also suggests that in the future, combined treatment with the antibiotics and the bioactive compounds can enhance the immune system to perform better action against the external pathogens as well as in the treatment of internal pathogens, and the combinations will be the successful immune modulators.”

From “Gram-Negative Bacteria”

Life Science Weekly 2023.9.19

(7) Studies from Tea **Research** Institute Provide New Data on Obesity: Green tea catechin epigallocatechin gallate alleviates high-fat diet-induced obesity in mice by regulating the gut-brain axis.

From “Nutritional and Metabolic Diseases and Conditions “

Obesity, Fitness & Wellness Week 2023.10.13

例(6)有关抗生素和生物活性化合物联合治疗以增强免疫系统的研究，这项生物技术能对外部病原体发挥更好的作用。例(7)的报道涉及来自茶研究所关于肥胖的新数据。以上例子都表明杭州的生物技术公司以及各研究所在生物技术进步中付诸的努力，塑造了一个生物科技稳健发展的城市形象。在这个形象建构的过程中，研究者发现新闻报道中使用了诸如 **obtained, according to** 这类词语，意在引用生物科技机构和学者的话语作为直接引语和间接引语，以展示杭州在生物科技领域的发展。这种话语策略是视角化策略中的一种，主张定位说话人或作者的观点，表达介入或距离。说话人可以选择多种角度，以增强其话语的合法性[19]。

4.3.2. 医疗科技城市

我们结合欧洲报道子语料库中高频主题词的索引行文本语境，发现该地区报道多数有关人类健康研究。在 **clinical** 的索引中，发现了一项关于吸烟对人体健康伤害的报道；在 **different** 一词的索引中，则发现一篇有关正畸医疗研究的报道。

(8) “In other words, smoking can accelerate the process of ageing, while quitting may considerably decrease the related risk”, said Siyu Dai, Assistant Professor in the School of **Clinical** Medicine at Hangzhou Normal University in China.

From “Smoking causes 90% lung cancer deaths, speeds up ageing: Study”

The Pioneer 2023.9.13

(9) Findings on Orthodontics: Reported by Investigators at University of Foggia. Aligners were printed using the same 3D-print resin (TC-85DAC, Graphy, Seoul, Korea) and printer AccuFab-L4D, Shining 3D Tech. Co., Hangzhou, China), followed by **different** post-curing procedures.

From “Dentistry - Orthodontics”

Health & Medicine Week 2023.9.15

例(8)中引用了杭州师范大学临床医学助理教授戴思玉的话，表明吸烟可以加速衰老的过程，而戒烟可以大大降低相关的风险。例(9)提到，现在正畸领域保持器打印使用的 3D 打印技术所用材料和机器都是一致的。这两则案例都有关医疗科技的发展，报道中塑造了一个医疗科技研究实力强劲的城市。**said** 直接引用一位临床医学教授的话语；**reported by** 间接引用意大利福贾大学的报道，通过视角化策略增强了话语的权威性和可信度。

在北美报道子语料库中，通过定位主题词 **research** 和 **biotechnology**，我们同样检索出诸多关于杭州医疗科技发展的报道。

(10) Reports from First Affiliated Hospital Zhejiang University School of Medicine Hangzhou China Highlight Recent **Research in Engineering** -Recent advances in 3D printing sacrificial templates for fabricating engineered vasculature.

From “First Affiliated Hospital Highlight Recent Research in Engineering”

Journal of Engineering 2023.09.25

(11) Adlai Nortye is a global clinical-stage **biotechnology** company focused on the discovery and development of innovative cancer therapies for patients across the spectrum of tumor types, with global R&D centers established in New Jersey and Hangzhou.

From “Adlai Nortye Ltd. Announces Pricing of Initial Public Offering”

Dow Jones Institutional News 2023.09.29

我们从检索出的篇章中选取两个案例，例(10)来自浙江大学第一附属医院，报道了工程研究-3D 打印脉管系统的最新进展。例(11)有关一家全球临床阶段的生物技术公司，该公司专注于发现和开发针对不同肿瘤类型患者的创新癌症疗法，近期它在新泽西州和杭州建立了全球研发中心。这两篇报道分别通过内部研究发展和外部投资建设两个角度，塑造了医疗科技高水平发展的杭州形象。

4.3.3. 数字科技城市

通过对表 2 欧洲地区主题词 Shanghai, technology 的检索，我们发现了有关杭州数字科技发展的报道。

(12) The report highlights that elsewhere in Asia, despite a high penetration of fintech services in China, three Chinese cities — Shenzhen, **Shanghai and Hangzhou** — rank lower in the Savills’ FinTech Index.

From “Fintech: Singapore ranks fourth on Savill’s FinTech Index”

The Edge Singapore 2023.10.2

(13) Quite different is the tone of the huge Chinese pavilion at the Arsenal, titled Renewal: a symbiotic narrative. The dozens of models present the technological and urban modernization of China, in cities like **Shanghai, Hangzhou or Canton**, as part of a renewal impulse inherent to Chinese culture.

From “The Global South in Venice”

CE NoticiasFinancieras 2023.9.30

例(12)的报告强调，中国深圳、上海和杭州金融科技服务的普及率很高。例(13)报道了在威尼斯双年展中中国馆的基调，中国在这个展览中展示了上海、杭州、广州等城市的技术和城市现代化。

(14) Vishal Madan, Head of Engineering, iMocha and an active member of the TM Forum, stated, “iMocha, along with other collaborators such as Huawei, China Mobile, AIS, MTN South Africa, Saudi Telecom Company, and Hangzhou East-com Software Technology, played a critical role in the TechCo Organization Design Project (TCOD).”

From “iMocha, wins the ‘Best Catalyst - Culture and Talent’ ”

PR Newswire 2023.9.26

在北美地区的报道中，例(14)表明杭州东信软件技术等企业，在技术组织设计项目中发挥了关键作用。它们协助通信服务提供商培养进步文化，彻底改变他们的运营方式，并实现成功的数字变革的目标。

上述几个案例展示了北美及欧洲地区媒体报道中对杭州数字科技发展的关注，塑造了一个数字科技发达城市。在观察语料时研究发现，Hangzhou 及杭州地区的企业，通常会与其他城市及其他地区企业共同出现，并且用一些连接词 and, or 进行连接，这属于话语策略中的提名和指称策略。该策略是指对话语中的社会行动者、物体或动作进行命名和指称的方式，在语言上通过成员分类手段、人称代词、名词短语等来实现[19]，这三个案例中使用成员分类方式。根据 Wodak 的观点，提名策略在构建文本内部的身份和差异中起着重要的作用，能建构积极的内群体和消极的外群体[13]。在本研究所考察的新闻报道中，各地媒体通过使用这一策略将杭州与国内外其他数字科技高水平发展的城市划分为积极的内群体。通过人们对同一群体城市科技发展水平的认识，促进对杭州数字科技发达城市的理解。

4.4. 促进国际交流的城市形象

亚运会期间，杭州的国际关注度和知名度都迅速上升，由表 2 可知，三个地区的主题词中都有属于国际事务话语主题的词。在研究这类话语主题词中，通过相关主题词的索引行文本分析，发现了诸多依托杭州亚运的外交事例。

(15) The dazzling programme was a melange of technology, cultural history of China, and the spirit of the continent's unity. In keeping with the main theme of 'Tides Surging in Asia', the ceremony was about the intermingling of China, Asia and the world in the new era, as well as the unity, love and friendship of the Asian people.

From "Simultaneous poll panel to invite political parties"

The Hindu Bureau 2023.9.23

在亚洲报道子语料库中，world 一词出现了 43 次，进一步检索该词，发现诸多有关选手成绩的报道，所提赛事通常与其他国际赛事对比。另有一些报道事关杭州亚运背景中的中国外交，例(15)介绍了亚运会开幕式的一系列元素，阐述其“亚洲涨潮”的主题，讲述了新时代中国、亚洲与世界的融合，以及亚洲人民的团结、爱和友谊。报道从杭州亚运入手，升华至中国、亚洲乃至世界。这都充分说明杭州作为亚运会举办城市，努力推动自身以及国家的国际交流。

(16) By the end of the year, Syria was in civil war and millions started fleeing. Hopes in loyalist circles of a revitalisation in the economy were renewed after a visit by the President to China last month, on the occasion of the **opening** of the Asian Games in Hangzhou. After meeting Mr. Al Assad, President Xi Jinping called on the West to lift its sanctions and offered China's help in rebuilding.

From "Trapped with a \$7 salary"

The National 2023.10.7

例(16)选自欧洲报道子语料库，报道称在亚运会开幕时，叙利亚总统访问中国，这将使叙利亚经济复苏的希望重燃。因为在两国领导人会见后，国家主席习近平呼吁西方解除制裁，并为叙利亚重建提供帮助。

(17) Approval has been granted to the Minister for Youth and Sports and the Ministry **Secretary** to participate in the 19th Asian Games to be held in Hangzhou City, China.

From "Cabinet accepts 6 million US dollars in loan"

Enewspolar 2023.9.17

检索北美地区主题词 secretary，研究发现领导人前往杭州参加亚运会的报道。这表明杭州亚运作为一项重大国际赛事，有效吸引了国际目光，向各国领导人展示了杭州的魅力。各领导人在杭州的会面，也为中国的国际交流提供了机会。

本章采用语料库驱动的方法，考察了有关杭州新闻报道中话语建构的主题和内容。通过主题词分析，可以发现杭州的国际形象以亚运城市为主，在欧洲以及北美地区的描述中，杭州也是一个商业发展极其迅猛，科技研究十分发达的城市。与此同时，杭州也背靠亚运会这一国际赛事，推动中国的外交发展，破除国际误解。

5. 影响杭州在海外媒体中话语建构的因素

话语实践内在地嵌于社会、政治和文化语境之中[20]。借鉴这一概念，本章将探讨深刻影响杭州海外媒体报道话语建构的语境。

5.1. 中国城市的国际化发展

城市国际化通过推动城市人、财、物、信息和文化的跨国交流与互动,对提升城市吸引力、竞争力和辐射力具有重要意义[21]。以杭州为代表的中国城市在国际化发展中,经济、政治、文化各方面都有了显著的发展,具体体现在城市化进程加快、人均 GDP 增长、城市基础设施完善等。

在传媒作用下,体育赛事的影响力巨大而广泛,传递和塑造着城市品牌价值[22]。体育赛事的聚媒性使得体育赛事在举办期间能够吸引大量传播媒介的注意,对于提升城市受众品牌的能力具有一定的影响力[23]。为确保亚运会成功举办,杭州做了多方面投入。亚运会的成功申办和举办,不仅彰显了杭州的经济实力和组织能力,也展示了杭州的城市风貌和人文精神,为杭州打造“赛”“会”之城、提升城市能级、弘扬文明风尚等方面注入了新动力。

综上所述,以杭州为代表的中国大城市,发展程度和国际化程度越来越高,融入了世界一体化的进程。依托亚运会赛事背景,杭州在海外的知名度迅速提升,得以让海外媒体认识到中国城市的良好发展势头,因此获得外媒整体好评。

5.2. 外媒所在地政治影响因素

海外媒体作为国际间信息传递的重要渠道,能够传播中国的政治、经济、文化等信息,将会影响中国在国际社会中的话语权和影响力。外媒在报道中国城市时,会受到各方面因素,尤其是政治因素的影响。

首先,媒体报道会具有一定程度的偏向性,媒体所在地区的政治立场和观点倾向往往决定了其对中国城市形象的报道态度和内容。与中国政治立场较为接近的国家或地区的媒体,可能会更加倾向于正面报道中国的城市发展和成就;而一些在政治上与中国存在分歧的国家或地区的媒体,可能会更多关注中国的社会问题和挑战。

其次,媒体报道也将考虑媒体所在地区的国家政策和外交战略。当两国关系友好时,媒体可能会更多地报道正面新闻;而当两国关系紧张时,媒体可能会更加关注负面。一些媒体可能会基于国家利益的考量,对杭州城市形象的报道进行一定的调整,以符合自身利益需求。例如本研究,有关叙利亚总统参与杭州亚运会开幕式的报道就以温和的言语体现了杭州包容开放的形象。而有关印度运动员参与亚运的报道则使用隐喻方式表达不满。总体而言,三个地区媒体报道中所体现的都是积极正面的杭州形象。

6. 总结

本研究基于语料库对亚运期间海外媒体关于杭州城市形象的报道话语展开深入分析,揭示了海外媒体在塑造杭州城市形象时呈现出的多元化特征及特定话语策略。研究发现,亚运会是海外媒体聚焦杭州的重要契机,在相关报道中,杭州的城市形象被多维度地构建起来。在具体的城市形象塑造中,杭州不仅是亚运会的东道主,更被描绘成一个商业高度发达、科技水平领先且具备国际发展潜力的城市。与此同时,杭州商业业务广泛、企业发展势头迅猛,展示出强大的经济活力。其生物科技、医学科技和数字科技的高度发达也凸显了杭州在科技创新方面的卓越成就。此外,海外媒体也描述了杭州依托亚运会经济迈向国际化的愿景,展示这座城市对未来的憧憬。海外媒体在报道话语策略的运用上展现出多样化特征,指称策略中连词的妙用使报道逻辑连贯、层次分明;视角化策略通过直接或间接引用专业人员和官方人员话语,增强报道的权威性和可信度;论辩策略中数字论题的使用,以具体数据支撑观点,使内容更具说服力。进一步探究影响海外媒体话语构建的因素,可以发现中国城市现代化取得的显著成就为媒体报道提供了丰富的素材,而外媒所在地的政治倾向则在一定程度上左右了报道的视角和立场,二者共同作用于杭州城市形象的话语建构。

本研究不仅揭示了海外媒体对杭州城市形象塑造的方式和影响因素，还为理解中国城市在国际中的形象传播提供了新的视角。然而，本研究仅聚焦于海外媒体视角，未能全面研究国内外媒体对杭州城市形象的共同塑造。未来可进一步拓展研究范围，立足国内外报道对比分析，深入探讨杭州城市形象自塑与他塑的异同及背后原因。这可以丰富城市形象传播的理论体系，还可以为城市形象的国际传播提供更具针对性的建议，助力中国城市在国际舞台上更好展示自身魅力与实力。

基金项目

本研究为 2024 年度浙江工商大学研究生科研创新基金年度科研一般项目立项阶段性成果。项目名称为“城市外交视域下杭州国际形象的媒体话语建构及传播效果研究”。

参考文献

- [1] 谢莉. 中国国际形象自塑视域下的政治话语翻译研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京农业大学, 2018.
- [2] Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. Massachusetts Institute of Technology Press.
- [3] Westerbeek, H. and Linley, M. (2012) Building City Brands through Sport Events: Theoretical and Empirical Perspectives. *Journal of Brand Strategy*, 1, 193-205. <https://doi.org/10.69554/igkt6933>
- [4] Adamus-Matuszyńska, A., Michnik, J. and Polok, G. (2019) A Systemic Approach to City Image Building. The Case of Katowice City. *Sustainability*, 11, Article No. 4470. <https://doi.org/10.3390/su11164470>
- [5] Fedotova, N.G. (2023) Media Discourse as a Generator of the Urban Imaginary. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 5, 350-378. <https://doi.org/10.46539/gmd.v5i4.404>
- [6] Muinonen, L.L.E. and Kumar, A. (2017) Building City Brand through Social Media: The Effect of Social Media Brand Community on Brand Image. In: *Strategic Place Branding Methodologies and Theory for Tourist Attraction*, IGI Global, 181-201. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0579-2.ch009>
- [7] 何国平. 城市形象传播: 框架与策略[J]. 现代传播, 2010(8): 13-17.
- [8] 张洪波. 媒介意象: 全媒体视阈下城市形象建构与传播策略[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(7): 142-144.
- [9] 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.
- [10] 孙传明, 周文静. 后疫情时代武汉城市形象的话语传播[J]. 上海城市管理, 2020, 29(6): 73-77.
- [11] Van Dijk, T.A. (2013) *News as Discourse*. Routledge.
- [12] 杨敏, 王敏. Ruth Wodak 话语-历史分析法中的哲学社会学思想探索[J]. 外语教学与研究, 2019, 51(3): 347-356+479.
- [13] Wodak, R. (2001) The Discourse-Historical Approach. In: *Methods of Critical Discourse Analysis*, Sage Publications, Ltd, 63-94. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.n4>
- [14] Hunston, S. (2022) *Corpora in Applied Linguistics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108616218>
- [15] Baker, P. (2023) *Using Corpora in Discourse Analysis*. Bloomsbury Publishing.
- [16] Scott, M. (2007) *Oxford WordSmith Tools Version 6th*. Oxford University Press.
- [17] Baker, P. (2004) Querying Keywords: Questions of Difference, Frequency, and Sense in Keywords Analysis. *Journal of English Linguistics*, 32, 346-359. <https://doi.org/10.1177/0075424204269894>
- [18] Stubbs, M. (1996) *Text and Corpus Analysis: Computer-Assisted Studies of Language and Culture*. Blackwell.
- [19] Wodak, R. (2011) *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. Palgrave.
- [20] Fairclough, N. (2013) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Routledge.
- [21] 董婷, 潘明明. 中国城市国际化水平测度及国际化发展定位研究[J]. 顺德职业技术学院学报, 2018, 16(2): 33-39.
- [22] 阮伟. 体育赛事与城市发展关系研究[D]: [博士学位论文]. 北京: 北京体育大学, 2012.
- [23] 胡书芹. 大型体育赛事对城市品牌知名度的影响机制研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 杭州师范大学, 2013.