

媒体话语对城市形象的塑造

——基于杭州新闻报道的语料库批评分析

李冰莹

浙江工商大学外国语学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年7月29日; 录用日期: 2025年8月19日; 发布日期: 2025年9月2日

摘要

媒体话语形塑公共舆论, 知名主流媒体对特定城市的报道塑造该城市的国际形象。本文以国内主流媒体 *China Daily* 对中国城市的话语建构为研究对象, 以亚运前的杭州为例, 采用语料库语言学和批评话语分析路径, 探讨国内主流媒体对杭州城市形象的塑造情况。研究发现, 亚运会开办前十日, 报道主题主要涉及杭州亚运、杭州的国际化发展以及各界人士在杭州发展中的参与。在报道中, 作者使用了命名策略、述谓策略以及视角化策略将杭州塑造为一个充满活力的亚运举办城市、地位卓越的国际大城市、经济科技发展迅速城市以及底蕴深厚的历史名城。本研究可为杭州城市形象的国际化塑造提供一定的借鉴, 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

Shaping City Identity through Media Discourse

—A Corpus-Based Critical Analysis of Hangzhou's News Reports

Bingying Li

School of Foreign Languages, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jul. 29th, 2025; accepted: Aug. 19th, 2025; published: Sep. 2nd, 2025

Abstract

Media discourse shapes public opinion, and coverage of specific cities by prominent mainstream media molds the international image of those cities. This study focuses on the discourse construction of

文章引用: 李冰莹. 媒体话语对城市形象的塑造[J]. 现代语言学, 2025, 13(9): 75-82.

DOI: 10.12677/ml.2025.139951

Chinese cities by the domestic mainstream media *China Daily*, using Hangzhou before the Asian Games period as a case study. It employs corpus linguistics and critical discourse analysis to explore how domestic mainstream media portrays the city image of Hangzhou. The research reveals that in the ten days leading up to the Asian Games, reporting themes primarily revolved around the Hangzhou Asian Games, Hangzhou's international development, and the participation of various people in the city's development. In these reports, the authors employed referential strategy, predication strategy, and perspectivization strategy to portray Hangzhou as a vibrant host city of the Asian Games, an international metropolis with prominent status, a city with rapid economic and technological development, and a historic city with profound cultural heritage. This study provides valuable insights for the international shaping of Hangzhou's city image and offers useful references for Chinese cities in formulating and implementing internationalization strategy.

Keywords

City Image, Media Discourse, Hangzhou, Corpus

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

国家形象作为国家文化软实力的重要组成部分,已成为政治学、传播学、语言学等多学科交叉研究的热点议题。随着全球化进程的深化,区域与城市形象逐渐从国家形象的一部分转变为独立研究对象,他们不但从各个侧面折射出国家的形象,同时也是一个地区社会经济发展的一大资源[1]。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]。在重大国际赛事等关键节点,城市形象的媒体呈现更成为塑造国家形象、提升国际影响力的重要途径[3]。

杭州作为中国东部地区重要的中心城市、国家历史文化名城与国际性综合交通枢纽,既是全国数字经济创新高地,也是传统与现代融合发展的典型代表。2015年成功申办亚运会后,国际社会对杭州的关注度持续攀升;2023年第22届亚运会举办期间,国内外媒体对杭州的报道量大幅增长。鉴于该城市在中国乃至海外的重要地位,在国内媒体口中杭州城市形象的自我塑造成为了值得研究的问题。在此背景下,本文以2023年杭州亚运会前的国内主流媒体报道为语料,结合语料库语言学方法与批评话语分析理论,聚焦“国内媒体如何通过话语策略塑造杭州城市形象”这一核心问题,为城市形象的媒体传播实践提供理论参考。研究主要回答以下问题:

- ① 国内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?

2. 文献综述

现有研究主要从三个层面探讨城市形象的建构机制:其一,媒介内容视角,王艺臻考察了城市宣传片在城市形象构建中的作用[4];岳蓉榕等人以亚运短视频为研究对象,探讨了其如何构建杭州形象[5];刘霄则对纪录片中杭州城市形象构建存在的问题进行了分析[6]。其二,文化视角,许丹虹,郭兰英的研究讨论了城市文化视阈下杭州城市形象塑造与国际推广策略[7];施旭,楼诗杭从文化话语视角出发,探索杭州全球化传播策略[8];他们的研究均强调城市的历史底蕴、文化符号在形象塑造中的核心作用。其

三,理论工具视角,李华君、张婉宁以城市品牌符号体系为标准探讨杭州城市宣传片构建城市形象的过程[9];苏永华、王美云则从整合营销传播理论出发探究杭州城市形象的国际传播[10]。

综上,现有研究对城市形象建构各方面机制已有较为广泛的认识,但在以下方面存在不足:其一,较少以国内主流媒体对杭州的报道为对象,系统研究其对杭州形象自我塑造;其二,缺乏基于语料库语言学与批评话语分析路径的实证研究,难以揭示媒体话语如何通过语言策略系统性建构城市形象[11]。鉴于此,本文研究将填补这一领域空白。

3. 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]。DHA 在具体操作中区分为三个维度的分析:话题分析、话语策略分析和实现话语策略的语言手段分析[13]。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。第二步要在语篇、句子和词汇各个层面上探讨文本中实现意义的形式和语言手段,这些手段包括五类话语策略,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[14]。

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[15],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[16]。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[17]。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。

4. 研究语料及步骤

作为国内最主要的英文报刊, *China Daily* 是对外传播的主阵地,涵盖面非常广泛,它是世界了解中国的重要窗口在对外传播中发挥着其他媒体不可替代的作用。亚运会开始前,为使国际社会对杭州有初步了解,研究者以“Hangzhou”为关键词,以亚运会开幕前 10 天为时间区间,在 *China Daily* 在线网页中检索 2023 年 9 月 13 日至 2023 年 9 月 23 日内有关杭州的所有报道。经过检索和语料清洗,共得到 147 篇新闻报道。所有新闻报道语料的形符数为 20,731,类符数为 3265。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,将得到的 147 篇新闻报道转化为纯文本,编码为 UTF-8,命名为“CD 杭州报道语料库”,并导入至 Wordsmith 中生成词表。

其次,笔者使用 BROWN 语料库作为本研究参照语料库,提取高频主题词。

最后,通过主题词的搭配和索引分析等对语料库中的具体话语主题进行分析,并探讨亚运前 10 天内, *China Daily* 中的新闻报道对杭州评价中的话语构建情况。

5. 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[18],通过对比我们得到 CD 杭州报道语料库关键性最强的前 30 个主题实义词,如表 1 所示:

Table 1. Top 30 thematic content words in the CD Hangzhou Report Corpus

表 1. CD 杭州报道语料库前 30 个主题实义词

Key word	Keyness	Key word	Keyness
GAMES	3142.53	LI	303.91
HANGZHOU	3127.26	VENUES	297.44

续表

ASIAN	2833.32	ASIAD	284.51
CHINESE	1155.21	OPENING	269.47
CHINA’S	1011.69	JINPING	265.11
ZHEJIANG	905.51	TORCH	255.46
SPORTS	876.71	BEIJING	252.17
PROVINCE	864.62	ZHANG	252.17
XI	821.40	SEPT	249.17
OLYMPIC	646.28	INTERNATIONAL	247.34
ATHLETES	512.27	ASIA	239.11
CEREMONY	443.52	RELAY	236.35
SAID	353.05	DIGITAL	235.89
TEAM	345.04	GLOBAL	232.15
HOST	334.55	EVENT	216.53

搭配能为我们了解特定单词的意义提供依据[19]。下文将通过对相关主题词的搭配做进一步分析，了解媒体报道的主题分别是什么。在观察了这些主题词的搭配和索引行文本语境之后，我们将这些主题词大致归类为四个类别，分别是：杭州亚运、区域/城市名、人姓/名以及其他。具体如表 2 所示。

杭州亚运主题词下 Game, Hangzhou, Asian 通常在 Hangzhou Asian Games 中一起出现，是亚运会的官方称呼。Asiad 是亚运会的缩写。sports 一词指亚运会中涉及的运动赛事，athletes, team 则在介绍亚运会参赛运动员及队伍。Torch 和 delay 一词共同出现，讲的是亚运火炬传递延迟事件。区域名和地名中，Zhejiang 是杭州所属省，Beijing 是中国的首都，报道所提到的范围越来越广，扩展至全中国乃至全世界，从这里也可以推测出杭州这一城市逐渐走向国际舞台的过程。人的姓名这一主题下，Xi 和 Jinping 指的都是国家主席习近平同志，Li 和 Zhang 这两个姓氏指的分别是姓李和姓张的人，人名出现在报道中，多数用于引出此人所做的事或说的话。在其他词中，动词 said 广泛出现，时间词 sept 出现频率也较高，digital 这一形容词也得到了关注，因无法归类到前三类，笔者暂时将它们分至其他类别里，具体分类见表 2。

Table 2. Discourse themes in the CD Hangzhou Report Corpus

表 2. CD 杭州报道语料库话语主题

话语主题分类	欧洲
杭州亚运	Games, Hangzhou, Asian, sports, Olympic, athletes, ceremony, team, host, venues, Asiad, opening, torch, Asia, relay, event
区域/城市名	Chinese, China’s, Zhejiang, province, Beijing, international, global
人姓/名	Xi, Li, Jinping, Zhang
其他	said, sept, digital

基于对语料库中关键词的分类，我们得到四类话语主题。据此，可基本推测亚运前 10 日，China Daily 中有关杭州的报道，围绕亚运会这个中心事件，描述浙江杭州这一城市走向全中国乃至全世界的过程。这其中，还涉及习近平主席及其他人士的参与。接下来，笔者将基于 DHA 中的话语策略，分析这些媒体

报道是如何使用具体的话语策略构建杭州城市形象的。

5.1. 命名策略

DHA 理论中的命名策略是指运用语言手段对社会行为者、对象、现象、社会事件、过程、行为进行社群归类, 以实现话语建构和身份识别, 其实现形式为指示词和名词[20]。DHA 认为, 不同的命名方式体现了说话人建构正面自我和负面他者的策略。在 *China Daily* 中在提到杭州时所使用的指称词主要有 the capital city (39)、the host city (31)。

例① Hung is in the capital city of Zhejiang Province to attend the sixth cross-strait youth development forum.

例①中的“capital city”强调了杭州在浙江省的核心地位, 暗示其作为政府决策、文化交流和经济发展的中心。同时, 通过其他人员到此参加“the sixth cross-strait youth development forum”的报道, 表明杭州是第六届海峡两岸青年发展论坛的举办城市, 杭州被描绘为一个积极促进两岸青年交流和发展的城市。

例② Chinese President Xi Jinping on Friday met with Syrian President Bashar al-Assad in Hangzhou, capital city of East China's Zhejiang province.

这一表述明确指出了杭州的地理位置, 即中国东部和行政级别即浙江省会。这种命名方式强调了杭州在中国政治版图中的重要地位, 为构建其作为重要政治形象奠定了基础。通过提及中国国家主席习近平与叙利亚总统巴沙尔·阿萨德在杭州的会晤, 该例子展示了杭州作为国际交往平台的政治能力。

例③ Meanwhile, as the host of the 19th Asian Games, it is also necessary to demonstrate the poetic and aesthetic characteristics of Jiangnan.

例③明确了杭州在本次亚运会中的地位, 即第 19 届亚运会举办城市。在描述中, “poetic and aesthetic characteristics”强调了这座亚运城市作为江南水乡的诗意和美学特征。江南水乡与亚洲运动会的举办相结合, 展示了杭州既现代又富有文化底蕴的城市形象, 可以加深人们对杭州文化特色的认知。

例④ Inspired by the main host city's rich heritage, designers of the mascots for the Games, Zhang Wen and Yang Yihong, made the trio of cute characters to represent the three UNESCO cultural heritage sites in Hangzhou.

此例先强调杭州“host city”的地位, 再通过“rich heritage”, 明确指出了杭州拥有丰富的文化遗产。这种命名策略不仅突出了杭州作为历史文化名城的地位, 还暗示了其文化资源的多样性和深度。通过提及联合国教科文组织认定的三个文化遗址, 构建了杭州作为一个拥有深厚文化底蕴和历史积淀的城市形象。同时, 通过亚运吉祥物设计师的创作灵感来源于这些文化遗产的报道, 进一步强化了杭州的文化魅力。

综上所述, *China Daily* 中有关杭州的报道, 通过使用命名策略, 强调了杭州的行政地位、地理位置、文化遗产和亚运举办城市的地位, 构建了一个政治地位卓越、文化资源丰富、实力强劲的亚运城市形象。

5.2. 述谓策略

述谓策略指给社会行为者、物体、现象、事件及过程赋予特征和属性的语言方式。语言实现形式包括: 积极或消极的评价性语言和明确的谓语动词或名词、形容词等[20]。笔者在语料库中检索 Hangzhou 一词周边的谓语, 考察报道如何通过谓语成分中使用有否定意义或者肯定意义的修饰语, 以达到塑造自塑正面或者负面的杭州形象的目的, 部分检索内容如表 3 所示。

Table 3. Predicate terms around Hangzhou (partial)
表 3. 杭州周边谓词语汇检索(部分)

...	Hangzhou	is fully ready to welcome athletes...
the main host city	Hangzhou	is embracing the Asiad as a high-profile showcase
Now as	Hangzhou	has grabbed the world's attention,
For centuries,	Hangzhou	has been known for its breathtaking natural beauty...
As a core city of the Yangtze River Delta,	Hangzhou	has been one of the most prosperous cities in China
symbolizes the city of	Hangzhou,	which is known as China's "silk capital"
With	Hangzhou	considered China's "internet capital"

从表 3 中可以知道,报道中,当谈及杭州时,作者运用一系列积极的词汇,肯定了杭州在举办亚运会中的努力,例如 *fully ready to*, *embracing*, *has grabbed*。通过 *fully ready* 这一积极的谓语描述,展现了杭州作为主办城市的充分准备和热情好客。*embracing* 一词传达了杭州对亚运会的积极态度,并且表明杭州将举办亚运会视为展示自身魅力的重要机会。*grabbed* 一词生动地描绘了杭州成功吸引全球目光的场景,突出了其国际影响力和知名度。在报道中,述谓策略的使用构建了一个积极自信、主动开放且能力强劲的城市形象。在索引中笔者同时发现报道运用 *breathtaking* 这一形容词准确地描绘了杭州自然风光的壮丽与迷人,强调了其作为旅游胜地的独特魅力。*core city* 和 *the most prosperous city* 都用于准确概括杭州的经济状况,突出了其作为长江三角洲核心城市的繁荣与发达。*known as* 和 *silk capital* 的使用强调了杭州丝绸在文化方面的独特贡献和影响力。*internet capital* 这个名词则表达了作者对杭州互联网产业地位的普遍认可,突出了其在科技创新和数字经济方面的领先地位。

杭州相关报道运用述谓策略,使用大量积极情感词汇塑造杭州形象,例如积极形容词 *fully*, *heartbreaking*, *prosperous*; 积极名词 *capital*, *beauty*; 以及积极动词 *ready*, *embrace*, *grab* 等。在此策略下,构建了一个积极自信、发展强劲、底蕴深厚且充满活力的城市形象。

5.3. 视角化策略

视角化策略是通过分析转述言语(包括直接引语、间接引语),确定说话者的观点,表达其参与或疏离度。直接引语是引述原话的形式和内容,较大程度上保持了被转述话语的独立性,视角化策略是通过分析转述言语(包括直接引语、间接引语),确定说话者的观点,表达其参与或疏离度。直接引语是引述原话的形式和内容,较大程度上保持了被转述话语的独立性,传播最真实的被转述者声音;而间接引语则是转述原话内容,模糊转述者话语和被转述话语之间的界限,从而能让这些观点被读者自然而然地理解和接受[21]。报道中运用了许多直接或间接引语,以确保所塑造城市形象的真实性。

例⑤ Marco Polo described it as “the City of Heaven, the finest and the noblest in the world.”

例⑥ Marco Polo, the famous 13th century Italian traveler and merchant, described Hangzhou as “beyond dispute, the finest and the noblest in the world”.

⑤ ⑥两个例子直接引用马可·波罗(Marco Polo)对杭州的描述,称杭州毫无疑问是世界上最美好最高贵的地方,是天堂之城。马可波罗是 13 世纪著名的意大利旅行家和商人,他的描述具有高度的可信度和权威性。他的描述发生在 13 世纪,这一时期杭州是南宋的都城,政治、经济和文化都非常繁荣。通过引用这一历史人物的话语,报道不仅展示了杭州在当时的地位,还暗示了杭州的繁荣和富庶是历史悠久的,进一步增强了杭州城市形象的深度和厚度。

例⑦ “I hope that people from all over the world can join us to enjoy Chinese culture in Hangzhou. China’s gymnasts are getting ready to show ourselves on the Asiad stage,” said Zou Jingyuan, an Olympic champion who clinched two gold medals at the Chengdu Universiade in August.

例⑦从奥运冠军和亚运会参赛者邹敬园的视角表达了世界各地的人们能够一起在杭州享受中国文化的期盼，他的视角具有代表性。在他的表达中 *enjoy Chinese culture* 也强调了杭州作为文化中心的地位。报道提到邹敬园在成都大运会上获得的金牌，向读者介绍了他的个人成就，暗示了杭州亚运会的高水平和吸引力。

例⑧ “The idea is derived from mountains and rivers in Zhejiang, as well as smart-cloud computing, Hangzhou’s backbone industry,” said Cheng Zhaohui, designer of the core graphics and professor at the China Academy of Art.

程朝晖是亚运核心图形的设计师和中国美术学院的教授，其身份具备专业性和权威性。在他的表述中亚运核心图案来源于浙江的山川以及杭州的支柱产业——智能云计算。这句话通过 *derive from* 和 *backbone industry* 等词汇，强调了杭州的自然美景和科技创新实力。将设计灵感与浙江的自然景观和杭州的产业发展相结合，构建了一个既传统又现代、既自然又科技的杭州形象。

例⑨ “More importantly, all of the technology, props and programs will help us present the rich history and profound culture of Hangzhou and Zhejiang, as well as the Chinese people’s wish to unite all Asian nations, in an aesthetic and intensive way,” Sha said (Sha Xiaolan, chief director and chief producer of the ceremony) at a news conference introducing the ceremony on Thursday.

在例⑨中，沙晓岚作为开幕式的总导演和总制片人，他的视角涵盖了整个开幕式的策划和执行，具有全局性和权威性。他话语中通过 *an aesthetic and intensive way* 和 *rich history and profound culture* 等表述，突出了开幕式的艺术性和文化内涵，同时也传达了杭州和浙江的开放和包容。这段在介绍开幕式的新闻发布会上的讲话，加深了话语的影响力，构建了一个充满活力和创意的杭州形象。

以上五个具体例子都是在 *China Daily* 新闻报道中运用视角化策略构建杭州城市形象的例证。报道文本通过选择具有权威性和代表性的说话者，增强了话语的可信度和吸引力，成功地运用了视角化策略来构建杭州开放、包容、富有文化历史底蕴和创新精神的的城市形象。

本章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，可以发现报道话语多有关杭州亚运城市主题，也涉及杭州从浙江省会到中国重要城市及国际大城市的发展主题，报道中也提到了习近平总书记等重要人物。在具体的新闻报道语篇中，作者多采取命名策略、述谓策略和视角化策略，强调了杭州的行政地位、地理位置、文化遗产和亚运举办城市的地位，构建了一个政治地位卓越、历史文化资源丰富、经济科技发展实力强劲的亚运城市形象。

6. 结语

杭州作为亚运会主办城市，将会吸引广泛的国际关注，塑造良好的城市形象对一个要走入国际视野的城市来说尤为重要。本文基于国内主流英文媒体 *China Daily* 在亚运开始前 10 日的报道考察了杭州形象的建构。研究发现 *China Daily* 中关于杭州的新闻报道主题呈多样化，但都围绕亚运进行。在报道中，所涉及的话语策略有三类，包括命名策略、述谓策略及视角化策略，它们所塑造的杭州形象也呈现多样化特征，如杭州是一个政治地位特殊的城市，致力于推动国际交流合作，为其提供平台。杭州市拥有丰富的历史文化资源，在发展中不忘坚守文化底蕴。在自然景观和经济发展上，杭州也受到了诸多正面的评价，称其为人间天堂和经济发展核心城市。在诸多专业人士口中，杭州更是被称作最美好、最能体现

中国文化的地方，其科技实力和包容性也不容小觑。这些报道中自塑的杭州形象均为其良好形象的国际传播打下基础，有利于杭州以更好的姿态走入国际视野。本文的研究可为杭州及其他城市的国际化形象塑造提供借鉴，也可为杭州外宣工作提供一定建议。

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] 白丽娜. 中国各省市形象在西方网络世界的传播——基于英、汉两种语言媒介和网络前三页检索的分析[J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2013, 45(4): 131-138, 156.
- [2] Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. Massachusetts Institute of Technology Press.
- [3] 范红. 国家形象的多维塑造与传播策略[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2013, 28(2): 141-152, 161.
- [4] 王艺臻. 城市宣传片中多模态隐喻与转喻的认知构建——以三部杭州城市宣传片为例[J]. 广西科技师范学院学报, 2018, 33(2): 94-97, 73.
- [5] 岳蓉榕, 张忻, 李丽婷. 亚运短视频对杭州城市形象的建构研究——以第 19 届亚运会官方抖音账号为例[J]. 视听, 2022(9): 25-27.
- [6] 刘霄. 纪录片中杭州城市形象构建存在的问题分析[J]. 今传媒, 2020, 28(12): 88-92.
- [7] 许丹虹, 郭兰英. 城市文化视阈下杭州城市形象塑造与国际推广策略[J]. 美与时代(城市版), 2022(9): 112-114.
- [8] 施旭, 楼诗杭. 文化话语视角下的城市国际化研究——探索杭州全球传播的策略[J]. 浙江外国语学院学报, 2024(3): 1-8.
- [9] 李华君, 张婉宁. G20 期间杭州城市品牌符号体系建构——基于杭州城市形象宣传片的内容分析[J]. 品牌研究, 2016(5): 81-89.
- [10] 苏永华, 王美云. 基于整合营销传播理论的杭州城市形象国际传播研究[J]. 东南传播, 2011(4): 92-95.
- [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] Reisigl, M. and Wodak, R. (2016) *The Discourse-Historical Approach (DHA)*. In: Wodak, R. and Meyer, M., *Methods of Critical Discourse Studies (3rd Edition)*, Sage, 23-61.
- [14] Wodak, R. (2001) *The Discourse-Historical Approach*. In: Wodak, R. and Meyer, M., Eds., *Methods of Critical Discourse Analysis*, SAGE Publications, 63-94. <https://doi.org/10.4135/9780857028020.n4>
- [15] Hunston, S. (2022) *Corpora in Applied Linguistics*. 2nd Edition, Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108616218>
- [16] Baker, P. (2023) *Using Corpora in Discourse Analysis*. Bloomsbury Publishing.
- [17] Scott, M. (2001) 3. Comparing Corpora and Identifying Key Words, Collocations, and Frequency Distributions through the Word Smith Tools Suite of Computer Programs. In: Römer-Barron, U. and Tognini-Bonelli, E., Eds., *Studies in Corpus Linguistics*, John Benjamins Publishing Company, 47-70. <https://doi.org/10.1075/scl.5.07sco>
- [18] 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>
- [19] Stubbs, M. (1996) *Text and Corpus Analysis: Computer-Assisted Studies of Language and Culture*. Blackwell.
- [20] Reisigl, M. and Wodak, R. (2009) *The Discourse-Historical Approach*. In: Wodak, R. and Meyer, M., Eds., *Methods of Critical Discourse Analysis (2nd Edition)*, Sage, 87-121.
- [21] 辛斌. 《中国日报》和《纽约时报》中转述方式和消息来源的比较分析[J]. 外语与外语教学, 2006(3): 1-4.