

# 韩国媒体的山东形象研究

——以《朝鲜日报》为例

刘荣荣

**[摘要]** 文章通过分析韩国第一大报刊《朝鲜日报》1992—2017年与山东相关报道的数量、主题、报道倾向及典型案例,客观、全面地了解韩国报刊涉鲁报道的总体情况,然后对《朝鲜日报》呈现的山东形象从政治形象、经济形象、文化形象三个角度进行解读,探讨韩国媒体对山东的认知、态度及其成因,提出提升山东在韩国的国际形象的建议:提高“山东”的存在感和知名度;加强山东内陆城市与韩国的交流合作;加强与涉外媒体、韩国媒体的合作;突出文化传播,增强软实力;发挥在韩山东人、山东企业的作用;改善生活环境和投资环境。

**[关键词]** 韩国媒体;区域形象;山东形象;朝鲜日报

**[基金项目]** 本文系山东省社科项目“韩国报刊涉鲁报道的山东形象研究”(项目编号:17CKPJ12)的阶段性成果,得到山东大学基本科研业务费专项资金资助。

**[作者简介]** 刘荣荣,山东大学外国语学院助理研究员,博士后。

DOI:10.16852/j.cnki.45-1390/g2.2018.11.070

国家形象在一国的综合国力竞争和对外关系中起到非常重要的作用。同样的,区域形象也关乎地区竞争力,对地区发展与对外交流具有重要意义。山东与韩国地缘相近、文缘相通,外事、经贸、文化交流频繁。了解韩国媒体对山东的关注度、认知和态度,可以为山东塑造和传播国际形象以及开展对韩交流提供参考。在韩国媒体中,《朝鲜日报》是韩国市场占有率最高的报刊。<sup>①</sup>通过分析《朝鲜日报》对山东的报道情况,可以大概判断韩国主流媒体对山东的报道倾向。

## 一、《朝鲜日报》涉鲁报道分析

笔者首先通过设定报道内容中含有“山东省<sup>②</sup>”的关键词,检索1992—2017年有关山东的报道,对其报道数量、报道主题和报道倾向进行系统统计和深入分析,力求对韩国媒体的山东报道做出一个较为客观、全面的评析。

### (一) 报道数量:与华东地区其他省市相比居中偏上

与山东相关的报道数量可以反映出《朝鲜日报》对山东的关注度。检索结果显示,1992—2017年带有“山东省”的报道共有784篇,各年度涉鲁报道的数量统计如图1所示。

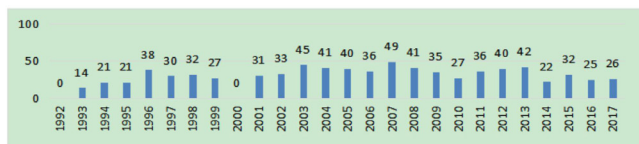


图1 《朝鲜日报》涉鲁新闻报道数量统计(篇)

从报道的时间分布看,最早的一篇报道是在1993年,除了1992年和2000年没有相关报道之外,其他年份都有与山东省相关的新闻报道,但每年的报道数量较

少。从中可以判断《朝鲜日报》对山东持续关注,但关注度不够。尽管如此,山东省的沿海城市却得到格外关注,如青岛相关报道942篇,烟台相关报道224篇,威海相关报道156篇。虽然这些城市隶属于山东省,但大多数报道并未与山东省相关联,而是直接称“中国青岛”“中国烟台”“中国威海”。究其原因,一方面是因为这样称呼更加简洁,符合新闻的简明性特点;另一方面是因为山东的沿海城市与韩国地理位置毗邻,交流频繁,已经为韩国人所熟知,即使不提及山东也毫不影响韩国民众的认知。

为了更加准确地判断《朝鲜日报》对山东省的关注度,笔者同时对华东地区其他省市的新闻报道数量做了统计,其中江苏省627篇,安徽省280篇,上海市9263篇,浙江省807篇,江西省137篇,福建省449篇。由此可见,山东省的报道数量远远少于上海,略低于浙江,高于江苏、福建、安徽和江西,报道数量居中偏上。

### (二) 报道主题:社会类报道最多,其次是国际类和经济类

《朝鲜日报》涉鲁报道的主题包括经济、政治、社会、文化、体育·娱乐、国际、社论·专栏。其中社会类报道最多,有277篇,占35%,其次是国际类(168篇,22%)和经济类(158篇,20%),其他主题的相关报道较少。可以看出,《朝鲜日报》对山东的社会和经济更加关注,而对文化、政治和体育·娱乐类的关注度相对较低。<sup>③</sup>

社会类新闻报道的内容涉及较为广泛,包括山东的环境、交通、观光、饮食、天气、演出、论坛、纪念活动、庆典、民众生活、农产品安全、人物、建立姊妹关

系、签署协议等社会生活的方方面面，将较全面的山东呈献给了韩国读者；国际类新闻报道的内容涉及政府、军队、重大事件、保健、环境相关的大型事件；经济类新闻报道的内容涉及韩国与山东开展经贸合作，韩企在山东建厂，在鲁韩资企业发展动态；文化类新闻报道涉及山东的遗址、书法、通讯、出版、影视、展览会、演出、料理、文学、儒学等内容；政治类新闻报道主要围绕中国渔船非法捕鱼、脱北者展开，还涉及访问、会谈、与政界人士相关的新闻；体育·娱乐类新闻报道的内容主要是在山东举办的球赛；社论·专栏涉及人物、故事和历史，虽然社论是媒体表达观点最重要的形式，但社论中并没有把山东作为主要报道对象。

### （三）报道倾向：以中性报道为主，负面报道略高于正面报道

新闻在报道某一省市时表现出的态度倾向，直接影响读者对这一省市的认识。报道倾向可分为中性报道、正面报道和负面报道。笔者依据报道内容对报道倾向进行了区分。赞扬类或展现山东好的一面的报道归为正面报道；批评类或可能对受众在对山东的认识上造成误解的报道归入负面报道；其他客观且小带褒贬色彩的事实陈述均列入中性报道。分析结果显示，《朝鲜日报》涉鲁报道中，中性报道634篇，占81%，所占比重最大；其次是负面报道，96篇，占12%；正面报道数量最少，54篇，占7%。整体而言，《朝鲜日报》对山东的报道客观、中立，能够比较客观地反映山东省的实际情况，对山东的形象塑造比较友好，这与山东与韩国密切的交流、关系的持续友好发展是分不开的。

将报道主题与报道倾向交互分析发现，山东的正面形象主要体现在经济领域，除了经济类新闻外，国际、社会和社论中的正面报道大多数也与经济相关。例如，经济类新闻《“孔子的故乡”中国山东省济宁市成为招商引资角逐地》《中国青岛大变身，成为尖端制造业·服务业城市》；国际类新闻《威海市成为最大投资地》《目标是撼动世界的全球品牌》（海尔和青岛啤酒相关报道）；社会类新闻《中国山东省大量栽培新高梨》《中国跨国企业入驻松岛》（东营光伏太阳能有限公司相关报道）；社论《孔子后裔出来招商引资》《中国平度市生存法则》。在负面报道中，国际类和社会类新闻居多。国际类负面报道主要包括环境问题（7篇）、大型事故（6篇）、陈光诚相关报道（6篇）、政府违纪（3篇）；社会类负面报道主要包括脱北者（15篇）、环境问题（6篇）、非法捕鱼（4篇）、威海重大事故（3篇）、食品安全（2篇）。

可以看出，呈现山东负面形象报道主要集中在脱北者问题和环境问题。对此，我们应客观看待。在脱北者问题上，并非是《朝鲜日报》针对山东本身或对山东有地域歧视，而是韩国受西方民主主义思想和政治制

度的影响很深，对中国整体存在刻板印象或固有偏见，特别是《朝鲜日报》是韩国保守媒体的大本营，其对华态度颇为消极，而山东只是恰巧是这些负面报道的发生地。此类报道中强调中国不尊重人权，而忽视了中国的国内法规和国家利益考虑。至于环境问题，确实是国内和山东省内客观存在的突出问题，韩国因为与山东省地理位置临近，或多或少会受到山东环境的影响，所以《朝鲜日报》对山东环境问题格外关注。

还有一些负面报道，如山东农产品出现负面报道是因为韩国媒体的报道都是以维护本国利益为出发点，当本国利益受损时，自然会偏向负面报道。但我们也应该看到，此类报道是极少数的，大部分报道都对山东的农产品生产规模进行了赞扬。另外，有时《朝鲜日报》也会出于商业利益的考虑，为吸引受众眼球而凸显负面事件，而对山东在许多领域的改善和进步较少提及，存在选择性报道的倾向。

## 二、《朝鲜日报》呈现的山东形象

### （一）政治形象——山东在中国政治地位高，政府积极招商引资促进经济发展

《朝鲜日报》十分关注中国的政局，涉鲁报道中多次提到山东在中国的政治地位，认为山东出身的官员在中央的比重较大，山东在政治上影响力大。例如，2003年1月7日一篇介绍中国内政的报道中提到，广东省和山东省是中国政治影响力最大的省。

另外，《朝鲜日报》对山东政府积极招商引资进行了大量报道。例如，《孔子后裔招商引资》（2003-10-28）报道了济宁巧打孔子牌招商引资；《来中国济南市投资吧》（2003-07-01）报道的是济南原副市长王天义去韩国首尔举办招商引资会；《青岛的致命诱惑》（2004-07-14）中报道了山东省政府积极招商引资。此类报道集中在2003—2004年，此时也正好是韩国企业来华投资的热潮期。

### （二）经济形象——山东是经济大省、农业大省，发展速度快，韩企众多，韩国投资额最大，有海尔和青岛啤酒

首先，《朝鲜日报》对山东在中国的经济地位、发展速度和规模给予充分肯定。例如，《中国四大区域》（2003-03-19）中把人口第二位和经济能力（GDP总额）第三位的山东省列为中国经济比重最大的四大区域之一；《去中国的总统“经济包裹”里装了些什么》（2008-05-13）中，青瓦台相关人士提到，山东人口和GDP在中国居第二位，是韩国在华中小企业和在华韩国人最多的地方。

其次，山东农产品产量高，进入韩国给韩国农业带来冲击，所以《朝鲜日报》特别关注山东的农业。例如，《大蒜断了贩路，只能在仓库里叹气》（2002-08-09）中称，山东大蒜进入韩国，给韩国蒜农带来危机，而且山东建立出口主产区，大量蔬菜进入韩国会给韩国

的蔬菜产业带来危机；《中国山东省大量栽培新高梨》（2005-05-02）中，感叹山东省的梨产量高、规模大、价格低，进入韩国会给韩国梨农带来危机感。

再次，山东有众多韩企，是韩国在华投资额最多的省份。《朝鲜日报》中有大量“韩国投资集中在山东”的报道。例如，《中国出口广东省最多，投资山东省最多》（2004-03-16）中指出，韩企对山东的投资占对华总投资额的27%；《去中国的总统“经济包裹”里装了什么》（2008-05-13）称，韩企对山东的投资占到中国总投资的60.4%，进驻山东的韩企达到1万多家。从报道中可以看出，2004—2008年四年间韩国企业对山东的投资急速增长。

《朝鲜日报》中有关山东经济的报道议题还包括韩企在山东设立分公司或工厂，这也从侧面反映了山东对韩国企业的吸引力。例如，《大宇集团在山东建立水泥工厂》（1994）、《东源食品在威海建立综合食品加工厂》（1998）、《大宇综合机械在山东建立机床工厂》（2003）、《现代汽车决定在日照建立发动机基地》（2006）、《三星重工在荣成市建立船舶用模块工厂》（2006）等。从报道的时间分布也可以看出，韩国企业投资在1995—1996年形成热潮，之后经过外汇危机停滞，在2003年开始出现恢复趋势，在2006年又迎来第二股热潮，这是因为2008年奥运会即将举办，韩企看到了中国的市场潜力。

最后，山东企业中海尔和青岛啤酒得到《朝鲜日报》的关注。其中，曝光度最高的是海尔。1992—2017年海尔相关报道达192篇，但将海尔与山东省相关联进行的报道仅有5篇。在这5篇报道中，海尔集团（3篇）和张瑞敏会长（2篇）得到正面的评价。海尔被评价为“引领中国超高速成长的中国10大企业之一”（2001-11-05），张瑞敏被评价为“把晕厥的鱼救活的管理者”（2015-11-22）、“21世纪引领中国的大企业家之一”（2002-03-12）。此外，青岛啤酒相关报道有51篇，但和山东省同时检索，直接相关的报道仅出现3篇。

### （三）文化形象——山东有孔子、泰山，历史文化深厚，重视文化交流

《朝鲜日报》从中韩建交之初就特别关注山东的历史文化。《汉字BC2300年开始使用/在山东遗址出土瓷器》（1993）、《发现中国最早甲骨文，比殷墟文字早300年》（1997）、《观中国山东省出土佛教美术展有感》（1999）等报道展示了一个历史文化深厚的山东。

虽然《朝鲜日报》中儒学、孔子相关报道非常多，但与山东省相关联的报道只有27篇。其中，报道最多的是孔子后孙，传统文化教育，借助孔子发展软实力、发展经济。此外，泰山也屡见报端，这是因为“泰山”在韩国的很多谚语中出现，早已声名远扬，树立了崇高巍

峨的庄严形象。<sup>④</sup>

《朝鲜日报》还大量报道了山东与韩国在文化领域的交流活动。例如，《韩中美术交流展》（2002）、《在文艺会馆举办韩中书法交流展》（2003）、《山东省艺术团公演》（2007）、《跆拳道使节团派往中国泰安》（2005）、《济州自然遗产与中国泰山结姊妹之缘》（2009）等。

### 三、结论及建议

研究发现，《朝鲜日报》虽然有明显的保守倾向，但对山东的报道是中立、友好的，给韩国民众展示了孔子、曲阜、泰山、海尔、青岛啤酒等很多与山东相关的正面形象，称赞了山东在中国的政治、经济地位，发展速度，对韩企的吸引力，深厚的历史文化等。当然，也呈现了一些环境污染、食品安全、事故相关的负面形象。根据《朝鲜日报》涉鲁报道的分析结果，针对山东在韩国的形象提升，提出个人思考和具体建议如下。

#### （一）提高“山东”的存在感和知名度

《朝鲜日报》在报道青岛、烟台、威海、曲阜、孔子、儒学、泰山、海尔、青岛啤酒时大多前面只加修饰语“中国”，而忽略了“山东”，使得山东在韩国的知名度和存在感大大降低，出现了青岛的知名度远远高过山东，韩国人只知道中国有孔子，不知道山东是孔孟之乡，只知道海尔是中国企业，不了解海尔也是山东企业的现象。因此，应该加强对“山东”的宣传，尤其是在宣传山东相关的城市、景点、文化、人物、企业时，应借助各种交流活动，注意强调“山东”二字，以提高山东的曝光度。

#### （二）加强山东内陆城市与韩国的交流合作

从《朝鲜日报》中也可以看出，韩国与山东沿海城市的交流合作非常频繁，而与内陆城市的交流非常有限，只有几篇济宁、济南、聊城的相关报道，而其他城市，如淄博、滨州、德州、菏泽、临沂、枣庄、莱芜等城市的相关报道几乎没有。这也从侧面说明山东的内陆城市与韩国的交流合作较少。为此，各城市应该找准特色定位，发展特色经济，积极开发旅游资源、文化资源，与韩国的道、市建立友好关系，并建立独特的交流活动，积极走出去招商引资，加强合作，并召集国内外媒体进行宣传报道。如果能够把这些内陆城市也调动起来，山东在韩国的影响力会得到大幅提高。

#### （三）加强与涉外媒体、韩国媒体的合作

区域形象的提升离不开媒体的宣传。除了增强山东省内媒体自身的传播能力外，更应加强与国内重要涉外媒体以及《朝鲜日报》《中央日报》《东亚日报》等韩国主流媒体的合作交流。邀请国内涉外媒体报道山东，对山东进行正面宣传，推介良好投资、旅游环境和区域形象。相关部门也应组织专门人力关注各国媒体对山东

的报道情况，及时提供信息反馈。

#### （四）突出文化传播，增强软实力

山东政府机构和民间组织应借助各种文化交流活动和国际会议弘扬山东文化。尤其是孔子、儒学作为山东的文化名片，应继续发扬光大，可借助“中国（曲阜）国际孔子文化节”“世界儒学大会”扩大山东影响力。同时，加强山东的地方庆典，如潍坊国际风筝节、青岛啤酒节等节日的宣传工作，邀请各国青少年来体验，并利用好这类文化交流活动，积极宣传山东的风土人情、旅游资源、商贸活动等。

#### （五）发挥在韩山东人、山东企业的作用

韩国媒体在报道在韩中国人时，都会提及其出生地，在报道在韩企业时，会提及其总部所在地。目前《朝鲜日报》对在韩山东人的报道较多，对在韩山东企业的报道却很少。山东省可以利用在韩山东人多、在韩山东企业多的优势，成立在韩山东人联合会、在韩山东企业联合会，对其进行活动赞助，并邀请中韩媒体进行报道，借机宣传山东。另外，山东省内与韩国有关的企业也是宣传山东的媒介，应积极依靠媒体将企业间的合作宣传出去。

#### （六）改善生活环境和投资环境

山东居住着十万韩国人，四五千家韩国企业在鲁投资，所以《朝鲜日报》对山东的生活环境和投资环境非常关注，也指出了一些客观存在的问题。虽然国家和省内在环境污染、食品安全等问题上的治理取得了一定成效，但韩国媒体对这方面的报道较少，当然也应看到近几年这类负面报道也几乎没有。我们应继续加强治理，优化生存环境，改变韩国人对中国包括对山东的刻板印象。另外，也应为外资企业提供更好的投资环境，借助驻鲁韩资企业，增强韩国媒体对山东的认可与信赖。

#### 注释：

- ①《朝鲜日报》官网：<http://www.chosun.com/>。
- ②在韩国语中，“山东省”有两种表达方式——산동성과산둥성（发音相似），前者采用“山东省”的汉字音标记法，2000年之前使用较多；后者是“山东省”的发音标记法，2000年之后使用较多。本文对这两个关键词都进行了搜索、统计。
- ③虽然在《朝鲜日报》中经济类报道所占比重不够大，但经济类专刊《朝鲜biz》的涉鲁报道达到270篇。由此可见，韩国对山东经济十分关注，与山东的经济交流十分活跃，这与众多韩国企业在山东投资有密切关系。此外，体育类报道虽少，但朝鲜日报社旗下有体育类专刊《朝鲜体育报》，其中有关山东的报道达128篇。
- ④“积尘堆成泰山”（比喻滴水成河），“心事大如泰山”（比喻忧心忡忡），“越走越是泰山”（比喻每况愈下）等韩国谚语中都包含“泰山”。

#### 【参考文献】

- [1]董向荣,王晓玲,李永春.韩国人心目中的中国形象[M].北京:社会科学文献出版社,2012.
- [2]鲁锦松.浅析《朝鲜日报》涉华报道与情感特点[J].当代韩国,2014(2):97-104.
- [3]齐晓峰,安仁焕.从韩国媒体视角看中国国家形象的变化[J].当代韩国,2017(3):68-78.
- [4]徐玉兰.韩国媒体中的中国国家形象——以《朝鲜日报》为例[J].新闻爱好者,2010(21):60-62.
- [5]张小宁.山东国际形象研究：以《洛杉矶时报》中与山东相关报道为分析对象[J].传播与版权,2014(8):137.
- [6]邹晨雅,董小玉.韩国媒体眼中的中国霸权形象——基于对韩国纪录片《超级中国》的文本分析[J].新闻界,2015(8):24-28.