

山东省区域形象在中国主流英文媒介中的建构特点分析 ——基于《人民网》(英文版)关于山东报道的研究

Analysis of Regional Image of Shandong Province in Domestic Mainstream English Medium —Based on *People's Daily Online* (English Version) Research on Shandong Reports

顾晓玉¹ 李延宏²

Xiaoyu Gu¹ Yanhong Li²

1. 中国矿业大学外国语言文化学院 中国·江苏 徐州 221116

2. 北京语言大学汉语国际教育学部 中国·北京 100083

1. School of Foreign Language and Culture, China University of Mining and Technology, Xuzhou, Jiangsu, 221116, China

2. Department of Chinese Language International Education, Beijing Language University, Beijing, 100083, China

摘要: 作为地区文化软实力的一部分, 区域形象的正面建构与有效传播在区域间经济、社会合作与发展间起着举足轻重的作用, 已成为展示与影响区域核心竞争力的关键因素。本研究以《人民网》(英文版)2019年8月1日至2021年8月1日有关中国山东省区域形象的相关报道为研究语料, 主要采用数据统计分析法、内容分析法以及案例分析法, 从新闻类型、新闻属性、新闻形式以及内容主题等四个方面着手对山东省的政府形象、经济形象、文化形象、农业形象以及人民形象建构现状与特点进行系统分析。本研究有助于揭示当前山东区域形象在中国主流英文媒介中的呈现状况, 对经济全球化背景下的区域形象建构具有现实意义。

Abstract: As a part of regional cultural soft power, the positive construction and effective dissemination of regional image play a pivotal role in the inter-regional economic and social cooperation and development, which has become a key factor to display and influence the regional core competitiveness. This study takes the reports on regional image of Shandong Province, China from *People's Daily Online* (English Version) from August 1, 2019 to August 1, 2021 as the research corpus, mainly using data statistical analysis, content analysis and case analysis. From the news type, the news attribute, the news form and the content theme and so on four aspects to embark on the Shandong province government image, the economic image, the culture image, the agricultural image and the people image construction present situation and the characteristic carries on the systematic analysis. This study helps to reveal the present situation of regional image of Shandong in domestic mainstream English media and has practical significance for regional image construction under the background of economic globalization.

关键词: 区域形象建构; 《人民网》英文版; 媒体

Keywords: regional image construction; *People's Daily Online English Version*; medium

DOI: 10.12346/sde.v3i9.4350

1 引言

随着全球化进程的不断加快, 中国积极参与到国际事务、广泛且深入地展开各项国际合作, 对外传播的重要性与紧迫性日益突出^[1]。作为其他国家受众了解中国历史文化、新闻概况的重要桥梁与提升区域形象国际化的重要途径, 中国主

流英文媒介对于讲好中国故事, 塑造积极的区域形象, 提升对中国的印象与感知承担着重要作用。

山东省地处中国大陆东部的南北交通要道, 京杭大运河和京沪铁路、京九铁路纵贯南北, 交通便利, 是中国主要沿海省市之一。它不仅是中国人口第二大省, 其经济也常年位

【作者简介】顾晓玉(1996-), 女, 中国山东枣庄人, 硕士, 从事外国语言学及应用语言学、语用学研究。

列全国前三，同时也是儒家、墨家文化的发源地。2019年中共山东省委印发的《山东省国民经济和社会发展第十三个五年规划刚要》对塑造山东省区域形象明确提出了新要求，山东应充分发挥优秀传统文化创新性转化、创新性发展，不断深化对外文化和旅游交流合作，多举措助推“好客山东”品牌形象的进一步提升^[2]。

其他国家的区域形象研究始于1960年美国Lynch教授所编著的《城市意象》。区域形象的研究得到众多领域的关注，从初期的管理学到20世纪90年代营销和品牌建构研究。近年来，区域形象的研究主要集中在传播学领域，语言符号本身得到的关注较少^[3]。中国最早关注区域形象研究的是罗治英教授，其关于区域形象的专著《DIS：地区形象论》标志着地区形象论或是地区形象学的诞生^[4]。目前，中国关于山东省区域形象的研究寥寥可数，如鞠玉梅^[5]采用基于语料库的话语与修辞分析相结合的方法，对中国外主流媒体中所构建的山东省区域形象进行对比，并进一步评估中方对外传播话语的修辞效力。李洁^[6]的相关研究表明近年来媒体中有关山东省整体形象存在不平衡现象，政治形象与经济形象建构较为全面，三农形象与文化形象合力不足，生态类报道比重偏低。刘荣荣^[7]通过数据统计分析等方法，从经济、政治以及文化三个角度展示了韩国主流媒体对山东区域形象的报道倾向及其主要成因，并特别强调做出改进的相关建议。此外，还有部分学者通过部分主流国外媒体对山东省的国际形象展开研究，如董通^[8]对NOW语料库中有关山东省的报道其他省份的对比、国家分布以及内容进行具体分析，总结了山东在外媒中的国际形象，并据此提出相关策略。

从以往对山东区域形象建构的渠道来看，多数研究集中于中文媒介，缺乏对英语媒介的探索；研究对象相对单一，媒介形式和样态本身的关注度还不够；另外，形象叙述较为宽泛，中观与微观层面的形象较少。基于此，论文拟采用定量研究与定性研究相结合的方法，以《人民网》（英文版）关于山东省的相关报道为语料，来分析山东省区域形象的建构特点，以此来了解目前山东区域形象的呈现状况以及中国媒体对山东省的报道倾向。

2 研究方案

2.1 研究对象

创办于1997年，人民网是世界十大报纸之一《人民日报》建设的以新闻为主的大型网上信息交互平台，也是国际互联网上最大的综合性网络媒体之一。作为国家重点新闻网站的排头兵，人民网坚持“权威、实力，源自人民”的理念；以“权威性、大众化、公信力”为宗旨，“多语种、全媒体、全球化、全覆盖”为目标，“报道全球、传播中国”为己任。人民网（英文版）依托人民日报国际部、对外部、驻外分社机构以及人民日报海外版、环球时报中英文版、人民网英文频道等组织

和平台，整合强大国际报道资源。论文以人民网英文版（以下简称人民网）有关山东的相关报道为研究语料，探讨近两年来该媒体对山东省的报道现状以及区域形象。

2.2 研究问题

①在中国主流英文媒体有关山东的报道中，其报道形式、新闻类型、新闻主题以及报道属性如何？

②新闻中对山东的报道焦点是什么？主要呈现出什么样的区域形象？

2.3 数据的收集与整理

为了更深入、系统地分析人民网关于山东的报道，本研究选取的文本从中提取2019年8月至2021年8月发布并筛选以“山东”为关键词的相关报道。在深入分析前，课题组两名成员先编写了内容分析编码表，将报道形式、新闻类型、新闻主题、网页链接以及报道属性等信息录入Excel表格，以备统计。

3 《人民网》英文版关于山东报道的现状

3.1 从报道形式来看，软新闻数量多于硬新闻数量

关于报道形式的划分，甘惜分教授^[9]在其著作《新闻学大辞典》中提及了“软新闻”与“硬新闻”这两个概念。在其解释中，“硬新闻”是指那些新闻题材相对比较严肃，侧重于指导性、伦理性 and 科技技术与政治经济之类的新闻事件，而“软新闻”是指那些新闻内容偏向于娱乐，新闻报道倾向人情道德和轻松欢快的时事类报道^[10]。通过梳理2019年8月至2021年8月人民网有关山东的相关报道发现，“软新闻”的数量远远超过“硬新闻”，其中，“软新闻”共有183篇，而“硬新闻”只有28篇。

3.2 报道属性来看，正面报道最多

报道属性可理解为报道本身对形象建构所带来的影响。根据报道本身所产生的正面影响、未产生明显影响以及产生负面影响这三种情况，论文将报道划分为正面报道、中性报道以及负面报道。经统计，正面报道共147篇，占报道总数的69%；中性报道共59篇，占报道总数的28%；负面报道共5篇，占报道总数3%。

4 《人民网》英文版建构的正面为主的山东区域形象

4.1 政府形象：求真务实、锐意创新

政府形象，即政府的环境政策、措施、能力等在社会公众中的影响或获得的基本评价，是区域形象的最直接来源。

4.1.1 组织形象建构

扶贫与乡村振兴是组织形象建构中较为突出的主题。作为全国第二人口大省，山东省坚持把脱贫攻坚作为重大政治任务，奏响脱贫攻坚的时代壮歌。《山东扶贫：微笑背后的故事》的报道向我们讲述了山东扶贫工作背后的温馨故事。

全面推进乡村振兴，是“三农”工作重心的历史性转移。

《青年成为山东乡村振兴的重要动力》的报道有助于让耿店经验惠及民众，让乡村振兴齐鲁样板走向全国。

《人民网》就扶贫与乡村振兴等主题进行了全方位的、多视角的综合报道，真实地反映了政府在脱贫攻坚中真抓实干的工作作风。

4.1.2 环保形象建构

“环保形象”包括公众对于该区域自然生态环境、政府环保治理能力、民众环保意识与习惯等的整体理解与认知^[11]。山东濒临黄海和渤海，毗邻海域面积15.95万平方公里，与全省陆地面积相当。在海洋经济发展迅速的同时，由于受到人为过度开发的影响，海岸生态出现不同程度的退化，因此涉海自然保护地的建设和管理工作是山东省环保工作的重要环节之一。在题为《中国港口城市遭受最大规模浒苔侵袭》的报道介绍了因遭受浒苔侵袭，青岛市发布了海洋藻类灾难橙色警报，并启动了二级应急响应，第一时间动员了7000多艘船只，迄今已打捞了24万吨藻类。为保护海洋生态环境，山东将重要、敏感、脆弱的海洋生态系统，纳入海洋生态红线区管控范围并实施强制保护和严格管控，以此促进人海和谐，不断推进海洋经济与生态的可持续发展。此外，黄河三角洲自然保护区的相关治理也是山东省大力推生态环境保护的一个重要缩影，该保护区是以保护黄河口新生湿地生态系统和珍稀濒危鸟类为主体的湿地自然保护区，是中国暖温带保存最完整、最广阔、最年轻的湿地生态系统。相关报道，如《黄河水利建设稳步推进》《黄河三角洲成为野生鸟类的天堂》《为保护黄河三角洲湿地，暂停石油生产》《中国山东龙湖湿地》等通过图文及视频报道的形式展示该地区的自然生态美景，彰显出山东对于黄河流域的治理有成效，从而塑造积极正面的环保形象。

4.1.3 宣传形象建构

得益于丰厚的人文与自然旅游资源，山东不仅有泰山景区、大明湖、黄河文化旅游等景色壮美的世界级的文化遗产和历史文化保护景点，还有杨家年画、文物古迹、花饽饽馒头等是好客山东的重要名片。着力“好客山东”品牌建设，《人民网》相关报道共26篇，且多为正面积极报道。例如，《你好中国：好客山东—青岛》《你好中国：好客山东—泰山》《中国山东大明湖》等，体现了山东省大力推进“好客山东”区域品牌建设，促加快重点文旅项目建设的积极形象。这与山东省营造诚信友善、安全放心的旅游消费环境的目标任务是相吻合的。

此外，为深化与“一带一路”倡议沿线国家及友城旅游交流，逐步加强好客山东旅游形象的推广，构建好客山东旅游休闲的全球营销网络，山东还致力于不断优化航线结构，支持中国济南、青岛、烟台、威海等国际机场增强面向日韩的门户功能，积极培育欧美、澳洲、俄罗斯等国际航线，适度加密东南亚航班，在航线营销等方面给予重点扶持。相关报道，如《旅游体验高速列车在中国东部的山东启程》《中

国东部革命老区连接高铁》《连接中国济南和东京的直航航线将重新开通》。通过对《人民网》相关报道的梳理，山东省文旅系统充分利用电视、报刊等传统媒体，加强宣传推广与交流合作，借势中国文化走出去，讲好中国故事山东篇。

4.2 经济形象：稳中向好、化忧为机

借助丰富的资源与良好的区位优势，山东省的经济总量稳居前列，呈现“稳中提质、稳中向好”的特征：无论是同比增长，还是两年平均增长，地区生产总值、规模以上工业增加值、固定资产投资、外贸进出口等指标，都好于全国平均水平，是中国经济最为重要的引擎之一。《人民网》相关报道的关注点如加强与“一带一路”倡议沿线国家的经济合作、建立烟台自由贸易区、推动实施台资企业、开展东亚海洋经济博览会等，突出反映了山东在实现由“量”到“质”、由“形”到“势”的根本性转变，在推动经济高质量发展、加大改革开放力度方面取得显著成效。此外，山东还积极利用区位优势发展扩大海洋经济，抓住海洋强国的发展战略和山东半岛蓝色经济区建设的重大历史机遇，推动山东省海洋经济创新发展，成为推进山东省海洋经济可持续发展的重中之重^[12]。相关报道如《中国沿海地区重视海洋经济》《中国海洋经济加快复苏》《中国建设世界级智能绿色港口》，都体现了山东省把大力发展海洋经济作为率先发展、科学发展和高质量发展的重要途径，统筹推进全省海洋经济发展成效显著。

经济领域中热议的负面报道主要集中在安全生产事故频发方面。《人民网》对山东省烟台市短期内连续发生两起金矿安全事故采取了严肃客观的报道，对事故发生的经过、原因与损失采取不隐瞒、不避讳的态度。针对该情况，山东省带领相关地方政府深刻汲取事故教训，严格在全省范围内贯彻实施《山东省安全生产条例》，充分利用科技手段有效排查，切实加强安全生产工作大排查大整治。

4.3 文化形象：底蕴深厚、继往开来

“城市名片”是一个城市自身特色及价值理念的载体，是城市认同感建构的元素之一。山东历史悠久，文化灿烂，是齐鲁文化的发祥地，素有“孔孟之乡、礼仪之邦”的美誉。《人民网》通过图片以及视频展示山东经济文化强省的风貌，挖掘齐鲁文化底蕴和精髓，打造民族文化品牌，不仅是提升区域文化国际竞争力的选择，更是构建积极、正面国家形象的必由之路。三年来，山东先后开展了中国国家图书博览会、中国国际孔子文化节（尼山世界文明论坛）、青岛啤酒节等众多极具代表性的特色文化活动，在海内外收到了良好的宣传推介效应。同时，山东也是文化产业大省，近年来产业规模迅速膨胀，产业体系基本形成，投资规模持续扩张，产业集聚效应日益凸显，文化产品服务“走出去”步伐加快。文化产品内容涵盖风筝、泥塑、剪纸、鲁绣、草柳编、雕刻、年画等优势特色传统工艺产品以及非遗产品等，这些都为山东省对外文化贸易发展形成了强大的支撑。

4.4 农业形象：自给自足，精益求精

作为中国首个农业总产值超过万亿元的省份，山东的农产品产量大、品质好，在中国农业中一直占据领先地位。在人民网关于山东农业形象的描述中，“中国蔬菜之乡”寿光市被反复提及。

得益于科技进步，如在《智慧农业科技帮助人们降低成本，提高收入》一文中，讲述了山东省安丘市充分利用农业物联网技术准确监测温室中农作物的生长状况，村民只需通过一部手机即可大规模的控制农作物的灌溉和施肥系统，在节省水资源等成本的同时，也能提高种植效率，增加村民收入。此外，报道中介绍了山东省独特的蔬菜瓜果品牌，如苍山大蒜、章丘大葱、烟台苹果等等。在中国农业深受气候灾害等的影响，山东的农业总产值为社会其他方面的发展增添底气，也为降低世界粮食安全风险作出中国贡献，为世界展现了一个有韧性和活力的市场。

4.5 山东人民形象：慷慨大方、热情好客

人物是时代的精灵，人物通讯是新闻报道的重要类型。述山东人的特性时，都无一例外地会谈到山东人的好客。可见“好客山东”这一文化和旅游标签设置的传播效力收到了很好的效果，起到了应有的宣传作用。《人民网》通过对类似典型人物、典型事迹的精彩描述，以小人物为象，与大时代共振，向外界刻画出了山东人民勤劳、善良、质朴、勇于开拓的良好形象，也为山东区域形象的塑造做出了积极正面的引导。

5 结语

本研究通过采集 2019 年 8 月至 2021 年 8 月与山东省相关的新闻语料，探究了中国主流英文媒体《人民网》对山东省区域形象建构的报道现状，并对山东山东省建构的政府、经济、文化、农业以及人民形象及其特点进行详细说明。从报道形式来看，软新闻数量多于硬新闻数量；从报道属性来看，有关山东区域形象建构的正面报道最多，其次是中性报道，负面报道最少，且主要集中在生产安全方面。就报道焦点而言，关于山东省文化形象以及经济形象报道篇幅最

大，充分展现了“好客山东”的旅游品牌形象以及雄厚的科技与经济实力。总的来说，《人民网》相关报道看有助于加强外界对山东的接受与认可，对构建正面且多元化的区域形象、进一步推动区域国际化具有积极的影响。后续研究可以结合具有权威性的外媒报道，逐步扩大语料范围，从二者之间的报道异同开展更为全面、系统的对比研究，为中国撰稿人提供更加具体的反馈。

参考文献

- [1] 张晓欣,刘丛如,蒋建伟.国家形象视阈下新闻话语外宣翻译研究——以尼泊尔英文媒体为例[J].湖南工业职业技术学院学报,2021,21(3):56-59.
- [2] 江晓敏,唐磊.贵州区域形象在中国主流英文媒介中的建构特点分析——基于《新华网》(英文版)关于贵州报道的研究[J].遵义师范学院学报,2021,23(1):64-68.
- [3] Milman, A. Postcards as representation of a destination image: The case of Berlin[J]. Journal of Vacation Marketing,2012, 18(2):157-170.
- [4] 皮介邦.地区形象理论的奠基石——读《DIS:地区形象论》[J].中国图书评论,1998(7):52+63.
- [5] 鞠玉梅.区域形象的话语修辞建构与对外传播——以“好客山东”形象为例[J].新媒体与社会,2020(1):344-362.
- [6] 李洁.基于Python的《人民日报》2015年—2019年山东省区域形象研究[D].吉林:吉林大学,2020.
- [7] 刘荣荣.韩国媒体的山东形象研究——以《朝鲜日报》为例[J].传播与版权,2018(11):162-165.
- [8] 董通.基于NOW语料库的山东省国际形象研究[J].传媒论坛,2019,2(7):76-78.
- [9] 甘惜分.新闻学大辞典[M].郑州:河南人民出版社,1993.
- [10] 林进春.论“软新闻”和“硬新闻”的内涵[J].新闻传播, 2017(6):39+41.
- [11] 赵莉.环境传播与国家环保形象:建构主义视角的解读[J].对外传播,2017(8):35-37.
- [12] 梁永贤.山东省海洋经济创新发展研究[J].中国海洋经济, 2020(2):96-112.