

日韩媒体对杭州亚运会报道的比较研究：基于《雅虎日本》与《朝鲜日报》的分析

徐晨 魏潘潘

浙江越秀外国语学院东北亚研究中心 浙江 绍兴 312000

【摘要】：2023年杭州亚运会作为后疫情时代亚洲重要的综合性体育赛事，其国际传播效果成为观察国家形象塑造与他国认知构建的重要窗口。本文系统比较了日韩两国媒体对杭州亚运会的报道框架、叙事策略及情感倾向的异同。研究发现，两国媒体均遵循“脉冲式传播周期”，报道量在赛事期间达到峰值；报道基调总体中立，但均存在“选择性叙事”倾向，在肯定中国赛事组织能力的同时，亦会引入或放大特定争议性议题。然而，两国媒体的报道焦点存在差异：日本媒体呈现出“以我为主、聚焦区域竞争”的特征，尤其突出与韩国的体育竞争，并对韩国棒球及相关品牌给予超常关注；韩国媒体则构建了以“日韩对决”为核心、兼具“民族同质性”关怀（如对朝鲜的关注）和“竞技民族主义”的叙事框架，对本国优势项目（如棒球、射箭）和明星运动员的报道更为集中和深入。

【关键词】：杭州亚运会；国际传播；媒体报道；《雅虎日本》；《朝鲜日报》

DOI:10.12417/3041-0630.26.05.039

1 引言

大型国际体育赛事早已超越单纯的竞技范畴，成为国家形象塑造、文化软实力展示和国际舆论博弈的关键场域。2023年在中国杭州举办的第19届亚洲运动会，不仅是亚洲最高规格的综合体育盛会，更是后疫情时代国际社会观察中国经济社会发展、城市治理能力与对外开放姿态的重要契机。在全球化传播语境下，外国媒体对这类事件的报道，直接影响了其国内民众对主办国的认知与态度。

日本和韩国作为中国重要的邻邦及亚洲乃至全球具有影响力的经济体与文化输出国，其媒体对杭州亚运会的报道视角与叙事逻辑，不仅反映了日韩社会对中国的关注焦点，也在一定程度上塑造着本国民众对华认知。因此，系统考察并比较日韩媒体对杭州亚运会的报道，具有重要的学术价值与现实意义。

《雅虎日本》(Yahoo!Japan)是日本访问量最大的门户网站，隶属雅虎日本株式会社，由软银集团与雅虎公司联合运营。根据SimilarWeb统计，其月访问量长期保持在5.8亿次以上，占日本互联网用户总数的82%。《朝鲜日报》是韩国历史最悠久、发行量最大的主流报纸，创刊于1920年，以客观报道和保守派立场著称，长期稳居韩国媒体公信力、影响力首位。因此，选取这两家媒体为研究对象，具有双重学术价值：既能为体育赛事国际传播研究提供东亚视角的案例补充，也可为中

日、中韩体育文化交流提供实证依据。

关于中国举办的国际赛事，已有研究显示，境外媒体的报道并非单一维度。例如，对广州亚运会的分析发现，国际舆论的关注点与报道方式同北京奥运会、上海世博会有所不同，可能更侧重于非体育层面的议题（郭光华，2011）。对于杭州亚运会，现有学术关注点多集中于中国国内媒体的报道分析（如李金宝与赵宇星，2024；孔琪、王雪莲，2024；王欢，2024；史睿雯，2024），缺乏对特定对象国媒体，尤其是像日韩这样重要邻国媒体的系统考察，更缺乏将两者置于同一分析框架下的比较视角。

基于此，本文以《雅虎日本》和《朝鲜日报》为对象，对日韩两国媒体关于杭州亚运会的报道状况进行系统分析，旨在回答以下核心问题：

第一，日韩媒体对杭州亚运会的报道在数量分布、主题焦点、情感倾向上有何异同？

第二，日韩媒体的报道框架与叙事策略分别呈现出哪些特征？

第三，基于比较研究的发现，对中国如何更有针对性地开展对日、对韩体育传播与国家形象塑造有何启示？

需要说明的是，日韩两国媒体样本规模存在较大差异（《雅虎日本》158篇，《朝鲜日报》6517篇）。这种差异固然与两

作者简介：徐晨，1992-，浙江越秀外国语学院讲师，研究方向：国际传播、东北亚研究。魏潘潘，1986-，浙江越秀外国语学院教授，研究方向：国际传播、东北亚研究。

课题基金：本论文为2023年浙江省教育厅研究项目——《日韩媒体对杭州亚运会报道的话语建构研究（编号：Y202352440）》的研究成果。

家媒体的自身属性（门户网站聚合 vs 传统大报原创）、发稿频率及研究取样范围有关，但也构成了本文的一个重要局限，在解读和比较部分数据（如绝对词频、报道细分数量）时需保持审慎，后续分析将着重于报道模式、框架和倾向的比较，而非绝对数量的直接对照。

2 研究对象和研究方法

2.1 研究对象

Andrews,D.L.,&Edwards,A.(2016)通过社交媒体数据分析发现，伦敦奥运会期间及赛后一周的媒体叙事显著塑造了公众对赛事的集体记忆。基于此，本论文以2023年9月23日至10月8日举办的杭州第19届亚洲运动会为观察窗口，选取赛事前后各一周（即2023年9月16日至10月15日）《雅虎日本》和《朝鲜日报》有关亚运会的报道作为分析样本，构建具有完整时间纵深的赛事报道语料库。从《雅虎日本》采集的有效新闻文本共计158篇，构建的语料库规模为79,632个字符，1,715个段落。从《朝鲜日报》采集的有效新闻文本共计6517篇，构建的语料库规模达3,447,191个字符，48,911个段落。

2.2 研究方法

（1）语料库分析法：使用AntConc等专业软件对构建的语料库进行高频词统计、搭配分析等操作，以量化揭示媒体报道的关注点和使用的话语模式。

（2）文本分析法：对报道内容进行主题识别与分类，并进行情感倾向分析（划分为积极、消极、中性三类）。情感判定的标准基本一致：客观事件报道为中性；突出主办方组织效能、文化展示、友好交流的为积极；关联政治议题、争议性解读或有损中国形象的为消极。

3 研究发现与比较分析

通过对《雅虎日本》与《朝鲜日报》报道数据的系统梳理与比对，本文发现日韩媒体在报道杭州亚运会时，既展现出作为国际媒体和东亚近邻的某些共同规律，也因本国国情、媒体生态与地缘政治的差异而呈现出深刻的叙事分野。

3.1 共同特征：媒介规律与叙事策略的趋同

尽管媒体形态与样本规模不同，日韩两国主流媒体在报道杭州亚运会时，呈现出以下三个显著的共同点：

第一，报道周期均遵循典型的“脉冲式”传播模式。两国媒体的报道数量分布高度符合拉斯韦尔的“媒介事件生命周期理论”。具体表现为：在开幕前阶段，报道量处于低位预热状态，主要关注各国代表团动态、运动员备战情况以及前期举行的小组赛；进入赛事期间后，报道量迅猛攀升至绝对峰值，媒体资源高度集中于每日赛况、奖牌榜变化及运动员现场表现；

闭幕式后，报道量则呈现断崖式衰减，媒体关注度迅速消退。这一共同的传播节奏，揭示了全球媒体对预定性重大事件的普遍报道规律，即资源投入与事件本身的新闻热度紧密挂钩。

第二，报道态度均以“中立客观”为表层基调，但内嵌“选择性叙事”。在整体情感倾向上，两家媒体均以中性报道为主体，纯粹的、情绪化的负面批评数量有限。然而，这种中立性并非被动的镜像反映，而是一种主动的建构。它们不约而同地采取了“选择性叙事”策略：一方面，通过正面内容肯定了中国在赛事组织上的硬件能力，如对先进的场馆设施、高效的公共交通、智能的科技应用以及整洁的亚运村环境给予了积极评价，这客观上有助于塑造中国高效、现代化的国家形象。另一方面，又在看似平衡的报道中，策略性地引入争议性议题，引导受众形成特定的认知框架，这种选择性叙事是两国媒体的共同策略。这表明，两国媒体在报道中国时，均倾向于在肯定其“硬实力”成就的同时，对其“软环境”或国际行为保留批判性的审视视角。

第三，报道内容均呈现出强烈的“本国中心主义”倾向。无论是日本的《雅虎日本》还是韩国的《朝鲜日报》，其报道议程的核心都是本国代表团。报道量最大的国家均为本国，对运动员的报道高度聚焦于本国选手，项目关注度也与本国传统优势项目高度重合。这种“以我为主”的报道立场，是国际体育报道中满足国内受众信息需求与情感依附的普遍规律，旨在通过体育竞赛强化民族认同感和凝聚力。

3.2 差异分野：地缘关切与叙事焦点的分化

在共同规律之下，日韩两国媒体的报道在核心关切、叙事焦点与策略上存在根本性的不同，深刻反映了各自的地缘政治处境和国内社会心态。

第一，核心叙事框架：“区域竞争”vs“民族主义对决”。

日本媒体（《雅虎日本》）构建了一种“以我为主的区域竞争”框架。其目光在聚焦本国之余，特别突出与韩国的竞争关系。韩国在报道中的受关注度异常显著，甚至超过了主办国中国。这表明日本媒体将“日韩竞争”视为其区域体育报道中最富张力与故事性的叙事主轴，体现了其对地缘对手的持续关注与比较心态。对于中国，则呈现出一种“承认其优势但淡化直接竞争”的微妙处理，更像是一个需要客观评估的强大存在，而非情绪化的竞争对手。

韩国媒体（《朝鲜日报》）则构建了一种“竞技民族主义驱动下的对决与认同”框架。其叙事更具情感张力与对抗性，将日本塑造为必须超越的“头号对手”和核心假想敌。这种“日韩对决”叙事被渲染到极致，成为贯穿报道始终的核心线索。与此同时，对朝鲜的关注则完全超越了体育范畴，被高度符号化为“民族同质性”的想象载体，投射了潜在的民族统一愿景。

在此框架下，中国作为主办国，因其在竞技层面的绝对优势，反而在竞争叙事中被部分“去竞争化”。

第二，争议议题偏好：“政治性关切”vs“文化性摩擦”。

日本媒体选择的负面或争议性议题，更直接地关联国际政治与领土主权等宏观议题，如朝鲜相关人员问题、因领土争议导致的运动员入境受限等。这显示出其涉华报道中强烈的政治敏感性和将体育议题政治化的固有倾向。

韩国媒体则更倾向于从赛场文化、公众行为与具体事件中挖掘争议，如批评中国观众加油声过大干扰比赛、暗示存在网络舆论操纵、放大他国运动员对亚运村餐食的吐槽等。这反映了韩国媒体更关注于中韩之间在文化习俗、公众素养等微观层面的差异与摩擦。

第三，体育项目关注：“结构化布局”vs“民族自豪引擎”。

日本媒体的报道策略呈现出清晰的结构化特征。其核心是报道本国传统优势项目（游泳、体操、柔道）。其延伸焦点则是区域热门和高竞争性项目，特别是对韩国优势项目棒球及其相关企业品牌给予了超乎寻常的关注，体现出“以强项带关注”的专业策略和对区域体育产业的敏锐洞察。

韩国媒体的项目关注则高度服务于“竞技民族主义”叙事。报道量极度向能激发国民自豪感的优势项目和大众热点倾斜，尤其是国民运动棒球和足球。对射箭的报道则旨在构建“射箭强国”的文化认同。这种分布旨在通过金牌和优势项目来最大化地凝聚和释放民族情绪。

第四，人物报道策略：“成绩与故事并重”vs“英雄与争议共存”。

日本媒体的人物报道聚焦于“本国明星运动员”，注重将其赛绩与人物故事（如池江璃花子战胜病魔的励志故事）相结合，叙事风格相对沉稳，旨在引发共鸣与认同。

韩国媒体的人物报道则呈现“明星效应+争议放大”的复合特征。在极力塑造国民英雄（如足球的李刚仁、羽毛球的安世英）的同时，对卷入争议的运动员（如网球的权纯雨）进行密集的“道德审判”式报道，通过塑造正反两面典型来强化社会规范，放大传播的戏剧性效果。

4 研究结论与启示

4.1 研究结论

本文通过系统比较日本《雅虎日本》与韩国《朝鲜日报》对杭州亚运会的报道，揭示了日韩媒体在报道同一中国主办的国际体育赛事时，既遵循某些共同的传播规律，又因各自的社会文化语境、媒体逻辑与地缘政治考量而呈现出深刻差异的报道框架与叙事策略。首先，两国媒体均受到媒介事件内在规律

的支配，呈现出“脉冲式”传播周期，并以中立客观为基本基调。然而，这种中立是一种主动建构下的“选择性中立”，它们通过精心选择报道议题，在肯定中国赛事组织能力的同时，都嵌入了各自关切的争议性内容，从而引导受众形成特定的认知框架。其次，两国媒体报道的核心叙事与议程焦点存在根本性不同。日本媒体的框架是“以我为主的区域竞争”，其目光紧紧盯住本国代表团及其在区域内（尤其是与韩国）的竞争态势，体现出一种带有距离感的审视。韩国媒体的框架则是“竞技民族主义驱动下的日韩对决与民族认同”，其报道更具情感张力，将日本视为必须超越的对手，将对朝鲜的关注升华为民族统一的想象，并通过聚焦本国优势项目与明星运动员，极力烘托民族自豪感。最后，必须重申本研究的局限性：即日韩两国媒体样本量上存在的较大差异。这虽然主要是由研究对象本身的媒体属性差异造成的，但确实可能影响对日本媒体报道全貌和细致程度的刻画，并在进行绝对数值的直接比较时带来干扰。这一局限性提示未来研究应寻求在样本策略上实现更高层次的对等性与可比性。

4.2 对中国国际传播的启示

基于上述比较研究发现，中国在面向日韩进行体育传播与国家形象塑造时，应超越“一刀切”的粗放模式，实施更具针对性和精细化的策略。

第一，深化“借船出海”与“情感共鸣”策略。针对日韩媒体强烈的“以我为主”报道规律，中国的对外传播应顺势而为，主动设置能够嵌入其本国叙事框架的共享议程。例如，针对日本媒体对日韩竞争及人物故事的关注，可有意识地在足球、棒球等项目上提供展现中国职业体育发展的深度内容，并挖掘和提供中日运动员之间友好互动、相互激励的鲜活案例，特别是在游泳、体操等日本传统强项中，以情感叙事软化竞争棱角。对于韩国媒体，则可在其极度聚焦的“日韩对决”叙事之外，重点在乒乓球、羽毛球、围棋等中韩共有优势或文化共通项目上，共同塑造“亚洲荣耀”或“东亚体育文明”的共享符号，提升传播的文化亲和力。

第二，构建“专业对话”与“事实预置”机制。针对两国媒体在“客观”基调下选择性引入敏感议题的倾向，应建立更专业的体育传播与舆情应对体系。对于日本媒体可能关联的政治性议题，以及韩国媒体关注的赛场文化、判罚争议等，可推动建立中日、中韩体育媒体、体育协会之间的常态化交流机制。对于潜在争议，应提前准备由第三方专家、知名运动员出面的解读素材与事实证据，用专业、客观的论据对冲可能出现的倾向性报道，及时将公众焦点拉回体育本身。

第三，拓展“赛后叙事”与“遗产传播”维度。日韩媒体，尤其是韩国媒体，对赛后总结和冠军叙事均有相当篇幅的关注。中国应借此势头，系统性地向两国公众展示“后亚运”故

事。可以通过合作拍摄纪录片、邀请日韩退役体育明星或媒体人来华探访等方式，重点展示亚运场馆如何转化为全民健身中心、青少年体育培训基地和文创空间，将中国卓越的赛事组织

能力延伸为可持续的城市治理与国际贡献形象，实现国家形象从“宏大事件”到“精细治理”的升华，从而在赛事结束后的长久时期内持续产生积极的传播效果。

参考文献:

- [1] 李金宝,赵宇星.大型体育赛事故事化叙事的策略与方法——兼议中央广播电视总台杭州亚运会报道特色[J].电视研究,2024(01):65-67.
- [2] 孔琪,王雪莲.人民日报杭州亚运会报道特色研究[J].新闻前哨,2024(9):47-49.
- [3] 王欢.国际传播视域下体育外宣的新叙事——以中新社杭州亚运会现场报道为例[J].新闻战线,2024(8):49-52.
- [4] 史睿雯.大型体育赛事中的体育传播特色及传播技巧思考——以安徽媒体对杭州亚运会的报道为例[J].新闻世界,2024(3):68-70.
- [5] 魏丽娇.韩国媒体报道中的中国国家形象分析及其相关对策:以韩国主流媒体对中国广州亚运会报道为例[J].战略决策研究,2013(1):32-43.
- [6] 郭光华.境外媒体广州亚运会报道分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2011(5):51-54.
- [7] 戴扬,卡茨.媒介事件:历史的现场直播[M].北京:北京广播学院出版社,1992.
- [8] Andrews,D.L.,&Edwards,A.Social media and collective memory:The London 2012 Olympics[J].Journal of Sport&Social Issues,2016,40(2):141-160.