

平台用户画像和内容喜好类型，结合平台规则完善内容生产方式，通过多镜头切换、效果变化和节奏掌控，以及多主题内容生产，与体育非遗项目传承者创作出高质量高辨识度内容。而且如今的短视频用户对于中国优秀传统文化具有较高的包容度，体育非遗项目具有较大的流量变现潜力，不过这也会为相关人员能否平衡好优质内容创作和盈利提出更高的要求。如“新体育网”作为主流媒体官方平台账号，其创作的五禽戏讲解便拥有良好的效果反馈。（3）平台应该承担促进国家优质文化传播传承的责任，通过修改算法推荐内部逻辑或提高话题支持度，让更多优质的体育非遗文化项目作品进入受众视野，帮助内容创作者寻找精准受众群体，实现体育非遗项目作品传播的良性发展。（4）政府应完善上层建筑，为实现体育非遗项目传承人和媒体工作者资源融合提供引导和帮助，为短视频平台适当推进体育非遗文化内容传播提供制度保障，同时为体育非遗项目在当下社会中寻找新的发展点和突破口提供支持，增强体育非遗传承人的传播和传承自信心。

关键词：体育非物质文化遗产；短视频传播；困境

中美媒体关于女性运动员媒介形象呈现的对比分析 ——以《人民日报》和《纽约时报》北京冬奥会期间的报道为例

陈欣雨，范翔

上海交通大学 体育系，上海 200240

摘要：

研究目的：性别无处不在，是个体的社会认同中最基本、最稳定的因素之一。社会科学中即使不是专门研究性别的领域，也常常会发现性别是一个不能忽视的因素。关注女性在体育中的现象和经验，了解女性在体育中所发挥出的能动性，不仅为我们提供了独特而充实的观察视角，更为丰富体育学术开拓出了一片广阔的知识图谱。然而体育领域中的性别差异，不仅仅体现在赛场上。媒体报道女性运动员的数量、内容、质量和角度正影响了女性运动员的“可见性”。大众媒介通过文本叙事开展话语建构，

加之议程设置，都将重构体育赛场中的性别关系，从而潜在影响女性运动员的媒介形象。研究大众媒介中的女性运动员形象，对比中美对北京冬奥会期间的女性运动员报道，将有助于我们了解不同国家主流官方媒体如何再现女性运动员形象，又是如何构建叙事话语的。因此，本研究分别选择了《人民日报》和《纽约时报》冬奥会期间的报道作为样本来源（分别代表中美权威的官方媒体），通过对媒介内容做定量的内容分析，了解新闻报道的情感倾向和主题，解构媒体叙事话语，探究两大媒体如何再现女性运动员形象。

研究方法：本研究首先在《人民日报》和《纽约时报》数据库中以“winter Olympics”“Olympics”作为关键词进行全文检索，时间段为北京冬奥会举办期间，选取符合标准的文章作为研究样本。使用词频分析法，借助 Divominer 平台分析新闻报道中的高频词语，以一窥报道的情感倾向和主题，提取关键词、计算词频、制作词云图。接着采用内容分析法，确定每一篇样本文章为最小分析单元，建构 5 个类目：女运动员国别归属、报道主题、叙事模式、内在形象和报道立场。然后编码、分析，发现不同媒体在传播中呈现的特点，解释现象背后的本质原因。

研究结果：**1.报道数量：**中外报道数量差异显著，但占总报道比例基本持平。根据关键词搜索和人工筛选，《人民日报》和《纽约时报》中符合标准的文章分别是 43 篇、104 篇。从数量上看，《纽约时报》中与女性运动员相关的文章显著高于《人民日报》，高达 2.5 倍；但从比例来看，《人民日报》中与女性运动员相关的文章占其符合总标准的文章的比例为 18.9%，《纽约时报》为 19.6%。可见，虽然二者在数量上有较大差异，但比例仍然相近。**2.报道主题：**《人民日报》集中于“为国争光”“国家荣誉”，《纽约时报》注重“自我实现”“个人价值”。《人民日报》报道女性运动员的主题集中在“团结”“争光”“拼搏”“梦想”等正向、集体性的关键词，注重显示女性运动员的团体合作精神，对夺金和未夺金的运动员都有报道，但主要对本国的女性运动员开展报道；《纽约时报》的报道主题则集中在“领导”“战胜”“热爱”“克服”等正向、个人化的叙事话语，注重显示女性运动员的个人竞技能力，且有相当一部分数量文章对国外的女性运动员进行了报道。**3.叙事模式：**中外报道叙事均集中“成功者”角色而非家庭场域。本研究将叙事模式分为：成功叙事、逆境叙事、纪律叙事、家庭叙事以及其他。“成功叙事”指媒介将女性运动员塑造成英雄，她们具备卓越能力、专业知识、勇气、毅力、对目标的奉献以及在压力下出色的表现能力；“逆境叙事”强调女运动员通过刻苦努力和

决心克服心理或身体上的伤痛,“纪律叙事”描述女运动员作为卑顺、屈从的规则遵守者,“家庭叙事”塑造女性运动员的母亲角色、照顾者、浪漫伴侣等非运动角色,“其他”则指不属于上述4种叙事模式。研究发现,《人民日报》中采用“成功叙事”的文章占比最多,达到51%;其次是“逆境叙事”,占比26%;“纪律叙事”和“家庭叙事”占比低于1%,未提及以上四种类型的“其他”占到20%。《纽约时报》结果类似,“成功叙事”占比最高为47.2%，“逆境叙事”为32.5%，“家庭叙事”为4.6%，“纪律叙事”占比极低几乎没有。可见,女性运动员在中外媒体的叙事中,大多以“成功者”形象出现,提及家庭情况或其他非运动角色的报道比重和往年相比总体下降。这意味着媒体更加关注女性运动员在赛场上的拼搏和对于体育的热爱,“回归家庭”的传统观念有所改善,也不再作为一种主要的叙事模式。

研究结论: 研究结果发现,中美主流媒体在对冬奥会期间的女性运动员进行报道时,在报道数量、报道主题和报道情感倾向方面都有比较显著的差异。中国冬奥报道中的女运动员形象更多与国家、集体联系在一起,女运动员通过赛场拼搏来为国争光,从而实现个人荣誉到国家荣誉的升华;而美国媒体报道中的女性运动员则更多反映她们的个人特点,这种个人特点深刻地影响着她们在赛场上的表现,她们通过赛场上的勇敢拼搏得以自我实现。

媒体对女运动员形象建构的不同,背后反映的是中美两国迥异的文化背景:中国奥运文化侧重于将个体的女运动员,放在国家和群体中来表现。个体的成功,很大一部分原因需归功于国家和群体,集体性的观念渗透于运动员的成长,更表现在中国官方媒体潜意识中对国家、民族和集体的强调。而美国奥运女运动员形象仍停留在个人层面,奥运文化层面的个人主义意味着个人的独立性、创造性。在美国社会中,靠个人奋斗、勤奋取得成功,可能会受到社会的尊重和普遍赞扬。

关键词: 女性运动员,媒介形象,奥运报道