



北京外国语大学

硕士学位论文

中文题目 瑞典媒体《每日新闻》中北京 2022 年冬
奥会报道的框架分析

外文题目 Framing Analysis of Swedish Media *Dagens Nyheter's*
coverage on Beijing 2022 Winter Olympics

姓 名 唐可歆

学 号 202120201225

导 师 张小娅

研究方向 新闻与传播

专 业 新闻与传播

系 别 国际新闻与传播学院

2023 年 5 月

摘要

2022年北京冬奥会作为一项重大国际事件，吸引了世界各国政府和媒体的高度关注。国际媒体构建的2022年北京冬奥会形象，不仅关系到中国在国际舞台上话语权及国际地位的提升，一定程度上也影响着中国外交和文化政策的走向，对中国在新时代背景下深入理解国际舆论格局具有重要意义。为此，研究西方媒体视角下的2022年北京冬奥会，有助于更好地把握国际传播趋势、提升中国的国际传播能力，进而助力提升中国在国际传播领域的影响力和话语权。而现有对2022年北京冬奥会新闻媒体报道的研究中，尚未有学者以瑞典主流媒体视角展开研究分析。本研究基于框架理论分析瑞典主流媒体《每日新闻》对2022年北京冬奥会的新闻报道，补充了现有研究的不足，对于更好地通过国际赛事传播中国形象及优化我国媒体国际传播实践的策略均有重要意义。

本研究以《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道为研究对象，采用内容分析法及话语分析法，对《每日新闻》在北京冬奥会开幕至闭幕期间报道的304篇有效新闻样本进行归类和编码，探究其报道的新闻框架，并深入分析成因，为今后中国媒体提升“一国一策”的国际传播能力，并重构良好的国家形象提供可行性建议和对策。

研究内容分为五大部分。第一部分是绪论，重点介绍研究背景、提出研究问题、阐述研究意义与研究设计；第二部分是研究的主体，分别从高、中、低层次对编码样本进行统计和框架分析；第三部分是《每日新闻》2022年北京冬奥会报道的新闻框架归纳与原因分析，总结新闻框架特征，并从政治因素、媒介因素及文化因素等维度揭示背后主导的意识形态和原因；第四部分是《每日新闻》2022年北京冬奥会报道对我国国际传播的启示，基于前文的研究结果，针对性归纳我国国际传播的优化策略；最后是结语，总结阐述本研究的主要发现和不足。

研究发现，《每日新闻》之所以会塑造出这样的2022年北京冬奥会形象和中国形象，有以下六方面原因：1.瑞典出于亲欧亲美的政治立场，倾向于支持意识形态相似的国家；2.中瑞关系持续恶化；3.瑞典在立法及政策层面大力支持新闻自由与新闻多样性；4.《每日新闻》的商业属性决定其报道倾向与立场必须符合瑞典国家及民众的偏好；5.中瑞语言障碍及刻板印象使《每日新闻》报道失之偏颇；6.瑞典作为欧盟成员国，在意识形态上与中国完全对立，无法摆脱欧洲中心主义的叙事及立场。

研究认为，中国的对瑞传播模式存在问题，应制定针对性的改进措施：1.相较于美国、英国等英语国家，中国对瑞典的国际交流与合作不够紧密，应加大研究瑞典受众新闻习惯和对瑞传播中国文化的力度；2.中瑞文化差异较大，中国对瑞传播中习惯性沿用中

国视角的思维习惯与表达方式，易引起受众的困惑与反感，应大力培养熟悉瑞典语言文化的各领域人才，破除国际传播中的文化壁垒；3.瑞典舆论场中，对中国及中国媒体的意识形态偏见始终存在，应借助瑞典和西方的话语及思维模式进行国际传播，重塑中国形象。

关键词：框架分析；2022年北京冬奥会；国际传播；瑞典媒体；《每日新闻》

Abstract

As a major international event, the Beijing 2022 Winter Olympics has attracted the attention of governments and media worldwide. The image of the Beijing 2022 Winter Olympics constructed by international media concerns China's diplomatic and cultural direction, further influencing the discourse in the international arena and China's international status. Under the unbalanced international public opinion pattern, studying the image of Beijing 2022 Winter Olympics in western media on international social media platforms is significant for China to position its international image and understand the international public opinion pattern. In the existing studies on the news media coverage of the Beijing 2022 Winter Olympics, no research has been conducted from the perspective of the Swedish mainstream media. This study analyzes the Swedish mainstream media's coverage of the Beijing Winter Olympics based on the framing theory, which complements the existing studies and is essential for better communication of China's image through international events and for optimizing the strategies of China's media international communication practices.

This study uses content analysis and discourse analysis to categorize and code the 304 news samples of *Dagens Nyheter* during the period from the opening to the closing ceremony of the Beijing 2022 Winter Olympics, so as to explore the framing of its coverage on Beijing 2022 Winter Olympics, and to analyze the causes, and therefore provide feasible suggestions and countermeasures for the construction of a good national image for China.

The study is divided into five parts. The first part is the introduction, which introduces the background, research questions, the significance and design of the study; The second part is the main body of this study, which conducts statistics and framing analysis on the coded samples from high, middle, and low levels respectively; The third part is the conclusion of the news framing and the reasons behind, including political, media and cultural factors. The fourth part is about the revelation of the framing analysis, which summarizes the optimization strategies for China's outreach based on the previous research results. The last part is the result, outlining main findings and deficiencies of this study.

The study finds that the news coverage comprehensively reported the events with Sweden as the core, which met the audience's needs. However, some of the media facts constructed

deliberately discredited the preparations for the Beijing 2022 Winter Olympics, China's epidemic prevention policy, and China's political system, affecting the Swedish public's correct perception of China. There are six reasons that contribute to the image of the Beijing 2022 Winter Olympics and China: 1. Sweden's political stance is pro-European and pro-American and tends to support countries with similar ideologies; 2. Sino-Sweden relation continues to deteriorate; 3. Sweden strongly supports freedom of the press and news diversity at the legislative and policy levels; 4. The commercial needs of *Dagens Nyheter* determine that its reporting tendency and position must conform to the preferences of the Swedish country and public; 5. The language barrier and stereotypes between China and Sweden make the news coverage biased; 6. As a member of the EU, Sweden is in complete ideological opposition to China and cannot escape its Eurocentric narrative and position.

According to the study, there are certain problems in China's communication method with Sweden, and targeted improvement measures should be formulated: 1. Compared with English-speaking countries like US and UK, international communication between China and Sweden is not close enough, so efficient audience research and intensive communication on culture should be developed to apply to Sweden; 2. Chinese culture is largely different from Sweden's, and China's habitual use of thinking patterns and expressions from the Chinese perspective in communication with Sweden may easily cause confusion and resentment among the audience. Therefore, it is necessary to actively cultivate professionals familiar with the Swedish language and culture to break down cultural barriers in international communication. 3. In the Swedish opinion field, ideological prejudice against China and Chinese media has always existed. International communication should be carried out with the help of Swedish and Western discourse and thinking patterns to reshape the Chinese image.

Keywords: Framing Analysis; Beijing 2022 Winter Olympics; International Communication; Swedish Media; *Dagens Nyheter*

目 录

1 绪论.....1

1.1 研究背景.....1

1.1.1 北欧及瑞典的报刊媒体市场发展概况1

1.1.2 瑞典与 2022 年北京冬奥会.....4

1.2 研究意义.....5

1.3 研究目标及问题.....5

1.4 国内外研究现状综述.....6

1.4.1 2022 年北京冬奥会新闻报道的研究状况6

1.4.2 瑞典主流媒体对奥运会新闻报道的研究状况9

1.4.3 研究评述.....11

1.5 理论基础.....11

1.5.1 框架理论.....11

1.5.2 话语与权力.....12

1.6 研究设计.....13

1.6.1 研究方法.....13

1.6.2 研究对象.....14

1.6.3 类目建构.....14

1.6.4 信度检测.....14

1.6.5 论文结构.....15

2 《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的框架分析16

2.1 高层次框架分析.....16

2.1.1 报道对象:瑞典为主,中国为辅16

2.1.2 报道主题:类型多样.....17

2.1.3 报道倾向:中立是主流.....19

2.1.4 标题类型:重点呈现“结果”.....21

2.2 中层次框架分析.....23

2.2.1 报道篇幅与体裁:中篇通讯为主23

2.2.2 消息来源:西方话语的选择偏向25

2.2.3 图式结构:背景与事件景况并重26

2.3 低层次框架分析.....32

2.3.1 词语运用:再现隐含的价值立场32

2.3.2 修辞:凸显意识形态的“文字游戏”.....35

2.3.3 情态:态度传递.....37

3 《每日新闻》报道的新闻框架及成因分析40

3.1 新闻框架.....40

3.2 原因探讨.....40

3.2.1 政治因素.....41

3.2.2 媒介因素.....42

3.2.3 文化因素.....44

4 《每日新闻》报道对提升我国国际传播能力的启示47

4.1 加大我国对瑞典传播的力度47

4.2 以精准传播策略弥合中瑞文化鸿沟48

4.3 弱化瑞典对华的意识形态偏见48

结语.....51

参考文献.....53

附录 A 类目建构与编码表.....58

附录 B 低层次框架分析样本表.....60

1 绪论

随着重大国际体育赛事成为全球政治和外交话语的一部分，体育报道已成为影响和塑造国家形象的重要方式之一。然而，随着中国的崛起，中西意识形态差异和国家利益的竞争导致了西方国家的不安与警惕，典型表现之一即西方媒体在 2022 年北京冬奥会中故意诋毁与丑化中国。其中，就包括与中国关系逐渐恶化的瑞典。在“百年未有之大变局”的背景下，中瑞双边关系不仅涉及两国间的合作，更关系到欧盟、北约、俄乌冲突及国际秩序的重建。通过研究瑞典主流媒体对 2022 年北京冬奥会的报道框架及新闻语义生成背后的复杂社会因素，能一窥中瑞关系中权力的流动与隐含的立场，拓宽中瑞关系及国际传播的研究视野。

1.1 研究背景

本节拟从两方面介绍研究背景，一是北欧的媒体市场总体趋势，并以此引出瑞典国内报刊行业的发展概况；二是瑞典与 2022 年北京冬奥会的联系，主要阐述在俄乌冲突及中瑞关系恶化的大背景下，进行此研究的必要性。

1.1.1 北欧及瑞典的报刊媒体市场发展概况

北欧国家的居民是世界各国中阅读报纸最多的群体之一，就人均读者数量而言，北欧人的排名是非常靠前的，这与强大的阅读传统和报纸订阅文化有关。¹近年来，随着北欧媒体受众向线上渠道迁移，报刊订阅量和销量急剧下降。尽管如此，北欧报业在国际范畴内仍然相对领先。²

在北欧新闻媒体市场近年来的发展趋势上，瑞典哥德堡大学的北欧媒介和传播研究信息中心(Nordicom) 将其总结为以下几点：³

第一，纸质报纸的发行量与收入持续下降。纸质报纸在未来十年内可能会保持下降趋势，甚至在某些情况下完全消失。

第二，新闻消费继续转向线上渠道。总体而言，全国性的单行本报纸或晚间小报在将受众转化至数字渠道方面较为成功；而传统上一直是北欧报纸格局奠基石的区域性报纸，在争夺线上新闻用户的竞争中处于劣势。⁴根据路透社数字新闻报告，2022 年，89%的芬兰互联网用户通过数字渠道接收新闻，瑞典的相应占比为 86%，挪威紧随其后，为 85%，丹麦为 80%，冰岛未纳入研究。⁵新闻消费将越来越多地通过数字渠道进行。这一趋势得到了人工智能、虚拟现实和元宇宙发

¹ HARRIE E. Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017[M]. Gothenburg:Nordicom, 2018:47.

² HARRIE E. Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017[M]. Gothenburg:Nordicom, 2018:26.

³ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg:Nordicom, 2023:4-8.

⁴ HARRIE E. Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017[M]. Gothenburg:Nordicom, 2018:26.

⁵ Reuters Institute for the Study of Journalism.Reuters Institute digital news report 2022[R]. Oxford: Reuters Institute,2022.

展的支持，报刊媒体数字化是长期趋势。因此，新闻媒体公司在这些渠道上的表现和吸引力至关重要。

第三，新闻媒体公司通过数字订阅收入和其他观众收入建立了稳定的收入来源。自 2015 年以来，北欧新闻媒体公司开发了各种形式的数字支付解决方案，并以此创造了新的稳定收入来源。然而，北欧国家之间存在明显的差异。据路透社数字新闻报告，2022 年，丹麦和芬兰分别有 18% 和 19% 的互联网用户通过数字频道付费购买新闻，挪威和瑞典的相应份额分别为 41% 和 33%，远高于丹麦和芬兰。⁶各国之间的差异受新闻媒体发展模式、受众新闻习惯及税收影响。政府降低对线上报纸的税收是瑞典与挪威报纸在数字订阅方面取得成功的重要原因之一。⁷

第四，数字市场持续利好大型机构和集团。北欧各国的市场较为类似，使北欧各国传媒企业的协同发展成为可能。新闻媒体集团的跨国整合是当下趋势，流量及广告收入也聚合到大平台。⁸在吸引用户和广告商为线上新闻付费方面较为成功的报刊都背靠北欧大型新闻媒体集团，如瑞典 Bonnier 集团的《每日新闻》（*Dagens Nyheter*）、芬兰 Sanoma 集团的《赫尔辛基日报》（*Helsingin Sanomat*）和挪威 Schibsted 集团的《世界之路报》（*Verdens Gang*）等。这些大报比许多本地报纸更成功，原因在于线上模式有较强可扩展性和较大规模，且其背后的新闻媒体集团也拥有足够的财力以支持开发先进的媒体技术。⁹

第五，平台在广告收入总额中的占比持续增长。根据 2021 年官方数据，瑞典国内的线上广告收入中，占比约 72% 的收入流向非北欧的国际性社交媒体和搜索广告，是北欧五国之首，远高于丹麦的 64%、挪威的 59%、芬兰的 64% 及冰岛的 40%；非北欧的媒体平台几乎占据了线上广告收入的全部增长量，其中，报纸行业是受影响最大的细分领域；线上广告收入总额和平台所占份额将继续增长，但欧盟/欧洲经济区和美国所颁布的新法规可能会限制此趋势，以避免垄断。¹⁰

由此可见，媒体市场的数字化和全球化意味着北欧国家的媒体政策变得不那么有效，上述五大趋势透露出北欧媒体及相关部门面临的挑战。这些挑战超越了传统部门的权力界限，也超越了国家界限。在此背景下，当地政府更大力度地向本地媒体提供补助，大多数新的增值税规定都是由如今的数字媒体经济推动的。在除没有增值税的格陵兰岛以外的所有北欧国家和自治区，对线上和纸质新闻媒体的税收都已经降低或免除。唯一的例外是法罗群岛，只有纸质报纸免征增值税。此外，法罗群岛和冰岛还为私人媒体提供更多的国家媒体补贴。¹¹

⁶ Reuters Institute for the Study of Journalism.Reuters Institute digital news report 2022[R]. Oxford: Reuters Institute,2022.

⁷ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg:Nordicom, 2023:88.

⁸ 陈红梅.国家、市场和媒体信念:北欧报业体制 20 世纪 70 年代以来的变迁[J].新闻与传播研究,2021,28(02):86-105+128.

⁹ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg:Nordicom, 2023:89-90.

¹⁰ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg:Nordicom, 2023:90.

¹¹ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg:Nordicom, 2023:7.

在北欧 2021 年的报业市场中，瑞典 Bonnier 集团的子公司 Bonnier News 以 8.08 亿欧元的营业额位居北欧报业公司中的第一，挪威 Schibsted 集团旗下的 Schibsted News Media 和芬兰 Sanoma 集团旗下的 Sanomamedia 紧随其后，分别位居第二和第三；丹麦媒体集团 JP/Politikens Hus 排名第四。¹²尽管西方媒体市场日益国际化，但北欧报业中，外国控股本国报纸的现象相对较少。在大型北欧报业集团中，仅有两家拥有另一个北欧国家报纸业务的多数股权。一家是挪威 Schibsted 集团，自 20 世纪 90 年代以来，该公司一直持有《瑞典日报》（*Svenska Dagbladets*）和瑞典畅销通俗性小报《晚报》（*Aftonbladet*）的多数股权，目前已成为瑞典第二大报业集团；另一家是瑞典 Bonnier 集团，持有丹麦财经媒体 *Børsen* 的多数股权。¹³总的来说，在除瑞典外的北欧国家中，报业大多由本国公司控股，境外资本较少参与本国的报业发展。

与北欧地区的总体形势类似，瑞典人订阅区域性和全国性的优质印刷报纸有着悠久的历史。进入 21 世纪后，瑞典的人均报刊阅读量和销售额均长期排在世界前列；¹⁴在路透社的一项调查报告中，瑞典是 2022 年在线新闻付费比例第二高的国家，达 33%，其中，《每日新闻》是脱颖而出的媒体之一。¹⁵近年来，瑞典民众的纸质报刊的阅读量一直在下降，线下渠道的收入低于线上渠道。2022 年，约三分之一的瑞典成年互联网用户为在线新闻付费，大型全国性报纸在吸引线上用户方面最为成功，这主要得益于成本节约、民众收入增加，以及政府在 2020 年针对新冠疫情实施的临时支持计划，瑞典报业在经历连续几年的营收下降后，经营状况有所好转。¹⁶

同时，在瑞典报纸市场中，大型报业集团的兼并和收购使小型报纸出版商的数量减少，瑞典国内日报的所有权已集中在少数大型媒体公司。¹⁷就营业额而言，目前瑞典最大的媒体集团是 Bonnier 集团，其 2021 年的营业额约为 214 亿瑞典克朗；瑞典最大的报业公司是 Bonnier 集团的子公司 Bonnier News，共拥有 34 家报纸，旗下的全国性报纸有《每日新闻》《每日工业报》（*Dagens industri*）和《快报》（*Expressen*）。¹⁸排名第二的是挪威 Schibsted 集团，拥有瑞典发行量最高的全国性报刊《晚报》和瑞典另一著名早报《瑞典日报》。¹⁹

2022 年，Bonnier News 下属的所有城市报纸的广告收入都有所增加，总收益增长了 11%。其中，《每日工业报》和《快报》的广告收入增长最多；《快报》的出版收入有所下降，而其他报刊的出版收入都在增加；在报刊的经营业绩中，《每日新闻》的表现最好。²⁰值得注意的是，近

¹² LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg: Nordicom, 2023:34.

¹³ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg: Nordicom, 2023:36.

¹⁴ WEAVER D H, WILLNAT L. The Global Journalist in the 21st Century[M]. New York: Routledge, 2012:307.

¹⁵ Reuters Institute for the Study of Journalism. Reuters Institute digital news report 2022[R]. Oxford: Reuters Institute, 2022.

¹⁶ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg: Nordicom, 2023:85-86.

¹⁷ OHLSSON J. The Nordic Media Market 2015[M]. Gothenburg: Nordicom, 2015:29.

¹⁸ FACHT U, OHLSSON J. MedieSverige 2021[M]. Gothenburg: Nordicom, 2021:80.

¹⁹ LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg: Nordicom, 2023:79-80.

²⁰ Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Medieekonomi[R]. Stockholm: MPRT, 2022.

年来 Bonnier 集团的发展势头强劲，但增长点主要集中于电视、杂志、图书出版和销售等领域，报纸出版在集团总收入中的份额有所下降。²¹

《每日新闻》成立于 1864 年，政治倾向为中立自由（oberoende liberal），自 1901 年以来都由 Bonnier 集团经营，拥有广泛的受众群体，具有较高影响力。2021 年，《每日新闻》在大都市地区日报的发行量中，排名第三，仅次于通俗性小报《晚报》和《快报》，是严肃新闻早报中最高的。²²

1.1.2 瑞典与 2022 年北京冬奥会

瑞典西接挪威、丹麦，东邻芬兰，与德国、荷兰、俄罗斯隔海相望，在当下纷繁复杂的国际形势下，战略地位愈发显著。瑞典与我国建交至今已有七十余年，但在 21 世纪 20 年代，中瑞双边关系面临一定的挑战。瑞典政府虽未正式提出对 2022 年北京冬奥会的外交抵制，但没有派官员前往北京，理由是“严峻的疫情形势，就像政府没有参加东京奥运会一样”。²³美国独立调查机构皮尤研究中心（Pew Research Center）在 2022 年北京冬奥会前发布的一项世界各国对华态度调研显示，在参与调研的瑞典公众中，对中国持消极态度的比例高达 80%，仅次于日本；认为“中国政府不尊重中国人民人权”的比例高居榜首，达 95%。²⁴不难看出，瑞典政府与民众对华态度并不友好，这一定程度上也影响着瑞典媒体对 2022 年北京冬奥会报道的基调；而瑞典媒体报道 2022 年北京冬奥会的倾向，也进一步影响着瑞典民众的对华态度。

自 1926 年法国夏蒙尼首届冬奥会以来，传统冰雪运动强国瑞典始终积极参与，近百年来从未缺席过任何一届冬奥会。2022 年北京冬奥会，瑞典派出包括 116 名运动员在内的代表团参加，是瑞典冬奥会参赛史上规模最大的代表团。²⁵瑞典在 2022 年北京冬奥会奖牌榜中排行第五，赛事盛况也引起瑞典各大媒体争相报道，并掀起全民讨论热潮。

国际体育赛事报道对建构良好的国家形象有着重要意义，可以直接对国际舆论产生影响。北京冬奥会作为世界级的体育盛会，为中国提供了一次向全世界传播中国文化、展现中国实力的机会，同时也是中国理解和认知以《每日新闻》为代表的瑞典主流报刊对 2022 年北京冬奥会和中国形象塑造的机会，为我国提升国际传播能力提供了契机。

中瑞双边关系已不仅是两国间的战略合作，更涉及欧盟、北约、俄乌冲突及国际秩序重建。在如今的政治经济背景下，要探讨瑞典对中国的态度，分析主流媒体对 2022 年北京冬奥会的报道态度及背后的意识形态，是较为简明直接的方式。研究瑞典主流媒体《每日新闻》对 2022 年

²¹ OHLSSON J. Svensk tidningsmarknad under 2000-talet: Strukturförändringar och ekonomisk utveckling[M]. Gothenburg:Nordicom, 2016:16.

²² Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Medieekonomi[R]. Stockholm: MPRT, 2022.

²³ Sveriges Television.Klart: Regeringen åker inte till OS i Peking[N/OL].(2022-01-10)[2023-03-13].
<https://www.svt.se/sport/peking-2022/klart-regeringen-aker-inte-till-os-i-peking>.

²⁴ Pew Research Center. Fast Facts about views of China ahead of the 2022 Beijing Olympics[EB/OL].(2022-02-01)[2023-03-13].

<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/02/01/fast-facts-about-views-of-china-ahead-of-the-2022-beijing-olympics/>.

²⁵ 环球时报.这个冰雪强国派出最大规模代表团参加北京冬奥会，听听驻华大使怎么说[N/OL].(2022-02-02)[2023-03-15].<https://world.huanqiu.com/article/46enUil17MN>.

北京冬奥会的报道框架，能在生成新闻文本的社会因素之上，探讨抽离语境意义后的框架特征及其成因，并进一步探析背后错综复杂的权力流动与国际话语体系的表达，从而拓宽对中瑞关系和国际传播的研究视野。

目前，我国学者对英美等主流英语国家媒体报道的研究较为充分，但对瑞典乃至北欧国家的媒体关注略显不足，针对瑞典主流媒体报道的分析与案例研究亟待补充。《每日新闻》此次对 2022 年北京冬奥会的报道中，除了赛事报道外，也与政治、文化、价值观等方面有密切联系。基于此，本研究拟针对瑞典主流媒体《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道展开框架分析，以小见大，探索瑞典主流媒体对中国大型国际赛事报道的新闻框架，及其背后的深层次原因，以期能为我国“一国一策”的国际传播策略研究贡献绵薄之力。

1.2 研究意义

尽管框架理论早已在新闻传播领域应用，但目前学界对外媒涉华报道的研究多局限于主流英语国家，而欧洲大陆地区非英语国家的舆情分析和国际传播效果的研究相对薄弱。在全球化背景下，我国重大事件的国际传播应注重“一国一策”的宣传策略，尤其针对瑞典这类有一定综合实力和地缘政治影响力的发达欧洲国家。本研究在总结与利用现有研究成果的基础上，在理论层面进一步丰富了框架理论的国别研究，扩展了我国国际传播领域的研究视角。

瑞典作为北欧地区强国，在俄乌冲突及北约扩张的时代背景下具有重要的地缘政治意义。通过研究瑞典主流媒体针对我国标志性国际赛事的报道，将有助于理解在复杂国际背景下，政治、媒介、文化等要素如何影响我国重大国际活动的形象，对中国媒体针对性地改进国际传播策略具有重要现实意义。本研究拟通过瑞典主流媒体《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的框架分析，管窥瑞典主流媒体在重大国际事件中的对华叙事方法及报道倾向，为我国的国际传播策略制定提供应对思路和一手参考资料，助力我国完善“一国一策”的国际传播方式。

1.3 研究目标及问题

主流媒体作为一国话语的重要传播渠道，是国家政治制度、意识形态及国际关系的体现。²⁶要想改善瑞典的对华态度，首先需要探明瑞典对中国的立场，从而提出针对性改进措施。要实现这一目的，选择瑞典的主流报刊进行研究是较为高效的方式。本研究的目标是通过分析瑞典主流报刊《每日新闻》网页版在 2022 年北京冬奥会开幕当天至闭幕结束（2022.2.4-2022.2.20）共 17 天的关于 2022 年北京冬奥会的新闻报道，结合臧国仁的高、中、低层次结构展开研究，同时选择典型的新闻报道进行微观话语分析，以小见大，为我国理解和认知以《每日新闻》为代表的瑞典主流媒体对 2022 年北京冬奥会和中国形象的态度提供契机，进而为我国优化国际传播策略提供

²⁶ 胡春阳.传播的话语分析理论[D].上海: 复旦大学 2005 年博士论文.

案例参考。基于此，本研究拟解决如下问题：

RQ1：《每日新闻》中，针对 2022 年北京冬奥会报道的高、中、低框架是怎样的？

RQ2：为什么《每日新闻》要如此建构 2022 年北京冬奥会的形象？瑞典媒体在新闻报道中隐含了怎样的立场与意识形态？

RQ3：《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道对我国“一国一策”的对外传播有何启示？

1.4 国内外研究现状综述

由于本研究基于瑞典主流媒体《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道内容展开，因此，在文献梳理中，将重点从 2022 年北京冬奥会报道以及瑞典媒体对奥运会的报道两方面进行文献梳理，在前人研究的基础上，探究研究空白及研究路径。

1.4.1 2022 年北京冬奥会新闻报道的研究状况

目前，国内外学界针对 2022 年北京冬奥会的媒体报道与国际传播策略等多方面展开了扎实的研究。本节根据研究主题，将相关文献总结为六类进行归纳与梳理。

在对 2022 年北京冬奥会的国际传播策略建议及总结中，廖秉宜等认为，应创新地利用数字技术和多种媒体，运用丰富的创意，构建富有创意、全面的奥运内容生态，并辅以国际舆情监测体系，从而实现跨时空、跨文化、破圈层、正形象的国际传播效果。²⁷同时，传播内容的故事性也是未来国际赛事传播中重点发展的方向，而“讲好奥运故事”的基本逻辑是无论是否为赛事报道，媒体都要发现、报道并传播有内容、有激情和令人共鸣的故事，在阐述奥运会与国际媒体事件联系的前提下，将中国发展的声音传达给世界。²⁸面对西方媒体在 2022 年北京冬奥会期间对中国的“抹黑”行为，魏伟指出，我国主流媒体应转守为攻，主动提高在国际社交媒体平台上的影响力，并注重国际传播中内容与方式的双重区隔，努力实现“一国一议”，提升国际传播效果。²⁹此外，范红、周鑫慈提出奥运会建构国家形象的三重逻辑，“国家身份符号化的价值认同、国家品牌故事化的身份重构、国家形象立体化的媒介呈现”，为 2022 年北京冬奥会的整合传播提供新的思路 and 方向。³⁰在具体的奥运口号的国际传播中，王润珏、张若溪表示，应通过多样化的话语模态建设和媒体选择，将奥运口号的国际传播过程分为前、中、后三个阶段，针对性地提升北京冬奥会口号的国际传播长期效能，拓展 2022 年北京冬奥会理念在多种情境下的传播、增强国际社会对“人类命运共同体”的认同。³¹

从国际社交媒体平台的维度来看，奥运会的国际传播中，平台化趋势日渐显著，呈现出“中

²⁷ 廖秉宜,温有为,狄鹤仙.北京冬奥会国际传播路径与策略创新[J].对外传播,2021,(11):18-21.

²⁸ 漆亚林,李秋霖.全球媒介事件视域下“讲好奥运故事”的逻辑理路[J].国际传播,2022,(02):1-9.

²⁹ 魏伟.中央广播电视总台北京冬奥会国际传播影响力研究[J].中国广播电视学刊,2022,(04):27-30.

³⁰ 范红,周鑫慈.奥运会对国家形象的建构逻辑与整合策略——对北京 2022 年冬奥会国际传播的新思考[J].对外传播,2021,(11):4-8.

³¹ 王润珏,张若溪.以多模态话语提升北京冬奥会主题口号国际传播的长期效能[J].国际传播,2022,(01):39-47.

心化”与“分散化”结合的传播态势。但社交媒体平台的价值立场、推荐算法规则与商业逻辑的结合以及中西价值的碰撞等方面问题也给 2022 年北京冬奥会的国际传播提出了一系列挑战。³²例如，一项探究推特平台中社交机器人如何建构 2022 年北京冬奥会叙事的研究发现，在所有发布有关 2022 年北京冬奥会的用户中，社交机器人占比 31.17%，产生的推文占总数的 35.95%，其影响力不可小觑；且社交机器人发布的内容具有两面性，积极或中立地发布赛事相关信息的同时，也通过放大争议、制造政治冲突等方式引导推特平台中对 2022 年北京冬奥会的负面舆论，一定程度上推动或加剧了奥运国际传播的泛政治化。³³与此同时，在包括谷歌（Google）、维基百科（Wikipedia）、推特（Twitter）、脸书（Facebook）、照片墙（Instagram）和油管（YouTube）在内的多个国际媒体平台中，北京 2022 年冬奥会中国运动员海外传播能力较弱，尤其是在推特平台上，所有中国运动员的传播能力普遍较弱；在除推特外的其他国际社交媒体平台中，头部效应显著，交际能力指数排名与运动员成绩正相关。³⁴可以看出，在去中心化的平台中，北京 2022 年冬奥会中国运动员海外传播能力建设仍需加强。而在对我国官方机构的国际传播研究中，相德宝、李伊玲将 2022 年北京冬奥会组委官方在推特上的传播经验总结为三点：一是打造多语种的国际化融媒体平台，构建传播矩阵；二是迅速对国际热点做出反应，加强中国媒体国际传播的主动性；三是加强个体化叙事，挖掘和传播运动员、志愿者及普通民众等群体台前幕后的冬奥故事。³⁵此外，我国官媒 CGTN 在国际媒体平台上的表现较为出彩，以技术赋能传播的模式创新，积极构建了中国叙事；³⁶但总体而言，在推特和油管等社交媒体平台上有关 2022 年北京冬奥会的报道中，缺乏与用户的互动性，应寻找中外文化的联结点，增强用户参与，以进一步提升传播的影响力。³⁷

因此，面对 2022 年北京冬奥会跨文化传播的跨文化瓶颈，共情传播成为破局之道。周榕、吕诗俊、张德胜认为，媒体可以尝试以文化间性理念来引领共情传播，主动选取能引发外国公众共情的传播内容，并通过多感官的沉浸式故事体验，借助外籍意见领袖传播中国故事等方式，有效利用 2022 年北京冬奥会共情传播的触发机制，引发国内外公众的共情，塑造良好的国家形象。³⁸同时，也对受众特性进行更多关注、采取面向多元主体构造多维形象、唤醒共享情感以凝聚主客共识等策略，促使国际受众在全新的共享性的文化空间中，自发地共情反馈与交互。³⁹一个典型案例是 2022 年北京冬奥会闭幕式《折柳·寄情》节目，虽然“柳”这一意象在东西方所承载的

³² 张磊,高飞.平台化的奥林匹克:英文社交媒体上的奥运国际传播研究[J].国际传播,2022,(03):24-34.

³³ 赵蓓,张洪忠.有关北京冬奥会的社交机器人叙事与立场偏向——基于 Twitter 数据的结构主题模型分析[J].新闻界,2022,(05):62-70.

³⁴ QI X, WANG M. Analysis of the Overseas Network Communication Capacity of Chinese Athletes at the Beijing 2022 Olympic Winter Games[J]. International Communication of Chinese Culture, 2022, 9(3): 149-161.

³⁵ 相德宝,李伊玲.北京冬奥组委官方推特的网络议程与国家形象建构[J].对外传播,2022,(03):46-50.

³⁶ 沈小蒙.CGTN 冬奥报道的中国叙事构建与国际传播创新[J].国际传播,2022,(01):79-84.

³⁷ 杨凤娇,张贵徽.北京冬奥会的国际社交媒体平台传播策略[J].对外传播,2022,(01):59-62.

³⁸ 周榕,吕诗俊,张德胜.奥运会中的跨文化共情传播与实践创新路径——对 2022 年北京冬奥会传播的思考[J].新闻与写作,2021,(10):100-104.

³⁹ 钟新,蒋贤成,王雅墨.国家形象的跨文化共情传播:北京冬奥会国际传播策略及效果分析[J].新闻与写作,2022,(05):25-34.

情感寓意与现实表征有所差别,但其中也存在共通的意义空间,极易引起传受双方的共情,为东西方受众实现友好交流提供了新视角。⁴⁰此外,开幕式也以类似的共情传播形式,为中国形象塑造生成了认同的空间,并通过仪式化呈现和符号运用,为中国形象塑造搭建了仪式空间和共通的意义空间。⁴¹由此可见,2022年北京冬奥会国际传播及形象建构的成功背后,除了跨文化共情传播的策略,也离不开对媒介仪式与符号的合理运用。

在2022年北京冬奥会的国家形象建构中,中国文化被分解为多种不同元素融入媒介仪式,标志着中国国家形象的建构逻辑已经与过去有较大区别,这主要是由于中国在综合国力迅速增强之后,文化自信与民族自信的充分显现。⁴²而要借助媒介仪式空间向世界展示中国的大国形象和文化自信,就要提供配套的科技引擎,并辅以人文精神唤起中外受众的情感共鸣。⁴³

同时,符号的运用也是此领域中的研究重点,而中华优秀传统文化是主要切入点。其中,文化符号的作用举足轻重,应有效利用文化符号,以建立促发国内外受众共识和共情的话语体系。方圆、李春阐述了通过中国传统文化塑造国际话语体系的中国模式:以文化底蕴为根基,以艺术为媒介,并通过技术赋能,拓展中外文明的对话空间,提升国际传播的话语功能。⁴⁴2022年北京冬奥会开幕式就是中华文化美学表达和跨文化传播创新实践的成功结合,体现了跨文化传播过程中,打造促进受众共情的文化标识的重要性;而构建虚实融合的传播场景、创建故事化的叙事文本,也是实现中华优秀传统文化的精准阐释关键策略。⁴⁵另外,2022年北京冬奥会的吉祥物“冰墩墩”成为了中国传统文化符号在国际传播领域的成功典型。一项针对海内外社交平台中“冰墩墩”的内容分析研究发现,“冰墩墩”的传播热度均为正向上扬,主要原因是具有共情性的文化符号能够促使多次传播。⁴⁶“冰墩墩”在中外文化融合与跨文化交流过程中的巨大成功主要归结于其符号功能的外延:表义功能、认识功能和信息交流功能直接助推了“冰墩墩”这一中国传统文化符号在世界舞台上的文化展示和传递,也促进了中外受众间的文化交流。⁴⁷

此外,还有相当数量的文献将媒体对2022年北京冬奥会的报道与前几届非西方国家主办的奥运会相关报道进行政治视角下的比较研究。一项分析2014年索契冬奥会和2022年北京冬奥会在美国媒体CNN报道中异同的研究表明,运动框架在两届奥运会中被提及的频率最高,但在对2022年北京冬奥会的报道中,政治框架更多;而对2014年索契冬奥会的报道框架较多集中在人

⁴⁰ 黄晓琴,陈林炯.柳在跨文化传播中的媒介属性与共情连接——以冬奥会闭幕式节目《折柳·寄情》为例[J].中国广播电视学刊,2022,(12):94-96.

⁴¹ 薛文婷,张麟,胡华.仪式·意义·认同:北京冬奥会开幕式与中国形象塑造[J].中国广播电视学刊,2022,(04):8-12.

⁴² 马立明,黄泽敏.中国国家形象建构的逻辑演变及其深层原因——以2022年北京冬奥会开幕式为例[J].对外传播,2022,(03):26-30.

⁴³ 王袁欣,车梓晗.技术与媒介的交融:北京冬奥会塑造国家形象路径研究[J].中国出版,2022,(21):27-30.

⁴⁴ 方圆,李春.从北京冬奥会看中华优秀传统文化的国际传播[J].中国广播电视学刊,2022,(04):12-14.

⁴⁵ 何子豪,刘兰.中华文化符号的美学表达与跨文化传播研究——以北京2022年冬奥会开幕式为例[J].国际传播,2022,(02):10-15.

⁴⁶ 薛可,古家谕,陈炳霖.共情·创新·融合:文化符号与国家话语体系构建——基于“冰墩墩”的社交媒体平台内容分析[J].新闻与写作,2022,(05):35-45.

⁴⁷ 尹子强.北京冬奥会吉祥物跨文化传播研究——基于符号学视角[J].中国报业,2022,(18):10-11.

类利益及道德层面上。⁴⁸另一项研究将 2018 年平昌冬奥会也纳入研究对象中，基于沃勒斯坦的世界体系理论对比分析了 2014 年至 2022 年的三届冬奥会在文化、外交及政治上的成果。结果表明，举办冬奥会对俄罗斯软实力的提升效果十分显著，但其后的对外战争削弱了冬奥会给俄罗斯国家形象带来的积极影响；韩国通过举办冬奥会取得了预期的政治成果；中国通过举办冬奥会进一步巩固了其新兴世界大国地位，但西方对中国日益增长的怀疑态度可能会抵消冬奥会对中国外交、政治和国家形象的积极影响。⁴⁹还有研究根据奥运会举办期间国际舆论和政治背景的相似性，选取了 2008 年北京奥运会、2014 年索契冬奥会、2020 年东京奥运会和 2022 年北京冬奥会举办期间，用户在推特和脸书等社交媒体平台中的生产内容进行对比分析，比较中英两种语言样本中的情感差异。研究结果再次证明，中国主办的两届奥运会中，政治化倾向较为明显，且 2022 年北京冬奥会的极端情绪化言论相较之前的几届奥运会更频繁；在涉及中国政治的话题中，国际舆论呈现出中文内容的负面情绪高于英文内容的现象。⁵⁰这表明，中国声音在“走出去”的同时，不仅要注重主流媒体的外语输出，更要在国际社交媒体上正确引导中文舆论，增强海外同胞和同胞的民族认同感和凝聚力。

综上，国内外学界对国际传播视域下 2022 年北京冬奥会报道的研究方向多样，内容丰富，呈现出较为全面的研究态势。但值得注意的是，尚未出现针对非英语国家媒体报道中 2022 年北京冬奥会形象和国际传播现状的系统性研究，而在全球化趋势不断加深的当下，贯彻“一国一议”的国际传播策略研究是十分必要的。

1.4.2 瑞典主流媒体对奥运会新闻报道的研究状况

在既往文献中，鲜见国内学者关于瑞典主流媒体视角下奥运会报道的研究；相反，国外学者就本领域展开了较多探讨。本节选取了具有鲜明特色的代表性研究作为文献范例，按照文献的主题进行归纳，从性别和政治两方面对瑞媒奥运报道的相关文献进行梳理。

“瑞典主流媒体”在本领域的研究中主要指瑞典主流报刊和电视，包括《每日新闻》《瑞典日报》《瑞典南方日报》（*Sydsvenska Dagbladet*）《体育报道》（*Sportbladet*）《快报》和《晚报》等报刊媒体以及瑞典电视台（Sveriges Television）和 TV4 电视频道。

在性别议题中，多数研究针对瑞典主流报纸及广播电视频道的特定报道展开个案分析，旨在探究其各个维度的内容建构与话语操控。在一项分析 20 世纪 50 年代和 60 年代期间，瑞典媒体对夏季和冬季奥运会的新闻报道中性别认同过程的研究指出，在 20 世纪 50 年代和 60 年代的美苏冷战背景下，来自共产主义国家女运动员的中性化外表在媒体报道中常被用于与瑞典女运动员

⁴⁸ YU X. Framing Winter Olympics: A Content Analysis of Sochi Winter Olympics (2014) and Beijing Winter Olympics (2022)[J]. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 2022, 4(2): 38-44.

⁴⁹ LEE J W. Olympic Winter Games in Non-western Cities: State, Sport and Cultural Diplomacy in Sochi 2014, PyeongChang 2018 and Beijing 2022[J]. *The International Journal of the History of Sport*, 2021, 38(13-14): 1494-1515.

⁵⁰ JIA K, ZHU Y, ZHANG Y, et al. International Public Opinion Analysis of Four Olympic Games: From 2008 to 2022[J]. *Journal of Safety Science and Resilience*, 2022, 3(3): 252-262.

的外貌进行对比。研究样本展现了瑞典男运动员积极有力的男性身体，但瑞典女性奥运选手更多地被描述为“西方”“有吸引力”以及“现代女性”，而非运动员。研究结论显示，对女运动员的外表进行评判、选奥运会中“最美女王”是此阶段新闻报道性别议题中的一大特点，女性气质的塑造已脱离了生理意义，而转变为社会和文化的必需品。女性参与体育活动往往被弱化为“展示美丽”，与对男性运动员“在公共场合进行体育比赛以及有目标、有约束的工作过程”的描述截然不同。⁵¹此外，对2004年雅典奥运会和2006年都灵冬奥会期间芬兰和瑞典小报中性别议题相关报道的研究指出，男性运动员在每份小报中的报道数量都多于女性运动员，女性被边缘化。两者不同的是，芬兰报纸严重贬低和弱化了女性冰球运动员，但在瑞典报纸上，女性冰球运动员被视为严肃的运动员。这主要是因为瑞典社会在历史上比芬兰社会更平等和进步，而芬兰的许多改革都是效仿瑞典推行的。⁵²同样地，在关于瑞典媒体对2012年伦敦奥运会新闻报道的研究中，女性运动员的报道数量相较于男性运动员少，但与前几届奥运会相比，瑞典女运动员在伦敦奥运会期间新闻曝光度更高，且在各运动项目中，男性与女性的曝光度较为接近，性别平等状况优于英国。⁵³在特定运动项目的性别报道研究中，一项针对2012年伦敦奥运会期间两份瑞典早报对马术项目的报道研究显示，报道对女性和男性马术运动员的叙述是复杂且矛盾：部分表述可被视为坚持了男女平等的立场，而另一些则隐含了“男尊女卑”的性别刻板印象。⁵⁴

在政治议题中，奥运会期间北欧及整个欧洲地区内的新闻报道是研究重点。在挪威越野滑雪女将乔哈格(Therese Johaug)的兴奋剂事件发生后，一项对挪威和瑞典媒体后续报道的话语分析研究表明，挪威媒体有意将其称为“兴奋剂丑闻”，并偶尔将乔哈格描绘为受害者；而瑞典媒体则严厉批评挪威人的滥用兴奋剂行为，并强调了运动员的个人责任。最终研究结果显示，体育被作为两个都擅长冬季运动的北欧国家间竞争的一部分进行对话。⁵⁵值得注意的是，瑞挪两国间的竞争在北欧语境下，“冲突”意味是被淡化了的，这具体表现在瑞典和芬兰媒体对1994年挪威利勒哈默冬奥会的报道中。在此次冬奥会中，挪威成绩斐然，远超其他北欧国家，而部分瑞典和芬兰媒体以“敌视”的立场报道，出现了“竞争”与“亲密”并存的报道基调。在“国家竞争”和“北欧亲密”这两个看似有冲突的概念下，北欧邻国之间的亲密关系是心照不宣的。瑞典和芬兰媒体在对1994年挪威冬奥会的报道叙事中，始终将挪威描述为“邻居”，以幽默的报道方式缓和奥运期间北欧国家和地区间紧张的比赛氛围，这反过来又加强了北欧邻国亲密友好的关系。媒体不断的“开玩笑”将北欧地区打造成了国家竞争的“安全空间”：只要北欧各国保持在“朋

⁵¹ TOLVHED H. The Sports Woman as a Cultural Challenge: Swedish Popular Press Coverage of the Olympic Games during the 1950s and 1960s[J]. The International Journal of the History of Sport, 2012, 29(2): 302-317.

⁵² LAINE A. Gender Representation of Athletes in Finnish and Swedish Tabloids[J]. Nordicom Review, 2016, 37(2): 83-98.

⁵³ HEDENBORG S. The Olympic Games in London 2012 from a Swedish Media Perspective[J]. The International Journal of the History of Sport, 2013, 30(7): 789-804.

⁵⁴ HELLBORG A M, HEDENBORG S. The Rocker and the Heroine: Gendered Media Representations of Equestrian Sports at the 2012 Olympics[J]. Sport in Society, 2015, 18(2), 248-261.

⁵⁵ WAGNER U, KRISTIANSEN E. The Fall of the Queen of Nordic Skiing: A Comparative Analysis of the Swedish and Norwegian Media Coverage of the Therese Johaug Scandal[J]. Nordicom Review, 2019, 40(1): 121-138.

友间的幽默”范围内，偏执和沙文主义是被接纳的。⁵⁶而在瑞典国内，体育报道也同样与政治有着千丝万缕的联系。当瑞典冰球队在2002年盐湖城奥运会上因“自杀式”进球输给白俄罗斯队时，瑞典媒体争先恐后地辱骂该队，球员们被蔑称为“叛徒”，冰球队队员从英雄与神话变成了替罪羊——彼时的瑞典社会对“发达与欠发达”“欧洲范围内的中心性和边缘性”十分敏感，而在21世纪初的背景下，瑞典社会维持旧时代的稳定格局的期盼被打破，任何象征着欧洲老牌发达国家被“东方”击败的事件都有很大概率会击穿民众的心理防线，造成舆情失控。⁵⁷

可以看出，以《每日新闻》和《晚报》为代表的瑞典主流媒体长期关注奥运会新闻中的性别议题，且不限于瑞典本国，有相当数量的报道是对多国的比较研究。在对政治议题的研究中，北欧国家间的关系及瑞典国内政治与奥运会的勾连是学界的研究重点。但总体而言，瑞典媒体视角下非西方国家主办的奥运会较少地被纳入研究范畴中，使本领域的研究出现“真空”。

1.4.3 研究评述

综上，奥运会举办期间，社会环境、媒体环境的差异直接影响着相应的奥运会报道偏好。在现有对2022年北京冬奥会报道的研究中，尚未有学者以瑞典主流媒体视角展开研究分析，并进一步探究其背后隐含的意识形态及社会文化背景；而在有关瑞典主流媒体奥运会报道的相关研究里，亦未出现从框架理论入手，以高、中、低结构对任何亚洲国家主办的奥运会展开此领域分析。因此，本研究基于框架理论分析瑞典主流媒体《每日新闻》对2022年北京冬奥会的新闻报道，补充了现有国内外研究的不足，在上述研究成果的基础之上，助力我国更好地理解瑞典主流媒体对中国体育乃至中国形象的建构与报道，进一步丰富我国对境外媒体报道框架及背后成因的认知，为我国媒体国际传播中“一国一策”的策略优化提供一手研究案例参考，对提高我国的国际传播能力有着重大意义。

1.5 理论基础

本研究以框架理论为指导，针对《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道进行框架分析，并透过“话语与权力”视角，探究新闻框架背后的成因。

1.5.1 框架理论

学界对框架理论的研究始于西方国家，至今已形成了一套较为系统的理论体系。贝特森(Bateson)首先提出框架的概念⁵⁸，随后，戈夫曼(Goffman)将这一概念引入社会学的研究，

⁵⁶ JOHANSSON M. Stories of Siblinghood: Three Nordic Neighbors at the 1994 Winter Olympics[J]. Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research, 2021, 13(1):137-159.

⁵⁷ DAHLÉN P. The Geopolitics of Failure: Swedish Journalism and the Demise of the National Ice Hockey Team in Salt Lake City, 2002[J]. Sport in Society, 2013, 16(5):579-594.

⁵⁸ BATESON G. A Theory of Play and Fantasy[J]. Psychiatric Research Reports, 1955(2):39-51.

并将框架定义为一种认知结构，被人们用于解释社会生活经验。⁵⁹在 20 世纪 80 年代，塔奇曼 (Tuchman) 提出“作为框架的新闻”，作为新闻工作者衡量新闻价值的重要依据之一，新闻框架是一种特定的传播方式，至此，“框架”这一概念被正式引入新闻传播学领域。⁶⁰其后，恩特曼 (Entman) 指出框架是一个选择与凸显信息的过程，报道中挑选和呈现给人们，并满足受众所需的部分即新闻框架。⁶¹甘姆森 (Gamson) 则认为框架是个体潜意识进行表现与表达的方式，它可以是名词，也可以是动词。⁶²在框架的作用上，吉特林 (Gitlin) 认为其体现在四个方面：认识事物、解释事物、选择事物、强调事物。⁶³

国内对框架理论的研究始于 20 世纪 90 年代，中国台湾学者臧国仁在西方学者的研究基础上，把新闻框架进行了分类，这也是目前国内多数新闻框架研究的模板。其内容包括高层次结构、中层次结构和低层次结构。高层次结构主要是对宏观主题确定，包含事件主旨、导言和标题等；中层次结构包括新闻的历史、主要事件、结果、归因及评论等；⁶⁴低层次结构的分析与梵·迪克 (Van Dijk) 对新闻文本微观语言划分的结构相似，主要包括事件阐述环节应用的修辞、文法等。⁶⁵进入 21 世纪后，潘忠党提出框架分析直接关系到建构现实的领域，包括话语、话语的建构以及话语的接受是框架分析的三大维度。⁶⁶本研究主要参考臧国仁的三层次框架，结合内容分析法，探究瑞典媒体《每日新闻》关于 2022 年北京冬奥会新闻报道的高、中、低三层结构特点。

1.5.2 话语与权力

对“话语权”的诠释始于葛兰西。葛兰西认为，话语权即“文化霸权”，“统治”和“精神与道德领导权”是一个社会群体文化霸权的主要表现形式，也可被称为政治霸权与文化领导权，政治霸权与文化领导权并总是同时掌握在同一群体手中，而文化领导权在其中占主要地位，文化领导权是获得政治霸权的前提。基于此，一个看似弱小的阶级或社会群体要获得政治霸权，可通过争夺占统治地位的文化领导权，来实现社会革命，进而达到目的。政权的维持要求政治的霸权与文化霸权相结合，因此，统治阶级必须通过教育、媒体宣传等方式对无形中影响民众的价值观与立场，形成符合统治阶级所需的意识，以此来维系政治霸权。⁶⁷

法国思想家福柯也指出，话语作为社会权力关系的产物，决定着话语的规则进一步加强对

⁵⁹ GOFFMAN E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience[M].New York: Harvard University Press,1974:101-102.

⁶⁰ TUCHMAN G. Making News: A Study in the Construction of Reality[M].New York: The Free Press,1978:193.

⁶¹ ENTMAN R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm[J]. Journal of Communication,1993, 43(4):51-58.

⁶² GAMSON W A, MODIGLIANI A. The Changing Culture of Affirmative Action[J].Equal Employment Opportunity: Labor Market Discrimination and Public Policy,1994, 3:373-394.

⁶³ GITLIN T. The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left[M]. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press,1980:200-204.

⁶⁴ 臧国仁.新闻媒体与消息来源：媒介框架与真实建构之论述[M]. 台北：三民书局，1999:32-44.

⁶⁵ 梵·迪克.作为话语的新闻[M]. 曾庆香，译. 北京：华夏出版社，2003:50-60.

⁶⁶ 潘忠党.架构分析：一个亟需理论澄清的领域[J].传播与社会学刊，2006(1):17-46.

⁶⁷ 安东尼奥·葛兰西.狱中札记[M]. 曹雷雨，姜丽，张跖，译. 郑州：河南大学出版社，2014:66-80.

所谓理性与真实的评判体系，违背规则的话语将被边缘化和排斥。⁶⁸在媒体领域，国家和政府对国内外媒体的掌控能力很大程度上决定着该国话语权的强弱。⁶⁹

1.6 研究设计

本研究选取在瑞典乃至北欧具有较大影响力的报刊《每日新闻》为研究对象，通过内容分析法、话语分析法及文献研究法对《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道展开框架分析，并借助大数据分析平台对所选样本进行信息录入、类目建构及数据整理，力求客观、全面、准确的研究过程与结果。

1.6.1 研究方法

本研究以臧国仁的三层次结构框架为理论基础，采用质化研究与量化研究相结合的方式对研究对象展开分析，以期探究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的新闻框架内容及特征。具体研究方法如下。

1.6.1.1 内容分析法

内容分析法是一种对内容进行客观、全面刻画的定量研究手段，在新闻传播学中，它的作用是对报道主题、消息来源、报道倾向等方面进行类目编码、统计与分析。本研究结合内容分析法与臧国仁提出的新闻框架，将高、中、低三个层次的框架要素具体化，转化为内容分析的变量进行统计分析，总结《每日新闻》报道中 2022 年北京冬奥会的框架特征。

1.6.1.2 话语分析法

话语分析不仅是研究理论，也是一种研究方法。根据研究重点的不同，学界常用的话语分析法可分为两种：非批评性话语分析侧重于对语言形式本身的描述，并分析和解释其产生的效果和背后的权力关系；⁷⁰以及批评性话语分析，注重分析话语与社会的关系，是分析新闻文本背后意识形态的有效方式。其中，社会实践的分析是批评性话语分析中的重要一步，强调通过微观文本层面的分析，探究话语与社会的辩证关系，从而揭示其背后的意识形态。⁷¹

同时，梵·迪克认为，话语分析包含文本结构分析、话语的生产分析和解读新闻话语。基于此，新闻文本可被视作话语来进一步展开分析。⁷²本研究的低层次结构分析中，对《每日新闻》中 2022 年北京冬奥会报道进行话语分析，由表及里，分别就字词运用、修辞及情态等方面进行分析，以期得到瑞典媒体针对 2022 年北京冬奥会报道背后的意识形态；同时，也将话语分析法

⁶⁸ FOUCAULT M. The Archaeology of Knowledge[M]. New York: Pantheon Books, 1972: 48-49.

⁶⁹ 道格拉斯·凯尔纳. 媒体文化：介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治[M]. 丁宁，译. 北京：商务印书馆，2004:3.

⁷⁰ 诺曼·费尔克劳夫. 话语与社会变迁[M]. 殷晓蓉，译. 北京：华夏出版社，2003:12.

⁷¹ 诺曼·费尔克劳夫. 话语与社会变迁[M]. 殷晓蓉，译. 北京：华夏出版社，2003:60.

⁷² 梵·迪克. 作为话语的新闻[M]. 曾庆香，译. 北京：华夏出版社，2003:57.

运用于《每日新闻》对 2022 年北京冬奥报道新闻框架的成因剖析，进一步探究其相关话语及社会现象背后错综复杂的权力脉络。

1.6.2 研究对象

《每日新闻》作为瑞典主流报刊媒体中严肃新闻的代表，拥有广泛的受众群体，具有较高的新闻研究价值与代表性；其对 2022 年北京冬奥会的详细报道保障了研究内容的真实性与可靠性；此外，《每日新闻》网站端使用便捷，其搜索功能方便查找和抽取样本，使研究具有可行性。为全面分析《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道，本研究在《每日新闻》网页端 (<https://www.dn.se/>) 的搜索入口以“OS”“Peking”为关键词组合，日期限定为北京时间 2022 年 2 月 4 日至 2022 年 2 月 20 日（2022 年北京冬奥会开幕至闭幕），进行检索，共得到 409 篇相关新闻报道，人工剔除内容不符的无效报道样本，共取得 304 篇有效研究样本。

1.6.3 类目建构

为深入探究《每日新闻》如何报道与诠释 2022 年北京冬奥会，本研究以臧国仁的三层次结构理论为研究框架，借助大数据挖掘及分析平台 Divo Miner，选取八个类目对 304 篇有效研究样本进行归类和编码，具体类目如下，详细分类及定义见附录 A 编码表。

- 1. 报道对象：①瑞典 ②中国 ③美国 ④俄罗斯 ⑤挪威 ⑥芬兰 ⑦丹麦 ⑧其他
- 2. 报道主题：①举办地筹办情况 ②运动项目介绍/技术解析 ③人物特写/专访 ④赛前 分析预测/赛程预告 ⑤单项比赛进展 ⑥结果播报/赛后评价 ⑦多项赛事综述 ⑧体育丑闻 ⑨疫情防控 ⑩其他
- 3. 报道倾向：①正面 ②负面 ③中立
- 4. 标题类型：①行动型 ②状态型 ③精神型 ④言语型
- 5. 报道体裁：①消息 ②通讯 ③评论 ④特写 ⑤深度报道 ⑥专访 ⑦其他
- 6. 报道篇幅：①200 词以下 ②200-500 词 ③500-1000 词 ④1000-1500 词 ⑤1500 词以上
- 7. 消息来源：①政府机构/官员 ②各国体育代表团 ③体育组织 ④媒体 ⑤北京冬奥会工作人员 ⑥相关参赛人员 ⑦专家学者 ⑧无明显消息源 ⑨模糊来源 ⑩其他
- 8. 图式结构：①事件景况 ②反应及反馈 ③评价分析 ④预测 ⑤背景

1.6.4 信度检测

在信度测试及正式内容编码阶段，笔者邀请了一位能熟练运用瑞典语的同学协助编码，随机抽取 304 篇有效报道样本中的 10%，共 30 篇，分别独立编码。在经过两位编码员的合作探讨及独立编码后，参考霍斯提系数对内容分析涉及的报道主题、报道对象、报道倾向、标题类型、报道体裁及消息来源等类目编码进行信度检验，各类目信度系数均高于 0.85，具有较高可信度，证明编码有效性。

1.6.5 论文结构

本研究主要分为以下五个部分：

第一部分：绪论。介绍选题的背景与意义，对国内相关文献资料进行梳理，提出问题，说明理论依据、研究方法、研究思路等。

第二部分：框架分析。基于臧国仁的三层次框架理论，从报道对象、报道主题、报道倾向、标题类型、报道篇幅与题材、消息来源、图式结构、词汇选择、修辞及情态动词等维度切入，探究《每日新闻》报道 2022 年北京冬奥会的框架内容。

第三部分：归纳与原因分析。总结《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的新闻框架特征，并从瑞典文化背景、政治制度、媒体演变历程等维度剖析其成因。

第四部分：启示。根据研究发现，针对性归纳我国对瑞典国际传播的优化策略。

第五部分：结语。总结阐述本研究的主要发现和不足。

2 《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的框架分析

本章分别从宏观、中观、微观维度分析《每日新闻》如何呈现 2022 年北京冬奥会报道的新闻框架。宏观层面上，主要从报道对象、报道主题、报道倾向及标题类型展开研究；中观层面上，主要从报道篇幅与体裁、消息来源及图式结构展开研究；在微观层面，主要从词语运用、修辞手法及情态动词等三方面展开研究，以高、中、低三层次的全面分析，探究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的新闻框架全景。

2.1 高层次框架分析

根据臧国仁对高层次框架的定义，宏观层面的分析主要指对新闻话语的主题探究，即“这是什么事”⁷³。本章从宏观层面出发，通过对不同主题的分类汇总，探讨报道对象、报道主题、报道倾向及标题类型等维度，考察《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的宏观切入点。

2.1.1 报道对象：瑞典为主，中国为辅

在报道对象维度，本研究将具体类别归为以下 8 类：1.瑞典；2.中国；3.美国；4.俄罗斯；5.挪威；6.芬兰；7.丹麦；8.其他。统计结果见表 2.1。

表 2.1 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道对象统计

报道对象	数量（篇）	百分比（%）
瑞典	178	58.6
中国	37	12.2
美国	13	4.3
俄罗斯	21	6.9
挪威	6	2.0
芬兰	7	2.3
丹麦	2	0.7
其他	40	13.2
总计	304	100

如上表所示，在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，报道对象最多的是“瑞典”，共 178 篇，占总数的 58.6%，超过总样本的一半；其次则是东道主中国，共 37 篇，占比 12.2%；

⁷³ 臧国仁.新闻媒体与消息来源：媒介框架与真实构建之论述[M]. 台北：三民书局，2003.34.

排到第三的是俄罗斯，占比 6.9%，其内容大多是关于俄罗斯代表团（ROC）中参赛队员的体育丑闻，包括滥用兴奋剂和运动员年龄过小等问题；对美国的报道量紧随其后，占总数的 4.3%；报道对象为丹麦、挪威、芬兰等瑞典邻国的报道较少，分别占比为 0.7%、2.0%、2.3%。同时，“其他”类别中，过半数的报道是针对比赛情况、结果及运动项目本身的技术分析或背景介绍，不带有国家属性；而剩余的报道对象中，也多数为发达国家，如荷兰、德国、爱尔兰、加拿大、日本等。此外，也有报道将伊朗、乌克兰等国作为报道对象，主要对其国家队少见的体育明星进行特写。

由于本研究的重点是瑞典报刊对 2022 年北京冬奥会的报道，因此在报道对象中，瑞典与中国的占比数较多无可厚非。但值得注意的是，《每日新闻》的报道对象着重关注瑞典邻近国家或与瑞典意识形态相近的国家，其报道内容也不限于冬奥赛事，有一定的拓展与背景延伸。

2.1.2 报道主题：类型多样

主题是话语表达的核心内容，报道内容可以归纳为更高层级的宏观命题。⁷⁴本研究基于研究样本内容，对其文本进行了分析与界定，归纳出《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的 10 类主题，包括 1. 结果播报/赛后评价；2. 人物特写/专访；3. 体育丑闻；4. 赛前分析预测/赛程预告；5. 疫情防控；6. 举办地筹办情况；7. 单项比赛进展；8. 多项赛事综述；9. 运动项目介绍/技术解析；10. 其他。

在主题概况的基础上，本小节结合报道对象以及对特定主题关键词的整理，进行交叉分析，得出《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道主题的重点内容，以及在报道中对不同报道对象的侧重。具体统计结果如下。

根据表 2.2，报道主题占比最大的是“结果播报/赛后评价”及“人物特写/专访”。其中，有关比赛结果及赛后评价的报道量高达 102 篇，占比超过三分之一，符合赛事报道的一般特征。对具体人物的特写与专访的报道量有 70 篇，占总数的 23%，为《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道的重点，其中，对瑞典体育明星范德波尔（Nils Göran van der Poel）的报道最多，远高于排第二的滑雪运动员卡尔松（Frida Karlsson）。报道量最少的主题为“运动项目介绍/技术解析”及“多项赛事综述”。

表 2.2 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道主题统计

报道主题	数量（篇）	百分比（%）	关键词/短语
结果播报/赛后评价	102	33.6	获奖；领先；赢得；成功；晋级
人物特写/专访	70	23.0	奥运；瑞典；金牌；范德波尔；训练

⁷⁴ 梵·迪克.作为话语的新闻[M]. 曾庆香, 译. 北京: 华夏出版社, 2003:34.

体育丑闻	30	9.9	兴奋剂；俄罗斯；瓦利耶娃；实验室；国际奥委会
赛前分析预测/赛程预告	22	7.2	瑞典；决赛；机会；金牌；希望
疫情防控	15	4.9	病毒；感染；爆发；病例；解除
举办地筹办情况	15	4.9	吉祥物；熊猫；批评；相信；抵制
单项比赛进展	9	3.0	瑞典；决赛；队伍；芬兰；滑雪
多项赛事综述	4	1.3	滑雪；金牌；瑞典；冬季两项；奖牌
运动项目介绍/技术解析	3	1.0	音乐；技术；运动员；花样滑冰；滑雪
其他	34	11.2	中国；瑞典；滑雪；北京；美国
总计	304	100	/

除了赛事和运动员外，《每日新闻》对体育丑闻的关注较多，且不限于 2022 年北京冬奥会，也提及了在俄罗斯、荷兰及中国发生的滥用兴奋剂、贿赂及性侵等问题。而在少数对于东道主中国的报道中，正面信息较少，对疫情防控政策的批判和质疑占上风，也与瑞媒一贯的政治立场及意识形态相一致。值得注意的是，在“其他”报道主题中，政治议题占多数，其中对中国政治的批判最多，主要集中于疫情防控政策、新闻自由、人权、种族及举国体制等方面；少数报道聚焦俄乌局势及中美关系对奥运氛围的影响；也有对冬奥赛事本身的报道，如极端天气与赛程推迟、运动精神、开闭幕式细节等。

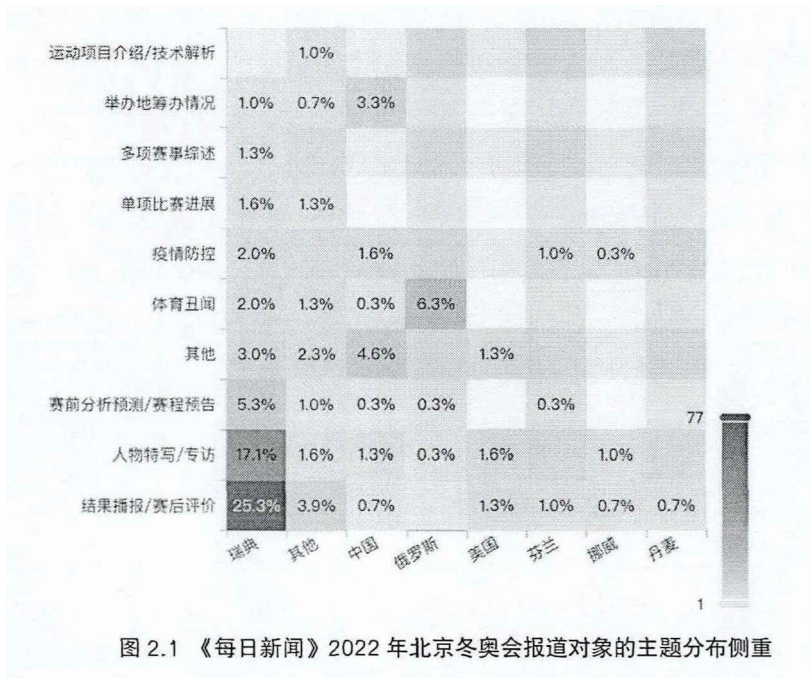


图 2.1 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道对象的主题分布侧重

根据图 2.1，报道主题和报道对象的交叉分析，可直接看出，整体的报道中心为其本国冬奥

代表团的比赛状况及运动员特写；此外，对于俄罗斯的体育丑闻也是报道重点；在对邻国挪威、丹麦及芬兰的报道中，以赛况及运动员报道为主，也包括其运动员在中国被隔离的情况播报；在以中国为主要报道对象的新闻中，报道主题多为“举办地筹办情况”“疫情防控”及“其他”；同时，在有关中国的报道中，也不乏有关正面报道，如奥运村的美食及受欢迎的冰墩墩。但总体而言，聚焦于中国队赛况或当地文化风俗的报道占比较小，整体报道主题呈现出“西方式叙事”，未脱离西方语境的桎梏，仍保留西方发达国家主导的话语地位，未能全面、客观地呈现北京冬奥会全貌。

2.1.3 报道倾向：中立是主流

《每日新闻》的报道内容整体上是客观公正的，然而受其特有的意识形态和政治立场的影响，新闻报道中的倾向性不可避免。研究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道倾向可以管窥其对于中国的立场，具体统计结果表 2.3 所示。

表 2.3 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道倾向统计

报道倾向	数量（篇）	百分比（%）
中立	137	45.1
正面	116	38.2
负面	51	16.8
总计	304	100

由上表可知，在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，中立的报道数量最多，达 137 篇；其次是正面报道，共 116 篇，与中立报道的数量相近；持负面立场的报道最少，仅有 51 篇，占比 16.8%。

为更深入地探析报道倾向的分布情况，本小节将对报道对象及报道主题进行交叉分析，进一步阐释《每日新闻》对不同主题、对象使用的报道倾向及关键内容。

如图 2.2 所示，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，对各报道对象之间的倾向性各有不同，且差异显著。在以瑞典为主要对象的报道中，正面报道的数量占绝对主导地位，且着重报道瑞典代表团的优秀战绩，而在少数负面倾向的报道中，主要以瑞典运动员、教练对 2022 年北京冬奥会的负面体验为主，也包含少数对本国运动项目训练效果的质疑；类似的报道倾向特征也出现在以芬兰、挪威、丹麦、美国为主要报道对象的样本中，关于赛况及运动员特写的报道样本以中立及正面倾向为主，同样地，负面倾向的报道主要是对中国社会现状的质疑；在以俄罗斯为主要报道对象的样本中，滥用兴奋剂及运动员年龄过小是中立、负面倾向报道中重点探讨议题，也有关于运动员赛果赞赏的正面报道；值得注意的是，在以中国为主要报道对象的样本中，没有

正面倾向的报道，且对于中国防疫、归化运动员及 2022 年北京冬奥会筹办等问题的质疑为中立和负面倾向报道样本中的主要议题。

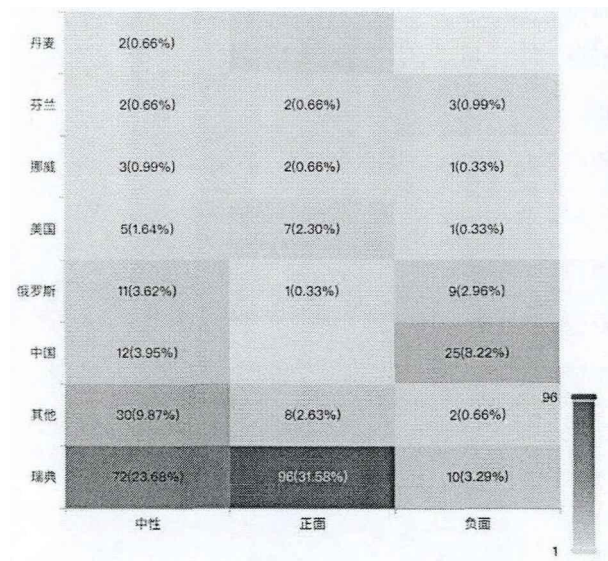


图 2.2 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道对象的倾向分布侧重点

总体而言，《每日新闻》关于北京冬奥会的报道中，对各个报道对象的报道倾向偏向客观、正面；但对“中国”这一报道对象重点聚焦于负面报道，且正面倾向的报道缺失。

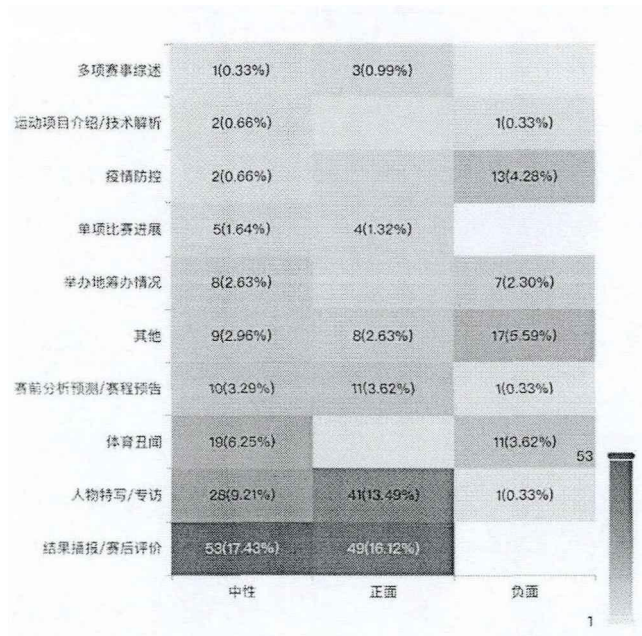


图 2.3 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道主题的倾向分布侧重点

如图 2.3 所示，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，对不同类报道主题之间的倾向性呈现出一定的规律。在“结果播报/赛后评价”“赛前分析预测/赛程预告”“人物特写/专访”及“单

项比赛进展”等比赛相关的主题中,《每日新闻》的报道倾向集中于正面与中立,较为客观地展示了2022年北京冬奥会中的比赛图景;在“体育丑闻”主题下,《每日新闻》主要对2022年北京冬奥会前及冬奥会举行时体育领域发生的滥用兴奋剂、疫情防控、性侵及贪污受贿等问题进行中立或负面的阐述和评论;同样地,在“疫情防控”及“举办地筹办情况”主题下,没有出现正面倾向的报道,且负面倾向显著;此外,由于“其他”主题中,报道内容多与中国政治相关,在倾向性分布上也呈现负面倾向较强而正面倾向较弱的特征。不难看出,在中立客观的表面之下,《每日新闻》的报道中暗含对中国质疑与批判的价值导向。

综上,《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道以中立报道为主,正面报道排第二,最后为负面报道。整体而言,中立报道以客观的赛况、人物特写为主;正面报道聚焦比赛胜出的特写与运动员专访;而负面报道以西方语境为主,批判中国的社会现状。尽管其存在着对中国政治制度及社会问题存在一定偏见,但其中的多数报道能较为中立客观地进行报道,且关注点集中在2022年北京冬奥会的比赛进程与运动员状况。

2.1.4 标题类型：重点呈现“结果”

在报道标题类目中,根据“某一新闻事件可用以下类型来再现其过程:行动(action)、状态(state)、精神过程(mental process)、言语过程(verbal process)”⁷⁵,本研究将标题类型分为以下四类:1.行动型标题;2.状态型标题;3.精神型标题;4.言语型标题,各标题类型的含义如下:

- 1. 行动型标题:着重体现“动态”,即报道对象的动作或过程;
- 2. 状态型标题:强调“静态”,指对既成事实的总结或评析,包括结果、发展程度等;
- 3. 精神型标题:指主观感受,如赛后感受、心理活动等;
- 4. 言语型标题:突出“表达”这一行为,包括“表示”“认为”“称”等指代表达动作的信息。

表 2.4 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道标题类型统计

标题类型	数量 (篇)	百分比 (%)
行动型	22	7.24
状态型	138	45.39
精神型	22	7.24
言语型	122	40.13
总计	304	100

⁷⁵ 曾庆香.新闻叙事学[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2005:116.

如表 2.4，通过对 304 篇《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道的新闻标题进行归类，得出统计结果如上表。状态型标题共有 138 篇，占比为 45.39%，言语标题有 122 篇，占比为 7.24%；使用精神型标题及行动型标题的样本数较少，皆为 22 篇，占比为 7.24%。可以看出，状态型标题和言语型标题的使用频率最高，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道多以代表结果、事件发展态势、程度的结果导向型标题进行报道。同时，人物观点表达的形式也是其重点使用的报道标题类型。

如图 2.4，通过结合报道主题及标题类型的交叉分析，可以发现各个主题不同的表达重点。在“结果播报/赛后评价”“疫情防控”“举办地筹办情况”及“单项比赛进展”等主题下，使用的状态型标题最多，表明《每日新闻》在报道赛况、举办地疫情防控政策及中国社会背景时，更注重结果导向，对事态发展及过程描述；在“人物特写/专访”“体育丑闻”“赛前分析预测/赛程预告”“单项比赛进展”及“多项赛事综述”等五类主题中，言语型标题的使用占主导，更强调表达主体，报道体裁也多以专访、评论为主。值得注意的是，在“单项比赛进展”“运动项目介绍/技术解析”及“多项赛事综述”主题下，均没有使用精神型标题，体现了《每日新闻》在解析运动项目及跟进各赛事总体进程中，尽可能不使用带有明显主观感情色彩的标题类型。整体而言，《每日新闻》在 2022 年北京冬奥会报道中，倾向于使用利于表现事件客观结果或人物个人观点的标题类型，而较少使用强调主观感受的精神型标题及强调动态性的行动型标题。

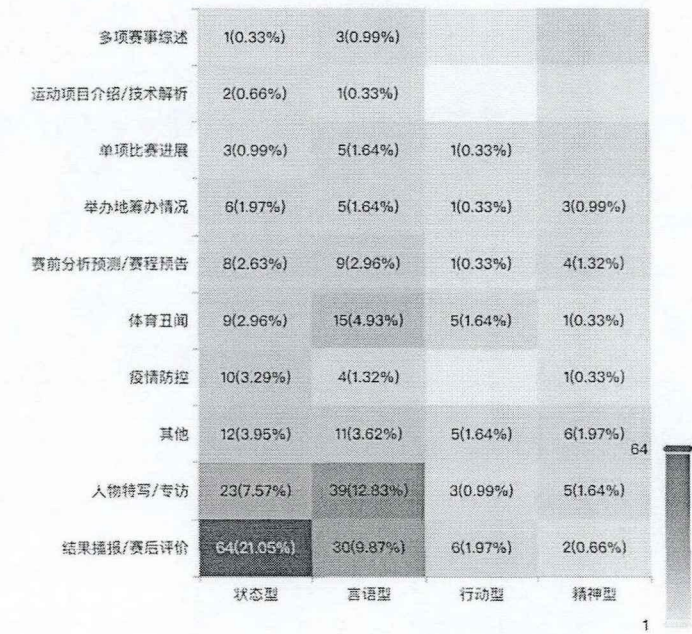


图 2.4 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道标题类型的主题分布侧重

2.2 中层次框架分析

在中观维度，本研究主要从三方面进行分析，以探究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的中层次框架内容。第一部分是报道篇幅与体裁，通过篇幅与体裁的交叉分析，得出主要的报道形式；第二部分是消息来源，通过信源选取的偏好总结其报道立场；第三部分是图式结构，旨在归纳其报道的结构框架特征。

2.2.1 报道篇幅与体裁：中篇通讯为主

新闻篇幅的长短一定程度上也能体现出媒体与记者对报道事件与人物的重视程度。本研究根据编码结果，将报道中的字数作为篇幅的统计单位，分为以下五类：1.200 词以下；2.200-500 词；3.500-1000 词；4.1000-1500 词；5.1500 词以上。具体统计数据如表 2.5 所示。

表 2.5 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道篇幅的统计		
报道篇幅	数量（篇）	百分比（%）
200 词以下	19	6.3
200-500 词	136	44.7
500-1000 词	131	43.1
1000-1500 词	17	5.6
1500 词以上	1	0.3
总计	304	100

经统计，《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，篇幅为 200-500 词的报道最多，达 136 篇，占比 44.7%；篇幅为 500-1000 词的报道数紧随其后，为 131 篇，占比 43.1%；篇幅为 200 词以下、1000-1500 词的报道数较少，分别只有 19 篇、17 篇，分别占比 6.3%、5.6%；1500 词以上长篇报道最少，仅有一篇。总体来看，《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的篇幅中，以中篇报道为主，占绝对多数；长篇、短篇报道较少。

而在报道体裁上，本研究根据编码结果及特征，分为以下 6 类：1.消息；2.通讯；3.评论；4.专访；5.深度报道；6.特写；7.其他。统计结果如表 2.6 所示。

表 2.6 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道体裁的统计		
报道体裁	数量（篇）	百分比（%）
消息	16	5.3

通讯	171	56.3
评论	41	13.5
专访	36	11.8
深度报道	21	6.9
特写	17	5.6
其他	2	0.7
总计	304	100

据统计，过半数的报道体裁为通讯，达 171 篇，远高于其他体裁；评论体裁的数量排第二，共 41 篇，占比 13.5%；专访体裁的数量与评论相近，共 36 篇，占比 11.8%；深度报道、特写及消息类体裁数量较少，分别为 21 篇、17 篇及 16 篇，占总数的 6.9%、5.6%及 5.3%；“其他”类的两篇报道皆为新闻综述，仅为样本总量的 0.7%。

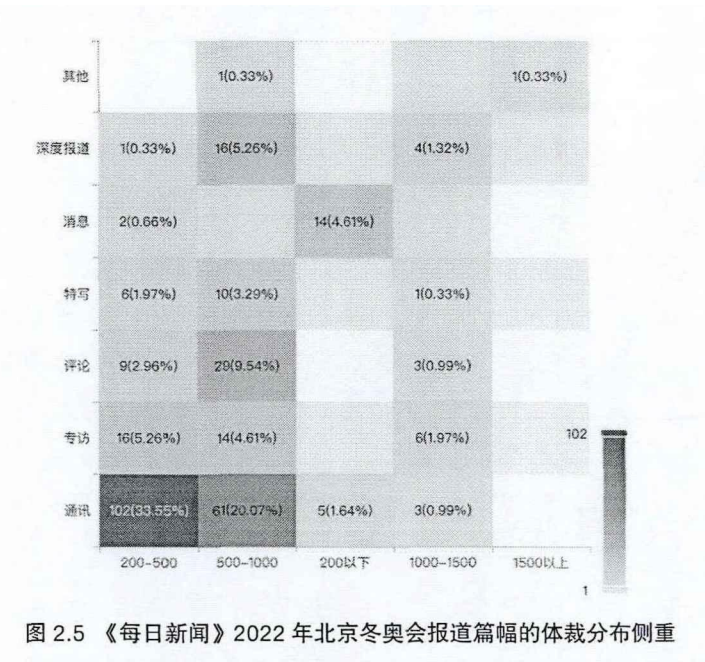


图 2.5 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道篇幅的体裁分布侧重

如图 2.5，交叉来看，对于消息体裁，200 词以下的短篇占多数，用于比赛结果的实时更新，与其体裁特性相符；通讯及专访体裁的报道篇幅以中篇为主，集中分布于 200-500 词的区间，也有相当比例文章的报道篇幅为 500-1000 词；此外，对于评论、特写及深度报道这三类，由于体裁特点，中篇居多，而“其他”类中的新闻综述体裁皆为长篇报道，且报道主题皆为赛事结果综述。可以发现，在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，篇幅与体裁具有较大关联性，篇幅长短与体裁的形式、特征相吻合。

综上，在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，篇幅以中篇为主导，体裁多以通讯

为主，从体裁上报道形式较为客观中；但同时也伴随相当数量的评论体裁，在中国及国际局势紧密相关的主题有明确态度展现，对中国的矛盾心态仍未改变。

2.2.2 消息来源：西方话语的选择偏向

关于研究样本中的消息来源，若同一篇报道中有相同类型的信源多次出现，则只计数一次；若同一篇报道中同时出现多个消息来源，则选取最主要的一种。基于此，本研究将消息来源分为以下十类：1.政府机构/官员；2.各国体育代表团；3.体育组织；4.媒体；5.北京冬奥会工作人员；6.相关参赛人员；7.专家学者；8.无明显消息源；9.模糊来源；10.其他。具体统计结果见表 2.7。

表 2.7 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道消息来源的统计

消息来源类型	数量 (篇)	百分比 (%)
政府机构/官员	3	1.0
各国体育代表团	3	1.0
体育组织	13	4.3
媒体	39	12.8
北京冬奥会工作人员	1	0.3
相关参赛人员	200	65.8
专家学者	4	1.3
无明显消息源	32	10.5
模糊来源	6	2.0
其他	3	1.0
总计	304	100

通过统计分析，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道在信源的引用上，占比最大的是“相关参赛人员”，远高于排第二的“媒体”；其中，消息来源为“相关参赛人员”的报道占比 65.8%，高达两百篇，而“媒体”类仅为 39 篇，占总数的 12.8%。在“媒体”作为主要消息来源的报道中，西方媒体占绝对多数，包括挪威广播公司、《队报》、美联社、《纽约时报》、俄罗斯 RBC 电视台、塔斯社、《华盛顿邮报》、法新社及路透社等，而仅有 5 篇报道的主要信源为中国背景的媒体，如 CGTN、《南华早报》及《环球时报》，可以看出，《每日新闻》在选取媒体信源时仍以西方的权威性为主。此外，“无明显消息源”的报道篇数也较多，有 32 篇，占比 10.5%。消息来源为“体育组织”的报道篇数紧随其后，共 12 篇，占比 4%，其中共 5 篇来自国际体育仲裁法庭（CAS），也包括瑞典奥委会、中国奥委会、世界反兴奋剂组织、俄罗斯反兴奋剂组织、国际滑冰联盟（ISU）、荷兰滑冰联合会等体育组织；消息来源为“专家学者”的报道占比 1.3%，包

括瑞典气象学家、苏格兰制冰专家及北京大学的医学专家，大多是西方专业权威人士；占比 1% 的“政府机构/官员”类别中，2 篇报道的信源为俄罗斯政府，1 篇的消息来源为时任香港特首林郑月娥，其报道内容为香港的防疫政策；同样占比 1% 的“各国体育代表团”中，3 篇报道的消息来源皆为瑞典代表团；仅有一篇报道的主要消息来源为“北京冬奥会工作人员”，为冬奥会志愿者，记者借其经历对疫情防控的影响进行特写；同样地，在 3 篇信源为“其他”类别的报道中，记者通过刻画中国作家及普通北京市民的日常生活，体现疫情防控政策对中国民众的影响。

综上，在对信源的选取上，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道仍以西方信源和西方叙事为主导；而在报道中国的疫情状况、防疫政策或人权等议题时，才会采用中方背景的消息来源，且大多为英文媒体，如 CGTN 及《南华早报》。这一定程度上证明了东方叙事的弱势地位，中国处于西方媒介框架的劣势。

2.2.3 图式结构：背景与事件景况并重

梵·迪克在图式超结构的基础上，进一步提出了新闻图式范畴的概念。⁷⁶其后，臧国仁指明了包含七大要素的结构框架，分别为主要事件、先前事件、历史、结果、影响、归因、评估。区别于梵·迪克，臧国仁对中层次结构图式分析的是每一篇报道的中心主题，将该报道的主旨置于新闻事件全程中，以此判断该报道属于事件进程中的哪部分结构，从而得出结构框架。⁷⁷

由于新闻报道不一定都涵盖所有图式结构中的七大要素，本研究根据臧国仁的中层图式框架，结合样本内容特点，将《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道的图式结构分为以下五类：1.事件景况；2.反应及反馈；3.评价分析；4.预测；5.背景。其中，若某一样本中包含两个及以上的结构，则只选取其中最主要的一类，含义如下：

- 1. 事件景况：2022 年北京冬奥会的主要事件及其结果或影响；
- 2. 反应及反馈：主要事件中的相关人物的反应或其表达的内容；
- 3. 评价分析：对新闻事件或新闻人物行为做出的评析；
- 4. 预测：以媒介身份对某一新闻事件的走向进行分析判断；
- 5. 背景：与主要事件有间接关系的背景、片段或历史描述。

根据表 2.8，在《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道中的图式结构中，“背景”类最多，达 101 篇，占比将近三分之一；“事件景况”类紧随其后，共 98 篇，占总数的 32.2%；“反应及反馈”类共 64 篇，占比 21.1%；“评价分析”及“预测”类相对较少，分别仅为 24 篇、17 篇，占比 7.9%、5.6%，远低于其他三类。本节将对此五类结构分别展开分析，并辅以典型案例，探究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道的结构框架。

⁷⁶ 梵·迪克.作为话语的新闻[M]. 曾庆香, 译. 北京: 华夏出版社, 2003:57.
⁷⁷ 臧国仁.新闻媒体与消息来源: 媒介框架与真实构建之论述[M]. 台北: 三民书局, 2003:37.

表 2.8 《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道图式结构类型的统计

图式结构分类	数量（篇）	百分比（%）
事件景况	98	32.2
反应及反馈	64	21.1
评价分析	24	7.9
预测	17	5.6
背景	101	33.2
总计	304	100

2.2.3.1 事件景况

事件景况包括主要事件及其结果或影响。在体育报道中，比赛过程与结果往往紧密相连，因此，本研究将主要事件和结果归为事件景况这一大类，将《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道中，所有关于冬奥赛事的进展、动态以及各国奥运代表团所获得的成绩等都归入此类进行分析。

在 98 篇“事件景况”的报道中，共有 45 篇报道以赛事结果播报的形式出现；报道实时赛况的文章有 40 篇；而同时报道了比赛过程和比赛结果的文章仅有 13 篇，表明《每日新闻》对“事件景况”下的报道侧重于提供赛事基本信息，并将赛事结果通报放在重要位置。根据报道数量与事件热度，本节以《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道中关于瑞典速度滑冰选手范德波尔（Nils Göran van der Poel）和谷爱凌的主要文章为例，一窥“事件景况”结构中的典型报道模式。

在 2022 年北京冬奥会的瑞典体育明星中，《每日新闻》对范德波尔的报道最多，且多是赛况及比赛成果的报道。如 2 月 6 日登出的文章《范德波尔夺金时激动到颤抖》（*Rysare när Nils van der Poel vann OS-guld*），就报道了范德波尔打破了世界纪录，夺得 5000 米速度滑冰冠军，这也是他的第一枚奥运金牌。该报道除了对激烈赛况和领奖时刻的细节进行刻画，还重点描绘了其训练的艰苦和顽强的意志；在 2 月 8 日的报道《范德波尔欢呼夺得铜牌》（*OS-brons med van der Poel i hejarklacken*）中，主要体现范德波尔作为顶级体育明星的影响力及感染力：在范德波尔的欢呼和鼓励下，瑞典队击败了卫冕冠军，夺得了混合冰壶项目的铜牌；2 月 12 日的报道《范德波尔打破了自己的世界纪录》（*Så slaktade van der Poel sitt eget världsrekord*）中，重点描绘了范德波尔在赛场上的英姿：打破了世界纪录，比他 2021 年世锦赛上创造的世界纪录还快了两秒，并夺得他的第二枚奥运金牌。

在《每日新闻》对谷爱凌的报道中，其国籍情况是除了赛况外话题度最高的议题。如 2 月 8 日的文章《“谷爱凌令我们为中国骄傲”》（*“Eileen Gu gör oss stolta över Kina”*）中，除了将谷爱凌夺得金牌的过程描述为“紧张而兴奋”，还借采访群众之口表达了对谷爱凌国籍问题的客观立场：谷爱凌有资格选择自己为哪个国家而战。2 月 18 日《新秀谷爱凌——第二枚奥运金牌》（*Ny*

uppvisning av Eileen Gu – andra OS-guldet) 除了报道激动人心的夺金盛况, 也提及其模糊的国籍立场引起了美国舆论非议。这一定程度上体现了《每日新闻》对谷爱凌事件的中立态度, 能较客观地报道谷爱凌的比赛成绩和国籍状况。

2.2.3.2 反应及反馈

反应及反馈, 指人物对主要事件或背景所体现的反应内容。在本研究中, 此项大多为《每日新闻》对运动员的采访或专访, 具体包括工作人员、运动员、教练及其他相关人士对 2022 年北京冬奥会赛况赛果或奥运相关事件的反应。

在 64 篇“反应及反馈”类的样本中, 《每日新闻》主要围绕运动员、相关工作人员及教练对赛况、训练和比赛的态度看法进行报道, 也提及疫情防控及体育丑闻等方面。以范德波尔的训练情况为例, 2 月 5 日的报道《Pichler 评价范德波尔: “他训练的次数比我见过的任何人都多”》(Pichler om van der Poel: “Han tränar mer än någon annan jag träffat”) 中写道, 瑞典奥委会工作人员 Pichler 表示, 没有人能复制范德波尔的训练方式, 但希望这位滑冰之王革命性的训练知识能复用到瑞典体育界; 此外, 瑞典体育明星范德波尔的观点也是“反应及反馈”中的重点, 《每日新闻》在 2 月 14 日就范德波尔对北京举办冬奥会的看法进行解读, 《范德波尔谈中国奥运: “极不负责任的”》(van der Poel om Kina-OS: “Extremt oansvarigt”), 指出范德波尔在完美结束所有赛程并回到斯德哥尔摩后, 首次提出对中国举办冬奥会的看法: 奥运会承载着团结世界各族人民的使命, 将其主办权交给极度侵犯人权的中国政府是非常不负责任的; 值得一提的是, 滑冰之王范德波尔的批判态度同样指向荷兰。2 月 9 日, 报道《范德波尔反对荷兰: “这是腐败”》(Nils van der Poel på krigsstigen mot Nederländerna: “Det här är korruption”) 中就提到, 荷兰滑冰联合会会对冬奥主办方进行游说, 以期让比赛场地更契合荷兰队员的偏好, 范德波尔对此强烈批评; 而荷兰滑冰联合会也快速给出回应, 在 2 月 9 日文章《荷兰回击范德波尔: “言过其实”》(Nederländerna slår tillbaka mot van der Poel: “Använder väldigt stora ord”) 中写道, 荷兰滑冰联合会会对范德波尔的批评进行驳斥, 关注场地制冰情况是正常行为, 且荷兰方面也无权改变冰面的温度等细节; 同时, 《每日新闻》也客观报道了范德波尔的竞争对手对这件事的看法, 据 2 月 10 日的文章《荷兰竞争对手的指控: 范德波尔“一个奇怪的人”》(Nederländske konkurrenten om anklagelserna: Nils van der Poel “en udda karaktär”) 报道, 来自荷兰的 5000 米速度滑冰银牌得主对范德波尔批判行为感到困惑, 因荷兰队对冰质的测量是常规操作, 并未影响制冰人员的判断与工作。

此外, 《每日新闻》也刻画了运动员及教练们对中国防疫措施和冬奥场地的不适应。2 月 5 日的文章《Tre Kronor 队感染新冠的运动员解除隔离》(Tre Kronor-spelare ute ur covidkarantän) 中写道, 几位曲棍球队队员在机场的核酸结果呈阳性, 在奥运村的核酸检测结果为阴性, 却也不得不推迟于 2 月 10 日的赛程; 同一天, 也出现了挪威选手没戴口罩就拥抱队员的举动: 《挪威在夺金热潮中违反了防疫规定: “情不自禁”》(Norge bröt mot covidreglerna i guldryan: “Inte lätt

att låta bli”)报道,一位被定义为“密切接触者”的挪威运动员在夺冠后激动地与队友拥抱,但在领奖台上与其他运动员保持了一臂的距离。为此,这位挪威运动员表示并不清楚会因为违反防疫规定而受到怎样的处罚;2月20日的文章《国家队主教练:我不愿意再来到这里》(Landslagschefen: Jag vill inte komma tillbaka hit)中也提到,瑞典国家队主教练 Anders Byström 表示,张家口当地的气候及雪场环境不适合比赛,且赛场上没有观众,缺乏比赛氛围。

通过以上分析,可以看出,《每日新闻》对“反应及反馈”类别的报道除了成绩和比赛过程外,还兼顾运动员的训练日常,并常常通过采访工作人员和教练员,立体呈现人物观点与形象。

2.2.3.3 评价分析

评价分析是对新闻事件或新闻人物行为做出的评析。本研究主要指记者或其他专业人士关于2022年北京冬奥会赛事及相关背景的分析。其中,文章作者多为《每日新闻》记者或评论员,文章体裁是《每日新闻》中关于2022年北京冬奥会报道的评论性文章,或以评论、分析为主的深度报道。值得注意的是,在“评价分析”的24篇报道中,占主导地位的并非冬奥赛况,而是对体育丑闻及中国社会状况的质疑与探讨。

关于2022年北京冬奥会的举办状况,2月20日发布的评论文章《被抵制的冬奥会在中国被誉为成功》(Avslaget vinter-OS hyllas som succé i Kina)中,将2022年北京冬奥会的举办状况描述为“高高的围栏将奥运酒店与居民隔开,居民也永远没有机会购买比赛门票”;唯一明显的成功是奥运吉祥物冰墩墩——但为了购买这个包裹在冰壳中的熊猫玩偶,人们在寒冷的温度下睡在室外排队。2022年北京冬奥会在《每日新闻》评论员的笔下被评价为“空荡荡的看台、兴奋剂丑闻、政治抵制、流行病和战争威胁”。此外,2022年北京冬奥会期间中国的重大社会事件也在本文中被给予了关注及评价,“中国人庆祝了他们的奖牌获得者,但一段关于一位八个孩子的可怜母亲在厕所里被锁在脖子上的视频引发了更大的参与度”,负面倾向明显。

关于运动员,除了基本的赛事分析和结果评价,《每日新闻》对华裔美国运动员也进行了评价。2月12日发布的报道《华裔美国人如果不在北京奥运会上获胜就会被嘲笑》(Kinesamerikaner hånas om de inte vinner i Peking-OS)中写道,美籍华人陈巍代表美国队夺得花样滑冰金牌后,在中国社交媒体上被中国网民形容为“马戏团的猴子”“即使他是奥运冠军,侮辱中国也不行。”;而在归化运动员中,花样滑冰选手朱易的成绩和遭遇与自由滑雪选手谷爱凌的荣誉形成鲜明对比,“成功的人会得到拥戴,失败的人则会遭到指责”。《每日新闻》评论员分析这一现象时,直接指出,在中国民族主义抬头、与美国的关系冻结的背景下,华裔美国运动员尤其容易受到伤害。此外,俄罗斯运动员的年龄问题也被《每日新闻》重点批判与评价。发表于2月15日的评论文章《Johan Esk: 是时候禁止儿童参加奥运会了》(Johan Esk: Det är dags att barnförbjuda OS)就对此事件做出评价:应该将运动员的年龄限制设在18岁以上。体育仲裁法庭(CAS)在俄罗斯花样滑冰运动员瓦利耶娃的兴奋剂丑闻后,仍然做出允许其参与2022年北京冬奥会的判决,理

由是“她还是个 15 岁的孩子，不参加奥运会会对她造成伤害”，这令体育界哗然。

在运动员赛果分析上，2 月 15 日的评论文章《Johan Esk: Frida Karlsson 的比赛让我想起 Per Elofsson》(Johan Esk: Frida Karlssons smäll ger mig vibbar av Per Elofsson) 指出，就像参加 2002 年盐湖城冬奥会的 Per Elofsson, 滑雪运动员 Frida Karlsson 在举国期盼下承受了巨大的夺金压力，并最终比赛失误。评论员对 Karlsson 的失误进行了详细分析，包括训练时间、心理状态及比赛的场地状况。

综上，评论评价大多不是从 2022 年北京冬奥会赛况展开，而是针对疫情防控的影响和特定体育丑闻的评论评价。《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，一直将防疫措施与政治相关联，对中国进行政治上的评论，且情感倾向多为指责与抨击。所谓评论，必然有观点，这一定程度上说明，由于意识形态等原因，《每日新闻》在报道 2022 年北京冬奥会相关的防疫措施和中国对外关系时坚持负面的情感基调，巩固和扩张西方叙事的话语霸权。

2.2.3.4 预测

预测指媒体或代表媒体的记者、评论员对某一新闻事件的走向进行分析判断。整体上，《每日新闻》的赛事预测比较严谨，较少地带有主观猜测与个人偏好，更多地采取了中立的态度报道相应客观事实。

《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，“预测”类报道主要用于瑞典选手的奖牌预测及比赛过程中将要面临的潜在挑战。其中，对范德波尔的夺金预测是重点，如 2 月 5 日刊登的《范德波尔夺金机会增加了——抽签抽中最后一对》(van der Poels guldchanser ökar – lottad i sista par)，就预测了抽签结果对范德波尔十分有利：他能设定一个圈速表来匹配最佳时间，并在收尾时增加圈数；此外，对选手夺得奖牌过程中的困难也有提及，如 2 月 18 日的报道《这名十几岁的少年是 Tre Kronor 队奥运奖牌的威胁》(Tonåringen är hotet mot OS-medalj för Tre Kronor) 就指出，Tre Kronor 曲棍球队必须提防一位俄罗斯队员——17 岁的天才少年 Juraj Slafkovsky。尽管他是俄罗斯队最年轻的球员，但他在奥林匹克冰场上发挥出色，并且以五个进球的战绩成为球队最佳射手，是瑞典队的最大挑战。

2.2.3.5 背景

“背景”指与“事件景况”有关联的社会背景或历史片段。⁷⁸在本研究中主要包括冬奥会的发展历程、运动员的成长训练经历或过往运动成绩以及 2022 年北京冬奥会举办时的社会背景等。

《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，背景介绍的报道高达 101 篇，是占比最大的图式结构类型。其中，对运动项目和运动员报道篇数远低于疫情和国际政治等方面的背景介绍。这主要归结于 2022 年北京冬奥会举办前后引人注目的体育丑闻、防疫措施及地缘政治冲突；而冬

⁷⁸ 臧国仁.新闻媒体与消息来源：媒介框架与真实构建之论述[M]. 台北：三民书局，2003:57.

奥运会运动项目在瑞典普及程度较高，比赛项目多为普通民众日常可接触的，这一定程度上也导致了“背景”框架下运动赛事相关报道较少。

在“背景”类别中，中国的疫情防控政策是此类目下被报道最频繁的议题。除了对运动员隔离和“奥运泡泡”导致的冷清景象的频繁报道，中国坚持清零的内在原因也被报道，如2月15日的文章《Torbjörn Petersson: 如果中国放任不管，每天有60万人面临被感染的风险》(*Torbjörn Petersson: Om Kina släpper på allt riskerar 600 000 smittas varje dag*)就提到，中国坚持动态清零的重要原因是疫苗的有效性：中国疫苗的有效性很早就被证明不如西方研发的疫苗。但抗击新冠肺炎的清零策略也表明中国能够处理一些西方民主国家无法处理的事情。

同时，《每日新闻》也用了较大篇幅对主办国中国的政治、防疫状况进行介绍与质疑。如开幕式当天发表的文章《中国作为2008年和2022年奥运会的主办国——这个国家发生的变化》(*Kina som värd för OS 2008 och 2022 – så har landet förändrats*)写道，2008年北京举办夏季奥运会时，人们希望中国能朝着更民主的方向发展，对于民众而言，就像一场盛大的派对；而2022年北京冬奥会举办时，主办国是一个更富有却更专制的国家——批评者被监禁或被迫转入地下，审查也更严格。中国在人权等领域对西方的批评发起进攻。大流行期间开发的健康应用程序已成为党控制行踪和阻止旅行的有效工具。奥运会不欢迎外国人，中国普通民众买不到票，活跃的人陷入了无法进入的泡沫之中，这一切都是因为疫情和中国对病毒的零容忍。此外，言论自由是本文批判的核心：体育明星被警告，如果“违反中国的法律法规”发表言论，他们将受到惩罚。外国记者越来越多地受到警察的阻碍，并在工作时受到骚扰。这同样也体现在2月5日发布的报道《奥运记者在转播中被赶走》(*OS-journalist motades bort mitt i sändning*)中：荷兰电视台记者在直播中被一名中国保安推离镜头。这一切都发生在奥运会开幕之前，这段视频现在正在国际上传播。不幸的是，这已成为中国记者越来越普遍的日常事件。

除了中国，《每日新闻》也发布了一系列文章介绍俄罗斯的体育丑闻。如2月20日的报道《瑞典奥委会谴责俄罗斯：“系统地作弊行为涉及虐待儿童的原则性问题”》(*SOK-basen till attack mot Ryssland: "Fuskar systematiskt och bedriver i princip barnmisshandel"*)就对瑞典奥委会的态度进行详细阐释：瑞典奥委会代表对俄罗斯提出严厉批评，不仅于滥用兴奋剂，还包括系统性地虐待未成年运动员的行为。

综上，在图式结构中，《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道对赛事赛况的报道保持了专业性，能中立客观地报道和预测比赛结果的，同时兼顾相关参赛人员的反应及反馈，使读者能够接触到赛场胜负之外的其他故事。但在重点事件报道中，《每日新闻》主要以评论引导舆论，侧重于与其立场相左的事件，尤其针对中国与俄罗斯，与一贯西方叙事相一致，仍未摆脱西方话语的桎梏。

2.3 低层次框架分析

臧国仁的低层次框架分析主要通过微观层面的字词、修辞等方面分析，探究新闻文本背后的错综复杂的权力结构与立场。⁷⁹在对 304 篇研究样本进行仔细阅读后，本研究选取 30 篇最能反映《每日新闻》对中国及 2022 年北京冬奥会立场与态度的报道，对其进行低层次的话语分析，选取的依据如下：1.主要报道对象为中国；2.报道的倾向性以中立和负面的为主；3.报道主题上，选取能体现《每日新闻》意识形态及价值立场的相关主题，如关于政治、疫情防控、2022 年北京冬奥会筹办情况等方面的样本；4.报道体裁以通讯、特写、深度报道和评论为主。综上，最终选取低层次框架分析的研究样本 30 篇，详见附录 B。

2.3.1 词语运用：再现隐含的价值立场

通过对新闻文本词汇选择的分析，可挖掘出语篇背后的意识形态。⁸⁰在新闻报道中，通过研究词语的运用，能有效地挖掘出作者主要的传播内容与态度倾向。本节基于 30 篇样本内容，选取具有代表性的词汇，并按照主题及含义进行归类整理，分析《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道隐含的意识形态和立场态度，探究《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的理解与认知。

2.3.1.1 “独裁政治”下的社会现状

《每日新闻》在 2022 年北京冬奥会报道中，始终将中国当局形容为“独裁”（diktaturen），中国社会是一个“监视社会”（övervakningssamhälle），“审查”（censuren）无处不在，2008 年北京夏季奥林匹克运动会感觉就像另一个时代；同时，其将新疆维吾尔人的境遇描述为“种族灭绝”（folkmord），西藏被警方“铁腕控制”（polisärt järngrepp），香港的自由也“被粉碎了”（friheten krossats）；此外，《每日新闻》对彭帅事件也给予了相当的关注，将整件事定性为“网球明星对共产主义皮条客的指控”（tennisstjärnan anklagade en kommunistpamp）。

《每日新闻》在描述中国各地现状时，大多使用被动语态，意在表明特定个体与西藏、香港等地被中国当局压迫，暗含着对中国政府维护国家利益、保证社会稳定的否定，以及对中国共产党执政合法性的质疑。《每日新闻》将此类叙述方式频繁用于对 2022 年北京冬奥会报道的新闻文本，无形中将媒体的意识形态偏见与立场灌输给受众，使其无形中认同中国的负面形象。这些对中国不实猜测和臆想，体现了《每日新闻》对中国当局的行为进行了预设，使得受众在词汇的建构中不自觉地接受对中国的敌对立场与情感偏向。

2.3.1.2 中外关系：亲俄反美

⁷⁹ 臧国仁.新闻媒体与消息来源：媒介框架与真实构建之论述[M]. 台北：三民书局，2003:41.

⁸⁰ 梵·迪克.作为话语的新闻[M]. 曾庆香，译. 北京：华夏出版社，2003:132.

在中外关系上,《每日新闻》重点报道中美关系和中俄关系。其中,中美关系被形容为“冻结”(bottenfrusna),中方与俄方联手与美国较量。这在2022年北京冬奥会赛场上具体表现为,曲棍球比赛中美国队对阵俄罗斯队时,主持人“欢迎美国队”的呼声遭到沉默(tystnad),而俄罗斯队受到欢呼。

“冻结”一词直指当下社会主义国家与资本主义国家的明显对立,表达出《每日新闻》对中美关系的揣测,直接揭示出了中美关系在疫情期间的恶化,表明瑞典等西方国家对中国含有一定程度的敌对情绪。

2.3.1.3 精英运动员与“特权”

《每日新闻》对中国运动员的背景和训练方式给予了较多关注:以优异成绩夺得奖牌的谷爱凌和苏翊鸣出身于富裕家庭,注重“个人主义”(individualister),最重要的是,他们远离国家体育学校的集体培养。这打破了以往的规范(bryter mot den tidigare)。

而谷爱凌的国籍问题也被多次报道。《每日新闻》将谷爱凌代表中国队参赛形容为“被共产党收买”(låta sig köpas av det kinesiska kommunistpartiet),这引起了美国社交媒体上的“仇恨风暴”(hatstorm)。此外,在中国打击明星崇拜(slagit ned mot överdriven stjärnkult)和清洗饭圈(rensat upp i fanklubbar)的大背景下,名人不被允许炫富,但谷爱凌适用完全不同的规则(gäller helt andra regler)。

《每日新闻》对2022年北京冬奥会进行报道时,直接赋予了“国家体育学校的培养”明显的否定态度。这不仅质疑了中国对培养运动员的举国体制,还肯定了偏西方化的“个人主义”训练方式的优越性。此外,将谷爱凌代表中国队参赛贴上“被共产党收买”的标签,表明其对中国代表团和中美民间舆论存在误解。在名人崇拜上,“打击”与“清洗”等词妖魔化了中国对资本的打击,“共同富裕”并非无差别地打击所有名人,而对谷爱凌的绝对个人崇拜浪潮也与2022年北京冬奥会期间的中国民间舆论不符。

2.3.1.4 政治宣传与言论自由

在言论自由方面,2022年北京冬奥会被《每日新闻》描述为自1936年柏林奥运会以来“最令人作呕的”(det mest motbjudande)一次。运动员被堵住了嘴巴(idrottare har belagts med munkavle),志愿者要在得到“特别许可”(särskilt tillstånd)后才被允许与外国人谈论疫情防控政策。在“敏感”(känsligt)事件前夕,“被喝茶”(bli drucken te med)现象也普遍发生于重要城市,其目的不再是过去那样为了“防止采访和异议”(förhindra intervjuer och kritiska uttalanden),而是传达警告:“消失并保持安静”(försvinn och håll tyst)。

此外,国际奥委会也被认为取代了中国国家电视台的功能,巴赫完全“被中国宣传机器压倒了”(blivit fullkomligt överkörd av den kinesiska propagandaapparaten)。每次2022年北京冬奥会

的电视转播都是“种族灭绝”（folk-mord）期间该政权“政治宣传”（politiska propagandan）的一部分。同时，《每日新闻》也将北京奥运会形容为一个“政治舞台”（politisk arena）：主办方中国一再强调（upprepat）不应把体育与政治混为一谈，但在奥运会新闻发布会上，中方发言人严家荣“不请自来”地提出了政治观点（bröt Yan Jiarong opåkallat in）。

中国一贯奉行和平崛起的发展路径，但《每日新闻》将2022年北京冬奥会与1936年柏林奥运会相提并论，暗指中国与二战前的纳粹德国有一定相似度，曲解了中国的政治体制与政治立场。同样地，《每日新闻》将中国对不当言论的正常监管污名化为“防止异议”“镇压异见人士”。与此同时，《每日新闻》也曲解了新疆维吾尔族人的境遇，将职业培训夸大为“种族灭绝”，并将中国发言人防卫性地对新疆状况的澄清行为上升为“不请自来地谈论政治”。总体来看，《每日新闻》对2022年北京冬奥会和中国国家形象存在明显的抹黑现象。

2.3.1.5 疫情防控措施与“奥运泡泡”

在《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道中，中国处理疫情的策略一方面被形容为“西方民主国家无法处理的”（vad demokratier i väst inte klarar av），另一方面，也将2022年北京冬奥会中的“奥运泡泡”（OS-bubblan）进行夸大表述：有机玻璃将泡沫内外的两群人隔开。一大群守卫也保证了两个世界不会相遇。

上述内容体现了《每日新闻》对于中国特色防疫模式的矛盾心态：认同中国能做到西方国家办不到的事，但仍无限放大中国防疫政策的消极面。瑞典长期以来对中国的政治制度抱有偏见，因此包括《每日新闻》在内的瑞典主流媒体始终认为中国政府坚持“人民至上，生命至上”、为人民谋利益是不可理解的行为。

2.3.1.6 “毛骨悚然的”冬奥会筹办状况

在2022年北京冬奥会的筹备上，《每日新闻》的评价为“令人毛骨悚然的”（kusligt），2022年北京冬奥会主办方中国企图“驯服”（tämja）大自然：雪是人造的（konstgjord），山坡上移植了“半大”（halvvuxna）的树；“伫立在废弃工业区”（reser sig i ett nedlagt industriområde）的滑雪大跳台赛场周围布满了“破旧”（urblåsta）的建筑物，一旁是“空荡荡的看台”（tomma läktare），非常“不真实”（osannolika）；而“高高的围栏”（höga staket）将奥运酒店与民众隔开，当地普通居民也永远没有机会购买比赛门票。唯一明显的成功就是奥运吉祥物冰墩墩。人们在寒冷的温度下睡在外面，以获取“包裹在冰壳中”（innesluten i ett skal av is）的“熊猫样本”（ett exemplar av pandan）。

中国建造和优化2022年北京冬奥会场馆的初衷是为各国运动员提供能力范围内最好的赛事体验，《每日新闻》对奥运场馆吹毛求疵的报道态度与对民众感受的主观臆测是不合理的。其对2022年北京冬奥会的防疫政策、比赛场地及文化产品等方面暗含的主观否定与质疑，一定程度上

反映了以《每日新闻》为代表的瑞典主流媒体对中国敌对的立场预设。

2.3.1.7 “民不聊生”的中国人民

在民众生活方面，《每日新闻》特别提及了2008年夏季奥运会举办前的拆迁问题：数以百万计的人“被迫”（tvingats）离开他们代代相传的家园，搬到北京郊区的公寓，抗议活动不时爆发（Protester utbröt med jämna mellanrum）；而在2022年北京冬奥会中，普通民众除了庆祝了中国队的奖牌获得者外，更关注关于一位生了八个孩子的可怜母亲“在厕所里被锁住脖子”（fastkedjad i halsen i ett uthus）的视频。《每日新闻》的评论员指出，中国大力支持一切关于奥运会夺冠的帖子，但存在于农村的贫困仍“被掩盖”（dölja）。一个社会的文明程度应取决于如何对待“不幸者”（de mindre bemedlade），而非是“特权者”（de privilegierade）的成功程度。

可以发现，《每日新闻》对中国普通民众生活状态的报道是相对客观的，2008年奥运会与2022年冬奥会前后，拆迁及“八孩铁链女”等事件确实在中国国内掀起了较大的舆论关注度。中国当局也在民众的反馈与监督中跟进了一系列的解决措施，但这些后续动作并未出现在《每日新闻》的报道中。

总体而言，《每日新闻》对2022年北京冬奥会的报道呈现消极态度，明显带有词汇选择负面化的现象，字里行间暗示中国是“专制”“独裁统治”下“民不聊生”的国家，监控与审查严苛，缺乏人权与环保意识，重点报道了与事实不符的负面形象，且极少提及中国社会中的积极面。而大量负面词汇对主体的过度修饰，极大地丑化了中国形象，直接导致读者潜意识中对中国的敌视。

2.3.2 修辞：凸显意识形态的“文字游戏”

合理地使用修辞手法可以帮助受众更好地理解与接收《每日新闻》构建的2022年北京冬奥会形象。在重点分析的30篇样本中，使用比喻和对比修辞手法的文章较多，本节主要就此两种修辞手法的典型运用案例展开阐释。

2.3.2.1 比喻：引导不良认知

比喻手法是新闻报道中常见的修辞手法之一，能够将报道对象及事件的特点更鲜明、更具体地呈现出来，使读者能更清晰地理解作者的表达，并留下深刻的印象。

《每日新闻》在疫情防控方面的报道中，比喻手法出现频率较高：

1. Pandemin kommer att prägla OS i Peking, men framför allt kommunistdiktaturens kvävande hand. Men de kinesiska myndigheternas nolltolerans mot viruset skapar en känsla av klaustrofobi.

（译：新冠疫情成了2022年北京冬奥会的标志，但最重要的是共产党独裁统治令人窒息的手。中国政府的动态清零政策令人产生幽闭恐惧症的感觉。）

2. Här står tiden stilla – som om det gällde coronavåren 2020. Kina är med sin strikta covidstrategi som en bubbla i världen. Den skapade avgränsningen under OS är i sin tur en bubbla i den bubblan.

(译：时间在这里静止——仿佛是 2020 年新冠爆发的春天。中国在严格的防疫政策下，就像与世隔绝的一个泡泡，而奥运会期间划定的界线又是泡泡中的泡泡。)

可以看出，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，借比喻手法对中国的疫情防控政策进行了极端负面的揣测与评判。2022 年初，疫情并未在中国境内有大规模爆发，将其喻为“2020 年新冠爆发的春天”是不恰当的；且当时未解除新冠防疫管控措施的国家 and 地区远不止中国一个，中国也并未切断与境外的联系，其表述与实际不符。可以看出，《每日新闻》关于疫情防控部分的描写言过其实，与主流西方媒体的口径一致。

此外，在运动员、教练、外国记者的 2022 年北京冬奥会参与体验及感受方面，《每日新闻》也运用了比喻手法：

1. Vägen mot Fågelboet kantas av vinkande volontärer som önskar gott nytt kinesiskt år och poliser av alla det slag. Paramilitär polis, militärpolis och civilpoliser. Vi är som en skock får som går mot arenan med en kvinna som håller i kinesiska flaggan som guide.

(译：通往鸟巢的路上，挥手致意的志愿者与形形色色的警察和士兵排成一排。我们就像一群羊，在一位举着中国国旗的妇女的带领下走向赛场。)

2. Strängarna av konstsnö mellan de gröna kullarna är lika solkiga som diktaturens fingeravtryck. Sedd från luften liknar anläggningen en avlägsen och frusen straffkoloni.

(译：青山间的那一缕缕人造雪，清晰得像独裁者留下的指纹。从空中看，这个场地就像一个偏远且寒冷的流放地。)

3. Han blivit fullkomligt överkörd av ångvälden som är den kinesiska propagandaapparaten.

(译：国际奥委会主席托马斯·巴赫已经完全被中国宣传机器的压路机压倒了。)

根据以上内容，不难发现，《每日新闻》报道相关参赛人员的 2022 年北京冬奥会体验上，也倾向于用负面的描述，不断地将独裁统治与强硬政治宣传下的压迫感融入普通经历之中。整体而言，《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道通过比喻手法的运用，将中国刻画成一个充满“恐怖主义”的“专制”的国度，体现其客观报道背后对中国隐含的认知带有浓厚的意识形态偏见。

2.3.2.2 对比：观点的暗中表达

对比是将存在显著矛盾和对立的双方进行对照比较的修辞手法。通过对比手法，有助于充分展示双方的冲突，凸显其本质特征，从而使观点更具感染力。《每日新闻》主要运用对比手法描写 2008 年北京夏季奥运会及 2022 年北京冬季奥运会的异同：

1. 2008 blåste förväntningarnas vindar. Kina arrangerade OS för första gången och spelen skulle enligt Internationella olympiska kommittén (IOK) skapa band och öppna dörrar även utanför idrotten. Den

dåvarande amerikanske presidenten George W Bush och Sveriges statsminister Fredrik Reinfeldt fanns bland västledare på plats i Peking. Nu genomför många av deras politiska efterföljare en diplomatisk bojkott av Kinaspelen. Innanför läktaren umgås Xi Jinping med sin presidentkollega, hedersgästen Vladimir Putin.

(译: 2008 年, 期待之风吹过。中国首次举办了奥运会, 据国际奥委会, 奥运会将建立联系, 打开体育以外的大门。时任美国总统布什和瑞典首相赖因费尔特等西方领导人出席了 2008 年北京奥运会。现在, 他们中的许多政治人物正在对 2022 年北京冬奥会进行外交抵制。在看台内, 习近平与他的贵宾弗拉基米尔·普京共度时光。)

2. En del är sig likt. För 14 år sedan anföll Ryssland Georgien. Nu står landets stridsvagnar och soldater vid Ukrainas gräns. Den här kinesiska kvällen blåser det kallare vindar både bildligt och bokstavligt.

(译: 有些方面是相似的。14 年前, 俄罗斯袭击了格鲁吉亚。现在俄罗斯的坦克和士兵站在乌克兰边境。在这个中国的晚上, 冷风从比喻和字面意义上吹来。)

3. Fågelboet som kan ta 90 000 åskådare är långt ifrån fullt. När OS invigdes 2008 var det högsommar. Folk svettades och satt tätt. I år huttrar vi som är speciellt inbjudna och sitter med avstånd.

(译: 可容纳 90000 名观众的鸟巢远未满座。2008 年奥运会开幕时, 正值盛夏。人们大汗淋漓, 坐得紧紧的。今年, 受邀的我们瑟瑟发抖, 远远地坐着。)

由此可见,《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中, 对中国仍存在误解, 并试图以西方立场片面地抹黑中国外交与防疫政策。在新冠大流行期间, 区别于西方社会的躺平和不作为, 中方始终坚持“人民至上, 生命至上”, 以保护广大老年人与儿童的生命安全为重要任务, 严格的清零与封控是手段而非目的。

尽管《每日新闻》自诩“中立自由”的政治立场, 但在瞬息万变的国际局势中, 其受到自身的意识形态及立场的裹挟, 无法公正、客观地报道 2022 年北京冬奥会。因此, 对于我国媒体而言, 有必要加大对中国防疫政策积极效果的宣传, 让瑞典媒体和民众了解 2022 年北京冬奥会前后严格的疫情防控政策后的暖心背景, 由表及里, 消除偏见, 寻找共识。

2.3.3 情态: 态度传递

情态能体现媒体及作者的态度与立场⁸¹, 也是媒体将意识形态注入语篇的主要工具⁸², 通过情态动词, 能一窥作者的倾向和价值观。与英文中“should”“could”及“might”等情态动词的功能类似, 瑞典语中的不同情态动词也代表了不同的语气。瑞典语中常用的情态动词有以下几个: få, skola, kan, vilja, bruka, måste, böra, 用于表达猜测、命令、要求、需要、能够等态度。本节以 få, skola, vilja 三个情态动词在选取的 30 篇样本中的使用状况为例, 剖析《每日新闻》

⁸¹ FOWLER R. Language in the News Discourse and Ideology in the Press[M]. London & New York: Routledge, 1991:67.

⁸² 张延续. 批评语言学与大众语篇——对美国新闻周刊的批评性分析[J]. 解放军外语学院学报, 1998(06):26-29.

的 2022 年北京冬奥会报道态度。

2.3.3.1 情态动词 “få”

瑞典语中的情态动词 “få” 意为“被允许”，用法类似于英文中的 “be allowed to”，其一般现在时形式为 får，一般过去时形式为 fick。当 få 与瑞典语单词 “inte” 连用时，få 的表意强化为“必须”，如下文：

I väntan på invigningen möter DN fröken X. Det är hon som tar kontakt...vi får lova att inte intervjua henne. Det är inte tillåte.

(译：在等待开幕式期间，《每日新闻》遇到了 X 小姐。她是联系人...我们必须保证不采访她。这是不被允许的。)

在该句中，“få...inte” 意为“必须不”，表明《每日新闻》报道中，2022 年北京冬奥会工作人员收到了“必须不能接受外媒采访”的强硬指令，再次印证了《每日新闻》2022 年北京冬奥会报道中多次提及的言论自由与新闻自由问题。

2.3.3.2 情态动词 “vilja”

瑞典语中的情态动词 “vilja” 意为“想，愿意”，用法类似于英文中的 “want to”，其一般现在时形式为 vill，一般过去时形式为 ville，具体应用如下：

1. Xi Jinping vill gärna hyllas som coronavirusets baneman.

(译：我们愿将习近平誉为新冠病毒的克星。)

2. Men medan staten gärna understöder inlägg om Eileen Gu och Su Yiming vill man dölja den här sidan av det fattiga Kina som fortfarande finns på landsbygden.

(译：国家乐于支持关于谷爱凌和苏翊鸣的帖子，但另一方面，国家也想掩盖仍存在于农村的贫困。)

可以看出，尽管中国疫情防控的手段遭到了诸多批判，《每日新闻》一定程度上对习近平总书记的疫情防控效果还是认可的。但在中国的社会民生问题上，《每日新闻》又否认了“全面小康”的功绩，称中国当局主动地掩盖了尚存于中国农村的贫困现象。这一定程度上展现了《每日新闻》在报道 2022 年北京冬奥会及中国情况时较为矛盾的心态：一方面，在少数报道中给出客观事实，另一方面，基于其反华的惯性，又对中国当局及社会现状进行抹黑。

2.3.3.3 情态动词 “ska”

瑞典语中的情态动词 “ska” 意为“将要”或“应该”，用法对应于英文中的 “will” 或 “should”，其一般现在时形式为 ska，一般过去时形式为 skulle。研究样本中的具体应用案例如下：

Krokar vid många av borden är resultatet av kreativitet. Där ska gästerna inte hänga av sig hatten, utan

munskyddet medan de äter i dessa bistra tider.

(译: 桌子上的许多隔板都是创意成果。在严峻的疫情形势下, 来吃饭的客人不仅应该戴着帽子, 还要戴上口罩。)

在该句中, “ska” 指代的是“应该”, 透露出《每日新闻》的报道对中国当局对戴口罩等防疫措施的不适应与轻微的批判, 较为隐蔽, 但具有一定的操纵性和煽动性。

媒体的报道逻辑影响着受众, 一定程度上促发受众的认同与共情。受众在接收与解码新闻内容的过程中, 也是透过报刊媒体的视角来对客观世界做出价值评判的。根据以上分析, 《每日新闻》通过对不同情态动词的使用, 来体现自身的观点和立场。通过对中国的社会现状进行无端的恶意揣测, 迎合了多数受众“猎奇”的心理需求, 也在无形中向更多受众传达了 2022 年北京冬奥会和中国的负面形象, 进一步引发受众产生对中国畸形的不良认知。

3 《每日新闻》报道的新闻框架及成因分析

上一章通过对《每日新闻》2022年北京冬奥会的框架分析，探究了其报道的宏观、中观、微观维度的框架内容。不难发现，《每日新闻》塑造的2022年北京冬奥会形象与中国形象与现实不符，带有较强的意识形态偏见。基于此，本章对《每日新闻》2022年北京冬奥会的新闻框架特征进行总结，并进一步探究其背后成因。

3.1 新闻框架

通过对304篇样本从报道的高、中、低框架的分析，得出研究结果如下：

从宏观层面的分析来看，《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道中，报道对象以瑞典本国为主，主办国中国为辅，兼有美国、俄罗斯等大国及邻国芬兰、挪威等，对欠发达国家关注较少；报道主题上，注重赛事赛况及运动员特写的报道，符合重大体育赛事中专业媒体的特性；报道倾向上，中立的报道态度占绝对多数，正面报道次之，而负面报道数远低于前两项，体现《每日新闻》相对客观的立场；标题类型上，《每日新闻》偏向于使用利于表现事件客观结果或人物反馈的标题类型，而较少使用强调主观感受、想法的精神型标题及强调动态性的行动型标题。

从中观层面的分析来看，《每日新闻》对2022年北京冬奥会的报道篇幅以中篇为主；报道体裁多为通讯，同时也伴随相当数量的评论体裁，对比赛以外的事件给予了一定关注度；消息来源上，以西方信源和西方叙事为主导，而在少数中方背景的消息来源为英文媒体，证明中国处于西方媒介框架和话语构建的劣势；在图式结构上，背景类结构最多，也注重赛事过程、赛事结果及相关参赛人员的反馈。

从微观层面的分析来看，《每日新闻》除了中立的赛事报道，也借助特定词汇、修辞及情态动词来引导受众，暗含对中国防疫措施、外交政策、2022年北京冬奥会筹备及中国当局的言论审查等方面的指责与质疑。

结合三个层次框架的分析，可以发现，《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道中，全面报道了以瑞典为核心的赛事赛况外，符合受众需求。但《每日新闻》的2022年北京冬奥会报道中构建的部分主观媒介事实影响了瑞典群众对中国的正确认知，受众在接受报道信息传播的过程中，一定程度上也被其中暗含的文化意志支配。

3.2 原因探讨

通过文本层面的分析，可以看出，瑞典《每日新闻》关于2022年北京冬奥会的报道存在明显的倾向性。在框架理论的基础上，通过媒介文本及话语分析，可以一窥新闻生产过程中各种因

素的互动关系，得出话语在不平等、不公正或歧视性的权力关系中的作用。⁸³基于此，本节从政治、媒介及文化三大方向，探究《每日新闻》内嵌于2022年北京冬奥会的报道话语中的意识形态操控及其成因。

3.2.1 政治因素

3.2.1.1 瑞典的政治立场与现实需要

新闻话语的生产与所处的社会文化背景有着千丝万缕的联系。通过分析报道文本背后不平等的社会权力结构，能得出《每日新闻》对2022年北京冬奥会报道框架的成因。

二战后，曾经处于世界中心地位的西欧被战争严重削弱，而随着改革开放的推进，中国的经济实力得到了大幅度提升，在国际舞台中崭露头角，脱颖而出。当前，中国作为世界第二大经济体和主要贸易国，是国际政治经济发展的重要动力，已成为许多国家和地区的贸易伙伴，令西方老牌资本主义国家感受到了强大的威胁，“中国威胁论”等论述也逐渐增多。⁸⁴中瑞间政治立场的差异，使瑞典本身就对中国存有一种不信任感与敌意，往往将中国置于对立面，借对中国“他者”之想象，来满足瑞典国内的政治需要，以强化和延续自身意识形态与价值观。可以发现，是瑞典的社会矛盾与政治立场推动着瑞典社会与民众对中国的臆测。⁸⁵因此，《每日新闻》对中国的负面态度本质上是在遵循瑞典的对外政策。

3.2.1.2 中瑞两国关系

瑞典在1995成为欧洲联盟的一员，是一个发达的资本主义国家。在俄乌冲突的大背景下，瑞典放弃了一贯的中立姿态，倒向北约，是北约东扩的前沿阵地，也加剧了中瑞、俄瑞的对立，中瑞两国关系进一步恶化。但事实上，瑞典是第一个同中国正式建交的西方国家。1950年两国建交后，关系总体发展顺利。⁸⁶直到2018年发生的华裔瑞典人桂某被中国警方逮捕后，两国关系出现波动，一定程度上也引发了中国游客事件，两国关系进一步恶化。2020年，时任中国驻瑞典大使桂从友表示，瑞典媒体存在抹黑、批评和指责中国的习惯，却被瑞典视为对本国媒体的“威胁”；同年，瑞典第二大城市哥德堡决定不再续签与上海的双城友好协议，瑞典境内的所有孔子学院也被关停。2021年，中国国内掀起抵制瑞典服饰企业H&M的热潮，因其拒绝使用新疆棉，两国关系降至冰点。

中国作为世界第二大经济体，正影响着全世界的政治经济走向。作为欧盟成员国之一，瑞典面对中国发展的强劲态势，难免产生担忧与焦虑，在主动与中国进行经贸往来，牟取经济利益的

⁸³ 杜涛. 框中世界：媒介框架理论的起源、争议与发展[M]. 北京：知识产权出版社，2014:132.

⁸⁴ 李宇. 浅析西方“中国威胁论”的诉诸恐惧策略及应对[J]. 对外传播, 2021(08):28-31.

⁸⁵ Nationell kunskapscentrum om Kina. Statliga kinesiska påverkansoperationer mot demokratin i svenska kommuner[R]. Stockholm:NKK, 2022.

⁸⁶ 中华人民共和国驻瑞典大使馆. 中国同瑞典的关系[EB/OL]. (2022-05-09)[2023-03-09]. http://se.china-embassy.gov.cn/zrgxs/sbgx/201808/t20180815_2994157.htm.

同时，也担心中国会对欧盟及瑞典自身构成威胁。

综上，《每日新闻》作为以中立著称的瑞典标志性严肃新闻早报，其报道内容具有相当的公信力与权威性。但究其根本，《每日新闻》的报道倾向也是从瑞典本国的政治立场与国家利益出发的。在此次对 2022 年北京冬奥会的报道中，《每日新闻》作为瑞典主流媒体之一，不可避免地被政治立场左右，对中国采取敌对的态度，通过新闻媒体向瑞典民众传播有损中国形象的不实信息，巩固以西方为主导的话语霸权。

3.2.2 媒介因素

3.2.2.1 新闻媒介体制与媒介组织

新闻媒介体制处于特定的宏观制度环境之中，遵循某种新闻观念，从事新闻媒介组织和工作的人员、新闻媒介管理机构和新闻媒介制度规范相统一；新闻媒介体制同时也是一种历史存在，不仅取决于社会的整体体制，而且还可以相对独立地发挥作用，且存在形态具有多元性。⁸⁷

以瑞典为代表的北欧国家是世界上最早实现新闻自由制度化的地区，保护新闻业的法律法规早于欧洲其他地区和北美颁布，而一以贯之的新闻自由传统和同质化的社会环境，也使北欧新闻业具有较高的专业精神和制度化的行业自律。⁸⁸其中，瑞典对新闻传播的调控主要表现在法律和政策上。

法律上，1766 年，瑞典制定了保护自由出版的法律条例，至此，新闻言论自由在瑞典得到了充分的保障。基于此，一切媒介行为均受制约。⁸⁹此外，瑞典公民有建立网站的自由，且内容无限制。无正式出版商负责的互联网发布的内容受法律管制。⁹⁰总体而言，在媒体政策上，瑞典各层级政府机构都强力支持新闻自由。

政策上，瑞典的媒体政策制定的出发点是支持言论自由、媒体多样性、独立性与可及性，并打击媒体中的不良影响。一方面，政策限制特定媒体内容的传播，如电影的年龄限制；另一方面，政策也为媒体的生存与多样性创造条件，如国家对私营新闻媒体提供财政补助。⁹¹最有标志性的政策是瑞典政府始终坚持的媒体多元主义原则。从历史上看，瑞典的政党与新闻媒体紧密相关。瑞典新闻业有依附政党的传统，几乎所有的报纸都曾在言论版上公开宣传其背靠政党的主张。20 世纪 50 年代，具有不同政治立场的报刊竞争格局受广告市场影响，瑞典政府就此引入了媒体补贴制度，旨在为弱势媒体提供补助，防止新闻市场过度集中和言论的垄断。因此，瑞典得以保持多元的报业结构，维护报刊媒体的政治多样性。⁹²值得注意的是，政党报纸在 20 世纪 70 年代开

⁸⁷ 秦汉：新闻媒介体制：要素、内涵与特征[J].国际新闻界,2018,40(07):79-99.

⁸⁸ 陈红梅：国家、市场和媒体信念：北欧报业体制 20 世纪 70 年代以来的变迁[J].新闻与传播研究,2021,28(02):86-105+128.

⁸⁹ 杨铮,王灿发：瑞典大众传媒产业发展现状、特色及趋势分析[J].新闻爱好者,2019(11):8-13.

⁹⁰ SYVERTSEN T, MJØS O, MOE H, et al. The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era[M]. Michigan: University of Michigan Press, 2014.

⁹¹ Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Mediepolitik[R]. Stockholm: MPRT, 2022.

⁹² Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2019: Mediémångfald[R]. Stockholm: MPRT, 2019.

始出现衰落的迹象。1974 年，瑞典当时发行量最高的全国性大报《每日新闻》宣布独立，不再依靠自由派政党，是政治与媒体分离的标志性事件。20 世纪 80 年代起，北欧报纸进入所有权商业化阶段，报业逐渐脱离政党的操控。⁹³目前，除国家法规外，瑞典媒体格局也越来越受到国际法律法规的影响，尤其是欧盟内部的法律法规。⁹⁴

传统媒介组织在传媒业中一般起到内容提供或渠道经营的作用，而新兴媒介组织大多包含提供综合服务的职能，即媒介平台。⁹⁵除此之外，瑞典国内的媒介组织还包含新闻自律和工会性质的机构，主要可分为以下四种⁹⁶，如表 3.1 所示：

表 3.1 瑞典主要媒介组织类型及典型代表

媒介组织类型	典型代表	职能简介
经济联盟	瑞典记者协会 (Svenska Journalistförbundet)	强大的瑞典记者工会，捍卫言论自由、新闻自由、版权保护及媒体多元化等利益，参与瑞典新闻机构的劳资谈判
记者组织	公关俱乐部 (Publicistklubben)	主要由瑞典出版商和记者组成，重点关注瑞典媒体的新闻伦理道德
新闻通讯社	瑞典通讯社 (Tidningarnas Telegrambyrå)	由瑞典多个公司共同持有所有权的新闻机构，为各大报刊媒体提供瑞典国内外的独家新闻来源
研究机构	北欧媒介与传播研究信息中心 (Nordicom)	对报刊、电视、广播等不同形式媒体的覆盖面、盈利情况、媒体品牌等方面进行研究测算

由上表可知，瑞典的媒介组织种类多样，形态丰富，贯彻了新闻自由与媒介多元化等原则，注重对新闻从业者的道德约束与权益保护。

3.2.2.2 《每日新闻》的商业属性

在过去一个世纪里，瑞典得益于稳定的政治经济环境，传媒经济迅速发展。但必须注意到，现代社会中，以盈利为出发点的商业集团在新闻生产过程中所发挥的影响，⁹⁷近年来，瑞典报业的重要程度有所下降，传统媒体的商业模式面临着巨大的压力，报业运营的商业模式存在收益急剧减少的问题，而多数瑞典报业的互联网版本也无法补偿纸质版报纸广告收入的减少。就互联网媒体而言，瑞典民众更多使用国际性社交媒体而非传统媒体的互联网版本，瑞典互联网中的广告激增，但大部分资金并未转移到传统的瑞典在线媒体，而是转移到国际媒体公司。⁹⁸可以看出，

⁹³ HØYER S, PÖTTKER H. Diffusion of the News Paradigm 1850 – 2000[M]. Gothenburg: Nordicom, 2005: 75-92.

⁹⁴ FACHT U, OHLSSON J. MedieSverige 2021[M]. Gothenburg: Nordicom, 2021:19.

⁹⁵ 谭天.基于关系视角的媒介平台[J].国际新闻界,2011,33(09):83-88.

⁹⁶ 杨铮,王灿发.瑞典大众传媒产业发展现状、特色及趋势分析[J].新闻爱好者,2019(11):8-13.

⁹⁷ 杨铮,王灿发.瑞典大众传媒产业发展现状、特色及趋势分析[J].新闻爱好者,2019(11):8-13.

⁹⁸ Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Mediekonsumtion[R]. Stockholm: MPRT, 2022.

瑞典传统报纸及传媒集团面临十分严峻的竞争形势。即便隶属于瑞典最大报业集团的《每日新闻》也不可避免地向商业收益倾斜，这直接影响其新闻内容的客观性。

随着报刊市场竞争的加剧，读者基础对报刊媒体而言愈加重要，而“独立”与“自由”是市场上受欢迎的标签，为迎合市场，越来越多的报纸切断了和政党之间的正式联系。最初，一些不依赖政党补贴的自由派报纸可能会反过来补贴政党，其后的市场竞争加剧使自由派报纸成为第一批宣布独立的报纸。1980年代以后，越来越多的政党报纸开始独立，投身于市场竞争，以赢取更为市场化的自由派报纸读者。然而，多数报纸并不避讳提及自身的意识形态倾向，纷纷公开宣布其保守、自由或社会主义的意识形态，如《每日新闻》就称自己的政治立场为独立的自由派。⁹⁹

综上，即使在被认为新闻自由的瑞典，仍然存在着一只看不见的手在影响新闻。为了满足特定的价值标准和利益，媒体会对新闻报道进行自我审查。¹⁰⁰尽管瑞典有看起来相对宽松的报刊政策，但《每日新闻》也无法摆脱从瑞典的利益角度报道新闻。由此可见，2022年北京冬奥会期间《每日新闻》中涉华报道的负面倾向是其受瑞典政治立场与意识形态影响下的必然结果。

3.2.3 文化因素

3.2.3.1 中瑞文化差异

英语作为全球通用语，是各国媒体了解世界各地新闻素材的关键，《每日新闻》也较频繁地引用以英文刊出的西方信源，即便是引用中国媒体的报道，也多为英语报纸，如《南华早报》。相比于汉语-瑞典语的直译，汉语-英语-瑞典语的“二次转化”更易产生误读，不可避免地带有信息来源媒体的报道立场和价值判断。

纵观北欧传媒业发展历程，以瑞典为代表的北欧传媒市场始终规模较小且无统一语言，对国际传播形成了较高的文化壁垒，因此北欧报业体制相对较少地受到外部环境冲击；同时，北欧媒体集中于少数北欧传媒巨头，而国际性的社交媒体平台仅在中青年群体中广泛使用；更重要的是，北欧五国间相对同质化和平稳的历史文化背景减少了内部分歧与外部环境带来的负面影响，北欧国家内部的国际交流与传播较为频繁且畅通，而除了英语文化以外的异国文化传统较难在瑞典开拓市场。¹⁰¹

社会及民众的认知受文化思维及语言习惯的影响，要避免传播过程中的语言误差，必须要能在两种或多种语言间高效切换表达方式及思维方式。但中瑞两国的文化差异与中瑞双语新闻人才的短缺，使这一文化鸿沟短期内较难弥合。

3.2.3.2 东西方意识形态碰撞及欧洲中心主义

⁹⁹ 陈红梅.国家、市场和媒体信念:北欧报业体制 20 世纪 70 年代以来的变迁[J].新闻与传播研究,2021,28(02):86-105+128.

¹⁰⁰ 李希光.转型中的新闻学[M]. 广州: 南方日报出版社, 2005:491.

¹⁰¹ 陈红梅.国家、市场和媒体信念:北欧报业体制 20 世纪 70 年代以来的变迁[J].新闻与传播研究,2021,28(02):86-105+128.

中瑞关系在近几年急剧恶化,瑞典政治、文化与人权等方面与中国持有完全不同的立场。《每日新闻》在2022年北京冬奥会报道中体现出的恶意揣测与评判,主要原因在于瑞典始终以欧洲中心的视角看待中瑞关系。

受欧洲文化影响,欧洲中心主义萌芽于18世纪的英国工业革命期间,以西北欧为代表的欧洲国家自此认为其地理位置具有天然的区位优势,整个欧洲的文明都优于其他地区,并统领着世界的先进文明。¹⁰²地处北欧的瑞典难以免俗,也不可避免地被“欧洲中心”的观念裹挟。时至今日,欧洲中心主义变换了表现形式,欧洲中心主义与西方中心主义并没有性质上的严格区分¹⁰³,在瑞典国内舆论场中,所谓“西方”不过是“欧洲中心”这一逻辑与权力体系的放大,即西方中心主义一定程度上就是扩大化的欧洲中心主义。

欧洲自视为世界文明中心的同时,还将文明与野蛮、自由与专制之间的二元对立以及等级观念,投射到欧洲、亚洲和非洲及其民族身上,塑造“非西方”的这一概念,构成“欧洲优越论”的逻辑起点,背后暗含对不同文明和价值观的优劣对比,确立欧洲对非欧洲的文化自信和心理优势,从而制造“欧洲优越论”的“合法性”。¹⁰⁴在其意识形态中,一边是以西方为代表的“白种人”“有序”“理性”“文明”等观念,另一边是亚非拉等西方语境中的“他者”,具体表现为“有色人种”“混乱”“神秘”“无序”“野蛮”。¹⁰⁵瑞典因受到历史上的单一的北欧文化环境和现今欧洲一体化影响,难以跳出欧洲中心的视野局限,对不同的价值观较为排斥。

但欧洲中心主义的产生与延续并未使多数现代欧洲国家拥有面对世界的自信,欧洲传统与国际地位面临着各种内忧外患,这也一定程度上造就了瑞典等欧洲国家自卑又自负的心态。欧洲中心地位的身份塑造也需要来自外部“他者”的刺激,通过攻击与否定“他者”,确立自身的文化自信与心理优势。这导致欧洲国家固守本民族的优越感,抗拒对“他者”进行客观理解与评价。在此背景下,瑞典媒体及瑞典民众在认识中国时先入为主地产生负面评价是顺理成章的。但这样的主观臆测与否定无法从根本上阻止“中心”从欧洲偏离,也无益于消解对“他者”的恐惧,只会抑制中瑞双边交流,进而封堵两国跨文化交流的桥梁。现代瑞典的地理版图直到20世纪才确立,因此在文化与历史发展中深受欧洲中心主义思想的浸淫,影响着现代瑞典价值观的生成与传播,也左右着瑞典媒体对“他者”的认知视角。但随着自身问题的显现与“他者”的逐渐强大,欧洲中心主义视角下的两者现实差距正在缩小。而持续强大的中国,正是瑞典不得不面对的“他者”之一。中瑞关系逐渐恶化,瑞典媒体在今天的涉华报道中大力传播负面的中国形象,正是其在优越感受到挑战后的应对之策:选择性放大中国的负面信息,借此强调“落后”和“混乱”的中国对瑞典乃至欧洲构成威胁。

¹⁰² 任东波.“欧洲中心论”与世界史研究——兼论世界史研究的“中国学派”问题[J].史学理论研究,2006(01):42-53+159.

¹⁰³ 邹诗鹏.马克思对欧洲中心主义的批判与超越[J].哲学研究,2018,(09):16-24+127.

¹⁰⁴ 艾仁贵.从“陆地三分说”看欧洲中心主义下的洲际想象[J].历史研究,2022,(04):125-145+223.

¹⁰⁵ 邹诗鹏.马克思对欧洲中心主义的批判与超越[J].哲学研究,2018,(09):16-24+127.

在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中，欧洲中心主义的意识形态仍主导着报道立场与基调。即便少数报道客观阐述了中国的抗疫措施，却也放大了中国的人权问题与政治体制问题。东西方意识形态碰撞后，掌握话语权的仍然是西方媒体，以《每日新闻》为代表的瑞典主流媒体再次倒向西方价值观，中国在国际舆论中的声音被淹没，在话语权争夺中处于劣势地位。

在中瑞交流中，瑞媒的涉华报道依旧被欧洲中心主义视角制约，无法全面、客观地理解中方的政策。《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中，始终充斥着对中国防疫措施怀疑以及对中国宣传的警惕，体现了对中国根深蒂固的刻板印象。

整体而言，《每日新闻》笔下的 2022 年北京冬奥会形象及中国形象与横向的政治、文化因素及纵向的历史因素都是分不开的。了解瑞典的政治立场、媒介制度及文化需求，有助于更好地理解产生这种形象的过程，同时也有利于从中寻找改善中国形象及中国国际传播策略的着手点。

4 《每日新闻》报道对提升我国国际传播能力的启示

通过对《每日新闻》中 2022 年北京冬奥会报道的深入研究,可以发现,《每日新闻》不仅对 2022 年北京冬奥会的部分细节存在抹黑,而且对于中国国家形象有着误解,其对 2022 年北京冬奥会形象及中国形象报道与实际情况是有出入的。这一定程度上体现出当前中国媒体的国际话语权及传播能力并未与高速发展的政治经济实力相匹配。因此,提升中国的国际话语权在当前情形下刻不容缓。本章从三方面讨论我国对瑞典传播过程中存在的问题,并针对性地提出对策,为我国“一国一策”的国际传播能力建设提供参考。

4.1 加大我国对瑞典传播的力度

目前,中国国际传播更重视与美国、英国等英语国家的国际交流,与欧洲大陆的非英语国家互动较少,是我国国际传播中的薄弱地带。在《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会的报道中,有关中国的新闻报道大量引用了西方主流媒体的二手消息,仅有少部分信源来自中方背景的英文媒体。这一定程度上反映出目前中国国际传播的视野不够开阔,也限制了瑞典民众对中国的直接了解。

要解决这一问题,首先需要从瑞典广大受众的需求入手。一项瑞典新闻、广播和电视管理局(Myndigheten för press, radio och tv)对民众新闻习惯的调查显示,尽管瑞典民众对国外新闻的兴趣略低于国内新闻,但关心国外新闻的人数占比仍高达 86%,且关心政治的人群与关注早报新闻的人群高度重合;此外,中青年群体更多地从社交媒体平台获取新闻信息,对传统媒体的关注普遍低于老年人。¹⁰⁶由此可见,瑞典民众对国际新闻给予了较大的关注,其新闻需求反作用于瑞典商业媒体;同时,瑞典媒体对中国产生改观能很大程度地影响瑞典民间的对华态度。这一事实对我国改善对瑞传播的策略有一定参考价值。

同时,由于以《每日新闻》为代表的瑞典传统媒体的覆盖范围多数情况下局限于中老年群体,我国在对瑞传播中也应借助新的传播方式,全面触达各类群体。而我国在新闻传播上一直沿用较为保守的传播策略,以单向传播为主,缺乏双向互动,使传播效果趋于停滞。由于中瑞文化传统存在较大差异,缺乏反馈将影响对瑞传播策略的调整效率,影响瑞典受众对传播内容认可度,从而使其退回西方话语的同温层中,逐渐拒绝从中国媒体获取信息。因此,以瑞典各群体易于接受的方式进行传播是十分重要的,而对其接受效果了解只能通过反馈获得。

此外,在当下的信息社会,技术对新闻传播的方式和途径产生了重大影响,新媒体以其灵活多样的传播优势,在各个国家都成为新闻传播的主要渠道。我国媒体可以借此建立起新媒体的传

¹⁰⁶ Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Svenska nyhetsvanor 2005-2021[R]. Stockholm: MPRT, 2022.

播矩阵，拓展传播渠道。目前，中国媒体尚未在瑞典建立落地平台，通过直接渠道向瑞典民众传播中国声音较为困难。与英美等主要国家的媒体发展趋势一致，瑞典的主流媒体平台正逐步从传统的报刊媒体转向社交媒体平台，成为瑞典中青年接收新闻的主要渠道。然而，目前中国在国际社交媒体平台上的影响力较弱，今后应利用社交平台来传达中国的声音，打破西方媒体的话语垄断，进而提高中国的国际影响力。

4.2 以精准传播策略弥合中瑞文化鸿沟

传播对人类的重要性在于其对话功能，令人们能够越过时空限制来相互沟通与理解。在全球互联互通的背景下，具有偏向性的话语会对受众产生或隐或显的影响。而要尽可能地降低其中的偏向性对跨文化传播的负面影响，就应积极促“一国一策”的精准化传播。¹⁰⁷

要构建中国主导的国际传播话语体系，提升中国国际传播的精准度，就需要用瑞典学界、政界、媒体及民众能够理解、乐于接受的话语讲述中国故事。尤其如 2022 年北京冬奥会一般的重大国际盛会及疫情防控措施等中国特色的决策，要用瑞典受众想了解、听得懂、愿接受的方式全面地阐述前因后果与积极意义。目前我国对瑞传播的关键问题在于中国话语体系国际化程度低，瑞典受众并不能理解中国媒体的核心观点。

因此，在对瑞传播过程中，中方媒体应注重瑞典本地文化，充分考虑中瑞双方的文化、社会、价值观和思维方式差异，抓住中瑞价值观的共通之处；此外，也要积极与当地媒体合作，通过加强与瑞媒的合作与交流，将等富有中国特色文化的词汇以接地气的瑞典语表达传递给读者，使之成为易于接受和理解的通俗表达，赢得瑞典民众的情感共鸣，服务中国形象的建构。减少瑞方对中国形象的认知偏差，更精准地向瑞典民众传播中国文化与价值观。¹⁰⁸

在中瑞交流过程中，语言起着关键作用。现代瑞典语使用大量缩略词和合成词表义，且常省略主语或使用倒装句，兼有日益简化的语法与发音方式，导致瑞典人简洁直接的思维方式与沟通表达习惯。相反，汉语更讲究委婉与工整，语言文化和思维上的差异造就了中瑞双边交流的障碍。因此，培养复语复合型人才提升我国国际传播能力的关键。

综上，要建构具有中国特色的国际传播话语体系，更好地向瑞典等西方国家传递中国友爱、和平的声音，语言是其中的关键。因此，我国要积极培养多学科领域的翻译人才以及了解瑞典历史文化、掌握瑞典语的复语复合型新闻从业者，更精准地传播中华文化，赢得西方社会的理解与认可，加快建构具有中国特色的话语体系。

4.3 弱化瑞典对华的意识形态偏见

¹⁰⁷ 胡正荣.国际传播的三个关键:全媒体·一国一策·精准化[J].对外传播,2017(08):10-11.

¹⁰⁸ 郑亮,夏晴.国际媒体海外在地化建设与传播力提升研究[J].中国出版,2021(16):12-17.

近年来,瑞典对中国的态度迅速恶化。在瑞典视角中,中国不断增长的实力和全球影响力是柏林墙倒塌以来较为显著的国际局势变化,急剧降温的中瑞关系也被归结于中国对瑞典的“战狼外交”与强硬、专制的态度。¹⁰⁹在此背景下,瑞典政府认为有必要对中国问题进行更深入的研究与探讨。2020年,瑞典政府颁布一项对华战略,与瑞典国际政策研究所合作成立了国家级的中国研究中心(Nationellt kunskapscentrum om Kina),旨在全方位分析中国与瑞典的经济、政治动态,为瑞方的政策制定提供参考。¹¹⁰其中,对中国官方在瑞典境内进行的宣传活动是研究重点。中方背景的媒体、企业及社会精英在瑞的交流活动与宣传被描述为“渗透”,隐藏在各大瑞典高校中的学生组织也存在大量的“告密者”和“自我审查”。¹¹¹由此可见,官方色彩浓厚的中国国际交流组织与媒体在瑞典受众中接受度较低,传统的公共外交与国际传播手段并不适用于当今瑞典社会,甚至会起到反效果。

除了新闻报道,西方国家对中国的认知偏见还体现在教育体系以及民众的日常娱乐中。¹¹²在西方文化背景中成长起来的瑞典民众对东方国家的意识形态有着天然的抵触,典型表现之一就是认为中国媒体都是由中国政府或中国共产党掌控的,其内容传播与输出始终是政治宣传,因此拒绝接受中国媒体的传播内容。¹¹³由此可见,在对瑞传播中,树立良好的国家的形象不能仅通过直白的政治宣传或意识形态、价值观宣传,应从接受度较高的文化层面入手,如2022年北京冬奥会期间备受瑞典运动员称赞的中国特色饮食,或风靡一时的文化符号“冰墩墩”。

在以美国、瑞典为代表的西方媒体对2022年北京冬奥会及中国形象肆意攻击与恶意丑化的背景下,我国媒体澄清客观事实的同时,也可以发掘更多的体育活动背后的故事,以中国特色的人情与文化打动西方媒体和参加2022年北京冬奥会的外国运动员。通过深厚的文化底蕴与丰富的文化产品,一定程度上能减轻瑞典民众在媒体渲染下对中国产生的抵触情绪,消解部分敌意与偏见,提高其对中国政治科普报道与事实澄清的接受度。

与此同时,中国媒体在国际传播过程中,也可借助受众更易理解和接收的西方话语和西方信源来消除偏见,减少使用直接的中国官方作为信息来源,摆脱国外公众眼中政府宣传机器的印象。通过对多样化的西方信源进行最大程度地有效利用,无形中能帮助瑞典民众更好地理解中国,重塑舆论格局和舆论形象。其中,对具有典型象征意义的明星运动员的“包装”和推广,让他们通过国际主流和社交媒体来“发声”,是在短时间内改善中国体育国际传播能力的一种重要方式。

¹¹⁴如近年来主动代表中国队出战的谷爱凌和能够用中文流利沟通的外国运动员福原爱等,在文化、

¹⁰⁹ Svenska Institutet. Sverigebilder i Kina: Hur unga storstadsbor i Kina och kinesiska Sverigealumnerna ser på Sverige[R].Stockholm:SI, 2021.

¹¹⁰ Sveriges Riksdag. Nationellt kunskapscentrum för frågor rörande Kina[EB/OL].(2020-09-01)[2023-03-16].https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svar-pa-skriftlig-fraga-na-tionellt-kunskapscentrum-for-fragor-rorande-kina_H81280.

¹¹¹ Nationellt kunskapscentrum om Kina.Statliga kinesiska påverkansoperationer mot demokratin i svenska kommuner[R].Stockholm:NKK,2022.

¹¹² 姬德强,张毓强.传播与全球话语权力转移[J].对外传播,2019,(10):60-63.

¹¹³ Nationellt kunskapscentrum om Kina.Statliga kinesiska påverkansoperationer mot demokratin i svenska kommuner[R].Stockholm:NKK,2022.

¹¹⁴ 魏伟.提升中国体育国际传播“五力”的路径[J].成都体育学院学报,2022,48(01):21-25.

价值观和生活习惯等方面都与西方国家更为相似。借他们之口向世界讲述“中国故事”，更具说服力与可信度，对提升我国国际舆论话语权与引导力具有积极作用。

在国际舆论场中处于非核心地位的中国媒体可以用西方民众所熟悉并乐于接受的词汇、符号、表达方式和主题来为中国的国际传播和国家形象重塑服务。将瑞典媒体的部分话语进行解构甚至消融，用隐性的方式实现自身传播效果的最大化，唤起瑞典民众的批判意识，并借机解构以西方发达国家为主导的话语体系，为我国国际传播能力的进一步提升奠定基础。

综上，西方主流媒体在当今的国际传播格局中处于垄断和强势地位，中国媒体想要拥有与综合国力相匹配的国际传播实力还有很长一段路要走。未来的对瑞传播中，应充分提高中国媒体在瑞典乃至北欧的影响力，把握中国形象媒介塑造的主动权，提升用瑞典语报道的能力和质量，抢占报道先机，同时充分利用瑞典受众接受度较高的新媒体平台，如脸书、推特及 Spotify 等，拓宽国内媒体发声的受众面，让中国媒体的直接报道在第一时间传播到位；其次，在做好中国媒体“走出去”的同时，也要确保中瑞媒体交流的长效化，保证中瑞双边媒体及记者的实地交流，使之全面地了解中国是如何在“百年未有之大变局”下开展对外合作、承担大国责任的，通过一手报道，将最真实的中国形象呈现给瑞典民众。

结语

通过对瑞典主流媒体《每日新闻》在 2022 年北京冬奥会开幕至闭幕期间的新闻报道进行分析, 可以得出以下结论:

结合高、中、低三个层次框架的分析, 可以发现, 《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中, 全面报道了以瑞典为核心的赛事赛况, 符合受众需求。但《每日新闻》的 2022 年北京冬奥会报道中构建的部分主观事实刻意抹黑了 2022 年北京冬奥会的筹办情况、中国防疫政策及中国政治体制, 影响了瑞典群众对中国的正确认知。

之所以会塑造出这样的 2022 年北京冬奥会形象和中国形象, 有以下六方面原因: 1.瑞典出于亲欧亲美的政治立场, 倾向于支持意识形态相似的国家; 2.中瑞关系持续恶化; 3.瑞典在立法及政策层面大力支持新闻自由与新闻多样性; 4.《每日新闻》的商业属性决定其报道倾向与立场必须符合瑞典国家及民众的偏好; 5.中瑞语言障碍及刻板印象使《每日新闻》报道失之偏颇; 6.瑞典作为欧盟成员国, 在意识形态上与中国完全对立, 无法摆脱欧洲中心主义的叙事及立场。

研究认为, 中国的对瑞传播模式存在一定问题, 应制定针对性的改进措施: 1.相较于美国、英国等英语国家, 中国对瑞典的国际交流与合作不够紧密, 应加大研究瑞典受众新闻习惯和对瑞传播中国文化的力度; 2.中瑞文化差异较大, 中国对瑞传播中习惯性沿用中国视角的思维习惯与表达方式, 易引起受众的困惑与反感, 应大力培养熟悉瑞典语言文化的各领域人才, 破除国际传播中的文化壁垒; 3.瑞典舆论场中, 对中国及中国媒体的意识形态偏见始终存在, 应借助瑞典和西方的话语及思维模式进行国际传播, 重塑中国形象。

受限于时间与可行性, 本研究只选取了《每日新闻》作为研究对象, 无法全面地体现瑞典报刊的立场, 也不能代表所有瑞典媒体, 因此仅作为一种典型案例研究; 其次, 在研究样本中, 只包含了 2022 年北京冬奥会开幕式至闭幕式当天, 共计 17 天内的报道内容, 而开幕式前几日的预热以及冬季残奥会的相关报道未覆盖在本研究的样本中; 同时, 在“报道倾向”这一类目的编码与分析过程中, 个人理解上的主观差异使研究结果出现偏差成为必然; 此外, 本研究只集中在新闻生产的过程, 未涉及新闻受众, 并对受众效果进行研究分析, 这也是本研究待完善的方向之一。

基于以上不足, 本研究还可在后期做如下改进: 第一, 增加研究样本, 将不同立场的多个瑞典主流媒体有关 2022 年北京冬奥会相关的报道均纳入研究范畴; 第二, 在类似报道倾向的主观性类目中, 对编码员进行更严格的训练, 力求客观、科学的定义与分析; 第三, 在《每日新闻》2022 年北京冬奥会相关报道的框架分析之外, 加入受众效果分析。因此, 在今后的研究中, 可以扩大样本选择的时间范围, 在客观研究新闻生产过程的前提下, 将研究拓展至受众框架, 研究此议题下的框架效果。

本研究以《每日新闻》对 2022 年北京冬奥会报道框架的研究为典型案例, 管窥重大国际赛

事中主流瑞媒视角下的中国形象，为我国优化国际传播策略提供一手参考资料，期望能为我国国际传播研究开辟新视角、新思路，助力我国完善“一国一策”的国际传播能力建设。

参考文献

- [1] BATESON G. A Theory of Play and Fantasy[J].Psychiatric Research Reports,1955(2):39-51.
- [2] DAHLÉN P. The Geopolitics of Failure: Swedish Journalism and the Demise of the National Ice Hockey Team in Salt Lake City, 2002[J]. Sport in Society, 2013, 16(5): 579-594.
- [3] ENTMAN R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm[J]. Journal of Communication,1993, 43(4):51-58.
- [4] FACHT U, OHLSSON J. MedieSverige 2021[M]. Gothenburg: Nordicom, 2021.
- [5] FOUCAULT M. The Archaeology of Knowledge[M]. New York: Pantheon Books, 1972.
- [6] FOWLER R. Language in the News Discourse and Ideology in the Press[M]. London & New York: Routledge, 1991.
- [7] GAMSON W A, MODIGLIANI A. The Changing Culture of Affirmative Action[J].Equal Employment Opportunity: Labor Market Discrimination and Public Policy,1994, 3:373-394.
- [8] GITLIN T. The Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left[M]. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press,1980.
- [9] GOFFMAN E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience[M].New York: Harvard University Press,1974.
- [10] HØYER S, PÖTTKER H. Diffusion of the News Paradigm 1850–2000[M]. Gothenburg: Nordicom, 2005.
- [11] HARRIE E. Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017[M]. Gothenburg:Nordicom, 2018.
- [12] HEDENBORG S. The Olympic Games in London 2012 from a Swedish Media Perspective[J]. The International Journal of the History of Sport, 2013, 30(7): 789-804.
- [13] HELLBORG A M, HEDENBORG S. The Rocker and the Heroine: Gendered Media Representations of Equestrian Sports at the 2012 Olympics[J]. Sport in Society,2015,18(2),248-261.
- [14] JIA K, ZHU Y, ZHANG Y, et al. International Public Opinion Analysis of Four Olympic Games: From 2008 to 2022[J]. Journal of Safety Science and Resilience, 2022, 3(3): 252-262.
- [15] JOHANSSON M. Stories of Siblinghood: Three Nordic Neighbors at the 1994 Winter Olympics[J]. Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research, 2021, 13(1):137-159.
- [16] LAINE A. Gender Representation of Athletes in Finnish and Swedish Tabloids[J]. Nordicom Review, 2016, 37(2): 83-98.

- [17] LEE J W. Olympic Winter Games in Non-western Cities: State, Sport and Cultural Diplomacy in Sochi 2014, PyeongChang 2018 and Beijing 2022[J]. The International Journal of the History of Sport, 2021, 38(13-14): 1494-1515.
- [18] LINDBERG T. Nordic News Media in Global Competition: The Conditions for News Journalism in the Digital Platform Economy[M]. Gothenburg: Nordicom, 2023.
- [19] Myndigheten för press, radio och tv. Årsredovisning 2022[R]. Stockholm: MPRT, 2022.
- [20] Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2019: Mediemångfald[R]. Stockholm: MPRT, 2019.
- [21] Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Medieekonomi[R]. Stockholm: MPRT, 2022.
- [22] Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Mediekonsumtion[R]. Stockholm: MPRT, 2022.
- [23] Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Mediepolitik[R]. Stockholm: MPRT, 2022.
- [24] Myndigheten för press, radio och tv. Medieutveckling 2022: Svenska nyhetsvanor 2005-2021[R]. Stockholm: MPRT, 2022.
- [25] Nationell kunskapscentrum om Kina.Statliga kinesiska påverkansoperationer mot demokratin i svenska kommuner[R]. Stockholm: NKK,2022.
- [26] OHLSSON J. Svensk tidningsmarknad under 2000-talet: Strukturförändringar och ekonomisk utveckling[M]. Gothenburg: Nordicom, 2016.
- [27] OHLSSON J. The Nordic Media Market 2015[M]. Gothenburg: Nordicom, 2015.
- [28] Pew Research Center. Fast Facts about Views of China ahead of the 2022 Beijing Olympics[EB/OL].(2022-02-01)[2023-03-13].
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/02/01/fast-facts-about-views-of-china-ahead-of-the-2022-beijing-olympics/>.
- [29] QI X, WANG M. Analysis of the Overseas Network Communication Capacity of Chinese Athletes at the Beijing 2022 Olympic Winter Games[J]. International Communication of Chinese Culture, 2022, 9(3): 149-161.
- [30] Reuters Institute for the Study of Journalism.Reuters Institute Digital News Report 2022[R]. Oxford: Reuters Institute,2022.
- [31] Svenska Institutet. Sverigebilder i Kina: Hur unga storstadsbor i Kina och kinesiska Sverigealumnier ser på Sverige[R].Stockholm:SI, 2021.

- [32] Sveriges Riksdag. Nationellt kunskapscentrum för frågor rörande Kina[EB/OL].(2020-09-01)[2023-03-16].https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svar-pa-skriftlig-fraga/nationellt-kunskapscentrum-for-fragor-rorande-kina_H81280.
- [33] Sveriges Television.Klart: Regeringen åker inte till OS i Peking[N/OL].(2022-01-10)[2023-03-13].
<https://www.svt.se/sport/peking-2022/klart-regeringen-aker-inte-till-os-i-peking>.
- [34] SYVERTSEN T, MJØS O, MOE H, et al. The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era[M]. Michigan: University of Michigan Press, 2014.
- [35] TOLVHED H. The Sports Woman as a Cultural Challenge: Swedish Popular Press Coverage of the Olympic Games during the 1950s and 1960s[J]. The International Journal of the History of Sport, 2012, 29(2): 302-317.
- [36] TUCHMAN G. Making News: A Study in the Construction of Reality[M].New York: The Free Press,1978.
- [37] WAGNER U, KRISTIANSEN E. The Fall of the Queen of Nordic Skiing: A Comparative Analysis of the Swedish and Norwegian Media Coverage of the Therese Johaug Scandal[J]. Nordicom Review, 2019, 40(1): 121-138.
- [38] WEAVER D H, WILLNAT L. The Global Journalist in the 21st Century[M]. New York: Routledge, 2012.
- [39] YU X. Framing Winter Olympics: A Content Analysis of Sochi Winter Olympics (2014) and Beijing Winter Olympics (2022)[J]. Journal of Humanities and Social Sciences Studies, 2022, 4(2): 38-44.
- [40] 艾仁贵.从“陆地三分说”看欧洲中心主义下的洲际想象[J].历史研究,2022,(04):125-145+223.
- [41] 安东尼奥·葛兰西.狱中札记[M]. 曹雷雨, 姜丽, 张跣, 译. 郑州: 河南大学出版社, 2014.
- [42] 陈红梅.国家、市场和媒体信念: 北欧报业体制 20 世纪 70 年代以来的变迁[J].新闻与传播研究,2021,28(02):86-105+128.
- [43] 道格拉斯·凯尔纳. 媒体文化: 介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治[M]. 丁宁, 译. 北京: 商务印书馆, 2004.
- [44] 杜涛.框中世界: 媒介框架理论的起源、争议与发展[M]. 北京: 知识产权出版社, 2014.
- [45] 范红,周鑫慈.奥运会对国家形象的建构逻辑与整合策略——对北京 2022 年冬奥会国际传播的新思考[J].对外传播,2021,(11):4-8.
- [46] 梵·迪克.作为话语的新闻[M]. 曾庆香, 译. 北京: 华夏出版社, 2003.
- [47] 方圆,李春.从北京冬奥会看中华优秀传统文化的国际传播[J].中国广播电视学刊,2022,(04):12-14.

- [48] 何子豪,刘兰.中华文化符号的美学表达与跨文化传播研究——以北京 2022 年冬奥会开幕式为例[J].国际传播,2022,(02):10-15.
- [49] 胡春阳.传播的话语分析理论[D].上海: 复旦大学 2005 年博士论文.
- [50] 胡正荣.国际传播的三个关键:全媒体·一国一策·精准化[J].对外传播,2017(08):10-11.
- [51] 环球时报.这个冰雪强国派出最大规模代表团参加北京冬奥会, 听听驻华大使怎么说[N/OL].(2022-02-02)[2023-03-15].<https://world.huanqiu.com/article/46enUil17MN>.
- [52] 黄晓琴,陈林炯.柳在跨文化传播中的媒介属性与共情连接——以冬奥会闭幕式节目《折柳·寄情》为例[J].中国广播电视学刊,2022,(12):94-96.
- [53] 姬德强,张毓强.传播与全球话语权力转移[J].对外传播,2019,(10):60-63.
- [54] 李希光.转型中的新闻学[M]. 广州: 南方日报出版社, 2005.
- [55] 李宇.浅析西方“中国威胁论”的诉诸恐惧策略及应对[J].对外传播,2021(08):28-31.
- [56] 廖秉宜,温有为,狄鹤仙.北京冬奥会国际传播路径与策略创新[J].对外传播,2021,(11):18-21.
- [57] 马立明,黄泽敏.中国国家形象建构的逻辑演变及其深层原因——以 2022 年北京冬奥会开幕式为例[J].对外传播,2022,(03):26-30.
- [58] 诺曼·费尔克劳夫.话语与社会变迁[M].殷晓蓉,译.北京: 华夏出版社, 2003.
- [59] 潘忠党.架构分析: 一个亟需理论澄清的领域[J].传播与社会学刊, 2006(1):17-46.
- [60] 漆亚林,李秋霖.全球媒介事件视域下“讲好奥运故事”的逻辑理路[J].国际传播,2022,(02):1-9.
- [61] 秦汉.新闻媒介体制:要素、内涵与特征[J].国际新闻界,2018,40(07):79-99.
- [62] 任东波.“欧洲中心论”与世界史研究——兼论世界史研究的“中国学派”问题[J]. 史学理论研究, 2006(01):42-53+159.
- [63] 沈小蒙.CGTN 冬奥报道的中国叙事构建与国际传播创新[J].国际传播,2022,(01):79-84.
- [64] 谭天.基于关系视角的媒介平台[J].国际新闻界,2011,33(09):83-88.
- [65] 王润珏,张若溪.以多模态话语提升北京冬奥会主题口号国际传播的长期效能[J].国际传播,2022,(01):39-47.
- [66] 王袁欣,车梓晗.技术与媒介的交融: 北京冬奥会塑造国家形象路径研究[J].中国出版,2022,(21):27-30.
- [67] 魏伟.提升中国体育国际传播“五力”的路径[J].成都体育学院学报,2022,48(01):21-25.
- [68] 魏伟.中央广播电视总台北京冬奥会国际传播影响力研究[J].中国广播电视学刊,2022,(04):27-30.
- [69] 相德宝,李伊玲.北京冬奥组委官方推特的网络议程与国家形象建构[J].对外传播,2022,(03):46-50.
- [70] 薛可,古家谕,陈炳霖.共情·创新·融合: 文化符号与国家话语体系构建——基于“冰墩墩”的社交媒体平台内容分析[J].新闻与写作,2022,(05):35-45.

- [71] 薛文婷,张麟,胡华.仪式·意义·认同:北京冬奥会开幕式与中国形象塑造[J].中国广播电视学刊,2022,(04):8-12.
- [72] 杨凤娇,张贵徽.北京冬奥会的国际社交媒体平台传播策略[J].对外传播,2022,(01):59-62.
- [73] 杨铮,王灿发.瑞典大众传媒产业发展现状、特色及趋势分析[J].新闻爱好者,2019(11):8-13.
- [74] 尹子强.北京冬奥会吉祥物跨文化传播研究——基于符号学视角[J].中国报业,2022,(18):10-11.
- [75] 臧国仁.新闻媒体与消息来源:媒介框架与真实构建之论述[M].台北:三民书局,2003.
- [76] 曾庆香.新闻叙事学[M].北京:中国广播电视出版社,2005.
- [77] 张磊,高飞.平台化的奥林匹克:英文社交媒体上的奥运国际传播研究[J].国际传播,2022,(03):24-34.
- [78] 张延续.批评语言学与大众语篇——对美国新闻周刊的批评性分析[J].解放军外语学院学报,1998(06):26-29.
- [79] 赵蓓,张洪忠.有关北京冬奥会的社交机器人叙事与立场偏向——基于 Twitter 数据的结构主题模型分析[J].新闻界,2022,(05):62-70.
- [80] 郑亮,夏晴.国际媒体海外在地化建设与传播力提升研究[J].中国出版,2021(16):12-17.
- [81] 中华人民共和国驻瑞典大使馆.中国同瑞典的关系[EB/OL].(2022-05-09)[2023-03-09].
http://se.china-embassy.gov.cn/zrgxs/sbgx/201808/t20180815_2994157.htm.
- [82] 钟新,蒋贤成,王雅墨.国家形象的跨文化共情传播:北京冬奥会国际传播策略及效果分析[J].新闻与写作,2022,(05):25-34.
- [83] 周榕,吕诗俊,张德胜.奥运会中的跨文化共情传播与实践创新路径——对2022年北京冬奥会传播的思考[J].新闻与写作,2021,(10):100-104.
- [84] 邹诗鹏.马克思对欧洲中心主义的批判与超越[J].哲学研究,2018,(09):16-24+127.

附录 A 类目建构与编码表

序号	类目	编码说明
一	报道对象	①瑞典 ②中国 ③美国 ④俄罗斯 ⑤挪威 ⑥芬兰 ⑦丹麦 ⑧其他
二	报道主题	①举办地筹办情况：包括人员安排、场馆设施、奥运村的衣食住行及2022年北京冬奥会相关的文化活动 ②运动项目介绍/技术解析：详细解析某冬奥运动项目的发展历程或动作技巧 ③人物特写/专访：针对运动员个人的心理状态、训练状况、赛前准备、比赛过程等细节的特写或专访 ④赛前分析预测/赛程预告：对尚未进行的比赛赛况的预报、预测或分析 ⑤单项比赛进展：某一项赛事的多数运动员在比赛中的实况播报 ⑥结果播报/赛后评价：对比赛阶段性结果、运动员比赛表现或决赛成绩的播报及分析 ⑦多项赛事综述：2022年北京冬奥会期间多个赛事的综合性报道 ⑧体育丑闻：2022年北京冬奥会前后爆出体育领域内的丑闻，如对兴奋剂、行贿受贿等问题进行的报道及讨论 ⑨疫情防控：2022年北京冬奥会期间，与中国疫情防控政策及运动员隔离情况相关的报道 ⑩其他：性别、人权、政治等与运动赛事不直接相关的议题
三	报道倾向	①正面报道：正面积积极的人物、事件及结果 ②负面报道：冲突、社会黑暗面以及对事件或人物的批判、质疑 ③中立报道：客观陈述事实，无明显倾向性
四	标题类型	①行动型标题：着重体现“动态”，即报道对象的动作或过程 ②状态型标题：强调“静态”，指对既成事实的总结或评析，包括结果、发展程度等 ③精神型标题：指主观感受，如赛后感受、心理活动等 ④言语型标题：突出“表达”这一行为，包括“表示”“认为”“称”

		等指代表动作的信息
五	报道体裁	①消息 ②通讯 ③评论 ④特写 ⑤深度报道 ⑥专访 ⑦其他
六	报道篇幅	①200 词以下 ②200-500 词 ③500-1000 词 ④1000-1500 词 ⑤1500 词以上
七	消息来源	①政府机构/官员：代表政府的官方发言，或政府发布的权威数据 ②各国体育代表团：各国体育代表团及其官员，如代表团的新闻发言人等 ③体育组织：国际奥委会、各国家地区奥委会、2022 年北京冬奥会组织委员会、体育仲裁法庭、反兴奋剂组织、某运动项目的国际协会以及一切相关人员以该组织官方身份接受的采访透露的消息等 ④媒体：指各国电视台、报刊、通讯社等各类媒体及其记者、评论员 ⑤北京冬奥会工作人员：包括志愿者、开闭幕式演职人员，不属于 2022 年北京冬奥会组委会官方的工作人员纳入这一分类 ⑥相关参赛人员：包括运动员本人、队友、教练、裁判及运动员亲属 ⑦专家学者：与 2022 年北京冬奥会相关的各类专家和学者，如气象学家、医生等 ⑧无明显消息源 ⑨模糊来源 ⑩其他：如社会公众、除体育组织外的国际组织、社会团体等
八	图式结构	①事件景况：2022 年北京冬奥会的主要事件及其结果或影响 ②反应及反馈：主要事件中的相关人物的反应或其表达的内容 ③评价分析：对新闻事件或新闻人物行为做出的评析 ④预测：以媒介身份对某一新闻事件的走向进行分析判断 ⑤背景：与主要事件有间接关系的背景、片段或历史描述

附录 B 低层次框架分析样本表

编号	标题	日期	主题	倾向	体裁
1	<i>Uigurisk skidåkare tände den olympiska elden</i>	2.4	其他（政治）	负面	深度报道
2	<i>Ledare: Kina tar OS-guld – åtminstone i diktatur</i>	2.4	其他（政治）	负面	评论
3	<i>Johan Esk: Svenska stjärnor skapar Kinas propagandaseger</i>	2.4	举办地筹办情况	负面	评论
4	<i>Torbjörn Petersson: Så är livet inne i OS-bubblan</i>	2.4	疫情防控	负面	评论
5	<i>Peking-OS pågår men herr Gao funderar mest på en flytt</i>	2.4	人物特写/专访	中立	特写
6	<i>Marianne Björklund: Vi vallas som en skock får bakom den kinesiska flaggan</i>	2.4	其他（开幕式）	负面	评论
7	<i>Torbjörn Petersson: Bjuden på te hos polisen en kinesisk paradgren</i>	2.5	其他（政治）	负面	评论
8	<i>OS-journalist motades bort mitt i sändning</i>	2.5	其他（新闻自由）	负面	消息
9	<i>Marianne Björklund: Politiken går som en röd tråd genom Peking-OS</i>	2.6	其他（政治）	负面	评论
10	<i>Finländsk ilska över isolerad profil: "Ingen bra reklam för Kina"</i>	2.7	疫情防控	负面	通讯
11	<i>Eileen Gu gör oss stolta över Kina</i>	2.8	人物特写/专访	中立	特写
12	<i>Historisk OS-medalj för Henrik Harlaut – brons i big air</i>	2.9	结果播报/赛后评价	正面	通讯
13	<i>Marianne Björklund: Intervjun med Peng Shuai lämnar många frågor obesvarade</i>	2.9	体育丑闻	负面	深度报道
14	<i>Emma Høen Bustos: OS är beviset – Kina behöver inte längre bry sig om väst</i>	2.10	其他（政治）	负面	评论
15	<i>Kinesamerikaner hånas om de inte vinner i Peking-OS</i>	2.12	其他（华裔运动员）	负面	评论
16	<i>Marianne Björklund: Helvetet och framtiden möts i Shougang Parks hoppbacke</i>	2.13	举办地筹办情况	负面	评论
17	<i>van der Poel om Kina-OS: "Extremt oansvarigt"</i>	2.14	举办地筹办情况	负面	专访

18	<i>Fenomenet Eileen Gu tog ny OS-medalj</i>	2.15	结果播报/赛后评价	中立	深度报道
19	<i>Torbjörn Petersson: Om Kina släpper på allt riskerar 600 000 smittas varje dag</i>	2.15	疫情防控	负面	评论
20	<i>Marianne Björklund: Kedjad kvinna på landsbygden solkar Kinas medaljskörd</i>	2.16	其他 (人权)	负面	评论
21	<i>Torbjörn Petersson: Kina slår ned på stjärnkult men andra regler gäller för Eileen Gu</i>	2.17	其他 (华裔运动员)	负面	评论
22	<i>Kina går på politisk offensiv i sluttampen av vinter-OS</i>	2.17	其他 (政治)	负面	评论
23	<i>Ledare: Glädjen grumlats av att detta OS är byggt på tvångsarbete och ett pågående folkmord</i>	2.18	其他 (人权)	负面	深度报道
24	<i>Ny uppvisning av Eileen Gu – andra OS-guldet</i>	2.18	结果播报/赛后评价	中立	通讯
25	<i>Johan Esk: Grattis, Norge! Snart blir ni av med Kinas tvångströja</i>	2.18	其他 (政治)	负面	评论
26	<i>Marianne Björklund: Kina siktar på OS-guld i digital valuta</i>	2.18	其他 (政治)	负面	评论
27	<i>Björn Wiman: Tack Sverige för vårt sämsta vinter-OS någonsin</i>	2.19	其他 (政治)	负面	评论
28	<i>Torbjörn Petersson: Utan munkavlade volontär Chen hade jag varit vilse</i>	2.19	疫情防控	中立	评论
29	<i>Från karantän till OS-guld – Anttilas galna resa</i>	2.20	举办地筹办情况	负面	评论
30	<i>Avslaget vinter-OS hyllas som succé i Kina</i>	2.20	举办地筹办情况	负面	评论