

武汉体育学院

硕士学位论文

(专业型学位论文)

论文题目：框架理论视域下中国“00后”运动员的媒介形象研究——以新华社东京奥运会报道为例

研究生：_____彭瑜婷_____

导师：_____万晓红_____

专业领域：_____新闻与传播_____

2022年5月

分类号：G

学校代号：10522

学 号：1052222019085

武汉体育学院硕士学位论文

框架理论视域下中国“00后”运动员的媒介 形象研究——以新华社东京奥运会报道为例

申请人姓名：彭瑜婷

指导教师姓名、职称：万晓红教授

申请学位类别：文学

学科专业名称：新闻与传播

研究方向：新闻与传播

论文答辩日期：2022年5月6日

学位授予单位：武汉体育学院

学位授予日期：2022年5月6日

答辩委员会主席：_____

**Research on the media image of Chinese "Post-00" athletes
from the perspective of Frame Theory -- Taking the report of
Tokyo Olympic Games by Xinhua news agency as an example**

A Thesis Submitted for the Degree of Master

Candidate: Peng Yuting ◀

Supervisor: Prof. Wan Xiaohong

Wuhan Sports university

武汉体育学院学位论文原创性声明和使用授权说明

原创性声明

本人声明，所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得武汉体育学院或其它教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

论文作者签名： 彭瑜婷

日期： 2022年5月6日

学位论文使用授权说明

本人完全了解武汉体育学院有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅。本人授权武汉体育学院可以将本学位论文的全部内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存或汇编本学位论文。同时授权经武汉体育学院认可的国家有关机构或论文数据库使用或收录本学位论文，并向社会公众提供信息服务。

作者签名： 彭瑜婷

日期： 2022年5月6日

指导教师签名： 万晓红

日期： 2022年5月6日

摘要

作为体育比赛的重要组成，运动员的媒介形象不仅会对体育的传播和发展产生影响，还作为中华民族精神的外化物凝聚着国人的共同情感。在 2021 年东京奥运会上，中国代表团中 14 位“00 后”运动员在为期 17 天的比赛里先后登上了冠军领奖台，在中国本届奥运金牌得主中占比 28%，中国的“00 后”正在用他们自己的方式登上世界体育舞台并逐步走向中央。因此，本文以新华社在东京奥运会期间发布的 625 篇报道为研究样本，利用 DivoMiner 平台进行文本数据挖掘与分析，运用框架理论剖析以新华社为代表的主流媒体对“00 后”运动员的报道框架及其建构的媒介形象，分别从高、中、低三个维度对“00 后”报道框架进行了分析。

研究发现，以新华社为代表的主流媒体呈现出以积极性的情感框架为主导，辅以发展性的代际框架做补充，这两种框架成为该媒体报道运动员的主要依据，继而为“00 后”运动员建构出追梦者、筑梦者和传梦者三种形象类型。从高层视角看，追梦者形象通过以线性的个体训练和成长背景展开，筑梦者形象围绕人物采访和赛场趣事解读及相关事迹的引出而形成，传梦者形象以新老队员的配合和精神的延续为核心；从中层视角看，前两种形象的建构呈现出创造发展的共同关系，传梦者形象的建构则呈现出一种对比赓续的代际关系；从低层视角看，承载不同情感的话语使得“00 后”运动员呈现出不同的精神价值。虽然不同的形象建构方式着重于“00 后”运动员形象的不同方面，但总体而言，主流媒体中的“00 后”运动员呈现出一种积极向上、阳光自信、心怀梦想的正面形象。在此基础上对“00 后”运动员报道新闻框架和媒介形象建构进行反思，以期塑造我国运动员和代际群体的良好形象提供参考借鉴。

关键词：“00 后”运动员；媒介形象；东京奥运会；新华社

Abstract

As an important component of sports competitions, the media image of athletes will not only have an impact on the dissemination and development of sports, but also embody the common feelings of the Chinese people as an external object of the spirit of the Chinese nation. In the 2021 Tokyo Olympic Games, 14 "post-00" athletes in the Chinese delegation have successively entered the championship podium in the 17-day competition, accounting for 28% of China's current Olympic gold medalists, and China's "post-00" athletes. The "post-00s" are entering the world sports stage in their own way and gradually moving towards the center. Therefore, this paper takes 625 reports published by Xinhua News Agency during the Tokyo Olympics as a research sample, uses the DivoMiner platform to conduct text data mining and analysis, and uses frame theory to analyze the reporting framework of "post-00" athletes by mainstream media represented by Xinhua News Agency. And the media image it constructs, analyzes the "post-00" reporting frame from three dimensions: high, medium and low.

The study found that the mainstream media represented by Xinhua News Agency presents a positive emotional framework as the dominance, supplemented by a developmental intergenerational framework. "Athletes construct three image types: dream chasers, dream builders and dream passers. From a high-level perspective, the image of Dream Chaser is developed through a linear individual training and growth background. The image of Dream Builder is formed around character interviews, interpretation of interesting events on the field and the introduction of related deeds. The image of Dream Chaser is based on the cooperation of new and old players. Spiritual continuation is the core; from a middle-level perspective, the construction of the first two images presents a common relationship of creation and development, while the construction of the image of a dreamer presents a contrasting and continuous intergenerational relationship; from a low-level perspective, the carrying Different emotional words make "post-00" athletes present different spiritual values. Although different image construction methods focus on different aspects of the image of "post-00" athletes, in general, "post-00" athletes in the mainstream media present a positive image of being positive, confident, and dreaming. On this basis, we reflect on the news frame and media image construction of "post-00" athletes, in order to provide reference for shaping the good image of Chinese athletes and intergenerational groups.

Keywords: Post-00s athletes; media image; Tokyo Olympics; Xinhua News Agency

目录

摘要.....	1
Abstract.....	2
一、绪论.....	1
(一) 研究背景.....	1
(二) 研究意义.....	2
1.现实层面.....	2
2.理论层面.....	2
二、文献梳理及探讨.....	3
(一) 关于体育赛事报道框架的研究.....	3
(二) 关于运动员形象建构的研究.....	4
(三) 关于“00后”的研究.....	6
1.“00后”群体的研究现状.....	6
2.“00后”群体媒介形象的研究现状.....	6
三、研究设计.....	8
(一) 研究问题.....	8
(二) 研究方法.....	8
1.文献资料法.....	8
2.词频分析法.....	9
3.框架分析法.....	9
(三) 研究过程.....	10
1.研究思路.....	10
2.类目建构.....	12
3.信度检验.....	14
四、东京奥运会中国“00后”运动员的报道框架分析.....	15
(一) 东京奥运会中国“00后”运动员报道的总体情况.....	15
1.报道数量.....	15
2.报道体裁.....	16
3.报道项目.....	18
(二) 东京奥运会中国“00后”运动员报道的高层框架分析.....	19
1.报道主题.....	19
2.标题内容.....	21
(三) 东京奥运会中国“00后”运动员报道的中层框架分析.....	22
1.人物形象.....	22
2.事件影响.....	23
(四) 东京奥运会中国“00后”运动员报道的低层框架分析.....	25
1.报道修辞.....	25
2.报道倾向.....	27
五、东京奥运会中国“00后”运动员的媒介形象分析.....	31
(一) 赛场上的形象：不负重任，挑起大梁的追梦者.....	32
(二) 赛场下的形象：彰显个性，绽放青春的筑梦者.....	32
(三) 赛场中的形象：传承精神，赓续梦想的传梦者.....	33
六、思考与结语.....	35
(一) “00后”运动员报道框架和形象建构的思考.....	35
1.合理运用报道框架，推动体育项目发展.....	35
2.挖掘形象建构内因，展现代际群体特征.....	36
(二) 结语.....	38
参考文献.....	40
致谢.....	44

一、绪论

（一）研究背景

“00后”是指降生在2000年1月1日00:00至2009年12月31日23:59间的公民,也就是指诞生在21世纪初的千禧一代^[1]。一代人有一代人的际遇,伴随着移动网路和智能设备兴起长大的“00后”,拥有不同于“80后、90后”的独特代际特质。受时空范围的限制和认知能力的制约,媒体成为培养受众形成对自己、他人观念和认识的重要途径,新闻报道对某一类社会团体、组织或个人媒介形象的建构在很大程度上是依据大众媒介的再现功能^[2]。“00后”在初入公众视线的时候,他们标新立异的想法和独辟蹊径的做法经常得不到主流价值的理解与认同。“互联网原住民”“火星文爱好者”“精致利己主义者”“温室里的花朵”“佛系少年”“丧文化”等是“00后”在媒体中常被贴上的带有偏见性的身份标签^[3]。2018年是“00后”的成年元年,开启新纪元的“00后”逐步走向社会,也获得媒体和大众越来越多的关注。

2021年7月23日,由于疫情推延一年的第32届奥运会在东京开幕,参加这届奥运会的中国运动员平均年龄仅有25.4岁,其中包括50多名“00后”小将。为期17天的比赛中国代表团14位“00后”运动员先后登上了冠军领奖台,在中国本届奥运金牌得主中占比28%。年龄最小的14岁全红婵在决赛跳台上用3个满分跳24个10分征服了裁判,射落首金的杨倩,举重87公斤以上级冠军李雯雯,跳水小将王宗源,有在队友老将庞伟失误的情况下顶住压力连中靶心的姜冉馨,还有陈芋汐、孙颖莎、杨舒予、张家齐、卢云秀、毕焜、管晨辰……一位位“00后”的硬核表现,一次次成为闪耀全场的焦点,带给观众耳目一新的精彩亮相,他们用实力向世界展现了中国新生代运动员的活力,让世界看到我国青年一代最好的样子,也点燃了更多年轻人为梦想全力以赴的拼搏精神。中国的“00后”正在用他们自己的方式登上世界体育舞台并逐步走向中央,赛场上,他们“初生牛犊不怕虎”,一次次地顽强拼搏、迎难而上,使人感受到竞技体育的魅力;赛场下,他们互相比心碰拳、打闹搞怪,让媒体记录下他们天真烂漫、活力四射的一面,对于“00后”运动员的报道蜂拥而至。值得思考的是,奥运赛场上的“00后”们为何能引起热议?媒体对“00后”运动员报道的主题有哪些?呈现出怎样的报道框架?塑造了怎样的“00后”形象?这些也是本文主要想探究的内容。

（二）研究意义

1. 现实层面

专业运动员是竞技体育的第一要素，也是体育活动的重要构成部分，具有重要的研究价值。改革开放之初，体育运动员通过媒体以学习榜样的形象呈现在公众面前^[4]。随着融媒体时代的到来，竞技体育的受关注程度不断提升，人们可以通过多种方式获取体育新闻、了解体育赛事、认识参赛运动员，媒介也越来越重视对运动员的形象塑造。大众对某一类群体的印象和看法，在一定情况下依赖于媒体所塑造的形象。换句话说，大众媒介影响我们对某一群体的认知。运动员作为体育新闻报道的中心人物和体育精神的灵魂载体，他们的媒介形象不仅影响着体育活动的传播，还作为民族精神的外化物凝结着国人的情感。而奥运会作为各类媒体关注度最高、传播范围最广、话题影响力最大的国际级体育盛事之一，是塑造运动员形象的重要平台。在东京奥运会这场国际级的大型体育赛事中，中国“00后”运动员不仅以竞技中的精彩表现获得广泛关注，更凭借个人特质给公众留下了深刻印象。本研究以“00后”运动员媒介形象为切入点，就体育报道中的运动员形象塑造展开深入探讨，不仅有利于矫正之前人们对“00后”群体的刻板成见，树立积极正面的中国运动员群体形象，还能建构良好的中国体育形象，讲好中国特色体育故事，推进我国体育事业在新时代的进步发展。

2. 理论层面

目前我国学者对报道框架的研究成果多关注于社会公共事件与人物形象的框架建构，针对体育领域的运动员形象建构还存在较大的探索空间。因此，本文试图通过分析以新华社为代表的主流媒体在东京奥运会期间对“00后”运动员的报道主题和报道框架，探讨主流媒体在报道倾向、报道结构、报道角度等方面中呈现出了哪些特点和规律，从新闻传播学角度挖掘主流媒体在报道中对运动员的形象塑造以及背后的深层原因，以此丰富体育新闻框架研究理论，并为运动员群体和代际群体的媒介形象研究提供思考。

二、文献梳理及探讨

（一）关于体育赛事报道框架的研究

传播学先驱李普曼认为，媒体的报道中通常都设有一个或几个特定的新闻报道框架，新闻生产者采用此报道框架对信息进行选择、加工和处理，受众在获取信息的同时，也吸收了其中的报道框架，而且基于这个框架形成了自己对某个事件或某类群体的认识^[5]。新闻报道中的框架通常包含两个层次：一是对新闻材料的选择，包括新闻来源和消息来源两个方面；二是新闻材料的建构，主要指报道对象、报道内容、报道数量、报道版面和主题倾向等的选定^[6]。报道框架一方面反映了社会事件如何被新闻媒体呈现，另一方面也会影响到受众如何主观地解读新闻报道内容^[7]。大型体育赛事作为一种特殊的文化活动，由于其社会影响力大、辐射覆盖面广，因此它的顺利开展不仅可以为国家塑造良好的形象，提升政府的公信力，还能为举办地的经济、文化和政治的发展增添活力，提升当地的声誉度和关注度，营造良好的社会氛围，丰富广大人民群众的精神文化生活^[8]。框架理论的引入，也为大型体育赛事的新闻报道研究也提供了新的观察视角。

通过梳理文献发现，国内关于大型体育赛事的报道框架研究大多以框架理论为支撑，以具体案例为切入口建构框架体系，在此基础上对报道内容开展进一步量化分析。一方面有从纵向的角度总结某一传统媒体的报道框架和议程设置，如雷霆通过分析《人民日报》（1980-2018）冬奥会报道的结构框架和文本框架，总结出我国主流媒体在重大体育赛事报道中利用“以小见大”的叙事选题、“寓政于体”的话语表达路径，为受众呈现了一个政治包容、民族团结、以人为本的大国形象^[9]。李吴言以《体坛周报》（2010-2018）中国男足世界杯预选赛新闻报道为考察对象，研究该报在世界杯预选赛中的新闻报道主题、结构、和话语等框架内容^[10]。另一方面是从横向对多家传统媒体的报道情况进行研究，费郁红等人对《人民日报》《中国体育报》《体坛周报》《广州日报》四家报纸的2008年奥运报道框架进行综合研究发现：我国主流报纸在报道主题上采用了多样性框架，在报道项目上采用了宽泛性框架，本土化框架在报道角度上占绝对主导地位^[11]。李芳等人从主题、结构和话语三个层次对三家国内纸媒上对于第十一届全运会的报道进行分析，通过对报道主题、报道版面、图式结构、报道视角和报道倾向性等10个维度展开研究，提出削弱“金牌至上”的报道框架，建构非赛事议题和互动框架，多采用宽泛性报道框架，消解失衡报道框架等优化大型体育赛事的纸媒传播策略^[12]。

除此之外,一些学者将目光投向外国媒体对大型赛事报道框架的定量研究以及国内外媒体对大型赛事报道框架的对比研究。刘蓓从新闻框架理论的角度出发,总结出中国英文报纸《China Daily》冬奥会新闻报道中表现出的新闻框架特征及话语建构情况,并就出现的问题提出例如政府相关部门要加大积极干预力度、媒体要重视新闻评论、拓宽冬奥会报道领域等对应的建议^[13]。于娟娟以《纽约时报》和《泰晤士报》与2006年都灵冬奥会、2010年温哥华冬奥会、2014年索契冬奥会期间相关的848篇报道文本为研究对象,分析西方主流报纸对冬奥会的报道框架及其建构的媒介形象,通过探究新闻框架内各元素及数据变量间的关系,揭示了西方媒体冬奥会新闻框架背后的博弈与平衡^[14]。刘朝霞从报道角度、报道项目、报道内容和报道重点等四个方面对《纽约时报》和《人民日报》2008年北京奥运会的报道进行了比较研究,提出媒体应秉持着“以人为本”的报道理念,重视对背景的报道力度,建构更加国际化的宽泛性报道框架^[15]。贺天慧对《东京体育报》和《体坛周报》在里约奥运会期间的新闻报道展开比较研究,从两报的报道总量、版面语言以及报道主题等方面进行三个层次的框架研究,分析比较了两报各自的框架特征,并在借鉴国外媒体报道经验的基础上,提出我国纸媒可以强化对标题版面的视觉设计,加强运用报道主体的背景资料来适应读者的需求^[16]。

综上所述,目前国内关于体育赛事的报道框架研究主要聚集在两个方面:一是对国内媒体的报道框架的探究,主要从横纵两个方向开展:横向研究多从媒体对某一典型体育事件或现象的报道切入,剖析报道的特点及逻辑架构,进而探讨报道中存在的价值和问题;纵向研究侧重对某一媒体对体育赛事的历时性报道分析,多为反思性嬗变研究。二是对国内外媒体报道框架的比较研究,通过比较分析中外媒体对大型赛事新闻报道的差异,反思中国媒体国际化传播的路径。

(二) 关于运动员形象建构的研究

“媒介形象”一词伴随着电视媒介的发明和普及而出现,最早对“媒介形象”展开的研究可以追溯到20世纪60年代初期约瑟夫·特雷纳曼(Joseph Trenaman)和丹尼斯·麦奎尔(Denis McGuire)等人开展的关于电视媒体中政治人物的媒介形象传播研究,通过分析当时的保守党和工党的形象特点,证实了在大众媒介中确实存在着组织群体的公共形象,并且指出此媒介形象虽然在短时间内对该群体的社会活动不会产生决定性的作用,但从长远来看依然存在一定的影响力^[17]。西方学者对媒介形象的研究对象聚焦于黑人、难民、女性、小孩等涉及阶级和种族问题的弱势群体,研究内容大多与特殊时期内

政治、经济、文化权力的联系较为紧密。相较之下,国内关于媒介形象的研究起步比西方略晚,但已经取得了较为丰富的成果,研究范围主要覆盖了文学、哲学、社会学、传播学等众多领域,研究对象涉及国家形象、媒体组织、大学生、农民工、女性群体等社会各类主体和特定群体。

运动员作为大型赛事的关键人物,媒介对于其形象的建构不但能揭示他们展现的体育效应,还能反映某类媒体对运动员的隐含态度。国内对于运动员形象的研究主体集中在媒体对女性运动员及公共性事件中代表性运动员的报道分析,较多使用量化研究与质性分析相结合的方法。运动员媒介形象作为一种特殊的媒介形象,成为一个时代的镜像,通过各类大型赛事中的成功表现,运动员媒介形象的成功塑造与传播对于每个历史阶段的社会认同、大众体育文化生态都意义非凡^[18]。张钢花等人以网球运动员李娜的争议性形象出发,在梳理媒体对其争议性的报道议题和报道过程的基础上,归纳出体育明星争议性形象背后的名声机制和冲突模式,认为可以借助此形象来应对出现的各类社会问题^[19]。何丰通过对《中国体育报》和腾讯体育(2003-2016)不同阶段关于邹市明的报道内容进行研究,分析其媒介形象对中国拳击运动、体育产业发展以及青少年成长等方面带来的社会影响,从而建构出邹市明较为完整立体的媒介形象^[20]。

20世纪80年代以来,女性与体育问题逐渐引起关注,女性运动员的形象建构也成为了学界研究的又一重点。李雪贝通过对《人民日报》1980—2018年共11届冬奥会涉及女性运动员的相关报道进行梳理分析,认为女性运动员的媒介形象在一定条件下可以折射出社会主流意识对女性的态度和认识。随着时代的进步,媒体所呈现的女性运动员形象更加多元化,在报道主题上,女性运动员在运动场上个人价值的实现也在一定程度上得到了肯定^[21]。黄婷等人通过对里约奥运会女性运动员媒介报道中的倾向性和影响因素进行分析,认为运动员的仪容仪表、成长背景、性格特征和媒体的自主规避都是影响女性运动员媒介呈现的因素。目前,媒介对女性运动员的报道存在视觉化、商品化和符号化等多元异化的发展趋向,亟需建立新的女性媒介话语生产机制,引导受众树立正确的性格观念^[22]。

据此,可以看出不少研究者通过媒体对运动员的形象呈现开展了具体分析,进而延伸至媒体背后所要传递的具体内涵意义,但尚未有学者将“00后”这一群体从运动员身份来进行宏观层面的考量。同时“00后”运动员也是代际群体的一个部分,代际群体运动员的媒介状态,也是社会对“00后”这一群体态度的一个缩影。为此,本文试图通过对媒体关于“00后”运动员的报道框架分析和媒介形象分析,可以更加直观地管窥到社

会主流媒体对新一代年轻群体的态度变化。

（三）关于“00后”的研究

1. “00后”群体的研究现状

在 CNKI 数据库中对“00后”进行主题检索,共得到文献 1985 篇,通过梳理发现目前学术界对于“00后”的研究主要从两个方向展开:一方面是对“00后”的价值观念、行为方式等群体特征进行归因性及策略性的分析。“00后”的成长伴随着互联网发展与经济高速增长,在受中国传统文化和社会主义核心价值观影响的同时,也在创造着体现其自身特点的青年价值观,呈现出“传统权威意识渐趋淡化,明星偶像成为崇拜对象”等鲜明的群体独特性,而这些特性可能会萌生出新文化的因素,最终将反作用于社会主流价值结构^[23]。张睿等人通过调查发现“00后”大学生在思想认知和行为倾向上呈现出认同与区隔相互交织的戏剧性社交行为,注重政治型与研究型并存的情感消费的新特征^[24]。另一方面是对“00后”的思想政治教育与引导策略研究。由于“00后”大学生具有个性独立、表达鲜明等特点,因此要帮助“00后”的成长树立正确的德育目标,设置科学的高校德育考评体系,拓宽高校德育工作方式,重视网络道德培养,丰富高校德育内涵^[25]。新媒体能够增强“00后”大学生思想政治教育的亲和力与实效性,拓宽思想政治教育的实践思路与研究平台,提高思想政治教育主客体的认同度与信任度^[26]。

2. “00后”群体媒介形象的研究现状

以“00后”和“媒介形象”为主题在 CNKI 上交叉搜索,发现关于“00后”群体媒介形象的研究集中在三方面。一是以某一代表性媒体的报道为样本,分析“00后”媒介形象的呈现。文希选取《中国青年报》标题中有关“00后”的新闻,对报道文本中的议题设置和媒介形象塑造进行分析,发现虽然对“00后”报道议题的覆盖面比较广泛,但学习和公益的相关议题在所有研究样本中占比较大,在报道上具有明显的倾向性^[27]。王玉玺对《中国青年报》2010年至2020年间的“00后”报道进行分析,发现关于“00后”议题包括学习教育、社会实践、生活消费、文化传播、社会评价等诸多角度,主流媒体对议题的选择具有较为突出的现实特点^[28]。李丹滢对《中国青年报》和《新京报》两家媒体涉及“00后”的新闻报道从报道议题、报道方式和报道倾向进行了比较分析^[29]。二是对“00后”中具有特殊身份群体的媒介形象塑造进行探讨,挖掘其独特的

价值。刘安安以 TFBOYS（中国内地男子组合）作为典型代表的“00后”明星的媒介形象为研究对象，探讨其对我国经济社会发展、媒介伦理建设、受众价值导向等方面的重要影响，以及对发挥明星的榜样模范作用，引导青少年树立正确的偶像观和人生观等方面起到的作用^[30]。三是社会对“00后”刻板印象建构的归因分析。孙海龙通过从归因视角和文化角度分析“00后”媒介形象与认知之间的关系，提出应进行多方归因，避免单一归因带来的“00后”形象认知偏差。媒体从业者在进行相关报道时，谨慎贴“00后”标签，避免给公众造成“晕轮效应”，将新闻中的负面行为以偏概全，归为是“00后”群体的整体行为^[31]。王玉香将“00后”不走寻常路的主要原因归于多元化的观念交织并存、社会刻板印象的持续冲击、传统青少年观受质疑等，提出要从青少年本体的角度支持他们个性化的发展^[32]。

综上所述，现有对某一群体的媒介形象建构的研究大多以选取某一媒体的报道，结合哲学、政治学、社会学、新闻传播学等多学科、多领域的理论知识进行比较分析或综合分析。随着传媒时代的变迁和媒介技术的发展，我国对媒介形象的研究视角越来越多元化，研究路径不断被拓宽，研究理论得到更深入地挖掘，为本文的开展提供了宝贵的借鉴。运动员媒介形象的研究也成为近几年来体育学与传播学界关注的重点。体育运动员媒介形象所带来的社会文化影响是一种说不清的抽象存在，既可能成为一个时代的典型象征，也可能作为国家与民族的精神代表，其形象的存在某种意义上本就是一种文化产品^[33]。可以发现，现阶段缺少专门针对“00后”运动员群体媒介形象塑造的研究，鉴于此，本文以新华社在东京奥运会期间对“00后”报道为例，探究媒体对“00后”运动员报道的主要议题，以及报道中的内在框架，从而分析媒体塑造了什么样的“00后”形象，使其为提升我国体育形象，促进体育新闻传播发展提供新思路。

三、研究设计

（一）研究问题

东京奥运会是新华社在 2019 年成为国际奥委会认可的国际通讯社后，首次全面参与报道的奥运会，共派出 133 名记者、编辑和技术人员奔赴东京。在比赛期间，新华社东京奥运会团队用多种方式将奥运场内外的许多激动瞬间和精彩片段记录下来，相关报道内容具有较大研究价值。因此，本文拟以新华社对“00 后”运动员在东京奥运会期间的阶段性新闻报道作为研究对象。东京奥运会的举办时间为 2021 年 7 月 23 日—2021 年 8 月 8 日，2021 年 8 月 24 日—2021 年 9 月 5 日为东京残奥会的比赛时间，另外由于存在赛前准备期和赛后回顾期的报道，为了尽可能全面地收集相关数据，提升研究结果的准确性与全面性，本研究选取时间最终限定在 2021 年 7 月 15 日 00:00—2021 年 9 月 15 日 23:59，获取新华社关于“00 后”的报道共 625 篇。将围绕以下几个问题进行研究阐述。

Q1：东京奥运会期间，媒体对“00 后”运动员的报道主题主要有哪些？

Q2：关于“00 后”运动员的报道呈现出怎样的框架？

Q3：媒体塑造了什么样的“00 后”运动员形象？

在对上述问题探讨的基础上，为媒体塑造运动员群体和代际群体的媒介形象建构提出反思。

（二）研究方法

1. 文献资料法

在湖北省图书馆、校图书馆、中国知网、维普期刊文献网、SpecialSci 等各类文献机构和数据库中查阅与本选题有关的中外文献资料，对搜集到的各类资料进行汇总、研读、梳理和评述，了解环境传播和冬奥会报道的相关研究进展和研究成果。通过新华网获取相关报道，参考已有的关于媒介形象塑造和冬奥会报道分析等方面的研究文献。总结归纳出在东京奥运会期间关于“00 后”报道的研究情况，形成对本研究所要探讨问题的基本认识，为之后的分析提供借鉴与支撑。

2. 词频分析法

词频分析是一种基于文本的定量分析方法，常用于描述或预测事物发展趋势，辨别事物之间的关联性，词频的波动与社会现象之间存在着内在的联系，某种社会现象的出现会引起相应词频的波动现象^[34]。现实事件会在大众媒体上引起迅速地传播发酵，对应生产的报道会呈现一定规律的词频波动，因此在新闻传播领域内可以借助词频分析探究不同媒体平台的价值取向、舆论走向等问题。通过分析报道数据中的高频词，能够反映出媒体对于某一事件或者某一群体的整体态度、观点和立场，从而可以更加直观地了解媒体报道的主题有哪些，可以更有针对性地就媒介塑造形象提出建议。为了更加形象生动的展示分析结果，本文辅以词云（word cloud）这种可视化的方式可以更加清晰直观地展示关键词的分析结果。词云分析就是通过可视化的方法来展示文本当中词语的重要性，这种重要性衡量标准是依据 TF-IDF 算法的计算结果。TF-IDF 算法，是文本挖掘中常用的加权技术，用来评估一字或一个词对于一个语料中的重要程度^[35]。本文拟以新华社在东京奥运会举办期间对“00 后”运动员报道内容为研究数据，借助可视化软件对与“00 后”运动员报道的高频词进行分析，探讨主流媒体为“00 后”运动员塑造了怎样的媒介形象。

3. 框架分析法

“框架”既是一种理论，亦可以作为一种研究方法，在社会学、新闻传播学等相关领域广泛使用。“框架”作为考察人的认知与传播行为的学术概念，最早出现在心理学家贝特森在 1955 年发表的《一项关于戏剧与幻想的理论》一文中，他认为，任何一种传播活动都在传递着由三个元素构成的信息组合：感官刺激的符号、该符号的指代和区别性指代，以及传受双方围绕该符号产生互动行为的规则^[36]。美国社会学家戈夫曼在其著作《Frame analysis: An essay on the organization of experience》中对“框架”一词作出了这样的定义：指的是大众用来认识和阐释外在客观世界的认知结构，人们对现实生活经验的归纳、结构与阐释都依赖一定的框架，而框架让人们能够定位、感知、理解、归纳众多具体信息^[37]。20 世纪 80 年代，框架理论逐渐被引入社会人文领域，潘忠党等人提出：媒介框架就是符号工作者长期组织言说的过程，长期以后形成固定的认知、解释与呈现形态，以选择、强调、以及排除^[38]。之后还出现了梵·迪克的“批判论述”、甘姆森的“诠释包裹”、坦克德的“框架清单”以及潘忠党和克思基的“论述结构”等框

架分析的四种研究路径^[39]，媒介框架是不可言说的和超越认知的，为新闻记者和依赖于新闻报道的大众建构了世界^[40]。总的来说，框架理论主要被运用于传播学研究的三个领域：新闻生产、媒介内容和媒介效果。由于本文研究的重点是“00后”运动员的媒介形象塑造，并且是以主流媒体的新闻报道文本为研究样本，因此在研究理论主要借鉴的是框架理论，特别是新闻框架理论，并且主要从第二个层面——媒介内容切入进行分析。

报道框架存在于传播过程中，并在传受双方间互相传递，文本是框架的介质，文化是框架的背景^[41]。臧国仁在《新闻报道与真实建构：新闻框架的理论观点》一书中从三个层次对媒介框架的内在结构作出较为明确的区分，即高层结构、中层结构和低层结构。框架的高层次结构通常是对某一新闻事件主题的界定，在新闻框架中高层结构主要反映的是事件的意义和主题，主要是通过标题、导言表现出来；框架的中层次结构主要由事件本身、背景、成因、结果、影响、评价等环节构成；框架的低层次结构是指框架在微观层面借助语言或符号包括字、词等组合而成的修辞与风格，具体体现在新闻报道中的词汇以及话语种类、情感倾向等方面^[42]。本文根据臧国仁的框架理论，结合DivoMiner在线平台的计算机辅助挖掘完成新华社在冬奥会期间对“00后”运动员报道文本的编码工作，明确关于“00后”运动员新闻报道的形成过程，在此基础上从高层框架、中层框架和低层框架三方面分析新华社中对“00后”报道的框架建构情况，试图揭示媒体效果与意图。

（三）研究过程

1. 研究思路

本文以新华社在东京奥运会期间对“00后”的相关报道为研究对象。新华社不仅是中国政府官方的国家级通讯社，也是世界性通讯社，目前已经建立了覆盖世界各国的新闻资讯采集网络，建立了完备的新闻发布体系，在海外媒体主要社交媒体平台为全球各类用户提供文字、图片、音频、视频等各种新闻产品，不断提升国际报道效果，积极打造“网上通讯社”，全面加强对外传播能力建设，充分发挥宣传主力军和主阵地的作用，在国际上也具有一定的知名度。

其中，由新华社牵头主管的新华网（xinhuanet.com）是中国主流媒体的新闻网站，记者分布在世界的100多个国家和地区，地方频道分布全国31个省市自治区，每天24小时同时使用6种语言滚动发稿，权威、准确、及时地为人们播发国内外重要新闻和重大突

发事件,受众覆盖 200 多个国家和地区,每日浏览量达到 1.2 亿,既是国内首家获得 AAA 级信用认证的网络媒体^[43],是中国最知名的综合性新闻信息服务平台之一。

因此,基于设定好的检索条件,在新华网高级搜索中设定奥运会、00 后的通用关键词与时间范围,利用关键词获取正文中含有“00 后”信息的新闻报道 625 篇。考虑到研究样本总量个数不多,因此本文选择采用总体取样法,抽样是指从组成总体的元素中抽取一部分,由这部分元素组成一个新子集的过程,而总体抽样即样本等同于整体。将 625 篇报道以 Excel 的形式导入 DivoMiner 数据库中,建立新华社有关东京奥运会报道的文本数据库。为了降低平台选择带来的误差,研究员设定研究问题(主题是否相关、内容是否重复、报道对象是否一致等)由编码员进行人工筛选出由新华社发布的报道并剔除与“00 后”主体无关的报道,进一步提高数据相关性,提升目标数据覆盖度,最终得到 112 篇完全符合研究目标的新闻报道。在数据筛选处理结束后,研究员和三位编码员召开会议,汇总编码员对东京奥运会报道文本的筛选情况,随后一起商量讨论文本编码所需要设定的类目内容,制定编码簿。研究员根据编码簿建立类目并制定统一的编码手册,三位编码员在学习了平台的技术操作方法后,完成信度测试并进入后续的编码工作。

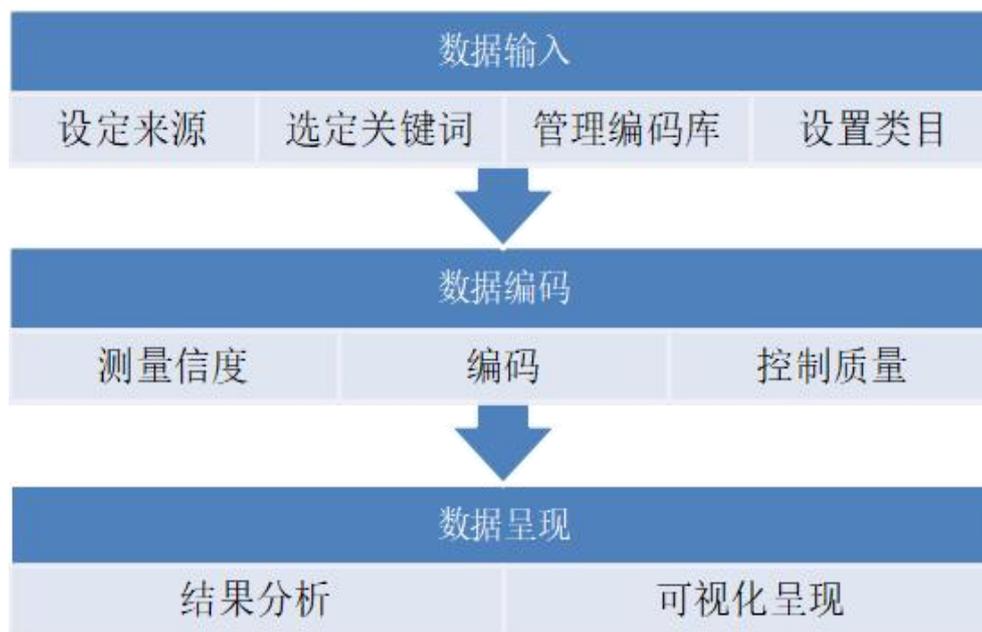


图 3-1 DivoMiner 平台的操作流程

如图 3-1 的操作流程所示,本研究通过 DivoMiner 平台设定“00 后”运动员的研究话题,采用机器辅助人工编码的方式对筛选的报道文本进行类目管理、信度测试及分类统计,为后期对报道文本的框架分析准备了完整的编码数据,帮助编码员可以高效地完成编码工作。随后在此数据平台直接生成词云图及统计图表,为接下来的研究提供相应

的数据。在此基础上，通过对数据结果和重点报道进行人工分析和质性解读，归纳总结媒体对“00后”运动员形象建构及报道框架。具体研究思路如下：

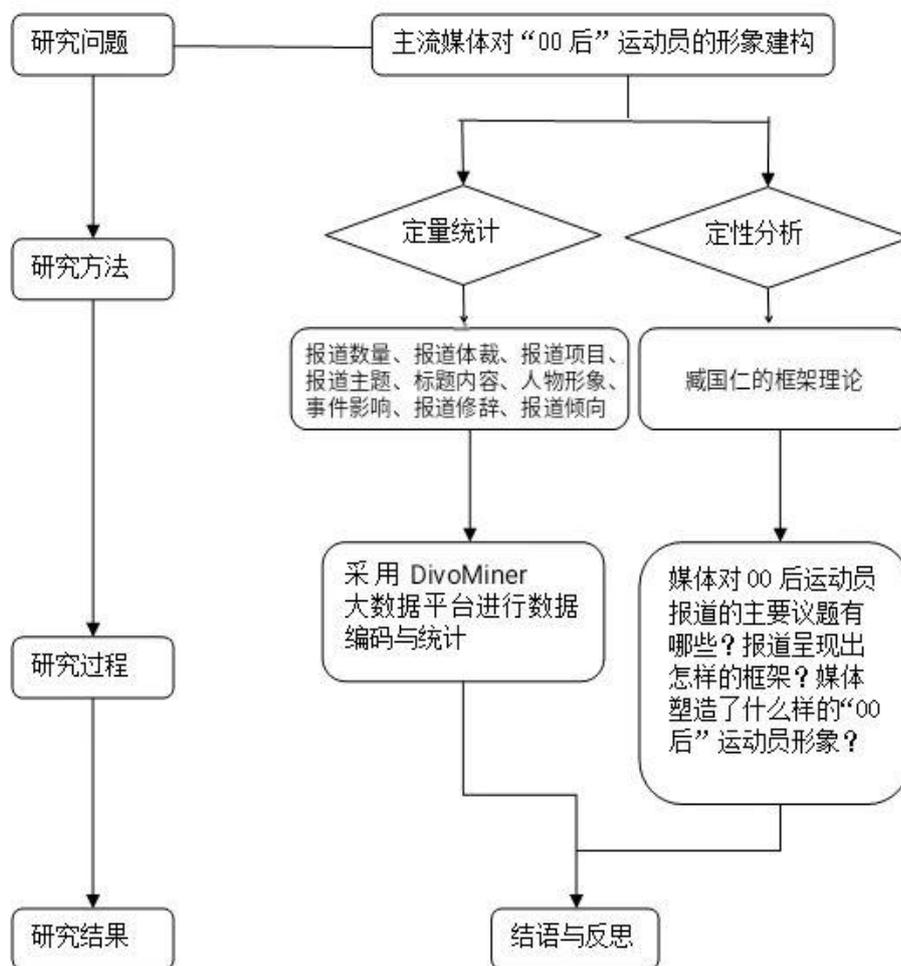


图 3-2 研究思路

2. 类目建构

在对文本进行分析之前，为了能够将大量的数据转化成精确、客观的直观资料，以便后期的量化呈现，需要建构类目。为研究“00后”运动员是如何被媒体组织与诠释，本研究借助 DivoMiner 平台对新华社在东京奥运会期间中对“00后”运动员的相关新闻报道文本进行类目建构，以初次筛选时编码员对数据库内的 625 条报道所归纳、反馈的信息为基础，依据臧国仁对新闻框架高、中、低三个层次的界定，即框架的高层次结构是对事件主题的界定，以标题、导语等形式出现，框架的中层次囊括事件、历史、结果、

影响等，框架的低层次结构由字词、话语组成，以此来作为三层次研究设计的理论依据。结合本文所研究的“00后”群体的特质，根据本文研究的需求，结合臧国仁对新闻文本的研究和实际报道的内容，建立囊括报道数量、报道体裁、报道项目、报道主题、标题内容、人物形象、事件影响、报道修辞和报道倾向等九大变量类目，以下为具体指标：

(1) 报道数量：主要是衡量不同阶段对于某一事件的关注程度。在收集、整理数据之后，能够清晰明了地知道媒体在东京奥运会中对于“00后”运动员的关注程度。

(2) 报道体裁：即新闻文本报道的主要形式，也是报道内容与呈现方式相配合的报道样式的统称。主要分为消息、特写、评论和通讯。

(3) 报道项目：即新闻报道涉及的竞技项目类型，是反映体育发展力量的重要部分。主要分为乒乓球、羽毛球、射击、举重、跳水、体操、篮球和其他。

(4) 报道主题：是指报道的中心思想与选取角度，也是贯穿全文的主导线索。针对运动员个人形象的塑造过程，将新闻主题划分成：比赛现场回顾、运动员介绍、场外花絮、人物效应等。

(5) 标题内容：标题在新闻报道中起着导向和提示作用，容易激发读者的阅读兴趣。根据文本内容与和运动员形象的相关性分为运动员介绍、运动员赛场表现、运动员责任、运动员获奖、运动员落选等五个指标。

(6) 人物形象：新闻报道通过文本内容对新闻人物在不同场景中的描写塑造其人物形象。主要涉及运动员外貌、运动员言谈、运动员行为等来反映人物性格，塑造人物形象。

(7) 事件影响：通过新闻报道的事件会对运动员形象的建构产生带动效应，并引起广大受众的关注。按照事件影响的性质主要分为政治因素、经济因素、文化因素、社会因素这四个指标。

(8) 报道修辞：新闻本质上是一种叙事，新闻框架则是通过叙事和修辞来进行的。对应臧国仁的框架理论的低层次结构，在新闻文本的微观层次中新闻的叙述框架可被解释为一组特殊的短句、暗喻、标语或视觉影像^[44]。将报道修辞主要分为：比喻、拟人、比拟、排比、借代、对偶和其他。

(9) 报道倾向：指的是媒体的报道视角，可以反映报道的观点与情感立场。这种倾向可能会直接影响传播效果，引起受众的心理认同感或是抵抗欲。通常而言，倾向性可划分成：负面、正面以及中立。

3. 信度检验

在正式独立编码前,研究员参考和整理相关研究文献,并阅读了大量新闻报道文本,归纳出编码类目的选项,制定了相应的“00后”媒介形象的编码簿,对编码员进行了统一的编码技术培训工作。参与编码的三位人员均是新闻传播类的硕士研究生,且专业基础扎实,能够独立识别新闻报道的文本内容。为降低在判断过程中的主观随意性概率,还对编码人员进行了信度检验,并在这个阶段反复调整和优化编码簿。在 DivoMiner 数据平台的编码库上由机器随机抽取 15%的研究样本导入到测试库进行信度检验,三位编码员在数据平台上分别完成了编码员信度测试和编码簿的确认工作。根据霍尔斯特指数公式,三位编码员信度检验的复合信度结果均达到 0.9 以上,符合内容分析所要求的 0.8 以上。

四、东京奥运会中国“00后”运动员的报道框架分析

（一）东京奥运会中国“00后”运动员报道的总体情况

1. 报道数量

从2021年7月15日00:00—2021年9月15日23:59,选取新华社在东京奥运会期间关于“00后”运动员的有效样本112篇,平均每天报道两篇,体现出较高关注度。报道数量(图4-1)整体呈现出两端低、中间高的变化趋势,表明对“00后”运动员的报道在东京奥运会开幕之初鲜有提及,逐渐攀升于赛前前景预测报道中,报道高峰出现在中国首金产生之日及赛事进行时,在东京奥运会闭幕式后报道数量回落。

其中,“00后”第一次被提到是2021年7月15日发布在新华社的一篇题为《直面挑战决战东京》特稿中,对中国代表团在多个项目上面临的挑战和筹备的情况进行预测性的前景分析,“在乒乓球女单项目上,世界杯冠军陈梦和‘00后’小将孙颖莎携手出征”对人员安排做了介绍说明,“中国射击队期待在赛场上用‘青春风暴’实现触底反弹。”用“青春风暴”比喻占射击队人数三分之一的“00后”,并对这些奥运新星的表现予以关注,特别是以选拔赛第一名身份入选的杨倩、姜冉馨、张常鸿等人。由于这些出生在千禧年后的小将多是第一次参加正式的国际比赛,更是第一次参加奥运会,因而会引起了国内媒体和公众的特别关注和特殊期待。

在奥运会开赛首日,杨倩在女子10米气步枪决赛上为中国代表团摘得首金。从拿下奥运首金,再到成为中国射击队首个单届奥运双冠王只有短短3天的时间,年仅21岁的杨倩就成为国内家喻户晓的体坛新星,媒体对“00后”的报道数量也达到了第一个小高峰,体现出“00后”夺得首金的新闻价值。随着比赛的开展,“00后”运动员在多个项目上崭露头角并接连取得佳绩,媒体对其报道也随之显著增加,在8月2日前后一周的报道数量就达到40条,占样本总量的35%,这也说明媒体对“00后”运动员的关注度与其获奖的情况两者存在一定的正相关。此外,由于“00后”运动员的突出表现,奥运会结束之后,观众的热情并不会立即消退,反而还会持续一段较长的时间。新华社对其相关报并未在8月8日东京奥运会闭幕后中道而止,而是仍进行予以持续报道,在闭幕后一周内(8月9日-8月16日)报道20篇,仍保持平均每天两篇的报道量。由此可见,新华社将“00后”运动员放在报道中较为重要的位置并给予持续关注,受到关注的运动员便会进一步扩大影响力。

报道数量趋势变化

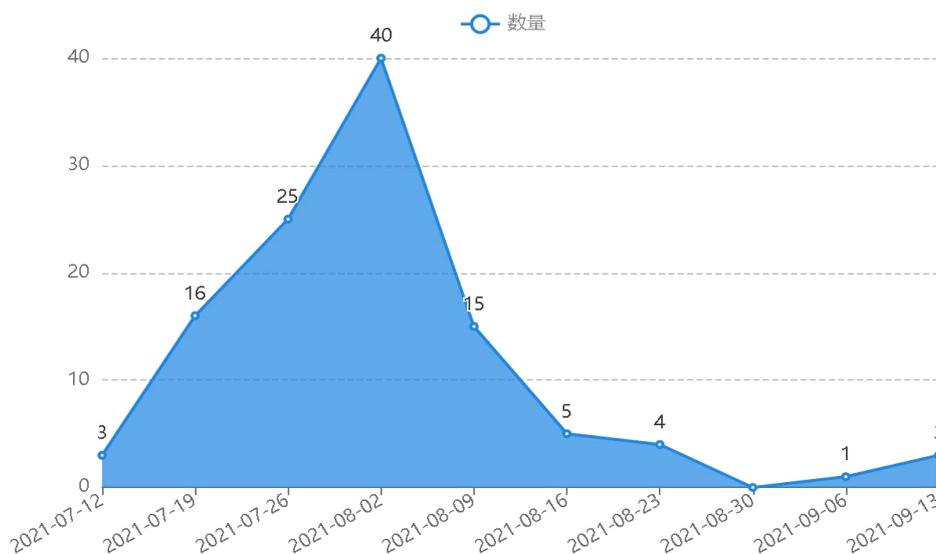


图 4-1 新华社关于“00后”运动员报道的数量趋势变化情况

2. 报道体裁

报道体裁是指新闻作品规范化的基本类别和报道样式。目前新闻体裁的分类多样，还没有定论的分法。一般分为消息、通讯、评论、摄影和漫画等五类，也有将深度报道、特写和调查报告与上述并列，分为八类^[45]。根据新华社关于“00后”运动员的112篇相关报道，就报道体裁而论，主要分为消息、特写、评论、通讯这四大类。从表4-1中可以看出，在各体裁中，通讯以36篇为最多，占比32.14%，评论次之（30篇），其次依次为特写（30篇）和消息（12篇）。

表 4-1 新华社关于“00后”运动员的报道体裁情况

报道体裁	数量	百分比
通讯	36	32.14%
评论	34	30.36%
特写	30	26.79%
消息	12	10.71%
总计	112	100.00%

“通讯”主要指赛后对比赛情况的详细报道和对运动员或教练员的人物报道。值得注意的是，针对比赛的通讯多是“00后”运动员取得某一参赛项目的较好成绩之后，且

通过标题即可管窥出媒体意欲塑造的“00后”运动员形象和传播的意识形态——唤起受众对“00后”的注意，例如《中国“00后”枪手杨倩拼下东京奥运会首金》《年轻枪手打天下 16岁中国小伙夺银牌》《山西“00后”小将李政摘得跳水男子个人全能铜牌》等，通过对“00后”小将比赛现场过程的报道，让受众更为真切直观地了解到作为运动员的“00后”在比赛中的表现情况。此外，还有专门针对“00后”运动员的人物通讯报道，如在8月7日的题为《一骑绝尘的背后——记女子双人划艇500米奥运冠军徐诗晓/孙梦》报道中对2001年出生的孙梦雅的专业训练、家庭状况、备战奥运等进行介绍，为受众塑造了更为全面的小将形象，也拉近了受众与“00后”的距离。在《东京奥运会演绎“老兵传奇”》一文中，从东京奥运会上“00后”的“初生牛犊”摘金夺银、称霸赛场，引出与时间双重抗衡的老将们，新老运动员都是用拼搏、热爱和坚持铸就他们人生的丰碑，记录着奥林匹克的辉煌和薪火相传的奥运精神。

在34篇评论中，宣扬“更高、更快、更强、更团结”的奥运理念是主旋律，传承体育精神是总基调。在《新华网评：看我中国少年，未来可期！》一文中提到“年轻运动员被当做新时代的体育偶像，他们向全世界展示了中国奥运健儿的实力与风采。”将新一代的体育运动员明星化，塑造其榜样形象。“中国的‘00后’，既有着平视世界的底气，还有着‘初生牛犊不怕虎’的勇气，更有着从前辈那里传承下来的骨气。他们将不断成长，一步步走向‘无穷大’的未来，书写更多属于新一代人的青春精彩。”三个排比句的使用增强了气势，同时也可以看出新华社以代际框架为依托，借由“00后”运动员传播意识形态是官方媒体报道的出发点。在30篇特写文章以人物特写为主，在8月6日的题为《全球连线 | 金牌“00后”》报道中，运用童真烂漫、稚气未脱、初露峥嵘、一战封神等一系列词形容中国军团的金牌“00后”，为“00后”群体塑造了青涩、自信、坚定、沉稳、矫健的形象。

由此可以看出，新华社关于“00后”运动员的报道运用了多种报道体裁，这一方面使得“00后”运动员的媒介形象得以多视角、全方位、立体化地完整呈现，另一方面体现出媒体对于“00后”运动员在东京奥运会上的表现予以重视。其中，“评论”体裁占三成，体现出新华社借“00后”运动员的表现实现传递感情、发表议论、引导舆论的报道意图。消息中直接引语的运用，一方面增强了文章的现场感，为受众营造出赛场内外的真实氛围，另一方面也使得报道的内容更加可信可感。

3. 报道项目

奥林匹克运动的发展是随着时代的进步不断调整与完善的,在这期间也经历着运动项目的改革与变化,在东京奥运会中共设有 33 个大项、339 个小项,还新增加了滑板、冲浪、攀岩、空手道和棒垒球 5 个项目。中国代表团派出 431 名运动员参与 3 个大项和 225 个小项的比赛。统计新华社关于“00 后”运动员报道项目,不仅可以看出其在运动项目这一报道框架的宽泛度,还可以体现媒体对不同项目的关注程度,对今后的相关报道有一定的借鉴作用。

本文主要以乒乓球、射击、体操、跳水、举重等中国传统优势项目进行统计分析,可以发现射击、跳水是“00 后”报道量较多的项目,分别占比 26.6%和 20.74%(图 4-2)。一方面是由于人体的承受能力和健康方面的风险,大部分运动项目对年龄是有限制规定的,参赛的中国运动员整体平均年龄只有 25.4 岁,其中游泳队一半以上队员都是“00 后”;另一方面是因为中国首金由 2000 年 7 月出生的杨倩获得,中国射击队以 11 枚奖牌创造奥运参赛史上的奖牌数纪录,其中 4 枚金牌是由“00 后”运动员的获得;还有作为此届奥运会中国体育代表团中年龄最小的全红婵(2007 年 3 月出生)在跳水女子 10 米台决赛上以三跳满分的优秀成绩震惊全场,跳水等热门项目的比赛情况受到国内外媒体和受众的广泛关注。例如,在 8 月 8 日的一篇题为《为祖国争光,为奥运增辉》报道中,提到“跳水、举重、乒乓球、射击、体操、羽毛球组成中国军团的六大项目。在东京,仅这六个项目就共获得 27 枚金牌,现已超过了里约奥运会的 26 枚金牌。”对优势项目的夺金情况进行总结,可以看出成绩依旧是影响报道项目的重要因素。例如,媒体将“配得上‘梦之队的’所谓的跳水、举重和乒乓球这三支队伍”的理由是“有他们参加的比赛均只丢了一枚金牌。”

比较之下,受“00 后”在奥运会上取得成绩的影响,媒体更多地聚焦于本国选手的获奖项目,在整体报道中更加偏重对取得更好成绩的项目的报道,而较少对其他冷门参赛项目的均衡报道。这也在一定程度上表明了媒体在项目报道框架上存在报道不均衡的问题,没能为受众构建起一个关于“00 后”后参加各个项目的整体框架。从另一个角度看,这样的报道框架会减弱媒体对其他项目发展的推广,也影响受众对“00 后”参与的其他运动项目进行更加全面地了解,在一定程度上造成了报道框架的失衡。

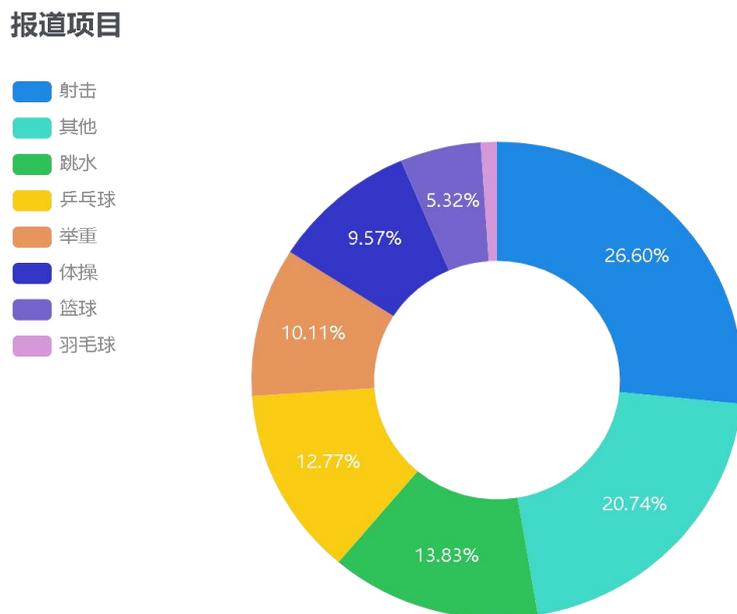


图 4-2 新华社关于“00后”运动员报道项目分布

（二）东京奥运会中国“00后”运动员报道的高层框架分析

1. 报道主题

臧国仁在《新闻报道与真实建构：新闻框架理论的观点》一文中提到，高层次框架是指“事件的抽象意义，是对某一事件主题的界定”，即说明这是一件什么事，通常以特定的形式出现^[46]。结合本文的研究问题，将关于“00后”运动员的新闻报道主题的结构框架分为个人梦想、家国情怀和社会责任这三大类。

从图 4-3 中可以看出，新华社关于“00后”运动员的新闻报道主题中，强调运动员个人梦想占了最大的比重，占比为 44.92%。媒体在涉及东京奥运会中国“00后”报道的中，除了关注他们参加的赛事本身，及时准确地向受众传达在比赛日内运动员进行了哪些比赛项目、参与赛事的比赛现场进展情况、所取得的成绩等赛事动态作为报道的重要部分之外，还侧重于通过对运动员个人的生长阅历、生活环境、训练过程等人物背景的介绍来反映他们一直追寻的梦想，背景资料是在一条新闻中对新闻元素能够起到阐释、说明作用的内容^[47]，可以让受众更加全面、深入地了解运动员个人独有的品性和价值追求，年轻运动员们在追逐自己梦想的过程中拥有了愈加自我的展现方式：小黄鸭发卡、辰式亲吻、雯雯比心……还有那些不经意间说出的“凡尔赛”回答都让人忍俊不禁，这也恰恰正是芳华青春的最美好的姿态。对喜欢运动、热爱体育的运动员来说，奥运会

赛场是一个逐梦的舞台，一代又一代的年轻人奋勇向前，挥洒汗水，“奥运梦想”化作代际运动员之间联系的纽带，引领年轻运动员再次成就奥运辉煌，创造奥运传奇。登上奥运会最高领奖台，是每一个运动员的体育梦想，虽然有些选手可能与奖牌失之交臂，但他们不断超越自我、无限接近梦想的过程，本来就值得让人敬佩。新时代的中国体育，承载着国家强盛、民族振兴的梦想，而体育理想成为架起老将和新人、个人和国家之间重要的精神桥梁，无数运动员对梦想的传承和坚守汇聚成体育强国梦所彰显的中国梦。

家国情怀排在第二位，占比 28.81%，刻在中国人骨子里的“家国情怀”是对自己国家和人民的浓浓大爱，也是对国泰民安的理想追求，更是对祖国的一种高度认同感和归属感。运动员的人生有无数起起落落，但热爱可抵万难，他们都为了自己的国家和所钟爱的事业，拼尽了全力。“00 后”孙颖莎赛后接受采访时提到，“取得现在的成绩，离不开在他们身后有强大的祖国人民和团结一心的乒乓球队作为有力的后盾支持。”媒体在对运动员的采访报道中融入情感框架，拉近受众与文本的距离，唤起情感共鸣。中国女篮姑娘们拿到奥运资格后也曾感慨到，“我们始终坚信，有一种信念叫作永不放弃，有一种精神叫作中国必胜。”运动员背后的核心动力是情感，该框架将祖国至上的情怀变为了连接小我和大我、小家和大家的血脉纽带。当小我融入到大我的时候，当个人情怀升华到家国情怀的时候，运动员的家国情怀必然有无穷的动力。

运动员社会责任也在报道中占有一定篇幅，如在《奥运健儿打开讲好中国故事的新声道》的报道中提到，越来越多被冠以“段子手”“少女心”的‘00 后’选手的出现，让世界看到中国年轻一代运动员的精神风貌，他们既继承了过去顽强拼搏的精神，又有自己独有的感召力。媒体作为新老运动员与社会大众两者之间的介质，通过对优秀运动员承担社会责任的行为进行传媒加工再进行传媒呈现，由社会大众接受媒体呈现的信息，认识到运动员承担社会责任的现状，同时也会对运动员产生较大的心理压力和激励作用，使运动员强化社会责任意识，规范他们的社会责任行为，指导他们在社会生活中践履社会责任^[48]。“00 后”在新时代承担了更高、更严、更多的要求，同时还要以更加积极主动的历史使命感和时代责任感，为自己和国家交出一份不负韶华的满意答卷。

报道主题

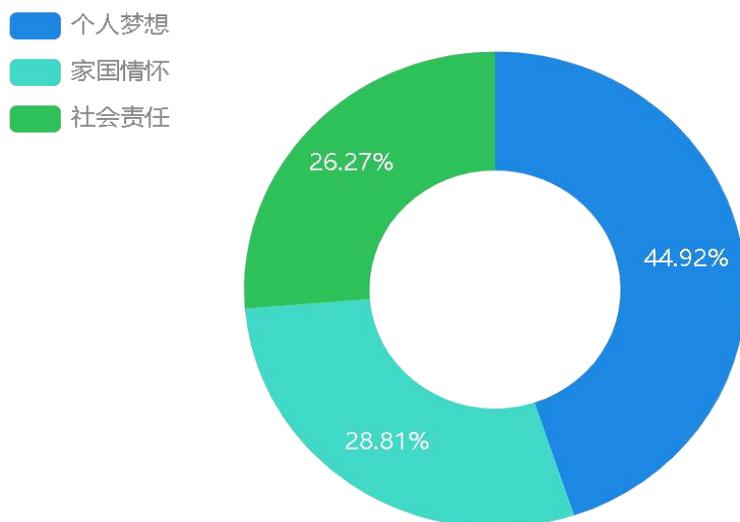


图 4-3 新华社关于“00后”运动员报道主题分布

2. 标题内容

臧国仁认为，新闻框架的高层次结构是对事件意义的界定，并常以标题导语等形式出现。本文根据报道内容和与运动员形象的相关性将标题内容分为运动员介绍、运动员赛场表现、运动员责任、运动员获奖、运动员落选等指标。

在所研究样本中运动员获奖相关的标题数量远远超过其他标题内容，以 34.26% 的最高占比处于突出地位（图 4-4）。如《体操打赢翻身仗，中国雄踞金牌榜》《年轻枪手打天下，16 岁中国小伙夺银牌》《东京之星：带着“大侄女”拿金牌》《四朝元老成定海神针 保定庞伟第 3 次站上奥运领奖台》等以运动员获奖作为标题的主要内容，作为运动员的“00 后”在奥运会赛场上取得的成绩依旧是媒体关注的重点。此外，运动员责任也占据了标题内容中的一席之地，例如《追奥“三部曲”，唱响体育新经济》《岁月可摧，梦想不灭——东京奥运会演绎“老兵传奇”》《东京奥运会|不负使命，延续辉煌——专访中国乒乓球女队》等标题将重点放在运动员对梦想的追求、对使命的坚守、对责任的承担，另外的标题内容还涉及运动员赛场表现、运动员个人介绍等。通过对标题的分析发现，标题内容与报道主题有较高的契合度，标题内容以运动员获奖为主，配合副标题的使用突出作为主角的运动员形象。

标题内容

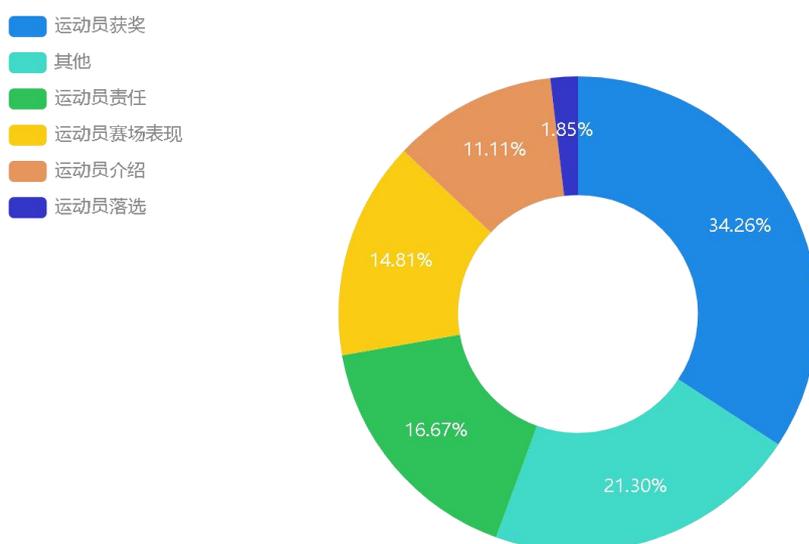


图 4-4 新华社关于“00 后”运动员报道的标题内容分布

通过以上分析可以发现，新华社在报道主题和标题内容上都呈现出来多样性的报道框架，对于运动员个人梦想和获奖情况的报道所占比重较大，报道不仅仅只是对比赛结果的单纯记录，还将大量“00 后”参加奥运会作为一个切入点来报道与赛事相关的泛体育事件，使受众不仅了解到赛事本身，同时也能感受到参与事件之中的中心人物所带来的无形能量和精神价值。在报道项目上侧重于报道关注度更高且有本国运动员参赛的优势项目上，以本土性报道为主，对其他项目和国外运动员的报道没有分配足够的笔墨，在项目的选择上，报道框架有一定的狭窄性和片面性。

（三）东京奥运会中国“00 后”运动员报道的中层框架分析

1. 人物形象

在新闻话语中，文本的写作顺序是根据主题的相关性决定的，而新闻话语的主题是一种层次分明的等级结构^[49]。臧国仁在《新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实构建之论述》一书中提出，框架的中层次结构是由包括主要事件、先前事件、历史、结果、影响、归因、评估等组成^[50]。通过结合运动员的行为、言谈和外貌的事件性报道来反映性格特征，折射人物形象。

其中，通过对“00 后”运动员行为来展现其独特形象报道占比超过一半以上，作为“00 后”的孙颖莎在奥运会女子乒乓球单项半决赛上成功阻击伊藤美诚，一战成名。

在8月7日新华社发布的题为《乒乓球综述：中乒迭代日本进击“世界乒乓”未来可期》报道中，中国乒协主席刘国梁在采访中提到：“中国队不是这一届强大，是一直都很强大，我们强大的理由是一直有着光荣的传统，是每一代乒乓人的共同努力。”直接引语体现出“00后”运动员对于优秀精神的传承以及其努力拼搏的形象。14岁的全红婵在跳水女子10米台的决赛中，仅用5个动作拿到3个满分的优秀成绩，媒体关注全红婵坦率率真的一面，“站在领奖台上，全红婵将金牌举起和自己的脸比了比，俏皮地遮住了眼睛”，面对她“奥运会和其他比赛相比，似乎也没有什么不一样”的回应，还用“质朴又自带凡尔赛”等词，诙谐的表示了为全红婵获取成绩的骄傲，和对本人品质的赞扬”，同时媒体在潜移默化中带来了强大的社会动员力。

人物形象

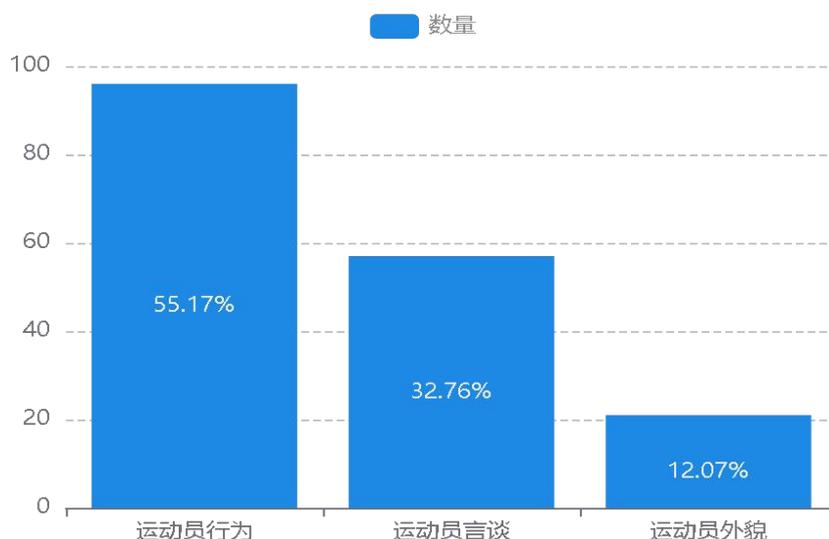


图 4-5 新华社关于“00后”运动员报道的人物形象情况

2. 事件影响

新闻框架对形象的建构性作用主要体现在事件的选择对意义的影响，进而影响特定人物乃至国家在受众心中的形象认知。新华社通过对奥运会期间事件的报道来发挥作为主流媒体的影响力、引导力，全面生动地建构出了“00后”新生代群体形象。从图4-6可以看出新华社关于“00后”运动员报道中社会因素占比最大为51.71%，年轻运动员的集体亮相获得社会大众极高的关注，带动产生了巨大的社会效应。众多中国“00后”运动员的“破圈”和在网络上持续产生的正向影响，已经成为学界内值得探讨的现象，人们渐渐地不仅为获得奖牌的运动员祝贺，同样也为那些未夺得奖牌但展现了奥林

匹克精神的选手依然给予包容与理解。在《7人参赛夺5金：解码东京奥运“宁波现象”》中引用宁波水上（游泳）运动学校校长施飞存的观点：“‘00后’有他们的成长特点，运动员不仅要争取成为冠军，更要成为对社会有用的人才，努力成为受人尊敬的社会专业技术模范工作者。”以第三人的话语，凸显出“00后”运动员在为民族和国家带来荣耀的同时，自带的光环效应也带来了有形的经济价值和无形的社会影响，成为传递体育独特价值的载体，给社会创造持续价值，带来正向的影响力。媒体以旁观者的视角通过对“00后”个性化表达和他人评论的客观陈述，在一定程度上可以反映出我国新时代体育事业逐渐形成了‘人与社会’良性互动的局面。

此外，“00后”运动员带来的文化效应也是不容小觑，在《互联网之上的中国体育新生代》一文中提到，“懂得颂扬体育精神，是中国体育历史发展进程中的一个典型标志，也是我国从体育大国向体育强国高质量迈进的关键因素”，关注度日益增高的“奥运热”背后，是中华民族几代人对体育认知的演变，也是年轻一代运动员拥有体育文化自信的表达，更是中国正由体育大国向体育强国疾步迈进的缩影。

事件影响

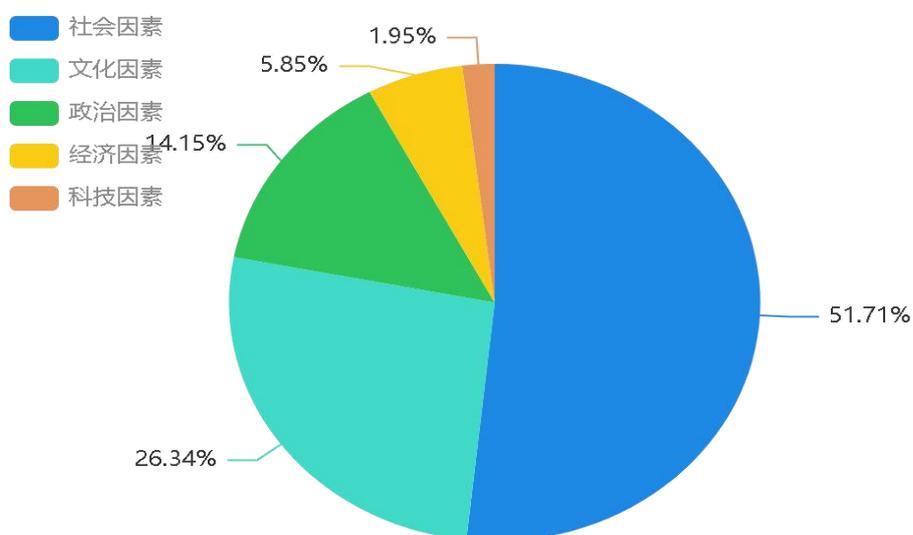


图 4-6 新华社关于“00后”运动员报道的事件影响情况

由此观之，对“00后”运动员人物形象的刻画与描写，以线性的个体训练展开，多结合其成长经历和生活背景，力求呈现出一个更加丰满、更具厚度的形象。对图 4-4 数据的观察发现，有超过半数的报道都是对于运动员行为的描述，这说明媒体希望通过对运动员在奥运赛场内外的真实表现进行报道，得以将动态化、细节化的感受传递给受众。从图 4-6 中可以看出，报道的事件影响中所占比例最大为社会影响这一结构框架，说明

在对“00后”运动员报道框架中观层面的选择上，以向受众展现奥运现场的相关事实，传递人物的社会影响力为主。同时，围绕人物采访和赛场趣事解读及相关事迹，穿插报道运动员的自身影响力来增添运动员形象的立体感，运用大量背景资料的回顾来构建其报道框架，呈现出更丰富的报道内容，拓宽了对人物的报道框架。

（四）东京奥运会中国“00后”运动员报道的低层框架分析

除了上述有关高层与中层结构之外，对框架的研究也可以建立在对文本报道手法、修辞风格以及措辞等方面的研究。臧国仁认为，框架需要透过语言或符号的使用来表现，包涵了由字、词组合而成的修辞与风格^[51]。任何文字或话语符号的组合与选用，都可能反映了真实世界的转换框架效果^[52]。由于体育新闻别于其他新闻的特殊性，体育报道中会频繁使用比喻、排比、拟人等修辞手法，以达到更好的传播效果。

1. 报道修辞

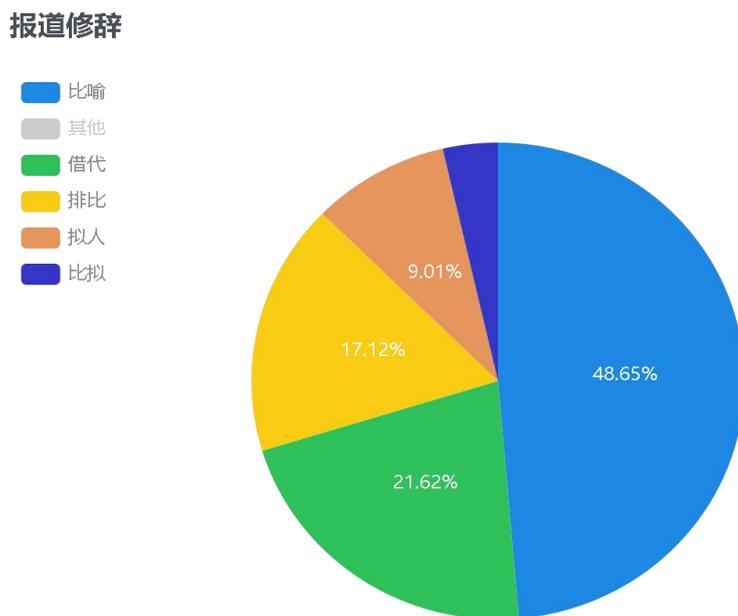


图 4-7 新华社关于“00后”运动员报道修辞

从图 4-7 中可以看出，新华社在东京奥运会期间的新闻报道中最突出的特点是运用了大量比喻和借代辞格，各占比 48.65%和 21.62%。“比喻”，也就是“打比方”，即通过对不同事物间相似点（包括神似或形似）的寻找，借由一个事物比作另一个事物的修辞手段。“借代”是指不把所要说的事物名称直截了当地说出来，而是用跟它有关系的另一种事物的名称来代指它，使句子的表达更形象、更具体。在《“后浪”翻腾 新星闪耀

——盘点东京奥运会十大新人》一文中用“后浪”借代参赛小将们、将孙颖莎冠以“人间止藤片”的称号、将管晨辰在平衡木上的动作比喻成“袋鼠摇手”、将全红婵的跳水比喻成“下饺子”运用修辞手法生动地描述了一批“00后”运动员在竞技体育的最高殿堂上用他们的精彩表现将奥林匹克的精神代代传递，也表达了受众对他们的赞美和喜爱之情。“人间止藤片”是“人间止疼片”的谐音，7月29日，中国小将孙颖莎在东京奥运会以4-0战胜了同样是“00后”的日本选手伊藤美诚，网友整理了过往两人的对战记录，发现孙颖莎多数都是以大比分战胜了伊藤美诚，比如在2019年世乒赛女单比赛、2019年德国公开赛、2019年团体世界杯、2020年女单世界杯半决赛中孙颖莎分别以4比1、4比1、3比2、4比2的成绩多次战胜了伊藤美诚。于是，网友们巧妙地运用“人间止藤片”指代孙颖莎，也暗指中日两国乒乓球的实力对比。16岁的管晨辰在夺金赛场上最后一个动作中，衔接了网络上很火的“袋鼠摇手”姿势，这个比喻的运用将其灵动与可爱的形象展现地恰到好处。8月5日，只有14岁的全红婵在女子10米台决赛五轮中拿到了三个满分96分，最后以总成绩466.2分拿到了冠军。央视解说员感叹，“下饺子的水花都比她大”，媒体就把全红婵的跳水技术形容为“下饺子”，这一巧妙地比喻瞬间拉近了与受众之间的距离。同时也体现出了中国文字的博大精深，这些修辞背后传达出来的内容不仅关涉到国际关系，还关系到主流媒体对网络语言的回应，也关系到官方态度对网络心态的呼应。

值得一提的是，媒体在对比赛成绩的报道中，已不再尽是“告捷”、“冠军”、“成功”等这样带有明显胜负意味的字眼，如在《青山依旧在，朝霞已满天》一文的中以诗意的表达将老将比喻为“青山”比喻，用“朝霞”比喻新人。每一代运动员都会退出赛场，但他们的身影并不总是凄凉；在他们身后有着一批又一批的奥运新星，老将和新人都是在为热爱坚持，为梦想冲刺，这也正是体育的魅力所在。媒体使用的词语多是让读者通俗易懂和当前流行性很高的词汇，很少有生僻和失范的词汇，这也体现了新华社作为国家通讯社的谨慎和严肃性。同时，恰如其分比喻也会给读者留下形象的观感和深刻的印象，有效地强化了新闻的视觉效果。报道中“排比”的使用可以达到“增文势”、“广文义”的效果，在《以奥运精神激扬全民健身》一文写到“难以忘怀，‘00后’杨倩勇夺首金，掀起青春风暴”，用青春风暴形容新一代运动员的比赛状态；“难以忘怀，苏炳添一跑惊世，历史性站上男子百米决赛跑道”，用一跑惊世形容老将的历史性突破；“难以忘怀，四战奥运的铅球名将巩立姣终将金牌收归囊中”，用四站奥运形容老一辈运动员的执著与坚守；“难以忘怀，跳水天才横空出世，14岁少女全红婵强势夺冠”，用跳水天

才形容新人的技术过硬。媒体通过四个“难以忘怀”的排比列举一幕幕精彩瞬间，强化中国军团怀着光荣与梦想的出色表现，增强了气势也深化了文意。在体育报道中适当地运用修辞手法，不仅使报道中以他们为代表的中国运动员的人物形象变得更加鲜活、更立体，使体育新闻增色不少，还能增加新闻的真实性、合理性和可信度，使人体会到体育运动的魅力和竞技精神的震撼，实现语言可表、情感可达。

2. 报道倾向

修辞与倾向其实是密不可分的，报道倾向是指在新闻生产报道中所表达的态度和立场，也是媒体对报道主体形象呈现主观态度最为直接的表达。新闻生产者尽管将真实客观地报道新闻视为工作原则，然而新闻归根到底是劳动的产物，人的主观能动性的发挥贯穿于新闻传播活动进行的始终，媒体报道不可避免地夹杂个人的判断与情感，通过对报道对象和事件的选取、报道的语言措辞来体现媒体的倾向，进而影响公众的认知和理解。所以，我们可以将报道的新闻文本为研究对象，剖析媒体的报道倾向^[53]。其中正面的报道表现出对“00后”运动员是积极的，包括“00后”运动员比赛训练、个性爱好等方面的肯定；中立或中性的报道内容无法区分出有利或不利；负面报道表达出对“00后”运动员群体的失望或消极态度。在涉及“00后”运动员的报道以正面和中立为主，大多数通过对新闻事实的客观陈述来展现其本身形象状态，表达较为理性积极的态度。

报道倾向

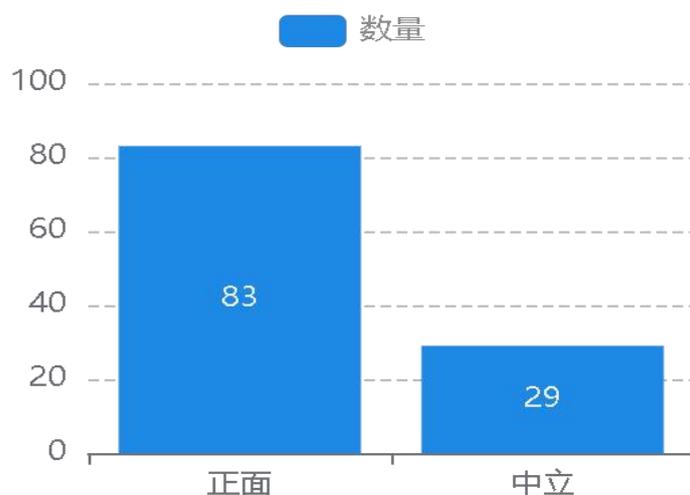


图 4-8 新华社关于“00后”运动员报道倾向

从图 4-8 可以看出,报道中呈正面倾向的有 83 篇,中性 29 篇,未有负面报道,由此可以说明媒体关于“00 后”运动员的报道倾向主要以正面和中性为主,特别是涉及到家国情怀和社会责任等相关主题时,多以正面报道为主。这也在某种程度上体现了媒体在对相关“00 后”运动员的报道中充当了“把关人”的角色,借助情感框架为受众烘托出当代“00 后”运动员积极向上的面貌,反映了“00 后”正确的三观和良好的心理素质道德品质。

同时,媒体不再仅是关注奖牌,不再只以胜负论英雄,也并不回避输,对于此类报道同样采取了客观中立的态度和理性的评价。其中有对运动员付出的肯定和鼓励,如在《岁月可摧,梦想不灭》中以举例子的方法写到“代表卢森堡征战的 58 岁的倪夏莲,在乒乓球比赛中提前出局”虽然提前出局,但她背后的精神赢得了人们掌声;“四战奥运的日本体操‘全能王’内村航平在唯一参赛的单杠项目中与决赛无缘”体育无关国界,只要为梦想拼搏都值得尊敬;“中国老将谌龙、董栋分别在羽毛球和蹦床比赛中憾失金牌”比赛有输赢,也有排名,但他们都不是输家。站上奥运会的领奖台是每个运动员的梦寐以求的愿望,但是,真正能够做到的是少数,在参加东京奥运会比赛约 11000 人的选手中只有约 3%的人能获得金牌,体育并不能仅以输赢来评判;也有对成绩的理性分析与评价,如《跆拳道世界格局重新洗牌——专访中国跆拳道队教练》在对教练的采访中提到,赛后需要及时反思来总结教训,找出比赛失利的原因,继续投入到接下来的训练和备战之中。可以看到,虽然媒体依旧对于“取得佳绩”的正面报道居多,但并未将“输掉比赛”就单纯定义为“失败”,而是以更加中立的态度对赛果进行客观的报道与评价,且多以鼓励、理解、肯定的态度报道运动员和教练员队伍。对于在比赛中没有取得奖牌的运动员仍给予了关注和正面的报道,在奥林匹克精神的指引下结合运动员们的训练背景来突出刻画人物的不易,以积极的态度报道运动员的参赛情况,客观深刻地分析成绩,从中汲取经验。体现出了目前媒体对于比赛结果的重视程度有所弱化,对于运动员的表现更加包容和理解,奥林匹克体育精神得到彰显和升华。

对新华社在东京奥运会期间关于“00 后”运动员的报道进行分析梳理可以发现:媒体对人物的报道数量与他们在赛场上的表现密切相关;报道体裁呈现出多角度、多方式的特点;报道项目以传统优势项目和获奖项目为主;报道主题重点挖掘运动员在赛场内外表现出的性格特质和个人喜好;报道结构安排上线性地还原和延续了体育人的价值影响;整体报道倾向以客观叙述和正面宣扬为主。以新华社为代表的主流媒体对“00 后”

运动员在报道的底层逻辑体系中呈现出传承与变化关系的代际框架。为国家荣誉和个人梦想而努力拼搏的体育精神价值一直是媒体在报道中强调和宣传的重要部分，但同时由于每一代人的成长环境和集体记忆不尽相同，媒体对“00后”运动员的报道正逐渐打破过去庄重、严肃的风格，过去宣扬的“竞技体育成绩大过天”的报道话语框架进一步瓦解，以“奖牌至上”的报道主题框架有所弱化，报道框架由对比赛成绩和奥运奖牌的推崇转变为重视运动员精神个体、更加关注运动员作为普通人的角度，凸显人文关怀。

新闻框架是媒介形象建构的基础，媒体通过框架生产新闻来再现社会真实，大众媒介以一种可预测和模式化的方式对真实形象进行架构来“建构”社会甚至历史，受众依据自身的认知经验和媒体的报道内容获得对人物形象的感知^[54]。受众透过标题内容能够在第一眼了解到报道中可能会传达的信息，同时对新闻里的中心人物形成第一印象，加之在报道中采访来自具有较高可信度的个人或代表的观点，使用“在场者”或“目击者”的直接引语，报道主题通过多种行文结构和话语表达方式被凸显，配合大量细节信息的描述，某类结构化的媒介形象就被塑造了。在关于“00后”运动员的报道中，新闻框架的一旦发生变化，之前所塑造的运动员形象也会随之发生相应的变化。媒体在对本届奥运会运动员的新闻报道中，不仅新老队员的精神传承和技术配合成为报道的重要一部分，而且以“个人梦想”为报道主题的采访报道比例上升，越来越多藏在获奖的荣光与错失奖项的遗憾背后的故事得以报道，为受众呈现出“00后”运动员在赛场下不被人熟知的多面形象，不但使得内容具有知识性和可读性，起到深化主题的作用，也在一定程度上丰富了体育报道框架，还能够对“00后”媒介形象的塑造产生关键性影响。总体来看，以新华社为代表的主流媒体呈现出以积极性的情感框架为主导，辅以发展性的代际框架做补充，这两种框架成为该媒体建构“00后”运动员形象的主要依据。

情感框架又称人情味框架，是新闻生产者为了引起读者不同情感兴趣，而对新闻报道采取的个性化、戏剧化或情绪化的处理^[55]。情感情绪是传播者与倾听者之间交流沟通的重要因素，可以传受双方的距离在不经意间被拉近，彰显出报道内容中的人情味。首先，报道数量和报道体裁反映出该框架情感性特点。年仅21岁的杨倩在开赛首日拿下了奥运首金，媒体在当日的报道数量达到了第一个小高峰（如图4-1），并在每次获得佳绩时报道数量都有一定提升。由于开赛首日首金的得主和优秀成绩的取得易激起受众强烈的好奇，因此媒体给予相应的重视和关注。报道体裁主要采用通讯和评论（如表4-1），这两类体裁对于报道事件原貌，评价人物表现、传递现场情绪发挥着重要作用。此外，吸引人眼球的标题内容，例如《“后浪”翻腾 新星闪耀》《中国新一代体育偶像正在“破

圈”》等引用网络用语或新词潮语来制作其标题，不仅可以凝练报道中心思想，还能激起读者的阅读兴趣，与网民产生联动，使其能够带着感情继续主动进行深入的浏览。最后，从报道修辞和报道倾向来看，修辞手法的运用使受众对于运动员的认识不仅停留在单一古板的印象，而是从多重视角去刻画人物的行为举止和真情实感，从而塑造出一个更加立体鲜活的人物形象，使得与读者的交流更具有情感性。以客观的记录和中立的态度报道新闻，更多的是以积极正面的词汇来形容赛果，受众可以与内容产生情感共鸣，突显出该框架更加积极包容的人情味和趣味性。

代际问题是在我国改革开放之后才开始真正受到关注并逐渐发展成为一个学术议题的^[56]。目前学界尚未对研究代际群体报道框架的概念做出明确界定。在借鉴已有框架类型研究的基础上，笔者在本文创造性地将“代际框架”定义为“关注报道是否提及或暗示某一代人表现出的特征，该特征又是可以反映出某些社会历史作用。”首先，在报道主题上，媒体通过对“00后”个人梦想、家国情怀和社会责任的建构，整体上能够从多个视角为受众全方位呈现“00后”的学习、生活、工作等背景情况，为受众全面、客观、真实的再现“00后”运动员的这一群体的特征。其次，人物形象和事件影响方面，这届奥运会报道中的“00后”运动员从穿着搭配到谈吐举止，从外在的气质形象到内在的精神品质都展现出带有明显特点的个性化话语方式和行为方式，运动员身上散发出的阳光、自信、率真、幽默等各种类型的真性情都被媒体捕捉到，在人人都是传播者的新时代里使得无论是运动员自己在镜头前的呈现，还是观众的解读，都更加还原了体育里作为“人”的部分。代际框架明显受到了特定社会大环境的影响，媒体在对“00后”运动员的多次报道中强调他们自身带来了无形的社会影响和政治经济效应，担起属于他们的责任使命，展现新时代的青春力量。

五、东京奥运会中国“00后”运动员的媒介形象分析

随着受众需求的多元化,在现代体育报道中体育人物越来越多地受到人们的关注,关注人物已成为体育报道中一个非常重要的报道内容^[57]。运动员的媒介形象作为一种特殊的媒介形象类型,反映着每个时代的大众媒体的组织特征与价值选择,映照出一种独特的时代镜像^[58]。为了进一步探究媒体塑造了什么样的“00后”运动员形象,运用词频分析法对样本中出现频次较高的词汇进行了统计分析。作为基于文本的定量分析方法,词频分析能够用于描述和判断事物之间的关联性。一定的社会现象会引起相应的词频波动^[59],在新闻传播学领域,通过词频分析,能探究不同媒体的报道框架与价值取向等问题^[60]。通过除去连接词、语气助词、人称代词、保留实词,统计新华社在东京奥运会期间关于“00后”运动员的报道,汇总频次排名前五的关键词,包括“00后”、“中国”、“更高”、“自信”等,并制作词云图。见表 5-1 和图 5-1:

表 5-1 新华社东京奥运会期间关于“00后”运动员报道的词频表

排序	关键词	频次
1	00 后	142
2	中国、更高	12
3	自信、杨倩、梦之队	10
4	孙颖莎、射击、更快、更强、更团结	9
5	9 环、青春风暴	8



图 5-1 新华社关于“00后”运动员报道高频词词云图

从高频词的分布情况可以看出,新华社报道的主要内容,一方面了聚焦“00后”运动员在赛场上的表现和取得的成绩,另一方面还对他们在场下的个性爱好予以关注。此外,新老队员的合作与传承也是媒体关注的重要部分。媒体通过对不同角度主题的设置,为“00后”运动员建构起多元立体化的形象。

(一) 赛场上的形象: 不负重任, 挑起大梁的追梦者

从20世纪80年代中国重新回到奥林匹克组织之后,中国健儿在奥运赛场上一次次取得成绩的突破被认为是中华民族走向伟大复兴的体现。因此,国人普遍对奥运会的关注度很高,期待中国运动员能够在国际级体育赛事上赢得荣誉。东京奥运会开幕之后,运动员的在赛场上的表现自然会成为关注的焦点。据统计,2021年,通过中央广播电视总台电视端收看东京奥运会人次达124亿,全媒体平台收看东京奥运会人次达479亿^[61],超越2018世界杯,刷新近十年来体育赛事观看人次纪录。

“中国、更高”位列词频表第三。东京奥运会上“00后”大放异彩,有50余名“00后”小将代表中国参赛,中国队88枚奖牌的三分之一由“00后”获得,“00后”逐渐挑起了奥运会的大梁。杨倩气步枪破纪录“射首金”、“管晨辰平衡木上演“袋鼠摇”、全红婵跳水惊现“水花消失术”……“00后”年轻运动员们在赛场上以扣人心弦的表现自塑了青春活泼的形象,用勇往直前的姿态诠释了“更快、更高、更强、更团结”的奥林匹克格言。新华社在题为《奥运健儿打开讲好中国故事的新声道》一文中针对年轻运动员的表现评论到,“在场上,越来越多‘00后’运动员‘轻装上阵’,展现出‘为热爱而体育’‘为快乐而运动’的本色”,反映出媒体对运动员展现出的内在状态和体育魅力的关注,而非仅仅突出成绩。也由此可见,以新华社为代表的主流媒体对“00后”运动员的媒介形象的塑造除了参照体育结果,还侧重于其彰显出的体育精神。在赛场上“00后”运动员所展现的不仅是他们某一个体的状态,更是代表了某一国家的形象;赛场上成绩的获得,不仅是对运动员本身的肯定,也是对其所代表的国家的肯定。可以说,运动员凭借过硬实力的自塑和媒体通过客观评价的他塑,共同建构了中国“00后”运动员在赛场上顽强拼搏、青春自信的追梦者形象,也是承载着新时代中国体育形象的缩影。

(二) 赛场下的形象: 彰显个性, 绽放青春的筑梦者

“青春风暴”也是在报道中出现的高频词,位列词频表第5。随着国民精神文化素

质的整体提升，人们对消息的获取不再仅仅满足于对比赛结果的“知晓”，还希望通过赛事了解运动员与他们比赛项目背后的故事。在本届奥运会中，新华社在对“00后”运动员进行报道时，除了有他们作为专业运动队的在场上奋力拼搏、夺取佳绩，在场下刻苦训练、艰苦奋斗等常规“硬新闻”外，解读赛场外不为人知的“软新闻”也可以成为报道的主要内容，“有的运动员化身为段子手和梗王”，展现了他们幽默风趣的素质；“有的运动员暴露出少女心和吃货本色”，展现了他们日常生活的一面；“有的运动员在接受媒体采访时侃侃而谈”，展现了他们社交表达的能力，媒体在报道中运用三个连续排比句式，凸显“00后”运动员们的爱好、颜值等外在属性，塑造了他们独特又个性的人物形象，拉近与受众之间的距离，同时也为体育项目普及开辟了新的方向。7月24日，杨倩射落东京奥运会的首金，媒体捕捉到她在颁奖台上兴奋地对着镜头“比心”的动作和她戴在头上的小黄鸭发卡，随后媒体将她在游乐场玩乐的趣事、大学军训的成绩等赛场外的故事接连报道。全红婵夺冠后，新华社对她的成长之路进行了探索：“海滨小城走出的天才少女，爱和坚持浇灌出的农家女孩”，更加真实地展现全红婵的身上散发出的年轻却沉稳的形象特点。媒体通过报道“00后”运动员在赛场之外的事件，将他们“还原”成真实的普通人的形象得以被挖掘，使大众认识到这些运动员们镜头后的不易与艰辛，对他们在日常生活里平凡的一面的记录恰好也衬托出每一份进步背后的不平凡。

通过对如队友、教练、评论员、网友等的采访，从“他者”的视角切入，建构起的中国“00后”运动员作为“普通人”的媒介形象，使得人物形象变得更加丰富饱满，也更加接地气。例如在《互联网之上的中国体育新生代》一文中，直接引用肖焕禹教授的话，“中国年轻选手真诚、自信、开放的表达，让中国体育褪去以往的‘悲情色调’开始向‘享受体育’转变”，媒体通过“他者”的口吻进行评论，更有说服力的证明中国体育观念的转变：“红姐从这跳开始进入状态了，上演水花消失术。”在奥运会上受到关注的张家齐、陈芋汐和全红婵边看重播边互相评价彼此的技术动作，“就平常训练那样啊！”媒体将小将们的对话记录下来，还原人物之间的真实故事。可以看出，新华社从多个他者的视角出发，为受众呈现了一个更有人情味、更接地气、和每一个受众一样平凡的作为“普通人”的“00后”运动员，不但使大众能全方位、多角度了解运动员，为受众呈现出立体的人物形象，还在很大程度上丰富了报道的内容。

（三）赛场中的形象：传承精神，赓续梦想的传梦者

从图 5-1 中的词云图中可以看到，在对“00 后”运动员的相关报道中，庞伟等一批“老将”的名字也常被提及。例如，在 8 月 7 日的《这是青春的模样》一文中提到，“像巩立姣、庞伟、董栋等不止一次站上奥运赛场的其他运动员们，与‘00 后’相比是前辈，但他们在赛场上同样能让人感受到青春的美好，展示出梦想的力量！”通过代际框架的设置，对新老队员同场搭档或同台竞技的事实报道为切入口，探寻运动员在时代变化中的共性形象，来唤起受众的同频共振。

在东京奥运赛场上，虽然奖牌有限，但不少新老队员都拼出了自己的个人最好成绩，“运动员成为绝佳的偶像崇拜选项。”将运动员偶像化和榜样化，鼓励更多的人学习他们，不仅要向“为梦想而拼尽全力的老将们”学习，也要向“自信从容、勇创纪录的新人”学习。“我们既能看到杨倩的美甲，也发现了她手指上的老茧。”美甲和老茧形成鲜明对比，将作为普通女孩的爱美之心和作为专业运动员的皮肉之苦鲜明地体现出来；“看得到曹缘后背的膏药，也读得懂杨健的沮丧。”膏药是运动员们的必备药品，沮丧是老将新人们的常有之情；“为全红婵的金牌欢呼雀跃，更为苏炳添的历史突破而心潮澎湃。”久经沙场的老将和初露锋芒的新人虽然隔代，但为他们激动的心情是相通的。过去，是老将们缔造的传奇；未来，是新星绽放光彩的天地。新老队员之间以体育精神为桥梁，以奥运梦想为纽带，共同展现出“顽强拼搏，超越自我”的体育传梦人的形象，“00 后”运动员在东京奥运会赛场上所展现出的形象也成为中国向世界散播影响力的一个缩影。

六、思考与结语

（一）“00后”运动员报道框架和形象建构的思考

1. 合理运用报道框架，推动体育项目发展

一个体育项目的发展程度与社会推广度、大众参与度息息相关，而作为社会现实的建构者的媒体正是推广体育项目的主力军。新闻生产者在媒介形象建构的报道中，通过一些规律性的操作手法，使得某一现实社会群体呈现出不同的媒介形象，而报道框架在这个过程中发挥着重要的作用^[62]，能够突出报道的重点。以往的大众媒体在报道青年群体的时候使用了批评框架和问题框架，例如张成良等人通过研究分析得出媒体在报道中使用了批评大学生在求职过程中表现欠佳、消费与理财能力较差、维权意识薄弱的负面报道框架^[63]。徐连明认为媒体对独生子女大量的负面报道是问题框架作用的结果，又是问题框架的体现。即问题框架使得对青年群体的负面报道占主要地位，从而导致对独生子女偏见的产生^[64]。新华社对“00后”运动员情感框架和代际框架的选择与其自身的媒介属性和政治立场紧密相关，作为主流媒体之一的新华社在新闻报道中具有较高的权威性和信誉度，承担引导舆论和宣传思想的责任担当。除此之外，以“00后”运动员为代表的青年群体是整个社会的未来和希望，它所涉及的关于“00后”运动员的报道内容，也是对整个青年群体成长的一种人文关怀和精神期待。通过对典型人物事件的报道来影响和感染更多的青年，促进社会的进步发展。从社会层面上看，媒体所建构的“00后”运动员形象能够影响公众对竞技项目的认知及印象，引导竞技体育走近大众生活，推动体育事业的发展和体育强国的建设。

体育除了政治意义，还有以人为本、关注和体现运动者的自我价值取向等更加丰富的内涵和诉求^[65]。20世纪90年代，青年被媒体和大众寄予过高的期望，“青年崇拜”现象逐渐走向极端，很多媒体在报道中将“90后”青年视为“制造问题的人”。不同时代里的青年群体有着他们专属的集体记忆，而每一份记忆都需要得到在相应时空中社会大众的支持^[66]。近年来，主流媒体在报道“00后”运动员时，重点关注其赛场上的竞技表现以及比赛成就，展现了年轻运动员在赛场上的积极形象。在比赛情境之外，新华社还报道了除运动员身份以外的学生、儿女等其他社会角色，使得“00后”运动员的形象更加丰满。在媒体的报道下，“00后”运动员不仅是竞技者，还可以是具有教化意义的

优良品质和价值观的优秀青年形象代表,挖掘“00后”运动员背后的青春责任和形象魅力,不仅可以增强其作为青年群体的社会动员力,更有利于推动相关体育运动项目的普及和发展。

由新闻框架建构的媒介形象能够转化为受众脑海里对于一系列事件或人物的刻板印象,甚至可能造成对某一群体的歧视和偏见,影响受众真实客观的感知和判断^[67]。因此,媒体就更加需要正确使用新闻框架,利用好议程设置功能和现代信息技术,对新闻人物和新闻事件进行多主题、多角度的呈现,以不同视角切入从而拓宽新闻报道领域。在报道内容上,不仅要关注比赛本身,还应该挖掘这些运动背后所蕴涵的精神内涵,重视赛事的评论性报道,回归体育本质,建构起一种以体育精神为底蕴的报道主题;在传播方式上,媒体应顺应受众对体育认知的变迁,根据不同受众的多元化信息需求进一步转变报道思路,结合访谈、直播等多种手段为运动员们创造一些更加直观、更加便捷的信息沟通渠道;在新闻文本的结构搭建和话语表述上,尽可能做到客观、全面、平衡,避免主观的取舍和片面的评价,从而为某类群体媒介形象的塑造与呈现创造各种条件。

2. 挖掘形象建构内因, 展现代际群体特征

在许多情况下,报道用对事件现场的解读来填补受众非在场的遗憾,这些解读更多地与观众的意识产生共鸣^[68]。在以往研究中可以发现媒体对青年群体报道存在一定意义上的贴标签和污名化情况。例如将“80后”被称为“轻狂”“离经叛道”的代表;“90后”被贴上“娇气”“非主流”的标签,在报道中青年群体形象以负面居多。在新冠疫情和东京奥运会后,媒体对“00后”青年群体的报道话语倾向基本以正面为主,而造成这种变化的主要原因一方面在于重大社会事件凸显新生代力量的崛起,无论是在抗疫一线,还是在奥运赛场,甚至是在抗洪救灾前线,人们总可以在各种场合中看到生逢盛世的“00后”们义不容辞地担起重任,展现新时代的青年风采。另一方面以“00后”为代表的青年群体展现个性魅力和发声渠道越来越多元化,社交媒体的赋权和传播技术的加持使得运动员们可以借助社交平台上的短视频和直播等方式可以随时随地主动分享生活,通过与网友的在线互动抒发真实的所思所想,让人们更多机会看到立体的运动员形象,满足了运动员自我认同和社会认同的需要。例如,杨倩在赛后与观众的分享直播就获得网友的极大关注,抖音看播人数超过952万人,有悲喜有欢愁的形象在一定程度上也拉近竞技体育与普通民众的距离。在这种环境下,主流媒体便会相应地主动调适,去迎合这种媒介生态以及青年人的审美。此外,受众素养的逐渐提升也是重要的因素之

一，对待比赛的得失心没有那么重了，看到的更多是运动员们的不易与艰辛，将心比心与他们共悲喜。这些因素促使主流媒体由过去的宏大叙事逐渐让位于个性化表达，更加强调普世的奥运精神。

媒介应该准确表现社会各成员的典型形象^[69]，媒体在对比赛现场情况报道的同时，也对“00后”运动员群体的口语化表达进行收集和整理，呈现出第一视角中的真实情况，对他们自身的人物形象进行完整展示，更加贴近受众。通过对新华社关于“00后”运动员的报道进行定量与定性分析，尝试提炼出在不同空间中主流媒体塑造的“00后”运动员媒介形象三类典型特征，具体表现为：（1）赛场上：不负重任，挑起大梁的追梦者形象；（2）赛场下：彰显个性，绽放青春的筑梦者形象；（3）赛场中：传承精神，赓续梦想的传梦者形象，也反映出“00后”群体在现代社会中的个体化特征。在场上，“00后”新人与老将们都为付诸的努力寄托各自情感和梦想的同时，也呈现出代际间不同的状态，如果说曾经的老将们肩负着压力和重任去比赛，那么现在愈来愈多的新人们是因为热爱而选择运动，因为快乐而选择体育，也让全世界看到中国年轻一代的精神面貌，他们也成为新时代中国形象的代言人。在场外，受众在除了关注比赛结果之外，更加关注他们的比赛状态和精神传承，对在赛场上发挥欠佳的运动员，大家依然给予理解、鼓励和支持；更加注意他们的成长背景和举止言谈，激起了受众对青春的无限回忆。运动员通过社会行为实现自我建构，再经过媒体的形象建构和情感动员来引导受众认知趋向和价值取向，反向建构社会现实。新闻生产同时设定了读者接受和理解的框架，从这个意义上说，新闻生产的过程也是帮助读者进行自我身份认同和塑造他者的过程^[70]。以新华社为代表的主流媒体呈现出“00后”与“非00后”的精神传承、大众与运动员之间的和谐互动、青年与民族梦想接续，本身也成为中国故事的一部分。

某类形象的形成与传播，折射出一个时代的社会镜像，每个青年群体在登上历史舞台时，都天然伴随着社会对他们的期待和偏见，但青年、国家、时代成为代际群体间彼此助推的永动机。作为千禧年一代的“00后”，他们出生在经济高速发展、科技更新迭代加速的时期，成长伴随着物质文化水平的不断提升，同“80后”和“90后”一样在初入媒体视野之时备受争议和批判，都曾被戏称是“垮掉的一代”，也常陷入“优越感强”“网络为准”“独二代”等各类标签的框架设定中，时代烙印在代际特征截面上留痕。但当大批“00后”中国少年运动员登上时代舞台：21岁的杨倩摘得东京奥运会首枚金牌、同样21岁的孙颖莎顶住压力连续两次击败伊藤美诚、14岁的全红婵三跳满分而惊艳全场……“00后”的他们用优秀的成绩和不屈的精神证明着自己的成长和进步，在赛

场上化身“大魔王”凭借专业技能取得的荣誉代表了国家的体育硬实力，在赛场下变成“小可爱”通过言谈举止获得的关注反映了国家的体育软实力，为国人带来了无限的鼓舞。少年强则中国强，“00后”是新时代的建造者，带给中华民族的意义是非凡的。他们用积极乐观、敢于拼搏的姿态让世界看到了中国更加自信的年轻一代，这也构成国家形象的一个重要部分。

（二）结语

每一代人都是所属时代的产物，不同时代塑造的人物形象也不尽相同，烙刻着各自时代的记忆。如果说“70后”是坚守信仰的一代、“80后”是寻找自我的一代、“90后”是追求光明的一代，那么，“00后”就是无限可能的一代。在竞技体育上，过去，媒体对运动员的报道更多地只是与奥运奖牌相连；现在，愈发以开放、平和的心态引导受众看待体育比赛的成败得失，运动健儿们也就能更加从容地展现多样的形象。在东京奥运会期间的报道中，新华社对“00后”运动员媒介形象的渲染和塑造主要来源于他们在赛场内外的精彩表现和新老队员的薪火相传，从而凸显“00后”极具个人性格特征的形象特点，他们不再是一个个奖牌的累加，也不是总体汇报时的一个数字，而是作为赢得奖牌的人本身被关注着，成为社会精神文化的重要部分，使运动员形象更趋偶像化、更具特色化。

通过前文的研究可以发现，以新华社为代表的主流媒体呈现出以积极性的情感框架为主导，辅以发展性的代际框架做补充，这两种框架成为该媒体报道运动员的主要依据，建构出追梦者、筑梦者和传梦者三种运动员形象类型。从高层的视角看，以线性的个体训练和成长背景来建构了追梦者形象，围绕人物采访和赛场趣事解读及相关事迹的引出而形成筑梦者形象，传梦形象的建构则以新老队员的配合和精神的延续为核心；从中层的角度看，前两种形象呈现出创造发展的共同关系，传梦者形象则呈现出一种对比接续的代际关系；从低层看，承载不同意义的话语使得“00后”运动员呈现出不同的精神价值。虽然不同的形象建构方式侧重于“00后”运动员形象的不同方面，但总体而言，主流媒体中的“00后”运动员呈现出一种积极向上、阳光自信、心怀梦想的正面形象。

尽管时间会流逝，生命会成长，但体育精神不朽。在2022年北京冬奥会上，中国176名冬奥运动员中有47名“00后”，占比近3成。除了速度滑冰和高山滑雪外，其余13个项目上都有“00后”的披挂上阵，一大批“00后”亮相冰雪赛场，涌现出了像谷爱凌、苏翊鸣、韩雨、赵丹、张添翼等这样兼具实力和自信的小将代表我国争金夺银，

“00后”冬奥健儿们在冰天雪地里尽情释放着他们炙热的青春力量，屡屡创造着中国冰雪项目的历史，向世界展示中国新时代的体育力量。“00后让全网沸腾了”“中国00后逐梦冬奥会”等相关话题引发全网热议，各类媒体对他们的竞技表现和成长经历进行争相报道，体育新星也成为大众关注赛事的持续动力。“00后”运动员身上呈现出对体育的热爱、对自我的坚定、对祖国的认同等丰富的形象特质和积极的精神风貌，又通过媒体对冬奥会的报道展现给了全世界的观众，带动越来越多的人开展对冰雪运动项目的了解与参与。通过媒体传播塑造榜样化的群体，一方面可以传承体育精神文化，延续奥林匹克精神，带动体育事业的蓬勃发展；另一方面透过中国“00后”运动员们在赛场内外的表现，可以让全球看到了鲜活立体、朝气蓬勃的中国形象，开辟了传递中国体育精神的新视角，向世界展现出富有中国特色的体育形象。

整体来看，本文根据研究目的重点回应了研究问题，丰富了框架类型，但是仍存在需要继续探究的部分：首先，研究样本选取范围应当适当扩大，虽然新华社是具有代表性的主流媒体之一，但在互联网时代中其他异质类媒体的报道也不容小觑，收集多种媒体的报道可以使得对“00后”运动员研究内容更加全面丰富；此外，除了本文重点研究的媒介内容以外，媒介生产和媒介效果也是框架分析的重要部分，报道呈现的传播效果和受众反馈也是在以后研究中需要特别注意的部分和深入的方向。

参考文献

- [1] 马宪刚.“00后”媒介形象分析——以新浪新闻为例[J].西部广播电视,2016(02):23+28.
- [2] 董南希.中国“代际群体”媒介形象建构研究[D].西南政法大学,2017.
- [3] 李丹滢.解构与重塑:“00后”媒介形象的建构研究——基于《中国青年报》和《新京报》的对比分析[J].今传媒,2021,29(07):78-82.
- [4] 郭鹏.里约奥运会运动员媒介形象塑造研究[D].渤海大学,2018.
- [5] 刘琪.框架理论视野下报纸媒体第十二届全运会的媒体呈现[D].沈阳体育学院,2014.
- [6] 潘晓凌,乔同舟.新闻材料的选择与建构:连战“和平之旅”两岸媒体报道比较研究[J].新闻与传播研究,2005(12):54-65.
- [7] 王雷,申从芳.框架理论在新闻报道中的应用[J].东南传播,2009(05):137-138.
- [8] 易剑东.大型赛事报道与媒体运行[M].杭州:浙江大学出版社,2008:53.
- [9] 雷霆.重大体育赛事报道对国家形象建构研究[D].苏州大学,2019.DOI:10.27351/d.cnki.gszhu.2019.001186.
- [10] 李吴言.《体坛周报》关于2010-2018中国男子国足世界杯预选赛报道的框架分析[D].成都体育学院,2019.
- [11] 费郁红,刘洪霞,夏同玲.2008年北京奥运会我国主要报纸的报道框架[J].体育学刊,2009,16(10):38-41.
- [12] 李芳,于晓光,温天时.大型体育赛事报纸媒体报道框架及其传播效果的优化[J].沈阳体育学院学报,2013,32(06):49-52.
- [13] 刘蓓.框架理论视角下《China Daily》冬奥会新闻报道研究[D].北京体育大学,2018.
- [14] 余娟娟.西方主流报媒冬奥会报道的新闻框架研究[D].武汉体育学院,2018.
- [15] 刘朝霞.《纽约时报》和《人民日报》2008年北京奥运会报道的比较——框架理论的视角[J].首都体育学院学报,2011,23(04):313-316.
- [16] 贺天慧.《体坛周报》和《东京体育报》对里约奥运会报道的比较研究[D].北京体育大学,2018.
- [17] 邓玉霞.《中国青年报》“00后”媒介形象研究[D].内蒙古大学,2020.
- [18] 于德山.30年来我国运动员媒介形象分析[J].体育与科学,2009,30(04):73-78.
- [19] 张钢花,张德胜,周树华.体育明星争议性形象背后的名声机制与精英冲突——以网球运动员李娜为例[J].新闻大学,2020(08):115-125+130-131.
- [20] 何丰.邹市明媒介形象研究[D].北京体育大学,2017.
- [21] 李雪贝.我国主流媒体对女性运动员的形象建构[D].武汉体育学院,2020.
- [22] 黄婷,林建君.女性运动员媒介形象呈现研究[J].体育文化导刊,2018(04):153-158.
- [23] 杨雄.“00后”群体思维方式与价值观念的新特征[J].人民论坛,2021(10):18-22.
- [24] 张睿,吴志鹏,黄枫岚.“00后”大学生的思想观念及行为倾向研究[J].思想理论教育,2021(06):93-99.
- [25] 张展,周琪超.基于“00后”大学生的德育实效性研究[J].学校党建与思想教育,2021(04):78-80.
- [26] 刘锋,段智慧.新媒体时代“00后”大学生思想政治教育探究[J].学校党建与思想教育,2021(07):85-87.
- [27] 文希.主流媒体“00后”报道的议题设置与媒介形象塑造——基于《中国青年报》的内容分析[J].北方传媒研究,2018(06):76-77.
- [28] 王玉玺.框架理论视角下的“00后”媒介形象构建——以2010—2020年《中国青年报》

- 报道内容为例[J].科技传播,2021,13(04):71-73.
- [29] 李丹滢.解构与重塑:“00后”媒介形象的建构研究——基于《中国青年报》和《新京报》的对比分析[J].今传媒,2021,29(07):78-82.
- [30] 刘安安.我国“00后”明星的媒介形象塑造研究[D].苏州大学,2015.
- [31] 孙海龙.“归因”视角下“00后”网络媒体形象研究——以新浪新闻为例[J].北方传媒研究,2019(01):84-86.
- [32] 王玉香.“00后”青年不走寻常路的社会文化归因[J].人民论坛,2020(28):120-122.
- [33] 伊国豪.体育明星媒介形象的建构与影响研究[D].浙江师范大学,2020.
- [34] 邓珞华.词频分析——一种新的情报分析研究方法[J].大学图书馆通讯,1988(02):18-25.
- [35] 赵亮.文本情感倾向分类方法在评论有用性分析中的实现与应用[D].上海交通大学,2010.
- [36] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,1999.
- [37] IRVING SCHNEIDER. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience[J]. American Journal of Psychiatry,1975,132(10).
- [38] Pan Zhongdang,Kosicki Gerald. Framing analysis: An approach to news discourse [J].Political Communication,1993,10(1).
- [39] 叶志强.《人民日报》中“网络媒体”形象的媒介呈现(1993-2019)[D].暨南大学,2020.DOI:10.27167/d.cnki.gjnu.2020.001251.
- [40] 新左派运动的媒介镜像[M].华夏出版社,(美)吉特林,2007
- [41] 阴艳,付妍妍.区域视角与情感框架:中国影视文化在韩国传播的框架分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(06):101-109.
- [42] 严芳婷.没有硝烟的战争[D].华中师范大学,2020.DOI:10.27159/d.cnki.ghzsu.2020.002169.
- [43] 冷智玉.我国优秀游泳运动员傅园慧的媒介形象塑造研究[D].湖南科技大学,2020.
- [44] 张晓莺.论框架理论与媒介形象之建构[D].暨南大学,2008.
- [45] 童兵.新闻传播学大辞典:中国大百科全书出版社,2014.5
- [46] 吴丽娜.新华网杭州 G20 峰会专题中的国家形象报道框架研究[D].新疆大学,2017.
- [47] 薛文婷.历史上的奥运报道之五 一步一个脚印:新中国奥运报道之报刊篇[J].新闻与写作,2008(05):37
- [48] 倪元振.我国优秀运动员社会责任研究[D].曲阜师范大学,2021.
- [49] 王巍.《人民日报》冬奥会新闻报道研究(1980-2010)[D].北京体育大学,2011.
- [50] 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,1999:128.
- [51] 臧国仁.新闻媒体与消息来源:媒介框架与真实建构之论述台北三民书局,2003:41
- [52] 杨莹.灾害事件中公益微博的媒介框架呈现[D].西南大学,2014.
- [53] 谢亭亭.框架理论视域下的“90后”媒介形象建构[D].烟台大学,2020.
- [54] 麦奎尔大众传播理论[M].清华大学出版社,崔保国,李琨译,2006
- [55] 阴艳,付妍妍.区域视角与情感框架:中国影视文化在韩国传播的框架分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42(06):101-109.
- [56] 董南希.中国“代际群体”媒介形象建构研究[D].西南政法大学,2017.
- [57] 瞿巍.平民的英雄化与英雄的平民化——试论央视《体育人间》栏目[J].新闻界,2005(02):77-76.
- [58] 于德山.30年来我国运动员媒介形象分析[J].体育与科学,2009,30(4):73-78.
- [59] 邓珞华(1988).词频分析——一种新的情报分析研究方法.《大学图书馆学报》,6(2),

18-25.

- [60] 欧阳明,刘英翠(2014). 文本引用与词频寓意:对中法美“莫言获奖”报道的框架分析.《国际新闻界》(7), 84-98.
- [61] 中国青年报: 互联网上的中国体育新生代(2021-08-17)
- [62] 毛娜,蔡骐.框架与话语: 解析主流报纸对大学生村官的媒介形象建构[J].湖南师范大学社会科学学报,2021,50(04):131-137.DOI:10.19503/j.cnki.1000-2529.2021.04.016.
- [63] 张成良,高家林,李静.大学生媒体形象建构的嬗变——以框架理论的观点[J].新闻界,2008(05):33-35.
- [64] 徐连明.中国大众传媒独生子女新闻框架分析[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2011,33(05):35-40.
- [65] 万晓红,周榕.中国体育国际形象调查报告(2016)[J].武汉体育学院学报,2016,50(11):5-11.
- [66] 论集体记忆[M].上海人民出版社, (法)莫里斯·哈布瓦赫 (Maurice Halbwachs) 著, 2002
- [67] 张晓莺.论框架理论与媒介形象之建构[D].暨南大学,2008.
- [68] Robin West. A Strange but Familiar Foe: North Korea's Media Image and Public Imagination[J]. Asian Perspective,2017,41(4).
- [69] 一个自由而负责的新闻界[M]. 中国人民大学出版社, (美)新闻自由委员会 (The Commission Freedom of the Press) 著, 2004
- [70] 童兵,潘荣海.“他者”的媒介镜像——试论新闻报道与“他者”制造[J].新闻大学,2012(02):72-79.
- [71] YI Xue. Language Analysis of Liaoning Urban Image in Chinese, American, and Canadian News Framework[J]. Cultural and Religious Studies,2019,7(9).

致谢

时光荏苒，不觉四年又三载，这是我在武汉的第七年，也是在武体学习和生活的第七年，这片沃土上珍存了我的青春，滋养了我的成长，见证了我的蜕变。母校以其“公勇诚毅，学思辨行”的校训育我做人、教我求知，在这里收获的不仅仅是理论和技能，还有真挚的情感将是我隽永的记忆。行文至此，稿已将成，谨向我的家人、老师和朋友致以最深的感谢。

壹答家人。双亲的养育之恩无以为报，感谢你们赋予我健全的身体与自由的灵魂；祖辈们的牵挂之恩此生难报，感谢你们给予我无私的爱护与适时的激励。你们是最坚实的后盾，让我可以更安心地去追寻内心的梦想，更放心地创造生命的价值，更勇敢地面对生活的挑战。

贰敬良师。感谢我的导师万晓红教授，从小论文的练习到毕业论文的撰写，老师会定期组织学术讨论会和我们进行思想交流和写作讨论。恩师认真负责的工作作风、严谨求实的学术态度深深地感染并影响着我。另外也感谢在研究生期间对我们的各类论文多次进行耐心指导的汪蓓老师、给我指点迷津的李京宇老师、予我莫大鼓励的侯小琴老师、像知心大姐姐一样的滕姗姗老师、温柔且有能量的李爱群老师、周榕老师和吴丹老师，你们严以律己、宽以待人的处事之道也让我在求学道路上受益颇深。

叁酬益友。感谢同门的师兄师姐和师弟师妹们在每一次学术探讨中将自己的观点和建议倾囊相授，共同碰撞出灵感的火花和研究的激情。感谢挚友的支持与陪伴，是你们分享了我的喜悦与快乐，也是你们分担了我的焦虑与无助，那些温暖与感动将会铭记在心。天之涯，海之角，知交半零落，朋友亦亲人，后会愿有期。

肆拜学者。我深刻感受到在学术研究的这条大道上，正是因为有一批又一批坚守在知识前线，对学术探究始终抱有信念感和使命感的学者们，我们才有机会能够站在前辈的肩膀上看世界。感谢你们作为提灯人，用精神和智慧指引我们后辈前行。

伍叩自己。感谢一路历经坎坷但从未放弃的自己，给过去的自己一个拥抱。我会用学生时代的所思所学，怀瑾握瑜，心若芷萱，以一颗更加坚强而又乐观的心去面对未来的一切，用更加努力、更加美好的姿态来回馈这些关心爱护我的人。

山一程，水一程，身向江湖物外寻，夜深静入眠。风一更，雪一更，心朝大海道中论，黎明起身行。书短意长，临颖不尽……惟愿亲人、良师、益友多喜乐，久安康。