

## 2008年北京奥运会我国主要报纸的报道框架

费郁红<sup>1</sup>, 刘洪霞<sup>2</sup>, 夏同玲<sup>1</sup>

(1.哈尔滨体育学院 学报编辑部, 黑龙江 哈尔滨 150008;  
2.沈阳体育学院 体育社会科学研究中心, 辽宁 沈阳 110102)

**摘 要:**以新闻传播学为主要研究视角,运用新闻框架理论和内容分析法,对2008年夏季奥运会期间《人民日报》、《中国体育报》、《体坛周报》、《广州日报》4家报纸的奥运报道框架进行定量和定性研究。结果表明,北京奥运期间,我国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;在报道角度上,本土化框架依然占绝对主导地位。认为明星与胜负因素不应是媒体在赛场内追逐的唯一目标;宽泛性的报道框架更能展现奥林匹克“重在参与”的魅力;奥运会是国际性盛会,要加强奥运报道本土化框架与国际化框架的平衡性。

**关键词:**体育传播学;北京奥运会;报纸;报道框架

中图分类号:G80-05 文献标识码:A 文章编号:1006-7116(2009)10-0038-04

### A research on the report frame of Chinese newspapers in the 2008 Beijing Olympic Games

FEI Yu-hong<sup>1</sup>, LIU Hong-xia<sup>2</sup>, XIA Tong-ling<sup>1</sup>

(1.Department of Journal, Haerbin Institute of Physical Education, Harbin 150008, China;  
2.Sports Soical Science Center, Shenyang Sport University, Shenyang 110102, China)

**Abstract:** In order to know the report frames and characteristics of Chinese newspapers in the 2008 Beijing Olympic Games, and to summarize its advantages and disadvantages, this thesis makes a research of the report frames of newspapers such as People's Daily, Chinese Sports Newspapers, Sports Weekly and Guangzhou Daily in terms of quantitative and qualitative investigation, with the major viewpoint of news communication, using news frame theories and through the content analysis method. The results show that during the Beijing Olympic Games, Chinese newspapers used diversified frames in coverage topics, extensive frames in coverage projects but the native frame still took the priority in coverage angles. The author argues that stars or winning and loss should not be the only goal for the press to search for during the games and the extensive coverage frames can display better the Olympic's beauty of "the main point is to participate". Besides, the native frames and the international frames of the Olympic coverage need to be balanced more because of the Olympic Games is a international pageant.

**Key words:** sports communication; Beijing Olympic Games; newspaper; report frame

竞技体育,尤其是像夏季奥运会这样的盛大赛事,常被看作是全球媒介事件,人们感受的奥运会也常常是媒体眼中的奥运会。因此,媒体需要为受众构筑立体、真实、可信的奥运报道。2008年北京奥运会,全世界各大新闻媒体大大加强了报道力度,大约有2万名持证记者和约1万名非持证记者报道了北京奥运会。当然,媒体类型不同,出发点不同,投入不同,

报道的方式和内容五花八门,效果也大相径庭。作为东道主,我国奥运报道的规模和报道力度都超过了历届奥运会,奥运传播的范围面向全世界。其中,《人民日报》组建了100多人的报道团队;《中国体育报》派出17名一线记者,从8月1日起日常版全部变身为“奥运版”;《体坛周报》从7月28日起,由每周3期改出日报,每期64版,还成立了包括50多家国外媒体150

多名持证记者的国际体育记者纵队；《广州日报》奥运报道组则整合了广州日报报业集团旗下《足球报》《篮球先锋报》等 8 报 2 网 5 种特刊，组成“广州日报奥运报道联合舰队”，全媒体全天候进行奥运报道。

由于北京奥运新闻传播的重要性，与媒体奥运报道的大投入、大制作相呼应，在北京奥运会前，我国许多专家、学者、业界人士也纷纷对奥运报道进行学术上的研究。其中，早在 2004 年，喻国明等就以美国的著名媒体《纽约时报》、《今日美国》和国内近些年崛起的《北京青年报》、《北京晚报》等媒体为例，讨论了媒体在 17 天的雅典奥运会期间奉献了什么、应该奉献什么<sup>[1]</sup>；此后，黎莎<sup>[2]</sup>运用媒体框架理论，分析了日本媒体 2006 年冬奥会报道框架及其特点，以及影响日本媒体框架选择的主要因素；毕雪梅等<sup>[3]</sup>采用内容分析的研究方法，以 20 年来央视晚间奥运新闻报道为例，分析我国奥运电视新闻报道中采用的报道框架及特点和适用范围；钟新<sup>[4]</sup>运用内容分析法，在统计国内 3 家报纸和国外 2 家报纸雅典奥运报道十大主题的基础上，分析媒体对奥运会的关注重点；郭晴等<sup>[5]</sup>也是运用框架理论和内容分析法，从报道数量、报道主题、报道版面、报道体裁、消息来源和报道方式 6 个方面分析了国内报纸 2004 年 8 月至 2007 年 7 月对北京奥运的报道框架。20 世纪 80 年代以来，框架理论分析方法在媒介研究中越来越被广泛使用，以上研究都是使

用新闻框架理论，对北京奥运会前我国或其他国家的报纸、电视媒体的整体或部分报道框架进行内容分析，可以说既是对北京奥运前的奥运报道的总结，也给即将发生的北京奥运报道实践及理论研究提供了参考。

如今，北京奥运会已成功举办，并被冠以“无与伦比”的评价。以《人民日报》、《中国体育报》、《体坛周报》、《广州日报》4 家媒体为主要研究对象，根据新闻框架理论<sup>[6-7]</sup>，解析我国报纸北京奥运报道的框架及其特点，关注其在有限的版面中如何分配资源，以达到最佳的传播效果，对总结本次奥运会我国报纸奥运报道的经验和不足具有十分重要的现实意义。

## 1 报道主题的多样性框架

所谓报道主题，是新闻事实所体现的主要问题或基本观点，它表现“把关人”的判断和倾向。本文根据钟新等以奥运的内涵和形式，以及社会文化及生活方式走向筛选出的出现频率较高的 10 个报道主题即本国运动员获胜、本国运动员失利、本国突破和希望、与本国关系特殊国家的表现、外国亮点运动员表现、普及项目赛况、东道国文化、赛事组织工作、兴奋剂及其他丑闻、国际奥委会事务<sup>[4]</sup>对 4 大报纸北京奥运的报道框架进行分析，通过比较同一报纸报道不同主题的篇数来说明该报对不同报道主题的关注程度。4 大报纸的北京奥运报道主题见表 1。

表 1 四大报纸北京奥运会 10 大报道主题文章篇数

报纸名称	本国运动员获胜	本国运动员失利	本国突破和希望	与本国关系特殊国家的表现	外国亮点运动员表现	普及项目赛况
人民日报	163	58	42	35	78	53
中国体育报	349	118	106	102	236	399
体坛周刊	310	104	94	89	229	376
广州日报	172	65	53	49	97	66
合计	994	345	295	275	640	894
报纸名称	东道国文化	赛事组织工作	兴奋剂及其他丑闻	国际奥委会事务	总计	
人民日报	28	36	9	14	516	
中国体育报	58	81	20	27	1 496	
体坛周刊	31	52	13	19	1 317	
广州日报	28	26	10	12	578	
合计	145	195	52	72	3 907	

对 4 家报纸的综合统计结果表明：(1)关于“本国取胜”的消息获得最大的关注，这与我国政府和公众对奥运会要争取金牌和奖牌的支持立场以及“把关人”长期以来对竞技运动报道“金牌至上”的报道原则有关；(2)奥运赛事本身是报道的核心内容，排名靠前的“本国取胜”、“本国失利”、“外国亮点”、“本国突破”

都是围绕奥运会赛事本身的报道主题；(3)特殊关系国作为竞技层面的竞争对手受到一定关注，但没有得到特别放大；(4)职业化程度高且社会普及程度高的足球、篮球等项目由于受众广泛等原因，在媒体报道数量上非常突出；(5)由于奥运会开在“家门口”，专门针对东道国文化报道本届奥运会的，在数量上有了较

大突破,展示了一届名副其实的“人文奥运”;(6)对赛事丑闻的报道不太突出,这与北京奥运会成为一届“干净奥运会”以及国内报纸的报道机制有关;(7)关于国际奥委会言行的报道最少,这和国际奥委会在奥运会期间直接声音少有关,也和奥运会期间的关注焦点为赛事本身有关。

## 2 报道项目的片面性框架与宽泛性框架

所谓报道项目的片面性框架与宽泛性框架,一是看能否报道奥运会的所有项目;二是对本国队、对获得金牌的项目及未进入决赛或在预选赛中就被淘汰的参赛项目,能否都给予一定的报道版面。北京奥运会共有历史上最多的204个国家和地区参加28个大项和302个小项的比赛。中国队也派出了历史上参赛人数最多、参赛项目最多的代表团。研究表明,4家报纸对这些参赛项目进行了全面报道,采取了宽泛性的报道框架。首先报道奥运会的所有项目,尤其是《中国体育报》和《体坛周报》,由于是专业性体育报,版面充足,几乎将所有项目逐一向受众做了介绍。其次,对中国队无论是获得奖牌的项目,还是没有获得奖牌的项目,或是在预赛即遭淘汰的项目,都能够安排版面加以报道。只是对各项目的报道,在版面的大小及位置的安排上有所区别。

宽泛性的报道框架是全世界媒体奥运报道的共同追求。奥运会的项目设置具有深刻的合理性以及奥林匹克的文化遗产性,北京奥运会设置的28个大项302个小项的比赛,是各国人民进行体育文化交流的重要内容,对其进行广泛的报道和介绍,是媒体义不容辞的责任。另外,参与和超越是奥林匹克运动百年来得以永恒的精髓,媒体奥运报道要以参与和超越为主线,获得金牌的项目要报道,获得银牌和铜牌、取得突破也是一种胜利,也要报道,对于各国运动员比赛失利,或者在预赛即遭淘汰者,新闻报道应更具人文意识。

## 3 报道角度的本土化与国际化框架

本土化框架是指报道有本国运动员参赛的赛事和对本国竞赛之外的政治、经济、文化、教育、科技等方面内容的报道;国际化框架是指报道各国运动员参赛的赛事和对各国政治、经济、文化、教育、科技以及国际奥委会事务等方面的报道。

4家报纸对北京奥运会的报道选材,本土化框架依然占绝对主导地位。《中国体育报》、《广州日报》在奥运报道上主要还是围绕中国体育代表团展开。《人民日报》在报道思路则有所创新,从以往较多关注中国运动员夺取金牌,转为不仅报道中国运动员的好成

绩、好风貌,还积极报道其他国家运动员的优秀表现、优良的体育精神。《体坛周报》在奥运期间,因为与法国最具影响力的《队报》以及西班牙《马卡报》等进一步加强合作,优化配置报道资源,更展现了该报宏大的奥运报道国际化框架。

## 4 对我国媒体奥运报道框架的理性思考

1)明星与胜负因素不应是媒体在赛场内追逐的唯一目标。

尽管对媒体“金牌至上”报道原则的批评不断,但对最引人注目的本国运动员获胜和失利的报道仍然是最大的看点,因而受到媒体最密切的关注。其中,获胜主题的报道量也是最大的,这一点中外媒体概莫能外。应该说,无论是获胜报道还是失利报道,都应体现更强的奥运精神和人文精神,而不是赤裸裸的“金牌至上”,明星与胜负因素不应是媒体在赛场内追逐的唯一目标。事实上,无论是个人欣赏体育,还是媒体报道体育,从低级到高级,都至少有3种层次:最低的层次是为自己人加油,对本国运动员的获胜、失利和突破进行焦点报道;第二个层次是像看戏一样欣赏体育“表演”,报道体育戏剧性、娱乐性的一面;第三个层次是感受和报道体育的伟大成就以及伟大或崇高的运动员。

2)宽泛性的报道框架更能展现奥林匹克“重在参与”的魅力。

采用宽泛性的报道框架,可以使受众在这样的报道框架中不仅看到奖牌和胜利,而且能看到各国运动员所表现出精湛的运动技术、自我超越的动人故事和伟大的奥运精神,进而接受奥林匹克的文化教育,提高综合素质,使其真正具有与综合国力不断增强相匹配的现代意识和开放宽容的心态。而如果一味宣传代表团如何争金夺银,则会使国际社会对我国举办奥运会的宗旨和目标产生误解和反感,不利于展示良好的国家形象。因此,奥运报道要贯彻客观、全面、充分和及时的报道方针,报道对象应尽量涵盖所有的参赛国家和地区,而不只是获奖牌多的运动员以及国家和地区,对那些体育水平不是很高的国家和地区,对那些在前几轮就被淘汰的运动员,在报道中都要做相应的安排。

3)要加强奥运报道本土化与国际化框架的平衡性。

奥运会是世界的。2008年北京奥运会,我国作为承办国,奥运报道面向的是全世界的受众,媒体应该具有世界主义的报道胸怀,要向全世界受众包括中国受众全面介绍奥运会的情况和世界体育运动的水平。

尤其对于许多小国家来说,奥运会的体验仅仅只有几分钟,包括中国在内的所有世界主流媒体,不仅要集中报道夺牌大国,而且要历史地记录某些国家和地区在奥运会上的光荣与梦想。“同一个世界,同一个梦想”是2008北京奥运期望留给世界的人文遗产,对于身负报道奥运、传播体育精神重任的媒体,应该真正将这10个字的内涵体现在报道中。当然作为中国媒体来说,对中国运动员的报道肯定更多一点,但在实际报道中应体现出它确实是一个国际性的运动会,多一些具有国际化框架的报道。世界上一些比较知名的媒体对奥运会的报道比较充分、全面,对本国运动员的报道和对国外运动员的报道较为平衡,使受众明显感到这是一次国际体育盛会,而不是某一个国家或地区的运动会。这一点很值得我国的一些媒体思索。

对《人民日报》、《中国体育报》、《体坛周报》、《广州日报》北京奥运报道的分析结果表明,我国报纸在奥运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,在报道角度上,本土化框架依然占绝对主导地位,这既说明了受众的社会意识对媒体报道的反作用,也体现了我国政府的宣传原则以及媒体传播者的文化情结。研究认为,对于奥运报道,明星与胜负不应是媒体追逐的唯一目标,宽泛性的奥运报道框架更能展现奥林匹克“重在参与”的魅力,奥运会是世界性的盛会,媒体要加强奥运报道本土化框架与国际化框架的平衡性。

#### 参考文献:

- [1] 钟新. 17天,媒体应该奉献给公众什么——国内外部分报纸雅典奥运报道观察[J]. 新闻与写作, 2004(10): 14-16, 25.
- [2] 黎莎. 解析日本媒体2006年都灵冬奥会报道框架——对提升我国2008年北京奥运报道的思考[J]. 体育科研, 2006(6): 41-43.
- [3] 毕雪梅, 贺幸辉, 袁蓉. 1988年到2004年五届夏季奥运会中央电视台奥运新闻报道框架研究[C]//第八届体育科学大会入选论文, 2007.
- [4] 钟新. 让东道国文化“化入”热点报道——中外五家报纸雅典奥运十大报道主题分析[J]. 新闻与写作, 2007(5): 55-56.
- [5] 郭晴, 周云红, 贾哲. 对国内报纸北京奥运报道的框架研究[J]. 当代传播, 2008(5): 43-45.
- [6] 邱林川. 多重现实:美国三大报对李文和的定型与争辩[J]. 新闻与传播研究, 2002(1): 64.
- [7] 斯蒂芬·李特约翰. 人类传播理论[M]. 史安彬, 译. 北京:清华大学出版社, 2004: 178.
- [8] Berger, Thomas Luckman. The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge[M]. New York: Random House, Inc., 1996.
- [9] 刘红霞. 媒介体育中国家认同的再现与建构[J]. 体育科学, 2006(10): 5-16.

[编辑: 邓星华]