



韩国媒体中体育明星形象报道特征

——基于金妍儿的新闻报道分析

郑智妍(韩),陈丽江*

摘要: 通过韩国主流综合性日报《东亚日报》对著名体育明星金妍儿的新闻报道分析,探讨韩国媒体中体育明星的报道特性。研究从体育赛事新闻报道中如何描写作为选手的金妍儿,及作为明星的金妍儿两个角度进行分析,得出如下结论:第一,体育赛事新闻重视金妍儿的比赛水平,强调成绩至上,并试图促进金妍儿的英雄化现象。第二,体育明星新闻重视金妍儿的商业价值,并体现出提高商品价值、追求企业利润等商业主义特性。

关键词: 《东亚日报》;金妍儿;新闻报道;英雄化;商业主义

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2016)03-0085-06

The Coverage Features of Sport Stars in Korean Media: Based on the analysis of Coverage Concerning Yu-naKim

ZHENG Zhiyan, CHEN Lijiang

(School of Sports Journalism Communication and Foreign Language, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: Through the analysis of the coverage of Yu-naKim, a famous sport star in Korean key newspaper East Asia Daily, the paper focuses on the coverage features of sport stars in Korean media. It studies how the news reports depict Yu-naKim as an athlete and how they depict her as a star. The conclusion is that firstly, the event news pays attention to Yu-naKim's competition performance and ranking and tries to make Yu-naKim as a national heroine. And secondly, the news of sport stars lays emphasis on Yu-naKim's commercial value and features commercialism of enhancing goods value and pursuing profits.

Key Words: East Asia Daily; Yu-naKim; news coverage; heroism; commercialism

1 研究背景

最近韩国体育选手的比赛技术有很大进步,而且在国际舞台上获得了不少成就,于是韩国民众对优秀体育运动员尤其是体育明星的关注度越来越大。对体育明星的报道让多数人兴奋,并让多数人沉迷于此,如此,现代体育明星成为占据重要作用的社会性存在。体育明星一般是比其他选手优秀的,以运动执行能力来获得名声的选手。这意味着体育明星能满足社会和大众对体育选手的要求,成为反映社会愿望的象征物。值得关注的是今日的体育选手与过去的体育明星不同,不仅通过比赛技术体现出作为体育选手的价值,而且还要通过他们的形象或者关注度扩展他们的活动范围。这说明体育明星作为文化商品及社会现象通过联络传播媒体^[1],在政治、经济、社会、文化等领域上需要逐渐提高其波及效果^[2]。

金妍儿是韩国代表性的体育明星之一,是韩国最早实现奥运会花样滑冰金牌、花样滑冰女子单滑四大国际比赛等大满贯的选手。她通过她的荣耀成就,向韩国人民介绍了花样滑冰运动项目,并使得国民克服民族主义的忧郁性以及西方国家的自卑感,还提高了他们的爱国心。除此

之外,她不仅在体育领域获得了成就,而在其他时尚、文化、经济等社会各领域中,也进行了不少活动,并成为了韩国文化及经济效果的象征。金妍儿是同时满足比赛技术和商业价值的第一个女性体育明星,这在韩国产生了前所未有的社会现象。因此,本论文通过分析有关金妍儿的新闻报道内容,将研究她作为女性运动员和体育明星持有何种新闻内容及特性。

2 研究方法

2.1 研究对象

本文的研究目的是通过新闻报道分析体育明星新闻报道的特性。本文把金妍儿选为分析对象,分析了从2007年至2014年共7年的新闻资料。通过在韩国最大的新闻搜索引擎 KINDS 搜集了主流报纸《东亚日报》新闻资料,排除了其中不适合进行分析的新闻资料后,最终获得330条。

2.2 研究方法

通过归纳范围分析,本论文分析媒体新闻中体现出

收稿日期: 2016-04-16

第一作者简介: 郑智妍(韩),女,在读硕士研究生,主要研究方向:体育新闻。E-mail: stopno1@hanmail.net。

* 通讯作者简介: 陈丽江,博士,教授,硕士研究生导师。主要研究方向:话语分析,国际传播学。E-mail: chuchuchl@163.com。

作者单位: 上海体育学院 体育新闻传播与外语学院,上海 200438。



的体育明星的报道形式和特性。首先对有关金妍儿的新闻报道编制了单位,在进行意义单位(meaning units)分析时,应用了 Krippendorff^[3]的类型象征单位概念,并在充分考虑句法单位(syntactical units)和对象单位(referential)后进行了分析。其中句法单位是由在媒体中可识别出的文章、段落、单词构成的,它能确定句法单位的意义。对象单位是在新闻中所提到的物理(事务、人物)、时间(事件)单位,它能判断在报道新闻中所提到的人物是否属于分析范围^[4]。

通过对媒体中的 330 条金妍儿的全部新闻报道编制范围,得到具体数据为赛事主题 100 条(30.3%)、明星内容主题 90 条(27.3%)、赛事和明星的混合主题 11 条(3.3%)、其他 129 条(39.1%)。在此基础上,通过归纳范围分析,将有关金妍儿的报道内容按其作为运动选手身份和体育明星的身份进行了分类并编制了范围表,见表 1。

表 1 分析范围
Table I Range of Analysis

分析范围	二级范围
选手 金妍儿	比赛技术 参加赛事、成长、记录、奖牌、冠军、出线
明星 金妍儿	明星 花样滑冰女王、女帝、明星、广告、模特、身价
混合-其他	训练、主要日程、冰上节目、教练、大学生

3 讨论与分析

进入 20 世纪 80 年代后,韩国的体育以影像媒体的发展和职业棒球为起点,摔跤、足球等也逐渐实现了职业化,体育产业规模也得到了发展。尤其是韩国职业体育成长为深受国民喜爱的大众体育,这种职业体育的核心体育选手被社会认知为明星,得到了与他们的水平和人气相符的待遇。大众对体育明星的关心日益增加,这种关心和需求引起了充分的需求,于是自然而然开始出现了能满足这些关心的专业化和多样化的体育广播电视和报纸媒体等。媒体的有效传播推动着体育的全面发展,促进一般大众对体育运动和体育明星们的关心;另一方面体育和体育明星们也以其特殊的魅力促进了媒体的发展。

综合性日报《东亚日报》、《朝鲜日报》和《Hankyoreh 报纸》是韩国发行量最大的 3 家严肃报纸。虽然这 3 家报纸在定位和受众及政治倾向性上有差异,但在报道体育新闻的特性上都呈现出一些共通的地方。本文以《东亚日报》为主要研究对象,以《朝鲜日报》和《Hankyoreh 报纸》作为参照点进行分析。

3.1 作为选手的金妍儿的体育新闻报道特性

3.1.1 新闻报道的形式以消息和新闻特写为主,新闻题目简短明了,关注赛事本身

对《东亚日报》上有关金妍儿报道的 330 条新闻的进一步细分,可以看到它们基本分为如下 3 类:新闻消息(Straight)120 条(39.5%)、新闻特写(Feature)174 条(57.2%)以及新闻评论(Editorial)10 条(3.3%)。新闻消息的形式能迅速正确地传达信息,而该特性适合于传达事实信息;新闻特写对内容、时间的限制不是特别严格,而这样

的特性适合于提供广范围的信息。新闻特写能丰富读者的兴趣,它把金妍儿描写为运动选手、广告模特或者明星等,而给读者提供关于金妍儿的各种方面的信息。所以 90% 以上的金妍儿的新闻报道是新闻消息和新闻特写。

新闻评论是对社会的争论点、特定热点等事件提供判断、意见或解决方案的新闻形式,所以该新闻主观性比较强,会影响读者的判断。从统计中可看出,金妍儿的新闻评论在 2010 年和 2014 年特别多。这是因为金妍儿在 2010 年温哥华冬奥会获得 228.56 分,重新书写花样滑冰的新的历史,并作为韩国选手第一次在花样游泳世界赛事上获得了冠军,而在 2014 年金妍儿宣布退役,所以在此时间很多新闻编辑了对金妍儿的社论。

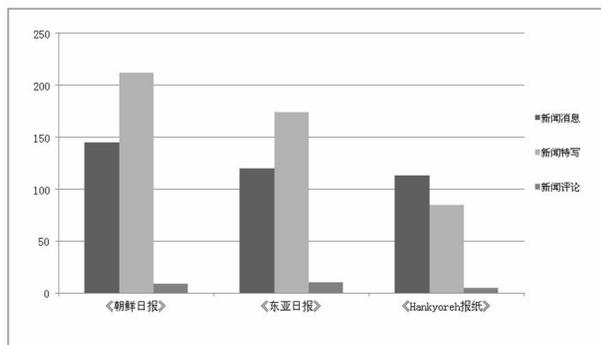


图 1 韩国新闻媒体对金妍儿的报道形式

Figure 1 Korean Media's Coverage Types of Yu-na Kim

如图 1,《朝鲜日报》、《东亚日报》及《Hankyoreh 报纸》在有关金妍儿报道的新闻消息、新闻特写和新闻评论形式上大致相同,反映着韩国媒体体育报道的特征。

新闻消息提供某一事件的事实信息,故它具有客观性。它是所有新闻报道的基本形式,它基于“六何原则”,传达所发生的事件或所认知的现象等的真实信息,以此保持客观性,并给读者提供更快、更准确的事实,所以该新闻的主要目的为即时传达信息和提供正确的信息。新闻消息的分布度主要显示在金妍儿的赛事结果以及广告营销方面。在全部新闻之中,300 条新闻消息不超过 200 字,题目字数不超过 10 个单词,而在报纸新闻的题目中,发现它们都包括新闻的核心内容。本文从本次结果分析中还得出该类新闻的 2 种特征:第一,从新闻的题目中就能发现新闻的重点;第二,该类新闻的内容简单明确。新闻消息把新闻的重点内容都安排在新闻的开头,因此,该类新闻的主要目的是向大众传达金妍儿的赛事结果或者其他事件、事故的具体信息。由此可以看出,该类新闻的内容简单明确,主要报道目的为正确地传达信息。

3.1.2 新闻报道的内容突出成绩至上,结果为先主义

体育明星与其他明星不同,他们并不通过角色操作,而只通过自身的身体能力,在体育赛事上表现出良好的成绩才能成为体育明星。他们在自己的领域仅依靠卓越的自身能力获得名气。体育明星一般和其他明星的排练构造不同,具有胜负和竞争构造,于是为了证明自己的地位,必须在自己体育项目上证明自身的比赛技术。因此,要想成为体育明星,必须以优异的体育赛事成绩为基础。所以,成绩至上,结果为先成为新闻报道的主要内容。



在分析金妍儿的330条新闻之中,有100条新闻是有关赛事的内容。其比赛技术内容一般和赛事内容有直接或间接相关,大都数新闻都包含比赛结果以及比赛内容,包含金妍儿的赛事成绩、比赛过程、赛事后话、赛事准备过程等。如此,该类新闻的主题是选手个人的比赛及比赛技术,突出强调赛事为主,成绩为先(见图2中的赛事新闻内容的比例分配)。从统计结果可以看出,有关赛事的新闻从2007年Senior(成人组)赛事获奖起,一直增加至2014年,而在此时期存在一些上下波动。

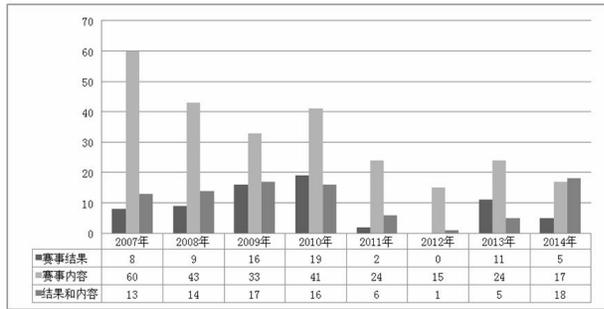


图2 金妍儿选手的赛事新闻内容占比

Figure 2 Proportion of the Event News about Yu-na Kim

金妍儿作为体育选手于2007年首次登台,而于2014年宣布退役。她曾经参加过很多国际赛事,花样滑冰世界赛事一般为11月至3月,所以很多有关赛事的新闻一般都在11月至3月份之间。如表2所示,在金妍儿新闻的标题中,存在如下与赛事结果直接相关的词语。新闻尤其通过记载记录、排名或获奖等直接获得物,向大众传达了金妍儿的运动水平和成绩至上观点,为此它们连续不断地使用了有关词语或关键词。

表2 在金妍儿的赛事新闻上,标题的主要词汇

Table 2 Main Words Appeared in the Headlines of the Event News about Yu-na Kim

年度	标题主要词汇
2007年	花样滑冰妖精、女王、梦之200分、无敌、钢铁蝴蝶、天鹅之翅膀
2008年	冰上的艺术、盖世、死亡之舞蹈、燃烧的眼线、综合征
2009年	世界新纪录、梦之记录、花样滑冰女王、现任女王
2010年	冠军关键、金、无缺点的4分钟9秒、能呼吸的艺术品、女王的加冕典礼、铁心
2011年	依然是金妍儿
2012年	女王的归来、更强烈的女王、100%的妍儿
2013年	星、迷住全世界、最高得分
2014年	索契冬奥会、幸福的结尾、奥运会2连冠、女王的终曲、妍儿的冰雪奇缘

图3中的新闻题目是“幻想……金妍儿在‘俄罗斯杯’Free中获得历年最高分133.70分,大奖赛连冠、进入决赛”。新闻内容是“‘花样滑冰女王’金妍儿(17岁军埔修理高中)重新写世界花样滑冰历史……金妍儿值得获得‘加分的女王’之称号。一个同样的三段跳,金妍儿的技术在正确性、弹跳、空中姿势等方面绝对优于其他选手……(Kim-seonggyu,《东亚日报》2007年11月26日02页45版)”。

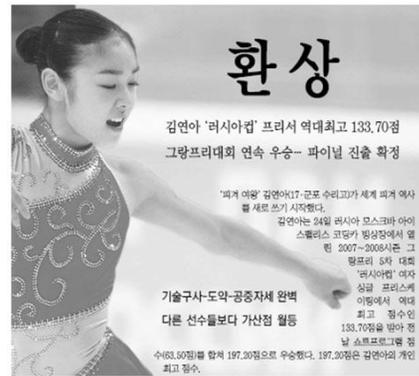


图3 《东亚日报》2007年11月26日02页45版

Figure 3 Page 2 of East Asia Daily, November 26, 2007

图4中新新闻题目是:“‘金妍儿综合征,迷住了大陆’”,新闻内容是:“‘花样滑冰女王’金妍儿(18岁军埔修理高中)出场的赛事,并无例外,……金妍儿在两次赛事中启发了综合征,获得世界观众的关注……(Kim-seonggyu,《东亚日报》2008年11月10日26页45版)”



图4 《东亚日报》2008年11月10日26页45版

Figure 4 Page 26 of East Asia Daily, November 10, 2008

金妍儿现在不仅在韩国很红,而已成为世界上独一无二的花样滑冰选手。哪怕韩国是花样滑冰的不毛之地,但是金妍儿一出现之后,所有媒体一个接一个把她描写为“综合症”、“幻想”、“历年第一”、“无法想象”等。1970年代是韩国体育,尤其是女性体育的成长期,而且,支持一个体育明星的核心价值或者社会价值的仍然是体育选手的比赛水平。而作为运动员,新闻报道关注金妍儿的比赛成绩和运动水平不吝以华丽的词汇来赞美她,也就很好理解了。

3.1.3 新闻报道的内容强调通过自身努力成为榜样,突出时代英雄主义

从传统来看,英雄是在一个民族的历史之中,影响力特别大的少数人物才能获得的称号,因为对大众来讲,在一个民族的危机时期,英雄的苦难和胜利是一种神话,它能引起大众的移情。英雄不但是一个非凡的人物,还是一个能团结人民的重要手段^[5]。

体育明星超越明星,更能成为英雄,这与社会脉络很有关系。换句话说而言,他们通过自身的比赛技术,实现国家价值的提高、人民的团结、人民自豪感的实现等社会的愿望,并与人民构建相互认同的关系。一般来讲,虽然也有些大众是喜欢体育项目本身,但是大多数人通过特定的动机或情况开始喜欢上某一体育项目。其中体育英雄是一个重要动机之一。比如,在韩国出现金妍儿以后,韩国人民开始



认识了冰上滑冰项目,并非常关注该项体育项目。她是韩国第一位在各种世界花样滑冰赛事上获得冠军的选手,前韩国总统李明博也亲自给她打电话说“你给全部韩国人民提供了快乐和勇气”。在国家面临困难时,体育明星给全部国家人民创造了希望和鼓舞。如此,大众通过体育明星,对体育产生了兴趣,甚至为体育明星着迷。

纵观对金妍儿的赛事报道统计,可以发现内容充满了“踏实”、“努力”、“基础”及“忍耐”等字眼。如从下面的新闻中,可发现金妍儿的踏实性。“每天在地上训练3~4h,而在冰上训练2h以上。她行程特别忙的时候,也最起码找4h的时间进行训练”,“1年训练300d,每一次训练她跳30多次,1年跳900多次”。如此,对金妍儿的新闻一般不怎么关注她的天才性,而强调她的“踏实性”,并承认她的成功。对金妍儿的演技没有只从天生这个角度来说明。在赛季以前,金妍儿看了与比赛相关的悲惨世界的音乐剧和电影数十遍达到了几乎上瘾的程度。“我觉得表演时我的表现力或对音乐的理解通过电影或音乐剧会进一步提高”,彻底地进行了人物分析。除了艺术表现以外,金妍儿的技术也非常完美。尤其她的跳跃被称为“教科书跳跃”,准备跳跃的阶段,即跳跃距离较短,在有限的表演时间内可以展现比其他选手更多的技术。金妍儿的滑冰速度与众不同,当地电台现场直播组曾为没能录下金妍儿画面而感到非常沮丧。在预测速度后移动摄像机时,金妍儿早已遥遥领先。第一次和第二次跳跃的高度相同的连续跳跃也是名跳之一。她的优秀运动水平创立了“Queen”、“国民妖精”、“花样滑冰妖精”等词汇,并实现了“女王”形象。没过程就没基础,没基础就没过程结果。她的基础训练非常艰苦,而通过不断地努力她已被称之为“弹跳之教本”,这才是建立金妍儿选手形象的原动力。

通过对金妍儿踏实训练、刻苦提高技巧和技能而获得成功,宣扬依靠自身努力可以取得胜利,从而造就神话,改变历史,提升国家在国际上的体育地位,使她成为国民心目中的英雄。

图5中的新闻题目是:“‘金妍儿世界第一金牌‘别担心,妍儿’,每一次弹跳,我们也一起跳”,新闻内容是:“金妍儿在弹跳,我的心也一起跳,金妍儿在哭,我也一起哭。所有人民屏住气息,看住了金妍儿……有一医院的患者们看完金妍儿的表演之后,因为浅田的表演不是很重要,因此直接回到自己的病房。Shin-jinguk(74岁)说:‘住院很无聊,但是今天有了金妍儿的表演,感到非常开心,心情和身体感觉都变好了。’……”(Yoo-seongyeol,《东亚日报》2010年2月27日08页45版)。

“걱정마, 연아야” 점프할 때마다 전국민이 함께 펄쩍



图5《东亚日报》2010年2月27日08页45版 Figure 5 Page 8 of East Asia Daily, February 27, 2010

图6中的新闻题目是:“《东亚日报》选定2008年今年的人物:Marin Boy朴泰桓、Figure Queen金妍儿, Figure Queen金妍儿——给人民带来笑容——希望,因为有了很多朋友关注,训练也很开心”。新闻内容是:“金妍儿(18岁,军埔修理高中)是今年在各种舆论调查中被选为给韩国人带来幸福的第一人物……”(Kim-seonggyu《东亚日报》2008年12月29日24页45版)



图6《东亚日报》2008年12月29日24页45版 Figure 6 Page 24 of East Asia Daily, December 29

金妍儿在国际赛事上展示了良好的表现,以此给韩国人民带来自豪感及希望。如上所述,韩国媒体使用“Queen”、“女王”、“传说”、“世界花样滑冰明星”、“冰上妖精”等词汇描写金妍儿。金妍儿戴上韩国国旗,获得金牌,这可提高韩国国家形象,价值达到几千亿韩元。如此成立“金妍儿=大韩民国”之公式,可具有代表国家的英雄价值。2011年7月6日,2018年冬奥会举办城市在南非德班举行的第123次国际奥委会全会上揭晓,此前获胜呼声最高的韩国平昌终于在第3次申办冬奥会时圆梦。平昌也是继日本之后第2个举办冬奥会的亚洲国家,而韩国也成为夏季和冬季奥运会都举办过的少数国家之一。也正是如此,花样滑冰世界冠军金妍儿作为平昌冬奥会的申办大使,成为韩国国民心目中名副其实的英雄。

3.2 作为明星的金妍儿的新闻报道特性

体育媒体并非是如实展示世界的体育,而是按照媒体主题再生产后转达,所以接触体育媒体的多数人会有各种各样的体验。体育明星和其他文化产业的明星一样蕴含了各种各样的社会价值,比如,肉体、精神健康的重要性以及学习基本技术的诚实的态度、发挥健康的竞争心、为团队的胜利而牺牲个人的精神等。其中,媒体所制作的体育明星形象,即,有关体育明星的媒体报道可产生最大的经验世界。他们具有的社会价值以及独特的商业价值是媒体不可忽视的重要因素。这种价值和媒体的报道价值相结合后,体育明星具有的价值范围就会逐渐变得广泛。在现代社会,明星可代表社会构成所追求的价值。他们还可以反映大众的愿望、想法、希望等,并还对团结、维持社会产生贡献。只有能实现社会要求和价值的人物才能成为体育明星,他们以自己的体育技术不断地要证明自己的体育水平,并以此具备商业价值。体育明星的形象可以说是“和特定运动选手的比赛实力有关的基础直觉及评价以及性格、行动、社会性、外貌、教养等起综合的作用而使观众拥有的



印象的总体”^[6]。

一个选手能不能成为体育明星,要看他的几种条件,具体为:该运动员的运动成绩情况;该运动员在媒体中的形象;该运动员的每一行为对商品性的影响等。如果运动员的这些条件满足于市场需求,可认为他就具备了体育明星的潜在条件。反之如果当运动员并没有具备优秀的竞技水平时,并不能创造作为体育明星的价值。

很显然,金妍儿骄人的运动成绩已经具备作为体育明星的资格。体育明星往往为了接近大众,被媒体重新编辑他们的对外形象,被媒体深入挖掘其方方面面,才能发挥最大的商业价值和市场价格。由此,金妍儿在参加赛事的时候,很多有关她的新闻都为赛事新闻;而在未参加赛事期间,媒体通过编辑各种方面的新闻,维持了大众对金妍儿的关注。这样的现象不仅使得大众关注金妍儿的运动水平,还关注她的外貌或其他,使得媒体对其关注的焦点完成了对其由运动员到明星的身份转换。对金妍儿报道的统计分析可以看出,花样滑冰世界赛事一般为11月至3月,所以很多有关金妍儿的赛事的新闻一般都在11月至3月份之间。而要让观众或者读者维持对她的关注,只能将报道的焦点放在非比赛期间作为明星的新闻或者有关她的重要日程等八卦新闻。

3.2.1 新闻内容凸显商业主义的扩大

在金妍儿的新闻内容中,有关其作为明星的新闻焦点主要有外貌、时尚、宣传、广告、八卦相关的内容。该类新闻在全体新闻中占有36.1%,可发现在现代社会体育明星除了运动水平等重点因素以外,为了成为新型体育明星,在商业性方面也在增加他们的影响力。不仅如此,很多新闻都是有关商业性或者名流性新闻。

金妍儿以优秀的运动水平为基础,成为了体育明星。这把金妍儿变为一个品牌,而她的所有东西都开始受大众的欢迎。金妍儿不但具备了体育运动员的形象,还作为一名明星,她的外貌、时尚、广告、八卦等所有的东西都被成为关心的对象。她的体育选手形象自然形成了明星形象。通过各种企业的广告或赞助,她慢慢地接近了大众。

在关于金妍儿的标题中,探讨金妍儿的体育明星价值的新闻比较多。体育明星以大众的好感为基础,在巨大市场中创出利润,即她作为媒介担任广告模特或企业的电子广告等任务。有关金妍儿的所有东西都成为热门话题,所以很多企业都愿意通过金妍儿广告自己的商品,金妍儿也以此提高了自身的价值。

但是一个金牌并不能解释金妍儿的企业名片化现象。金妍儿基于自己的才能,给粉丝或消费者建立沟通系统,并成为大众所羡慕的对象,并从大众的心中引导强烈的热爱以及关注。如此,金妍儿作为体育明星,基于商业化和媒体的影响力,不仅是一般的体育选手,而成为了媒体明星,以此实现与粉丝或消费者的沟通。她以多种渠道接近大众,这能促进与大众之间的亲密度以及消费者的消费欲望。

体育是现代社会的代表象征物之一,体育的影响力可扩展到社会各个方面。所以在体育相关产业之中,体育明星的人物特征也有所改变。基于大众对体育明星的好感,体育明星作为提高企业利润的媒介,担任广告模特或者赞

助企业的吉祥物。金妍儿为了得到冠军所使用过的所有物品都出现在网络的热词上。所以很多企业愿意通过金妍儿推广自己的商品,此结果使得金妍儿能成为企业名片。韩国现代汽车把金妍儿雇佣为广告模特,他们在温哥华冬奥会期间内获得了700万韩元的广告效果,另外韩国三星电子也是通过金妍儿广告了手机、空调等,也获得了比现代汽车大好几倍的广告效果。根据三星电子的自我调查,从出现金妍儿之后,营销竞争力增加至90%。金妍儿所戴的耳环的制作公司每天收入增加,而用她名义的口红和耳机的销售量也增加了25%。

报道金妍儿的新闻之中,除了和赛事有关的新闻之外,27.3%的新闻重点报道金妍儿的外貌、时尚、广告、八卦方面等的内容,也显示出作为明星的金妍儿被大众消费的另一面。

图7中的新闻题目是:“金妍儿—朴智星 品牌力量第一名”(Yoo-jaedong,《东亚日报》2007年11月28日41页05版)。



산업정책면, 부문별 설문

2007년 개인 슈퍼브랜드 부문별 1위

운동선수	남자	박지성
배우	여자	김연아
가수	여자	이정현
모델	여자	이정현
코디너	여자	김연아
TV엔커	남자	김기성
영화	남자	김기성
리미티드	남자	최정호
리미티드	남자	최정호

1위 자리에 올랐다. 이와 함께 비남자 가수, 임기영(남자)도 1위를 차지했다.

자료: 산업정책면 설문

김연아-박지성 브랜드 파워 1위

图7《东亚日报》2007年11月28日41页05版 Figure 7 Page 41 of East Asia Daily, November 28, 2007

图8中的新闻题目是:“金妍儿‘2008年广告之星’”(Jo-jongyeop,《东亚日报》2009年02月12日51页05版)。

김연아 '2008 광고를 빛낸 최고 모델'

피겨 선수 김연아가 서울 강남구 삼성동 코엑스 오디토리움에서 열린 'TV CF 어워즈 2008'에서 '2008년 광고를 빛낸 최고의 모델'로 선정됐다. 주최 측은 11일 "은반 위 요정"으로 지난해 경기체로 얼어붙은 국민의 마음을 따뜻하게 감싸줬다"고 밝혔다.

개별 광고 중에서는 공익광고협의회의 에너지절약캠페인 '당신의 현금' 편이 그랑프리

를 수상했다. 금상은 귀엽고 익살스러운 한 살 된 아기의 일과 관심 사수하기용 소재로 한 KTF SHOW '1살의 쇼' 편, 은상은 노부부의 모습을 훈훈하게 표현한 동아제약 박카스 '오래된 연인' 편, 동상은 디지털 시대의 지식공유를 아날로그식 감성으로 표현한 네이버 '세상은 자란다' 편이 수상했다.

조종업 기자 jjo@donga.com

图8《东亚日报》2009年02月12日51页05版

Figure 8 Page 51 of East Asia Daily, February 12, 2009

上述两例以金妍儿与粉丝或消费者建立起来的沟通系统,以自身作为品牌,从而在大众的心中引导强烈的热爱以及关注,当然也引导产品的消费潮流倾向,并以多种渠道接近大众,这能促进与大众之间的亲密度以及消费者的消费欲望。

3.2.2 报道内容涵盖明星主义,强调女性性别特征

韩国社会基于家长制,形成了大男子主义。所以韩国女性的体育活动存在很多制约。在此制度下,韩国女性受到体育体制的限制,并被迫传统的女人味^[7]。韩国社会继续强调生物学上的性别角色和社会学上的性别角色的一



致性,于是大多数韩国女性选手被媒体压制其活动范围^[8]。这些固定观念认为女性在生物学上没有男性优越,而且在心理决定情况下,也比男性早遇到其限度。

但是女性体育明星改变了这些固定观念。她们从媒体中找回对体育明星的描写词汇,逐渐实现男女平等^[9]。从金妍儿出现之后,韩国面临了体育选手性别角色的过渡期,女性因素直接成为女性体育明星的成立条件^[10]。这意味着韩国社会对女性体育明星的视角正在变化,新的女性体育明星不仅包括比赛技术等基本条件,还要包含女性本身的特征因素,如此,女性性别特征在女性体育明星的形成条件中,正在显出自己的影响力。

最近很多新的因素出现成为女性体育明星的诞生背景。“钢铁蝴蝶”是强调男性的“钢铁”和强调优雅美丽的“蝴蝶”的合成词,这是在2007年金妍儿获得花样滑冰冠军的时候媒体给她描写的一个词语^[11]。金妍儿不仅满足“斗魂”、“克服”、“征服”等男性角色,还满足了其内在的比赛水平(表3)。

表3 在金妍儿的明星新闻上,标题的主要词汇

Table III Main Words Appeared in the Headlines of the Star News about Yu-naKim

年度	标题的主要词汇
2007	世界明星的条件、冰上表演、韩国宣传大使、品牌力量第一位
2008	今年的人物、2008年广告界的最佳模特、妍儿的身材
2009	妍儿的经济波及效果1兆韩元、今日的女性体育选手、股份公司金妍儿
2010	荣耀韩国人奖、妍儿Nomics、年度风云人物100人、完美身材
2011	10大热门商品
2012	CF、宣传大致
2013	广告模特好感度第一位、妍儿的脸、经济效果
2014	退休几年牌、女性体育明星

4 小结

本研究以韩国综合性日报《东亚日报》为主线,并以另两份综合日报《朝鲜日报》、及《Hankyoreh 报纸》为参照系,对韩国著名运动员金妍儿的新闻报道进行了统计分析,从中看出体育新闻报道的形式以新闻短消息和特写为主要形式,都占90%以上的比例。其中,赛事结果和主要日程等新闻都以新闻消息的形式给予报道,而由于新闻特写的受限程度比较低,于是其他信息以新闻特写形式报道,尤其是《东亚日报》,由于其在韩国其发行量最多,影响力也最高,为了吸引读者的兴趣,积极采取了新闻特写形式。新闻评论主要提供有关金妍儿的社论,专栏等社会的论点或者对特定事件的判断、意见、主张或解决方案,对金妍儿的新闻评论一般倾向于对她正面的、肯定的方向。

新闻报道以金妍儿作为选手的形象和作为明星的形象加以区分可以明显看到报道上的差异性。

第一,金妍儿作为选手通过不断地努力成为了花样滑冰的先驱者。因为体育明星具有胜负和竞争特性,因此它们在体育赛事中证明了自己作为优秀运动员的价值,而金妍儿基于她的踏实和努力,成就非凡。

第二,通过金妍儿选手的优秀运动水平,韩国社会实现了国家价值的提升以及社会的团结。韩国是花样滑冰的不毛之地,而金妍儿选手的出现让所有韩国人民认识花样滑冰,并且她在国际赛事上获得优秀成绩,给韩国人民带来乐趣和希望,而她因此成为了人民神话,她已经不是一般的人物,而是具备一个英雄形象的偶像。

第三,金妍儿具备了新女性体育选手形象。在2007年初期,报纸新闻善于使用脂粉气的词汇,但是之后它们反而逐渐喜欢对金妍儿使用有男人味的词汇。如此,从金妍儿出现之后,逐渐减少性别角色概念,而且社会对女性体育运动员的视线也开始有了变化。

第四,金妍儿除了她的运动能力以外,她的外貌形象也提高了她的体育明星价值。金妍儿的天然身体条件促进了作为体育明星的发展。而她的影响力扩展到商业领域,促成了商业消费主义和女性消费主义的发展。

参考文献:

- Gashmore, E. Celebrity Culture [M]. LONDON: Routledge, 2006: 1-16.
- Lee Jeongwu. 在广告金妍儿名流行: 国家注意的意识形态与性别认同的再现[J]. 韩国体育史学会志, 2009, 22(3): 1-17.
- Krippendorff, K. Content analysis: An introduction to its methodology [M]. CA: Sage, 2005: 19-21
- Holsti, O.R. Content analysis for the social sciences and humanities [M]. MA: Addison-Wesley, 1969: 20-23
- Byeon Igyeong. 关于韩国媒体报道中呈现出体育明星的英雄化技法研究[D]. 韩国: 成均馆大学硕士学位论文, 2008.
- Park Byeongiun. 政治营销[M]. 首尔: NANAM 出版社, 1991: 174-183.
- Cho Gyusang. 对体育选手女性性别歧视的体育媒体报道倾向批评[J]. 韩国体育调查, 2003, 14(6): 617-624.
- Nam Sangwu. 体育日报报纸版面上出现的女选手照片的内容及意义分析[J]. 韩国体育学会志, 2004, 43(4): 101-114.
- Yoon Seongok, Kim Taehwan, Park Jowon. 关于女性体育的媒体报道分析研究[M]. 首尔: 韩国媒体振兴财团, 2013: 34.
- Seong Jinhyeok. 金妍儿, 果然“钢铁蝴蝶”[N]. 朝鲜日报, 2007-12-17: 体育 A26.
- Nam Sangwu, Kim Hanju, Go Eunha. 从国民妹妹成为国民英雄: 把金妍儿培养英雄和媒体的谈论战略[J]. 韩国体育社会学会志, 2010, 23(2): 61-85.

(责任编辑: 杨圣韬)