

# 日本媒体杭州亚运会报道分析

## ——以《雅虎日本》为例

徐晨 魏潘潘 曹环

浙江越秀外国语学院 浙江 绍兴 312000

**【摘要】**：本研究以日本《雅虎日本》对杭州亚运会的158篇报道为样本，运用语料库与文本分析法，考察其报道框架。研究发现：报道数量呈“脉冲式”特征，高度集中于赛事期间（77.85%）；态度以中性为主，但存在“客观基调下的选择性叙事”，既肯定赛事组织与科技应用，又通过选取政治争议议题构建倾向性解读；议程设置“以我为主、聚焦区域”，高度关注日本优势项目与明星，将韩国塑造成主要竞争对手，对朝鲜的关注则暗含地缘政治考量。报道框架是专业规律、受众兴趣与地缘现实共同作用的产物。据此提出顺应本国中心叙事、聚焦区域竞争热点、构建专业对话机制等对日传播策略，为优化中国体育国际传播提供实证依据。

**【关键词】**：杭州亚运会；日本媒体；《雅虎日本》；报道框架

DOI:10.12417/2982-3811.25.09.003

### 1 绪论

2023年9月23日至10月8日，第19届亚洲运动会在杭州成功举办，这是继北京亚运会、广州亚运会后中国第三次承办亚洲最高规格综合性体育赛事。作为后疫情时代首场大规模国际体育盛会，杭州亚运会不仅展现了中国体育事业发展的最新成果，更成为国际社会观察中国经济社会发展的重要窗口。在全球化传播背景下，国际体育赛事已成为国家形象塑造的重要载体。外国媒体对杭州亚运会的报道，直接影响国际受众对中国体育发展、城市治理、文化特色的认知。日本作为亚洲重要经济体和文化输出国，其媒体对杭州亚运会的报道框架，既反映日本社会对中国的关注焦点，也影响着日本民众对华认知的建构。《雅虎日本》(Yahoo!Japan)是日本访问量最大的门户网站，隶属雅虎日本株式会社，由软银集团与雅虎公司联合运营。根据SimilarWeb统计，其月访问量长期保持在5.8亿次以上，占日本互联网用户总数的82%。因此，选取日本最具影响力的综合门户网站《雅虎日本》作为研究对象，具有双重学术价值：既能为体育赛事国际传播研究提供东亚视角的案例补充，也可为中日体育文化交流提供实证依据。

目前关于杭州亚运会报道的研究主要集中在国内，大多是通过分析中国国内媒体来探究国内媒体关于亚运会的报道框架，较少关注他者眼中的“杭州亚运会”镜像。李金宝、赵宇星(2024)对中央广播电视总台，孔琪、王雪莲(2024)对人民

日报，王欢(2024)对中新社，史睿雯(2024)对安徽媒体等本国媒体的亚运会报道情况进行了研究。此类研究有助于我们了解杭州亚运会在本国媒体的报道情况，但在推进体育领域的国际传播方面存在明显的弊端。在体育赛事方面，目前国内尚未出现以日本媒体为对象的专门研究。郭光华(2011)在对日本、韩国主要媒体和境外英语媒体关于广州亚运会非体育赛事报道的分析中发现，国际舆论对这一盛会的报道与解读，与对北京奥运会、上海世博会的情况有所不同。

基于此，本论文以日本最大门户网站《雅虎日本》为研究对象，运用语料库语言学 and 文本分析相结合的方法系统考察其对2023年杭州亚运会的报道框架，旨在揭示日本媒体对中国大型体育赛事的报道模式特征，最终为优化中国体育国际传播策略提供实证依据。

### 2 研究对象与方法

**(1) 研究对象。**基于Andrews和Edwards(2016)关于媒体叙事塑造赛事集体记忆的研究，本论文以2023年9月23日至10月8日举办的杭州第19届亚运会为观察窗口，选取赛事前后各一周(2023年9月16日至10月15日)《雅虎日本》的相关报道为样本，共采集有效新闻文本158篇，构建了具有时间纵深的赛事报道语料库。

**(2) 研究方法。**本研究结合语料库分析法与文本分析法，具体步骤如下：

作者简介：徐晨(1992-)，浙江越秀外国语学院讲师，研究方向：国际传播、东北亚研究。魏潘潘(1986-)，浙江越秀外国语学院教授，研究方向：国际传播、东北亚研究。曹环，(1985-)，浙江越秀外国语学院副教授，研究方向：语料库语言学。

课题基金：本论文为2023年浙江省教育厅研究项目——《日韩媒体对杭州亚运会报道的话语建构研究(编号：Y202352440)》的研究成果。

(1) 语料库分析法。通过人工筛选从《雅虎日本》官网抓取新闻文本，确保数据完整准确；对原始文本进行预处理，去除重复、广告及无关内容，统一编码与段落结构，标注元数据，建成包含 79,632 字符、1,715 段落的日语专用语料库。使用 AntConc 4.0.7 软件进行高频词检索与搭配分析，归纳日媒对杭州亚运会的关注点及其报道框架。(2) 文本分析法。采用主题建模识别报道中的潜在主题（如“赛事”“体育人物”），量化各主题分布；通过情感分析将文本分为积极、消极、中性三类：客观报道赛事内容归为中性，涉及政治议题、争议解读或损害中国形象的表述归为消极，突出组织效能、文化展示或中日友好交流的叙事归为积极，系统考察日媒的情感倾向。

### 3 数据分析

#### 3.1 报道数量

表 1 《雅虎日本》对杭州亚运会的报道数量分布  
(2023 年 9 月 16 日 - 10 月 15 日)

阶段	时间范围	报道量(篇)	占比(%)
开幕前	9月16-22日	27	17.09
赛事期间	9月23日-10月8日	123	77.85
闭幕后	10月9-15日	8	5.06
总计		158	100

注：本表依据语料库数据制作而成。

开幕前的报道数量为 27 篇，反映出日本媒体对赛事前期筹备工作的关注，以及在舆论层面进行氛围营造与预热的过程。相关报道主要围绕以下三个方面展开：其一，持续追踪各国代表团及运动员抵达杭州、入驻亚运村的动态，除日本本国代表团外，对韩国和朝鲜代表团也给予了特别关注；其二，重点报道日本在部分优势项目上运动员的备战情况，通过采访女子围棋选手、女子篮球队员及男子体操队员等，展现出其对金牌的强烈意愿；其三，选择性呈现日本参加的小组赛赛况，涉及足球、现代五项、乒乓球等项目。

亚运会期间的报道量增至 123 篇，达到峰值，显示出赛事本身是日本媒体关注的焦点。其报道不仅密集追踪日本运动员的夺金与奥运资格赛况，还延伸至多个层面：包括朝韩之间的赛场对立、体育后发国家的奖牌突破（如越南男子游泳），以及由日本教练执教的他国队伍（如不丹柔道）。此外，赛场科技应用与观众热情也成为媒体盛赞的对象。

数据显示，亚运会闭幕后七日的报道量急剧减少至 8 篇，这表明媒体关注度随赛事结束而迅速消退。这些残余报道的主题较为分散，缺乏统一焦点，内容广泛涉及巴黎奥运会参赛资格、韩国运动员的兵役制度、朝鲜方面的相关新闻，以及日本篮球协会的规则探讨等。

整体来看，日本媒体对杭州亚运会的报道数量呈现典型的“脉冲式传播周期”：开幕式前（27 篇），赛事期间达到高峰（123 篇），闭幕后断崖式衰减（8 篇）。这一趋势印证了拉斯韦尔“媒介事件生命周期理论”的时效性定律，同时反映媒体对重大事件的关注规律。其中，开幕式前聚焦代表团入境、优势项目备战及部分赛事战况；赛事期间高度关注日本运动员参与的比赛项目；闭幕后的残余报道主题较为分散。

#### 3.2 报道态度分析

本次统计涉及正面报道 9 篇，报道内容涵盖以下方面：比赛场馆的规模与先进设施、门票销售所反映出的公众高度关注与参与度、现场热烈的观赛氛围，以及赛事中应用的机器人服务等前沿科技。此外，部分报道聚焦于运动员张雨霏与池江璃花子之间的友谊，彰显体育精神中的人文关怀。

日本媒体对杭州亚运会的报道整体呈现中立基调，负面报道数量较少，仅 3 篇。这些报道的议题主要涉及国际政治领域，包括朝鲜相关人员问题，以及因领土争议所致的运动员入境受限等个案。

整体而言，日本媒体在对杭州亚运会的报道中呈现出“客观基调下的选择性叙事”特征：一方面通过聚焦赛事组织效率、场馆设施及科技应用等正面内容，肯定了中国在赛事筹备与城市现代化方面取得的成效；另一方面，则有意选取涉及政治与国际关系的争议性议题设置议程焦点，引导特定舆论走向。从归因理论视角来看，此类报道策略在归因过程中体现出对行为主体、刺激客体及背景环境三个维度的差异化强调，从而构建出具有倾向性的因果解释框架。

#### 3.3 语料库特征分析

(1) 高频词分析。a. 地域关联词汇。在地域关联词汇方面，“杭州”以 442 次高频率出现，配合“中国”（204 次）与“浙江”（16 次），形成“城市—省域—国家”三级传播结构。报道中大量使用“杭州亚运会”“中国杭州”等复合词，强化了赛事的地域属性与国家形象，既突出赛事落地的具体空间坐标，又通过层级嵌套强化国家形象与地方承办能力的关联性。b. 赛事本体词汇。赛事本体词汇中，“亚运会”出现 340 次，其中“杭州亚运会”占据主导，同时援引雅加达、名古屋等历届亚运会作为参照，显示出报道对赛事脉络的重视。值得注意的是，“金牌”“银牌”“铜牌”分别出现 155 次、68 次与 33 次，结合文本中“金牌”词频远高于银、铜牌的情况，可见报道高度聚焦竞技成就与荣誉体系，凸显了亚运会的竞争本质与奖牌导向的叙事逻辑。c. 媒体与品牌关联。报道中频繁出现“劳动新闻”“路透社”等媒体名称，同时乐天、LG、三星、韩华、KT、起亚等韩国企业与品牌也高频亮相。值得关注的是，这些企业多数同时为韩国职业棒球联赛的赞助商或球队冠名商。结合韩国棒球近年来在国际赛事中的优异表现及其联赛的

职业化程度，日本媒体在报道亚运会时对韩国棒球及相关企业品牌的高度聚焦，不仅反映出其对邻国体育强项的持续关注，也体现了在区域体育传播中对热门项目与职业化联赛的跨文化追踪。这一报道倾向，既源于韩国棒球本身的影响力和话题性，也可能与日韩在棒球领域的长期竞争与交流背景有关。日本媒体通过引入韩国职业棒球品牌元素，在呈现亚运会赛事的同时，巧妙连接了职业体育与国家队赛事，增强了报道的专业深度与受众关联，展现出国际体育报道中“以强项带关注”的常见叙事策略。

整体来看，《雅虎日本》的报道在构建赛事地域标识与竞技主线的同时，也透过对韩国棒球及相关品牌的密集引用，传递出对周边国家优势体育项目的高度敏感，体现出媒体在全球化赛事报道中兼具专业视角与地域洞察的传播特征。

(2) 关注体育项目。根据《雅虎日本》对杭州亚运会报道中体育项目的高频词统计，可以看出其在项目选择上体现出明显的区域关注、竞技传统与成绩导向相结合的特征。这些报道不仅反映了日本媒体的体育兴趣结构，也在一定程度上揭示了其国际赛事传播中的议程设置倾向。从项目分布来看，报道频次较高的体育项目可大致分为三类：一是日本传统优势项目，包括游泳（56次）、体操（30次）、柔道（19次）、摔跤（17次）、拳击（15次）与射击（11次）。这些项目均为日本在历届亚运会和奥运会中持续保持竞争力的强项。在杭州亚运会上，日本队在游泳多个小项、男子体操团体及个人全能、柔道多个级别中均表现出色，取得了多枚奖牌。媒体对这些项目的高频报道，既是对本国运动员成绩的即时追踪，也体现了对传统优势项目的持续关注与民族自豪感的投射。第二类为具有东亚地区特色或高度竞争性的项目，包括足球（45次）、乒乓球（29次）、棒球（25次）和围棋（11次）。这类项目在东亚地区拥有深厚的群众基础和高水平的职业体系。报道中特别强调乒乓球的“中韩对抗”，反映出日本媒体对区域内高强度竞争的聚焦；棒球作为日、韩、中国台湾地区的热门运动，其报道往往超越赛事本身，延伸至职业联赛与球员动态等更深层的体育文化议题；足球与围棋同样在东亚拥有广泛的受众与竞争传统，媒体的关注度体现了区域体育文化的共通性。第三类为部分新兴项目与综合基础大项，包括自行车（24次）、田径（21次）、铁人三项（15次）、现代五项（12次）和滑板（11次）。其中，滑板作为新增奥运项目，近年来国际关注度显著提升，反映了媒体对奥运新兴项目的重视。田径、自行车、铁人三项和现代五项作为综合性运动会的基础大项，虽非日本在所有小项上都具备绝对优势，但因其广泛的普及度和基础性地位，仍然获得了稳定的报道篇幅，体现出报道内容在突出优势项目的同时，也兼顾了赛事项目的全面性与时代感。

整体来看，《雅虎日本》在报道杭州亚运会时的策略具有明确的结构性：以传统优势项目为核心，以区域热门项目为延

伸，并以基础大项和新兴项目为补充，共同构建了一个既聚焦本国成绩、又体现区域体育格局的报道体系。这种内容结构不仅服务于本国读者的兴趣，也强化了国际赛事中东亚体育文化的互动与认同建构。

(3) 关注国家/地区。根据《雅虎日本》对杭州亚运会报道中参赛国家/地区的高频词统计，可以看出其报道议程具有鲜明的区域关注焦点和竞争叙事导向。日本（356次）作为报道量最高的国家，体现了媒体对本国代表团的自然聚焦。这种“以我为主”的报道立场符合国际体育报道的普遍规律，通过对本国运动员赛况、成绩的密集呈现，满足国内受众的信息需求与民族情感。值得注意的是，韩国（232次）的报道量显著高于其他国家和地区，甚至超越了传统体育强国中国。这一分布揭示了日本媒体在构建区域竞争叙事时的选择性——将体育实力相当、历史交锋频繁的韩国塑造为主要竞争对手。相比之下，中国在亚运赛场的绝对优势使其超越了常规竞争范畴，反而在一定程度上被“去竞争化”处理。这种议程设置既反映了日韩之间复杂的体育竞争关系，也体现了媒体对“可竞争性”叙事价值的敏锐把握。朝鲜（178次）的较高词频则呈现出另一种报道逻辑。尽管朝鲜与日本在体育领域的直接交锋有限，但其作为特殊政治实体和东北亚地缘格局中的重要存在，始终是日本媒体关注的对象。报道中可能隐含着通过体育议题折射地区政治关系的潜在意图，同时也反映了日本对朝鲜半岛局势的持续关注。此外，台湾（媒体用词）（36次）的报道量则可能与其在部分项目上的竞技表现及地缘邻近性相关。而雅加达（14次）作为上届亚运会举办地的出现，体现了赛事报道的历史延续性。

整体而言，《雅虎日本》通过国家/地区报道量的差异化分布，构建了一个以日本为核心、以韩国为主要竞争对手、兼顾地缘政治考量的区域体育报道框架。这种议程设置既服务于本国读者的兴趣偏好，也深刻反映了东北亚地区复杂的体育竞争格局与地缘政治现实。

(4) 关注体育人物。《雅虎日本》对杭州亚运会体育人物的报道聚焦，清晰地呈现了以“本国明星运动员”为核心、紧密结合“项目成绩”与“人物故事”的叙事策略。

在传统优势项目体操中，桥本大辉（12次）作为奥运全能冠军，自然是媒体关注的焦点。而萱和磨（23次）与北园丈琉（17次）的提及频次甚至更高，这很可能与他们在杭州亚运会男子体操团体或个人项目中夺得金牌、取得突破性成绩直接相关，体现了日本媒体对“新科冠军”的即时追捧与宣传。

游泳项目的报道则凸显了情感叙事与竞技成绩的结合。池江璃花子（21次）与铃木聪美（21次）并列词频榜首。池江璃花子战胜白血病后重返国际大赛的励志故事，使其本身就成为极具传播价值的体育符号；而铃木聪美作为在蛙泳项目上实力顶尖的选手，她的出场与争金点也必然引来大量报道。濑户

大也（9次）作为名将，虽词频相对较低，但依然保持了相当的媒体能见度。此外，报道也覆盖了其他有佳绩或具代表性的选手。铁人三项的高桥侑子（10次）作为该项目的知名运动员，其表现备受关注。尤其值得注意的是霹雳舞项目金牌获得者的半井重幸（13次），作为2024年巴黎奥运会的新增项目，日本媒体对这位亚运选手的重点报道，反映出其对奥运战略前瞻性项目的重视与推广。整体而言，《雅虎日本》的人物报道议程设置，精准服务于本国读者的兴趣。它既优先追踪金牌选手与竞技成绩，也深度挖掘运动员背后的励志故事与精神价值，通过塑造体育明星形象来提升国民认同感与赛事的国内关注度。

#### 4 研究结论和建议

（1）研究结论。本研究通过对《雅虎日本》在杭州亚运会期间158篇报道的语料库与文本分析，系统揭示了日本主流网络媒体对中国大型体育赛事的报道框架与叙事策略，得出以下核心结论：首先，日本媒体的报道呈现出典型的“以我为主、聚焦区域”的议程设置。在报道数量上，遵循“脉冲式”周期规律，高度集中于赛事期间，迅速衰减于赛后，体现了对事件本身即时性的追求。在内容上，报道议程紧密围绕日本本国代表团，尤其侧重其传统优势项目（如游泳、体操）及明星运动员的赛绩与故事，以此满足国内受众需求并强化民族认同。其次，报道态度在整体客观的基调下，潜藏着选择性叙事与倾向性归因。一方面，媒体通过正面描绘赛事组织、场馆科技与观赛氛围，肯定了中国在承办大型赛事上的能力与现代化成就；另一方面，则通过选取并突出个别涉及政治与国际关系的争议性议题，在看似中立的报道中嵌入了特定的解读框架，引导读者对事件成因形成有倾向性的认知。最后，报道的地域与项目关注度深刻反映了东北亚复杂的地缘体育格局。对韩国（及其关联企业、棒球项目）的超高频率关注，构建了以“日韩竞争”为核心的叙事主线，而对中国则呈现出“承认优势但淡化直接竞争”的微妙处理。同时，对朝鲜的持续关注也超越了纯体育范畴，暗示了体育报道与地缘政治议题的潜在勾连。综上所述，《雅虎日本》的报道框架是专业体育报道规律、本国受众兴趣与区域地缘现实共同作用的产物。它并非简单的镜像反映，而是一种主动的、有选择的建构。这一发现验证了“文化折扣”

理论在体育传播中的适用性，即文化相近性（如日韩）并未消解报道的选择性，反而可能强化特定领域的竞争叙事。本研究认为，中国在未来体育国际传播中，应充分理解对象国媒体的这种内在逻辑，不仅要提供信息，更需主动设置具有跨文化共鸣力的议程，以引导国际舆论构建更为全面、客观的中国形象。

（2）研究建议。基于本研究的分析结果，为更有效地塑造对日体育传播格局，提升中国国家形象的国际认同，特提出以下策略建议：第一，顺应本国中心叙事，主动设置共享议程。日本媒体“以我为主”的报道规律表明，纯粹的中国本位宣传效果有限。因此，今后的传播应巧妙“借船出海”，主动提供日本受众和媒体感兴趣的内容。例如，在日方重点关注的游泳、体操等传统优势项目中，深度挖掘并提供中日运动员之间的友好互动、相互激励的鲜活故事；同时，在乒乓球、羽毛球等东亚共有优势项目上，共同塑造“亚洲荣耀”的共享叙事，以情感共鸣促进文化认同，软化竞技体育的对抗性棱角。第二，聚焦区域竞争热点，精准投放传播内容。本研究揭示，日韩竞争是日本媒体构建区域叙事的主轴。我方可以此为契机，在日韩高度关注的足球、棒球等项目上，不仅报道赛事本身，更可策划发布关于中国职业联赛发展、青少年培训体系等深度内容，展现中国在这些项目上的进步与专业度，从而嵌入区域体育话语体系。这既能吸引日本媒体转载，也能展示中国体育的全面发展。第三，构建专业对话机制，弱化政治议题干扰。针对日媒在“客观”基调下选择性引入政治敏感议题的倾向，应建立更专业的体育传播与舆情应对机制。可推动中日体育媒体、体育协会之间的常态化交流，共同制定报道规范。对于潜在的争议，提前准备由第三方专家、运动员出面的解读素材，用专业、客观的论据对冲可能出现的倾向性报道，将公众焦点拉回体育本身。第四，盘活赛后场馆遗产，传递可持续发展理念。日本媒体对杭州亚运的科技应用与场馆设施给予了积极评价。应借此势头，系统性地向日本民众展示“后亚运”故事。通过合作拍摄纪录片、邀请日本退役体育明星探访等方式，重点展示亚运场馆如何转化为全民健身中心、青少年体育培训基地和文创空间，将中国卓越的赛事组织能力延伸为可持续的城市治理与国际贡献形象，实现国家形象从“宏大”到“精细”的升华。

#### 参考文献：

- [1] 李金宝、赵宇星.大型体育赛事故事化叙事的策略与方法——兼议中央广播电视总台杭州亚运会报道特色[J].电视研究,2024(01):65-67.
- [2] 孔琪,王雪莲.人民日报杭州亚运会报道特色研究[J].新闻前哨,2024,(9):47-49.
- [3] 王欢.国际传播视域下体育外宣的新叙事——以中新社杭州亚运会现场报道为例[J].新闻战线,2024,(8):49-52.
- [4] 史睿雯.大型体育赛事中的体育传播特色及传播技巧思考——以安徽媒体对杭州亚运会的报道为例[J].新闻世界,2024,(3):68-70.