



体育学研究
Journal of Sports Research
ISSN 2096-5656, CN 32-1881/G8

《体育学研究》网络首发论文

题目：跨媒介符号互动中体育明星榜样效应的生成与审思
作者：王宁，蒋依依，王永顺，杨安禄，张月
DOI：10.15877/j.cnki.nsic.20251120.001
收稿日期：2025-03-30
网络首发日期：2025-11-20
引用格式：王宁，蒋依依，王永顺，杨安禄，张月. 跨媒介符号互动中体育明星榜样效应的生成与审思[J/OL]. 体育学研究.
<https://doi.org/10.15877/j.cnki.nsic.20251120.001>



网络首发：在编辑部工作流程中，稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定，且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式（包括网络呈现版式）排版后的稿件，可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定；学术研究成果具有创新性、科学性和先进性，符合编辑部对刊文的录用要求，不存在学术不端行为及其他侵权行为；稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准，正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性，录用定稿一经发布，不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容，只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认：纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊（光盘版）》电子杂志社有限公司签约，在《中国学术期刊（网络版）》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版，以单篇或整期出版形式，在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊（网络版）》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物（ISSN 2096-4188，CN 11-6037/Z），所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

跨媒介符号互动中体育明星榜样效应的生成与审思

王 宁¹, 蒋依依^{2,3}, 王永顺⁴, 杨安禄⁵, 张 月⁶

〔1. 中国教育科学研究院 体育美育教育研究所, 北京 100088; 2. 北京体育大学 体育休闲与旅游学院, 北京 100084; 3. 北京市冬奥文化与冰雪运动发展研究基地, 北京 100084; 4. 华侨大学 体育学院, 福建 厦门 361021; 5. 中国矿业大学(北京)体育教研部, 北京 100083; 6. 河南大学 体育学院, 河南 开封 475001〕

摘 要: 在新型媒介生态中, 具备多重典范特质的体育明星如何影响个体和社会值得探究。研究以皮尔士符号学理论为基础, 以奥运冠军郑钦文的相关媒介话语为典型案例, 通过对《人民日报》和“小红书”平台的跨媒介话语进行符号学分析, 探讨体育明星榜样效应生成机制及具体影响。研究认为体育明星榜样效应本质上是“被建构的榜样”与“被影响的个体”之间的多层次、情境化符号实践。具体而言: ① 体育明星的“完美典范”形象经由跨媒介符号互补与协商共同建构; ② 在榜样效应的生成中, 媒介兼具符号“解释者”与“再造者”角色, 通过多元符号策略进行“意义再赋予和延伸”, 使榜样效应呈现多样性与复杂性; ③ 在具体影响层面, 个体通过诠释符号并反思自我与榜样的关系, 形成在认知、情感和行动层面差异化的行动策略。研究进一步审思媒介叙事对个体认知和实践的规训、运动员角色的束缚, 以及对符号效力的制约, 并提出实践建议以推动体育明星榜样效应的辐射广度和影响深度。

关键词: 体育明星; 榜样效应; 皮尔士符号学; 媒介形象; 话语分析; 符号意义延伸

文献标志码: A

收稿日期: 2025-03-30

基金项目: 国家社会科学基金重点项目(21ATY001)。

作者简介: 王 宁, 博士, 在站博士后, 讲师, 研究方向: 青少年体育, 体育传播。

通信作者: 蒋依依, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向: 奥运遗产与体育旅游。

作者贡献声明: 王宁: 提出选题, 收集和分析数据, 撰写和修改论文; 蒋依依: 选题指导和稿件审核; 王永顺: 指导选题和框架设计; 杨安禄: 分析数据和修改润色; 张月: 分析数据。

The Formation and Critical Reflection of Sports Star Role Modeling in Cross-Media Symbolic Interactions

WANG Ning¹, JIANG Yiyi^{2,3}, WANG Yongshun⁴, YANG Anlu⁵, ZHANG Yue⁶

(1. *Institute of Physical and Aesthetic Education, China National Academy of Educational Sciences, Beijing 100088, China*; 2. *School of Leisure Sports and Tourism, Beijing Sport University, Beijing 100084, China*; 3. *Beijing Research Base for Winter Olympics Culture and Ice Snow Sports Development, Beijing 100084, China*; 4. *College of Physical Education, Huaqiao University, Xiamen 361021, China*; 5. *Department of Physical Education, China University of Mining and Technology, Beijing 100083, China*; 6. *School of Physical Education, Henan University, Kaifeng 475001, China*)

Abstract: The influence of sports stars, as role models with multifaceted exemplary qualities, on individuals and the whole society in a multi-media context warrants in-depth investigation. Grounded in Peircean semiotics theory, this study selects the media discourse surrounding Olympic champion Zheng Qinwen as a case study. Through a semiotic analysis of cross-media discourse from the *People's Daily* and Xiaohongshu, it explores the mechanisms and specific impacts of the role model effect of sports stars. The study posits that this effect is essentially a multi-layered, contextualized symbolic practice between the “constructed role models” and the “influenced individuals”. Specifically: ① The ‘perfect role model’ image of sports stars is co-constructed through cross-media symbolic complementarity and negotiation; ② In generating the role model effect, media act as both “interpreters” and “re-creators” of signs, employing diverse symbolic strategies for “meaning re-assignment”, thereby rendering the effect pluralistic and complex; ③ At the level of influence, individuals interpret the role model’s meaning and reflect on their relationship with them, forming differentiated action strategies. The study further examines how media narratives discipline individual cognition and practice, constrain the roles of athletes, and limit the efficacy of signs. It practically offers suggestions intended to expand the scope and intensify the influence of sports stars' role modeling.

Key words: sports stars; role modeling; Peirce Semiotics; media image; discourse analysis; Semeiosis

中共中央、国务院在 2024 年巴黎奥运会赛后赞扬中国运动员“向世界展示了中国力量和中国风貌、传播了中国声音和中国精神”，并期望他们在“带动群众体育、青少年体育蓬勃开展”等方面作出新的贡献^[1]。“体育明星”作为运动员群体中知名度更高、形象更鲜明且感召力更强的群体，扮演着具备顶尖竞技能力、审美理想、高尚道德和崇高精神的时代榜样角色^[2]，通过其示范和引领作用，在激发大众运动热情、推动学校体育发展、引领运动项目文化和拓展体育外交格局等方面发挥着重要作用^[3-5]。与此同时，学界发出“体育明星是崇拜者心中的完美典范吗”“在数字传播时代体育明星的榜样力量是否式微”以及“他们如何有效引导个体探索‘可能自我’”等追问^[6-8]，展开对体育明星的榜样身份与现实价值的批判性讨论，并引发人们从榜样与自我关系视角思考榜样价值何以有效的问题。罗兰·巴特（Roland Barthes）认为运动员是赛事奇观中的核心符号，其影响力根植于符号传播过程^[9]，而符号意义始终处于动态建构中，依赖于受众的主观解释和具体传播语境^[10]。在当前媒介生态深刻转型的背景下，决定公众“想什么”以及影响其“怎么想”的媒介主体，已从传统官方媒体逐渐扩展至新媒体平台，并演变为媒体与公众之间复杂的议程互动过程^[11]。体育明星的媒介符号与人际符号逐渐形成协同关系，深刻重构着信息传递与接收机制，使其榜样效应更具复杂性与流动性。借助符号学分析方法对官方媒体和社交媒体的话语实践进行研究，旨在剖析体育明星影响个体认知与行为的内在机制，同时为如何借助媒介力量促进体育明星持续发挥榜样作用提供实践参照。

1 问题提出

体育的本质即传播，它既是符号本身，又是诸多符号的集合^[12]。既往研究从符号视角对体育明星媒介形象及其符号功能展开充分探讨，具体从以下 3 个方面展开。第一，媒介形象的生产与解码机制。分析媒介如何通过叙事框架、策略选择建构体育明星形象^[13-14]，以及受众对于符号差异化的解码过程^[15]。第二，象征意义的生成过程和表征。关注体育明星符号背后的意义生产过程，分析符号意义在消费市场、体育文化等场域中的多元表征形式^[16-17]。第三，符号实践的社会功能。体育明星被认为是榜样性“人物符号”，展现出在塑造国家认同、引领先进价值观和推动全民健身等方面的价值^[18]。概言之，相关研究通过探讨媒介对体育明星符号的建构及意义赋予，确认其作为国家代言人、竞技展演者、健康倡导者、道德示范者与文化传播者等多重角色及其多元榜样价值，但对于体育明星的具体示范维度及其对不同个体的实际影响形式和效力缺乏系统认知。这一研究取向削弱了对实际传播效果、影响深度和广度的实证考察，阻碍了对体育明星符号从生产、传播至接受过程的全面认知。由此，

研究认为，对榜样效应的探究应当回归对“榜样如何影响个体”的微观考量，深入探究影响机制以及具体结果。

奥运会作为兼具政治象征与媒介影响力的大型体育赛事，其超高的媒体曝光度为冠军运动员成为体育明星提供了天然优势。从中国女排“五连冠”掀起的排球热潮，到以谷爱凌为代表的运动员在 2022 年北京冬奥会上夺冠带来的冰雪热，再到郑钦文奥运夺冠引发的网球热，均体现出奥运冠军强大的社会动员能力。由此引发深层追问：奥运冠军如何将其赛场成就，在转化为高知名度的同时，更升华为对个体的实际影响力？作为“符号实用主义”的典型代表，皮尔士（Peirce）的符号学（Semiotics）理论认为传播双方必然会在对方心中产生某种效力（effect），传播过程是“两个心灵间的相互沟通”^[19]，揭示了符号传播的“施为性”特征，为充分理解体育明星与自我的关系、符号对个体产生的实际效力，以及剖析榜样效应的生成机制和多重结果提供了理论支持。基于此，研究围绕“跨媒介符号互动中体育明星榜样效应如何生成以及具体影响如何”这一核心议题，引入皮尔士符号学分析并解答以下问题：第一，官方媒体（以《人民日报》为代表）和社交媒体（以“小红书”平台为代表）在建构体育明星形象时，分别呈现出哪些特征？跨媒介符号互动如何共同塑造体育明星媒介形象？第二，体育明星对个体认知、情感与行为产生了怎样的具体影响？环境和个人内部因素又如何导致效果差异？

2 理论推演

皮尔士通过阐释符号（亦称“再现体”）（sign/representamen）、对象（object）与解释项（interpretant）之间的互动关系，共同指明人类的意指活动（signification）。其中，“符号”，涵盖可感知的形式，诸如声音、图像、文字、动作等；“对象”是符号所指涉的事物、概念或情境，符号与对象在再现关系中共享某种品质^[20]；“解释项”是符号在解释者心中所创造的相同或代表更深层次意义的符号。解释项由上述“某种品质”与符号本身产生链接，并由此展开了对该品质的衍义之路。皮尔士进一步阐释解释项的 3 个层次。第一层为直接解释项（immediate interpretant），指符号具有的直观意义，并不引发任何实际效力；第二层为动态解释项（dynamic interpretant），符号对情感、思想和行为所产生的直接影响；其三，最终解释项（final interpretant），是达成“抽象理解”的过程，即用个人过去的经验把新的经验吸收进来，加以改造并形成一个新的整体。完成终极解释即意味着符号对解释者所产生的一种规则式（rule-like）或法则式（law-like）的效力，并在环境的促成下形成特定的行为

倾向^[10]。但终极解释并不意味着符号意义的终结，由符号所引发的情感和行动反馈将作为新的符号进入意义延伸（Semeiosis）之中^[21]。

以“金牌”这一代表性符号呈现分析框架。首先，当个体观察到“金牌”的图片或文字符号时，三级递进式阐释过程随之展开，符号对个体的影响过程也由此开启。第一级是专业认知解码，将金牌直接诠释为“顶尖竞技能力”和“世界一流竞技水平”的客观证明，对个人的实际影响尚未发生；第二级是情感共鸣生成，个体产生激动、振奋、崇拜等情感，并结合个体需求和经验在行动上予以直接反馈；第三级为符号对个人思想与行为产生深层次影响的过程。当个体将金牌意义进一步抽象为可用于达成“可能自我”的普适性规律，不仅在锻炼行为方面受到符号影响，还会在实践中进一步转化为思想和行为准则，形成新的个体经验，达成知行重塑。鉴于时空条件以及个体差异，不同个体对同一符号所产生的感知效果有所不同，同时个体也处于多元符号的交织影响中，这种非确定性和复杂性使得符号能够契合人类交往的多元需求，服务于个体认知与行为决策^[22]。

3 研究设计

3.1 样本选择

研究选取网球运动员郑钦文作为分析案例，主要基于以下 3 个维度的考量。首先，郑钦文在获得 2024 年巴黎奥运会网球女单冠军之后，荣获“中国青年五四奖章”“2024 感动中国年度人物”等多项国家级荣誉，并在国内掀起前所未有的网球热潮。官方报道显示，奥运会后国内网球场使用率和青少年网球培训报名人数均呈现爆发式增长^[23]。其次，媒体围绕其竞技表现、个人特质和社会互动等多维度的形象建构，塑造了丰富的符号体系，为研究提供了理想的分析样本。最后，郑钦文在多个媒体平台引发公众热议，话题和讨论范围涵盖国家荣誉、体育精神等多个维度，跨媒介、多层次的符号互动为研究提供了扎实的分析素材。

“媒介间议程设置”强调媒体间存在显著的议程互动，是议程设置理论的重要拓展。通常，官方媒体作为消息与框架的重要来源影响其他类型媒体的议程设置。在数字时代，反向影响开始显现，即社交媒体中的热点事件、公众情感表达等，常被传统媒体采纳并整合进自身议程^[24]。基于此，研究建立由两种类型样本构成的多模态语料库。第一类是以《人民日报》全平台数据为代表的官方媒体话语样本。样本涵盖 2024 年 7 月 26—31 日《人民日报》官网及其微博中与郑钦文相关的文字报道（去重后共 89 篇，总字数 51 923），并通过“八爪鱼”工具采集总字数为 128 190 字的微博平台用户评论。另包含《人民日报》抖音、微信官方视频号的相关视频 8 条。第二类是以小红书平台数据为代表的民间话语样本。研究选择

“小红书”平台主要基于两重考量。首先，“小红书”平台的内容生产模式与官方媒体叙事形成有效对照，呈现公众对体育明星形象的自发建构；其次，平台特有的“生活方式分享”属性，有助于观察榜样效应的现实图景并揭示不同话语体系下榜样效应的差异化生成路径。2025年4—8月期间，研究者首先借助小红书平台官方数据分析工具“新红”，以“郑钦文”为关键词，并根据“热门”与“最新”的排序机制，分别采集200条用户生成内容（UGC）笔记，随后持续对热门、最新以及平台推送的最新笔记及其评论进行编码和分析，直至未发现新信息涌现，认为数据达到饱和状态。经内容清洗后，最终将283条笔记及其评论纳入研究。

3.2 分析方法

将全部原始素材导入MAXQDA软件，进行词频分析并对多模态话语素材进行切割和编码^[25]。鉴于多个符号可以指向同一对象，而一个符号也可能与不同对象建立关联^[21]，具体操作流程如下：第一，当某一属性通过不同模态话语呈现时，标记为一个范畴；第二，若同一属性由多种模态话语共同呈现，仍计为一个范畴，但需在注释中详细记录其呈现方式；第三，对于单模态同时表征多个属性时，记录为不同范畴。为确保编码信度，由第一作者进行独立编码后，由另外两位研究者依据相同的编码方案独立对随机抽取的10%的话语样本编码。经计算，编码者之间的信度超80%，编码分歧经研究者协商达成一致。

研究采用皮尔士符号学的试推法（abduction）作为核心分析逻辑。皮尔士认为，符号意义并不存在于符号结构之中，对任何符号所赋予的意义都在发送者与解释者的相互作用中产生^[26]。试推法通过“后验性归纳”统合经验事实的概念框架，在无限趋近真相的过程中探索最具可能性的解释项^[27]，着重呈现符号的意义潜势而非做出确定性断言。

4 分析与讨论

4.1 符号互动中的多元形象：对抗协商中的榜样建构

官方媒体通过对原始符号的选择与重组，社交平台的内容生产者基于官方媒体传播内容进行符号再生产。在此过程中，内容生产者 and 使用者开始建立符号与对象的关系，并进行第一级的符号解释。两者在冲突、互补与协商中，共同塑造出兼具卓越竞技能力、崇高体育精神和高尚社会公德等多元特质的体育明星典范形象。这一过程为媒体使用者提供了多元的意义诠释空间，激发其对符号意义的多样化解读。

4.1.1 建构“完美典范”：官方话语的形象建构

依托制度性传播资源优势，《人民日报》运用“成就褒扬”“话语转述”“细节隐喻”“对比呈现”等叙事策略，对符号进行选择性与创造性重构，建构“完美典范”形象（表1）。

表1 《人民日报》报道中代表性符号、对象以及典型媒介话语示例

Tab.1 Examples of representative signs, objects, and typical media discourse in *the People's Daily* reports

符号（示例）	对象（典范特质）	典型媒介话语（示例）
亚洲首枚奥运女单金牌、创造历史、太牛了、骄人战绩	卓越的竞技能力	“中国选手郑钦文成为首个夺得奥运网球单打金牌的亚洲运动员”“战胜世界排名第一的波兰名将斯瓦泰克，首次参加奥运会就闯入决赛”
36°C的高温天气下苦战3小时	崇高的体育精神	“今天虽然我很累，我却感觉可以继续打，即使现在让我为我的国家，再打三个小时，我仍然愿意再来一次”
捐款、树立一个更好的榜样	高尚的社会公德	“为中国乡村发展基金会捐赠100万元”；“我觉得有责任为青少年树立一个更好的榜样，这也是我对自己的要求越来越高的原因”
落落大方地谈吐、流利地表达	多元的个人能力	“赛场内外，她从容自信、大方得体的言行举止，给人们留下深刻印象”
灿烂的笑容、既耐心又有礼貌	丰富的人格底色	“拿下赛点的那一刻，她露出灿烂的笑容向观众挥手致意，并很快来到观众席为大家签名”

首先，《人民日报》通过特定的符号策略凸显郑钦文卓越竞技成就者和国家英雄形象。包括运用具有国家意涵的文字符号（如“国旗”“国家骄傲”）强化受众情感共鸣，借助历史性定位（如“中国网球首枚奥运女单金牌”“创造历史”）和数字符号（例如“50胜18负的优异战绩”“首位在罗兰加洛斯球场击败斯瓦泰克的球员”）颂扬其具有历史意义的成就。此外，《人民日报》借助战争、色彩等符号嵌入场景的隐喻技巧，增强竞技能力的感染力和临场感。如“她在36°C的高温天气下苦战3小时”“起身后，罗兰加洛斯的红色泥土印在她的后背上，和她红黄两色的网球裙相得益彰”，生动再现了爱国情感驱动下的超水平发挥。

其次，《人民日报》于特定情境下借用其关于爱国、梦想与精神信条的个人话语符号，彰显其崇高的体育精神、高尚的社会公德和丰富的人格特质。郑钦文在奥运赛场逆转对手闯入决赛后坦言，“即使现在让我为我的国家再打3个小时，我仍然愿意”“只有平视这个世

界，才能把真正的、完整的自己更强地发挥出来”“远大的梦想，唯有坚持才能抵达”。她始终以担当榜样为自我期许，将“为青少年树立一个更好的榜样”视为责任使命。

最后，官方媒体通过“对比呈现”的叙事策略建构郑钦文在不同社会空间中的“自我呈现”。戈夫曼认为，个体在职业场景中受制度规训呈现出规范行为^[28]。体育明星的特殊性在于，他们无论在“场上”（竞技空间）还是“场下”（公共生活）均处于持续的“前台”表演中，言行囿于严苛的社会期待。赛场上，她“凭借不懈奔跑和耐心周旋，一分一分地追赶赛场内外的差距”；赛场外，她展现出“落落大方的谈吐、流利的表达以及淡定从容的心态”。这一策略的实质在于消除“后台”存在将运动员塑造为完美的社会表演者。整体而言，官方媒体在构建体育明星形象时，倾向于采用弱化商业、女性和身体元素，围绕爱国、体育精神和个人品格进行符号调用与组合。该策略塑造了近乎完美的典范形象，将运动员作为竞技者的角色提升至“民族精神象征”层面，展现出显著的“形象魅化”特征。

4.1.2 “祛魅”与“再魅”：民间话语的形象建构

数字时代社交平台内容生产以碎片化、娱乐化以及高度情感化为特征，形成“记忆的社会化”“社交化建构”^[14]。小红书平台用户在内容生产过程中，广泛调用官方媒体符号，反映出官方媒体内容框架对受众认知与表达的塑造作用。同时，小红书平台用户以主动姿态对符号进行组合和再构^[29]，挖掘出主流叙事中被忽略的个体特征，进一步激发了公众对运动员的创新性想象。其中，“突出的身材外貌”与“非凡的女性力量”于民间话语里开拓出独有的意义空间。同时，通过“二创视频和图文”“知识互换”和“私人分享”等形式将其建构为某一特定领域的“超能力者”或“全能者”，呈现出显著的“再魅化”倾向（表2）。

表2 小红书平台用户生成内容中代表性符号、对象以及典型媒介话语示例

Tab.2 Representative signs, objects, and typical media discourses in user-generated content on xiaohongshu

符号（示例）	对象（典范特质）	典型媒介话语（示例）
文字：精彩击球、奥运冠军； 图片和视频：体能训练视频、击球视频	卓越的竞技能力	标题为“郑钦文通往奥运冠军之路”的自制郑钦文奥运之旅的比赛精彩片段剪辑视频
文字：爱国、力量、努力、坚韧、勇气； 图片和视频：展现其爱国情怀、坚韧不拔等精神元素的素材	崇高的体育精神	标题为“直到看到郑钦文，才发现，原来眼泪也可以有力量，是超级具象化的坚韧！”郑钦文奥运会赛后流泪视频剪辑

<p>文字：帮助他人、激励更多人；</p> <p>图片和视频：采访片段、新闻报道展示</p>	<p>高尚的社会公德</p>	<p>标题为“独具商业价值的郑钦文，如何看待金钱的”配以内容为“在我青少年时期金钱对我意味着有足够的自由可以去打网球，现在金钱意味着我可以组建更好的团队，给我和我的家人更好的生活，并且可以帮助别人”的采访视频</p>
<p>文字：英语惊艳、善于思考、勤于谋略；</p> <p>图片和视频：展现其语言能力、强大心理等方面的内容</p>	<p>多元的个人能力</p>	<p>标题为“有被郑钦文的英语惊艳到！”配以2025年澳网英文采访视频剪辑，并搭配字幕</p>
<p>文字：酷、野心勃勃、专注当下、高情商、大智慧、自如和自信</p> <p>图片和视频：性格、品格等相关的内容</p>	<p>丰富的人格底色</p>	<p>标题为“女王文这一番语录告诉大家不要去与别人比较，要活在当下”的自制郑钦文经典采访片段剪辑</p>
<p>文字：身材健美、肌肉线条、时尚</p> <p>图片和视频：时尚相关内容</p>	<p>突出的身材外貌</p>	<p>标题和文本内容为“请准备好和郑钦文一起变酷！出发去看巴黎世家第53季高级定制系列大秀前，我们记录了郑钦文的‘变酷’过程”配以时尚视频剪辑</p>
<p>文字：当代女孩、女王、女孩的榜样；</p> <p>图片和视频：展现女性智慧、身体之美等元素的视频和图片</p>	<p>非凡的女性力量</p>	<p>文本内容为“郑钦文夺冠，几度让我热泪盈眶，当代女孩儿不屈不挠和意气风发，被她展现得淋漓尽致”，并配以多张郑钦文图片</p>

首先，小红书平台用户通过对大众媒体中的媒介符号的系统性借用和整合，生成“二创视频和图文”，实现了对人物符号的意义再赋予和再传播。相关内容主要围绕两方面。第一，竞技能力与技术分析。例如，用户以“郑钦文的进攻型打法观赏性十足，日后必成大器”为题制作视频，并辅以技术标注与解说，凸显其竞技风格的观赏性与实用性。第二，人物形象细节深描。创作者通常运用混剪技术和富有文学性的语言符号，对比赛录像、训练花絮以及采访内容等予以符号重组，丰富叙事层次。例如，“那些语言能力强的名人们——郑钦文”的笔记聚焦其出色语言表达能力；通过转述“在女子网坛没有朋友”“当命运不站在我这边，

我就不相信它”等个人话语符号并配以博主的解说，郑钦文独特的人格特征进一步凸显。其次，在“知识互换”维度，内容发布者和平台其他用户通过解构和搬运多渠道的影像与文字素材，通过“知识索取”和互动性设计（如投票）主动构建符号交换和共享场域。例如，在“想要郑钦文最有力量的照片当壁纸”的笔记评论区，网友自发进行图像共享，使身体符号的意义诠释空间进一步被拓展。再次，在“私人分享”维度，用户通过“坐在第一排距离她不足两米的地方，看到郑钦文展现的力量、智慧与野性”等图文叙事，通过对人际符号的媒介再现，强化了其身体符号的感染力和冲击性。

最后，郑钦文的民间媒介形象呈现出对传统性别角色范式的突破，用户自发围绕“女性力量”和“女性榜样”议题进行形象构建，在带有“#郑钦文”标签的笔记中，热度前三名的笔记均围绕女性议题展开，弥补了官方媒体对于性别符号的弱化。首先，在竞技表现维度，相关内容突出“顽强拼搏”“永不言弃”等硬核特质，通过比赛中的怒吼、握拳等身体语言符号，建构起“勇者”形象；其次，在性格表征维度，其“率真直言”等特质，在赛后采访的真情流露与社交媒体的幽默互动等场景中得到了充分展现，从而打破东方女性“含蓄内敛”的刻板印象。

4.2 动态解释中的行动反馈：榜样引领下的知行反馈

皮尔士指出，解释项是符号所产生的一种效力，包括了“外在事物对于主体心灵的客观影响”。这种“效力”是事物以合乎规律的方式施加给接受者的影响，具体影响的结果来源于接受者对符号的推理性阐释^[30]。符号分析结果显示，体育明星符号通过“榜样引领下的知行反馈”与“榜样激励下的知行重构”的双重路径对个体产生影响，前者体现为符号在个体心灵中激发的初级认知、情感与行为反馈，解释者一般处于第二级解释层次；后者则是个体在深刻反思自我与榜样关系后形成的理性诠释，标志着符号意义完成深度内化。解释者通常将自我期待与榜样示范达成某种层面的契合，在理性自我投射之中进一步抽象出标杆和准则，并有意愿和能力在更深层次的行动中触及符号本质，抵达终极解释层。这两条路径在功能层面具有互补性，同时会随着情境以及个体特征的变化，存在动态转化的潜在可能。媒介内容生产者在此过程中兼具符号“解释者”与“再造者”的双重身份，在阐释原始符号的同时，融入国家或个人的价值取向完成新符号的创造，进而影响符号意义的流向与实际效力。

4.2.1 精神符号的凝聚力

体育明星身体符号被高度“国家化和政治化”^[31]，使得赛事中蕴含的信仰、价值、情感和精神变得可见、可听和可触摸^[32]，成为推动社会凝聚和国家认同的重要文化符号^[33]。《人

4.2.2 价值符号的塑造力

随着我国竞技体育发展目标和人才培养目标的转向，体育明星的价值意涵在社会文化场域中呈现出显著的包容性和多元性。《人民日报》侧重将赛场之内的品质转译为具有教育意义的价值元素，而小红书平台用户则通过更灵活生动的符号交换与共享实现体育明星的价值拓展。

《人民日报》通过深度叙事引导公众对人物符号所蕴含的深层价值的认同，而非仅仅宣扬胜利。例如，在2024年郑钦文于中网带伤作战却止步八强后，《人民日报》引用其个人话语“我还需要去攀登下一座高峰……登顶的最后几步总是最困难”来展现竞技体育的漫长与艰辛，并通过“超越自我就能赢得尊重。山再高，总能跨越；向前走，每一步都是突破”等内容强化其超越胜负的精神意义，主动拓展符号的解释空间。受众也通过“强者从来都不缺再来一次的勇气”等评论，形成以“魅力吸引”与“人文关怀”为核心的新型价值认同模式。

小红书平台则构建了高效率、强互动的价值交换空间。在高强度情感能量的驱动下，用户通过主动设定议程，从多元视角挖掘并提炼胜负之外的深层价值，并在“榜样看齐、互动创造、形象维护”等共享价值基础上维系情感纽带^[38]。例如，“只希望小郑能健康打球”等温情表达，反映了粉丝通过对偶像的细致关怀，守护内心理想自我的过程。但社交平台的高互动性与圈层化特征，也为过度追星行为提供了温床。当明星价值被曲解或过度诠释时，可能导致行为异化。冠军运动员兼具体育精神与政治属性，其粉丝自带优越感，他们在追星过程中进行积极自我肯定^[39]，同时与“黑粉”呈现出“价值消解”与“价值神化”的对立格局。尽管这种对立在客观上提升了话题热度，然而就传播效果而言，两种极端认知在本质上均有可能导致运动员偶像光环及“人设”遮蔽榜样价值，并由此导致个体行为异化。

4.2.3 消费符号的吸引力

体育明星在粉丝心中以“图腾方式存在”，成为激活相关产业链中的商品^[16]。他们作为心灵价值的提供者，在激发个体自豪、喜悦、愤怒和悲伤等多重情绪的过程中，触发消费行为^[40]。《人民日报》侧重于运用文字符号再现消费热潮，小红书平台则依托自身内生功能，以及商业组织的符号借用，对消费影响力进行具象化呈现和引导。

《人民日报》通过引用关键数据直观展现郑钦文所具备的强大消费号召力。在数媒时代，超级网球明星仍是驱动赛事品牌传播与消费的核心力量^[41]。据报道，2024年中国网球公开赛门票总收入突破8000万元，同比增长60%，创下历史新高；武汉网球公开赛也因郑钦文的参与迎来观赛热潮，现场观赛人数累计超过18万人次。同时，连续举办的国内网球赛事

有效培育了“看网球、学网球”的文化氛围，并直接拉动网球装备等商品的消费增长。网友亦在评论区反馈了郑钦文对网球文化繁荣的引领作用，体现了明星符号对公众体育消费决策的积极影响。

借由独特的商业运营，小红书将体育明星的符号资本高效转化为商业价值，完成其从工具到生活，再到生意的转变^[42]，即用户在浏览相关符号的同时，可直接链接至相关商品，从而。研究显示，个体会模仿与榜样的个人成功无直接联系的特征，如模仿运动明星的品牌服装选择^[43]。小红书平台数据显示（截至 2025 年 7 月 31 日），“#郑钦文同款”（1 433.98 万浏览）、“#郑钦文同款新车”（581.72 万浏览）、“#郑钦文同款穿搭”（601.12 万浏览）等话题的高热度，印证了郑钦文身体符号经图像化重构转变为消费符号后所具备的市场号召力，彰显了郑钦文在时尚层面对于个体的示范带动作用。与此同时，品牌方在平台广告叙事中策略性地运用其“冠军身份”与“成功女性”等多重符号，通过符号收编与重组实现商业价值转化。例如，某品牌对郑钦文个人微博“带走了最想要的巴黎纪念品”这一私人化文字符号进行商业收编，通过视觉符号与文本符号的跨媒介重组，建构起冠军符号与品牌精神的意义联结，实现对公共消费的控制与引导。

4.3 终极解释中的意义探索：榜样激励下的知行重构

4.3.1 竞技榜样的鞭策

皮尔士所强调的“实践效果”不限于当前所见某些具体行动的特定效果，而是涵盖未来所有“可设想”的场景^[44]。吉布森（Gibson）将“榜样”界定为一种“认知建构”，此过程着重于个体观察并认可榜样的某种特质，且通过模仿最终达成与角色榜样的“相似性”^[45]。有着相似竞技目标的个体将郑钦文的符号意义解释为“可复制的成功路径”“技术标准”等抽象概念时，便尝试通过复刻成才路径、训练体系以及技术动作实现个人发展目标。

《人民日报》通过权威再现社会事实，呈现了体育明星在塑造青少年锻炼与职业选择方面的示范作用。一方面，体育明星在激发竞争意识与传递超越精神方面，引领着怀揣网球梦的青少年追求梦想。据《人民日报》报道，正是李娜捧起 2014 年澳网女单冠军奖杯的一幕，给年少的郑钦文种下了成为“大满贯冠军的梦想”，建立起“亚洲人也能拿大满贯”的理想范式。皮尔士同时强调，特定环境要素对符号意义实践转化具有关键催化作用。以湖北省为例，2024 年巴黎奥运会结束后，湖北省网球学校接收到大量咨询信息，“全国范围内有 1 400 多名孩子前来报考，最终 460 人被录取”。利好的专项政策与财政支持以及配套场地设施建设等系统性举措，共同构建了榜样效应代际传递的制度化保障体系，促成了“可复制的成功路径”这一共识的形成，为符号意义的现实转化提供了结构性支撑。另一方面，体育明星在

技术动作等专业维度为青少年运动员做出示范,尤其当青少年与其仰慕的运动员在体育锻炼方面有着相同偏好时,在技术层面所受到的积极影响尤为显著^[46]。例如,据《人民日报》报道,“11岁的哥哥王梓硕近距离看着郑钦文的击球动作和脚步移动,表示要向郑钦文学习”。高规格本土网球赛事为青少年创造了具身体验机会。通过现场观摩,他们将偶像崇拜升华为具体的技术参照,并据此对自身技术进行系统性调整与优化。

小红书平台内容则通过榜样学习的符号再现、再创造与社群互动,实现榜样效应的反馈与事实再现。在该平台上,用户常以父母或成人视角分享青少年的模仿行为(如发布网球训练视频),并配以“向郑钦文姐姐学习”等文字分享青少年学习榜样的实践,其他用户则通过“优秀的孩子,加油”“下一个郑钦文”等评论进行反馈,共同构建了一个持续强化的榜样学习循环。另有用户通过分享线下与偶像互动的真实经历,完成了人际符号的媒介化再造。例如,转述青少年“与喜欢的球星近距离对话,感受她温柔又耐心的教导,就像在心里种下了一束光”的具身体验,再现榜样如何通过拉近与青少年的心理距离,帮助其构建有关理想自我的心理图式^[47],并为其长期发展注入稳定而持久的内在动力的现实场景。

4.3.2 运动榜样的激励

通过大型体育赛事中表现优异的明星运动员带动大众体育参与,是精英体育“示范效应”的核心体现^[48]。个体通过整合自身知识、经验与自我期待,将郑钦文的符号意义抽象为“潮流运动”“优雅时尚的运动方式”或“优质锻炼模式”等内涵,进而激发对其行为模式的效仿意愿和实际行动。

《人民日报》通过对民众购买网球装备、参与网球学习等社会热潮的媒介再现,反映了郑钦文作为榜样对个体产生的认知与行为影响,体现出精英体育对大众体育的“示范效应”在新项目普及中的关键作用^[49]。在报道中,《人民日报》既采用“井喷式发展”描述巴黎奥运后国内网球运动的火热场景,进一步以权威数据支撑这一话语,例如“中国网球人口达1 992万人、位居世界第二”,以及“中国网球场的数量也为全球第二,达49 767片”。更进一步,报道将网球运动的发展与我国综合国力及体育强国战略相联结,强调“新时代网球运动的蓬勃发展,是我国正从体育大国向体育强国迈进的一个缩影”。这一论述体现了官方媒体有意识地将体育议题融入国家发展叙事,由此强化体育明星和竞技体育的积极社会效应与国家发展之间的关联。

小红书平台对榜样效应的真实场景进行更细致和生动地再现,同时通过二次创作进行符号意义的延伸。一方面,“被郑钦文的奥运精神激励到入坑网球”“感谢郑钦文让我吃不上饭,忙到只能在球场点外卖吃”等笔记再现了网球运动火爆的现实场景。但同时,网友在评

论中反馈出符号效应难以持续服务于个人成长的现实困境。例如，“线上看看就行了，线下打真不算便宜呢”等评论，反映出个体在达成符号的终极解释并调整个人行为过程中有利环境的重要性。另一方面，平台用户通过对其技术动作和训练内容进行二次创作，将符号意义转化为可感知、可模仿的操作指南。郑钦文的身体符号被抽象为对传统审美的挑战，同时象征着严格自律等优秀品质，成为普通人心中的“审美典范”与“锻炼指南”。例如，“郑钦文亲自给我们示范的赛前体能训练法来啦”“进来抄作业！跟奥运冠军郑钦文学发球！”等图文和视频笔记，通过符号的多重组合与再创造对原始身体符号进行诠释，使受众的模仿行为具备了高度的可操作性。“下次我留意一下，感觉我也是这个问题，所以击球没有力量”等用户评论有效印证了符号再造的实际效果。再如，博主“栗子大王”发出线上询问“怎样能练出郑钦文类似身材？所有女性运动员中最喜欢她的身材”，同时在笔记中描述自己日常的训练过程，并与网友在评论区互动中探讨身材提升策略。由此，原始符号的实际效力以自媒体博主的符号重组和再造为中介，完成了意义的拓展、延伸和效力提升。

4.3.3 精神榜样的鼓舞

当媒体平台为运动员开辟自我表达的空间时，郑钦文所富有个人特色的话语得以进入公共视野，并被解读出“处世哲学”“人生智慧”和“成功秘诀”等象征意义，使其升华为引导个体成长的精神榜样。

《人民日报》将其比赛经历和人生轨迹提炼为具有普适价值和示范意义的行为参照与认知框架，将运动员的个体经历转化为具有教育意义的叙事。在报道中，媒体转引了郑钦文关于比赛心理的表述：“我当时脑子里面想的就是我要把球发向哪里，我下一分要怎么打……这次我觉得自己做得很好的一点就是一一直都专注于那个目标，专注于接下来该怎么打。”基于这一原始符号，官方新闻生产者进一步加以阐释，指出“人生至美，就是抵达梦想那一刻。而这场抵达，没有捷径。你要做的，只有日复一日，坚持向前。唯有坚持，不负梦想”，并鼓励读者“当你努力接好生活发来的每个‘球’，你也会成为自己的冠军”。这一叙事策略表明，《人民日报》内容生产者不仅深刻领悟郑钦文的精神引领力，更通过符号的转译与重组直接服务于读者对榜样力量的精神内化与行为转化。

小红书平台用户则在自我投射基础上进行符号重组、再构与传播扩散，不仅完成了对原始符号的终极阐释，更通过融入个体经验、思想观念与价值取向进行创造性符号创造，将精神榜样内涵进一步具象化，包括激发个体自我突破、突破传统性别角色束缚、对达成目标的信心构建以及面对困境时的心理韧性等。例如，博主“菠菜在成长”通过解构郑钦文访谈话语“不要刻意和别人比，目标就在那里，专注于当下，心态就会平和”，提炼出具有普适性

的心理调适策略。她进一步将这一话语符号进行转译,指出“对普通人来说没有2000万的投入,没有父母的托举,没有机遇并不可怕,可怕的是沉溺在过去,迷失未来”。此外,郑钦文作为女性运动员展现出其在重塑女性审美以及认识理想自我等方面的独特影响力。巴特认为,身体符号直接或间接地服务于人物形象的刻画,并指向更深层次的意义^[50]。她的身体符号被诠释为“优美的肌肉线条”“黝黑健康的皮肤”,成为“天合自然”和“充盈润泽”的健康自然之美的象征^[31],其符号效应一方面体现在将健硕和自然之美合理化,另一方面则体现在对女性身材改造方面的强大动员能力。例如,博主“沈气泡”发文称,“郑钦文真的彻底治好了我打球14年的body shame(身材羞耻)。我永远会为运动带给我的生命力和力量感而折服”。她通过寻得可供参照的标杆,合理化特定审美取向并完成对于理想自我的确认。这一符号再造过程通过意义拓展赋予榜样符号更精确的指向性,服务于在现实生活中面临相似困境和拥有共同理想的个体。

5 结语与审思

5.1 结语

体育明星榜样效应本质上是“被建构的榜样”与“被影响的个体”之间的一种多层次、情境化符号实践,该效应的实现程度,取决于体育明星形象如何被建构、个体的自我投射与期待、实践能力以及环境支持等多重要素之间的契合程度。

研究通过跨媒介符号分析,回应了“体育明星榜样效应在跨媒介符号互动中如何生成及其具体影响”这一核心问题,揭示了体育明星符号生产以及影响过程与结果的动态性与复杂性,系统认识了跨媒介的符号互动如何有效推动榜样价值的实现,为理解媒介技术在该效应中的深层作用机制提供了新的理论视角。同时,研究验证了皮尔士符号学中关于意义延伸的经典论断,符号意义的延伸呈现出媒介多元、路径多元与内涵多重的时代特征,这一发现一方面拓展了皮尔士符号学在新媒体语境下的解释力与适用范围,另一方面深化了对符号意义在延伸、叠加与层级演变过程中内在机制的理解。

5.2 审思

第一,体育明星的“榜样”角色并非其固有属性。首先,体育明星是国家意志与个体主体性在特定历史与意识形态条件下协商、冲突乃至共谋的产物。正如马克思所言,生产关系标志着人类历史发展中的特殊阶段^[51]。体育作为国家意志实践的关键场域,在我国社会矛盾发生根本性转变以及全民健康战略施行的社会背景下,体育明星媒介形象的构建不仅服务于国家政治诉求,还被融入推动体育产业发展、促进全民健康等多元发展目标之中。与此同

时，社交媒体的发展为公众提供了话语抗争路径。如福柯所言，话语既是工具也是对抗策略的起点^[52]。官方媒介建构的“完美典范”在社交平台的话语空间被赋予新的意义时，“权力—知识”的框架也面临被颠覆和重构。然而，在商业逻辑主导下，以流量和数据为驱动的符号生产机制形成新的控制网，加深了对运动员的“再魅化”。当鲜活真实的个体被压缩为不同维度的“完美典范”，不仅可能催生“饭圈”乱象，也加剧了运动员自身的多重压力，折射出话语权力在数字语境下的延续与变形。因此，应从媒介叙事层面，为体育“饭圈”治理提供思路，推动跨媒介叙事革新，超越“胜负”逻辑，挖掘深层品质，系统呈现其作为体育人物的成长经历、心理历程、社会贡献、退役后角色适应、家庭支持等内容，突出运动员作为“鲜活的人”的真实面貌，为普通个体提供可参照的标杆，以此提升个人声望与社会认同，引导体育文化回归体育本质，促进榜样效应的持续发挥^[55]。

第二，体育明星对于个体的榜样效应具有多样性和复杂性，体育场域的内部逻辑反映并重构了更广泛的社会权力关系^[53]。一方面，个体对榜样行为的模仿，表面上源于社会学习机制，实则受到话语结构对何为“可被认同的自我”的潜在规定，即个体通过实践试图趋近于某种被媒体宣扬的理想主体位的背后可能是盲目崇拜和模仿，以及对自我期待的不确定。另一方面，社交媒体平台特征令拥有异质时空背景（如跨代际、跨地域）的个体构建临时性意义共同体。然而，当人的思想和行为被映射到虚拟世界时，需警惕“数字化表演”带来的线上角色与现实身份偏差^[54]，以及信息爆炸和情绪感染带来的自我迷失。

第三，反思“成功者叙事”与“完美女性叙事”对运动员角色的束缚及其对个体认知的异化影响。现代权力通过仪式等对身体进行更为隐蔽的控制^[56]。当典范属性（例如“健康美”）被转化为商品（如专业网球鞋、服装及训练课程等）时，体育明星符号的消费属性亦被强化，消费者也在看似对健康的追求中沦为商业逻辑支配的客体。另一方面，“个人奋斗必然导向成功”“女性必须追求独立”等叙事框架，将成功简单归因于个体努力，掩盖了结构性不平等对个人发展的制约，也从本质上压缩了个体经验与自我期待的多元空间，反之也可能成为运动员角色冲突与内在压力的潜在催化剂。

尽管媒介在反映客观现实方面具有重要作用，但对于线下真实社会实践的考察以及榜样效应的长期影响机制，仍需研究者拓宽数据来源并深入田野进行持续研究。另外，网球明星所引发的榜样效应，与其他项目明星所带来的榜样效应路径的内在逻辑虽存在复现的可能性，但其差异仍有待进一步探究。后续研究可通过跨案例比较研究，采用混合研究方法设计，进一步构建更为全面的体育明星榜样效应研究体系。

参考文献：

- [1] 中共中央、国务院. 中共中央国务院致第 33 届奥运会中国体育代表团的贺电 [EB/OL]. (2024-08-28)[2024-08-28]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202408/content_6967688.htm.
- [2] 杨婷. 榜样教育研究[D]. 武汉: 武汉大学, 2010.
- [3] 国家体育总局. 体育总局办公厅关于印发《2024 年群众体育工作要点》的通知 [EB/OL]. (2024-03-02)[2025-09-10]. <https://www.sport.gov.cn/gdnps/content.jsp?id=27523425>.
- [4] 袁雷, 孙卓, 俞大伟. 中国和平体育外交的历史溯源、时代特征及发展方向[J]. 武汉体育学院学报, 2025, 59(2): 26-33.
- [5] 晋毅鹏, 黄莉, 付志铭. 中华体育精神引领运动项目文化规范化建设的价值与方略[J]. 体育学研究, 2025, 39(1): 108-118.
- [6] MARKUS H R, NURIUS P. Possible selves[J]. American Psychologist, 1986, 41(9): 954-969.
- [7] 赵子林. 自媒体时代榜样教育的新特点与新机制——基于“最美人物”现象的思考[J]. 思想理论教育导刊, 2019(9): 120-124.
- [8] 贾静敬, 张佃波, 单涛. 新媒体时代体育明星形象塑造价值及优化策略[J]. 体育文化导刊, 2024(6): 34-39.
- [9] BARTHES R. What is sport?[M]. HOWARD R, trans. New Haven: Yale University Press, 2007.
- [10] 赵星植. “无限衍义”真的无限吗? ——再论皮尔斯的解释项理论[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2016, 43(6): 138-142.
- [11] 高宪春. 微议程、媒体议程与公众议程——论新媒介环境下议程设置理论研究重点的转向[J]. 南京社会科学, 2013(1): 100-106, 112.
- [12] 陈伟, 郝勤. 体育传播学的学科特征与研究现状——兼论体育的传播特征及其信息符号理论[J]. 体育科学, 2006(6): 6-11.
- [13] 孙起. 体育奇观的生产与消费——以女子网球运动员李娜为例[J]. 新闻界, 2015(15): 32-37, 44.
- [14] 王真真, 张大超, 王相飞. 女排精神的社交媒体记忆图景、话语特征及其实践逻辑——基于新浪微博(2009—2024)的实证研究[J]. 北京体育大学学报, 2024, 47(7): 103-117.
- [15] 彭翠, 王梦园, 张可心. 传播符号学视域下体育明星媒介形象的建构路径——以跳水运动员全红婵为例[J]. 海河传媒, 2024(4): 31-37.
- [16] 黄启龙, 邓星华. “体育明星”符号资本的生成逻辑与累积路径[J]. 体育学刊, 2019, 26(1): 47-51.
- [17] WOODS J, OLDHAM L, HOUSE-NIAMKE S, et al. The popularity gap: Effects of social status on the visibility of lifestyle sports stars on Instagram[J]. Communication & Sport, 2025, 13(1): 145-165.
- [18] 王康锋, 刘洋, 赵盼. 传播符号学视域下中华体育精神的对外传播策略[J]. 新闻爱好者, 2023(11): 55-57.
- [19] 赵星植. 论皮尔士符号学中的传播学思想[J]. 国际新闻界, 2017, 39(6): 87-104.
- [20] 赵星植. 论皮尔士符号学中的“对象”问题[J]. 中国外语, 2016, 13(2): 48-53.

- [21] 科尼利斯·瓦尔·皮尔士[M]. 郝长堃, 译. 北京: 中华书局, 2014.
- [22] 克劳斯·布鲁恩·延森. 媒介融合: 网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2020.
- [23] 中国体育报. 中国网球事业发展基础数据发布[EB/OL]. (2025-04-17)[2025-08-12]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067662/n20067613/c28628865/content.html>.
- [24] MERAZ S. Using time series analysis to measure intermedia agenda-setting influence in traditional media and political blog networks[J]. *Journalism & mass communication quarterly*, 2011, 88(1): 176-194.
- [25] WANG Y, FENG D, WANG H. Modernity, aesthetics, and nation re-branding in olympics: A multimodal discourse analysis of the opening ceremony of the 2022 Beijing Winter Olympic Games[J]. *Communication & Sport*, 2024, 12(6): 1139-1158.
- [26] 赵毅恒. 符号学原理与推演[M]. 成都: 四川大学出版社, 2023.
- [27] PEIRCE C S. *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings Vol.2 (1893-1913)*[M]. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1998.
- [28] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢, 译. 北京: 北京大学出版社, 2025.
- [29] 马中红, 任希. 国家美学与社群美学的分野与对话——以“央视春晚”“B 站拜年祭”为例[J]. *探索与争鸣*, 2020(8): 90-98, 159.
- [30] 皮尔士. 推理及万物逻辑: 皮尔士 1898 年剑桥讲坛系列演讲[M]. 张留华, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2020.
- [31] 张爱红, 孙睿, 赵雪. 陈擻芬的女性身体观及其对新时代女性体育教育的启示[J]. *北京体育大学学报*, 2024, 47(9): 148-156.
- [32] SCOTT O K M, HILL B, ZAKUS D H. When the home team is not featured: Comparison of two television network commentaries during broadcasts of the 2006 FIFA World Football Cup[J]. *Sport Management Review*, 2012, 15(1): 23-32.
- [33] 王理万. 体育运动与国家认同问题的理论展开和中国语境[J]. *上海体育学院学报*, 2019, 43(3): 46-53, 60.
- [34] 乔治·维加雷洛. 从古老的游戏到体育表演: 一个神话的诞生[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
- [35] 周海燕. 媒介与集体记忆研究: 检讨与反思[J]. *新闻与传播研究*, 2014, 21(9): 39-50, 126-127.
- [36] DURKHEIM E. *The elementary forms of the religious life*[M]. New York: The Free Press, 1912.
- [37] 薛秋, 尹可丽. 同步动作对社会联结的影响: 集体欢腾的中介作用和团队规模的调节作用[J]. *心理学报*, 2024, 56(12): 1821-1835.
- [38] 大卫·罗编. 批判性读本: 体育、文化和媒介 (英文影印版) [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008.

- [39] 郭晴,曾文莉,陈梦怡,等.对体育“饭圈”的现实审思与认知更新[J].上海体育大学学报,2024,48(12):31-42.
- [40] 胡全柱,乔超.青少年体育明星崇拜的社会学分析——基于“国家-市场-社会”理论视角[J].体育与科学,2014,35(4):64-66,100.
- [41] CHMAIT N, ROBERTSON S, WESTERBEEK H, et al. Tennis superstars: The relationship between star status and demand for tickets[J]. *Sport Management Review*, 2020, 23(2): 330-347.
- [42] 董晨宇,许莹琪,林琦桁.交往在平台: 社交媒体人际传播研究的三条线索[J].新闻与写作,2024(9):5-14.
- [43] MESOUDI A. How cultural evolutionary theory can inform social psychology and vice versa[J]. *Psychological review*, 2009, 116(4): 929-952.
- [44] 张留华. 逻辑学的伦理之维: 皮尔士的洞见及其当代回响[J]. *哲学分析*, 2023, 14(4): 20-37, 196.
- [45] GIBSON D E. Role models in career development: New directions for theory and research[J]. *Journal of vocational behavior*, 2004, 65(1): 134-156.
- [46] 王宁,杨安禄,隋晓冰,等.“行为强化”抑或“期望落差”: 精英运动员榜样效应对青少年体育锻炼的影响机理研究[J]. *体育与科学*, 2025, 46(4): 98-109, 120.
- [47] RONKAINEN N J, RYBA T V, SELÄNNE H. “She is where I’d want to be in my career”: Youth athletes’ role models and their implications for career and identity construction[J]. *Psychology of Sport and Exercise*, 2019, 45(C):101562-101562.
- [48] 卡迪娅·英格丽切娃,让-卢·查普莱,易剑东. 2020 奥运会前后主办国家的体育参与——奥运会能改变什么? [J]. *体育与科学*, 2020, 41(4): 80-87.
- [49] DE BOSSCHER V, SOTIRIADOU P, VAN BOTTENBURG M. Scrutinizing the sport pyramid metaphor: an examination of the relationship between elite success and mass participation in Flanders[J]. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 2013, 5(3): 319-339.
- [50] 罗兰·巴特·文之悦[M]. 屠友祥,译.上海: 上海人民出版社,2016.
- [51] 弗里德里希·恩格斯,卡尔·马克思.《马克思恩格斯选集》(第1卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 340.
- [52] FOUCAULT M. Orders of Discourse[J]. *Social science information*, 1971, 10(2): 7-30.
- [53] 熊欢. 交叉与互构: 体育社会学对身体社会学理论的再生与范式拓展 [J]. *体育学研究*, 2025, 39(04): 13-25.
- [54] 彭兰. 智能时代人的数字化生存——可分离的“虚拟实体”、“数字化元件”与不会消失的“具身性”[J]. *新闻记者*, 2019(12): 4-12.
- [55] 尹钰潼,王兆红,白胜超,等.人力资本何以提升退役运动员的就业质量? ——基于个体声望的作用机制[J].*体育学研究*,2025,39(4):99-110.
- [56] 米歇尔·福柯. 规训与惩罚[M]. 刘北成, 杨远婴, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店.2020.