

体育相关电影的地域、类型与评分分布研究

幸方国利

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: 本研究通过分析豆瓣电影数据库中的体育电影数据,探讨了体育电影在不同地域、类型和评分中的分布特征。结果显示,美国在全球体育电影产量中处于领先地位,特别是在2000年后保持较高水平;中国大陆的电影产量在近年呈现稳步增长趋势,特别是在2020年。体育电影类型多样,以“剧情”类最为常见,其次是“喜剧”类、“传记”类和“爱情”类。评分前20的体育电影中,拳击、篮球和赛车等强对抗性运动项目占据显著位置,这些电影通过丰富的视觉效果和情感共鸣,提升了观众的观影体验。总体而言,体育电影通过展现运动员的奋斗历程和比赛的紧张刺激,既娱乐了观众,又传递了丰富的体育价值观和文化内涵。本研究揭示了体育电影的分布特征和观众偏好,但未来研究仍需进一步探索更多国家和地区的数据,以全面理解全球体育电影市场的发展动态和观众需求。

关键词: 体育电影; 地域分布; 类型分布; 评分分布

Study on Geographical, Genre and Rating Distribution of Sports-Related Films

XING Fang-guoli

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: By analyzing the data of sports movies in Douban movie database, this study explores the distribution characteristics of sports movies in different regions, types and ratings. The results show that the United States leads the global sports film production, especially after 2000 to maintain a high level; The Chinese mainland's film production has shown a steady growth trend in recent years, especially in 2020. There are various types of sports movies, with “drama” being the most common, followed by “comedy”, “biography” and “love”. Confrontational sports such as boxing, basketball and auto racing feature prominently in the top 20 sports movies, which enhance the moviegoing experience with rich visual effects and emotional resonance. In general, sports movies not only entertain the audience, but also convey rich sports values and cultural connotations by showing the struggle of athletes and the intense excitement of competitions. This study reveals the distribution characteristics and audience preferences of sports movies, but future studies still need to further explore data from more countries and regions to fully understand the development dynamics and audience demands of the global sports movie market.

Key words: Sports film; Geographical distribution; Type distribution; Score distribution

体育电影作为电影产业的重要组成部分,在全球范围内都有着广泛的观众基础和显著的文化影响力。这些电影通过展现运动员的奋斗历程、比赛的紧张刺激以及团队的协作精神,不仅娱乐了观众,还传递了丰富的体育价值观

和文化内涵。体育电影涵盖剧情片、纪录片、传记片等多种类型,通过不同的叙事方式讲述感人至深的体育故事,不仅是娱乐产品,更是体育文化传播的重要载体。观众能够通过体育电影感受到运动员追求卓越、超越自我的精神,

项目基金: 湖北大学当代文艺创作研究中心资助项目“武当养生文化的研究及武当养生文化的挖掘”课题开放基金一般项目(项目批准号: 23DDWY20)。

作者简介: 幸方国利(1998-),男,汉族,湖北武汉人,湖北大学体育学院在读研究生,研究方向:运动人体科学。

理解团队合作与公平竞争的重要性。尽管体育电影在全球范围内受到广泛关注,但关于其地域分布和类型特征的系统研究仍然较为有限。了解体育电影在不同国家和地区的分布情况,有助于揭示各国电影产业的发展特点和文化差异。同时,分析体育电影的类型分布和评分情况,可以帮助我们了解观众的偏好和评价标准,从而为电影制作和市场推广提供有价值的参考。

1 数据与方法

1.1 数据来源

本研究的数据来源于豆瓣电影数据库,包含以下主要信息:电影名称、国家/地区、类型、上映日期和评分,共计613部电影。豆瓣作为中国最大的影视评分和评论平台之一,提供了丰富的用户评价数据,具有较高的参考价值。为了保证研究的完整性和数据的时效性,所选取的数据截止到2023年12月。

1.2 数据清洗与处理

为了确保数据的准确性和完整性,本研究进行了详细的数据清洗和处理步骤:

(1) 数据筛选:选取体育/运动电影相关的条目,确保所分析的电影都属于体育题材。

(2) 重复数据处理:去除数据集中可能存在的重复条目,确保每部电影只被计入一次。

(3) 缺失值处理:检查并处理数据中的缺失值,尤其是对于国家/地区、类型和评分等关键字段,采用精确查找的方法进行手动补全或删除,最终得到612部电影。

(4) 数据标准化:对国家/地区和类型等字段进行标准化处理,确保数据的一致性,统一国家/地区的名

称表示,合并相似的类型分类等。

(5) 评分延迟性处理:由于电影评分具有延迟性,即电影上映后评分可能会随着时间推移而发生变化,因此本研究仅选取上映日期在2023年期间及2023年之前的电影,确保评分数据具有足够的稳定性和参考价值。

1.3 研究工具

RStudio,一个功能强大的集成开发环境,专门用于R语言的统计计算和数据分析。它为R提供了一个用户友好的界面,使得数据分析过程更加高效和便捷。R语言目前广泛应用于学术研究、数据科学和商业分析。它提供丰富的数据结构和导入导出功能,便于进行数据操作和清洗。R支持描述性统计分析、假设检验、回归分析等基础统计方法,并通过“ggplot2”包实现高级数据可视化。高级统计模型如时间序列分析、多元统计分析也在R的能力范围内。R还具备机器学习和数据挖掘功能,涵盖监督学习和无监督学习算法。

2 研究结果

2.1 体育电影上映时间分析

从图1中可以看到,体育电影的发布数量涵盖了从1925年到2023年。这段时间内体育电影发布数量的波动较大,其中早期年份(1925年至1979年)体育电影发布数量每年较少,通常只有一到两部,甚至有些年份完全没有体育电影发布。随着时间的推移,从1980年开始,体育电影发布数量逐渐增加,尤其是在1990年代中期以后,数量显著增加,2000年以后每年发布数量普遍超过10部。这种增长趋势反映了体育电影行业的长期发展和变化。

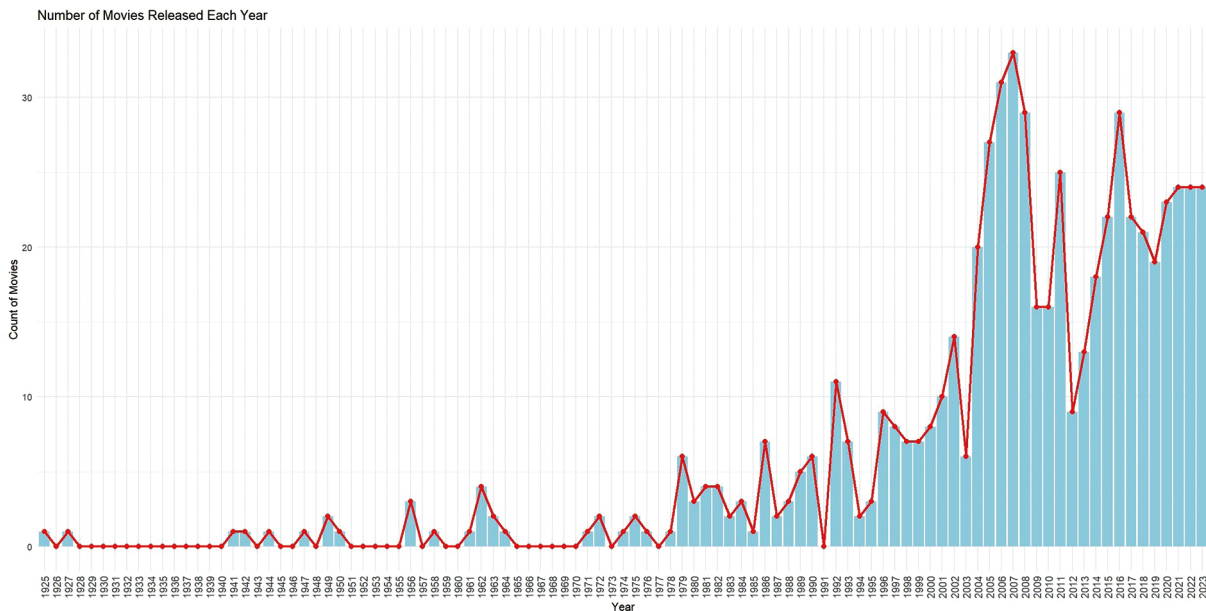


图1 每年体育电影上映量

在1925年至1979年这段时间,体育电影发布数量相对较少,通常每年只有一到两部,甚至有些年份完全没有体育电影发布。这一时期的体育电影发布受限于电影行业的初期发展阶段,当时制作和发行电影的成本较高,技术也不成熟。此外,历史事件如二战(1939—1945年)期间,全球经济和社会受到巨大冲击,体育电影的制作和发布受到严重限制。

从1980年开始,体育电影发布数量逐渐增加,每年发布的数量普遍超过5部,到1990年代中期达到10部左右。这一增长主要得益于电影制作技术的进步,如彩色电影和特效技术的发展降低了制作成本,提高了制作效率。同时,全球经济的发展,特别是美国好莱坞电影工业的繁荣,为体育电影制作和发行提供了更多的资源 and 市场。

进入2000年以后,体育电影发布数量显著增加,特别是在2005年之后,每年的发布数量大多在20部左右。数字化时代的到来,使得电影制作和发行技术的普及极大地降低了成本,同时提高了制作效率和质量。全球化的发展,电影市场不再局限于欧美国家,亚洲(特别是中国)和其他新兴市场的发展,为体育电影行业带来了新的增长点。此外,流媒体平台(如Netflix和Amazon Prime)的兴起,也为体育电影的发布提供了新的渠道和市场需求,进一步推动了发布数量的增加。

在2020年到2023年期间,即使在2020年疫情期间,体育电影发布数量仍保持较高水平。这期间虽然传统影院受到限制,但流媒体平台的兴起和普及为体育电影发布提供了新的渠道,同时观众对电影的需求并未减少,反而因居家隔离等因素,对在线电影的需求有所增加。

总体来看,从1925年到2023年,体育电影发布数量呈现逐渐增加的趋势。早期(1925—1979年)发布数量较少,增长阶段(1980—1999年)发布数量逐渐增加,繁荣阶段(2000—2010年代)发布数量显著增加,近期阶段(2020—2023年)发布数量保持高位。技术进步、经济发展、全球市场扩展和流媒体平台的兴起是推动体育电影发布数量增加的主要因素。这些分析为我们理解体育电影行业的发展趋势和影响因素提供了重要参考,为未来的体育电影市场预测和策略制定提供了基础。

2.2 体育电影的地域分布

如表1所示列出了各国体育电影数量排名前20的国家及数量情况。美国(USA)拥有最多的体育电影,总数达到342部,远远超过其他国家。中国(China)也拥有相对较多的体育电影,总数为108部。其他一些国家如英国(UK)、日本(Japan)、德国(Germany)、加拿大(Canada)等也有较多的体育电影,分别为61部、40部、50部和21部。大多数国家的体育电影数量较少,

很多国家(体育电影数量排名20名以后的国家,未列在表格中)只有1至2部。数据涵盖了全球多个地区,包括北美洲、南美洲、欧洲、亚洲、非洲和大洋洲。北美洲(如美国、加拿大)和欧洲(如英国、德国、法国)是体育电影数量较多的区域,亚洲的几个主要国家(如中国、日本、韩国、印度)也有较多的体育电影。

表1 各国体育电影数量Top20

排名	国家	数量
1	美国	342
2	中国	108
3	英国	61
4	德国	50
5	日本	40
6	韩国	30
7	加拿大	21
8	法国	17
9	印度	11
10	俄罗斯	11
11	意大利	11
12	澳大利亚	10
13	奥地利	7
14	瑞士	5
15	芬兰	4
16	西班牙	4
17	南非	3
18	比利时	3
19	爱尔兰	3
20	瑞典	3

注:中国:包括香港、台湾;德国:包括西德。表格中电影数量为加上多国合作电影数的数值,即合作电影将被多次统计,每个参与合作国家均算作电影出品国。

美国拥有最多的体育电影,这可能与其成熟的电影产业和高度发达的体育文化有关。美国的多个全球知名体育联赛(如NFL、NBA、MLB等)为体育电影提供了丰富的素材 and 市场。中国有108部体育电影,反映了近年来中国电影市场的迅速发展和国内对体育题材的关注。随着中国在国际体育赛事中的表现越来越好,体育电影也成为反映国家自豪感和文化的重要方式。数据显示,体育电影不仅在西方国家受到欢迎,在亚洲、南美洲和大洋洲也有广泛的观众基础,说明体育电影具有跨文化的吸引力,能够超越地域和文化的限制,吸引不同国家的观众。不同国家的体育电影反映出各自独特的文化和社会价值观,例如,美国的体育电影可能更强调个人英雄主义和奋斗精神,而亚洲国家的体育电影则更多表现

团队合作和集体荣誉。

进一步结合上映时间进行分析（如图 2 所示），中国大陆在电影产量方面近年来呈现出稳步增长的趋势，

尤其是在 2020 年，电影发行数量明显增加。这反映了中国大陆电影产业的迅速发展和持续壮大的势头，彰显了中国大陆作为一个重要的电影市场的潜力和影响力。

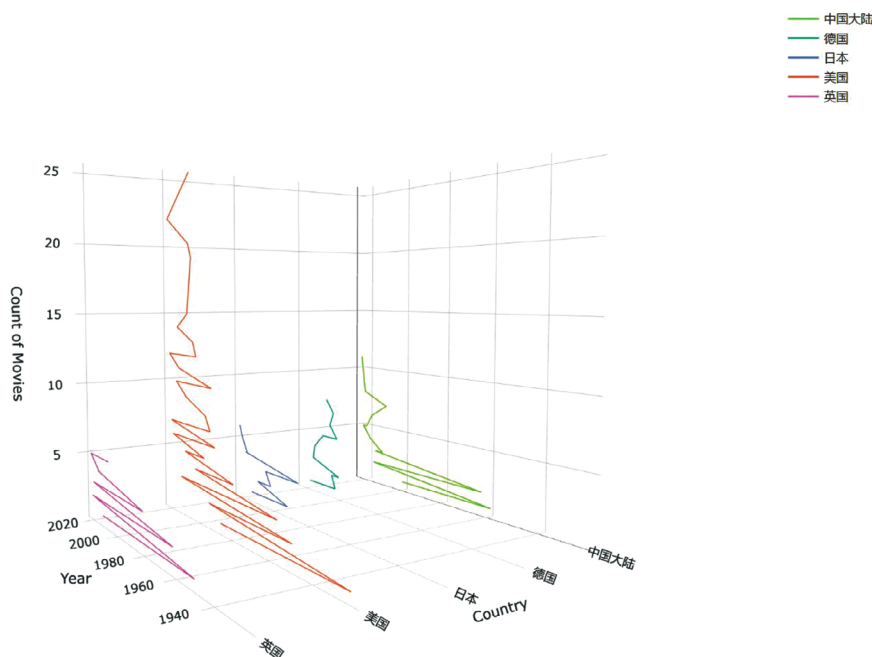


图 2 体育电影上映排名前五的国家

美国作为世界电影产业的巨头，在数据中展现出了其强大的实力。美国在电影发行数量方面位居前列，尤其是在 2000 年后，其电影数量始终保持在较高水平。这表明美国电影产业具有强大的生产能力和全球影响力，对全球电影市场产生了重大影响。

相对而言，德国、日本和英国的电影产量相对较低。尽管如此，这些国家仍然在电影产业中发挥着重要作用。例如，德国在 2000 年代初期和后期，以及日本在近几年都有一些年份的电影数量有所增加，反映了这些国家电

影产业的一定程度的活跃度和发展趋势。

2.3 体育电影的类型分布

收集的体育电影按照给定的种类分类共有 103 种（如图 3 所示）。这些数据揭示了体育电影的创作多样性，同时也反映了观众对于多元内容的追求。最常见的类型是“剧情”和“运动”，出现了 147 次，其次是包含“剧情”“传记”和“运动”元素的电影，共计 55 次。体育电影以各种类型和类型组合出现，包括喜剧、爱情、动作等。

Movie Types Distribution

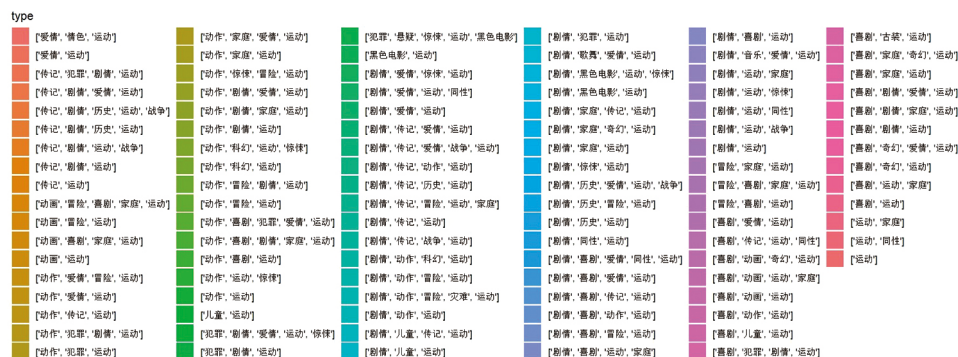


图 3 电影类型



图4 电影类型高频词云

进一步将复合的种类进行拆分,并去掉必有标签“运动”,得到的剩余标签显示出体育电影的多样性和观众兴趣的特点(如图4所示)。这些电影种类大体上分为

四个层次:“剧情”类(446部)为第一层次,表明观众对故事情节和人物发展的高度兴趣;“喜剧”类(195部)为第二层次,显示了观众对轻松娱乐内容的需求;“家庭”类(67部)、“传记”类(98部)、“动作”类(65部)和“爱情”类(93部)为第三层次,反映了这些题材在体育电影中的均匀分布及其重要性;其他类型(如冒险、动画、犯罪等)为第四层次,数量相对较少。这些分类结果与饼状图中的颜色分布高度一致,反映了体育类题材与不同类型电影素材结合度的高低,以及制片人通过丰富的题材来吸引不同观众群体和讲述丰富故事的努力。

2.4 评分分析

绘制的散点图(如图5所示)显示了年份和评分之间的关系。通过计算,得到的皮尔逊相关系数为 -0.2727 ,表明年份和评分之间存在轻微的负相关性。虽然存在这种关联,但并不强烈。这表明年份对评分的影响不大,收集的年份相关电影评分相对客观。这种负相关可能是因为评分数量的增加以及新电影的推出。

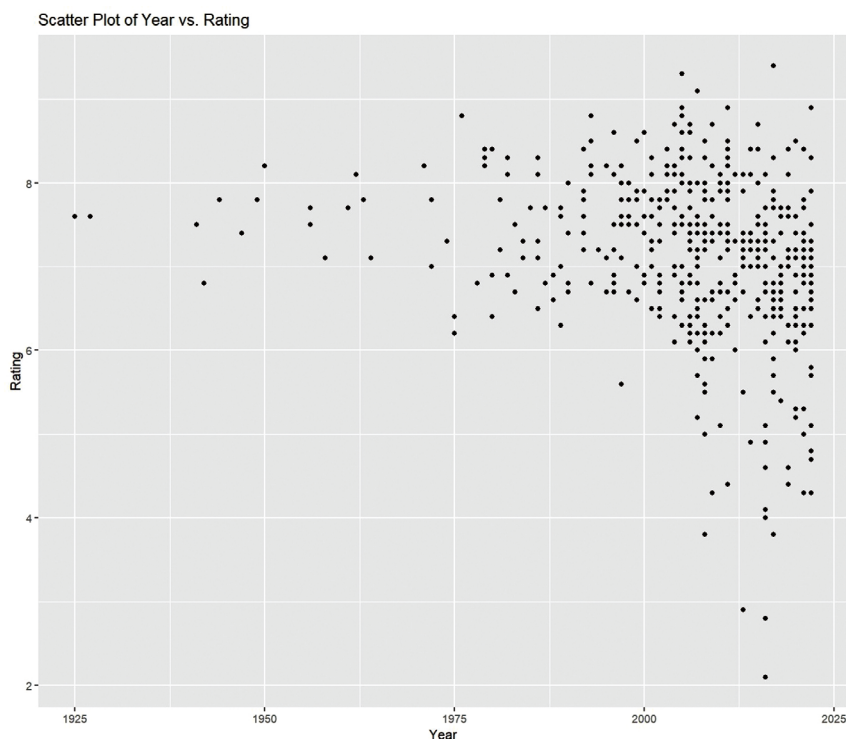


图5 评分—年份散点图

同时,散点图呈现了随着年份增加,数据点逐步分散的趋势,这表明随着体育电影的发行逐渐增多,体育低分电影开始逐渐变多,这是电影发展中必不可少的趋势,但是总体上大部分体育电影评分位于6分线以上。

利用箱线图(如图6所示)对评分进一步进行更详细的统计学分析,中位数(7.2)将数据分成两部分,一半评分高于7.2,另一半低于7.2。第一四分位数(Q1)为6.6,表示25%的评分低于6.6;第三四分位数(Q3)

为 7.7，表示 75% 的评分低于 7.7。四分位距 (IQR) 为 1.1，反映了中间 50% 数据的范围。胡须之外的圆圈表示异常值，这些异常值明显低于主要数据范围，甚至低至 2.1 分。

总结来看，绝大多数体育电影评分集中在 6.6 到 7.7 之间，数据的中间 50% 分布相对集中，电影质量较高，但也有一些评分明显偏低的电影。

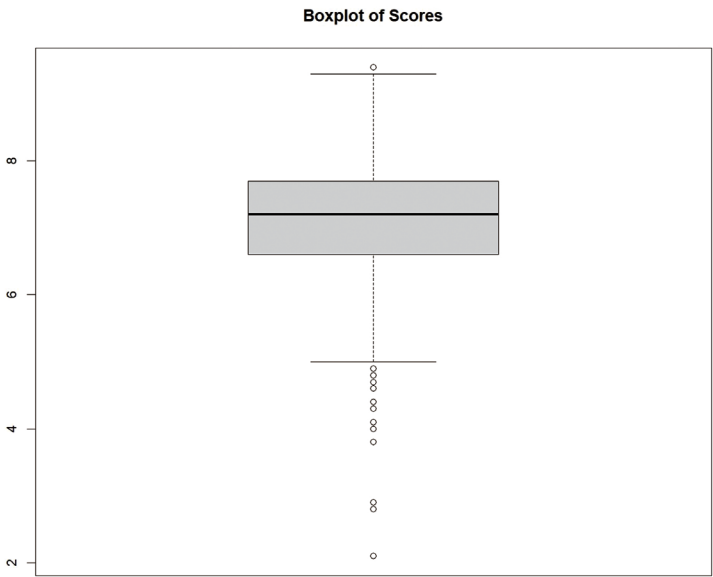


图 6 总体评分箱线图

1) 评分与地区

如图 7 所示的箱线图展示了不同国家体育电影的评分分布情况，揭示了各国在体育电影制作上的特点和观众的评价差异。首先，从评分分布来看，不同国家的体

育电影评分存在显著差异。例如，澳大利亚和印度的评分较为集中，而中国和美国的评分则较为分散。评分的中位数显示，阿根廷、澳大利亚和法国的体育电影总体评分较高，达到了 8 分左右。

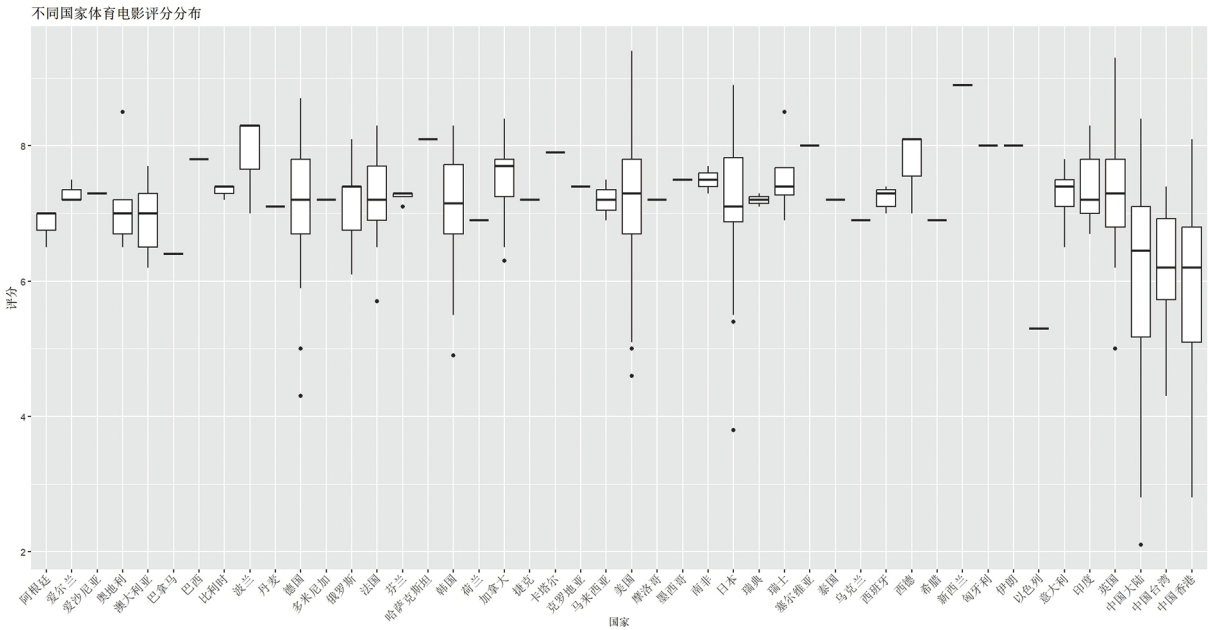


图 7 不同国家体育电影评分分布

其次,评分的上下四分位数反映了评分的中间 50% 的分布范围。阿根廷和澳大利亚的评分范围较窄,说明大多数电影评分集中且相对稳定。而中国 and 美国的评分范围较宽,表明电影评分差异较大,质量不一。当然,这和每个国家出品的体育电影数量也有较大相关,可以发现,出品数量越多的国家中间 50% 的分布范围相对来说也越广。

此外,评分较高的国家如阿根廷、澳大利亚和法国可能制作了更多高质量的体育电影,获得了较高的观众评价。而评分较低或分散的国家如中国和美国,显示出这些国家在体育电影质量上的差异,既有高分的经典之作,也有评分较低的普通作品。

通过这些评分分析,可以推测出不同国家观众对于

体育电影的偏好。例如,高评分的国家可能更注重剧情和制作质量,而评分分散的国家可能在题材选择上更加多样化。这些结果为制片人和导演提供了参考,了解哪些国家的观众对体育电影有更高的期望,从而提升电影制作的质量和观众满意度。

图 8 展示了各国体育电影数量与平均评分之间的关系。图中的每个点代表一个国家,横轴表示该国家的体育电影数量,纵轴表示这些电影的平均评分。大多数国家的体育电影数量集中在 0 到 50 之间,评分主要集中在 7 分左右,而电影数量在 100 以上的国家较少。蓝色的回归线显示出随着体育电影数量的增加,平均评分有轻微下降的趋势。

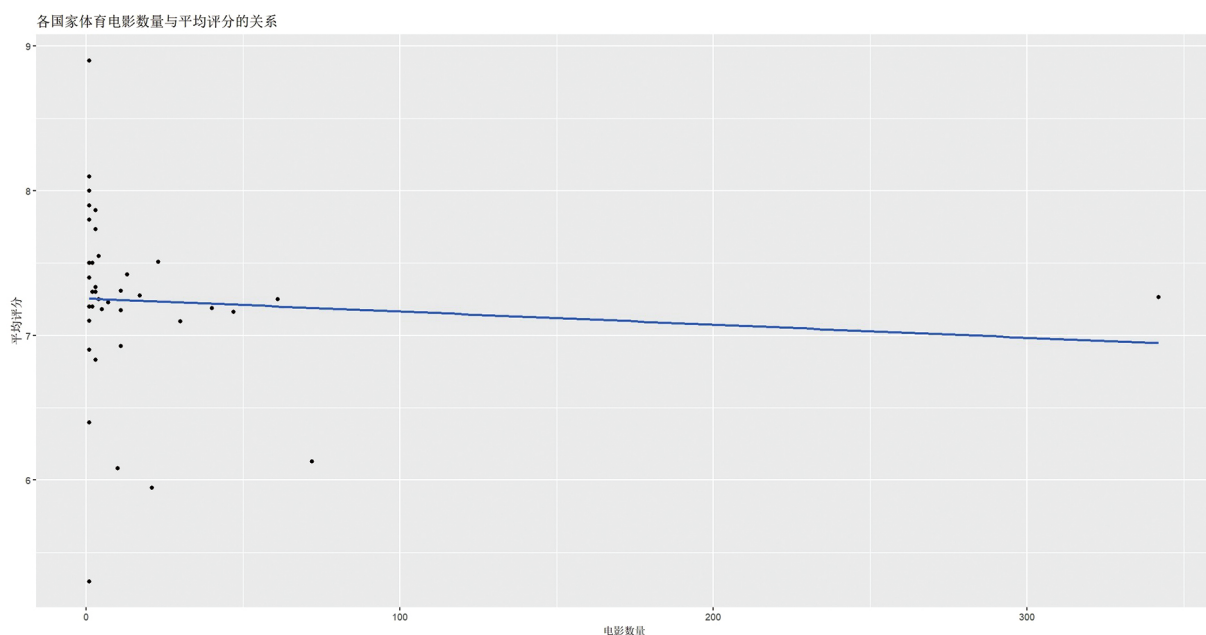


图 8 各国体育电影数量与平均评分关系

随着一个国家制作的体育电影数量增加,可能会因为数量增加而出现一些质量较低的作品,从而拉低总体平均评分。这可能反映了质量与数量之间的权衡:一些国家可能更注重质量而不是数量,而另一些国家则倾向于大量制作体育电影,导致评分的分散。此外,电影数量较多的国家可能有较大的市场需求,为满足观众需求,这些国家制作更多体育电影,但市场压力可能导致电影制作速度加快,从而影响质量。

评分较高的国家可能拥有更先进的电影制作技术和更丰富的制作经验,能够在保持电影数量的同时保证质量。而评分也可能反映了各国观众对体育电影的不同品味和期待,不同国家的文化背景和体育文化的普及程度也会影响体育电影的评分。图 8 这张散点图揭示了电影

数量与评分之间的微妙关系,以及不同国家在体育电影制作上的策略和水平差异。

2) 高分电影中的运动项目

评分前 20 的体育电影展现了观众对不同运动项目的偏好和喜爱(如表 2 所示)。拳击题材的电影占据了相当大的比例,例如《摔跤吧!爸爸》《百万美元宝贝》和《洛奇》等。这些电影通过激烈的比赛场面和深刻的情感展现,吸引了观众的关注和认可。篮球题材的电影也备受欢迎,如《灌篮高手》和《卡特教练》。篮球作为一项普遍受欢迎的运动,其团队协作和个人拼搏的精神在电影中得到了生动展现,深受观众喜爱。赛车题材的电影也在评分榜上有所体现,如《极速风流》和《世上最快的印第安摩托》。这些电影通过刺激的

赛车场面和速度感吸引了观众，展现了不同的运动精神和价值观。

表2 体育电影评分前20运动项目表

片名	评分	项目
摔跤吧！爸爸	9	摔跤
灌篮高手	8.9	篮球
勇士	8.9	综合格斗
弱点	8.7	橄榄球
百万美元宝贝	8.7	拳击
洛奇	8.8	拳击
追梦赤子心	8.8	橄榄球
极速风流	8.7	赛车
铁拳男人	8.8	拳击
坏孩子的天空	8.6	拳击
极速车王	8.5	赛车
卡特教练	8.6	篮球
光荣之路	8.6	篮球
世上最快的印第安摩托	8.9	赛车
百元之恋	8.4	拳击
光辉岁月	8.6	橄榄球
我在雨中等你	8.4	赛车
铁甲钢拳	8.3	拳击
愤怒的公牛	8.4	拳击

在这些高分的体育电影中，呈现的运动项目都具有同场竞技和对抗性强的特点，为电影情节注入了更多的张力和冲突，吸引了观众的目光。无论是拳击、篮球还是赛车，都展现了参与者在同一场地上进行的激烈比赛，彼此竞争、争夺胜利的情景，使得电影更具有紧张感和观赏性。这种对抗性强的特点也为电影创作者提供了丰富的创作空间，能够塑造丰富立体的角色，并激发出人物的个性特点和内在动机。

除了情节上的吸引力，这些体育电影在制作上也非常精良，投入了大量的资金和精力，在视觉效果上力求做到极致。精彩的运动场景和刺激的比赛情节吸引了观众，让观众沉浸其中，体验到比赛的紧张和激情，更容易引起情感上的共鸣。

3 结论与讨论

3.1 结论

(1) 美国作为世界电影产业的巨头，其体育电影数量在全球范围内处于领先地位，尤其是在2000年后始终保持较高水平，显示了其强大的生产能力和全球影响力。中国大陆近年来电影产量呈现稳步增长趋势，特别是在

2020年和2022年，电影发行数量明显增加，彰显了中国作为重要电影市场的潜力和影响力。相对而言，德国、日本和英国的电影产量虽然较低，但在电影产业中仍然发挥着重要作用。

(2) 体育电影的类型多样，最常见的是“剧情”类，其次是“喜剧”类、“传记”类和“爱情”类等。这些电影通过不同的叙事方式吸引了广泛的观众群体，反映了观众对丰富多样的电影题材的需求和兴趣。

(3) 评分前20的体育电影中，拳击、篮球和赛车等具有强对抗性的运动项目占据了显著位置，这些项目为电影情节注入了更多的张力和冲突，吸引了观众的注意。此外，这些电影在制作上投入了大量资金和精力，在视觉效果和情感共鸣方面表现出色，提升了观众的观影体验。

3.2 讨论

体育电影通过展现运动员的奋斗历程和比赛的紧张刺激，不仅娱乐了观众，还传递了丰富的体育价值观和文化内涵。通过这些电影，观众不仅能够享受到运动竞技的精彩瞬间，还能感受到运动员在追求胜利过程中所展现的坚韧不拔、团队合作和永不放弃的精神。这些价值观和精神内涵对社会产生了积极的影响，激励了无数观众在生活中追求自己的梦想和目标。

尽管本研究揭示了一些重要的分布特征和观众偏好，但仍有许多值得进一步探讨的领域。首先，未来研究应涵盖更多国家和地区的体育电影数据，以便更全面地了解全球体育电影市场的多样性和复杂性。例如，探讨亚洲、欧洲其他国家以及非洲和南美洲的体育电影产业，可能会揭示不同文化背景下体育电影的独特特征和观众偏好。其次，不同类型体育项目的电影如何影响观众的观看体验和情感共鸣，也值得深入研究。某些运动项目可能由于其特殊的文化背景和社会影响，在某些地区比其他项目更受欢迎。

此外，随着数字技术的发展和流媒体平台的普及，体育电影的制作和发行模式也在发生变化。未来研究可以关注这些变化如何影响体育电影的制作、传播和观众行为。例如，流媒体平台如何改变观众的观影习惯，以及这些平台上的体育电影如何影响传统影院发行的电影的市场表现。

参考文献

- [1] 宋雨婷, 刘永宁, 董翠香. 情感·痛苦·超越——体育电影中残疾运动员身体美学三维度探析[J]. 体育与科学, 2023, 44(6): 38-48.
- [2] 楚卫华. 探析中国体育电影《八角笼中》[J].

文化创新比较研究, 2023, 7(33): 18-21.

[3] 岳敏. 体育电影中的体育运动精神——以《百万美元宝贝》和《黑色闪电》为例[J]. 名作欣赏, 2023(30): 182-184.

[4] 张淑桃. 改革开放以来中国体育题材电影研究[D]. 贵阳: 贵州师范大学, 2023.

[5] 马悄然, 陈瑞琴. “一带一路”视域下中国体育电影高质量发展研究[C]//中国体育科学学会体育管理分会. 2023年第十一届全国体育管理科学大会论文摘要集. 苏州大学体育学院, 2023: 2.

[6] 包晓. 体育电影魅力何在?[N]. 中国电影报, 2023-03-08(007).

[7] 魏赞昊. 新世纪中国体育电影研究论略[J]. 兰州交通大学学报, 2021, 40(5): 148-154.

[8] 闫广祺. 新时期以来中国体育电影意识形态研究[J]. 电影文学, 2021(15): 69-74.

[9] 张骞文. 美国拳击电影叙事研究[D]. 北京: 北京体育大学, 2021.

[10] 陆洁. 美国体育电影的励志主题及其表现手法——以《追梦赤子心》为例[J]. 大众文艺, 2021(5): 139-141.

[11] 赵聪. 新中国体育电影的发展、突破与文化建构[J]. 南京体育学院学报, 2021, 20(1): 42-47.

[12] 李春雷, 王玉迪. 身体叙事下中国体育电影的民族精神建构研究——以《夺冠》为例[J]. 电影评介, 2020(19): 13-16.

[13] 唐钰龙, 陈亦新, 张帅. 中国体育电影高质量发展的路径探析[J]. 中国文艺评论, 2020(9):

79-87.

[14] 陈艳武. 电影《摔跤吧!爸爸》中的体育文化诠释[J]. 武汉船舶职业技术学院学报, 2020, 19(3): 129-131.

[15] 廖莎莎. 中日体育电影的体育文化比较研究[D]. 重庆: 西南大学, 2020.

[16] 肖兰. 华语体育电影面临的挑战及发展策略[J]. 体育文化导刊, 2019(6): 105-110.

[17] 陈琰. 中美体育电影主题的比较研究[D]. 南京: 南京体育学院, 2019.

[18] 贾震. 体育产业与电影产业融合发展研究[J]. 文体用品与科技, 2018(24): 8-9.

[19] 魏翎, 宋昱. 发达国家体育电影发展趋势及启示[J]. 中国经贸导刊(中), 2018(29): 119-120.

[20] 毛晓瑜, 李爱群. 中美体育电影中运动员媒体形象塑造的对比分析[J]. 河北体育学院学报, 2018, 32(4): 20-24.

[21] 冯俊意. 中国体育电影价值选择的变迁与应然取向研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2018.

[22] 刘佳, 刘洋, 田慧. 当代中美体育电影中的典型意象对比分析[J]. 体育文化导刊, 2018(1): 143-147.

[23] 周传艺. 中国梦的影像建构——以20世纪80年代的中国体育电影为例[J]. 当代电影, 2018(1): 116-118.

[24] 赵文国. 中国电影叙事伦理研究现状与进路[J]. 电影文学, 2017(23): 9-12.