

体育报道对城市软实力的影响

——基于国际新闻流的大数据分析

程萧潇, 杜璇, 刘于思

(浙江大学传媒与国际文化学院, 浙江杭州 310058)

摘要: 研究利用全球事件、语言和语调数据库 (GDELT) 中的全球知识图谱 (GKG) 数据集, 以北京、杭州、雅加达、平昌、东京五座亚洲城市为研究和分析对象, 通过对国际新闻流的大数据分析和基于时间序列模型的格兰杰因果关系检验, 探讨体育新闻报道对城市软实力的影响及宏观动态机制过程。研究发现: 与赛事体育新闻对城市软实力的脉冲式短期提升效应不同, 日常体育新闻的影响表现为长期涵化效应, 且这种影响呈现出跨城市的异质性。此外, 体育新闻报道在“城市关注度—城市软实力”的因果链条中起到部分中介作用。

关键词: 体育新闻; 城市软实力; 大型体育赛事; 国际新闻流; 大数据

中图分类号: G212 **文献标识码:** A **文章编号:** 2096-8418 (2023) 04-0069-11

作为一种特殊的社会文化, 体育因其技术标准、竞赛规则和运作程序的普适性和全球通用性, 更易跨越语言障碍和文化鸿沟, 不仅架构起国家间公共外交的桥梁^[1], 同时也成为全球文化交流的通用货币^[2]。对于现代城市而言, 以国际体育赛事为核心的体育领域的国际交流不仅赋能城市政治影响和资源配置的国际化, 更有助于推动城市社会文明和主题文化的国际化^[3], 俨然成为提升城市软实力的重要策略。

城市软实力是城市重要的“无形资产”, 其生成离不开媒介系统的“象征性建构”^[4], 体育新闻因此被视为城市品牌形象等软实力的塑造者。^[5] 尽管如此, 聚焦体育新闻对城市软实力影响的实证研究仍是凤毛麟角。因此, 本研究将通过对国际新闻流 (international news flow) 的大数据分析, 以五座亚洲城市 (北京、东京、雅加达、杭州和平昌) 为研究和分析对象, 考察体育新闻报道对城市软实力的具体影响及其背后的宏观机制过程。

一、文献综述

(一) 体育与软实力研究

学者多基于软实力 (soft power) 的理论框架理解体育领域的国际交流实践及其影响。软实力既是国家通过吸引力 (而非强迫或收买的方式) 来达到自己目的的能力^[6]、资源与资产^[7], 同时也指涉一种潜在性结果, 即借由吸引力的展演政治 (performative politics of attraction)^[8] 实现其自身的增值与再生产^[9], 从而强化国家在全球事务中的能动性。

目前, 学界对软实力的测量存在两种操作化方案, 并由此形成两种差异化的研究进路。具体来说, 一部分学者将软实力操作化为外国受众对于特定国家魅力的主观感知, 代表性概念诸如国家名誉 (reputation)^{[10][11]}、国际声望 (prestige)^{[9][255][12]} 和国家形象 (image)^{[7][49][13]} 等。尽管在命名上存在差

异,但其本质上将软实力视为一种品牌资产 (brand equity),通过对国家身份、名誉和形象进行设计、规划、管理和传播^{[14][15]},以增强对他国及其公众的吸引力。简言之,上述测量方案均共享国家品牌影响力的概念内核。另一研究进路则基于客观结果层面“计数”,对软实力进行代理测量——如国家在媒体中的可见性 (visibility)^{[16][17]}和显著度 (salience/ prominence)^{[18][19][20]}——均指向媒介镜像中的品牌知名度/关注度 (brand awareness/attention)^{[21][22]}。事实上,上述测量方案基于一个前提假设,即“数量”上的扩张与(国家品牌)吸引力提升之间的(单调)关系^[23]——然而该前提逐渐受到挑战。有学者提出,关注度不等于、也不必然生成影响力。^{[18][499]}亦有其他学者指出,尽管大型体育赛事(体育外交的重要实践形式)可以提升举办国的关注度并可能为国家品牌的正面建构和扩散创造契机,然而关注度的提升并不一定意味着国家形象的改善。^{[7](59-65)}基于此,本研究摒弃前人在软实力操作化上的模糊界分,将软实力概念定义回归其吸引力/影响力的本源,用品牌/形象影响力对其进行操作化^①,而关注度(或称可见性、显著度)则构成影响软实力的重要因素之一。

可以说,上述两种研究进路大体勾勒出体育外交与软实力研究的基本框架。从分析单位上来看,既有研究主要锚定国家行为体,聚焦城市的研究则相对匮乏。事实上,作为一个重要参与者和行动者,国家体育外交的影响亦会在城市层级体现出来。^{[15](916-918)[24][25]}然而,在该脉络研究中,鲜有学者^{[21](1243)[26]}考察城市关注度对城市品牌影响力的影响。由此,城市关注度与城市品牌影响力的关系构成本文的第一个研究重点。

(二) 体育新闻的潜在影响

体育新闻不仅承载体育文化的价值和观念,亦是社会文化乃至意识形态的表达,成为国家/城市形象的重要塑造手段。^{[5](48)}总体上看,体育新闻之于国家/城市品牌的影响可从赛事体育新闻报道(大型赛事期间)和日常体育新闻报道(非大型赛事期间)两种途径展开考察。

大型体育赛事之于国家/城市关注度和软实力的影响已有诸多讨论,^{[7](51-52)[14](124-131)}大型体育赛事的影响与新闻媒体的传播活动息息相关。在媒介体育(media sport)研究者看来,“媒介逻辑”(media logic)已然参与甚至主导赛事体育信息的传播、流动和呈现,大型体育赛事借由“深度媒介化”(deep mediatisation)的过程机制^[27]中介了受众对于举办国家/城市形象的感知^{[26](39-43)}。

相较于大型体育赛事及赛事体育新闻报道研究,鲜有学者考察日常体育新闻报道及其影响。体育作为一种日常生活方式和全球文化交流的通用货币^[2],通常与政治、经济(体育赞助)、环境、性别等多重话题相互勾连^[28]。围绕日常体育新闻的沟通和信息交换已成为人际交往的常态。^{[29][30]}根据全球著名市场监测和数据分析公司AC尼尔森(AC Nielsen)的调查显示,体育粉丝对于非赛事体育新闻的关注几乎与赛事体育信息相当。^[31]尽管目前有少量研究指出日常体育新闻报道对受众具有长期的“涵化效果”,^{[32][33][34]}但尚未有研究考察其对城市品牌影响力的潜在效果。基于上述文献,大型体育赛事(及赛事体育新闻报道)和日常体育新闻报道与城市品牌影响力的关系成为本文的第二个研究重点。

(三) 嵌入世界的城市与不均衡的新闻流

根据美国学者沃勒斯坦(Immanuel Maurice Wallerstein)的世界体系理论(World System Theory, WST),现代世界体系大致呈现出英、美等发达国家居于中心、中等发达程度的国家位居半边缘、发展中国家处于体系边缘的“核心—半边缘—边缘”格局。^[35]对于那些居于世界体系核心位置的国家来说,它们在政治经济实力、国土面积、人均国民生产总值等方面的优势^{[36][37][38]}使其更具“新闻价值”(newsworthiness)^[39],并吸引了大部分的媒介注意力^[40]。相比之下,那些发生在半边缘/边缘国家的事件或议题往往需要经过层层筛选,才能够成为新闻^[41],且经常与负面新闻相关联^[42]。

① 在本研究中,软实力、形象和品牌(影响力/吸引力)在概念上等同,下文将根据行文需要互换使用。专此说明。

事实上,“核心—半边缘—边缘”结构具有嵌入性(embeddedness)特征。^[43]这种嵌入关系表现为较小社会单元与较大单元之间的互相作用,且只能通过对小单元的系统比较和评估来得出其“相对优势”。具体到体育报道的国际新闻流动情境中,城市因其嵌入的国家处于世界体系不同的结构位置,而在外国媒介镜像中获得不同的关注程度和报道优势。此外,有学者发现,处于世界体系核心位置的国家拥有更多数量且更具影响力的媒体机构,其报道能够显著影响边缘国家的媒体议程。^[44]这意味着体育报道的影响亦会因媒体机构来源国家处于世界体系不同的位置而呈现出差异性。

基于上述文献梳理,本研究提出以下研究问题:

RQ1: 来自核心国家、半边缘国家、边缘国家和本国媒体的城市关注度是否对城市软实力有影响? 其影响模式会否因媒体来源国所处结构位置不同产生差异?

RQ2: 体育新闻报道是否会对城市软实力有影响? 其影响模式为何?

RQ2a: 赛事体育新闻报道是否对城市软实力有影响? 其影响模式为何?

RQ2b: 来自核心国家、半边缘国家、边缘国家和本国媒体对城市的日常体育新闻的报道是否对城市软实力有影响? 其影响模式会否因媒体来源国所处结构位置不同产生差异?

二、数据与测量

本研究基于全球事件、语言和语调数据库(GDELT)中的全球知识图谱(GKG)数据集,探讨体育新闻报道对城市软实力的影响。该数据库旨在实时监测全球新闻舆情,并从全球新闻媒体网站及其新闻报道中提取出人物、地点、组织、新闻事件、主题和报道语气等关键信息。^{[45][46]}GKG数据集自2015年2月开放,数据每15分钟更新一次,目前已汇聚全球新闻媒体网站中超13亿条记录,数据体量高达13.94TB。该数据集已被新闻传播学、社会学和城市研究等不同学科采用,据此评估不同国家和地区在全球新闻流中的关注度^{[18](504-507)[47]}以及城市软实力/影响力^{[48][49]}。

本研究选取GKG数据集中提及北京、杭州、雅加达、平昌、东京五座城市、时间跨度为2015年2月—2022年3月的所有新闻记录(约316万条),以半月度作为计数点(每个城市均包含170个半月度数据),计算各城市在全球范围内的软实力、关注度和体育新闻报道强度变化曲线,并据此进行时间序列分析和建模。

(一) 城市软实力的操作化

参照前人研究^{[4848](159-162)[49](5-18)},本文将城市软实力(记为S)操作化为城市品牌认知度与声誉度的乘积,公式如下:

$$S_{it} = SA_{it} \times P_{it}$$

其中, S_{it} 为*i*城市在*t*时段(半月)内的城市软实力指数。 SA_{it} 表示*i*城市在*t*时段(半月)内城市品牌认知度(A_{it})的标准化结果^①,它由城市软实力六个子维度的城市品牌认知度(即城市声望认知度、城市环境素质认知度、城市发展机会认知度、城市活力认知度、市民素质认知度、城市基本条件认知度)加总而成。各子维度城市品牌认知度被操作化为特定城市、特定时间段(半月)新闻报道中与某一维度具有映射关系的新闻主题的出现频次^②。

① 为了保证城市之间的可比性,我们对城市品牌总体认知度进行了标准化处理,即用五个城市在*t*时段(半月)内的最大城市品牌总体认知度作为分母,重新计算获得*i*城市在*t*时段(半月)内的标准化后的城市品牌总体认知度。 SA_{it} 的取值范围为[0, 1]。

② GKG数据集V2Themes字段提供了每篇报道所涵盖的新闻主题。本研究采用“词嵌入几何投影”(Word-Embedding geometric projection)语义挖掘(见参考文献[51])方法确定城市软实力六大维度与新闻报道主题之间的映射关系。其核心逻辑是计算并比较各城市品牌维度关键词序列和新闻主题词向量(矢量平均)的相似性(余弦相似度),将新闻主题归类到与其最相似的城市品牌维度中,进而建立城市品牌维度与新闻主题间的直接对应。

P_{it} 为 i 城市在 t 时段（半月）内的城市品牌声誉度，由六个子维度的城市品牌声誉度（即城市声望声誉度、城市环境素质声誉度、城市发展机会声誉度、城市活力声誉度、市民素质声誉度、城市基本条件声誉度）计算合成。具体来说，各子维度声誉度是特定城市、特定时间段（半月）新闻报道中与某一维度具有映射关系的新闻主题所对应报道的正面语气强度累加值（即正面情感）与消极语气强度累加值（即消极情感）之间比例关系的反映^①。将六个维度正面（或消极）情绪进一步相加，我们可以得到城市在特定时间段内总体上的累积正面（或消极）情绪，二者的商即为城市品牌总体声誉度。

（二）城市关注度的操作化

结合世界体系理论以及国际新闻流研究^{[18](500-504)}，本研究将城市总体关注度（即提及特定城市的新闻报道数量，记为 $SGSI_{it}$ ）进行细化拆分，测量核心国家城市关注度（记为 $SGSIC_{it}$ ）、半边缘国家城市关注度（记为 $SGSIS_{it}$ ）和边缘国家城市关注度（记为 $SGSIP_{it}$ ），分别表示 i 城市在 t 时段（半月）内被本国以外特定类型国家/地区（即核心国家、半边缘国家和边缘国家）新闻媒体报道提及频次的标准化结果^②。

本研究还根据单条新闻记录所对应的新闻媒体网址，使用域名查询工具确定新闻媒体所属国家和地区；对于那些无法返回域名地址或失效域名的新闻报道，本研究将其剔除^③。在此基础上，根据前人^{[18](504-514)[50]}整理的列表，本研究将新闻媒体域名所对应的国家和地区进一步划分为核心、半边缘和边缘三类，形成不同位置国家媒体城市关注度这一变量。

此外，本研究还纳入本国城市关注度（记为 $SGSIL_{it}$ ）指标，反映 i 城市在 t 时段（半月）内被本国新闻媒体报道提及频次与所有提及该城市报道数量之间的比例关系。

（三）城市体育新闻报道的操作化

体育新闻报道使用城市体育报道强度（记为 $SSCI_{it}$ ）进行代理测量，表示与特定城市关联的体育新闻报道程度，由 t 时段（半月）内所有提及 i 城市新闻报道中体育类词频加总构成^④。

与城市关注度的操作化方案类似，本研究将城市体育报道强度也拆分成核心国家媒体城市体育报道强度（记为 $SSCIC_{it}$ ）、半边缘国家媒体城市体育报道强度（记为 $SSCIS_{it}$ ）、边缘国家媒体城市体育报道强度（记为 $SSCIP_{it}$ ）以及本国媒体城市体育报道强度（记为 $SSCIL_{it}$ ）。其中， $SSCIC_{it}$ 、 $SSCIS_{it}$ 和 $SSCIP_{it}$ 分别对应 t 时段（半月）内除本国以外的核心国家、半边缘国家和边缘国家新闻媒体关于 i 城市报道中的体育类词汇占比（根据总新闻报道长度/词汇量取其标准化结果）。 $SSCIL_{it}$ 则反映了 i 城市在 t 时段（半月）内本国媒体报道中体育类词汇占比与所有提及该城市报道中的体育类词汇占比之间的比例关系。

① V2Tone 字段提供了每条新闻记录所包含的正面情绪词和消极情绪词的占比，用以表示单篇新闻报道的正面和消极语气强度。

② 为了获得城市间可比数据，对城市被提及频次进行标准化处理，即以 t 时段（半月）内非本国媒体报道提及本研究五个城市的总频次作为分母，重新计算获得 i 城市在 t 时段（半月）内的标准化后的城市关注度指数。以核心国家对东京的城市关注度计算为例，即东京被除日本（按照世界体系理论，日本也属于核心国家）外的其他核心国家新闻媒体报道提及的频次除以非日本新闻媒体报道提及本研究五个城市的总频次。

③ 目前市面上不同域名查询服务多通过网站服务器 IP 地址推断地理位置信息，其精度取决于基于 IP 地理定位服务提供商（IP-Based Geolocation providers）更新其数据库的速度。为了使得估计结果更精确，本研究采用国内外多个域名查询 API 确定域名所在国家——ipstack（ipstack.com）、positionstack（positionstack.com）和 ChinaZ IP 地址查询（api.chinaz.com/ApiDetails/IP）——对于返回国家信息存在差异、无法返回国家信息或失效的域名，通过人工查询确定其所属国家和地区。

④ GDELT 纳入多种词典对新闻报道内容进行统计计算，其中内置的 WordNet（参考文献：Magnini, B. & Cavaglia, G. (2000, May). Integrating Subject Field Codes into WordNet. In LREC, 1413. Retrieved April 26, 2022, from <http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2000/pdf/219.pdf>。）词典定义了一系列“体育”相关词汇构成的单词域（domain）。GKG 数据集中的 GCAM 字段统计了单篇新闻报道包含体育类词汇的数量和新闻总词汇量。

三、城市软实力及其潜在影响因素的时间趋势分析

本研究将北京、杭州、雅加达、平昌和东京五座城市的城市软实力随时间变化趋势以可视化形式呈现。从图 1 可以发现, 样本城市的城市软实力呈现出明显的梯度特征, 排名依次为北京 (Mean=0.56, SD=0.10)、东京 (Mean=0.37, SD=0.12)、雅加达 (Mean=0.08, SD=0.05)、杭州 (Mean=0.04, SD=0.04) 和平昌 (Mean=0.02, SD=0.11)。值得注意的是, 样本城市软实力变化均表现出围绕均值上下波动的平稳过程 (即均值回复趋势), 单位根 (unit root) 检验结果 (见表 1) 亦证实上述五条曲线为零阶单整 (integrated of order zero) 的平稳序列。尽管如此, 五座城市的软实力曲线在特定时段呈现出明显的坡度, 这些少量且剧烈的脉冲式波峰与在样本城市举办的国际/区域体育赛事具有高度的一致性——尤其是平昌冬奥会期间, 平昌的城市软实力从未位迅速攀升至首位, 并在赛事过后迅速回落——该结果表明举办大型体育赛事对城市软实力的提升具有脉冲式的影响。

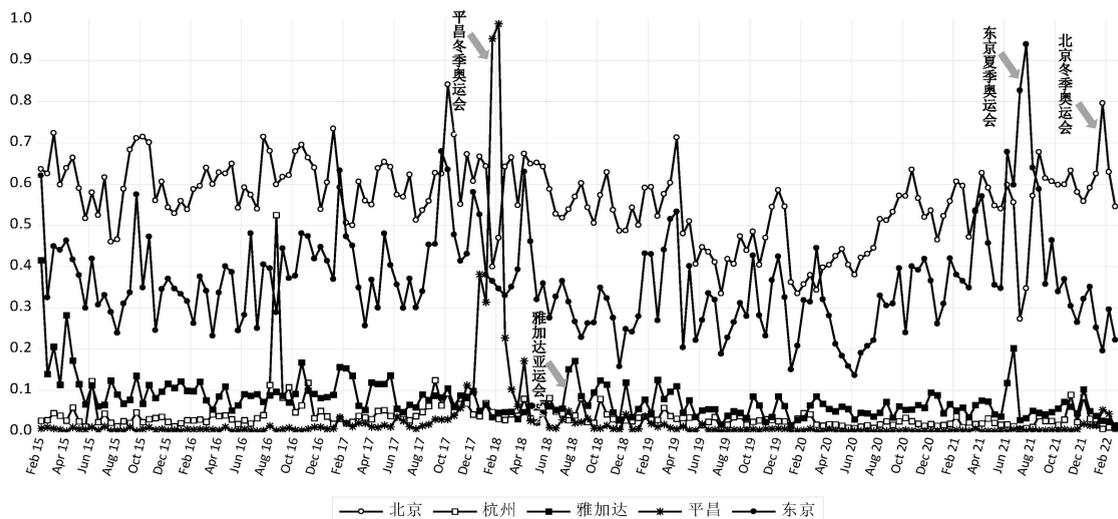


图 1 样本城市软实力时间序列

表 1 时间序列 ADF (Augmented Dicky-Fuller) 单位根检验结果

		北京	杭州	雅加达	平昌	东京
软实力	S	趋势平稳	趋势平稳	趋势平稳	不含截距项和时间趋势平稳	含截距项平稳
关注度	SGSI	趋势平稳	趋势平稳	趋势平稳	含截距项平稳	趋势平稳
	SGSIC	含截距项平稳	含截距项平稳	趋势平稳	不含截距项和时间趋势平稳	含截距项平稳
	SGSIS	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	不含截距项和时间趋势平稳	含截距项平稳
	SGSIP	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	不含截距项和时间趋势平稳	趋势平稳
	SGSIL	趋势平稳	趋势平稳	趋势平稳	不含截距项和时间趋势平稳	含截距项平稳
体育报道强度	SSCI	含截距项平稳	趋势平稳	趋势平稳	含截距项平稳	含截距项平稳
	SSCIC	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳
	SSCIS	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	趋势平稳	含截距项平稳
	SSCIP	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳
	SSCIL	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳	含截距项平稳

图2展示了样本城市总体关注度的变化曲线^①，单位根检验结果表明各城市总体关注度为平稳的时间序列（见表1）。从图中可以发现，样本城市的总体关注度排名依次为北京、东京、雅加达、杭州和平昌，亦呈现出与城市软实力指数一致的梯度性。此外，我们同样发现，各样本城市的总体关注度与城市软实力的变化趋势基本保持一致，且二者在脉冲式波峰的发生和消失时间点上接近重合，该结果在一定程度上反映出城市软实力与关注度之间的内生关系。

样本城市的体育报道强度曲线均为平稳的时间序列，其变化趋势呈现在图3中^②。总体来看，样本城市的体育报道强度未表现出明显的梯度性，除平昌以外，其他四座城市的体育报道强度变化曲线均表现出围绕样本城市总体均值（Mean = 6.60, SD = 0.87）上下波动的平稳过程，其排名依次为东京（Mean = 6.61, SD = 0.42）、杭州（Mean = 6.26, SD = 0.49）、北京（Mean = 6.25, SD = 0.33）和雅加达（Mean = 6.02, SD = 0.32）；在北京、东京和雅加达举办大型赛事期间，城市体育报道强度亦表现出脉冲式的波峰形态。值得注意的是，平昌的体育报道强度较其他样本城市保持在一个相对高位^③。

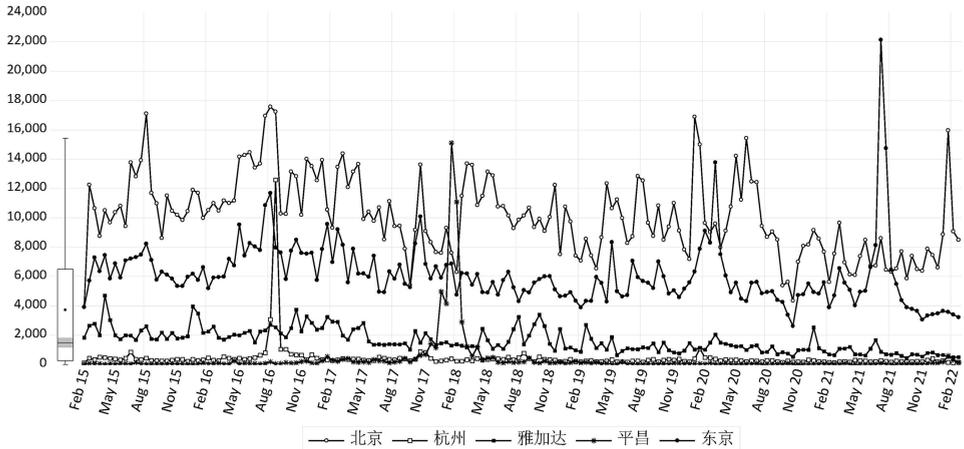


图2 样本城市总体关注度时间序列

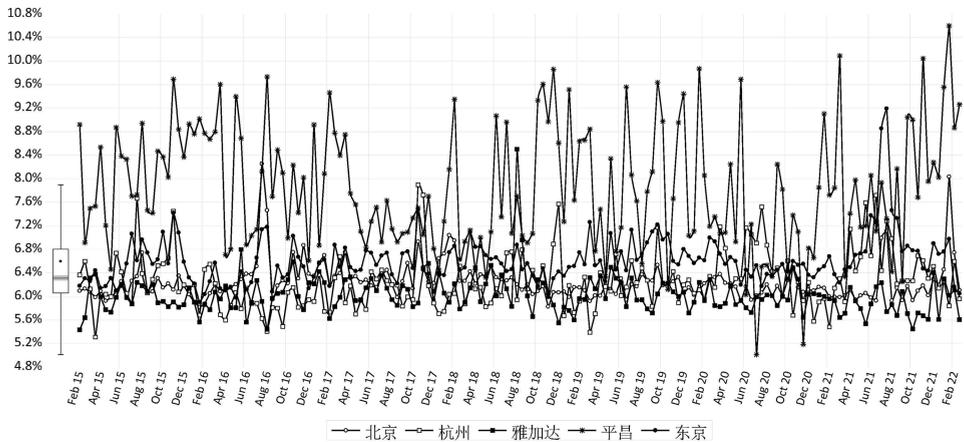


图3 样本城市体育报道强度时间序列

① 因篇幅所限，核心/半边缘/边缘国家以及本国城市关注度变化曲线不再单独呈现。

② 因篇幅所限，核心/半边缘/边缘国家以及本国城市体育报道强度变化曲线不再单独呈现。

③ 一种可能的解释是平昌曾有过两度申办冬奥会失败经历，同时举办过诸如国际滑雪联合会高山滑雪世界杯等国际大型体育赛事，因而体育资源积淀和体育基础设施较其他城市更为丰厚和完备，体育产业（尤其是体育旅游业）在该城市经济结构中占据较大比重（参考文献：Merkel, U. & Kim, M. (2011). Third time lucky! PyeongChang's bid to host the 2018 Winter Olympics - politics, policy and practice. *The International Journal of the History of Sport*, 28 (16): 2365-2383.）。

四、城市关注度、体育新闻报道与软实力的建模分析

基于前文描述性分析, 我们可以得到三个初步判断: 第一, 大体上, 样本城市软实力、总体城市关注度和体育报道强度呈现出空间分布上的差异性和梯度特征, 具体表现为城市间的不均衡趋势, 即北京、东京位于第一梯次, 雅加达和杭州次之, 平昌居于末位。该结果与全球化与世界城市研究网络(GaWC)机构给出的全球城市排名结果一致, 很大程度上说明本研究操作化方案的可靠性。第二, 从时序分布上来看, 一方面, 样本城市在各变量总体层面上的变动轨迹均为 $I(0)$ 过程, 这提示我们在后续的建模和变量内生关系识别上可以直接采用经典的计量经济模型和传统检验方法; 另一方面, 各样本城市软实力、城市关注度和体育报道强度的变化曲线在其举办大型体育赛事期间显现出脉冲式的波峰形态, 说明大型体育赛事举办之于城市影响力的显著提升作用。第三, 样本城市总体关注度和体育报道强度的变动轨迹大体上与该城市软实力的变化曲线呈现出一定的联动性, 即城市总体国际关注度和体育报道强度本身及其滞后期数似乎决定了城市软实力的变动趋势。然而, 值得注意的是, 平昌的城市体育报道强度在多个时段频繁呈现出脉冲式的变动形态, 这提示我们各时序变量的联动/内生性关系极有可能既非确定、亦非既定, 而是表现出跨城市的差异性和动态性, 因而需要对其展开严格的建模分析。此外, 即便城市总体国际关注度和体育报道强度与各样本城市软实力的联动关系被模型识别出来, 我们也不能将时序变量在聚合层次上的共变本质化, 而需要对城市所嵌入的“核心—半边缘—边缘”的不均衡世界体系结构位置所带来的异质化影响加以分析。

基于此, 为揭示城市软实力的影响因素和生成机制, 我们进一步对其进行建模分析。具体而言, 本研究采用向量自回归(Vector Autoregressive Model, VAR)模型来考察城关注度、体育报道强度和城市软实力等各时序变量间的动态影响机制^①。本研究的核心目标之一在于验证日常体育新闻对城市软实力的潜在涵化效应。考虑到短时期脉冲式的体育赛事相关媒介事件这一混淆变量的影响, 我们仅选取五座样本城市在举办大型国际/区域体育赛事前的数据点并构建VAR模型。在此基础上, 我们对VAR模型进行格兰杰因果关系检验^②, 以确定各时序变量间的内生性关系。

表2报告了各时序变量的格兰杰因果检验结果。M1为样本城市关注度系列变量和城市软实力的格兰杰因果检验结果, 不难发现城市关注度对城市软实力的影响体现出城市间的差异性——除北京和东京外, 雅加达(SGSIC)、杭州(SGSIC和SGSIS)和平昌(SGSIC、SGSIS和SGSIL)的相关城市关注度变量构成城市软实力的格兰杰原因。更进一步, 跨城市的异质影响呈现出与样本城市软实力在空间分布上相反的梯度性, 即那些城市软实力水平越高的城市越不易受到城市关注度变量的影响。

M2模型在M1的基础上进一步纳入城市体育报道强度系列变量, 以进一步揭示日常体育报道影响城市软实力的潜在涵化机制。从中可以发现, 城市体育报道强度系列变量对城市软实力的影响模式与城市关注度类似, 同样表现出空间差异。具体而言, 对于北京和东京这两座城市来说, 日常体育报道强度的变化均无法预测其城市软实力水平。而对于其他三座样本城市来说, 核心国家媒体(雅加达、平昌)和本国媒体(雅加达、杭州)的城市体育报道强度在不同程度上构成了城市软实力的格兰杰原因。

① VAR作为一种动态的非结构化模型, 将变量间的所有动态关系都考虑进来(把每一个内生变量作为系统中所有内生变量滞后值的函数来构造模型), 在理论尚未充分告知变量间互相关系及无法确定变量的内生或外生性时十分有效(参考文献:程萧潇. 场景效应还是内容效应?——财经新闻、网络舆情对股市行情的实证检验[J]. 统计与信息论坛, 2019(07): 69-75.)。

② 与反事实框架下的因果机制不同, 格兰杰因果关系是指在Y的时间序列模型中, 如果加入的滞后变量有助于解释Y, 则认为变量X是导致变量Y的“格兰杰原因”。

表 2 城市关注度、体育报道强度和城市软实力的格兰杰因果检验

	北京		杭州		雅加达		平昌		东京	
	M1	M2	M1	M2	M1	M2	M1	M2	M1	M2
SGSIC	3.91	4.94	57.64***	49.72***	5.64*	20.78**	21.62**	.60	.12	.22
SGSIS	2.80	3.83	185.69***	130.21***	.05	9.03	20.57**	.15	.28	.06
SGSIP	.84	1.22	4.11	.29	.01	2.49	3.74	.03	.11	.06
SGSIL	3.26	1.99	4.56	.12	.86	9.88	31.64***	.01	.80	.53
SSCIC		.93		.34		19.72**		4.71*		.36
SSCIS		2.88		.59		13.17		1.27		3.46
SSCIP		1.25		.76		7.43		.45		.08
SSCIL		.06		6.12*		16.08*		.66		.99
Lag	2	2	2	1	1	7	6	1	1	1

注：1. M2 在 M1 的基础上纳入城市体育报道强度系列变量；2. 表格中数值为卡方统计量；3. 最优滞后阶数 (Lag) 根据 LogL、LR、FPE、AIC、SC 和 HQ 六大信息准则综合决定。*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ 。

五、结论与讨论

本文以五座亚洲样本城市为研究和分析对象，通过对国际新闻流大数据展开聚合 (aggregate) 层次的分析，锚定并验证城市关注度和体育新闻报道之于城市软实力生成的宏观动态机制过程。

(一) 城市关注度的空间差异及其对城市软实力的异质效应

研究发现样本城市关注度总体呈现出空间差异和梯度分布特征，且城市关注度对城市软实力的影响表现出跨城市的异质性。具体来说，我们注意到，城市关注度水平的梯度分布与各城市在世界体系中的结构位置具有高度对应性，即那些嵌入在核心国家/地区、在全球城市网络中具有高全球连通性和高全球经济融入度的城市往往吸引更多的国际关注。城市关注度对城市软实力的影响同样呈现出分化模式，却表现出与各城市在世界体系中的结构位置相反的层级性——那些位于世界体系和全球城市网络边缘位置的城市，其城市软实力更容易受到城市关注度的影响。而对于那些在全球经济交流中已经占据枢纽地位的城市（在本研究中为北京和东京），城市关注度无法预测其城市软实力水平。

(二) 赛事和日常体育新闻报道对城市软实力的差异化影响机制

本研究分别从赛事和日常体育新闻报道两个视角考察体育新闻对城市软实力的影响。结果表明，赛事抑或日常体育新闻报道均有助于提升城市品牌的影响力，但二者的作用机制存在明显的差异。具体来说，赛事体育新闻报道对城市软实力的影响表现为脉冲式的短期效应，其作用于城市软实力提升的机制过程类似于一种“大事件效应”^[51]和“体验”^[52]效应的组合叠加。一方面，大型体育赛事具有资源集聚性特征，迅速汇集的国内外大量信息流使得举办城市在短时间内获得空前的关注度与曝光度。^[53]另一方面，大型体育赛事及其报道往往借由（城市）意象投射等方式创造出一种公众与目的地情感连接 (emotional attachment) 的“体验”^{[15](910-912)}。由此，大规模、体验式的体育赛事新闻消费转化为城市软实力的脉冲式增长。与赛事体育新闻不同，日常体育新闻报道对城市软实力的影响总体上呈现出长期的涵化效应。从影响的潜在作用机制来看，由于受众在日常体育新闻长期接触过程中无意识地内化并认同媒介所呈现的与城市相关的一系列象征符号（如运动员、城市建筑、体育场馆、赞助品牌等），由此个体涵化效果的累积使得日常体育新闻报道对城市软实力的积极影响最终在群体层面显现

出来。

值得注意的是, 日常体育新闻报道的长期涵化效应与城市关注度之于城市软实力的影响模式类似, 亦呈现出跨城市的异质性——时间序列建模分析表明, 日常体育新闻报道的长期涵化效应应在雅加达、杭州和平昌三座样本城市中被识别出来。而对于北京和东京来说, 体育新闻报道强度系列变量均无法预测其城市品牌影响力。事实上, 部分学者^{[15](916-918) [19](13)}在检验大型体育赛事举办与国家软实力的关系时, 亦揭示出类似的异质效果。例如, 有研究发现, 相较于发达国家, 欠发达国家 (emerging nations) 在大型体育赛事举办中会获得更高的国家品牌“收益”。^{[15](916-918)}造成这一异质性“回报”的可能原因在于: 发达国家借助其世界体系中结构位置的先发优势, 已经积累了足够的国家品牌影响力, 因而举办体育赛事对这些国家软实力提升的边际贡献——相较于那些处在边缘和半边缘结构位置、且尚未形成品牌影响力的国家——更小。回到本研究发现上, 城市所嵌入的“核心—半边缘—边缘”不均衡世界体系的结构位置及其带来的城市品牌影响力原始积累上的差异, 对于日常体育新闻报道之于城市软实力提升的异质效果现象, 同样具有解释力。

(三) 作为中介变量的体育新闻报道及政策建议

事实上, 本研究还揭示出另一个有趣的发现: 在纳入城市体育报道强度变量后, 雅加达和杭州两座样本城市中关注度系列变量的影响模式未发生改变 (仍构成城市软实力的格兰杰原因)。然而, 在平昌的样本中, 核心国家/边缘国家/本国城市关注度在纳入城市体育报道强度系列变量后, 不再有助于预测城市软实力, 但城市体育报道强度仍是城市软实力的格兰杰原因。该结果表明, 城市关注度可以通过日常体育新闻报道的方式影响城市软实力。类似地, 有学者通过对“一带一路”沿线国家和地区关注度影响因素进行面板分析发现, 经济因素 (经济合作规模) 的影响同样通过新闻媒体报道得以反映。^{[47](171-175)}本研究及前述研究发现在很大程度上表明, 新闻媒体报道因素已然构成城市“关注度—软实力”因果链的 (部分) 中介。这一中介机制具有政策和理论上的双重价值。就其政策含义来说, 对于一些嵌入在半边缘及边缘国家/地区的城市而言, 国际关注度的提升并不能有效、自动地转化为城市品牌的影响力。城市还须拓宽传播和交流渠道, 主动发声, 讲好“一城一事”, 借助新闻媒体对城市的生动叙事来反映和扩大城市关注度对于城市软实力建设的积极影响。从理论价值来看, 本研究发现实质上从侧面提供了一些对经济中心主义视角下的世界体系理论的反思空间: 尽管经济属性依然主导着不均衡的世界体系, 然而在互联网时代, 新传播技术的采纳和使用极大地释放了国际新闻在现实及虚拟空间中的流动性, 使之能够在一定程度上打破经济属性划定的绝对结构位置并使“中心—边缘”成为一种连续而动态的相对建构。质言之, 由新闻媒体全球流动叙事所勾连的文本建构与话语协商的文化机制过程, 可能会愈发成为形塑世界体系结构的力量。当然对于这一假设的证实或证伪, 仍需依靠更多纵贯性的实证观察和跨国经验的比对、总结与提炼。新闻业能否突出经济资本的重围, 为自身也为与之关联的行动主体创造重回全球公共生活中心的机会结构, 成为值得再三思考的问题。

需要指出的是, 由于时间、篇幅和计算资源的限制, 本研究没能积累更多样本城市的时间序列数据, 这使得我们无法进行更广泛和深入的分析。例如, 基于现有数据, 本文不仅无法轻易判定城市关注度的空间分化与其异质效果之间的因果关联, 亦不能将体育新闻报道之于城市“关注度—软实力”的中介作用进行概化并将其推及一般性层面。我们将在未来研究中纳入更多样本城市的时间序列数据, 采用大规模的面板数据分析对本文揭示的初步发现进行更加深入的论证。

参考文献:

- [1] 钟秉枢, 刘兰, 张建业. 新时代中国体育外交新使命 [J]. 体育学研究, 2018 (2): 37-44.
- [2] Bradshaw, T. & Minogue, D. (2019). *Sports journalism: The state of play*. Mahwah: Taylor and Francis.
- [3] 葛入涵, 黄嫣, 周朝霞. 国际体育赛事对城市品牌国际化的赋能机制 [J]. 公关世界, 2022 (5): 100-101.
- [4] Rivenburgh, N. K. (1992). National image richness in us - televised coverage of South Korea during the 1988 Olympics. *Asian Journal*

- of Communication*, 2 (2): 1-39.
- [5] 杨剑峰. 体育新闻与宏大叙事 [J]. 广州体育学院学报, 2008 (1): 48-50.
- [6] Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public affairs.
- [7] Kobierecki, M. M. & Strožek, P. (2021). Sports mega-events and shaping the international image of states: How hosting the Olympic Games and FIFA World Cups affects interest in host nations. *International Politics*, 58 (1): 49-70.
- [8] Grix, J. & Lee, D. (2013). Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction. *Global Society*, 27 (4): 521-536.
- [9] Grix, J. & Brannagan, P. M. (2016). Of mechanisms and myths: Conceptualising states' "soft power" strategies through sports mega-events. *Diplomacy & Statecraft*, 27 (2): 251-272.
- [10] Fullerton, J. & Holtzhausen, D. (2012). Americans' attitudes toward South Africa: A study of country reputation and the 2010 FIFA World Cup. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8 (4): 269-283.
- [11] Pamment, J. (2016). Rethinking diplomatic and development outcomes through sport: Toward a participatory paradigm of multi-stakeholder diplomacy. *Diplomacy & Statecraft*, 27 (2): 231-250.
- [12] Cornelissen, S. (2010). The geopolitics of global aspiration: Sport mega-events and emerging powers. *The International Journal of the History of Sport*, 27 (16-18): 3008-3025.
- [13] Mendes, J., Do Valle, P. O. & Guerreiro, M. (2011). Destination image and events: A structural model for the Algarve case. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (3/4): 366-384.
- [14] Dinnie, K. (2008). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Amsterdam: Elsevier.
- [15] Knott, B., Fyall, A. & Jones, I. (2017). Sport mega-events and nation branding: Unique characteristics of the 2010 FIFA World Cup, South Africa. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (3): 900-923.
- [16] Jun, J. W. & Lee, H. M. (2007). Enhancing global-scale visibility and familiarity: The impact of World Baseball Classic on participating countries. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3 (1): 42-52.
- [17] Manheim, J. B. & Albritton, R. B. (1984) Changing national images: International public relations and media agenda-setting. *The American Political Science Review*, 78 (3-4): 641-657.
- [18] Guo, L. & Vargo, C. J. (2017). Global intermedia agenda setting: A big data analysis of international news flow. *Journal of Communication*, 67 (4): 499-520.
- [19] Heslop, L. A., Nadeau, J., O'reilly, N. & Armenakyan, A. (2013). Mega-event and country co-branding: Image shifts, transfers and reputational impacts. *Corporate Reputation Review*, 16 (1): 7-33.
- [20] Segev, E. (2010). Mapping the international: Global and local salience and news-links between countries in popular news sites worldwide. *International Journal of Internet Science*, 5 (1): 48-71.
- [21] Lee, C. J. (2014). Effects of sport mega-events on city brand awareness and image: Using the 2009 world games in Kaohsiung as an example. *Quality & Quantity*, 48 (3): 1243-1256.
- [22] Ye, G. & Van Raaij, W. F. (2004). Brand equity: Extending brand awareness and liking with signal detection theory. *Journal of Marketing Communications*, 10 (2): 95-114.
- [23] Blanchard, J. M. F. & Lu, F. (2012). Thinking hard about soft power: A review and critique of the literature on China and soft power. *Asian Perspective*, 36 (4): 565-589.
- [24] 高一伦, 周禹行, 张也, 刘丽娜, 邵峰. 冬奥会对举办城市国际关注度的影响——基于谷歌趋势分析 [J]. 辽宁师范大学学报 (社会科学版), 2022 (1): 16-22.
- [25] Gratton, C. & Preuss, H. (2013). Maximizing Olympic impacts by building up legacies. *The International Journal of the History of Sport*, 25 (4): 1922-1938.
- [26] Zeng, G., Go, F. & Kolmer, C. (2011). The impact of international TV media coverage of the Beijing Olympics 2008 on China's media image formation: A media content analysis perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 12 (4): 39-56.
- [27] Hutchins, B. (2019). Mobile media sport: The case for building a mobile media and communications research agenda. *Communication & Sport*, 7 (4): 466-487.
- [28] Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the toy department of the news media. *Journalism*, 8 (4): 385-405.
- [29] Bellamy, R. V. (2006). Sports media: A modern institution. In Raney, A. A. & Bryant, J. (eds.). *Handbook of sports and media*. Mahwah: Taylor and Francis, 63-76.

- [30] Rowe, D. (2013). Reflections on communication and sport: On nation and globalization. *Communication & Sport*, 1 (1-2): 18-29.
- [31] Nielsen, P. Global sports marketing report. Retrieved April 25, 2022, from <https://marketingnewscanada.com/news/nielsen-releases-2022-global-sports-marketing-report>.
- [32] Servaes, J. (2012). Soft power and public diplomacy: The new frontier for public relations and international communication between the US and China. *Public Relations Review*, 38 (5): 643-651.
- [33] Schmidt, H. C. (2016). Women's sports coverage remains largely marginalized. *Newspaper Research Journal*, 37 (3): 275-298.
- [34] Schmidt, H. C. (2018). Sport reporting in an era of activism: Examining the intersection of sport media and social activism. *International Journal of Sport Communication*, 11 (1): 2-17.
- [35] Wallerstein, I. (1974). *The modern world system*. New York: Academic Press.
- [36] Wu, H. D. (2000). The systemic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of Communication*, 50 (2): 110-130.
- [37] Hanusch, F. (2003). Coverage of international and pacific news in the Fiji Times and the Australian. *Pacific Journalism Review*, 9 (1): 59-78.
- [38] Kim, K. & Barnett, G. A. (1996). The determinants of international news flow: A network analysis. *Communication Research*, 23 (3): 323-352.
- [39] Lee, J. H. & Choi, Y. J. (2009). News values of sports events: An application of a newsworthiness model on the World Cup coverage of US and Korean media. *Asian Journal of Communication*, 19 (3): 302-318.
- [40] Wu, D. H. (2004). The world's windows to the world: An overview of 44 nations' international news coverage. In Paterson, A. C. & Sreberny, A. (eds.). *International news in the 21st century*. Eastleigh: Luton University Press, 95-108.
- [41] Chang, T. K. (1998). All countries not created equal to be news world system and international communication. *Communication Research*, 25 (5): 528-563.
- [42] Chang, T. K., Lau, T. Y. & Xiaoming, H. (2000). From the United States with news and more: International flow, television coverage and the world system. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 62 (6): 505-522.
- [43] Prys, M. (2013). India and South Asia in the world: On the embeddedness of regions in the international system and its consequences for regional powers. *International Relations of the Asia-Pacific*, 13 (2): 267-299.
- [44] Cui, D. & Wu, F. (2017). Inter-media agenda setting in global news production: examining agenda attributes in newspaper coverage of the MH370 incident in the US, China, and Hong Kong. *Asian Journal of Communication*, 27 (6): 582-600.
- [45] Leetaru, K. H. (2015). Mining libraries: Lessons learned from 20 years of massive computing on the world's information. *Information Services & Use*, 35 (1-2): 31-50.
- [46] Leetaru, K. & Schrodt, P. A. (2013). Gdelt: Global data on events, location, and tone, 1979-2012. *ISA Annual Convention*, 2 (4): 1-49.
- [47] 张柏杨, 贺光桦, 陈云松. “一带一路”的沿线国家和地区关注度——基于互联网大数据的时空分析和影响机制探讨 [A]. 刘欣, 胡安宁, 李煜, 舒晓灵, 社会学刊 (第3期) [C]. 北京: 社会科学文献出版社, 2020: 154-177.
- [48] Zheng, C. (2020). Comparisons of the city brand influence of global cities: Word-embedding based semantic mining and clustering analysis on the big data of GDELT global news knowledge graph. *Sustainability*, 12 (16): 6294, doi: 10.3390/su12166294.
- [49] Zheng, C., Fan, H., Singh, R. & Shi, Y. (2020). A domain expertise and word-embedding geometric projection based semantic mining framework for measuring the soft power of social entities. *IEEE Access*, 8: 204597-204611.
- [50] Babones, S. (2005). The country-level income structure of the world-economy. *Journal of World-Systems Research*, XI (1): 29-55.
- [51] 熊丽芳, 甄峰, 王波, 席广亮. 基于百度指数的长三角核心区城市网络特征研究 [J]. 经济地理, 2013 (7): 67-73.
- [52] Morgan, J. M., Jocusen, G. & West, K. (2004). Experiential consumption behaviour in sport: A suggested methodology. In Wiley, J. & Thirkell, P. (eds.). *Marketing accountabilities and responsibilities: ANZMAC2004 conference proceedings*. Wellington: ANZMAC, 1-7.
- [53] 李京宇, 陈元欣. 国际大型体育赛事对其举办城市国际关注度的影响研究 [J]. 首都体育学院学报, 2021 (2): 216-224.