

·体育人文社会学·

人民网体育频道在对里约奥运会报道中的国家认同建构

王真真¹, 王相飞², 李进¹, 周金钰¹, 崔琦瑶¹

(1.武汉体育学院 研究生院, 湖北 武汉 430079; 2 武汉体育学院 期刊社, 湖北 武汉 430079)

摘 要: 对人民网体育频道里约奥运会报道的文本、奥运专版分别进行框架分析与视觉修辞分析, 探析其建构国家认同的方法和策略。研究发现, 人民网体育频道里约奥运会报道有效推动了国家认同的建构, 同时也存在不足, 表现为: 文化类报道在整个国家认同报道中的比例过少; 通过港台运动员及其本土元素建构国家认同的意识不强; 原创内容偏少, 外媒报道利用率低; 奥运专版中对视觉符号的关联意义挖掘不够。研究认为: 未来我国网络主流媒体大型体育赛事报道应以人民网体育频道里约奥运会报道为鉴, 重视文化类报道在国家认同报道中的作用, 注重对港澳台地区国民身份感和归属感的建构, 提高原创能力并合理利用外媒报道, 进一步挖掘视觉符号与国家认同的关联意义, 以此推动对国家认同的建构。

关键词: 体育传媒; 国家认同; 人民网体育频道; 媒介话语; 里约奥运会

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2019)02-0021-06

National identity construction in Rio Olympic Games reports by the sports channel of the People Network

WANG Zhen-zhen¹, WANG Xiang-fei², LI Jin¹, ZHOU Jin-yu¹, CUI Qi-yao¹

(1.Faculty of Graduate, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China;

2.Department of Editorial, Wuhan Sports University, Wuhan 430079, China)

Abstract: By using Rio Olympic Games reports by the sports channel of the People Network as the research object, the authors carried out a framework analysis and a visual rhetoric analysis respectively on the text and special Olympic edition, probed into its national identity constructing methods and strategies, and revealed the following findings: Rio Olympic Games reports on the sports channel of the People Network effectively boosted national identity construction, yet there were the following deficiencies as well: the proportion of cultural reports in all the national identity reports was too small; the awareness to construct the national identity by means of athletes from Hong Kong and Taiwanese and their local elements was not strong; original contents were on the few side, the foreign media report utilization rate was low; in the special Olympic edition, the mining of the associative meanings of visual symbols was insufficient. The authors put forward the following opinion: in the future, when reporting major sports games, mainstream network media in China should refer to Rio Olympic Games reports on the sports channel of the People Network, value cultural reports' role in national identity reports, focus on the building the sense of identity and belonging of nationals in the Hong Kong, Macao and Taiwan regions, improve creation ability and rationally utilize foreign media reports, further mine the associative meanings of visual symbols, thus boost national identity construction.

Key words: sports media; national identity; the sports channel of the People Network; media discourse; Rio Olympic Games

收稿日期: 2018-07-02

基金项目: 国家社会科学基金项目(15BTY091)。

作者简介: 王真真(1992-), 女, 硕士研究生, 研究方向: 体育新媒体传播。E-mail: 1946058716@qq.com 通讯作者: 王相飞

全球化背景下,不同国家和地区之间的交流推动了多元文明的互动与融合,同时也加剧了国家、地区间的冲突和碰撞。在全球性议题面前,一些国家或犹豫退缩,或事不关己、高高挂起,有的还出现孤立主义、反多边主义倾向^[1],给全球治理体系的改革带来不确定性。加之受西方国家的影响,国内外一些不稳定因素威胁着中华民族的团结和统一。在这种复杂的环境中,亟需建构中华民族统一的国家认同。体育是全球化背景下一种特殊的文化形态,奥运会是建构国家认同的重要载体。现阶段立足国内外环境,以体育赛事为载体,以权威媒体为主导,建构国家认同尤为必要。

劳伦斯·A·温勒认为:“尽管媒体机构声称会客观呈现体育赛事,但在受众看到节目之前,媒体机构仍然会在制作过程中对媒体产品进行一些有选择性的建构与解读。”^[2]从这一意义上讲,体育传播中受众所接收到的“客观现实”实质上是“媒介现实”,媒体通过选择与国家认同相关的议题并对其进行传播、呈现和评价,建立国民对国家的进一步认知,进而影响国家认同的形成。本研究以人民网体育频道里约奥运会报道为研究对象,借鉴刘红霞等^[3]对体育传播中国家认同的报道文本分类,认为有关国家认同报道文本分类标准主要为宏观和微观两大视角,其中宏观视角的国家认同文本主要分为政治、经济、文化方面,微观视角的国家认同文本主要分为运动员和受众方面。围绕各方面设定与国家认同相关的关键词,通过人民网体育频道检索并获取研究所需文本398篇(报道时间为2016年8月1日—31日,涵盖赛事前后)。在此基础上利用框架理论,结合新闻框架的实证研究经验,对关于国家认同的报道文本数量、体裁、来源、议题进行内容分析,同时对奥运专版的视觉修辞进行分析,总结其在文本和视觉符号层面建构国家认同的策略。

1 建构国家认同的文本分析

文字再现常与媒介态度、媒介评价联系在一起,通过对媒介身份与媒介话语的表达,在社会中建构预先制定的意识形态。大型体育赛事传播中,这种框架意识主要体现在报道数量、议题、来源、体裁等方面。

1.1 数量上,宏观统筹国家认同报道框架

媒体对国家认同议题的报道量体现媒体对国家观念传达的程度,以及新闻传播在培养国家认同感方面所发挥的作用,影响国家在受众心目中的地位^[4]。人民网体育频道里约奥运会报道中的国家认同文本可分为政治类、经济类、文化类、运动员类、受众类和其他类别。

1) 运动员类。

运动员报道是人民网体育频道里约奥运会报道建

构国家认同最主要的内容,占比68.1%,表现出作为个体的“人”在国家认同议题报道中的重要性。人民网体育频道以运动员为核心进行报道,有其深刻的社会原因:(1)从国际传播环境看,奥运报道崇尚人文关怀,媒体通过对运动员的关注践行“以人为本”的报道理念,是对人文主义价值观的弘扬,这是一国主流媒体应有的报道态度,也是获取国民认同的基础。(2)从竞技体育自身来看,奥运会是专业运动员竞技的平台,运动员形象是国家形象的重要组成部分。人民网体育频道以运动员为核心,通过运动员拼搏进取、乐观向上的竞技精神宣扬奥运精神、体育精神和民族精神,更易激发国民的爱国热情,形成国家认同。(3)从我国所处的环境来看,消费社会下体育明星很大程度上成为媒介消费对象。体育传播要满足受众的个性化需求,以运动员为核心进行体育赛事的报道成为必然选择。媒体通过塑造个性化的运动员形象形成个体认同,当个体认同成为一种符号象征,也将促成集体认同、国家认同的形成。

2) 政治类。

里约奥运会人民网体育频道国家认同的政治类报道占国家认同的15.3%。奥运与政治紧密相关,而现代奥林匹克之父顾拜旦重建奥运会的目的之一就是试图通过参加体育运动振奋法国青年,通过国际体育比赛培养他们对法兰西的忠诚与自豪^{[5][225]}。经由一个世纪的发展,竞技体育的“去政治化”被各界人士反复提出,但奥运会与政治仍须臾不离。第7任国际奥委会主席萨马兰奇曾称:“体育与竞技运动不可能如一些人所声称的独立于政治。”^{[5][225]}里约奥运会人民网体育频道关于国家认同的政治类报道,主要表现为对我国大国崛起、体育大国和世界强国的塑造上,通过中国体育代表团精神风貌进行集中展现,对国家党政领导人里约活动的报道来彰显我国在奥运参赛国中的影响力,以国际形象强化国民身份归属感和国家认同感。此外,人民网体育频道在奥运会后重点报道我国奥运健儿访问港澳的活动,约占政治类报道的30%,通过突出报道大陆与港澳同胞的交流与互动构筑集体记忆,增强港澳同胞的国家认同感。

3) 受众类。

受众类报道占国家认同总数的7.6%。人民网体育频道在奥运报道中从传者角度对受众类报道加以利用,更直接体现国家认同的建构效果。从报道文本来看,受众主要作为两大意义而存在:第一是作为普遍意义的传播对象而存在,媒体围绕受众设置报道议程,建构国家认同;第二是作为内容提供者而存在,以更加直观的方式表现国家认同。受众往往对信息的接受

表现出强烈的情感倾向,同时体育赛事自身也往往具有很强的感染性和故事性^[6],以受众端的内容作为传播主体,更易形成情感共鸣。人民网体育频道设“微看台”“微议录”等专题,通过《人民日报》、人民网体育频道新媒体客户端选取受众留言,从受众视角表现个体对国家的认同。人民网体育频道还通过奥运专题《我的奥运日记》从个体视角记录奥运,将受众的国家情怀表现得更加直接、具体,通过这种富有感染力的报道方式增强了普通受众的国家认同感。

4)文化类。

文化类报道在国家认同的报道中占3%。奥运会是全球文化交流与碰撞的平台,各参赛国通过这一平台力图实现国内文化输出及全球化传播。从奥运会的媒体传播层面看,大众媒体具有构筑共性的功能,任何国家在国际舞台上都趋向于形成一个内部共同体。因此从这一意义上讲,国土范围之内共同的文化基础得以进一步凝聚、成型和巩固^[7]。人民网体育频道里约奥运会报道中,通过突出对中餐馆、“中国之家”的报道彰显中国饮食文化;从自行车、花样游泳等项目入手表现中国京剧文化、龙文化等传统文化,使得国人在为“中国实力”倍感振奋之时,也为“中国文化”惊艳世界而倍感自豪。此外,关于中国文化的报道还包括中国服饰文化、拔罐等传统中医文化和科技文化等诸多文化元素,以突出中国元素的报道,展现了我国的大国文化自信和文化软实力,对我国国民国家认同感的形成具有重要意义。

5)经济类。

国家认同经济类报道占2%,整体上数量较少。里约奥运会期间“中国制造”亮相里约,从吉祥物、官方徽章、颁奖国旗、志愿者服装等常规中国产品,到“奥运地铁”、安检设备、场馆空调和“寨卡”检测试剂等高科技制造,“中国制造”成为里约奥运会中国经济发展的一个缩影,在国际赛场上彰显中国经济影响力。人民网体育频道在里约奥运会报道中,对经济方面的选择上将里约基础设施、奥运会基础设备打上“中国”标签,通过舆情报道分析“中国制造”的舆论热度。与此同时,分别从媒体关注度与网民关注度报道“中国制造”在里约奥运会上的影响力。除此之外,人民网体育频道通过强化对中国企业(如361°)的报道,既传播了民族品牌精神和文化,也突出了民族品牌的国际影响力。

6)其他类。

其他类报道在国家认同的报道中占4%,涉及到包括奖牌议题、首金议题以及对失利项目等议题,不明显从属于以上5大类型,但属于国家认同议题范围。

1.2 议题上,报道重点优势项目及热门事件

布尔迪厄^[8]曾从电视体育报道角度提出,在国际大赛中一个国家的体育电视报道常常要“屈从于民族或者民族主义的期待心理,特意选择演播能给某国人民带来胜利喜悦或给他们的民族主义带来满足感的体育比赛项目。”里约奥运会人民网体育频道关于国家认同的报道也体现出这一思路。以女排为例,人民网体育频道对女排夺冠的报道总数为52篇,约占国家认同议题报道总量的13.1%。对夺冠报道词频分析发现,34篇彰显国家认同的报道中“中国女排”出现了336次,“女排精神”出现了163次,主教练郎平的名字单独出现了186次。现代竞技体育是民族主义、国家主义、爱国主义、集体主义和个人英雄主义交融的复合体系,中国女排展示的爱国主义、集体主义情怀是团结和勇于奉献的精神,运动员顽强的拼搏精神、坚强的意志品质、忘我的精神和精湛的技艺是与世界强队竞争的坚实基础,运动员个人强烈的获胜欲望是为国争光的强大动力^[9]。

此外,内地奥运精英代表团访港澳也是人民网体育频道里约奥运会报道的重点事件之一。人民网体育频道的报道视角分为3大部分:一是通过报道相关行政负责人的活动建构国家认同。根据梵迪克^[10]的观点,大多数新闻的信息来源于话语,这种情况下的话语本身就是新闻事件,如政治家的声明,一份重要报告或一本重要书籍的发表等。人民网体育频道对这类事件的报道上多处采用直接引语,如对中央人民政府驻澳门特别行政区联络办公室主任王志民话语的引用:“体现了中央对澳门的厚爱、关心和支持,体现了澳门同胞深厚、纯朴和强烈的爱国情感,更体现了国家奥运健儿与港澳‘一国两制’事业的特殊缘分。”^[11]二是通过报道运动员与港澳青年互动来建构集体记忆。人民网体育频道通过突出报道运动员与港澳青年的互动,塑造奥运健儿积极向上的形象,传播中华民族优秀的精神文化,拉近港澳青年与内地的距离,有利于形成港澳青年对国家的认同感与归属感。三是通过普通市民对内地奥运精英访港澳活动的参与,表现港澳地区市民的国家荣誉感和身份归属感。人民网体育频道多次借公众人物话语,如“他们是我们中国人的骄傲”等,来表达香港市民的国家认同感。而有关港澳市民的报道中,人民网体育频道多次利用“国家”(21次)、“我们”(12次)、“大家”(6次)以及“同胞”等词,来表现内地与港澳地区血同根、脉相连的情感。

1.3 来源上,利用各大媒体有关国家认同的报道

常见的新闻生产方式有两种:原创和转载。不同层次、不同来源的信息可以同时使用,但是整个过程

是朝着有效阐述说话人想要传达给听众的意义和模式这个目标迈进^[12]。体育赛事传播中,主流媒体对报道来源的选择和利用同样是国家话语的有意识建构。

1) 人民网体育频道对国内媒体报道的利用。

里约奥运会人民网体育频道关于国家认同的报道源自国内近 30 家媒体,以此获取多渠道的信息来源,报道内容也更加丰富、多元。其中核心来源是《人民日报》和新华社,分别占 22.8% 和 21.8%。借助信源优势,人民网体育频道建构国家认同的报道更具公信力及权威性,这一点在负面舆论引导中的作用尤为重要。以陈欣怡兴奋剂事件为例,人民网体育频道就此事共发布 5 篇报道,信源均来自新华社且报道简短、态度明确,表示中方积极配合调查、尊重判罚、调查真相的立场。反观各大商业网站及自媒体,诸如“其身不正,虽令不行”等言论比比皆是。相比之下,人民网体育频道借助权威信源真实反映事件,严格控制报道数量,有效维护了国家形象,降低了负面事件对国家认同的不良影响。

2) 人民网体育频道对外媒报道的利用。

认同的形成包括自我建构与他者建构。从国家认同的建构来看,国家认同不仅包括民族主义和地方主义,还包括世界主义,即国外对我国的评价与看法,这也会对我国人民的国家认同感产生不可忽视的影响^[13]。因此,对他者建构形象的再传播成为自我建构的一个重要策略。如在女排夺冠的报道中,人民网体育频道充分利用美联社、英国广播公司(BBC)、美国全国广播公司(NBC)等外媒的积极报道。“在率领中国女排夺得奥运会金牌后,郎平成为了第一个先后以运动员、教练员身份夺得奥运会排球比赛金牌的人”(美联社),“中国女排在里约奥运会的赛场上屡次上演‘逆转’好戏,好状态来的‘恰到好处’”(NBC),对建构我国运动员及国家的形象,进一步增强国家内部的凝聚力具有直接作用。

1.4 体裁上,发挥新闻评论在建构国家认同中的积极作用

在信息资讯爆炸的时代,新闻报道的观点化已成为一种趋势与必然^[14]。就体裁而言,观点化直接体现在评论上。里约奥运会人民网体育频道关于国家认同议题的报道体裁主要分为消息、评论和通讯,其中评论有 94 条,约占国家认同的报告的 24%,主要分布在运动员类和政治类报道中。政治类的评论以我国“国旗乌龙”为代表。里约奥运会上我国国旗频频出错,人民网体育频道于 8 月 13 日刊载一篇标题为《请正确升起五星红旗》的评论,称“接连发生的国旗乌龙事件已经严重触动中国人的底线”,严正声明“悬挂正确

的国旗、以正确方式悬挂国旗,既是一种外交权利,也是外事礼遇”,向世界宣告我国的国家形象不容亵渎、国家尊严不容践踏,塑造了我国大国崛起的形象,有助于建构国民的国家认同。

从运动员类报道来看,人民网体育频道以评论建构国家认同主要有两大视角:一是塑造我国运动员拼搏进取、乐观开放的体育精神与中华民族精神。以里约“网红”傅园慧相关的 9 篇评论为例,出现频次较高的有“幽默”“体育精神”“享受”等,体现出我国运动员在参与奥运会的同时更加懂得去享受体育本身带来的快乐与能量,这种心态更符合奥林匹克运动的初衷,也塑造了我国在国际舞台积极向上的形象。二是通过对失利运动员报道,表现媒体报道的金牌本位思想的转变,彰显我国开放包容的大国心态。从《首金失手 没有失败》《中文观潮:唯有努力不可辜负》等评论中均可以看出,人民网体育频道在奥运赛场报道中彰显人道主义精神以及人文主义素养,呈现出中国体育更自信的气质、更成熟的心态,也向世界表明中华民族能够理性、淡定地对待胜负得失,胜不骄、败不馁,具有博大、宽容的胸怀,始终表现出自信^[15]。

2 建构国家认同的视觉修辞

符号学分析的应用使我们对于隐藏在文本之下的意义有了更多了解的机会,同时超越了传统的那种只是遵循语法规则或是寻求各个词的字面意义的理解方法^[16]。结合人民网体育频道里约奥运会报道,通过对人民网体育频道奥运专版的页面分析发现,视觉层面国家认同理念的传播主要是彰显政治色彩、文化色彩,同时通过体育明星及其成绩建构国家认同。

2.1 以主体色彩和场景突出国家主题

色彩作为符号元素之一,通常表现出象征意义,在国人的意识形态表征中红色常与民族独立、人民解放繁荣振兴等概念和价值取向相关联^[17]。人民网奥运专版首页及其下设的各栏目字体背景色在色彩搭配上均以红色和黄色为主色调,是我国传统主流的庆典配色,与我国国旗、国徽等象征国家意义的符号颜色相呼应,既具有鲜明的政治色彩,又富有丰厚的文化意义。此外,奥运专版首页的右上区以及 2 级页面“中国军团”左上区均设中国代表团奖牌榜,以金、银、铜三色代表奥运奖牌颜色,将视觉符号与国家事件、国家荣誉联系在一起,从国家层面传达出了一种使命感、荣誉感和集体主义精神。

网页版面中的图片在没有文字说明的情况下,其传播主题则主要依靠图片主体与场景的组合来诠释。从人民网体育频道里约奥运会专版来看,在通过图片

传播中国代表团信息时大多数图片的主体是运动员,这种情况下图片场景便在主题的表达中扮演着重要角色。此外,奥运专版首页的焦点滚图区域,在闭幕式当天选用丁宁担任中国代表团旗手的图片,在这一场景中国旗的政治色彩更加突出,更多彰显的是我国的国际地位和影响力。

2.2 以图片尺寸和位置表达媒体传播倾向

与文字报道中惯用的通过篇幅突出报道重点相似,图片大小也在很大程度上彰显着媒介倾向。以人民网体育频道里约奥运会专版中栏目“约战”为例,在版面图片的配置上页面首行图片是规格为910×541px的焦点大图,在涉及中国代表团的策划中焦点大图大多以中国队为主。而在双方或者多方同时出现于焦点大图位置的情况,人民网体育频道在对图片的处理上选择以中国队图片为主体图片,其他国家则选择缩小图片规格以拼图形式呈现。以页面中图片规格大小差异表现出明显的媒介立场与报道倾向,重点突出我国运动员以及代表队。

图片位置很大程度上决定了图片信息的重要程度。一些实证研究表明,图像从左到右是已知信息向未知信息的渐变,从中心向四周是主要信息向次要信息的过度,从上到下则是理想概括到真实具体的转变^[18]。从人民网体育频道奥运专版首页可以看出,除了最上方区域的焦点滚动图是从国际视野对里约奥运会进行全方位的呈现外,该版面的视觉核心区域便是中国军团和中国荣誉榜的相关信息。同时“奥运视界”作为页面下方焦点图,也是奥运专版的重点信息区,而这一位置的图片选择也以中国代表团图片信息居多。这种版面布局策略在兼顾国际化报道视野的同时,有效突出了中国代表团的相关报道,彰显出主流媒体所代表的国家意识形态。

2.3 以图片景别与视角建构运动员形象

拍摄镜头与被摄主体的距离决定了图片景别,不同的景别传达出不同的视觉意义。从人民网体育频道奥运专版来看,在我国运动员形象的塑造上奥运专版中对我国运动员基本上采用中景和近景图片,这种处理方式在很大程度上避免了特写在视觉上形成的压迫感,不仅有利于表现运动员面目神情特点、更好地传达运动员个性和情感,更有助于在视觉效果上与受众形成交流感,对塑造我国运动员良好的形象起到积极作用,从而进一步推动国家形象与国家认同的建构。

与此同时,媒体所选用图片的拍摄视角也在很大程度上暗示媒介报道倾向。根据既有的诸多研究发现,仰视镜头中出现的人和舞台常被视为强大和优势,与之相反,俯拍则赋予物体或人以弱势地位,而水平拍

摄显然展现了观众和拍摄物体与人之间的平等^[19]。人民网体育频道奥运专版在运动员图片的选择上多采用水平拍摄图片,将我国体育明星与受众置于平等的位置,拉近运动员与普通受众的距离,建构正面的运动员形象。

3 人民网体育频道在里约奥运会报道中建构国家认同的不足

3.1 文化类报道在整个国家认同报道中的比例过少

文化是国家认同的重要部分,从报道文本的分布来看,人民网体育频道里约奥运会关于国家认同的文化类报道仅占3%。媒体固有的信息传播与舆论引导功能使其在报道中过分突出某一类型的议题时,会使受众对传播主体本身的认知产生不同程度的影响,尤其以主流媒体最为突出。同理,主流媒体对某类报道的忽视以及无形的弱化,也在很大程度上使得受众对这类议题认知的缺位。文化自信是继道路自信、理论自信、制度自信之后提出的“四个自信”,是一个国家、一个民族发展中更基本、更深沉、更持久的力量。从人民网体育频道的各类报道来看,文化类议题在国家认同报道中过少,体育赛事承载的文化传播作用得不到充分发挥,文化认同在建构国家认同中的作用也难以得到凸显。

3.2 通过港台运动员及港澳本土元素建构国家认同的意识不强

首先,关于中国香港与中华台北代表团以及运动员的报道过少。赛时的文字报道中,仅有1篇转自新华社的以中国香港队为主体的客观报道,而其他涉及到两队的少数文字报道中大多以中国代表团运动员为主,对港台代表团、运动员的报道过少。其次,没有充分发挥港澳本土元素在建构国家认同中的积极作用。人民网体育频道对港澳台的相关报道集中在中国体育代表团赛后访港澳的议题中,主要侧重于通过强调“一个中国”意识形态主导下各地区之间的团结来增强国民身份归属感,同时建构整个国家范围内的认同,而对有可能推动国家认同建构的港澳本土人物、事件的报道却很少见。

3.3 原创内容偏少,外媒报道利用率低

里约奥运会人民网体育频道关于国家认同的原创报道为57篇,约占国家认同报道总数的14.3%,一定程度上反映出其在国家认同报道中的原创能力欠缺。此外,人民网体育频道主要通过国内媒体建构来促成国家认同的形成。而在奥运会这类国际赛事的传播中,外媒关于我国的正面报道对我国国家认同的建构效果在一定程度上比自我建构效果更直接有力,更有利于

促成我国国家认同的内部建构。但从对外媒报道利用情况分析可以看出, 人民网体育频道对外媒的利用主要是关于中国女排夺冠以及孙杨、霍顿事件的报道, 除此之外很少出现外媒观点和态度, 这在一定程度反映出人民网体育频道通过他者视角建构国家认同的意识有待进一步增强。

3.4 奥运专版中对视觉符号的关联意义挖掘不够

视觉传播符号的价值建立在符号本身以及在时间和空间两大维度上与传播内容的高度关联和契合的基础上。人民网体育频道通过对图片场景、位置、大小、景别等的统筹, 更多是从视觉符号的空间维度来表达报道倾向。但在时间维度上, 图像可以复原或重建“历史原境”, 分析对象物的性质, 重构图像与对象物的历史与现实关系^[20]。人民网体育频道在对图像的处理上, 没有很好地发挥视觉符号在这一层面的作用。虽然奥运专版在“中国军团”版下设置了“中国奥运历史”板块, 利用资料图片对1984年至2012年8届奥运会中国代表团获得的奖牌数进行了展现, 但是整体上该板块处于版面最下方且占比不大, 图片链接之下并未见相关报道, 载入的内容也相对较少, 可见通过符号蕴含的意义关联历史与现实关系以建构国家认同的意识有待进一步加强。

结合人民网体育频道在建构国家认同报道中存在的不足, 建议未来我国网络主流媒体在大型体育赛事报道中应不断优化报道策略。首先, 应重视文化类报道在国家认同报道中的作用, 以文化为媒介生产框架, 更加重视体育文化内容的生产。其次, 强化港澳台地区的国民身份感和归属感, 应注重在强化国家主体意识、淡化港澳台同胞“他者”意识的同时, 适度增强对港澳台地区的建构。再者, 增加原创报道并关注外媒对我国的报道。通过对信源的加工、利用实现主流媒体预期的国家战略, 进一步发挥其社会整合功能。此外, 还应挖掘视觉符号与国家认同的关联意义。大型体育赛事的传播中, 媒介符号在一定程度上能够作为体育与国家关系的具象阐释, 而对主流媒体的合理应用更有利于以体育赛事为载体推动国家认同的建构。

参考文献:

- [1] 全球治理中国方案的世界意义[EB/OL]. [2018-06-04]. <http://opinion.people.com.cn/n1/2017/1105/c1003-29627248.html>.
- [2] LAWRENCE A WENNER. Media, sports, and so-

ciety[M]. USA: Sage Publications, Inc.

- [3] 刘红霞, 凡菲, 蔡晓楠, 等. 《中国体育报》北京奥运与伦敦奥运报道国家认同议题框架分析[J]. 沈阳体育学院学报, 2013, 32(6): 34-37.
- [4] 刘红霞. 媒介体育中国家认同的再现与建构[J]. 体育科学, 2006, 26(10): 3-14.
- [5] 任海. 奥林匹克运动[M]. 北京: 人民体育出版社, 1993.
- [6] 王相飞, 张巧玲. 大数据背景下大型体育赛事新媒体的传播研究[J]. 武汉体育学院学报, 2015, 49(11): 24-29.
- [7] 韩震. 全球化时代的文化认同与国家认同[M]. 北京: 北京师范大学出版社, 2013: 106.
- [8] 皮埃尔·布尔迪厄. 关于电视[M]. 南京: 南京大学出版社, 2011: 129.
- [9] 董杰. 习近平总书记为何点名表扬中国女排[J]. 人民论坛, 2016(25): 38-40.
- [10] 梵迪克. 作为话语的新闻[M]. 曾庆香, 译. 北京: 华夏出版社, 2003: 118.
- [11] 王志民: 奥运健儿访澳体现与“一国两制”事业特殊缘分[EB/OL]. [2017-10-30]. <http://sports.people.com.cn/n1/2016/0831/c22155-28678727.html>.
- [12] 梵迪克. 作为话语的新闻[M]. 曾庆香, 译. 北京: 华夏出版社, 2003: 118.
- [13] 李齐. 奥运新闻报道中的国家认同——以《体育报》对第23届洛杉矶奥运会的报道为例[J]. 新闻世界, 2012(10): 128-129.
- [14] 王相飞. 我国大型门户网站体育信息传播中缺乏深度报道的原因及对策[J]. 体育成人教育学报, 2014, 30(6): 33-37.
- [15] 赵晓峰, 张放. 民族文化认同的建构: 一种解读体育传播政治功能的视角[J]. 现代传播, 2009(2): 23-26.
- [16] 麦奎尔. 大众传播理论[M]. 北京: 清华大学出版社, 2010: 287.
- [17] 刘畅. 《人民画报》(1978—2012)封面图片对国家形象的建构与传播[D]. 昆明: 云南大学, 2015.
- [18] 曾静. 新闻图片的多模态批评话语研究[J]. 赤峰学院学报(汉文哲学社会科学版), 2014(11): 151-152.
- [19] 周翔. 传播学内容分析研究与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2014: 159-160.
- [20] 韩丛耀. 从符号、符码到图像[J]. 新闻界, 2015(19): 14-18.