

“双奥之旅”中国体育国际传播研究: 焦点议题、核心问题与未来破题

丁会欣^{1,2}, 吴坚², 吴秀峰¹

(1. 同济大学外国语学院, 上海 200092; 2. 上海体育学院期刊中心, 上海 200438)

【摘要】 体育国际传播是中国国际传播能力建设的重要组成部分, 攸关国家形象塑造和国际话语体系建构。当前, 中国体育国际传播实践存在着诸多现实挑战与理论难题。研究以1999年正式申办北京奥运会至2022年北京冬奥会的成功举办为时间节点, 在梳理中国体育国际传播主要议题的基础上, 将中国体育国际传播研究的主要议题总结为体育国际传播能力建设、体育国际话语权、体育赛事与奥林匹克国际传播、体育文化国际传播。国内相关学术研究在研究设计的整体性与规划性、研究视角的综合性与系统性、研究内容的创新性与全面性等方面存在不足, 研究提出学界应注重体育国际传播的交叉学科属性, 拓宽研究视野, 推动中国体育国际传播理论创新与实践创新, 探索中国体育国际传播的综合研究模式和多元研究方法。

【关键词】 体育国际传播; 国家形象; 国际话语权; 体育赛事; 体育文化

【中图分类号】 G80-05 **【文献标志码】** A **【文章编号】** 2096-5656(2023)01-0113-10

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20230306.001

党的二十大报告指出:“加强国际传播能力建设, 全面提升国际传播效能, 形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。深化文明交流互鉴, 推动中华文化更好走向世界。”鉴于体育在跨文化交流、提升国家形象、国家文化软实力等方面的重要作用, 体育国际传播成为中国国际传播能力建设中不容忽视的组成部分, 对构筑我国新时代国际话语体系有着重要意义。就词汇统合角度而言, 体育国际传播具有国际传播与体育的双重学科属性, 是“国际传播”这一国家间的传播现象在“体育”这一具体领域的表现, 以及“体育”如何通过“国际传播”实践活动来展现自身文化价值、时代活力与世界影响力, 其目的是为加强国际传播能力建设与构筑国际话语体系服务。在中国体育国际传播的发展历程中, 2008年北京奥运会的成功举办使中国成为国际舆论的焦点, 也引发了国内体育传播研究的“奥运传播热”^[1]。在2008年北京夏季奥运会之后, 2022年北京冬季奥运会的成功举办, 使北京成为全球首个“双奥”之城, 引起国内外高度关注。

习近平指出:“放眼世界, 我们面对的是百年未有之大变局。”在2008年北京奥运会至2022年北京

冬奥会期间, 无论是国内外形势、国际舆论对中国的态度, 还是中国国际传播能力建设的推进程度, 都在发生着深刻而复杂的变化。2008年北京奥运会至2022年北京冬奥会作为中国体育发展史上独一无二的“双奥”时期, 成为中国体育国际传播研究的重要时间节点。在这一特殊阶段, 国内学者将以奥运会为代表的现代体育赛事与民族传统体育共同作为研究对象, 在中国体育国际传播研究的范式、理论、方法与路径等方面积极创新, 发表了系列论著, 其成就与缺憾均值得梳理与辨析。同时, 基于中国1999年便向国际奥委会正式递交申报书, 开始筹备申办奥运会, 在谈到“双奥之旅”时还应观照奥运申办前后中国学界关于体育国际传播的讨论。鉴于此, 本文参照中文社会科学引文索引(Chinese Social Sciences Citation Index, CSSCI)来源期刊目录(2021—2022), 对1999—2022年CSSCI来源期刊中的183篇中国体育国际传播研究文章进行梳理,

收稿日期: 2022-11-15

基金项目: 国家社会科学基金重点项目(20ATY007)。

第一作者: 丁会欣(1985—), 女, 河北唐山人, 博士生, 研究方向: 中华文化国际传播。

同时,参照国内出版的43部中国体育国际传播学术专著、译著,旨在考察“双奥之旅”期间中国体育国际传播研究的宏观面貌与经验得失,展望中国体育国际传播研究的发展趋势,提出中国体育国际传播研究如何基于自身特性,在国际传播能力建设的全局语境以及在信息传播技术不断发展的时代变革中找准自我定位,实现理论创新与实践创新。

1 “双奥之旅”我国体育国际传播研究的焦点议题

“双奥之旅”期间,我国体育国际传播研究议题从传统体育与民族体育国际传播研究拓展到全方位的现代体育国际传播研究。具体而言,从体育国际传播的内涵出发,主要涉及体育国际传播能力建设、体育国际话语权、体育赛事与奥林匹克国际传播、体育文化国际传播等4大研究领域。各研究领域的具体议题之间可能存在交叉和重合,我们在分类与讨论时重点参考论著的主要内容、整体倾向与作者写作意图,避免片面地侧重于其中某一议题,以求更准确地体现其研究特征。

1.1 体育国际传播能力建设研究:全球化语境下的“五力”建设

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央关于加强国际传播能力建设做出了一系列重要论述。2021年5月31日,习近平在主持十九届中央政治局第三十次集体学习时指出:“要深刻认识新形势下加强和改进国际传播工作的重要性和必要性,下大气力加强国际传播能力建设,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。”作为“担当起代表新中国走出国门,树立国家形象,扩大国家影响,服务国家外交的重要使命”^[2]的中国体育,如何突破现有阻碍、加强国际传播能力建设成为学者关注的焦点问题。

就相关文献发表时间而言,这种基于宏观层面的关注在近年来尤为突出。张麟等^[3]从人类命运共同体视域出发,基于“5W”模式对我国体育对外传播的特点进行总结,提出实现多元融合、增进国际理解、追求精准有效等策略。史安斌等^[4]从跨文化视角认为谷爱凌基于“第三文化人”身份,借助社交媒体建立了一种具有“平台世界主义”色彩的身份认同,并且充分发挥“微名人”和“自品牌”的优势,为国际传播的实践创新开辟了新路径。史安斌等^[5]提

出通过定位“全球中国”的社会语境、建构“转文化传播”的文化观念、塑造“战略传播”的行动体系等进行体育国际传播能力建设。黄九清等^[6]分析了中国体育国际传播文本存在的问题,并提出优化路径。值得注意的是,该文多次提到新华社等官方媒体与个别运动员对体育国际传播能力建设的贡献。可见,尽管目前体育国际传播存在不足,但无论是媒体还是运动员都已经意识到体育国际传播的重要性,并且试图推动中国体育国际传播能力建设。魏伟^[7]认为应从提升中国体育国际传播影响力、提升中华体育文化感召力、提升中国体育形象亲和力、提升中国体育话语说服力、提升中国体育国际舆论引导力等“五力”出发建设中国体育国际传播。韦路等^[8]认为“新世界主义理论”为当前中国体育国际传播提供了一条重要的可行路径。

概言之,此类议题主要基于党和国家的国际传播思想与宏观政策为指导,思考如何在全球化语境下,通过理论创新与实践创新来探索中国体育国际传播的可行路径与优化方案,从整体布局上推动中国体育国际传播能力建设。

1.2 体育国际话语权研究:具有中国特色的学术场域

国际传播工作与国际话语权的形成密切相关。体育国际话语权作为“一国体育发展实力与水平的象征符号和衡量标尺”^[9],“能有效提升中国国际地位、强化中国身份认同、优化中国体育形象”^[10],已成为体育学研究中具有中国特色的学术场域之一。“具有中国特色的学术场域”是在构建中国特色哲学社会科学体系这一整体语境下形成的,主要指研究者立足中国体育事实与经验,从宏观与微观相结合的角度,全面关注中国体育国际话语权的实际问题,进而提出相应的提升策略,充分体现中国体育国际话语权研究的民族性、原创性、实践性、系统性与开放性。

第一,我国体育国际话语权的现存问题与提升策略。陈思^[11]以建构主义国际关系理论为视域,认为“观念”是影响我国体育国际话语权提升的重要因素。魏伟^[12]认为目前国内有关体育国际话语权的研究缺少跨学科和多视角的维度,从符号学和话语分析的维度重新解读体育国际话语权,提出体育媒介化、体育外交、软实力等将会对体育国际话语权

产生影响。张晓义^[13]将“话语嵌入话语突围”视为中国体育国际话语权提升的逻辑理路,以中国体育代表团在近3届奥运会均遭遇不公待遇为案例对中国体育国际话语权理论进行建构,认为体育国际影响力大小与体育国际话语权强弱呈正相关^[14];张晓义等^[15]以中国代表团在里约奥运会受到的不公正待遇为切入点,说明中国体育国际话语权的现实困境,提出加强顶层设计、加强基础理论研究、扶持华人华侨社团等策略。此外,郭小莉^[16]对建党百年以来我国国际体育话语权的历史演进与实现路径进行了梳理。游迎亚等^[17]基于话语理论和叙事理论,从政治、文化、外交等方面讨论讲好中国体育故事提升国际话语权的价值维度与叙事策略。张伟等^[18]通过对我国国际体育话语权非对称性状态加以梳理,认为我国体育拥有的话语权与所具备的整体实力极不匹配。针对中国体育话语权的缺失问题,程雪峰^[19]从体育话语权的内涵界定、话语权生成的支配性结构及其配置性资源和权威性资源等方面进行分析。

第二,国家体育国际话语权的提升与其在国际体育组织中的任职情况密切相关,而“我国在国际体育组织中任职人员缺乏”^[20]也是造成中国体育国际话语权处于困境的原因之一。刘晖等^[21]在梳理我国国际体育组织人才培养历史进程的同时,提出应借鉴国外相关人才培养经验。邵峰等^[22]认为应以北京2022年冬奥会举办为契机,加强与国际体育组织间的互动,培养与输送国际冬季体育组织人才。荆雯等^[23]强调应积极参与国际体育组织建设,培养体育人才,公平公正地为国际体育组织服务,以此加强体育国际话语权。

第三,参与全球体育治理是国家体育国际话语权提升的重要途径。白银龙等^[24]对我国参与全球体育治理的历史脉络与演进特征进行梳理并对其未来进行展望。参与国际议程设置是一个国家参与全球治理的表现,也是其国际话语权建设的重要组成部分,并且在一定程度上决定着国际话语权提升效果。刘晖等^[25]借助布尔迪厄场域理论,以议程设置场域为视角构建我国体育智库国际议程设置能力模型。此外,邵峰等^[26]从体育智库体系建设、体育智库及其成果的国际传播意识与责任、国际化新媒体传播矩阵建设与体育智库国际化传播人才培养等

方面提出建议。

第四,体育国际话语权的领域分布较为多样。
①法治话语权。汪习根等^[27]基于相互融通的跨学科方法论,讨论我国国际体育法治话语权的相关问题。
②学术话语权。王雷等^[28]认为中国特色体育学话语体系构建与中国体育哲学社会科学国际影响力和学术话语权密切相关;邵峰等^[29]基于福柯知识—权力理论,提出提升我国体育哲学社会科学国际话语权的相关策略;刘云龙等^[30]以1980—2019年SSCI和A & HCI数据库收录的体育哲学社会科学文献为研究对象,对我国体育哲学社会科学研究的国际话语权进行量化评估,明确当前我国体育哲学社会科学话语权的国际地位;王磊等^[31]通过对中国学者参与的SCI体育科学类期刊论文进行计量分析,提出国际合作有助于我国体育科研的快速发展与实力增长,提升国际影响力与国际话语权。
③竞技话语权。廖莉^[32]对国际体育竞技话语权的内涵、产生、表现与衡量标志、影响因素等进行分析,并针对我国国际竞技体育话语权发展提出建议。
④体育仲裁话语。姜世波等^[33]提出应提升我国当事人与仲裁员的参与度、加强国际体育仲裁的人才队伍建设、加强与国际体育仲裁院的联系等,从而提升我国国际体育仲裁话语权在国际体育治理中的影响力。张俊等^[34]从体育正义视角讨论“孙杨事件”,提出对标准的建构与选择与国际体育话语权密切相关。
⑤体育项目话语权。徐磊等^[35]讨论了中华武术国际话语权在新媒体时代下的提升策略;贺婧等^[36]认为2018年平昌冬奥会自由式滑雪空中技巧项目的争议性判罚,根本原因在于我们的硬实力与软实力存在不足,应从多方面入手提升话语权。

由上可见,我国体育国际话语权研究从中国体育国际话语权提升的现存问题出发,以问题模式为导向,在理论指导、国际体育人才、参与全球治理等方面为宏观的中国体育国际话语权提升提供建议,并基于中国体育在奥运会、哲学社会科学等不同领域面临的话语权现状,对法治话语权、学术话语权、竞技话语权、体育仲裁话语权等具体的国际话语权发展展开探讨,选题与内容较为全面。

1.3 体育赛事与奥林匹克国际传播研究:文化生态与媒介技术的双重演变

体育国际传播工作不仅需要理论支持,还需在

体育赛事、体育文化的国际传播等具体实践中探索建设之道。就影响力与传播效果而言,体育赛事的国际传播主要指的是大型体育赛事的国际传播。作为一种特殊媒介,大型体育赛事尤其是大型国际体育赛事可以向世界各国展示举办国的实力和风采。当然,大型体育赛事的举办既可能有效提升主办国的文化软实力也可能收效甚微,需要掌握大型体育赛事对国家文化软实力影响的作用规律^[37]。公共外交即是体育赛事国际传播的重要视角。路静^[38]对公共外交在围绕大型国际体育赛事发挥作用的的行为轨迹和内在逻辑进行了探索。不仅在国家层面,大型体育赛事对于举办城市同样有所影响。张丽^[39]以北京为例,从公共外交视角揭示了大型体育赛事如何提升城市国际交往功能。

就赛事类型而言,大型体育赛事种类较多。张建业^[40]对奥运会、足球世界杯、亚运会与全运会、中国足球超级联赛等多类国际、国内体育赛事的国际传播及其与国家认同的关系进行了总结,杨琳等^[41]分析了马拉松赛事作为传播场域在城市形象传播中产生的作用及效果。奥林匹克运动会是受众范围较广、影响力较大的大型体育赛事。自1979年我国恢复在国际奥委会的合法席位以来,中国体育事业的发展及其走向世界与奥林匹克运动密切相关,奥林匹克国际传播也因此成为中国体育国际传播研究的重要议题。

第一,奥运会国际传播与国家形象塑造的关系。就国际政治与国际关系的角度而言,奥林匹克运动会一定程度上承担着塑造国家形象的重任。国内学界对这一问题重视程度的加深从北京奥运会申办始一直延续至2022年北京冬奥会,且不同时期对奥运会与中国文化国际传播及中国国家形象塑造的理解有所差异。如2008年北京奥运会时期,学界主要关注如何利用北京奥运会来塑造国家形象、传播中华文化。2006年,刘子建^[42]就提出北京奥运国际传播对国家形象与国家战略具有重要价值。在北京奥运会正式开幕之前,王晴川等^[43]认为应利用北京奥运会来构建我国良好的国家形象。北京奥运会成功举办后,万晓红^[44]认为北京奥运会传播提升了我国的政治形象,建构了中国经济良性发展形象,并且展示了中西融合的文化形象。时至2022年,作为新冠肺炎疫情发生以来首个如期举办的全球综合性体育

赛事,2022年北京冬奥会“提供了一个弥合国际关系裂痕,展示开放、包容的政治理念和国家形象的绝佳舞台”^[45]。因此,学界在接续奥运国际传播塑造中国形象、传播中华文化议题的同时,进一步思考如何利用北京冬奥会展示中华文化的包容性。一方面,李海涛等^[46]认为北京冬奥会作为大型体育赛事,对于中国体育国际传播影响与意义重大。张昆等^[47]认为北京冬奥会是提升我国体育国际话语权、改善国家形象的重要机遇。胡百精^[48]认为北京要讲好中国故事,展示中国国家形象。另一方面,高金萍^[49]认为北京冬奥会在向世界展示中国国家形象时,既要展现中国文化,也要表现中国融入世界。宋文利等^[50]提出北京冬奥会开幕式宜以传统文化为依托,在诠释奥运精神的同时展示可信、可爱、可敬的中国形象。

第二,媒介技术的发展与奥林匹克国际传播的关系。从2008年北京奥运会新老媒介的互动并首次引入互联网技术,到2022年北京冬奥会各类数字媒介兴起,“双奥之旅”期间媒介技术不断迭代创新,奥林匹克国际传播的方式随之改变。张盛^[51]认为媒介技术与文化生态的双重演变是“双奥之旅”中国体育国际传播创新实践的双重逻辑,文化生态的演变与媒介技术的发展息息相关。此外,张盛^[52]还从新兴媒体与奥林匹克运动深度融合的角度对“双奥之旅”进行审视,考察我国国家传播能力提升与传播格局演变的具体历程。新媒介技术与北京冬奥会的关系是目前讨论较多也较为前沿的话题。史小今等^[53]以北京冬奥会在新媒体平台的大热为视角,认为应当在智能传播时代利用技术演进,逆转“西强东弱”的国际传播格局、建构中国在全球话语体系中话语权、重塑中国国家形象。赵蓓等^[54]以Twitter为例,认为社交机器人更倾向于呈现与主办国相关的主题,并呈现出在赛事报道方面寻求积极或中立,在争议和政治冲突方面进行负面引导的双重立场。钟新等^[55]基于北京冬奥会作为“云端冬奥”的赛事定位,认为中国应通过实现传播要素的多方位创新,传递体育精神,构建中国形象,展现人类命运共同体的精神内核。

在传统媒体及其数字化方面,学者们对于中央广播电视台的讨论较具代表性。在2008年北京奥运会开始之前,汪文斌等^[56]谈到应当运用好央视国

际独家奥运新媒体转播权,让央视能够借奥运之势和世界顶级技术公司交流,加强与网络媒体合作,共同组建奥运网络传播联盟。而面对身处数字媒介时代的北京冬奥会,魏伟^[57]认为中央广播电视台对北京冬奥会的全方位报道提升了总台的国际话语权,全媒体触达量和转播技术改变了奥运传播史,国际传播影响力和人文关怀达到预期。章晓杰等^[58]以中央广播电视总台开通的奥林匹克频道为研究对象,认为应从价值理念、内容叙事和传播效果等多向维度融合的角度讲好中国故事,打造体育强国。夏天^[59]以中央广播电视总台为例,说明中国电视媒体北京冬奥会的传播转向。同样是体育新闻报道,薛文婷等^[60]以后疫情时代为背景,基于《中国日报》北京冬奥会报道的分析,对主流媒体体育对外报道的议程设置与修辞实践进行探讨。

通过以上梳理可见,我国体育赛事国际传播研究主要集中于大型体育赛事,尤其是奥林匹克运动会的国际传播,包括其对国家形象塑造的影响以及与新型媒介技术的关系等。其中,北京奥运会和北京冬奥会作为在中国本土举办的两项重大体育赛事,因其对中国社会发展的深远影响而成为学界的重点研究对象。学者们不仅着重考察了两次奥运会的积极作用,并且基于政治、文化、技术等视角敏锐地指出了“双奥”期间中国奥林匹克国际传播发生的重大变化,而这样的变化实则是中国国家实力逐步增长的体现。

1.4 体育文化国际传播研究:中华体育文化“走出去”的多元模式

由于受到肇始于21世纪初的中华文化“走出去”战略等因素影响,武术等传统体育文化的国际传播一度是中国体育国际传播研究的主要议题。2002年,郭玉成等^[61]分析了武术国际传播中的主要要素,并基于“5W”模式对武术国际传播的基本模式进行构建,在对武术国际传播史进行梳理与分析的基础上提出未来武术国际传播的发展方向^[62]。2004年,刘军^[63]提出武术传播应注意中西方文化差异,注重武术内在精神宣扬,不断开发武术的健身功效及其与现代科技的相结合。2005年,于翠兰等^[64]对武术国际传播的状况进行了跨文化调查。2007年,王林^[65]认为在武术国际化传播过程中应全力打造武术传播者,使不同传播者都能承担好自身角色。

自2008年起,随着北京奥运会为中国国家形象塑造带来的积极作用逐步显现,以及“提升媒体国际传播能力建设”与“媒体走出去战略”相继开展,特别是党的十八大以来,在习近平关于加强文化自信、提升中华文化影响力等论述的指导下,至2022年北京冬奥会,体育文化国际传播在研究对象上逐渐不再局限于武术文化,而是将范围扩展到更广泛的民族传统体育文化。

就整体发展而言,黄华明^[66]在对中国传统体育文化国际传播的困境与出路进行分析的同时,对其内容体系进行了界定,史友宽^[67]在对体育文化国际传播的规律与时代特征分析的基础上提出体育文化共享理念。从研究视角出发,卢兴等^[68]以YouTube上的中国故事叙述为例、戴金明^[69]从全球化语境、王佳^[70]立足数字化视域、王瑜^[71]基于大众传媒视角、种莉莉等^[72]以体育强国为背景、刘卫华^[73]从文化译介角度对传统文化体育国际传播的现状与未来发展提出思考与建议。

就体育项目而言,武术仍是比较具有代表性的传统体育项目。①在宏观背景方面,王晓东^[74]从逆全球化、虞继光^[75]从文化“走出去”、宋清华等^[76]从“一带一路”倡议与人类命运共同体、郭玉成等^[77]从文化强国视角出发,探索如何在当前的国际国内形势下推动武术国际传播。②在传播理念方面,花家涛^[78]提出中国武术国际传播研究应当借助人类学视域,侯小琴等^[79]将“非遗化编码”定位为传统武术国际传播的新理念。③在路径建设方面,解乒乓等^[80]从媒体、文化认同与课堂教学出发,提出构建武术文化国际传播的多元路径;张长念等^[81]着眼我国高校的武术国际传播人才培养研究;焦丹^[82]分析了我国武术文化国际传播中的翻译问题;丁传伟等^[83]将孔子学院的武术培训与研究基地创意平台建设视为武术文化国际传播的新路径;揭光泽等^[84]对华人华侨在中华武术文化传播在不同历史时期的作用与特征进行了梳理。④在区域国别方面,李凤梅等^[85]基于奥地利、匈牙利、斯洛伐克的实地考察,从受众群体、“武术移民”、武术社群组织等方面分析武术在中欧的传播;徐卫伟等^[86]分析了武术在克罗地亚的发展;孟涛等^[87]梳理了武术在美国的传播历史。⑤在武术项目方面,学界对少林武术与太极拳国际传播的关注较多。史友宽^[88]对少林武术的

国际传播路径进行了分析,林小美等^[89]对新时代太极拳国际传播的价值追求与路径及太极拳国际传播的主要成就与经验进行论述,宋清华等^[90]探讨了太极拳的当代价值与国际传播。同时,杜思民^[91]认为在少林武术和太极拳之外,中原体育文化仍然有着广阔的国际传播拓展空间。

学界还对除武术外的其他传统体育文化以及一些现代体育文化的国际传播有所研究。如江厚杰等^[92]认为我国冰雪运动国际传播具有展现体育人文精神、深化冰雪国际交流合作、提升冰雪运动文化软实力的价值,同时存在话语公信力不足、媒介主体单一、传播内容单薄等困境;王军等^[93]认为中国乒乓球文化国际传播的动因是增进乒乓运动改善人类健康的共识,应强化“讲好乒乓故事,塑造国家形象”的使命与践行“中国乒乓,世界共享”的理念。值得一提的是,国内学界对少数民族体育文化的国际传播也有所关注,其中,既有中外民族体育文化交流,如张珊珊等^[94]对中俄跨界民族(赫哲族—那乃族)体育文化流变进行了历史追溯,并对其流变特点进行了比较;也有国内少数民族体育文化国际传播,如赵振浩等^[95]对蒙古族传统体育那达慕文化国际传播的研究。

总体而言,当前研究主要以少林武术、太极拳等民族传统体育文化为关注对象,兼及部分现代体育文化研究,从体育文化国际传播的现有困境出发,寻找解决问题的路径与方法,建构中国体育文化国际传播的多元模式。与此同时,在中华文化“走出去”的背景下,当前研究也涉及不同民族与地区的体育文化国际传播,表明相关研究领域有所拓宽。

综上所述,“双奥之旅”期间,我国的体育国际传播研究主要呈现出以下研究特点与趋势:其一,在研究视野方面紧跟时代要求,立足时代背景,在讨论如何加强我国体育国际传播能力建设时多以满足国家发展需要、契合国家宏观战略为出发点;其二,在研究领域方面以体育国际传播为中心,兼及国家形象、国际话语权等由国际传播延伸出来的相关话题,力图从不同层面说明体育国际传播的价值、意义与提升策略,呈现出跨学科与跨领域的态势;其三,在研究对象方面突破了此前仅关注武术等传统体育文化的限制,既扩大了民族传统体育文化的研究范围,又把目光投向现代体育赛事尤其是以奥运会为

代表的大型赛事与文化的国际传播。

2 “双奥之旅”我国体育国际传播研究存在的核心问题

我国体育国际传播研究在“双奥”期间表现出较为强劲的发展势头,采用文献资料法、历史分析法、逻辑分析法、话语分析法、问卷调查法、田野调查法、数理统计法等多种定性与定量研究方法,研究内容各有特点,在理论与实践层面均有涉猎,试图从不同学科视角探索中国体育国际传播的建设道路,虽取得了丰硕的研究成果,但在整体上仍有不足之处。

2.1 研究设计的整体性与规划性不足

在讨论中国体育国际传播时,首先需要考虑体育国际传播的整体性。现有研究多将体育与国际传播割裂,对体育国际传播的整体性认识与宏观思考不足,导致研究对象与问题并不统一,突出体现在对何为体育国际传播缺乏明确认识。目前,在关于体育国际传播的研究论著中,鲜有学者对体育国际传播的内涵与范围等进行说明,多从广义上将其视为中国国际传播能力建设的一部分,未能彰显“体育国际传播”作为一个独立整体的特殊性,导致现有研究对“双奥”体育国际传播研究的理论设计和整体规划不足。

第一,“双奥”体育国际传播研究缺乏系统的理论指导。由于体育学与传播学都是典型的经验学科,现有研究多从经验层面出发进行讨论而缺乏理论研究。尽管也有学者从布尔迪厄场域理论、新世界主义、平台世界主义等理论视角出发对中国体育国际传播进行研究,“但是整体来看,相关理论研究仍然较为薄弱”^[96]。当前基于“双奥”传播实践对中国体育国际传播的研究在理论的建构与创新,尤其是本土化方面存在不足,仍未建立系统的体育国际传播理论体系。

第二,“双奥”体育国际传播研究缺乏整体规划。学者的研究领域各异,研究旨趣亦有不同取向。整体规划,并非指作为研究主体的中国体育国际传播学者需要对这一领域进行从整体到部分的具体谋划,而是指基于文献梳理,发现现有研究对体育国际传播的基本属性与发展状况把握不全面,尤其是缺乏对中国体育国际传播历史与现状的脉络梳理,进行共时与历时的纵横对比,进而规避其未来发展

可能出现的问题。这使得现有研究对于研究对象与理论的选择往往略显单一,在进行问题设计时显得较为分散、零散,没有形成体育国际传播研究的完整体系。

2.2 研究视角的综合性与系统性不够

体育国际传播作为交叉学科体育传播学的组成部分,其跨学科属性及多功能作用决定了探讨这一话题需要融合多学科视角。虽然就研究主体所属学科分布而言,体育学与新闻传播学都将体育国际传播视为热点话题,但是由于二者分属不同一级学科,研究视角与考察焦点各有侧重且存在较大差异,尤其是对非本学科的学术概念往往浅尝辄止,缺乏综合性与系统性的跨学科视角。

在体育学方面,现有成果大多属于体育人文社会学和民族传统体育学的范畴,对运动人体科学、体育教育训练学等学科在国际传播及其提升我国体育国际话语权等方面作用的研究较为少见。运动生理学、运动医学、运动生物化学与营养等自然科学研究领域的国际交往、国际学术合作以及在国际学术期刊上发出的中国体育声音、传达的中国体育观点等,也应该是中国体育国际传播的必要组成部分,且是体育传播国际影响力提升的重要标志,如果缺失对其的观照将无法体现体育学在体育国际传播中的整体学科面貌。

在传播学方面,一是,学界对体育学与传播学的理论交叉融合存在不足。“体育学界至今仍在借鉴新闻传播学研究中的早期经典理论,……导致近年来理论融合和创新不够,通过理论解决问题的力度不够,研究旨趣也较为保守,呈现日益明显的‘内卷化’发展趋向。”^[97]二是,现有成果对传播实践的认识存在片面性。现有研究对传播学多为宏观性的方向对策和建议研究,且多以拉斯韦尔的“5W”模式为框架,站在传播者角度,将受众视为被动接受者,对受众的层次多样性、心理机制、认知能力、接受习惯与对中华文化的认同等认识不足,尤其是缺乏基于国外文化和受众认同的体育国际传播手段和方法研究。这也导致一些应用性策略与实践路径的探讨缺乏可操作性,国际传播效果无法得到验证。而尽管精准传播是提升国际传播效果的关键,但是现有研究在受众选择上较为单一,主要集中于美国等少数西方发达国家以及广义上的“一带一路”区域国

家,没有进行对象更广泛而具体、策略更具针对性的区域国别研究。不仅受众,针对传播者的研究亦存在不足。譬如,近年来越来越多的民间力量加入中华文化国际传播活动中。“当前国际传播呈现出加速平台化的趋势,民间话语表达在国家形象塑造与传播中的符号聚合效果日益凸显”^[98],但是现有研究多强调官方在体育国际传播方面的作用,对民间力量虽有关关注但重视度有待提升。

2.3 研究内容的创新性与全面性不佳

以体育赛事与体育文化国际传播研究为例,相比于北京奥运会之前,2008—2022年间的体育国际传播虽然对研究对象的选择更为多样,但是整体上仍不够全面,且重复性研究现象较为普遍。

第一,由于两次奥运会在中国体育乃至中国社会的发展过程中具有重要意义,现有研究在体育赛事方面主要专注于奥林匹克运动会,对足球、篮球等其他大型体育赛事国际传播的关注相对较少。然而,“双奥之旅”并非仅仅让中国人近距离地感受到奥运会的魅力,还起到了推动“全民体育”的作用。就国内民众对体育赛事的热衷程度与认可度而言,除奥运会以外的大型体育赛事国际传播同样具有较大影响力。譬如,2022年,先是中国女足于2月在时隔16年后重夺亚洲杯冠军,接着中国女篮于10月在时隔28年后再次获世界大赛亚军。另外,根据国家体育总局、教育部、中国足协在2022年10月下旬联合印发的《中国女子足球改革方案(2022—2035)》,积极申报2031年女足世界杯是《方案》阶段目标之一。这些成绩与努力既展现了中国体育运动员顽强拼搏、永不言败的体育精神,重振国内球迷对于“足、篮、排”三大球的信心,也向世界展示了中国体育的强劲实力。与此同时,相比于传统体育赛事,在数字媒介时代,以电子竞技为代表的新型体育赛事日益得到人们关注。2018—2022年,中国战队在各类电子竞技项目中先后获得包括2018年雅加达亚运会在内的多项重大国际赛事冠军,对国内外年轻受众产生广泛影响。然而,相比于在普通受众中的受欢迎情况与关注度,目前,国内学界进行体育国际传播研究时却很少论及电子竞技,而具体的电子竞技研究则主要考察电子竞技在中国语境中的发展状况,较少涉及国际传播与国际影响。

第二,现有的体育文化国际传播研究主要集中在

在武术、太极拳等部分民族传统体育文化领域,对体育文化种类、民族与地域的丰富性关注存在不足。①就种类分布而言,体育文化应包含传统体育文化与现代体育文化,且二者与体育项目紧密相连。根据中共中央办公厅与国务院办公厅在2020年10月15日联合印发的《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》,中华传统体育项目除武术外还包括摔跤、棋类、射艺、龙舟、毽球、五禽操、舞龙舞狮等。而现代体育文化也不仅仅是现有研究涉及的乒乓球、滑雪等,比如“女排精神”作为中国女排文化重要组成部分,在2021年9月被纳入中央宣传部梳理的中国共产党人精神谱系第一批伟大精神。②就民族分布而言,中国作为一个统一的多民族国家,其民族文化由汉族与55个少数民族文化所共同组成。尤其是在“一带一路”贯穿我国大部分少数民族地区的背景下,少数民族文化国际传播更是迎来新的机遇。然而,现有成果对少数民族体育文化国际传播的研究虽有涉及,但并不充分,没有很好地体现中国体育文化国际传播的民族多样性。③就地域分布而言,我国地缘辽阔,不同区域文化差异显著。李金铨^[9]提出国际传播应“以区域为基础”,体育文化国际传播也不例外。现有研究仅关注中原等少数地区的体育文化国际传播,不足以展现中华体育文化丰富的地域性与具体地区的独特性。

3 后“双奥”时代我国体育国际传播研究的破题之路

针对现有研究的局限性,应从体育国际传播的学科内在逻辑与基本规律出发,在总结“双奥之旅”期间我国体育国际传播研究现状与得失的同时,探索后“双奥”时代我国体育国际传播研究如何实现理论与实践的双重创新,从而更好地与中国特色社会主义新时代这一总体环境相适应,为建设我国国际传播能力、塑造国家形象、提高国际话语权服务。

3.1 基于国内与国际双重语境,体现体育国际传播的时代价值

无论是习近平“5·31”讲话,还是党的二十大报告,都一再强调国际传播能力建设的重要性。而国际传播能力建设作为一项系统工程,与国内环境和国际局势都紧密相连,其研究应兼具国内与国际双重视野。体育国际传播研究也同样如此,应基于国

内与国际双重语境,对自身的整体性与系统性进行规划。

第一,就国内而言,中国体育国际传播研究应注重历时性与共时性并存。一方面,我国有着悠久的体育文化传统,应加强对这一传统的丰富内涵进行有效阐释,兼顾时代脉络,关注、比较不同历史时期的体育文化特征,进而建构更立体的中国传统体育文化国际传播体系。另一方面,就地理空间与民族构成而言,中国体育国际传播研究应在中华民族共同体意识的指导下,在现有武术、太极拳等民族传统体育文化研究的基础上,更全面地关注不同地区、不同民族的体育文化,将体育及其国际传播置于中华文化的多元体系与中华文化“走出去”的整体模式中加以审视。就传播者的分布而言,在强调官方力量的同时也不能忽视民间和个体的努力,如学者、运动员、草根网红等都在自己的领域内对体育国际传播能力建设有所贡献,理应获得更多的支持与关注。

第二,就国际而言,中国体育国际传播研究既要思考理论问题,也应树立实践意识。一方面,应把握国际体育传播的基本趋势与规律,关注当前国际体育传播学界如何关注体育国际传播问题,存在哪些热点议题,如何将这些议题与中国体育国际传播相结合,从而更好地建构中国体育国际传播话语体系。譬如,中国体育国际话语权建构既要立足中国语境,也要注意这是一个世界性的话题,存在普遍性逻辑。因此,需要遵循体育国际话语权的普遍性与世界性,注重自身问题的同时也要吸取、借鉴他国经验。另一方面,在进行国际传播研究时,应摒弃自我中心意识,准确认识他国文化,分类考察不同对象国和地区差异性的传播空间,在提出传播策略与路径时要着重考虑“一国一策”与“精雕细琢”,注重可实践性与落地性。换言之,体育国际传播研究在国内与国际两个看似不同实则紧密相关的语境中,要具备大局意识,在保持自身独特性的同时,考虑如何更好地为国际传播能力建设这一总体目标服务,这也是体育国际传播的时代价值所在。

3.2 关注学科间性,强调体育国际传播的跨学科属性

作为一门典型的交叉学科,体育国际传播有着多重学科取向,具有包容性与多样性的特点。除最为核心的体育学与新闻传播学外,体育国际传播研

究还时常运用到翻译学、跨文化交际、国际关系、话语分析等多学科与领域的理论知识与实践方法。体育国际传播的学科包容性意味着,只要在体育国际传播这个领域内,各种研究取向、各类研究方法、各门学科的学者都不应受到排斥。

对此,应打破原有的学科壁垒与专业界限,关注体育国际传播研究中不同学科间存在的“学科间性”,通过跨学科互涉实现各学科研究在宏观与微观层面的创新。既要重视体育国际传播内部的体育学与新闻传播学这两门独立学科间的关系,也应注意到体育国际传播这一交叉学科与其他学科间的关系。前者属于学科本体论,即体育国际传播的基本属性,而后者属于方法论,即体育国际传播可以借用哪些其他学科的研究方法来实现自我学科的知识体系创新。在具体实践方面,前者要求研究者应当兼备体育学与新闻传播学的理论基础,全面、系统地认识两大学科的主体构成。诚然,新闻传播学可以为体育学提供理论范式,体育学亦可成为新闻传播学的研究对象,但是,二者在学科内部是平等而不是非此即彼的对立关系,不能简单地将国际传播视为研究体育学的工具,或仅仅将体育学视为国际传播研究的个案。后者要求研究者在充分认识体育国际传播学科特性的同时,还要有其他相关学科的知识储备,具备更加宽宏的学术视野,掌握更加多元的研究方法。虽然这些相关学科无法像体育学与国际传播学一样影响体育国际传播的本质,但是可以为其提供特定的研究方案,拓宽其研究领域。

质言之,因零散的学科分布难以满足复杂多变的体育国际传播实践需要和理论诉求,需要充分调动不同领域的学科资源,从本体论与方法论的双重视角来看待体育国际传播研究的跨学科性质,以问题模式为导向,建立体育国际传播研究的整体系统。

3.3 立足新文科背景,注重研究对象与研究方法的创新性

面对全球化与信息化对高等教育改革带来的冲击,2020年11月,教育部发布《新文科建设宣言》,提出全面推进“新文科建设”的新要求。不同于人文社会科学内部的跨学科,新文科更加强调自然科学与人文社会科学的交融,借助现代信息技术突破长期以来的文理分科的学科壁垒。以此为依据,体育国际传播应当积极面对数字时代的新变化,在研

究对象与方法等层面实现创新。

第一,在研究对象方面,体育国际传播研究在重视奥运会的同时,也需要对足球、篮球等其他大型体育赛事加大关注度,尤其是着重考量中国在相关赛事上的表现与问题,考察其国际传播与国际影响,还需要突破传统的体育观念,更加重视电子竞技等新型体育赛事的国际传播情况。譬如,根据杭州亚组委在2021年11月5日对外公布的第19届亚洲运动会项目所有小项,电子竞技继2018年成为雅加达—巨港亚运会表演项目后,成为亚运会正式比赛项目。再如,“体育元宇宙”日益进入人们视野。在2021年奥林匹克虚拟系列赛成功后,国际奥委会便与新加坡奥委会商讨举办2023年虚拟体育与游戏会的可能性。而在2022年8月5日,国内首个虚拟体育综合性赛事上海虚拟体育公开赛正式启动。在全世界的关注下,数字体育正在推动体育发展进入新的阶段。与官方的重视以及普通受众的喜爱相对应,学界对于此类由现代信息技术迅速发展而带来的新变化也应保持学术敏感,考察数字时代体育国际传播的新态势。

第二,在研究方法方面,随着信息传播技术的不断发展,云计算、大数据、人工智能(AI)、区块链、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等数字技术开始与人文社会科学相结合,形成“数字人文”的研究方法,极大地丰富了包括体育学与新闻传播学在内的人文社会科学学科研究方法体系。以人工智能与体育传播为例。目前,“机器学习、自然语言、语音处理等多项AI技术已被新华社、腾讯、美联社、亚马逊等诸多媒体机构广泛应用于多元场景中,涵盖体育新闻采集与写作,体育传播内容的编辑与整合、分发与监管,人机交互传播与体验等多方面”^[100]。对于体育国际传播研究而言,现有研究已开始注意到信息技术对于体育国际传播的重要性。正如张盛^[101]所言,人工智能、云计算、5G等数字信息技术“也将成为支撑我国体育全媒体传播体系未来建设的重要力量,在推动我国建设体育强国和文化强国,向世界进一步传播中华文化方面发挥重要作用”。除此之外,我们可以在运用多元学科研究方法的同时,借此实现定量与定性分析的深度融合。如数字时代大规模的数据库、语料库等可为体育国际传播研究提供比之前的问卷调查、田野调查等规模更大、数量更多、

范围更广的参考数据,并可借用算法批评、计量可视化分析等技术手段发现研究对象间的潜在关系,对其文化内涵进行分析,得出更具可信度的结果。

4 结语

“双奥之旅”期间中国体育国际传播研究虽然在研究设计的整体性与规划性、研究视角的综合性与系统性、研究内容的创新性与全面性等方面存在不足,但总体态势趋于向上,在体育国际传播能力建设、体育国际话语权、体育赛事与奥林匹克国际传播与体育文化国际传播等方面成果丰硕。需要说明的是,现有问题中除部分与研究者的自身局限相关外,还有许多是由现代信息技术的不断发展所带来的,而新问题在一门学科中的涌现并不意味着这门学科“千疮百孔”,反倒是其内在活力与发展潜力的体现。就此而言,提炼和评析新时代背景下中国体育国际传播的研究特点,将有助于进一步扩充其研究领域,实现学科创新。因此,未来的中国体育国际传播研究应当在体现其时代价值的基础上,强调自身的跨

学科属性,从本体论与方法论视角进行学科内部建设,并进一步与日益发展的现代信息技术相结合,不断拓宽研究对象,更新研究方法。

参考文献:

- [1] 吴丹,万晓红,彭羽丰.21世纪以来我国体育传播研究的发展进路与未来展望(2000—2020)[J].体育科学,2022,42(1):45-58.
- [2] 钟秉枢.从封闭到开放——对中国体育与世界体育互动的思考[J].体育科学,2018,38(7):19-20.
- [3] 张麟,薛文婷.人类命运共同体视域下我国体育对外传播困境与策略[J].体育文化导刊,2022(10):50-56,109.
- [4] 史安斌,童桐.平台世界主义视域下的“第三文化人”:国际传播的一种协商视角[J].传媒观察,2022(8):5-12.

(注:由于版面限制,参考文献[5]-[101]略,如需查询,请与作者联系。)

作者贡献声明:

丁会欣:提出论文主题,设计论文框架,撰写、修改论文;吴坚:审核内容,指导撰写、修改论文;吴秀峰:整理文献,修改论文。

Research on International Communication of Chinese Sports in the “Double Olympic Journey”: Focus Topics, Core Issues and Future Breakthroughs

DING Huixin^{1,2}, WU Jian², WU Xiufeng¹

(1. School of Foreign Languages, Tongji University, Shanghai 200092, China; 2. Journal Publishing Center, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: The international communication of sports is an important part of China's international communication capacity building, which is crucial to national image shaping and the construction of international discourse system. At present, there are many practical challenges and theoretical problems in international communication of Chinese sports. Taking the “Double Olympic Journey” from the official bid for Beijing Olympic Games in 1999 to the successful holding of Beijing 2022 Winter Olympic Games as the time node, and based on sorting out the topics of the international communication of Chinese sports, the main topics of international communication of Chinese sports research are summarized as following: international sports communication capacity building, international discourse power of sports, international communication of sports events and Olympics, and international communication of sports culture. It is found that relevant domestic academic research is insufficient in the integrality and planning of research design, comprehensiveness and systematization of research perspectives, as well as in the innovation and comprehensiveness of research content. It is proposed that the academic circle should pay attention to the interdisciplinary attribute of international sports communication, broaden the research horizon, promote the theoretical and practical innovation of international sports communication, and explore the comprehensive research mode and diversified research methods of international communication of Chinese sports.

Key words: international communication of sports; national image; international discourse power; sports events; sports culture