

# 体育国际话语权与中国国家形象构建

曾诚, 邓星华

(华南师范大学 体育科学学院, 广东 广州 510006)

**摘要:** 全球化背景下, 体育国际话语权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。但中国体育话语权在塑造国家形象过程中遭遇以下困局, 即在国际体育组织中缺位失语, 民族传统体育话语边缘化, 体育话语内在逻辑失范。为此, 积极参与国际体育事务, 增强中国民族传统体育话语的亲合力、感召力和认可度, 增强中国体育话语体系的逻辑性和价值正当性, 是提升中国体育话语权, 促进中国国家形象塑造的有效路径。

**关键词:** 体育文化; 体育话语权; 中国国家形象; 体育文化; 国际体育组织

**中图分类号:** G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2016)02-0039-04

## Sports international discourse right and the building of China's national image

ZENG Cheng, DENG Xing-hua

(School of Physical Education, South China Normal University, Guangzhou 510006, China)

**Abstract:** Under the background of globalization, sports discourse right can effectively uplift China's international status, intensify China's identity recognition, and optimize China's sports image. However, in the process of building the national image, China's sports discourse right faced the following dilemmas: there was a lack of Chinese position and voice in international sports organizations; traditional national sports discourse was marginalized; the intrinsic logic of sports discourse was lacking in standardization. Therefore, to actively participate in international sports affairs, to increase the amiability, charisma and recognition of Chinese traditional national sports discourse, to improve the logicity and value legitimacy of China's sports discourse system, are effective ways to promote China's sports discourse right and boost the building of China's national image.

**Key words:** sports culture; sports discourse power; China's National image; sports culture; international sports organization

“全球化指的是一种历史过程, 它转变了社会关系和交易的空间组织, 造就了权力运用和交往行为的跨大陆的或者区域间的网络”<sup>[1]</sup>。体育话语权作为国际社会权力谱系的分支, “是体育话语表达权利与权力的统一, 是话语主体通过教育、媒介和制度等方式, 将隐含自身价值的体育话语向全世界表达, 并最终获得国际认可的行为和过程”<sup>[2]</sup>。国家形象是国内外公众对国家地位、身份的认知和评价, 各国对国家形象的塑造和传播通常以话语博弈的方式进行<sup>[3]</sup>。体育话语权是我国由“体育大国”向“体育强国”迈进的应有之义, 也是构建中国体育强国形象的重要依托。体育话语权

凭借体育这一话语载体, 其影响力辐射国际体坛, 意义非凡, 可让国际社会通过体育倾听中国声音, 审视中国社会。本研究拟探讨体育话语权对构建中国形象的作用, 提升体育话语权, 塑中国形象, 展大国风范。

## 1 体育话语权的提高促进中国国家形象的塑造

### 1.1 体育话语权提升中国国际地位

体育话语权作为国家软实力的重要组成部分, 是提升中国国际地位的力量来源之一。全球化的实力转移使国家软实力外化为重要的国际战略力量。作为一种“不战而屈人之兵”的力量, 国家软实力日益成为

收稿日期: 2015-06-12

基金项目: 2013年度国家社会科学基金一般项目“体育文化传播与国家形象的构建研究”(13&BTY005)。

作者简介: 曾诚(1991-), 男, 硕士研究生, 研究方向: 体育文化与传播。E-mail: zengchenglw@163.com

提升国际地位的核心支柱。在国际社会有分量的体育话语权能有效地提升我国软实力,促使中华文化走出去,为中国的复兴构建有利的舆论环境,在国际上占据优势地位,塑造良好中国形象。比如,何振梁先生曾任国际奥委会委员、国际奥委会文化和奥林匹克教育委员会主席,任职期间积极争取我国在国际体育组织的话语权和领导力。在北京申奥关键期,他将中国人民对奥运会的期盼和心声传达给世界,无形之中打动投票委员,成功将奥运会第一次带入中国,有力地提升了中国的国际地位和威望。

作为权力意义的体育话语权具有整理国际体育秩序的功能。在国际体育领域,无论是比赛规则的制定还是大型赛事的举办权,它们的合法性都建立在体育话语权上。奥运会、国际单项赛事等作为全球文化权力的象征,是决定国际体育格局的重要筹码,但其举办权的归属则深深依附于体育话语权。当中国体育话语具备影响力和权威性时,便会在国际上产生广泛而强大的向心力,按自身的“话语”制定和诠释体育规则和法规,而不是一味地迁就、依附于西方体育话语所构建的秩序。打破西方体育话语霸权,使中国在国际体育秩序中获得主动权,占据优势地位,为提升我国国际地位营造公正合理的外部环境。

### 1.2 体育话语权强化中国身份认同

话语不但意味着一种言说方式,而且意味着对言说者地位和权力的隐蔽性认同<sup>[4]</sup>,体育话语权一旦生成,其结果便是通过体育话语的表达控制舆论、强化认同。举办大型体育赛事是体育话语权的外在呈现,奥运会举办国手握话语权,借助奥运会这一全球性媒介事件,通过议程设置引导国际舆论,展示本国的政治、经济、文化,增强交流,建立互信,强化身份认同,构建良好的“类真实”形象。北京奥运会通过对“和”文化的阐释,突显我国和平发展的国际身份,消解“中国威胁论”,有效化解西方国家对我国的身份认同危机。“研究证明,北京奥运背景下中国在西方媒体中的极端形象得到了部分修正”<sup>[5]</sup>。此外,体育话语权有助于国内民众的自我认同。19世纪20年代,在反帝国主义思潮和民族主义思潮的影响下,我国体育知识精英提出了发扬民族传统体育精神、收回民族体育主权和实现民族体育话语权的主张。此举,通过重构我国体育话语权,在一定程度上获得国家主权的完整,民族与国家体育主权的独立自主,促使近代人对民族国家共同体的认同和依附<sup>[6]</sup>。

“话语权本身的意义生成就是控制舆论的权力”<sup>[7]</sup>,兼具合理性和权威性的体育话语能有效输出本国的体育文化和价值观念,营造良好的舆论环境,影响认知,

赢得世界的认同和好感。体育全球化作为一个体育话语表达平台<sup>[8]</sup>,各国体育话语在这一平台上呈现激烈的多元博弈,目的是抢占话语制高点,寻求本国体育的国际认同。虽然当今体育话语的制高点被西方发达国家盘踞,但中国功夫、太极拳等中国传统体育也逐渐走出国门,成为他国民众认识和了解中国的载体,并以其独特的魅力获得广泛的民众参与和认同。中国传统体育话语所蕴含的内在精神意蕴和价值,能有效解决现代化所导致的精神危机,与西方现代体育互补,为世界贡献中国智慧,在凝聚认同中一定程度上纠正西方中心主义偏见,重塑良好的中国新形象。

### 1.3 体育话语权改善中国体育形象

体育话语权,以体育话语为载体,利用权威性的力量,为体育形象的塑造提供权利与权力的双重保障。体育形象是国家形象的感性标志。1979年,国际奥委会通过了“名古屋决议”,恢复中国在国际奥委会合法席位。此后,中国在国际体坛争取到了一定的发言权,体育事业气象万千、蒸蒸日上。中国体育的腾飞,及焕然一新的面貌,其背后离不开体育话语权的支撑。话语权具有阐释、决策和构建的效力。体育话语权主要表现于项目规则的制订、修改和解释,赛事举办权的归属等方面,能在塑造自身体育形象上掌控主动权,防范他国对中国体育形象的话语威胁,避免中国声音被雪藏,在话语交锋中主动向世界说明自己,用自身话语定位体育形象。

高质量的体育话语不仅能有效表达中国体育的诉求和声音,拓宽中国体育进一步走向世界的路径,而且能传播中国体育文化和价值观念,提高中国体育的影响力,改善中国体育形象。2008年北京奥运会,“人文奥运”、“绿色奥运”、“同一个世界,同一个梦想”等体育话语成就了一届“无与伦比”的奥运会,让世界惊叹。并且,极大地提升了民族自豪感,在国民心目中树立了良好的体育形象。在国际体育赛事这个展示国家形象的舞台上,体育话语权的缺失不仅干扰竞技比赛的结果,而且会导致我国体育形象陷入被他国定义的被动局面。2012年伦敦奥运会上,西方国家对叶诗文优异表现的质疑,张文秀的铜牌得而复失,中国女子自行车队的申诉失败等不和谐现象的出现,使得中国体育形象被西方强势话语涂抹上负面的色彩。

## 2 中国体育国际话语权塑造国家形象的现实困境及出路

### 2.1 积极参与国际体育事务

体育国际组织在修改竞赛规则、审批国际赛事、设置比赛项目等体育事务享有决定权,是具有话语权

的国际组织，其国际奥林匹克委员会更是体育话语权的集大成者。“在国际体育组织中任职人数的比例影响着权力的大小更影响着话语权的分量，尽管经过几代人的努力，我国在国际奥委会委员席位中占据一定比例，但是加上已经卸任的委员还不到3%，进入国际单项体育组织的人数也很少，100多个国际单项体育组织中的中国人比例不到2%，很多国际单项体育组织中中国人从未担任过任何职务”<sup>[8]</sup>。我国在国际体育组织中担任职务不多，进入核心决策层的更是凤毛麟角。在国际体育组织中人员缺位，并进而失语是中国体育在国际上的真实境遇。

“没有参与就没有发言权”<sup>[9][21]</sup>。要增强中国在国际体育组织中的话语权份额，必须以自信、开放的姿态全面参与国际体育事务，进行自身的角色和责任定位，实现角色与功能的有机统一，弥补由历史原因所造成的参与空缺。大力培养体育外交管理人才，扩大我国在国际体育组织中任职人员的基数和影响力。强化体育权利意识，决不能再做“沉默的他者”，勇于向世界表达中国体育诉求，传递中国体育话语，营造公正、合理及多元的世界体育话语体系。选择性地承办具有国际影响力的体育赛事。譬如，中国此次积极申办冬奥会，并成功将2022年冬奥会举办权揽入怀中，除了有益于中国的社会经济发展，更会在无形中通过奥运会这个平台，提升我国在体育界尤其是冰雪项目上的话语权。

## 2.2 增强中国传统体育话语的亲合力、感召力和认可度

以奥林匹克为标志的体育全球化浪潮，裹挟着西方体育文化及其价值观念对全球其他多元的民族体育文化进行“温柔肃杀”。西方体育话语成为一种强制性的力量，造成对中国传统体育话语的消解和淹没。中国正承受着既希望他者认可，却又不希望丧失独立性这两者撕裂所带来的阵痛，在寻求西方认同的过程中，民族传统体育日益边缘化。武术，作为国粹体育，虽在国外民众中获得一定得认可度，但为进入奥运大家庭，不断地削足适履，以西方体育的标准改造自身，导致技术体系的变异和武术文化的病态化。武术“入奥”也最终走向失败，武术无奈和落寞的身影是我国民族传统体育“失语”的艰难写照。中国民族传统体育的处境，隐喻出民族体育话语的“失声”与边缘化，致使我国体育话语权内在支撑的倾塌。

亨廷顿<sup>[10]</sup>在《再论文明的冲突》中认为：“随着现代化的推进，回归自己固有的文化已经成为一种趋势。”民族传统体育文化是体育的血脉和灵魂，对体育的发展提供精神动力和智力支持<sup>[11]</sup>，其价值观的号召力和感召力是构建体育话语体系的宝贵资源。我国要

在广博的民族传统体育资源、源远流长的体育文化基础上，“建立中国体育文化的话语体系，建立起与国际接轨的中国体育话语体系”<sup>[9][21]</sup>。中国传统体育话语蕴含着“天人合一”、“内外兼修”、“刚柔并济”等丰富的精神内涵。为此，在体育文化传播和交流中要强化中国传统体育话语阐释力，进而增强中国体育话语的亲合力、感召力和认可度，提振中国体育话语走向世界的自信心。实现我国体育的现代化和民族传统体育创造性转变的辩证统一，打造具有主流地位的中国体育话语体系。

## 2.3 增强中国体育话语体系的逻辑性和价值正当性

长期以来，我国体育在工具理性和价值理性上的失衡，导致人本主义精神的消亡以及人的异化。中国体育缺乏群众基础、体育人口数量停滞不前、学生体质持续下降、职业体育“事业化”而非“产业化”，都是我国体育话语内在逻辑和价值失范化的表现。“话语之所以能产生权力，很大程度上在于它所包含的价值观和意识形态被认同”<sup>[12]</sup>。当体育话语逻辑混乱，价值失范，认同便难以建立，权力流失，形象扭曲。尤其在建设体育强国的背景下，“如果人民群众日益增长的体育需求不能得到满足，民族健康素质不能得到整体提高，体育改革与发展中的一些深层次矛盾和问题不能得到很好的解决，体育话语的质量就会下降，国家体育的形象也将严重受损，体育强国的梦想更难以实现”<sup>[12]</sup>。

增强中国体育话语体系的逻辑性和价值正当性，体育话语实施主体必须遵循体育的发展规律、树立人文体育观、实现体育的终极关怀——人的全面发展。体育主管部门要以发展的眼光改良中国体育体制，大力发展群众体育和学校体育，增强人民体质，树立健康、自信的国民形象；媒体在报道体育赛事时要具有人文关怀精神，淡化“唯金牌论”意识，同时肩负舆论监督功能，惩恶扬善，兴利除弊，实事求是地传播真实的中国体育形象；运动员作为国家的形象大使，必须努力提高自我的综合素质和媒体应对能力，积极践行奥林匹克精神，展现顽强拼搏、团结友爱的运动家风范。

塑造良好的国家形象是凝聚中国力量、实现“中国梦”的重要诉求。体育话语权的提升、国家形象的塑造，两者互相契合。体育话语权能有效促进中国国家形象，但必须审思“西强中弱”的体育话语格局。以发展的眼光看，中国未来拥有巨大的话语提升空间。因此，在中国体育现代化进程中，要抓住契机，避开现代化“陷阱”，抢占话语权的制高点，促进中国体育

健康持续发展, 构筑体育强国梦, 展现自信、开放、负责任的新兴大国形象。

### 参考文献:

- [1] 戴维·赫尔德. 治理全球化——权力、权威与全球治理[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 2.
- [2] 梁立启, 邓星华. 话语权: 全球化时代中国体育的诉求[J]. 北京体育大学学报, 2014, 37(11): 33-35.
- [3] 王啸. 国际话语权与中国国际形象的塑造[J]. 国际关系学院学报, 2010(6): 60.
- [4] 阮建平. 话语权与国际秩序的建构[J]. 现代国际关系, 2003(5): 32.
- [5] 郭晴, 王宏江. 北京奥运背景下的中国国家形象研究[J]. 体育科学, 2009, 29(8): 10.
- [6] 刘剑. 20世纪20年代我国体育话语权诉求的历史回顾[J]. 体育学刊, 2010, 17(7): 23-26.
- [7] 孙科, 王会寨, 周楠. 观念的错位——对伦敦奥运会报道系列事件的分析[J]. 体育与科学, 2012, 33(5): 37.
- [8] 谭达顺. 在失衡的格局中失权: 我国国际体育话语权现状分析及拓展路径研究[J]. 成都体育学院学报, 2013, 39(5): 21.
- [9] 邓星华. 现代体育传播研究[M]. 北京: 人民体育出版社, 2006.
- [10] 塞缪尔·亨廷顿. 再论文明的冲突[J]. 李俊清, 编译. 马克思主义与现实, 2003(1): 40.
- [11] 肖焕禹, 邵雪梅. 体育强国内涵的阐释[J]. 体育科研, 2009, 30(4): 4.
- [12] 张志洲. 话语质量: 提升国际话语权的关键[J]. 红旗文稿, 2010(14): 24.

