

·探索与争鸣·

# 体育构建中国国家形象的内蕴逻辑、发展历程和实践路径

靳大力<sup>1, 2</sup>

(1.国家体育总局 体育文化发展中心, 北京 100061; 2.山东大学 马克思主义学院, 山东 济南 250100)

**摘要:** 全球化时代, 国家形象是国家软实力的重要内容。体育强国建设对提升中国体育国际影响力有明确的要求。运用国家形象理论, 分析体育构建中国国家形象的内蕴逻辑: 提升“客观源像”与改善“主观印象”相统一的理论逻辑, “强种强国”目标下“土洋体育”同构的实践逻辑。研究认为, 近代以来, 体育构建中国国家形象经历了体育救国、体育兴国、体育大国的发展历程, 正在向体育强国迈进。基于理论与历史分析, 提出体育构建中国国家形象的5条路径: 一是提升体育综合实力, 夯实中国国家形象体育之维; 二是提升体育传播能力, 讲好中国体育故事; 三是加大体育外交力度, 厚植中国国家形象民意基础; 四是打造明星项目和明星运动员, 凝练国家形象符号; 五是开展危机管理, 有效应对损害形象的危机事件。

**关键词:** 体育文化; 国家形象; 体育传播; 体育外交

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-7116(2024)03-0001-06

## The inherent logic, development history, and practical path of building China's national image through sports

JIN Dali<sup>1,2</sup>

(1.Sports Culture Development Center, General Administration of Sport of China, Beijing 100061, China;

2.School of Marxism, Shandong University, Jinan 250100, China)

**Abstract:** In the era of globalization, national image is an important component of a country's soft power. The construction of a leading sporting state poses requirements for enhancing China's international influence in sports. Using the theory of national image, this study analyzes the inherent logic of sports in building China's national image: namely that the theoretical logic of unifying "the objective source" and improving "the subjective impression", and the practical logic of unifying "local and foreign sports". The research suggests that the history of building China's national image through sports undergone several stages of sports saving the country, sports revitalizing the country, and sports magnifying the country, and now is becoming a leading sporting state. Based on analysis of theory and history, it proposes five path for sports to build China's national image: the first is to enhance the comprehensive strength of sports and solidify the dimension of China's national image sports; the second is to enhance the ability of sports communication and tell the story of Chinese sports well; the third is to increase the strength of sports diplomacy and cultivate the public opinion foundation of China's national image; the fourth is to create star projects and star athletes and to condensing national image symbols; the fifth is to carry out crisis management and effectively respond to crisis events that damages the national image.

**Keywords:** sports culture; national image; sports communication; sports diplomacy

习近平总书记在北京冬奥会、冬残奥会总结表彰大会的讲话中, 明确指出“四场开闭幕式精彩纷呈, 人类命运共同体的主题贯穿始终, 中华文化和冰雪元

素交相辉映, 体现了自然之美、人文之美、运动之美, 诠释了新时代中国可信、可爱、可敬的形象”<sup>[1]</sup>。近代以来, 体育为中国国家形象构建发挥了重要作用, 在

收稿日期: 2024-01-07

作者简介: 靳大力(1983-), 女, 讲师, 博士研究生, 研究方向: 体育治理, 党史党建。E-mail: jindali007@126.com

不同历史阶段具有不同的实践主题,成为国家软实力的重要内容,振奋了民族精神、增强了国际交流。“国家形象问题是中国当前最棘手的战略问题”<sup>[1]</sup>,2008年北京奥运会后,体育与国家形象构建引起学者关注。已有研究主要基于体育的超民族、超国界、超意识形态特点,围绕以奥运会为代表的体育赛事和竞技体育,研究中国国家形象在国际上的塑造和传播。总体来说,学界对体育构建中国国家形象达成了重要性共识,但理论研究还不多、系统性不强。在中国日益走近世界舞台中央、体育强国建设进入新征程的当下,研究体育构建中国国家形象的内蕴逻辑、发展历程和实践路径,从整体上形成对这一论题的科学认识和整体把握,对于加快体育强国建设、实现体育服务国家发展战略具有重要意义。

## 1 体育构建中国国家形象的内蕴逻辑

### 1.1 国家形象的多维探究

国家形象是“包括对内的本国公众和对外的国际公众对一国在整体上和具体的不同领域、不同维度上的定位、认知与评价”<sup>[2]</sup>。

基于信息论、传播学等理论,国家形象的构建机理可以遵循“塑造—传播—接收”的逻辑展开。在塑造环节,据社会同一性理论,人们会自然地偏爱“内群体”而排斥“外群体”,即形象塑造国倾向于塑造本国的正面形象和他国的负面形象,一国的国家形象是“是本国自我话语描述和他国话语描述相互博弈的结果”<sup>[3]</sup>。在传播环节,受时空相隔、文化差异等限制,国内外受众需要通过一定的中介把握国家形象。据此,有学者指出,媒体与专家决定我们观看世界其他地方的方式<sup>[4]</sup>。在接收环节,接收者接收信息后,基于自身以往的认知视野,对接收到的信息进行再加工,形成对一国的印象。在国际传播中,西方以其话语霸权占据主导地位,同时由于中西方语言、文化等的差异,中国国家形象面临着时常被误读甚至故意歪曲的情况。中国国家形象构建还没有摆脱“有理说不出、说了传不开、传开叫不响”的困境。

体育是国家形象的重要内容,被誉为世界性语言,对内提振信心、凝聚力量,对外交流互动、改善关系。与国家政治形象、经济形象等相比,体育对国家形象构建有特殊优势,可以缓解其他方面的负面舆论,对冲负面形象。

### 1.2 提升“客观源像”与改善“主观印象”的统一

体育与政治、经济、生态等多重维度一起,共同构成国家形象。基于对传播过程影响因素的动员和整合,体育又增强了国家形象的传播力。也就是说,体

育既是国家形象的组成之维,又是国家形象的传播之器,实现了提升“客观源像”与改善“主观印象”的统一。

体育作为国家形象的组成,从国民个体与社会集体两个层面提升国家“客观源像”。体育塑造身心健康的国民形象。马克思指出:“国家总是从一定的个人的生活过程中产生的。”<sup>[5]</sup>在国际视野看,“国家形象写在公民脸上”<sup>[6]</sup>。运动延缓衰老已经从医学、生物学等领域获得证实。第5次国民体质监测发现参加体育锻炼者的体质好于同性别、同年龄的不参加体育锻炼者。体育运动对个体全生命周期的心理健康具有积极作用,不仅有效缓解焦虑、抑郁等心理问题,还对增强自信、锤炼意志具有显著效果。在体育活动中,参与者彼此之间合作、竞争,就规则、行为、结果等信息交流,有效促进了个体的社会化。体育塑造繁荣强盛的社会形象。美国学者蒂姆·西斯克说:“一个社会在体育方面的成功反映了这个社会的结构运行良好。如果一个社会在体育方面十分出色的话,这个社会在管理整个社会方面也会相当出色。”<sup>[8]</sup>在此语境中,体育是国家形象的象征。1964年日本成功举办奥运会,成为日本复兴崛起的里程碑,向世界展示了从战败废墟中恢复的国家形象。

“客观源像”一经确定,改善“主观印象”,加强传播能力建设是关键。贝罗传播模式把传播过程分解为传播主体、传播内容、传播通道和受播者,在受播者不变的情况下,体育实现了传播主体、传播内容和传播通道的动员和整合。传播主体从不同的角度可以进行不同的划分,如“自我”与“他者”、“官方”与“民间”等。研究发现,外媒对中国报道时,相较于政治、生态等议题,文化体育议题的正面报道最多,负面报道最少<sup>[9]</sup>。在信息爆炸时代,信息量与传播实效正相关,即关于一国的信息越充足,越有利于提升国家形象的传播实效。体育媒介事件如奥运会、世界杯等大型国际赛事,形成国家形象“展示/观看”的场域。这个场域中,不仅竞技体育成为传播内容,东道主国家的经济实力及文化特色、各参赛国家运动员的衣着言行等都有可能被聚焦、放大。体育常常能够跨越障碍建立传播通道。在传统交流渠道受阻的情况下,体育以其政治色彩弱而政治功能强的特征,担任交流的“先行官”,为国家形象的信息传播开辟通道,培育持友好态度受播者。2010年南非国际足联世界杯让非洲特色喇叭“嗡嗡祖拉”名闻天下。2023年杭州亚运会上,朝鲜运动员老款跑鞋、没有护腕等被媒体关注并解读,折射出经济水平有待提高、具有拼搏精神的朝鲜国家形象。

### 1.3 “强种强国”目标下“土洋体育”的同构

19世纪中叶以来,诸多有识之士历经探索,提出“强国必先强种,强种必先强身”的论断。在“西学东渐”的背景下,西方体育传入中国,与中国传统体育在碰撞中走向融合。中国近代体育的发展,从开端就被赋予重塑国家形象的使命。

武术是“土体育”的主要代表。武术蕴涵的尚武崇德传统与时代强烈的强国强种主题交相呼应,承担起强壮国民身体、提振民族精神、重塑国家形象的责任,代表国人从传统中寻求强国强种良方的努力。中国武术在晚清和民国长足发展,被誉为“中国武术史上最为繁盛的一个黄金阶段”<sup>[10]</sup>。在民间话语中,大量擂台比武的实践和故事广泛传播。身强力壮的西洋拳师态度傲慢的出场,中国武者擂台比武大胜西洋拳师,并宣教中国武术技击背后之“道”。中国武者个体的胜利,隐喻地表达了中华民族之强。抗战时期,中国军队“大刀队”取得抗日大捷,在民族危亡的语境下,比武演变为战争,中国大刀战胜日本刺刀,彰显了民族的自强不息,坚定抗战胜利的信心。在西方体育思想的影响下,一些有识之士主张“用科学的方法和原理对武术进行梳理”<sup>[11]</sup>,促进“土体育”的现代化转型。以1936年中国武术赴柏林奥运会参加表演为标志,武术借鉴吸收西方体育特点,走向国际体育舞台。目前,武术已作为中国形象文化符号活跃在国际体育赛场,在世界各地广为传播。

基于《奥林匹克宪章》的国际奥林匹克运动,让体育具有维护国家主权和领土完整、展示国家实力的功能。“在过去100年里,中国人对西方体育运动的兴趣主要是由一种建立现代国家身份的集体渴望来推动的,也就是说为了救国、为了脱掉中国‘东亚病夫’帽子,让中国强大起来,不受威胁”<sup>[12]</sup>。20世纪初,在内忧外患中摸索现代化道路的国人,迫切需要以国际体育赛事确立现代国家身份。1932年中国第一次参加奥运会,粉碎了“伪满洲国”企图借奥运会获得国际社会承认的阴谋。1952年新中国首次派出代表团参加奥运会,表达了作为主权国家参与国际赛事合法性和唯一性的立场。为反对国际奥委会制造“两个中国”的阴谋,中国在1958—1979年中断了与国际奥委会的关系。1984年许海峰代表中国获得奥运首金后,中国逐步走上了奥运会金牌榜第一梯队,“升国旗”“奏国歌”鼓舞了国人,也赢得了声誉。2008年北京夏季奥运会和2022年北京冬季奥运会后,北京成为奥运历史上第一个双奥之城。100多年来,中国奥运之路从20世纪初“还有我”的屈辱呐喊,走向2008年“我是谁”的苦心解释,在2022年展示了“一起向未来”的自信开放。

## 2 体育构建中国国家形象的历史考察

### 2.1 体育救国：自救自强的文明古国

体育救国历史时期自1840年鸦片战争拉开帷幕,直到1949年新中国成立。这一时期,救亡是社会共识和话语主基调。在内忧外患的危机下,有识之士痛感中国传统社会“重文轻武”的弊病,“尚武”“尚力”成为社会思潮,体育作为“武”与“力”的载体和象征,被社会各阶层关注。张之江在《国术与体育》中指出,讨论体育“必须把全副目光射在救国二字上”。曾国藩、李鸿章等洋务派首先在军队中引入西方兵操,曾国藩认为:“军队只有每天不懈的操练,才能锻炼其体魄。”严复、梁启超等维新派开出“鼓民力、开民智、新民德”救国教育方案,强健国民体魄成为国家意志和民族责任。孙中山、黄兴等革命派主张通过体育培养革命骨干。中国共产党早期领导人陈独秀、毛泽东、恽代英等先后撰文倡导体育运动。1917年毛泽东<sup>[13]</sup>忧于“国力茶弱,武风不振,民族之体质,日趋轻细”,分析了体育的本质、功能、价值、方法。在中国共产党领导新民主主义革命的历程中,体育工作与军事工作紧密联系,贯彻“锻炼工农阶级铁的筋骨,战胜一切敌人”<sup>[14]</sup>的方针,部队官兵开展常态化军事体育训练。在中国共产党局部执政的中央苏区、延安,党采取设立体育委员会、组织运动会等各种方式发展人民体育,确保人民的体育权。1941年毛泽东为《解放日报》题词“发展体育运动,提高人民体质”,中国共产党红色体育思想体系逐步形成。

### 2.2 体育兴国：走向振兴的红色国家

体育兴国历史时期自1949年新中国成立开始,在文化大革命十年中曲折发展,直至1978年改革开放前夕。与我国实行的计划经济体制相适应,这一阶段体育发展呈现出鲜明的计划特色,初步建立体育发展举国模式,即政府设定发展目标,并利用行政权力调配资源,整合力量保障目标实现。这种体育体制对于打破西方阵营对新中国的孤立封锁,在基础薄弱的条件下,集中力量实现局部突破发挥了重要作用。在第一任中央体育运动委员会主任贺龙领导下,新中国第一代体育工作者胸怀振兴祖国目标,建设国家级体育馆、举办全国运动会、建立国家体育代表队。贺龙提出“体育要为广大人民群众服务”“打球……是为了党和人民,为了祖国的荣誉”。20世纪50年代,我国经济还处于恢复期,体育活动已经蓬勃开展起来。群众参与体育活动热情高涨,举重、兵乓球、登山等一些优势项目在国际竞技体育赛场崭露头角,陈镜开、吴传玉、容国团等运动员先后在国际赛场打破世界纪录或夺冠,站起来的中国人民扔掉“东亚病夫”的帽子,展

现中国人民的崭新形象<sup>[15]</sup>。体育成为国际公众了解新中国的窗口。特别是1954年国际奥委会承认中华全国体育总会为中国奥委会,成为新中国融入国际大家庭的标志性事件。1961年新中国首次举办世界性体育大赛世界乒乓球锦标赛。1971年“乒乓外交”促成隔绝了22年的中美两国关系破冰。截至1978年新中国与世界156个国家开展正常国际体育交往,拉近了中国与世界的距离。

### 2.3 体育大国: 跻身世界前列的开放国家

体育大国历史时期自1978年党的十一届三中全会开始,至2012年党的十八大召开。1979年中国体育界率先喊出“冲出亚洲,走向世界”的口号,得到国内各界响应。20世纪80年代,在“竞技体育优先发展”的战略安排下,取得女排“五连冠”等辉煌战绩。90年代,中国体育的行政体制改革取得突破,社会和企业参与到体育发展中来。政府单一主体办体育,发展为政府、市场、社会多元主体,在集中力量保障国家战略目标的同时,体育获得市场化和职业化发展,新型举国体制逐步形成。1995年国家《体育产业发展纲要》《全民健身计划纲要》《奥运争光计划》先后出台,有力促进竞技体育、群众体育和体育产业的发展。体育外交掀开新篇章,根据“一国两制”伟大构想,成功解决国际体育组织涉台问题,1979年中国重返国际体育大家庭。这一时期,中国积极履行国际体育责任,在兴奋剂问题上提出“三严”方针,成立兴奋剂检测实验室,坚决维护公平纯洁的体育道德。向世界多个国家和地区援建体育场馆,派出援外教练。成立援外教练办公室,负责援外教练工作。重要国际赛事落户中国,1990年新中国第1次举办综合性国际体育大赛——第十一届亚运会,2001年中国申办奥运会成功,2008年北京奥运会成功举办改变了世界眼中的中国,美国《洛杉矶时报》刊登《感觉今非昔比》的文章,认为在中国积极准备北京奥运会之际,全世界的目光都集中在中国所取得的辉煌成就上,中国过去的落后面貌已渐渐淡出人们的视线。

### 2.4 体育强国: 致力于民族复兴的现代化强国

体育强国历史时期自2012年党的十八大召开至今。党的十八大开启中国特色社会主义建设的新时代,在“体育强则中国强,国运兴则体育兴”的战略定位中,体育强国建设与中华民族伟大复兴紧密相连,成为“中华民族伟大复兴的标志性事业”<sup>[16]</sup>。

2014年2月习近平出席索契冬季奥运会开幕式,在接受采访时指出“我们的目标是建设体育强国”。2017年“加快推进体育强国建设”正式写入党的十九大报告。2019年《体育强国建设纲要》印发,2020

年党的十九届五中全会确立2035年基本建成体育强国的远景目标,建设体育强国成为当前体育发展的时代要求。这一时期体育发展的价值指向更加突出“以人民为中心”,将体育事业作为不断满足人民对美好生活需要的民生工程。健康中国上升为国家战略,全民健身工作和公共体育服务体系逐步形成。体育治理体系深化改革,稳步推进运动项目协会实体化,社会和市场力量更多参与到体育强国建设中来,着力开展运动项目的普及推广,以马拉松为代表的群众体育赛事蓬勃发展。竞技体育方面,以金牌证明自身的社会心态发生改变,国民看待比赛成绩和运动员更加理性和包容,在盛赞体育精神的基础上,“不以成败论英雄”得到认可。特别是2022年北京冬奥会的举办,向世界尽展友善、开放、包容的大国自信和风范<sup>[17]</sup>。

## 3 体育构建中国国家形象的实践路径

### 3.1 提升体育综合实力,夯实中国国家形象体育之维

中国国家形象体育之维建立在中国体育事业不断发展的基础上。习近平在党的二十大报告中指出:“广泛开展全民健身活动,加强青少年体育工作,促进群众体育和竞技体育全面发展,加快建设体育强国。”<sup>[18]</sup>加快建设体育强国,既要实现体育自身强,又要实现体育融入国家发展大局强,关键是解决体育发展不平衡不充分问题。

目前,我国竞技体育发展已经迈入世界前列,但群众体育、体育产业发展不足,经常参加体育锻炼人数、人均健身场地面积、国民体质健康水平、体育产业增加值占同期国内生产总值的比重等关键指标与世界体育强国相比还有相当差距。竞技体育内部项目发展不平衡,体育资源东部多、大城市多,西部和乡村较少。对此,应落实全民健身国家战略,向农村、西部、革命老区、边疆地区倾斜全民健身公共服务资源,发展群众喜闻乐见的运动项目,推动冰雪运动“南展西扩东进”战略,广泛开展全民健身指导服务,实施青少年、妇女、农民等重点人群体质健康干预,构建健康国民形象;提升竞技体育综合实力,完善举国体制与市场机制相结合的竞技体育发展模式,开展科学化训练,建设复合型训练团队、体育科技协同创新平台和“训、科、医、教、服”一体化训练基地,构建多部门合作、多主体参与的金字塔式体育竞赛体系,走职业化道路,支持教练员、运动员职业化发展,提高为国争光能力;加快发展体育产业,促进体育制造业转型升级、体育服务业提质增效,培育具有国际竞争力的体育企业和体育品牌,丰富体育赛事供给,激发大众体育消费需求,完善体育市场监管体制;发展

体育文化,弘扬中华体育精神,讲好运动员爱国拼搏的故事,创作具有时代特征、体育内涵、中国特色的体育文化产品;提升中国体育国际影响力,加强体育交往,推动以武术为代表的中国传统体育项目国际化发展,以体育人文交流促进“一带一路”、金砖国家、上海合作组织等多边合作。提升体育对经济社会发展的贡献力,推动体育与健康、养老、文化、旅游、教育、科技等行业融合发展,做好“体育+”文章,发挥体育促进乡村振兴、实现共同富裕的独特作用。

### 3.2 增强体育传播能力,讲好中国体育故事

国家形象构建离不开传播。体育作为全人类共通语言,对于中国国家形象构建具有独特的优势。将理论上的传播优势转化为现实中的传播实效,需要进一步提升体育传播能力,讲好中国体育故事。

目前,国内媒体虽然发展迅速,但其国际传播实力与西方国家尚存差距。我国体育传播还存在不愿说、不想说的误区,在具体的传播实践中,与受众多元心理需求、接受习惯还有一定差距,存在不会说、不敢说的情况。对此,应明确表达不等于送达、接收不等于接受的传播理念,着力提升体育传播的送达力与接受力。从体育传播主体看,讲好中国体育故事需要实现“自己讲”和“他人讲”的结合。在国内传播中,发挥官方媒体主渠道作用,科学引导自媒体发声。在国际传播中,学会“借船出海”,与国际媒体合作。从体育传播内容看,讲好中国体育故事需要实现民族与世界性的结合。在中国传统文化中汲取营养,讲中国传统体育现代化转型发展的故事,挖掘中国体育背后的民族精神。基于国际视角,在交流互通中找到不同逻辑体系和话语体系的共情点、共鸣处,追求人类共同价值,呈现既有东方神韵又有国际气质的中国体育形象。从体育传播方式看,讲好中国体育故事需要实现体育自身传播与借助媒体传播的结合。体育的仪式性和参与性使体育自身具有了传播功能,体育赛事、体育活动类似节日庆典,将人们聚集在一起,以面对面或直接体验的方式进行信息交流,实现人际传播,具有更直观、影响更持久的特点。相比而言,大众传播具有传播速度快、信息量大、覆盖面广等特点。中国体育传播需要综合运用多种传播方式,以技术赋能数字传播,特别是充分利用新媒体技术,实现传播的多角度、多渠道,从单向度的宣传转变为多向度的对话。

### 3.3 加大体育外交力度,厚植中国国家形象民意基础

体育外交能够跨越政治、文化、种族和宗教屏障,厚植民意基础,以“民相亲”推动“国相交”。习近平在2023年给美国华盛顿州“美中青少年学生交流协会”和各界友好人士回信中指出,“体育是增进人民友

谊的纽带”<sup>[9]</sup>。加大体育外交力度,既要发展以体育为主体的外交,又要将体育元素融入中国特色大国外交的总体规划。

当前国际关系的复杂矛盾在体育领域不断凸显,给我国体育外交提出新挑战,影响中国国家形象构建。对此,应继承新中国成立以来体育外交实践经验,继续开展体育赛事外交、体育援助外交、体育人文交流。体育赛事外交以国际大型体育赛事为重点,采取承办、支持或反对的方式表达国家态度。体育援助外交以发展中国家为重点,采取援派教练专家、援建场馆设施等方式展现中国友好、负责的大国形象。体育人文交流在中外人文交流机制的框架下,重点发展与“一带一路”沿线国家、金砖国家、上合组织国家的体育交往,实现文明交流互鉴。根据中国特色大国外交的总体规划,体育外交还需要进一步加强顶层设计,实现体育部门与外交部门的联动。基于中美关系在中国外交中十分重要的地位,与美国开展体育交流是中国体育外交的重要内容。伴随中国综合国力不断增强,美国已经将中国视为战略竞争对手,在体育领域出现了抹黑我国运动员、抵制北京冬奥会等言论。中美体育外交问题频发是中美国际关系进入矛盾频发阶段的表现,开展两国之间体育文化交流,增进民众互信互亲是两国改善国家间关系都必须重视的问题。

### 3.4 打造明星项目和运动员,凝练体育文化符号

文化符号是国家形象的重要载体,是国家知识和民族精神的凝练表达。中华体育文化符号是在体育事业发展过程中形成的具有鲜明体育特征、集中体现中国价值和精神的代表性符号。

明星运动员是体育文化符号的重要来源。运动员被称为“穿运动衣的外交家”,一些运动成绩突出、受关注度高的明星运动员,其言行与国家形象直接相关。篮球明星姚明是中华体育文化符号的典型代表,姚明以精湛的球技跻身NBA联盟一线球星,其勤勉、坚韧不拔,东方式幽默生动诠释了中华文化精髓,被誉为“中国形象的代言人”,获得中美两国人民的喜爱。在运动员中凝练中华体育文化符号,需要加强对运动员综合素质的培养,除了提升运动员的竞技水平,还要培养运动员的爱国意识、道德品质、媒体素养,在提升运动员个人形象的基础上展现国家形象。明星项目是体育文化符号的另一个重要来源,在明星项目中凝练体育文化符号,应从优势和传统项目两个方面入手。乒乓球是我国优势项目的代表,被称为中国“国球”,有辉煌的竞技成绩和深厚的文化积淀。中国乒乓球秉持“中国乒乓 世界共享”的理念,帮助世界各地乒乓球项目发展,是我国对外友好交流的重要方式,树立

海纳百川的大国形象。武术起源于中国,是我国传统体育项目的代表,当代中国与世界研究院自2012年以来每年面向海外开展中国国家形象全球调查,武术连续10年位列最受海外民众认同的中华文化符号前3位。总部设在北京的国际武术联合会目前拥有来自五大洲158个国家(地区)的会员协会,是开展国际人文交流的重要平台。

### 3.5 开展危机管理,有效应对损害形象的危机事件

当前,体育领域损害形象危机事件集中发生在反兴奋剂、赛事组织和知名运动员言行失当方面。国际上,反兴奋剂问题长期与政治斗争交织,动辄将中国运动员个人兴奋剂违规上升为“集体组织使用”,与中国体育发展模式挂钩,进而攻击中国社会主义制度。对此,中国鲜明提出“零出现”“零容忍”反兴奋剂立场,同时还要加强在世界反兴奋剂机构中的话语权,讲清楚中国开展反兴奋剂工作的决心、工作模式,以及以国家力量打击兴奋剂违规的有效性。在全民健身热潮中,各类群众赛事蓬勃发展,在满足人民群众健身需要的同时,也暴露出赛事组织的问题,如多地发生的马拉松赛事“终点事件”,引起民众的高度关注。个别知名运动员持牌自重,言行失当,引发舆情。对此,体育系统应加强行业管理,同时还要建立危机管理机构,预警危机事件,根据危机管理的基本原则,采取有效行动开展危机攻关并善后。

近代以来中国体育发展史就是一部中国国家形象构建史。当前,承担新时代赋予体育的责任使命,应从中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局“两个大局”中定位体育,提升体育构建中国国家形象的自觉,正视中国国家形象构建面临的文化差异、传播短板,意识形态领域斗争等问题,发挥体育改善民生、振奋精神、人文交流等作用,为构建良好中国国家形象贡献体育力量。

### 参考文献:

- [1] 习近平. 在北京冬奥会、冬残奥会总结表彰大会上的讲话[N]. 光明日报, 2022-04-08.
- [2] 乔舒亚·库珀·雷默. 中国形象: 外国学者眼中的中国[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2008: 8.
- [3] 张楠. 新时代中国国家形象传播研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2020: 30.
- [4] 蒙象飞. 中国国家形象话语体系建构中的符号媒介考量[J]. 云南社会科学, 2017(5): 44-49.
- [5] 爱德华·萨义德. 报道伊斯兰——媒体与专家如何决定我们观看世界其他地方的方式[M]. 上海: 上海译文出版社, 2009.
- [6] 马克思恩格斯文集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 524.
- [7] 崔斌箴. 国家形象写在公民脸上[J]. 对外传播, 2011(1): 37-38.
- [8] 赵均. 体育与中国国家形象研究[J]. 北京体育大学学报, 2012, 35(1): 32-36.
- [9] 喻国明, 胡杨涓. 外媒话语构造中北京形象的传播常模(下)[J]. 对外传播, 2016(11): 43-44.
- [10] 中国卿. 中华复兴视角下的近代武术发展[J]. 武汉体育学院学报, 2014, 48(9): 70-74.
- [11] 倪金福, 张顺英. 论国学视角下中国武术的回归[J]. 体育学刊, 2014, 20(5): 124-126.
- [12] 徐国琦. 奥林匹克之梦: 中国与体育 1895—2008[M]. 广州: 广东人民出版社, 2019: 309.
- [13] 毛泽东. 体育之研究[M]. 北京: 人民教育出版社, 1979.
- [14] 雷鸣, 刘少英, 丁雨. 新时代“文明其精神, 野蛮其体魄”的价值意蕴及实现路径[J]. 体育学刊, 2022, 29(5): 16-31.
- [15] 刘纯献. 中国共产党以人民为中心的体育价值观研究[J]. 体育学刊, 2021, 28(4): 1-7.
- [16] 体育强国建设纲要[M]. 北京: 人民出版社, 2019.
- [17] 林剑. 坚持合作共赢开放战略 构建体育对外交往新格局[N]. 中国体育报, 2022-09-26.
- [18] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 党建, 2022(11): 4-28.
- [19] 习近平复信美国华盛顿州“美中青少年学生交流协会”和各界友好人士[N]. 人民日报, 2023-08-20.