

● 体育文化传播 ●

从本土到球土:中国体育国际传播叙事体系的构建思路

梁琳尉, 邵 峰

(辽宁师范大学 体育学院, 辽宁 大连 116029)

摘要: 目的 在“球土化”语境下,构建中国体育国际传播叙事体系,是在国际舞台立体展现国家体育形象的关键手段。方法 采用文献资料法和逻辑演进法,从叙事主体、内容、受众、策略、效果五方面对中国体育国际传播叙事体系进行探赜。结果 体育国际传播叙事体系构建问题表征:面临主体单一、内容认同低、受众落脚点不稳、策略“供需”矛盾及效果欠佳,亟需创新与变革以重塑影响力。结论 在构建体育国际传播叙事体系时,需强化主体引领,丰富叙事内容深度,以受众共鸣与反馈为动力,灵活创新传播策略,通过受众共鸣与反馈的循环机制,不断优化传播体系,进一步提升中国体育在国际舞台上的影响力和认同感。

关键词: 中国式现代化;体育国际传播;叙事构建;文化自视;球土化

中图分类号: G812.0 文献标识码: A 文章编号: 1003-983X(2025)04-0001-06

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2025.04.001

From Local to Glocal: Construction Ideas of Narrative System for International Communication of Chinese Sports

LIANG Linwei, TAI Feng

(Liaoning Normal University, College of Physical Education, Dalian Liaoning, 116029)

Abstract: **Objective** In the context of glocalization constructing a narrative system for China's sports international communication is a key means to vividly present the country's sports image on the international stage. **Methods** Literature review and logical evolution methods are adopted to explore China's sports international communication narrative system from five aspects: narrative subjects, content, audience, strategies and effects. **Results** It finds that the construction of the sports international communication narrative system faces several challenges, including a singular narrative subject, low content recognition, unstable audience engagement, a mismatch between supply and demand in strategies, and suboptimal effects. These issues necessitate innovation and transformation to reshape its influence. **Conclusion** It suggests that, in constructing the sports international communication narrative system, it is essential to strengthen the leadership of narrative subjects, enrich the depth of narrative content, and use audience resonance and feedback as a driving force. It advocates for flexible innovation in communication strategies and the establishment of a feedback loop through audience engagement to continuously optimize the communication system, thereby enhancing China's sports influence and recognition on the international stage.

Keywords: Chinese-style modernisation; sports international communication; narrative construction; cultural self-view; glocalization

党的二十大报告提出“增强中华文明传播力影响力”,需要“加快构建中国话语和中国叙事,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”^[1]。随着国际体育话语权的竞争日益激烈,中国迫切需要加强国际

传播能力,建构行之有效的体育国际传播话语叙事体系。体育国际传播叙事体系作为中国特色社会主义话语叙事体系的重要一环,及体育国际传播实践的核心要点,肩负着通过国际传播途径与媒介,向全球受众展现中国体育文化、成就与精神的重任,其本质是一套兼具系统性与策略性的叙事架构。正如陈瑾如等所指,这一体系旨在以有效的方式将中国体育的独特魅力传播于世界舞台^[2]。罗兰·罗伯逊提出的“球土化”Glocalization 概念,为理解全球化与本土化的复杂关系提供了崭新视角^[3],强调二者并非孤立对立,而是相互依存、彼此促进,在矛盾中实现有机统一与互动发展。莱姆伯格将“球土化”理念引入国际传播领域,无疑为体育国际传播的理论探索与实践操作开辟了新的路径,为其提供了强有力的理

收稿日期:2025-01-08

基金项目:辽宁省属本科高校基本科研业务费专项资金资助(LJ11241 0165015)。

第一作者简介:梁琳尉(2001~),女,河南濮阳人,在读硕士,研究方向:国际体育话语权、体育新闻传播。

通讯作者简介:邵 峰(1984~),男,吉林长春人,博士,教授,研究方向:国际体育话语权、体育新闻传播,E-mail:tfllsd@163.com。

论支撑和切实可行的实践框架^[4-5]。在此基础上,“球土化”理念致力于阐释本土体育文化与全球体育文化的双向互动模式,力求在保留本土体育叙事特色的同时,积极吸纳全球体育元素,以此构建体育叙事的宏观格局,增强中国体育文化在国际上的共鸣效应。

国内将国际体育传播研究进一步细化到叙事层面,游迎亚等提出以中国体育故事流改善中国体育故事叙事模式与叙事策略^[6],何平香等试从外宣角度阐释国际传播视域下的体育新叙事^[7],王欢等对现有体育叙事问题及解决途径进行分析,探寻提升中国国际体育叙事效率^[8]。然而如何在体育国际传播叙事体系构建中,巧妙地调和看似矛盾的全球化趋势与本土化需求?如何精准地厘清体育国际传播叙事的构成要素,深入挖掘中国元素对体育国际传播叙事的深刻影响^[9],进而达成体育国际传播从“本土”向“球土”的顺利转变?这不仅是理论探索的关键问题,更是实践操作中亟待解决的难题。

1 理论之维:中国体育国际传播叙事有效阐释之理

叙事理论于20世纪60至70年代在文学批评和语言学研究领域兴起,经历从结构主义叙事学到批判叙事学的转变,研究重点从叙事形式转向意义生成机制及社会功能。20世纪70至80年代西方人文社科学界出现“叙事转向”,叙事理论被引入社会学、历史学等学科,国内学界在2000年后也积极^[10]对体育国际传播叙事进行探究,重点关注中国体育国际传播内容的叙述、构建、听取和解读,以及其理论、机制和实践,避免将体育叙事简单化,强调与国家主体结合,考察体育国际传播各环节实践。体育与叙事学交叉研究始于20世纪80年代,在体育学领域较小众,且该领域叙事学研究单薄,尚无体育国际传播叙事的一般性理论研究,不过艾普尔的“有偏见的叙述必须为符合最新全球历史要求的复调叙事让路”观点为相关研究提供了方向指引^[11]。我国体育叙事研究有微观和宏观类走向:微观叙事聚焦体育题材影视作品、赛事报道或从文学视角看体育;宏观叙事注重体育共性规律和逻辑层面。但这些研究多为本土研究,与叙事的球土化转向相悖。叙事学在体育传播领域有待进一步应用,中国体育国际传播叙事需强化问题导向,正如党的二十大报告指出,问题是时代的声音,回答并指导解决问题是理论的根本任务。现阶段,中国体育国际传播叙事体系构建要针对国际舆论环境的特点不断调整、优化和完善叙事体系^[12]。

2 应然体系:建构中国体育国际传播叙事体系的要素

中国体育国际传播叙事的要素构成有多种提法,石雪认为体系涵盖叙事主体、叙事内容、叙事策略^[13]或沈悦认为包含叙事逻辑、叙事文本、叙事技巧3方面^[14];沈正赋从叙事主体、叙事立场、叙事载体和叙事结构4个方面进行阐释^[15];五要素说从叙事主体、叙事受众、叙事内容、叙事策略与叙事效果5个理论要素探究体系建构与发展。本文延续五要素说融合上述要素,结合体育国际传播的“5W”理论,将本文叙事的要素厘定为叙事主体、内容、受众、策略与效果(图1)。

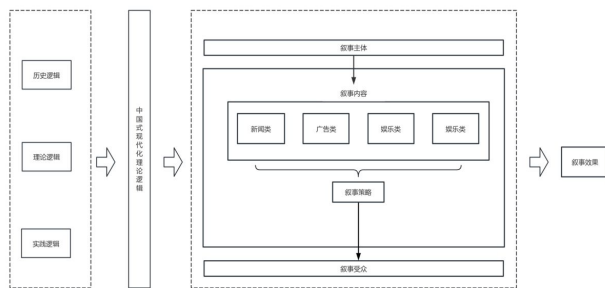


图1 中国体育国际传播叙事理论框架

2.1 叙事主体

叙事主体是一个深度参与者和观察者,在体育国际传播活动中,其相对于叙事受众而言,具有开展实施体育国际传播活动的自觉,是体育国际传播的发起者、施动者和组织管理者。新媒体时代体育国际传播中的叙事主体并非一成不变,大致分为国家政府、群体和个人3类^[16]。当下的体育叙事中处于中观层面的社会群体(国家单项体育协会)职能较弱依附于叙事主体发声,本部分集中讨论国家政府与个人2类叙事主体。就国家政府主体而言,在全权主义媒体体制下,其能够彰显出强大的权威与影响力^[17]。然而由于缺少第三方独立监督,致使媒体公信力受到影响;而自由主义媒体体制的“政媒分离”,依靠媒体作为第三方机构对舆论进行监管,媒体公信力较高。中国在北京奥运会等赛事中吸取经验,邀请第三方国际媒体参与报道,增加叙事的多样性与独立性,传播效果得以提升。而个人作为叙事主体在体育国际传播中具有显著的复杂性,兼具叙事主体与受众的双重身份,传播目的多样。在新媒介环境的助力下,个人凭借网络平台传播体育信息,丰富了传播的形式与内容,还呈现出高民主化与个性化的特征,并且能够巧妙地运用本土文化元素,有力地推动中国体育叙事的发展进程。

2.2 叙事内容

体育国际传播的叙事内容是指通过各种传播平台和方式,在全球范围内传达体育相关信息和事件的内容表达形式,包含新闻^[18]、广告^[19]等几类信息,作为叙事中的描述对象,其呈现方式直接决定了叙事的质量和效果。首先,体育新闻类叙事,在传播全球化的当下,体育新闻是全球体育信息交流的核心构成,聚焦于对现实体育世界的客观精准呈现,如实报道比赛结果、运动员赛场表现以及赛事组织细节等,旨在及时且准确地向全球观众传递体育动态。体育广告类叙事,在体育国际传播中,体育广告起着商业推广与形象塑造的重要作用,通过巧妙创意将体育赛事、运动员与品牌深度关联,传播品牌理念与文化底蕴,同时为体育产业发展提供经济支撑。除上述两种类型外,部分体育事件及运动员个人故事构成叙事的独特内容,超越了单纯的比赛结果,深入挖掘体育在社会层面的影响力,有力地促进了中国体育文化在国际上的传播与认同。

2.3 叙事受众

叙事受众是指接收和解读叙事内容的群体或个人,处于叙事国际传播的逻辑终点,在不同的媒介和文化背景下有不同的特征和反应模式。基于中国体育国际传播的语境,受众群体具有独特的特征和反应方式。但受众不只是被动的接收者,

并不会完全放弃既已形成的态度和观点,在解读过程中通过参与过程,赋予叙事意义。这种参与影响叙事内容的传播效果,还反作用于叙事活动本身,使其更加符合受众的认知和期待。中国作为一个拥有庞大观众群体和日益增长的体育市场的国家,不仅要考虑国内受众的需求和偏好,还需要考虑国际受众的理解和接受程度。融合本土文化与国际视野,中国的传统文化、价值观念和审美标准在叙事中应得到体现。同时,充分考虑国际观众的文化背景和语境,尽量降低“文化折扣率”。借助多语言传播,降低“文化折扣率”,让国际观众更容易理解和接受中国体育的叙事内容。

2.4 叙事策略

叙事策略是叙事主体针对叙事内容进行表达、演绎、阐释和传播的手段,旨在达到特定的叙事目的和效果,最终目的是提高受众或目标群体对叙事内容的接受和理解程度^[13],不仅是操作手段,更是理论逻辑,为中国体育国际传播提供框架支持^[21]。在国际传播过程中既要保持中国体育的独特视角,又要与国际社会的他者视角进行互动。叙事策略的核心在于要向全球观众展示中国体育价值观,还要在传播过程中融入国际社会普遍接受的叙事策略和话语体系,从而实现有效的沟通和理解。通过在全球化和本土化之间找到平衡点,中国体育不仅能够保持自身的独特性,还能在国际舞台上获得更广泛的认可和支持。这一策略不仅提升了中国体育的国际影响力,也为中国文化的全球传播提供了宝贵的经验和启示^[21]。

2.5 叙事效果

任何体育国际传播活动都是以效果为主体,叙事效果,是体育国际传播活动中的出发点与归宿所在。叙事效果的产生并不以叙事主体的意志而转移,并不必然会出现与叙事主体所预期的、与其意志完全符合的效果。把握叙事效果的本质要求即为把握叙事活动在体育国际传播中的每个环节。叙事主体需要具备“信誉”,除其所创造的叙事内容要符合传播程序与规范之外,还要保证体育传播的信息是公开透明的,哪怕部分信息会反映叙事主题自身的恶劣情况。通过纪录片、访谈节目等形式,展示中国运动员的真实生活和训练过程。叙事内容是叙事中的核心环节,在进行体育国际传播过程中受“跨国”“跨界”“跨文化”等因素的影响,现实存在的时空距离要求叙事内容存在一定程度上的“普适”性,减少由于文化折扣所带来的障碍,叙事内容应从“数量”向“质量”转换,通过融合本土文化元素,增强内容的吸引力。

3 问题表征:建构中国体育国际传播叙事体系的困境

体育国际传播环境动荡叠加中国传播意识觉醒,中国体育国际传播叙事构建受到传播强国的封锁以及自身叙事逻辑尚不明晰的掣肘面临现实困囿。目前体育叙事远超媒体概念,与体育传播、其他的产业及领域都产生了极为密切的关联,亟需符合中国本土特色的体育叙事研究,让宏大的叙事落实到具体的语境,力争对国家体育治理能力和体育现代化水平提供有价值的决策建议。

3.1 叙事主体:体育国际传播叙事主体单一

在体育国际传播过程中,中国叙事活动的主导角色一般

由政府扮演,以全权媒体主义制度为主,掌握着信息筛选和控制^[22]民间力量和市场机制受限,导致视角局限、信息单一、缺乏多样性和客观性,影响传播的广度、影响力和可信度。体育叙事受国家利益、形象和认同的影响,强调国家体育形象和政治立场,忽略了其他视角和声音。官方媒体在体育传播时传递官方立场和观点,缺乏多样性和独立性。但在国际体育强国的叙事习惯的传播生态更为均衡,不同层级叙事主体的“声量”表达更为均衡。目前我国单一主体与国际传播生态存在差异,在一定程度上限制了信息的多样性和传播的广度,导致传播过程中的信息单一化,缺乏多样性和客观性,影响中国体育国际传播的影响力和可信度。以中国为例,官方主体是体育国际传播叙事的有力支撑主体,由北体传媒联合新华社音视频部制作出品的纪录片《冬奥之约》彰显出中国官方主体的力量与风格。民间力量(civil society)和市场机制由于自身带有的商业性在国际体育叙事中扮演被制约或相对隐蔽的叙事主体,塑造独特的叙事,其参与有助于丰富传播内容,增加传播渠道,提升传播效果。但政府作为主体,民间力量的发展尚不充足,传播生态缺乏活力和创新性。以上状况,我国常因意识形态差别在体育国际传播舆论场中处于劣势,通常被视为我国国际政治目的的体现,引起质疑和批评,影响中国的体育国际传播形象和声誉,并与世界多元化叙事主体的需求对立。

3.2 叙事内容:基于文化差异的低认同要素

叙事内容的数量、类型和具体内容都会对传播效果产生显著影响,目前在体育国际传播中,体育叙事内容的认同度普遍较低,成为提升叙事效果的主要障碍^[23]。《2020 抖音体育生态白皮书》显示,截至 2020 年 10 月,抖音体育兴趣用户规模已超过 3.5 亿人,内容创作者达到 9 800 万人,相关内容创作超过 6 亿条,累计播放量超过 2 万亿,互动量超 500 亿^[24],可见中国体育叙事内容的素材来源充足。但基于中国式叙事内容体现集体主义、国家荣誉感以及传统文化的独特特点,叙事内容的反馈并不一致。如北京冬奥会作为体育国际传播叙事内容的组成部分,国内主流媒体对此的评价多呈现积极态度。外媒对同一事件的报道则往往充满质疑和不同的解读(表 1),传达出中国体育叙事内容在国际传播中面临认同度低的问题。

语言障碍和文化差异依然是主要挑战之一。传统文化元素是体育叙事内容中的重要组成部分,根据 Global Wellness Institute 的推算,全球静态运动市场正高速增长,至 2022 年全球市场规模已达 389 亿美元,以中国八段锦为代表的静态运动在抖音搜索量飞速增长,YouTube 上相关跟练视频层出不穷的同时,又由于文化差异,中国体育文化元素或体育文化习惯在国际传播叙事中难以被完全阐释和理解,从而限制了中国体育叙事在国际上的影响力。

3.3 叙事受众:体育国际传播叙事落脚点不稳固

受众在情感方面的表达、反馈以及互动体现出受众的主体性。叙事主体和受众之间通过协同性的感知和理解,增进认知理解与情感共鸣,唤起相似或相关的情感联结,从而影响叙事内容的判断标准和行为方式。不仅是对比赛结果和运动员表现的描述,还涉及对事件背景、个人故事和社会意义的诠释。受众的主体性与情感共鸣被忽视。随着全球化和信息传播的发展,观众对于叙事的接受和理解也开始受到他们自身社

表 1 国内外对叙事内容的态度差异

主流媒体名称	国内		国外		主流媒体名称
	标题	内容	内容	标题	
央视网	让世界认识中国多国主流媒体高度评价北京冬奥会开幕式	德国热议北京冬奥会开幕式:现场魅力无穷	中国……谴责拜登总统的外交抵制是“一场闹剧”。然而,中国也给奥运会注入了自己的政治元素。	阴影、争议与亮点:北京冬奥会闭幕	《纽约时报》
光明日报	北京冬奥会:无限精彩,正在呈现……	在复杂性、不确定性日益增加的时代洪流中,奥林匹克的魅力让世界人民清醒地意识到……才能为探索人类发展广阔前景开辟道路。	中国的媒体环境使其不会报道奥运会存在的问题……是希望在国内美化中国共产党的形象,提升其在中国民众中的合法性,并促进民族主义。	批评还是赞扬?北京冬奥墙内墙外各说各话	VOA 美国之音
中国政府网	第二十四届冬奥会在北京圆满闭幕习近平出席闭幕式	“天下一家”中英文字样,歌声、掌声、欢呼声响彻云霄……	中国的冬奥会……严重影响人权	外交抵制北京冬奥:美国这招能达到什么效果?	DW 德国之声

会经历、身份、语境或价值观的影响。当主流叙事内容与受众自身社会经历、身份、语境或价值观产生冲突时,问题就会出现。所处语境的差别更是加剧了这种复杂性。从宏观的国际体育政治格局来看,不同国家间在体育赛事承办权竞争、运动员培养资源分配等方面的博弈,营造出一种紧张又微妙的大氛围,身处其中的受众对体育叙事的敏感度颇高;而从微观的日常体育社交语境而言,社区体育俱乐部的活跃程度、学校体育课程的普及状况,又使得观众形成了不同的体育认知基础。此外,价值观层面的差异,像是对于竞技精神中“赢”的理解,有的文化强调个人英雄主义式的夺冠,有的则更看重团队协作下的共同成长,这也让受众在面对体育国际传播内容时,会依据自身价值观做出截然不同的反应。

基于上述内容,体育国际传播叙事受众的“反叙事”情况出现。该现象源于观众对主流叙事目的的质疑或不满,也因为他们的价值观与主流叙事相抵触。这种反叙事可以表现为对主流叙事的拒绝、解构或重新解释。如 2022 年北京冬奥会期间,中国运动员武大靖在男子短道速滑 500 m 决赛中遭遇了判罚争议,在 TikTok 等社交平台上引发了广泛的关注。一些中国用户发布视频表达了对裁判判罚的不满,并指出该判罚似乎偏向于其他国家的运动员。对部分中国用户反映问题的内容进行限流,以所谓“不符合社区规定”等模糊理由,使得许多精彩的剖析、抗议内容无法广泛出现在国际受众视野中。西方主流媒体对中国方面的“反叙事”充耳不闻,继续按照既定的偏向性叙事路线推进报道,在后续关于赛事的总结、回顾报道中依旧回避关键问题,导致国际上很大一部分受众未能了解事件全貌,中国在此次体育事件中的合理诉求与真相被掩盖,国际体育传播的畅达受阻,体育交流本该有的公平公正氛围也被破坏。当前中国体育国际传播叙事视角集中在国家需求的利益表达上,致使忽略受众的背景、身份和价值观,导致叙事与受众之间产生矛盾。这种单一的叙事框架无法满足多元受众的情感需求和认知期待,从而影响体育国际传播的效果。

3.4 叙事策略:传统策略与多元需求矛盾

中国体育国际传播的叙事策略在传统媒体控制与多元化需求之间存在矛盾,主要源于中国政府采用的统一、集中的叙事手法,旨在通过结构化的符号系统和内在逻辑,全面展示国

家形象和文化价值,增强民族自豪感和国家认同^[25]。

传统叙事策略的单一性。传统媒体的政府控制导致国际体育报道往往受到政治和国家利益的影响,报道趋向于单一化和政治化。该策略虽然在塑造国家形象方面具有一定的优势,但也存在明显的局限性,导致中国的体育国际传播在满足多元化、客观化的信息需求方面存在矛盾和挑战。例如,在北京冬奥会期间,官方媒体集中报道了中国运动员的杰出表现和赛事组织的成功,突出了国家在推动体育事业发展方面的成就。这种叙事策略无疑增强了国内民众的民族自豪感和国家认同感。以 YouTube 为例,对中国体育故事视频的发布者分析表明,西方媒体及相关机构占据了传播的主导地位,而中国媒体的参与度相对较低。卢兴等研究发现,在这些平台上,西方媒体及组织的发布内容占比为 36.7%,而个人发布内容占比达到 50.3%。与此相对,中国媒体仅占 13% 的传播份额。这表明,中国体育形象更多地是在西方媒体的叙事框架下“他塑”而非“自塑”。虽然中国国内媒体可以通过传统叙事策略塑造强烈的国家形象,但这种形象在国际传播中的效果却往往受限。

多元化需求的冲突。国际受众会觉得这些报道过于单一,缺乏对比赛中其他国家运动员表现的全面报道,以及对比赛中出现的问题和挑战的真实反映。这种单一的叙事策略容易给国际受众留下“偏颇”和“片面”的印象,影响了国际观众对中国体育报道的信任度。随着社会发展和信息技术的进步,中国的体育传播受众更加多元和庞大,对于多样化、客观化的信息有着更高的需求。然而,传统的叙事策略往往倾向于单一的政府立场,忽视了受众多样化的信息需求。给中国体育国际传播带来了挑战,需要在政府控制与民意需求之间找到平衡点。这种矛盾不仅限制了体育国际传播的效果,也影响了中国在体育国际传播中的形象和影响力。在球土化带来叙事策略的思考中,传统的策略偏重本土需求或国家主体本位需求,与国际化环境联结较弱。尽管这种策略在国内具有较强的影响力,但在国际传播中却难以有效地引起共鸣。

3.5 叙事效果:宏观传播态势不均衡化

中国体育国际传播宏观叙事效果不均衡化现象。体育信息在全球范围内的流向和流量在地区间不完全是等量的,也就是说,体育信息在全球的流动中呈现出不对称性和不对等性。各

叙事要素间的整合与转化缺乏系统性和连贯性,使得信息传达过程中出现断裂和失真。中国体育国际传播在叙事效果方面表现出了一些问题,特别是在宏观叙事效果上的不平衡现象。体育信息在全球范围内的流向和流量并不是完全双向和等量的。发达国家地区的体育信息更容易流向全球,欧美在体育国际传播中占据主导地位,如欧美国家的体育赛事和运动员新闻经常出现在全球媒体的头条,而亚非拉等地区的体育信息则相对较少,而其他地区则相对边缘化,加剧了不对称性。

中国体育叙事则因为语言障碍和文化差异难以被西方受众接受和理解,从而影响了其在全球传播效果。由于缺乏有效的整合机制,导致信息在传播链中的某些环节出现断裂和失真。削弱了信息的完整性,影响全球受众对中国体育文化的全面理解。在北京奥运会期间,中国展示了其强大的组织能力和基础设施建设,但这些成就并未能有效转化为持续的传播效果。为提升体育叙事的国际传播效果,需要加强对各叙事要素的系统性整合,确保信息在传播过程中的连贯性和准确性,逐步实现体育信息在全球范围内的等量流动。

4 实然路径:建构体育国际传播叙事体系的实践路向

中国体育国际传播的叙事与现实需求导向息息相关,建构具有共鸣力和影响力的叙事,需要不断地与体育国际场域进行互动、融合与共生。借球土视角看体育叙事的国际传播,核心在于处理好中国体育独特性和全球性的关系问题,既要符合中国特殊国情、体现鲜明中国本土特色,又要展现以中国体育叙事回应世界问题、讲好世界故事,需要通过叙事主体、叙事内容、叙事受众、叙事策略和叙事效果各个环节的设计,联通体育叙事的体系性。

4.1 多元叙事主体引导叙事建构

“多元叙事主体”指的是在体育国际传播叙事构建过程中,不同层次、不同群体和不同个体的积极参与与互动。这个过程不再是单一的国家叙事,而是国家、群体和个人三者相互联动,形成一个复杂且富有层次的叙事体系。加快构建中国叙事,要加强叙事主体联动,完善叙事主体协同机制,形成国家叙事、群体叙事和个人叙事“三位一体”的多元叙事主体格局^[26]。强调国家形象作为主体,突出国家在体育发展中的引领作用。国家叙事不仅是政府传递信息的工具,更要集中体现广泛民意和多元声音。通过民众参与叙事的方式,增强国际社会对中国的信任与认同^[27]。国家体育总局和外交部,应主导并推动重大国际赛事的组织和宣传,加强体育外交。北京冬奥会期间,国家体育总局通过官方渠道发布赛事信息,组织国际新闻发布会,确保全球观众能够获得权威、真实的信息。群体叙事主体(体育协会、民间体育组织和企业)从隐形转到台前,不只依附于国家叙事主体进行叙事内容的转述,发挥自身特点积极参与体育国际交流。单项体育协会联通国际体育单项联合会,通过与国际体育单项联合会的合作,推动国际体育规则的制定和修改,提升中国在国际体育界的影响力。个人叙事主体(尤其运动明星),通过个人影响力和社交媒体平台,发挥知名运动员的个人影响力,充当意见领袖,分享中国体育故事。注重国家叙事与民众叙事的互动,建立一个多箭头通道。

4.2 多层叙事内容完善叙事建构

“多层”叙事内容旨在通过系统化的叙事架构,整合不同层次的叙事元素,确保信息的逻辑性与连贯性,从而提升传播效果。体育大事件除圈定深度爱好者外,还将辐射至线上、线下更广泛的受众。体育国际传播的多层叙事内容完善叙事构建是指在体育传播领域中,为了更好地传达体育事件、故事和价值观,建立了一个包含多个层次的叙事内容,并不断完善这一叙事的过程^[28]。体育国际传播涉及的多个层次的叙事对象或主题,建立一个系统化的叙事内容框架,以整合不同层次的叙事内容,并赋予其一定的逻辑和连贯性。为了克服文化认同度低的挑战,应当在体育国际传播中构建多语言和多文化背景的叙事内容。考虑到各地文化差异,在叙事内容中融入在地化的元素,提高观众的认同感和接受度,体现了“球土化”视野,既保持中国体育的独特视角,又与国际社会的他者视角互动。通过跨文化培训,提升体育传播人才队伍对不同文化背景的理解和认知^[29]。增强叙事内容的全球适应性减少“文化折扣率”,提高国际观众的文化认同度^[30]。

4.3 多线叙事受众反推叙事建构

多线叙事受众是通过“内线”和“外线”相结合的方式,构建出符合国内外受众需求的多角度叙事。内线叙事针对的是国内受众,而外线叙事则聚焦于国际观众。对于国内受众,优化国内媒体的体育报道和赛事直播质量,增加赛事相关的专题报道和分析节目。以“内线”叙事提升国内民众对体育和传统文化的关注,激发集体认同感。对于国际受众,中国的体育国际传播需要通过外宣与国际传播合作,推广中国体育赛事和文化故事,特别是中国武术的深厚底蕴。通过组织国际体育展览、文化节庆活动等形式,向世界展示中国体育的独特魅力,不仅能提高中国体育在国际舞台上的辨识度,还能激发国际观众对中国体育文化的兴趣。在具体的赛事报道中,应注重捕捉赛事中的精彩时刻和关键瞬间,采用生动和生活化的叙事方式,增强观众的互动性和情感参与感。描绘运动员背后的奋斗故事,或深入挖掘比赛中的小故事,以此增强体育赛事的情感吸引力,拉近中国与国际观众之间的文化距离。

4.4 多维叙事策略助力叙事建构

多维叙事策略的核心是立体化的传播视角,创新叙事策略营造平等对话和共情语境,建设更具文化认同、价值认知、情感共鸣的叙事生态与场域。通过平衡全球化和本土化的互动,找到适合不同文化背景的叙事路径。而后,对受众注意力的争夺是体育国际传播制胜的关键,换位思考、讲述引发共鸣的体育故事显得尤为重要。共情叙事以其轻松跨越文化差异、快速凝聚受众注意力的能力,成为体育国际传播语境下获得认知的有效策略。通过转化叙事立场,从“他者”出发,更好地理解 and 回应国际社会的关切,找到与世界其他国家同频共振的话语符号^[31]。中国体育国际传播的叙事需要与国际体育场域进行互融共生,通过聚焦公共议题、搭建公共平台,置换可对话性的全球性体育叙事,促进中国体育国际传播的叙事在国际舞台上的影响力和可持续发展。如在国际奥委会等全球体育平台上,积极参与并主导关于体育伦理、环保和科技创新等公共议题的讨论,展示中国在这些领域的贡献和主张。利用叙事传输理论,灵活地反推和调整叙事内容,以适应不同

地区、文化和群体的需求。在对国内和国际受众的叙事策略上,需要不断根据观众的反馈、市场变化进行优化和调整。因此,通过在不同层面和多个维度上制定并实施叙事策略,使叙事形成一个相互补充、循环闭合的完整系统,不断提升叙事效果和传播效益。

4.5 多重叙事效果落实叙事闭环

多重叙事效果是通过多角度、多层次的叙事方式,强化传播内容的系统性和连贯性,从而确保信息的有效传递和传播效果的最大化。通过球土化,中国在体育国际传播中不仅保持了本土文化的独特性,还与国际体育舞台上的其他文化进行对话与互动,形成更加开放和包容的叙事生态。通过短视频平台运用,中国运动员的精彩表现和背后的励志故事通过如抖音和 YouTube 等平台进行传播,能够迅速吸引全球观众的注意,深化受众对中国体育精神和文化的理解与认同。中国运动员如乒乓球冠军马龙、游泳选手孙杨等成为短视频内容的重要组成部分,这些视频通过生动的呈现和互动性,极大地增强了受众的情感投入。此外,直播平台的使用进一步增强了观众的参与感和体验效果。在全球体育赛事的实时转播中,像腾讯体育、优酷和 CCTV 体育等平台不仅提供了高质量的赛事直播。多重叙事效果的落实不仅体现在具体的传播手段上,更在于如何通过多元化的传播渠道和形式,将各种叙事内容有效整合,从而形成完整的传播闭环。

5 结语

在“球土化”语境下,构建中国体育国际传播叙事体系是提升国家体育形象的关键。然而,当前体系面临主体单一、内容认同低、受众参与不稳定、策略失衡及效果欠佳等问题,亟需创新与改革。未来应通过多元主体协作,强化政府、社会组织、体育明星与民间力量的联动,构建多层次的传播矩阵;深化体育内容的文化内涵与时代价值,以增强国际受众的认同感。与此同时,精准识别受众需求,建立有效反馈机制,借助数字化技术与互动平台,推动传播的良性循环。通过创新传播策略,借势国际体育热点,未来中国体育的国际形象将更加丰富立体,推动全球体育文化交流,提升中国在国际舞台上的影响力与认同度。

参考文献:

- [1] 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[M].北京:人民出版社,2022:128.
- [2] 陈瑾如,万晓红.我国主流媒体体育国际传播的“球土化”话语实践考察[J].体育科学,2023,43(10):82-89.
- [3] ROUDOMETOF V. Theorizing glocalization[J]. European Journal of Social Theory, 2015, 19(3):391-408.
- [4] FEATHERSTONE M. Whither Globalization? An Interview with Roland Robertson[J]. Theory, Culture & Society, 2020, 37(7/8): 169-185.
- [5] 罗伯森·罗兰.全球化:社会理论和全球文化[M].上海:上海人民出版社,2000:11-37.
- [6] 游迎亚,王相飞,宋菲菲.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[J].武汉体育学院学报,2021,55(5):12-19.
- [7] 王欢.国际传播视域下体育外宣的新叙事:以中新社杭州亚运会现场报道为例[J].新闻战线,2024(8):49-52.
- [8] 何平香,龚正伟.中国体育伦理的国际叙事:问题、原因与策略[J].成都体育学院学报,2023,49(4):25-32.
- [9] 姚利松.中国式体育现代化、体育强国的时代内涵与辩证关系[J].湖北体育科技,2024,43(2):1-5.
- [10] 陈一峰.叙事、叙述与话语权:一个国际法的叙事学研究[J/OL].云南社会科学,2024(3):40-49.
- [11] EPPLÉ A. Calling For A Practice Turn In Global History: Practices As Drivers Of Globalization's[J]. History and Theory, 2018, 57(3): 390-407.
- [12] 李宇.新形势下国际传播叙事策略初探[J].对外传播,2024(3): 44-47.
- [13] 石雪.出版视域下构建对外传播的中国叙事:价值意蕴、现实问题与完善路径[J].出版发行研究,2023(10):70-76+84.
- [14] 沈正赋.新时代中国话语与中国叙事的国际化建构[J].学术界, 2023(2):67-77.
- [15] 沈悦,金圣钧.中国特色国际传播叙事的多维转向与进路优化[J].云南社会科学,2023(6):173-185.
- [16] 陈佳旻,李桂荣.文学叙事的跨学科机遇与挑战:论小说的“多重叙事”[J].江西社会科学,2024,44(2):98-106.
- [17] 曹清燕,张蓓.人类命运共同体理念国际传播的向度及提升路径[J].中南大学学报(社会科学版),2023,29(6):137-147.
- [18] 张玮.新媒体时代可视化新闻报道的提升策略[J].传媒,2024(3): 61-63.
- [19] 冯薇.全球本土化与本土全球化:国家形象转文化传播的新趋势[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2023,46(3):76-81.
- [20] 史安斌,俞雅芸.人机共生时代国际传播的理念升维与自主叙事构建[J].对外传播,2023(4):9-13.
- [21] 金玉萍,王钦芝.我国对外话语叙事的建构与优化[J].中国编辑, 2023(6):17-21.
- [22] 罗钢.叙事学导论[M].昆明:云南人民出版社,1994:217-218.
- [23] 杨靖,余心怡.数字叙事视角下档案微视频特点及传播优化策略研究[J].档案管理,2022(5):80-82.
- [24] 代方梅,王琪琪.体育短视频传播:逻辑基点、实然与应然[J].体育文化导刊,2022(10):36-42.
- [25] 刘倩.《印度斯坦时报》对华舆论战:以“印太”语境下的策略性叙事为例[J].情报杂志,2024,43(2):47-52.
- [26] 于运全.着力加强国际传播能力建设与体系构建[J].红旗文稿, 2023(22):45-48.
- [27] 万立良.美国对华舆论的战略叙事机制及中国国际舆论斗争叙事探赜[J].边界与海洋研究,2023,8(6):90-108.
- [28] 李乾丙,王相飞,周榕.中国民族传统体育文化国际传播效果提升的影响因素与组态路径:基于 YouTube 热门视频的实证分析[J].武汉体育学院学报,2024,58(5):35-42.
- [29] 邵峰,徐端,徐晨博.国际体育组织人才培养规划与模式探索[J].湖北体育科技,2023,42(10):871-875.
- [30] 乔志,梁立启.北京“双奥”的中国叙事与话语传播研究[J].湖北体育科技,2024,43(6):54-59+101.
- [31] 荆江,冯小桐.中国式现代化国际传播叙事框架建构维度浅析[J].对外传播,2023(3):21-23.