

首页 >> 专题 >> 人文岭南 >> 学界 >> 湾区视角

## 以体育为媒介助力国家形象建构

2021年09月29日 10:42 来源：人文岭南第116期 作者：罗坤瑾

字号

打印 推荐

目前，中国正处在持续发展的关键时期，需要通过塑造与传播国家形象，营造良好的舆论环境以及和外部世界和谐互动的氛围。体育在传递文化价值、塑造国家形象方面的作用不可低估。

体育运动不仅能强身健体，而且有助于完善人格、丰满人类文明精神。体育是一个开放的系统和社会共同语言，促进不同阶层、不同群体之间的相互了解，有利于社会包容和稳定，代表了人类对自身极限的挑战，其蕴含的价值观念、行为规范、审美情趣是人类的宝贵精神财富。

有学者认为，国家形象是人们（形象主体）在一定条件下对一个国家（形象客体）由其客观存在所决定的外在表现的总体印象和评价。国家形象也是国际社会的民众对一国相对稳定的总体评价。因此，国家形象的建构就是获得国际社会的认同，拥有一定国际地位。任何一个国家要想参与国际事务，或在国际事务中扮演重要角色，都需要努力发展经济、增强国力、改善民生、提高人民素养等。体育赛事的举办、运动员的风采、举办国的态度和实际行动、体育精神的彰显无疑都是展示国家形象的一个最佳舞台。传播体育赛事、传递体育精神，对构建可信、可敬、可爱的中国国家形象具有重要意义。

运动员被称为“穿着运动衣的外交官”，是开展公共外交、塑造良好国家形象的重要力量。万众瞩目的国际体育赛事是树立和传播国家形象的绝佳场所。运用体育赛事展示和宣传国家形象是公共外交的有效形式。奥运是一场人类挑战自我极限的体育赛事，在象征性符号盛行的信息时代，奥运承载了更多的政治含义。因此，对奥运的理解就不能仅视其为一场体育赛事，它更是一次展示国家形象的重大机遇。2022年北京冬奥会是展现中国国家形象的一个契机。可以借助这一世界赛事，借助全媒体平台，讲述这些中国故事，让他国政府和民众能够对中国的历史与现状有更多的了解和理解。

塑造中国新一代国民偶像、运动偶像的可爱形象。在全球化时代，公共外交和政府外交构成了国家的整体外交。公共外交的行为主体包括政府、民间组织、社会团体、社会精英和广大公众等多个层面。其中，政府是主导，民间组织、社会团体、社会精英是中坚，广大公众是基础。2008年北京奥运会期间，当代中国大学生志愿者的卓越表现赢得了世人喝彩。他们真诚的微笑，亲切礼貌的态度，宽容、豁达的胸怀，应对各种事情的能力，以及他们流利的外语、得体大方的体态和服饰等，向全世界各国人民展示了中国新一代的国民形象——自信、开放、包容、友善。在东京奥运会上，最亮眼的无疑是我国奥运健儿的拼搏精神和健康形象，如短跑名将苏炳添、跳水全能冠军全红婵赢得全世界的惊叹。他们身上坚韧的毅力、挑战自我极限、永不止步的体育精神在全媒体时代成为青年人追捧的偶像，代表了新一代的中国青年人形象——自信、融通、开放、多元。

体育作为一种政治符号，能够推动民族文化融合，唤醒各民族的爱国意识，对振奋民族精神、增强民族凝聚力具有重要作用。从中国体育的发展史来看，体育强国梦与中华民族伟大复兴的中国梦一脉相承，都致力于追求国家的强盛和民族的振兴，这一梦想凝聚了中华民族的强大力量，寄托着无数仁人志士对“自立自强”的渴望和希冀。通过体育活动构建人类卫生健康共同体，塑造健康中国的国际形象，使得世界共同发展、共同进步，打造出利益共同体、责任共同体和命运共同体的新型国际体育合作伙伴关系。

### 作者简介

姓名：罗坤瑾 工作单位：广东外语外贸大学新闻与传播学院

课题: 

本文系国家社科基金项目“重大公共卫生事件群体性恐慌度量模型与调适机制研究”  
(19BXW111)、国家社科基金重点项目“国家治理现代化视域下的全媒体传播体系构建研究”  
(20AZD057)阶段性成果

分享到:

转载请注明来源: [中国社会科学网](#) (责编: 梁润桦)

**相关文章**