



# 和平发展语境下中国体育公共外交的地位与作用 :以 2008 年北京奥运会和 2014 年青年奥运会为例

## The Study of the Status and Impact of China's Sports Public Diplomacy in the Peaceful Development Environment Sampling from 2008 Beijing Olympic Games and 2014 Youth Olympic Games

金萍<sup>1</sup>,徐问宇<sup>1</sup>,徐赞<sup>2</sup>

JIN Ping<sup>1</sup>,XU Wenyu<sup>1</sup>,XU Yun<sup>2</sup>

**摘要:**从新闻传播学、国际关系学、政治学和体育学等多学科领域,探讨和平发展语境下中国体育公共外交的地位与作用。公共外交着重研究一国对他国公众的影响并使该国外交政策、价值观念或文化取向为他国公众所知晓并接受,进而影响他国政府和民众,减少本国外交政策在执行过程中的阻力,其主要途径是通过树立本国在他国公众中的良好形象来实现国家利益。良好的国家形象的建立显得十分必要,而大型体育赛事和活动是各国组织和人民相互交流的重要平台,是展示国家形象和建立交流沟通平台的大好时机,体育公共外交无疑成为国家公共外交的重要支撑。研究和和平发展语境下中国体育公共外交的地位与作用,不仅可以丰富体育公共外交的价值理论,而且对中国和平发展时代的今天怎样运筹和实施体育公共外交战略,确保中国体育公共外交战略发挥实现和平发展的战略目标具有重要启示。

**关键词:**和平发展;体育公共外交;奥运会;中国体育;青奥会;国家形象

**中图分类号:** G 812.78 **文章编号:** 1009-783X(2015)04-0297-04 **文献标志码:** A

**Abstract:** This study discussed the status and impact of China's sports public diplomacy in the peaceful development environment, citing from various disciplinary areas such as journalism and communication, international relations, politics, and physical education. The study of public diplomacy emphasizes on the influences from one country to the people of another country. By implementing appropriate public diplomatic policy, the country tries to acknowledge them its diplomatic policy, values, and culture, so as to influencing them and reducing the difficulties in the process of implementing diplomatic policy. To build up a good image in the minds of people in another country, the country intends to realize its national interest. It is necessary to build up a good national image. International sports games is an important platform for people from all over the world to interact and communicate with each other, which is a good opportunity for countries to build up communication platform and show national image with the supports of sports public diplomacy. The study of the status and impact of China's sports public diplomacy could not only enrich the theory of sports public diplomacy, but ensure the realization of China's sports public diplomacy strategy, so as to realizing the grand strategic object of peaceful development.

**Keywords:** peaceful development; sports public diplomacy; olympic games; enlightenment

和平发展是对我国原有外交政策和外交战略思想的继承和发展,是一条在社会主义条件下既通过利用有利的国际环境

发展自己,又通过自己的发展去维护世界和平,最终实现中华民族伟大复兴的道路<sup>[1]</sup>。这条道路的成功既需要中国人民的不懈努力,也需要外部世界的理解与支持,对外传播一个和平、真实的中国,加强中国与外部世界的互信,全面提高对外开放水平的基本要求被提上议事日程<sup>[2]</sup>,公共外交的重要性也日益凸显。

### 1 公共外交概述

#### 1.1 公共外交内涵界定

公共外交在国内的研究于近五、六年兴起。学者们对于公共外交有不同定义,分歧较大。赵可金在其《公共外交的理论与实践》一书中提到,公共外交是政府行为,必须由政府出资和

收稿日期:2015-01-09

**作者简介:**金萍(1964—),女,四川内江人,学士,副教授,研究方向为体育社会学;徐问宇(1962—),男,重庆人,教授,研究方向为体育社会学。通讯作者:徐赞(1989—),女,四川成都人,硕士,研究方向为国际新闻学、公共外交。

**作者单位:**1. 西华大学体育学院,成都 610039;2. 美国西北大学麦迪尔新闻学院,芝加哥 60201

1. Physical Education department, Xihua University, Chengdu, China 610039; 2. Medill school of Journalism and Communication, Northwestern University, Evanston, IL, USA 60201.

资助,民间和个人的交流活动不能算作公共外交<sup>[3]</sup>。该定义将公共外交工作全部交给政府,将国家利益与个人利益分隔开来,政府公共外交色彩过重。韩方明在其《公共外交概论》一书中提到,公共外交是一个国家为了提高本国知名度、美誉度和认同度,由中央政府或者通过授权地方政府和其他社会部门,委托本国或者外国社会行为体通过传播、公关、媒体等手段与国外公众进行双向交流,开展针对全球公众的外交活动,以澄清信息、传播知识、塑造价值进而更好地服务于国家利益的实现<sup>[4]</sup>。该定义认为公共外交行为主体是一国政府,强调“公共外交”中行为主体的“外交”主权和权力,而不是积极参与国际交往、沟通的对外传播义务。全国政协外事委员会主任、中国人民大学新闻学院院长赵启正在《公共外交与跨文化交流》一书中提出公共外交指的是政府外交以外的各种对外交流方式,包括官方与民间的各种双向交流。这些交流的目的是直接促进外国公众对本国的了解,提升本国在其心目中的形象,进而促成外国政府对本国政策的改善<sup>[5]</sup>。该定义对于公共外交的界定较为宽泛,只要有公众参与在国际交流活动中,便可算作是公共外交。进入 21 世纪以来,由于科技的迅速发展,国际传播媒介和国际行为主体都发生了巨大的改变,公共外交的内涵也发生着巨大的变化,由此衍生出新公共外交这个概念。新公共外交的行为主体为国家和非国家行为主体,所有的国际行为主体都可以发挥公共外交的作用,公共外交成为每一个人的事情,即全民外交<sup>[6]</sup>。中国的公共外交传播主要目的是向世界说明中国,发出中国的声音,讲述多种多样中国的故事,让国外广大民众了解一个真实的中国,了解中国的发展现状、政治、经济、文化、社会、体育、生活等。

## 1.2 体育公共外交

体育公关外交是公共外交的一种,我国最早的体育公共外交可追溯到二战后的“乒乓外交”。体育公共外交通常通过体育赛事而展开,能起到改善各国间关系的作用。在世界级体育盛会中,各国运动员、政府官员、记者、各行各业从业者和观众等互相交流,主权国家更可通过这种体育交流活动,促进各国人民间的沟通,赢得信任,并由此加深他国对本国政治、经济、文化、体育等的理解,树立国家正面形象,从而达到体育公共外交目的。此类大型体育赛事活动的开展,为各国人民间的沟通交流创造了合适的机会,提供了有利的平台,尤其在某些特定时期,传统的外交活动无法为人民提供有利条件进行有效沟通的时候,体育公共外交为两国创造了有利的民间交流平台,进行关系的改善。例如,在每 4 年一届的奥运会这种体育盛会上,因其跨国界性和广泛性,给各国人民提供了加深认同和了解的平台,是各国发展体育公共外交的好时机。体育公共外交还能拉近人与人的距离,改善人与人的关系。通常在体育赛事中,体育明星经常成为本国最直接的体育公共外交行为者。通过体育明星,他国能直观地认识到该国的风貌,拉近两国距离。如篮球明星姚明,就是中美间体育公共外交的最好代表,美国通过关注 NBA、关注姚明,更加了解中国文化,而中国通过姚明更加了解美国、美国篮球运动和美国社会文化,姚明无疑在中美体育公共外交中起到了重要的作用。

## 2 北京奥运会到南京青奥会的变化凸显体育公共外交地位与作用

### 2.1 奥运会与青奥会战略价值的变化

2008 年第 29 届北京奥运会和 2014 年第 2 届南京青年奥林匹克运动会分别在我国成功举行。青奥会是一项专门为年轻人设立的最大的全球性体育赛事。青奥会为各国创造了一次通过跨国交流,促进国家之间关系的机会。奥运会追求的是“更高、更快、更强”的奋斗目标,更关注竞技本身与运动成绩。与传统的奥林匹克运动会不一样的是,青奥会除了关注体育竞技本身,还从不同角度,如教育和文化等领域,互相促进,从而培养出下一代更优秀的运动员和各领域人才,这是青奥会体育公共外交发挥的最核心的作用。青奥会秉承了推广奥林匹克精神,培养下一代优秀的年轻人,促进各国间往来的理念。青奥会参赛主体突出青少年群体,注重体育、教育与文化的融洽,淡化竞技的功利性,推崇世界青少年普遍参与,希望实现世界文化共享,实现对青少年进行教育,促进青少年健康生活方式和价值观的形成<sup>[7]</sup>。青奥会的宗旨在于吸引长时间坐在电脑前的青少年,让他们认识体育运动的乐趣,进而为实现参加奥运会的梦想而努力奋斗。青奥会的意义不仅在于运动,更重要的是对青少年运动员进行奥林匹克价值观、健康生活方式、快乐方式和社会责任的教育。除创设体育赛事外,还开展一系列教育与文化活动,例如,青奥会计划 4 个支柱、5 个主题、6 个方面受众群和 7 个要素推出文化教育项目 50 多项活动,相比于奥运会注重比赛成绩和奖牌,青奥会更注重青少年的全面发展,这是举办青奥会的真谛<sup>[7]</sup>。青奥会的创新、淡化奖牌、育人、节俭等原则更具时代性,体现了青奥会对现代奥运会弊端的规避,体现对青少年的关注,真正显现出从奥运会到青奥会体育公共外交地位和作用的变化,凸显体育公共外交发挥实现和平发展的战略价值。

### 2.2 奥运会到青奥会注重文化内涵与交流的变化

北京奥运会更注重的是古代奥运会崇高理想,奥林匹克精神和价值观。而青奥会的教育文化活动包括奥林匹克价值观的教育互动和论坛,讨论如何通过健康的生活方式和反对使用兴奋剂和毒品,使青少年成为真正具有体育精神的人。互动活动由著名奥运冠军和来自教育界、体育界、文化界的国际专家参与;文化活动将结合奥运会的象征仪式传播奥林匹克精神和价值观。奥林匹克运动是多元文化的互补、互动的过程,是跨民族、跨国度的世界性文化体系。不过,也出现了单纯注重高水平竞技运动能力培养而忽视人体精神与外形和谐的状况<sup>[7]</sup>。我国体育公共外交先行者,2008 年申奥功臣何振梁先生在理念和价值上曾强调我们既要重视金牌,更要重视金牌背后的精神与文化内涵,别忽视了对奥林匹克文化的追求。青奥会正是在此历史背景下产生,它所强调的文化教育交流功能,正是国际奥委会希望奥运会可以重新找回的价值要素。更注重与现实结合,注重奥林匹克精神与生活融入,注重多样化文化形式的开辟,搭建文化交流平台,各种平台更注重文化参与性与体验性,更具可操作性和实践性,真正体现了体育公共外交在文化交流传播中的重要作用。

2.3 体育公共外交的跨文化传播有利于提高演绎和创新能力,积极推动文化走出去

奥运会和青奥会公共外交的跨文化传播:利用活动的影响力,广泛地进行对外文化传播。从传播学的角度看,效果最好的跨文化传播手段并不是大众媒介,而是借助于各类活动的人际传播,通过举办活动,可以增强感染力和亲和力<sup>[8]</sup>。近年来,随着我国对外宣传力度的加大,海外文化交流越来越频繁,“中国文化节”不断取得轰动效应,收到良好效果,这使我们进一步认识到文化活动可以容纳更多的政治、经济、社会信息,寓传播于文化交流之中,比一般的对外宣传更有效。从北京奥运到南京青奥会,我们看到的是不仅仅注重成绩与金牌,而更看重的是文化演绎与创新能力,积极推动文化走出去,让受众充分感受到我们不仅要组织好体育公共外交在青奥会上的文化演绎能力,而且用创新的具有中国特色的文化活动向世界展现中国面向世界、融入世界的人性化的一面。

2.4 加强合作关系,促进文化互动,掌握文化传播话语权

加强文化合作,促进文化互动,在跨文化传播中会因双方话语不统一而出现失语现象,或因话语不平衡而出现话语霸权现象。从北京奥运到南京青奥会,我们看到的是文化活动量大、涉及面更广,我们要学会用跨国界、跨体制、跨种族的合作来填平文化的差异。青奥会是开放合作的青年盛会,通过加强海外各种文化集团、机构和组织的合作来进行,培养锻造国际化的专业团队,应用当代最新的艺术表现理念,以符合海外观众的文化心理。如会徽、吉祥物、形象产品等的设计,重要场馆设计、重大活动的创意方案等面向全球进行公开征集,就是加强对外合作模式,以更加开放和敢于合作的姿态,才不至于在跨文化传播中会因双方话语不统一而出现失语,最终掌握全球传播的话语权。

2.5 体育公共外交的传播价值在于交流与沟通

跨文化传播是面向不同文化背景、不同文化体制和不同信仰的沟通与交流,因此,要弥合不同文化之间的差异,顺利进行跨文化传播。首要的问题就是提高传播过程中的交流与沟通意识,传播者与要与信息接收者进行交流与沟通,在积极的交流与沟通中达到互相的理解,互相尊重,而不是单方面的信息传达。《北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定》的对外媒体开放事件,本意是为外国媒体与记者提供便利,结果却是质疑声不绝于耳,体育公共外交受到了极大的挑战<sup>[9]</sup>。从北京奥运到南京青奥会,最大的变化就是交流、沟通与对话,真正体现了体育公共外交的理念与价值。青奥会的受众主要是青年人,青奥会交流与传播的最大价值就是实现青年人的交流与沟通。国际奥委会之所以决定创办青奥会,其目的是希望奥林匹克理念和奥运精神能更广泛地在青年群体中发扬,是为了弘扬奥林匹克运动除竞技之外更多的教育、文化、人文等元素<sup>[10]</sup>。正如前国际奥委会主席罗格所说:“举办青年奥运会的目的不是为了创建一个类似奥运会的小型奥运会,它承载着不同的使命,它不是全部意义的体育比赛,而是通过体育教育青年,青奥会要为青年提供一次感受奥运精神的机会。”<sup>[7]</sup>从这里我们就能感受到国际奥委会的用意,那就是共同参与彼此尊重

的青年交流与沟通,真正体现了体育公共外交的传播价值。

2.6 体育公共外交的作用是加强体验性与互动性,满足受众的参与需求

北京奥运会让世界了解了一个改革、开放、和平发展与悠久历史和独特文化的中国。南京青奥会实际上是一个重在参与、调动青年积极性,加强体验性与互动性,满足受众参与需求的一届盛会。8月16日的开幕式上,在4000多名演员的衬托下,南京青奥会以“中国梦”为开幕式主题,向全世界展示了中国独特的历史与文化。青奥会促进了世界各国人民,特别是年轻人,对于各国文化的深刻理解。本届青奥会至今已经有超5万人次参加南京青奥会各项文教活动,在青奥会的气氛带动下,更多的人们已经加入到与世界各国友人交流的队伍中。在青奥赛场上,运动员的拼搏精神不亚于奥运会,但在比赛结构上青奥会有创新,更强调合作、沟通与体验、互动,让青奥会和奥运会很不同。在参赛之外,参赛队员会全程参与到各项文化教育活动,如与奥运冠军分享他们的成功与成长经历,中国的杨杨、刘翔和俄罗斯的伊辛巴耶娃、布勃卡等。在青奥会期间,穿汉服、学中文、学绘画、学古琴、学汉字等独具中国特色的文化让青奥村变得热闹非凡。在这种方式的带领下,南京青奥会不仅给我们带来最精彩的赛事,而且将中国传统文化传播出去,让来自世界各地的友人深刻了解中国文化,与中国年轻人成为朋友。通过这种方式,中国的年轻人也了解到各国的文化差异,通过青奥会在真正意义上促成了年轻人之间良好的沟通与交流,满足受众的参与需求,彰显了从北京奥运到南京青奥会体育公共外交的地位和作用的深刻变化,提供了成功的经验。

3 和平发展语境下中国体育公共外交的启示

和平发展语境下体育是搭建各国间交流的重要平台,在2008年北京奥运会和2014年南京青奥会的变化中,我们也应该进一步总结如何更好地利用体育公共外交促进各国间关系,对政治、经济、文化、教育带来积极的影响,凸显体育公共外交的地位与作用,确保体育公共外交发挥实现和平发展的战略价值。

1) 加强培养体育公共外交人才,尽快培养他们成为体育公共外交的大使,促进各国体育公共外交大使的交流,以带动各国民众之间的沟通。除了传统意义上的政治交流,体育公共外交大使也可以更多地走向基层,通过各国之间体育大使之间的互动,增强各国人民之间的友谊与交流。比如,姚明曾在2013年作为中国的形象大使,与英国的威廉王子和足球明星大卫·贝克汉姆共同拍摄保护犀牛的公益广告。通过国家形象大使的交流和共识,可以使得民众之间达到共同的认识,并更加肯定且了解彼此,从而增加积极的交流,真正体现体育公共外交的地位与作用。

2) 加强合作关系,掌握文化传播话语权。为了履行在申奥时做出的庄严承诺,中国政府出台了《北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定》,这本是为外国记者在奥运及其筹备期间在我国采访活动提供更多的便利;但某些西方国家在肯定它的积极意义的同时,对其实效的质疑声始终不绝于耳,严重影响了中国国家形象<sup>[11]</sup>,中国体育公共外交受到了极大的挑

战。南京青奥会时中国体育公共外交发生了极大的变化,更没有对外媒体开放与不开放的问题。这些都给予了我们深刻的启示。

3) 利用活动的影响力,广泛地进行对外文化传播。伴随大型赛事的举办,除了要以正确的态度面对赛场上的竞技,更要注重场下的文化交流。奥林匹克精神象征着世界的和平、友谊和团结,但如今的大型赛事,特别是奥林匹克运动会,参赛队员为了荣誉而不择手段的情况也屡屡发生,这违背了奥林匹克的精神。体育公共外交的目的之一也是正确地宣传奥林匹克精神,所以应该进一步推动赛场上不同背景的运动员、工作人员、各界人士进行文化交流,通过为他们创造平台使他们深刻理解奥林匹克的积极意义。注重参与和体验,传播健康文化,鼓励人们参与体育锻炼的体育公共外交事件,凸显体育公共外交的地位与文化传播作用。

4) 提高演绎和创新能力,积极推动文化走出去。政府和企业及相关机构应该投入更大力度扶持民间的体育组织和团体,为他们创造更多的机会与世界各地的体育组织进行交流。民间的体育组织团体,包括校园的体育运动队及运动组织机构,也是有着很大关注度的群体;但这样的群体组织往往因为没有得到足够的支持,而逐渐无法坚持下去,最终解散。以传统的学校运动队为例,目前过于封闭,只为成绩的训练模式,阻碍了与外界的交流。如果可以适当让学校与其他国家的学校保持经常性的交流友谊比赛,不仅可以了解不同的文化,还可以促进体育运动队甚至学校及国家之间的体育公共外交。

5) 和平发展语境下体育公共外交的地位与作用是加强交流沟通,传播优秀文化,体现出体育的人文价值,促使体育公共

外交战略能够真正发挥其积极性的战略效应。在谋划中国体育公共外交未来发展战略时,真正体现出体育公共外交在交流与传播人文价值中的重要意义;因此,从北京奥运会到南京青奥会地位与作用的变化,我们看到的不仅仅是体育文化的传播,更是为中国与世界搭建了一个交流与对话的平台,通过文化的整合、设计和引导,使真实中国呈现在世界面前,凸现中国和平发展的国家形象。

#### 参考文献:

- [1] 袁胜育. 和平发展道路[M]. 重庆:重庆出版社,2009:11-13.
- [2] 和平发展[EB/OL]. [2015-05-10]. <http://cpc.people.com.cn/GB/134999/135000/8103429.html>2008. 9. 25. 11;17.
- [3] 赵可金. 公共外交的理论与实践[M]. 上海:上海辞书出版社,2007:3-4.
- [4] 韩方明. 公共外交概论[M]. 北京:北京大学出版社,2011:2.
- [5] 赵启正. 公共外交与跨文化交流[M]. 北京:中国人民大学出版社,2011:3.
- [6] 钟新,韩寒,吴艳玲. 赛时新闻发布的体育公共外交价值研究[J]. 首都体育学院学报,2011(2):1-2.
- [7] 刘祖阳. 青奥会知识读本[EB/OL]. [2015-05-10]. <http://liuzuyang.diandian.com/post/2011-06-21/2272519>.
- [8] 单波. 跨文化传播新论[M]. 武汉:武汉大学出版社,2005:4.
- [9] 涂玥. 从外媒视角看中国奥运语境下的传播政策:国务院 477 号令实施效果分析[D]. 杭州:浙江大学,2008.
- [10] 纪玉娣. 青年奥运会的跨文化传播效应与策略[J]. 南京体育学院学报,2010(9):3.
- [11] 沈建良. 中国公共外交项目运作分析:以北京奥运火炬境外传递为例[J]. 江南社会学院学报,2008(4):23.

(上接第 296 页)

加强对其规律性的研究,从而推动我国体育发展方式的可持续发展。为此,我们必须重视创新,加快体育发展方式的转变;重视落实以人为本的思想;重视用正确的方法转变体育发展方式。

#### 参考文献:

- [1] 刘玉,丁亚兰. 转变体育发展方式基本理论框架与分析[J]. 上海体育学院学报,2012(4):27.
- [2] 刘晖. 从“民族救亡”到“民族复兴”:我国近现代体育发展的历史动因[M]. 北京:北京体育大学出版社,2014:71.
- [3] 熊晓正,钟秉枢. 新中国体育 60 年[M]. 北京:北京体育大学出版社,2009:30.

- [4] 中华人民共和国体育运动委员会. 中华人民共和国体育运动文件汇编:第二辑[M]. 北京:人民体育出版社,1957:12-13.
- [5] 国家体委. 中国体育年鉴(1949—1991):精华本上册[M]. 北京:人民体育出版社,1993:238.
- [6] 熊晓正. 我国竞技体育发展模式研究[M]. 北京:人民体育出版社,2008:29.
- [7] 陆学艺. 社会建设论[M]. 北京:社会科学文献出版社,2012:66.
- [8] 钟春洋,庄惠明. 论经济发展方式转变的历史演进与性质[J]. 科学·经济·社会,2009(1):37-42.
- [9] 李陈,李家祥. 马克思的发展方式观及其对转变经济发展方式的启示[J]. 经济学家,2013(10):5-12.