

Doi: doi.org/10.70693/rwsk.v1i2.493

跨文化共情传播视角下大型体育赛事国际传播路径研究 ——以 2025 年哈尔滨亚冬会为例

李一¹ 李佳凯²

(¹西华师范大学, 四川 南充 637009, ²电子科技大学, 四川 成都 611731)

摘要: 本研究聚焦于 2025 年哈尔滨亚洲冬季运动会的国际传播策略, 探讨如何通过共情传播推动跨文化认同的形成。研究认为, 跨文化共情传播不仅能够促进全球观众对赛事的情感认同, 还能突破文化隔阂, 增强不同文化群体之间的情感共鸣。本研究从情感触发、文化认同理论视角出发, 分析赛事传播中的情感驱动力, 探讨如何通过故事化叙事、媒介平台协同以及技术传播等多维策略, 打破传统传播局限, 创造更广泛的跨文化共识与情感共鸣, 提升赛事传播的情感深度和全球影响力。本研究为大型体育赛事的国际传播提供了新的理论视角和实践路径, 以期对未来赛事传播中的跨文化共情策略提供方法与思考。

关键词: 跨文化共情传播; 哈尔滨亚冬会; 国际传播; 文化认同

一、问题的提出

2025 年哈尔滨亚洲冬季运动会作为我国承办的又一国际冰雪盛会, 承载着“冰雪同梦, 亚洲同心”的核心理念, 也肩负着创新中国文化国际传播的战略使命。在数字化浪潮加速全球传播格局重构的当下, 传统赛事传播模式正面临多维转型压力。如何提升跨文化传播效能, 让大型体育赛事共情传播成为具有全球吸引力的文化符号, 构成当下国际传播的重要命题。

长期以来, 体育赛事传播研究多聚焦于媒介技术革新和传播渠道整合等工具层面的探讨(齐良博, 2023)。近年来, 共情传播理论在公共事件和国际传播领域中也逐步得到重视, 尤其是在文化认同的构建过程中, 情感共鸣被认为是重要的传播驱动力(赵新利, 2021)。学者们提出, 跨文化共情传播可以通过借助共通的情感叙事和共享的情感体验促进不同文化之间的认知对接, 帮助突破文化差异带来的传播障碍, 推动受众的情感共鸣与认同(钟新, 蒋贤成&王雅墨, 2022)。然而, 尽管跨文化共情传播具有广阔的应用前景, 其在新闻传播报道实际操作中仍面临诸多挑战, 尤其是在面对不同文化群体如何确保共情传播的精准实施, 避免其流于空泛和形式化这一问题上还有待补充。

基于此, 本文将围绕以下研究问题展开: 大型体育赛事的国际传播如何通过共情机制实现文化认同的创造性传播? 在文化认知差异与情感共鸣诉求交织的语境中, 如何设计有效的叙事策略, 重构精准且层次分明的共情传播策略, 从而推动跨文化共识的形成? 这些问题的解决不仅关系到文化传播的策略创新, 也关乎体育传播范式的转型, 尤其是在全球化和多元文化的交织下, 如何实现文化认同与情感共鸣的有效结合具有重要的现实意义。

二、共情的基础: 从情感触发到跨文化共识的达成

(一) 情感聚焦: 体育精神的激发

情感是人类普遍共享的体验, 而“情感的激发”是提升说服力的关键因素之一(贺伯特·博德, 黄水石, 2023)。体育精神因其跨越文化与语言的特性, 在大型赛事传播中成为聚焦集体情感、促进跨文化共识的重要链接。亚冬会借助媒体平台构建“成长型叙事”模式, 以挫折、坚持与突破构成完整的叙事链,

[作者简介]

[1]李一(2003—), 女, 四川乐山人, 西华师范大学新闻传播学院本科生。

[2]李佳凯(2002—), 男, 湖南郴州人, 电子科技大学新闻与传播专业硕士研究生, 主要研究方向为媒介与社会、国际传播。

将运动员的技术突破与心理蜕变的奋斗、坚持等体育精神转化为可传播的情感符号。同时，多模态叙事手段强化了运动员在团队项目中的体育形象，使全球受众能够在具身化传播中聚焦对其体育精神的符号化解读。特别是，当运动员站上领奖台，其身份已超越个体竞技者，而是成为国家文化符号的具身化载体。在这一跨文化传播的情感仪式中，媒体技术通过特写镜头的延展、国歌音频的强化等视听修辞策略，将观众的情感聚集点由个体成就的喜悦偏向对民族精神的自豪，实现了民族精神凝聚和共同情感的迸发。

（二）情感放大：赛事文化的共享

不同国家和地区的文化特征存在差异，尤其在集体主义与个人主义、权力距离等方面的不同，会影响人们对同一事件的情感反应（李文娟，2009）。然而，西方话语霸权长期主导国际传播，制约了多元文化的表达。在跨文化传播框架下，共情传播不仅是情感交流的方式，更是突破文化隔阂、消解意识形态壁垒的有效路径。亚冬会开幕式以“冰雪同梦，亚洲同心”为主题，结合全息投影等科技手段，展示了日本太鼓、印度古典舞、哈萨克斯坦马头琴等极具民族特色的表演。这些文化元素通过电视直播、网络传播等融媒体平台广泛传播，使受众直观感受到亚洲文化的多样性，从而促进跨文化理解与共享。在亚冬会的国际传播实践中，中国通过展现赛事筹备中的努力，尤其是在运动员福利、体育赛场环境保护等方面的投入与展示，不仅增强了赛事的全球认同，也推动了国际社会对中国形象的更全面、更客观的认知。

（三）情感传播：集体分享的认同

集体情感的形成依赖于社会互动过程中情感的共鸣与传递（周修研，2010）。共情传播遵循递进式演化路径，其核心在于将个体叙事进行情感具象化表达，从而推动集体认同的符号化再生产，并最终促成全球价值共识的建构。约旦高山滑雪选手谢里夫·扎瓦伊德的“孤勇者”叙事即典型案例。作为约旦唯一的参赛者，其奋斗历程经由媒体平台的可视化呈现，个体对体育梦想的坚持被转化为可感知的情感符号，使不同文化背景的观众都能在“挑战者”体育角色中找到情感共鸣。这种超越地理界限的集体分享与传播，使亚冬会的个人叙事升华为全球共享的体育精神象征。而在全球共识的建构过程中，共情传播的最终目标是将赛事传播与全球性议题相结合，实现从情感认同到价值认同的转换。扎瓦伊德的案例表明，当个体奋斗故事与“体育平权”“梦想无界”等全球议题产生互文效应时，其传播影响力呈指数级增长。这不仅强化了体育精神的全球化特质，也构建起“情感共鸣—价值认同—行动共振”的集体传播链条，为全球治理议题提供了新的情感动员模式。

三、共情的传播：亚冬会共情传播策略的多维构建

（一）内容策略：精准叙事与情感驱动

1. 故事化叙事增强情感渗透力

故事化叙事作为跨文化传播的“情感解码器”，通过构建具身化的情感符号系统，能够有效突破文化折扣现象。在亚冬会的传播实践中，故事化叙事策略呈现出三个层面的创新：其一是运动员生命历程的微观叙事，通过历史性视角展现竞技体育的人文内涵。以中国滑雪运动员徐梦桃为例，媒介通过对其18年训练周期中8次重大手术、3次奥运征程的深度解构，建构起“挑战者”符号的象征价值，使竞技叙事升华为人类精神共同体的集体记忆。其二是价值共鸣的宏观叙事，通过“梦想”“坚持”等普世性价值符码的编码，形成跨文化传播的“情感最大公约数”。其三是城市文化的中观叙事。在《亚冬会激情澎湃 黑土地热辣滚烫》等系列报道中，哈尔滨通过冰雕技艺的非遗传承、极寒环境中的生存智慧等叙事单元，将赛事空间拓展为文化对话场域。同时，冰雪赛事的共情传播也把承办城市哈尔滨塑造成了一个集“冰雪艺术”“城市精神”和“生态智慧”国际形象为一体的魅力之城。

2. 深挖赛事多元价值

赛事传播的核心不仅在于竞技本身，更在于赛事背后所承载的社会意义与价值观的传递。对于亚冬会而言，除了激烈的比赛场面，新闻报道挖掘的赛事对环境保护、社会责任等议题的关注也同样具有传播价值。赛事组委会曾表示，为达成环保目标，场馆供暖将采用绿色能源，供电则运用超低能耗技术。于是亚洲冬季运动会“绿色、科技、节俭”也成为外媒眼中的报道关键词。巴林新闻通讯社近期报道聚焦于本届亚冬会的绿色环保理念，指出这是大型国际赛事首次完全借助风能、太阳能等绿色能源运行。非中经济网站也强调，2025年哈尔滨举办的第九届亚冬会，在比赛场馆及配套设施的改造、建设、测试赛直至正式比赛的全流程，均使用绿色电力，开创大型国际体育赛事先河。在传播过程中，通过强调这些措施的实施与成效，不仅能够提升赛事的公众形象，更能促使全球观众反思人与自然的和谐共处，进而推动全球环境保护的行动。此外，在社交媒体上，观众不仅可以关注赛事的实时进展，还能通过互动讨论，探讨赛事背后更多的社会责任问题，例如如何通过体育赛事提升对弱势群体的关注，如何通过赛事推动性别平等和公平竞争的理念等。这样的深挖赛事多元价值的策略，有助于增强赛事的社会影响力，并通过情感共鸣将全球

观众的关注点从单纯的竞技内容转向更加广泛的社会议题，从而使亚冬会的传播具有更深远的意义。

（二）媒介策略：多平台协同与互动增强

1. 跨媒介协同传播体系构建

跨媒介传播能够利用不同平台的协同作用，极大地拓展传播范围并增强情感渗透力（邓祯，2023）。亚冬会通过电视媒介通过高清晰度转播技术实现了赛事核心内容的专业化呈现，而社交媒体平台则承担起情感延伸载体的功能。电视、社交媒体、短视频平台等多元媒介的协同合作，成功将赛事的情感传递至全球观众。例如，在赛事现场直播的同时，社交媒体平台通过实时的互动和运动员的个人生活记录，增强了观众对赛事的情感投入。具体而言，微博上的运动员幕后花絮或个人故事，可以与电视转播的竞技画面形成互动，使观众在获取赛事信息的同时，也能够感受到运动员的真实情感，这种情感的多维展现为赛事传播注入了新的活力。特别是在短视频平台（如抖音、TikTok）上，赛事精彩瞬间和运动员的感人故事迅速被传播，极大增强了全球观众的情感共鸣。通过这些平台，亚冬会不仅仅是体育赛事，更是情感共鸣的载体。

2. 实时互动与用户参与

社交媒体时代形成的实时交互机制，重构了传统赛事传播的权力结构。社交媒体不仅让传播内容更加生动、立体，还能够增强观众的情感参与感（谭天&张子俊，2017）。亚冬会传播实践表明，受众通过评论、弹幕、二次创作等数字劳动形式，已实质性地介入赛事意义的生产过程。此次亚冬会开展了以“点燃冰雪激情，相约亚冬盛会”为主题的线上火炬传递活动。在活动进行过程中，社交媒体平台成为众多“数字火炬手”互动与表达的重要场所。截至活动圆满完成传递，活动H5程序累计访问量超6118万次，全网#亚冬会线上火炬传递# #我是亚冬会数字火炬手#话题阅读量达1.3亿。网民们积极在社交平台发表评论，如“滨滨妮妮也太可爱了”“国家强盛，线上活动让大家都能体验一把火炬手，太有心了”。这些评论让观众不再仅仅是赛事信息的被动接收者，而是主动参与者，也展现了用户生成内容（UGC）在此过程中展现出独特的传播价值。这种具有个人叙事特征的观赛体验分享通过社交网络的弱连接扩散，形成了赛事传播的“情感长尾效应”。特别是Z世代受众通过表情包制作、reaction视频等创新形式，构建起赛事传播的亚文化话语体系，使官方叙事与民间话语产生有机融合。这种以用户创作为特色的情感传播方式，使得赛事传播不仅局限于传统媒体的单向传递，而是变成了一场全球范围内的情感互动与共享。跨媒介协同不仅实现传播渠道的物理叠加，更催生出新的意义生产机制；而用户参与度的量级提升，则标志着传播权力结构的优化。

（三）技术策略：视觉化与沉浸式体验

1. 影像化传播强化情感体验

研究表明，新闻报道中的视觉内容更能够迅速唤起观众的情感反应（朱杰&崔永鹏，2018），这一特性在体育赛事场景中尤为显著。影像化传播在体育赛事国际传播中具有不可忽视的重要作用，亚冬会借助影像化传播手段，通过对赛事画面的精心雕琢，特别是对运动员在关键赛点的特写镜头以及慢镜头回放等技术运用，极大地增强了赛事情感的渗透力。特写镜头聚焦运动员专注的神情、坚定的目光以及涨红的脸庞时，观众仿佛能切身感受到他们内心的紧张与执着。而夺冠瞬间运动员激动落泪的慢镜头呈现，更是将那种历经艰辛终获成功的喜悦与感慨淋漓尽致地传递给观众，使观众不仅能够领略到比赛的戏剧性张力，更能深入体验到运动员在拼搏过程中所蕴含的激情与坚韧情感，实现了赛事情感表达的最大化。此外，哈尔滨亚冬会还通过制作精良的纪录片和微电影，深入挖掘赛事背后的文化内涵。例如，纪录片《冰雪重逢》通过讲述在亚冬会筹备过程中，多个真实、生动、感人的故事，展现了运动员、教练员、志愿者、设计师等亚冬会筹备中不同行业、不同角色的人物经历和情感，体现了他们与亚冬会的情缘和背后的付出，记录哈尔滨为亚冬会所做的努力。通过这些影像作品，赛事不再仅仅是体育竞技的展示平台，而是情感与文化深度交融的传播载体，有效加深了观众对赛事的认同感，增强了跨文化的理解与情感共鸣。

2. 技术融合拓展传播边界

随着虚拟现实（VR）和增强现实（AR）等新兴技术的迅猛发展，沉浸式体验已逐渐成为大型体育赛事传播的关键突破点。沉浸式技术能够借助虚拟场景的构建，使观众身临其境般感受赛事现场的真实氛围（喻发胜&张玥，2020），从而为赛事传播开辟全新的路径。在2025年哈尔滨亚冬会的赛事传播实践中，沉浸式技术与IP全远程制作技术的协同应用，共同推动了体育赛事传播与制作的范式革新。虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术通过构建多维感知场景，显著拓展了赛事传播的时空边界——VR设备使观众得以“置身”冰雪赛场，360度感受赛事氛围；AR技术则通过实时叠加运动员数据与运动分析，打造出交互式观赛体验。中国联通与华为联合部署的5G-A网络有效解决了8K超高清信号传输的带宽瓶颈，使沉浸式体验摆

脱了网络延迟的掣肘。与此同时,针对亚布力等复杂地形赛场的转播难题,中央广播电视总台创新应用IP全远程制作技术,通过构建基于互联网协议的高速传输网络,将17台4K摄像机与36支定向话筒采集的赛事信号实时传输至5公里外的制作中心。该技术体系不仅实现了音画质量的跨地域无损传输,更通过远程设备控制显著降低了现场制作团队规模,这种“前端轻量化采集+后端智能化制作”的创新模式,既破解了恶劣环境下的转播技术难题,也为沉浸式内容的实时生成提供了底层架构支持,共同构建起“技术采集—网络传输—终端呈现”的全链路智能化赛事传播体系。

四、共情的优化:亚冬会共情传播的路径创新

(一) 传统文化的现代表达

在全球化传播背景下,体育赛事已成为展示国家文化软实力的重要平台。2025年哈尔滨亚冬会在开幕式与闭幕式中,充分运用传统民俗元素,以现代科技手段赋予其新的表现形式,实现文化的创造性传播,促进多元文化的交流互鉴,为构建全球范围内的文化共情提供了实践路径。开幕式上,东北地区特色非物质文化遗产——剪纸、冰灯、采冰、手绢花舞等传统民俗元素,被巧妙地融入舞台设计与表演叙事之中。表演过程中,演员手持双色“冰凌手绢花”,在翻飞间展现“六瓣雪花”与“新春窗花”的交替变幻,既延续了传统吉祥纹样,又融入了冰雪意象,使地域文化符号在全球传播中更具可读性和共鸣感。在闭幕式环节,赛事通过传统文化意象的递进演绎,深化了“共情传播”的叙事逻辑。从“守冬”到“望春”,闭幕式围绕“团聚—告别”的情感线索展开,进一步呼应了中国传统文化中“冬去春来、生生不息”的宇宙观。这一叙事策略不仅增强了闭幕式的文化意境。2025年哈尔滨亚冬会通过传统民俗的现代表达,构建了一种兼具地域特色与全球传播力的文化叙事体系。赛事在冰雪体育竞技之外,通过民俗的现代化表达,实现了文化记忆的当代重构,不仅增强了东道主与国际观众之间的文化共情,也为体育赛事的国际传播提供了新的实践范式。

(二) 国际化中的区域化亮点

在全球化体育传播体系中,赛事的文化传播效果不仅取决于其国际传播能力,也受限于各区域文化语境的接受度(张兵娟,2010)。赛事期间,BBC、NHK、CNN等国际主流媒体与中国中央广播电视总台(CCTV)展开合作,通过全媒体矩阵、伴随式直播、多语言传播等方式,构建覆盖全球的传播网络,关于哈尔滨“冰雪名片”的赛事报道总量超过2500万篇,全网信息浏览量达120亿次,视频播放量突破2亿次。而在区域化传播策略方面,亚冬会特别关注区域化的差异传播。例如,由于气候因素,东南亚地区长期缺乏冰雪运动氛围。赛事传播团队针对这一文化差异,选取泰国滑雪运动员马克一家的故事进行区域化精准传播。通过报道马克一家在北京冬奥会上受到关注后回国积极推广冰雪运动,并在本届亚冬会上派出大规模代表团这一新闻,增强了泰国观众对赛事的兴趣,也推动了冰雪运动在该地区的认知度提升。而柬埔寨与沙特阿拉伯的运动员首次参与这一冰雪赛事中,也成为赛事国际传播的重要议题。赛事组委会通过媒介议程设置策略,推出《柬埔寨、沙特阿拉伯冰雪运动健儿将迎来亚冬会首秀》等报道,使这一事件在全球范围内获得更大关注,拓展了赛事自身的传播影响力,也在全球化语境下促进了不同文化圈层的区域化情感共鸣。

五、共情的未来:亚冬会共情传播的机遇与挑战

(一) 以“情”服人消解认知隔阂

在跨文化传播领域,西方主流媒体长期秉持以政治立场为导向的报道框架,严重影响公众对中国形象的认知。萨义德在《东方学》中提出的“他者化”理论指出,西方媒体通过塑造“东方的他者”来维系自身文化优势,此理论至今仍在跨文化传播中产生深远影响(陈瑛,2003)。在这种背景下,中国于国际媒体语境中常被刻画为“异类”,其文化、政治与经济差异被过度强调,这导致跨文化传播在国外受众中极易引发认知失调与情感隔阂(喻国明&易艳,2014)。在亚冬会传播过程中,突破这一认知鸿沟,扭转外国媒体构建的负面形象,成为跨文化共情传播的关键任务。

伴随新媒体技术发展,跨文化传播已从“以理服人”迈向“以情服人”的时代,情感共鸣在传播效果中的重要性日益凸显。尤其是在国际传播中,情感化内容能有效跨越文化差异,增强受众的认同感与归属感(张昆&张晶晶,2022)。同时,不仅聚焦赛事本身,以“情”服人更注重巧妙传递其背后承载的文化多样性与价值观深度。在亚冬会传播过程中,借助技术赋能与媒介创新,将赛事文化内涵与情感化内容深度融合,通过讲故事的方式潜移默化地与受众产生强烈共鸣,进而有效提升中国在全球的影响力与正面形象。通过亚冬会这一平台,有望打破外国媒体偏见造成的认知局限,构建起跨文化共情的桥梁,让世界更全面、准确地认识中国。

(二) 媒介技术赋能跨越传播困境

互联网,特别是社交媒体的兴起,虽为情感传播带来新契机,却也使传播管理复杂多变。在这一背景下,受众角色转变为主动的情感生产者与传播者,致使公众情感传播变得个性化且碎片化(刘康,2019)。这种情感传播特点,虽丰富了信息的多样性,却给情感的单一传递及共鸣构建带来挑战,尤其在跨文化传播中,如何有效引导和管理情感成为传播面临的关键难题。对于亚冬会而言,在复杂的互联网信息生态中找到情感引导的正确方式,避免信息碎片化与情感极化,对提升其国际影响力至关重要。

新媒体技术与媒介融合的创新,为跨文化传播带来新的可能。新媒体传播的去中心化与互动性,使情感共鸣在传播中更易实现且范围更广(李斌,2017)。社交平台和短视频等形式,为全球观众提供生动且接地气的内容,相较于理性内容,更易引发受众共鸣。2025年亚冬会借助前沿技术应用,将“共情传播”从理念转化为具体的多维度体验,实现从单向内容输出到沉浸式情感交互的转变。亚冬会的传播体系突破传统媒介局限,实现全赛事云端制作与分发,通过多模态交互、云端协同与情感计算,不仅实现信息高效触达,更构建起跨越地理与文化边界的情感共同体。通过亚冬会这一平台,有望突破互联网情感传播困境,以共情传播搭建跨文化沟通桥梁,推动全球文化的交流与理解。

(三)以“人类命运共同体”共筑情感纽带

不同的群体关系和文化框架,会直接左右跨文化传播中的情感共鸣效果。在复杂的群际关系影响下,政治、历史及文化等因素频繁干扰情感共鸣,使得传播者传递的情感与受众的情感认知间出现裂痕(伍海英,2010)。在全球政治格局日趋复杂的当下,国际关系的复杂性对跨文化共情传播形成了巨大阻碍,亚冬会在跨文化情感交流中,同样遭遇严峻挑战,特别是西方国家公众对中国国家形象存在固有负面认知时,“共情偏差”在传播中的风险尤为突出(江厚杰&俞鹏飞,2022)。

然而,中国提出的“人类命运共同体”理念为跨文化传播带来了曙光。“人是最具感染力的媒介”,习近平总书记(2017)在多个场合强调,全球面临诸多共同挑战,唯有借助合作与共情,方可实现共同发展。该理念倡导多极化与经济全球化背景下的合作共赢,着重强调跨文化理解与情感共鸣的重要意义。有学者表示,共情传播不仅能增进不同文化群体间的相互理解,还可有效消除文化差异造成的隔阂(马龙&李虹,2022)。在“人类命运共同体”理念的价值引领下,亚冬会借助技术赋能的传播手段、内容提质的优化策略以及媒介融合的创新路径,全景式呈现赛事进程中多元文化的交融共生,传递真实可感的情感与价值理念,触发不同文化背景受众的情感共鸣,有效弥合因文化差异带来的情感认知裂痕。在此过程中,共情传播作为核心驱动力,赋予亚冬会超越体育竞技范畴的文化交流使命,使其成为跨文化对话的重要平台,从而深度彰显中国在全球体育文化发展格局中的建设性角色,显著缩短中国与世界其他国家和地区间的文化情感距离。基于此,亚冬会成功构建“全球关怀、在地共鸣”的传播模式,提升赛事国际影响力并凝聚情感共识,为中国国家形象建设及全球文化交流贡献重要力量。

参考文献:

- [1]齐良博.(2023).大型体育赛事与传播媒介互利关系及优化路径分析.记者摇篮(08),12-14.
- [2]赵新利.(2021).共情传播视角下可爱中国形象塑造的路径探析.现代传播(中国传媒大学学报)(09),69-74.
- [3]钟新,蒋贤成&王雅墨.(2022).国家形象的跨文化共情传播:北京冬奥会国际传播策略及效果分析.新闻与写作(05),25-34.
- [4]贺伯特·博德&黄水石.(2023).面向情感彰显说服力的修辞学.汉语言文学研究(02),90-97.
- [5]李文娟.(2009).霍夫斯泰德文化维度与跨文化研究.社会科学(12),126-129+185.
- [6]周修研.(2010).浅析涂尔干集体意识理论——以《社会分工论》中的集体意识为例.中国电力教育(S1),240-242.
- [7]邓祯.(2023).跨媒介叙事:中国故事国际传播的升维.中国编辑(10),79-84.
- [8]谭天&张子俊.(2017).我国社交媒体的现状、发展与趋势.编辑之友(01),20-25.
- [9]朱杰&崔永鹏.(2018).短视频:移动视觉场景下的新媒介形态——技术、社交、内容与反思.新闻界(07),69-75.
- [10]喻发胜&张玥.(2020).沉浸式传播:感官共振、形象还原与在场参与.南昌大学学报(人文社会科学版)(02),96-103.
- [11]张兵娟.(2010).电视媒介事件与仪式传播.当代传播(05),29-32.
- [12]江厚杰&俞鹏飞.(2022).我国冰雪运动文化国际传播价值、困境及路径.体育文化导刊(07),33-38.
- [13]马龙&李虹.(2022).论共情在“转文化传播”中的作用机制.现代传播(中国传媒大学学报)(02),77-83.
- [14]陈瑛.(2003).“东方主义”与“西方”话语权力——对萨义德“东方主义”的反思.求是学刊(04),29-33.
- [15]喻国明&易艳.(2014).对冲偏见:关于国际传播的策略研究.山西大学学报(哲学社会科学版)(02),119-123.

- [16]张昆& 张晶晶.(2022).动之以“情”：国家形象传播的情感回归.中国编辑(11),33-37.
[17]刘康.(2019).“去中心化—再中心化”传播环境下主流意识形态话语权面临的双重困境及建构路径.中国青年研究(05),102-109.
[18]李斌.(2017).新闻传播“去中心化”趋势与“中心再造”路径.传媒(24),37-39.
[19]伍海英.(2010).“编码——解码”理论在跨文化传播中的应用与发展.新闻爱好者(02),4-5.
[20]习近平.(2017-01-20).共同构建人类命运共同体.人民日报,002.

Research on the International Communication Path of Large Sports Events from the Perspective of Cross-cultural Empathy Communication --Taking the 2025 Harbin Asian Winter Games as an Example

Li Yi¹, Li Jiakai²

¹ *China West Normal University, Nanchong 637009, Sichuan, China*

² *University of Electronic Science and Technology of China, Chengdu 611731, Sichuan, China*

Abstract: This study focuses on the international communication strategy of the 2025 Harbin Asian Winter Games and explores how to promote the formation of cross-cultural identity through empathic communication. The study concludes that cross-cultural empathic communication can not only promote the global audience's emotional identification with the event, but also break through the cultural barrier and enhance the emotional resonance between different cultural groups. This study analyzes the emotional driving force in event communication from the perspectives of emotional trigger and cultural identity theory, and explores how to break the limitations of traditional communication through multidimensional strategies such as storytelling, media platform synergy and technological communication, to create a wider cross-cultural consensus and emotional resonance, and to enhance the emotional depth and global influence of event communication. This study provides new theoretical perspectives and practical paths for the international communication of large-scale sports events, with a view to providing methods and reflections on cross-cultural empathy strategies in future event communication.

Keywords: Cross-cultural Empathic Communication; Harbin Asian Winter Games; International Communication; Cultural Identity