

# 运动语言：体育术语在跨文化交流中的设计与传播

杨灵坚<sup>1</sup>, 黄希文<sup>2</sup>

1. 南充电影工业职业学院, 南充市, 四川省, 中国

2. 澳门科技大学, 澳门, 中国

**摘要:** 在当今全球化的语境下, 体育术语作为一种特殊的语言符号, 其在跨文化交流中的重要性日益凸显。体育术语不仅承载着丰富的体育知识和文化信息, 而且其设计和传播方式对于体育文化的全球传播具有深远影响。本文旨在探讨体育术语在跨文化交流中的设计与传播。通过对体育术语的语义、文化内涵以及在跨文化交流中的视觉和听觉传达进行深入研究, 揭示体育术语在体育品牌塑造、赛事推广、以及跨文化体育交流中的独特设计价值。本次研究的意义在于, 它不仅为体育组织、品牌和赛事提供了跨文化交流的策略和指导, 也促进了体育文化的全球传播和多样性的保护。通过有效的体育术语设计, 可以增强体育赛事的国际影响力, 促进不同文化之间的交流与合作, 同时也为体育设计领域提供了新的研究视角和实践案例。

**关键词:** 体育术语; 跨文化交流; 听觉传达; 品牌塑造; 运动语言

---

## Sports Language: The Design and Dissemination of Sports Terms in Cross-Cultural Communication

Lingjian Yang<sup>1</sup>, Xiwen Huang<sup>2</sup>

1. Nanchong Film Industry Vocational College, Nanchong City, Sichuan Province, China

2. Macau University of Science and Technology, Macau, China

**Abstract:** In the context of globalization today, sports terminology, as a special language symbol, is increasingly playing a role in cross-cultural communication. Sports terminology not only carries rich sports knowledge and cultural information, but also its design and dissemination methods have a profound impact on the global dissemination of sports culture. This paper aims to explore the design and dissemination of sports terminology in cross-cultural communication. By conducting in-depth research on the semantics, cultural connotations, and visual and auditory conveyance of sports terminology in cross-cultural communication, this paper reveals the unique design value of sports terminology in sports branding, event promotion, and cross-cultural sports exchange. The significance of this study lies in that it not only provides cross-cultural communication strategies and guidance for sports organizations, brands, and events, but also promotes the global dissemination of sports culture and the protection of cultural diversity. By implementing effective sports terminology design, we can enhance the international influence of sports events, promote communication and cooperation between different cultures, and also provide new research perspectives and practical cases for the sports design field.

**Keywords:** Sports Terminology; Cross-Cultural Communication; Auditory Conveyance; Branding; Sports Language

## 1 研究背景

### 1.1 体育术语与设计的关系

体育术语[1]，作为体育领域内的专业语言，其设计不仅包括文字的表达，更涵盖了视觉和听觉的设计元素。在视觉设计方面，体育术语常常与特定的图形、符号和色彩相结合，形成独特的视觉标识。这些视觉元素不仅增强了体育术语的识别度，也丰富了其文化内涵和情感表达。例如，奥林匹克五环标志和世界杯足球赛的奖杯设计，都是将体育术语与视觉设计结合的典范，它们通过简洁而富有象征意义的视觉语言，传达了体育精神和赛事理念。

在听觉设计方面，体育术语的发音、节奏和音调等元素，也是设计的重要组成部分。这些听觉特征不仅影响着体育术语的传播效果，也与特定文化的情感和氛围紧密相关。例如，体育赛事的主题曲和口号，通过特定的音乐和语言节奏，激发观众的情感共鸣，增强赛事的吸引力和影响力。

### 1.2 跨文化交流中的设计挑战

在跨文化交流中，体育术语的设计面临着诸多挑战。首先，不同文化背景下的语言差异可能导致体育术语的误解或误译[1]。设计者需要深入了解不同文化的语言习惯和表达方式，以确保体育术语在跨文化交流中的准确传达。其次，体育术语的视觉和听觉设计也需要考虑不同文化的审美偏好和接受度。设计者应通过跨文化研究，探索不同文化对色彩、图形、声音等元素的感知和反应，以设计出能够跨越文化障碍、引起共鸣的体育术语[2]。

此外，体育术语的设计还需要考虑不同文化的社会价值观和道德标准。在某些文化中，特定的符号或语言可能具有特定的社会或宗教含义，设计者在设计体育术语时，应避免使用可能引起争议或误解的元素。通过跨文化的敏感性和创造性，设计者可以有效地传递体育术语的文化内涵，促进不同文化之间的理解和尊重。

### 1.3 研究目标与价值

本文的研究目的在于探讨体育术语的设计原则和传播策略，以及它们在跨文化体育交流中的作用。通过对体育术语与设计关系的深入分析，揭示体育术语在视觉和听觉设计中的独特价值，以及如何通过设计提升体育术语的跨文化交流效果。体育术语的设计在跨文化交流中扮演着至关重要的角色，通过深入研究体育术语与设计的关系以及跨文

化交流中的设计挑战，为体育术语的跨文化设计和传播提供理论支持和实践指导，以促进体育文化的全球传播和交流。

## 2 体育术语的设计原则

### 2.1 视觉设计原则

**字体选择与设计：**字体是视觉设计中的关键元素，它不仅影响可读性，还能传达特定的情感和运动精神。不同的字体设计可以激发观众的情感反应，比如粗体字给人以力量感，而细长的字体则传达速度和优雅。设计时，应考虑字体的形状、大小、颜色和纹理，以及它们如何与整体设计协调，以确保信息的有效传达和视觉吸引力。

**图形符号设计：**体育图标和吉祥物是体育活动中不可或缺的视觉元素，它们通过简化的形象传达运动的特点和文化内涵。设计时，应考虑图形的简洁性、识别度和象征意义，以及如何在不同文化中被正确理解和接受。例如，奥运会的五环标志就是一个全球公认的体育图标，它通过五种颜色的圆环象征五大洲的团结。

**色彩运用：**色彩在视觉传达中具有强烈的心理效应和文化意义。不同的颜色可以激发不同的情感反应，比如红色通常与激情和活力相关联，而蓝色则给人以平静和稳定的感觉。在体育术语的视觉设计中，色彩不仅用于吸引注意力，还用于区分不同的运动项目和团队。设计时应考虑色彩的文化差异和象征意义，以及如何在不同的媒介和环境保持一致性和识别度。

### 2.1 听觉设计原则

**音韵美：**体育术语的音韵美感与其在口头传播中的易记性和传播效果密切相关。音韵美涉及到术语的发音、节奏和韵律，设计时应考虑如何使术语朗朗上口、易于记忆。例如，一些体育项目的名称如“马拉松”（Marathon）和“柔道”（Judo）就因其独特的音韵而容易被人们记住。

**口语化表达：**体育术语的口语化表达有助于增强其在口头交流中的自然度和亲切感。设计时，应考虑术语的发音是否符合语言的自然流畅性，以及是否容易被不同语言背景的人接受和复述。口语化表达还应考虑术语在不同语境下的适用性和灵活性，以适应不同的交流场合和风格。

在设计体育术语时，应综合考虑视觉和听觉元素，以创造出既具有文化内涵又易于跨文化交流的设计。这不仅有助于提升体育活动的国际形象，还

能增强观众的参与感和体验感。通过精心设计，体育术语可以成为连接不同文化和语言群体的桥梁，促进全球体育文化的交流与理解。

### 3 体育术语在跨文化交流中的传播

在全球化的背景下，体育术语的翻译与本土化成为了跨文化交流中的重要议题[3]。体育术语不仅是语言符号，它们在跨文化交流中还承载着视觉和听觉的设计元素，这些元素的有效传达对于体育文化的全球传播至关重要。

#### 3.1 翻译与本土化

体育术语的翻译策略：在翻译体育术语时，翻译者面临着直译、意译、音译等多种选择。直译保持了原文的字面意思，但有时可能无法传达术语在目标文化中的内涵。意译则更注重术语在目标语言文化中的对应意义，有时可能需要创造性地转换概念以适应目标文化。音译则通常用于那些难以直接翻译的术语，它保留了原术语的发音特征。翻译策略的选择应基于对源语言和目标语言文化的深入理解，以及对体育术语在特定语境中的使用和接受度的考量。

体育术语的本土化：体育术语在不同文化背景下的适应与创新是本土化的关键。本土化不仅仅是语言的转换，更是文化意义的重构。在不同文化中，体育术语可能需要根据当地的体育传统、习俗和价值观进行调整，以确保其在新语境中的有效性和接受度。例如，某些体育术语可能与特定的民族运动或文化活动相关联，因此在翻译和本土化过程中，需要考虑到这些术语在当地文化中的特殊含义和情感色彩。

#### 3.2 跨文化传播渠道

媒体传播：电视、广播、网络等媒体在体育术语传播中扮演着至关重要的角色。媒体不仅传播体育赛事，也是体育术语和文化理念传播的主要渠道。通过媒体，体育术语能够迅速传播到全球观众，而媒体的覆盖范围、观众群体和传播方式都会影响体育术语的传播效果。例如，电视直播可以提供即时的体育术语解释和语境，帮助观众更好地理解体育赛事和术语的含义。

社交媒体：在社交媒体平台上，体育术语的传播特点与影响呈现出新的趋势。社交媒体的互动性和即时性使得体育术语能够迅速在全球范围内传播，同时也为体育迷提供了一个讨论和分享体育术

语的平台。社交媒体上的体育术语传播不仅包括赛事报道，还包括用户生成的内容，如评论、讨论和分享，这些都极大地丰富了体育术语的传播维度。

体育术语的翻译与本土化是跨文化交流中的重要环节，而媒体和社交媒体则为体育术语的传播提供了多样化的渠道。通过有效的翻译策略和本土化实践，以及媒体和社交媒体的广泛传播，体育术语能够跨越语言和文化的障碍，促进全球体育文化的交流与理解。

### 4 体育术语在体育品牌塑造中的作用

在探讨体育术语在品牌形象塑造中的作用时，我们可以从以下几个方面进行深入分析：体育术语在品牌口号和品牌故事中的应用：体育术语因其独特的活力和竞技精神，常常被用作品牌口号，以此来传递品牌的核心价值和品牌个性。例如，耐克的标志性口号“Just Do It”，简洁而富有力量，激励消费者克服困难，勇敢追求自己的目标。这种口号不仅与体育活动的挑战性和激励性相契合，也与品牌形象紧密相连，成为品牌传播的重要载体。同时，体育术语也被融入品牌故事中，通过叙述与体育相关的品牌历史、运动员合作故事或重大赛事经历，增强品牌的情感连接和认同感。

体育术语与品牌视觉形象的一致性：在品牌视觉形象设计中，体育术语的视觉呈现需要与品牌的整体形象保持一致性。这包括色彩、字体、图形符号等元素的使用，以确保在不同的传播媒介中，消费者能够立即识别并联想到品牌。例如，奥运会的五环标志和色彩设计，已经成为全球公认的体育盛事的象征，其视觉形象的一致性在全球范围内得到维护和认可。

在消费者认知方面，体育术语对消费者品牌认知的影响主要体现在：体育术语对消费者品牌认知的影响：体育术语作为一种专业语言，其在品牌传播中的使用能够影响消费者对品牌的认知。体育术语的正面形象和激励性能够提升品牌的专业性和可信度，从而增强消费者对品牌的认知。例如，品牌通过与体育赛事或运动员的合作，使用相关的体育术语，可以传递出品牌的活力、健康和积极向上的形象。

体育术语在消费者决策过程中的作用：在消费者的购买决策过程中，体育术语的使用可以作为一个重要的影响因素。消费者可能会因为品牌与体育术语的关联而产生情感共鸣，从而影响他们的购买

决策。例如，消费者在选择运动装备时，可能会倾向于选择那些与他们喜爱的体育项目或运动员相关的品牌，因为这些品牌通过体育术语的使用，传递出了与消费者个人兴趣和价值观相契合的信息。

体育术语在品牌形象塑造和消费者认知中扮演着重要角色，通过有效的设计和传播策略，体育术语可以成为品牌与消费者之间沟通的桥梁，增强品牌的吸引力和市场竞争力。

## 5 体育赛事中的体育术语设计

在体育赛事的传播中，赛事口号和解说扮演着至关重要的角色。它们不仅能够提升赛事的品牌形象，还能够增强观众的观赛体验。

### 5.1 赛事口号设计

赛事口号的设计需要创意与传播的紧密结合。一个成功的赛事口号应当简洁明快、响亮有力，易于记忆和视觉表达，同时富有感情色彩和号召力，能够打动并激励人心。例如，杭州亚运会的主题口号“心心相融，@未来”（“Heart to Heart, @Future”）便是一个突破常规的设计，它不仅体现了亚运会的精神，还巧妙地融入了互联网元素，展现了未来感与科技感，同时也强调了人与人之间、国与国之间的连接和友爱。

### 5.2 赛事解说

体育解说的语言艺术性与专业性是提升观众观赛体验的关键。解说员需要具备深厚的体育专业知识，同时还要能够将复杂的体育术语和赛事分析转化为观众易于理解的语言。解说词语的选择与运用应当准确、生动，既要传达赛事的紧张刺激，又要能够传递体育精神和文化。例如，优秀的解说员能够通过声情并茂的解说，恰到好处的评述，以及合理的节奏控制，让观众感受到比赛的激情和运动员的拼搏精神。

### 5.3 消费者认知

体育术语在消费者品牌认知中起着重要作用。一个深入人心的赛事口号或者一段精彩的解说，都能够增强消费者对体育品牌的记忆度和好感度。在消费者决策过程中，体育术语的有效运用可以作为影响消费者选择的重要因素。例如，消费者可能会因为某个赛事的口号与个人价值观相契合，而更倾向于关注和支持该赛事，进而影响其消费决策。

赛事口号和解说在体育赛事的品牌形象塑造和消费者认知中发挥着不可替代的作用，通过精心

设计和专业传播，它们能够为体育赛事增添独特的魅力，吸引更广泛的观众群体，从而提升赛事的整体影响力和商业价值。

## 6 体育术语设计的发展趋势

在数字化时代，体育术语呈现出新的特点，它们不再局限于传统的体育领域，而是与数字技术、电子竞技和虚拟体育紧密相连。数字化不仅改变了体育术语的使用场景，也为其传播和理解提供了新的途径。

### 6.1 数字化与体育术语

数字化时代体育术语的新特点：随着数字技术的发展，体育术语开始融入更多科技元素，如虚拟现实(VR)、增强现实(AR)和人工智能(AI)等。这些技术的应用使得体育术语不再只是描述实体运动，还包括了数字环境中的模拟运动。例如，电子竞技(E-sports)术语如“击杀”、“助攻”和“排位赛”等，已经成为数字化体育语言的一部分。

体育游戏、虚拟体育中的术语设计：在体育游戏中，术语设计需要兼顾游戏性和体育性，以确保玩家能够快速理解和使用。虚拟体育则要求术语设计能够准确描述虚拟环境中的运动特性，如“模拟滑雪”和“虚拟赛车”等。这些术语的设计既要符合体育运动的规律，也要适应数字环境的特点。

### 6.2 全球化与体育术语

体育术语的全球化趋势与挑战[4]：随着全球化的推进，体育术语的传播不再局限于某一地区或国家，而是在全球范围内传播和使用。这一趋势带来了术语标准化的需求，同时也面临着不同文化背景下的翻译和理解挑战。例如，某些体育术语在不同语言和文化中可能有不同的表达方式，需要通过跨文化交流和合作来达成共识。

体育术语在促进体育文化交流中的作用[5]：体育术语作为体育文化的重要组成部分，在促进不同文化之间的交流和理解方面发挥着重要作用。通过体育赛事、国际合作和教育交流等途径，体育术语有助于增进不同国家和地区人民之间的相互了解和友谊。例如，奥运会等国际体育赛事不仅是竞技的舞台，也是文化交流的平台，通过体育术语的共享和传播，促进了全球体育文化的交流与融合。

当前，数字化和全球化为体育术语的发展带来了新的机遇和挑战[6]。在这一过程中，体育术语的设计和传播需要不断创新，以适应数字化和全球化背景下

的体育发展需求。同时，体育术语在促进体育文化交流和理解方面的作用也日益凸显，成为连接不同文化和语言群体的重要桥梁。

## 7 结语

本文通过深入探讨体育术语在跨文化交流中的设计重要性，揭示了其在促进不同文化背景下体育交流与理解中的核心作用。体育术语不仅是体育运动的专业语言，更是文化传播的载体，其设计和传播方式对于体育文化的全球传播具有深远影响[7]。

在数字化时代，体育术语呈现出新的特点，它们与数字技术、电子竞技和虚拟体育紧密相连。数字化技术的应用使得体育术语不再局限于传统的体育领域，而是扩展到了数字环境中的模拟运动。例如，电子竞技术语已经成为数字化体育语言的一部分，这些术语的设计需要兼顾游戏性和体育性，以确保玩家能够快速理解和使用。同时，体育术语在虚拟体育中的设计也要求能够准确描述虚拟环境中的运动特性，如“模拟滑雪”和“虚拟赛车”等，这些术语的设计既要符合体育运动的规律，也要适应数字环境的特点。

全球化为体育术语的传播带来了新的机遇和挑战。随着全球化的推进，体育术语的传播不再局限于某一地区或国家，而是在全球范围内传播和使用。这一趋势带来了术语标准化的需求，同时也面临着不同文化背景下的翻译和理解挑战。体育术语在促进体育文化交流中的作用日益凸显，通过体育赛事、国际合作和教育交流等途径，体育术语有助于增进不同国家和地区人民之间的相互了解和友谊。

未来研究可以探讨体育术语设计与人工智能、虚拟现实等新技术结合的可能性[6, 8]。随着技术的不断发展，体育术语的应用场景将更加多样化，研究可以关注如何利用人工智能技术来优化体育术语的翻译和传播，以及如何通过虚拟现实技术来增

强体育术语在教育和训练中的应用。此外，研究还可以关注体育术语在新媒体和社交平台上的传播特点，以及如何通过设计来提升体育术语在跨文化交流中的有效性。

体育术语在跨文化交流中的设计重要性不容忽视。通过精心设计和创新传播，体育术语能够成为连接不同文化和语言群体的桥梁，促进全球体育文化的交流与理解。未来的研究将进一步探索体育术语设计与新技术结合的潜力，为体育文化的传播和发展提供新的视角和方法。

## 参考文献

- [1] 郑安文. 基于术语学视角的体育专有名词翻译研究——从 synchronized swimming 的更名及汉译谈起[J]. 中国科技术语, 2018, 20(05): 32-36.
- [2] Grainger A, Kelly L A, Garland W S, et al. 'Athletes', 'Talents', and 'Players': Conceptual Distinctions and Considerations for Researchers and Practitioners[J]. Sports Medicine, 2024, (prepublish):1-7.
- [3] 李浩宇, 陈海霞, 梁红. 隐喻型冬奥体育术语的认知解析及跨语认知实现路径[J]. 中国科技术语, 2022, 24(02): 26-32.
- [4] 夏江涛, 蒲毕文. 我国体育学科国际学术话语权呈现分析与提升策略[J]. 体育科学, 2023, 43(09): 13-25+52.
- [5] 孟凡强. “体育”术语与实践的矛盾及体育概念的争论[J]. 体育学刊, 2009, 16(01): 10-14.
- [6] 吴林. 虚拟现实技术在体育领域中的应用研究[J]. 福建体育科技, 2017, 36(05): 12-14.
- [7] 张新, 廖雪, 周煜, 等. 中国“体育”概念词汇的历史源流考析[J]. 上海体育学院学报, 2022, 46(05): 49-55+104.
- [8] 邹小江. 人工智能技术在体育中应用的现状综述[J]. 科技资讯, 2019, 17(08): 119-120.

