

文章编号:1004-3624(2025)02-0032-08

# 新中国体育宣传工作的 发展历程、 鲜明特征与推进策略

王景芳,俞鹏飞

(安徽师范大学体育学院,安徽芜湖 241002)

**摘要:**体育宣传工作是宣传思想文化工作的重要组成部分,亦是体育强国建设的重要基石。该研究运用文献资料等方法,探究了新中国成立至今,体育宣传工作的发展历程与鲜明特征。75年来,我国体育宣传工作经历了建设发展时期、全面拓展时期以及守正创新时期,在此期间体育宣传工作始终坚持党的全面领导、始终坚持以人民为中心、始终坚持与时俱进发展,呈现出鲜明的政治性、群众性、开放性等特点,为新时代体育宣传工作的开展提供宝贵的镜鉴。在此基础上,提出体育宣传工作的推进策略:始终坚持体育文化宣传,促进体育文化繁荣发展;始终坚持体育正面宣传,壮大体育主流思想舆论;始终坚持体育媒介宣传,推动体育媒体融合发展;始终坚持体育对外宣传,多维建构中国体育形象。

**关键词:**习近平文化思想;宣传工作;体育宣传;体育强国

**中图分类号:**G80-05

**文献标识码:**A

## The Development History, Characteristics and Promotion Strategies of Sports Publicity in China

WANG Jing-fang, YU Peng-fei

(College of Physical Education, Anhui Normal University, Wuhu 241002, China)

**Abstract:** Sports publicity is an essential part of publicity, ideological, and cultural work, and is also an important cornerstone of the construction of a strong sports nation. The study utilized literature and other methods to explore sports publicity development and distinctive features from the founding of the People's Republic of China to the present. Over the past 75 years, China's sports publicity work has gone through a period of construction and development, a period of comprehensive expansion, and a period of keeping correct and innovative, during which the sports publicity work has consistently adhered to the overall leadership of the Communist Party of China, always adhered to the people as the center, and always adhered to keep pace with the times, presenting distinctive political, mass, openness, and other characteristics, and providing a valuable mirror for the development of the sports publicity work in the new era. On this basis, a strategy for the advancement of sports advocacy is proposed: always adhere to sports culture publicity to promote the prosperity of sports culture; always adhere to positive sports publicity, strengthen the mainstream ideological opinion of sports; always adhere to sports media publicity, promote the integrated development of sports media; always adhere to foreign sports publicity, multi-dimensional construction of China's sports image.

**Key words:** Xi Jinping Thought on Culture; publicity work; sports publicity; a leading country in sports

**基金项目:**安徽省哲学社会科学青年项目“新媒体时代安徽省优秀传统文化体育文化传播与发展研究”(AHSKQ2021D84)

**收稿日期:**2024-11-11

**作者简介:**王景芳(2000-),男,安徽亳州人,硕士研究生,研究方向:体育新闻与文化传播。

**通讯作者:**俞鹏飞(1991-),男,安徽含山人,在站博士后,硕士生导师,研究方向:体育新闻与文化传播。

2023年10月,习近平总书记在全国宣传思想文化工作会议上指出:“宣传思想文化工作事关党的前途命运,事关国家长治久安,事关民族凝聚力和向心力,是一项极端重要的工作”<sup>[1]</sup>。体育宣传工作作为宣传思想文化工作的重要部分,自新中国成立以来就受到党和政府的高度重视。从“发展体育运动增强人民体质”的体育宣传号召,到“全面健身日”的设立,再到“体育宣传周”纳入《中华人民共和国体育法》,体育宣传工作的内涵更加丰富,迎来重要的发展期。新中国成立75周年以来,体育宣传工作已经积累了足够的历史经验,通过对体育宣传工作发展历程的梳理,能够更好地把握新征程上体育宣传工作的重难点,开创体育宣传思想文化工作的新局面,具有极高的理论价值与实践意义。近年来,关于体育宣传的相关研究多聚焦于新中国成立前中国共产党的体育宣传,鲜有对新中国成立至今对于体育宣传工作的探索研究。鉴于此,本研究基于习近平总书记对宣传思想文化工作的重要指示,探究我国体育宣传的发展历程与鲜明特征,在学习宝贵经验的基础上,尝试寻求体育宣传工作的推进策略。

## 1 新中国体育宣传工作的历程

新中国成立75周年以来,体育宣传工作与体育事业相生相伴,随着体育事业不断发展壮大,体育宣传工作为健康中国、体育强国建设做出巨大贡献,已经成为宣传思想文化工作不可或缺的部分。从发展历程来看,新中国体育宣传工作可以分为以下三个时期:体育宣传工作的建设发展时期、体育宣传工作的全面拓展时期以及体育宣传工作的守正创新时期。

### 1.1 体育宣传工作的建设发展时期(1949—1978年)

新中国成立后,中国体育事业面临建设发展的关键时期,建设与体育事业发展相适应的体育宣传战线显得尤为重要。随着国民经济的恢复发展与社会主义改造的进行,中国体育在社会主义制度基础上迎来了发展的新阶段<sup>[2]</sup>,体育宣传随之正式进入建设发展阶段。在1949至1978年社会主义革命过程中,我国围绕动员广大人民群众参与体育运动,广泛开展了宣传思想工作,推动着体育宣传工作的建设和发展。

具体而言,一是明确了体育宣传工作的指导方针,专门的体育宣传部门成立。1949年朱德参加全国体育工作者会议时就提出:“为人民健康、新民主主义的建设和人民的国防而发展体育”的工作方

针<sup>[3]</sup>。而在为中华全国体育总会的成立题词时,毛泽东同志进一步提出“发展体育运动 增强人民体质”的宣传号召,为体育宣传工作确立指导方针,奠定了体育宣传工作发展的基石。同年,《中华全国体育总会章程》明确规定,中华全国体育总会的任务之一是向广大人民群众进行体育运动的宣传教育工作<sup>[4]</sup>。至此,体育宣传工作正式肩负起宣传教育的使命。1954年,国家体委正式将原有的编审司更名为宣传司,主管体育宣传工作,专门的体育宣传部门自此建立。

二是体育专业报刊创立,体育报道更加丰富。新中国成立伊始,报刊媒介仍是我国体育宣传工作的重要媒介。在宣传思想工作的开展中,报刊媒介不断发展,体育宣传力度不断加大,推动着体育专业报刊的创办。随着体育事业的发展,以《人民日报》为代表的报刊皆以各种形式加强对体育内容的宣传,专门的体育报刊、出版社等也纷纷创立。诸如,1950年第一份全国性体育期刊《新体育》正式创刊、1954年人民体育出版社成立、1957年《中国体育》(英文版)创刊、1958年我国第一份全国性体育专业报纸《体育报》出版等都为体育宣传提供更为丰富的报道内容,进一步扩大了体育宣传的报道栏目与形式。

三是电视媒介开始发挥体育宣传的积极作用,体育赛事报道初露峥嵘。电视媒介突破报刊媒介固有视觉的限制,让受众在电视前享受到犹如在现场般亲睹比赛实况,延伸着受众的感官,电视媒介的体育宣传功能开始初露峥嵘。1958年6月19日,北京电视台转播了八一男女篮球队和北京男女篮球队友谊赛的实况,由此掀起了电视体育发展的序幕<sup>[5]</sup>。自此电视媒介报道体育赛事日益勃兴,北京电视台在1959年第一届全国运动会期间,开启了中国第一次综合体育赛事实况转播。1961年4月5日开始,北京各大新闻媒体对第26届世界乒乓球锦标赛的开幕式、闭幕式以及部分比赛实况进行转播,为电视体育奠定体育报道“第一把交椅”的优势。这次实况转播为中国电视体育转播奠定风格和基调,为后来的电视体育工作者所效仿和延续<sup>[6]</sup>。然而,随着宣传思想工作受到“左”倾错误的干扰,开始了曲折的发展,体育宣传工作遭到了前所未有的冲击。

### 1.2 体育宣传工作的全面开拓时期(1978—2012年)

改革开放之后,随着我国在国际奥委会恢复了合法席位,中国开始重返奥林匹克,体育事业迎来新的发展,体育宣传工作逐步恢复,进入全面拓展的时

期。原有媒体纷纷加大体育报道力度,新的体育报刊、体育电视频道、体育广播、体育网络媒体等不断涌现,极大增加了体育信息量<sup>[7]</sup>。这一时期,随着体育事业的不断发展,体育宣传工作逐步向制度化、规范化、专业化等方向发展,同时体育宣传在队伍、形式等方面开始进行全面的拓展创新。

一是体育宣传工作逐步制度化。体育宣传规章制度是体育宣传工作走向规范化、制度化等根本前提。早在1981年,国家体委在秦皇岛召开全国体育宣传工作会议时,就要求各地体委把体育宣传工作纳入议事日程,采取有效措施,并依靠新闻单位做好体育宣传工作<sup>[8]</sup>。1984年,国家体委颁布了《关于统一发布重要体育新闻的规定》。1989年,党中央从顶层设计层面下发了《中共中央关于加强宣传、思想工作的通知》,在宣传理论、新闻舆论等方面为体育宣传工作提供系统的统筹规划指南。此后,《备战2008年奥运会体育宣传工作规划》(2005年)《北京奥运会筹备期间及赛时体育宣传管理机制》(2005年)《“十一五”体育宣传规划》(2007年)《体育宣传“十二五”规划》(2011年)等文件相继颁布,更是推动体育宣传工作向着规范化、制度化发展。

二是体育宣传队伍不断扩大。伴随着体育宣传工作的制度化发展,体育宣传队伍的建设也迈上了新台阶。1979年,中国体育记者协会成立,相继设立了9个二级分会,为体育宣传队伍建设提供专业的采访人才。1985年,上海体育学院率先开设了体育新闻方向,1989年正式获批新闻学本科专业,为我国体育宣传工作培养出众多优秀的体育宣传人才。此后,北京体育大学、成都体育学院、广州体育学院等专业体育院校相继开始正式招收新闻学本科生。2004年,中国体育科学学会体育新闻传播分会成立。2005年,按照国家体育总局的要求,各地体育局开始建设专门的体育宣传队伍,使之向着专业化发展。从宣传实践来看,自北京申奥成功后,许多媒体纷纷开设体育专栏(节目),参与到北京奥运会的宣传实践中,积极传播中国传统文化的同时,也推动着体育宣传队伍的壮大。特别是在2008年北京奥运会之后,体育宣传报道日臻成熟,推动着体育宣传队伍的专业化发展。此外,随着“全民健身日”正式设立,每年“全民健身日”全国各地皆举行全民健身活动,如开展免费的健身指导服务等,在推动全民健身宣传的同时,也促进着体育宣传队伍的壮大。

三是体育宣传形式多样化发展,新媒体体育宣传异军突起。一方面,这一时期,以报刊为首的印刷

媒介和电子媒介在体育宣传上仍发挥着重要的作用。首先,随着我国体育事业的发展,体育宣传的商业价值进一步凸显,体育期刊、报纸以及出版社走向繁荣,兴办了一些兼顾专业性、娱乐性的期刊、报纸,宣传体育事业的方针、路线和成绩等内容。诸如《中国足球》《运动·休闲》《网球天地》等。其次,电视媒介为体育宣传开辟了广阔的空间,开始走进千家万户。这期间,电视通过播出一些精彩、重大的体育赛事如女排连冠、足球世界杯、亚运会、奥运会等,常常营造出“万人空巷”的热烈氛围,各地方台体育节目也在数量、规模、内容等方面迅速攀升<sup>[8]</sup>。尤其是2008年北京奥运会更是铸就了电视体育转播的辉煌,超过44亿观众观看了此次无与伦比的全球体育赛事。另一方面,中国互联网产业发展迅速,以互联网代表的新媒体开始异军突起,成为体育宣传工作的主要阵地,体育舆论的作用更加突显。随着体育舆论活动的大众化发展,体育新闻舆论成为体育舆论的主流,大众传媒成为体育舆论的主要发源地,网络则成为反映体育舆论的新途径,体育舆论监督蓬勃发展成为体育舆论的重要特征<sup>[9]</sup>。同时,因新媒介具有开放性、即时性、互动性等特点,带来了传播方式的革命性飞跃,深刻影响了社会舆论的形成机制、传播方式,发挥好新媒体的作用已经成为做好体育宣传工作的重要要求<sup>[10]</sup>。

### 1.3 体育宣传工作的守正创新时期(2012年至今)

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央从新时代党和国家事业发展的全局性高度,深入推进新时代宣传思想文化工作的发展。随着体育强国和健康中国的战略部署,在宣传理论上,习近平文化思想为我国体育宣传工作的发展定位、任务、方针等提供新的理论遵循,体育宣传也在新征程上迈向守正创新的重要阶段。这一时期,体育宣传内涵在原有基础上不断丰富,迎来创新发展的关键时期。

在宣传制度上,国家体育总局印发的《体育宣传工作手册》为体育宣传实践提供指南方针。随着“体育宣传周”纳入《中华人民共和国体育法》更为体育宣传提供新的机遇。在宣传实践上,从“全民健身日”到“体育宣传周”,体育宣传内容不断开拓、形式更加多样、内涵不断丰富、作用更为凸显,这不仅仅是时间与空间上的延伸,更为宣传体育事业、普及科学健身理念、推动全民健身活动广泛开展以及健康中国、体育强国建设等作出更大的贡献,体育宣传实践肩负更多的使命任务。在宣传内容上,体育宣传内容不断丰富,肩负起体育舆论引导、体育政策宣介、体育成就展示、体育形象塑造、弘扬体育精神等

功能使命,主要包括体育舆论宣传、体育文化宣传、体育对外宣传等工作。在宣传形式上,媒介技术赋能推动体育宣传工作融合发展。随着媒介技术的迭代发展,数字媒介成为体育宣传的重要媒介,正在重构人们的体育生活方式,深度媒介化发展使受众对体育宣传的渠道与呈现方式有了新的要求,致使媒介间的界限日益模糊,倒逼着各类媒介呈现融合发展姿态。与此同时,随着数字媒介的普及应用,体育宣传主客体之间界限逐渐模糊,宣传队伍不仅包括体育部门的宣传人员,亦囊括运动员、体育明星和普通体育爱好者等,呈现出多样化的宣传主体。

此外,在体育文化宣传上,依托体育赛事,体育文化宣传成为体育对外宣传的主要任务,助力体育宣传谱写新篇章。近年来,伴随着体育赛事而兴起的文化宣传日益频繁,体育文化宣传成为对外宣传的重要抓手,中华优秀传统文化同 2022 北京冬奥会、成都大运会以及杭州亚运会等大型体育赛事相融合,推动中华体育文化、体育故事等持续对外输出,切实推进体育文化宣传由对内宣传为主向对外宣传发展,积极为中华民族伟大复兴贡献体育文化力量。例如,国家体育总局以成都大运会、杭州亚运会等体育赛事为契机,举办了系列体育宣传文化活动,如“中华体育精神颂”等,该活动以全球化视野和现代化传播方式,深入挖掘新时代体育文化内涵<sup>[11]</sup>,推动体育文化的对外宣传。

## 2 新中国体育宣传工作的鲜明特征

新中国成立 75 周年来,体育宣传工作以体育事业发展为中心,无论是体育宣传内容,还是体育宣传方式都发生深刻的变化,积累了宝贵的实践经验,在此过程中体育宣传工作“始终坚持党的全面领导”“坚持以人民为中心”“始终坚持与时俱进发展”的理念,体现出党性与政治性、人民性与群众性、实践性与开放性的内在统一。

### 2.1 始终坚持党的全面领导,突出体育宣传工作的政治性

习近平总书记在党的二十大报告中指出:“党的领导是全面的、系统的、整体的,必须全面、系统、整体加以落实”。宣传工作是党的一项极端重要的工作,坚持党的全面领导是实现中华民族伟大复兴的根本保障,也是我国体育宣传发展的根本保证。在新中国成立 75 年来的发展历程中,无论是社会主义建设发展时期,还是中国特色社会主义进入新时代,体育宣传始终坚持党的全面领导,体育宣传工作坚决按照党的部署和要求,在政治立场上与党中央保

持高度的一致性。进入新时代以来,体育宣传工作高举中国特色社会主义旗帜,为中国式体育现代化发展指明了正确的方向,呈现出鲜明的党性原则。

宣传工作守护着党的思想舆论阵地,事关旗帜和道路,事关党和国家的前途命运,这就决定了宣传工作具有举旗定向的鲜明政治属性<sup>[12]</sup>。体育宣传工作围绕中心、服务大局,在 75 年发展历程中呈现出鲜明的政治性。新中国成立伊始,百废待兴,我国还背负着“东亚病夫”的形象,“体育兴国”是此时体育事业发展的主要目标,具有重要政治意义。此时,体育宣传围绕建设新中国的中心目标,服务于体育事业的发展,不遗余力推动体育运动的开展,提高人民健康水平,为国防工作奠定基础。此外,体育宣传口号的变迁,不仅能够体现出体育事业的发展理念,也能折射出政治理念的鲜明特征。20 世纪 70 年代,毛泽东提出“友谊第一 比赛第二”的宣传口号,使体育在对外宣传方面发挥着重要的作用,呈现出浓厚的政治色彩。例如,“乒乓外交”是体育宣传促进中美政治间重新建交、打开新局面的典型案例,有效改善了国际局势,表现出鲜明的政治性导向。在美国乒乓球队访华期间,体育宣传发挥出巨大的作用,北京电视台对其中部分赛事进行实况转播,再次引发万人空巷的观看热潮。此后,体育宣传口号在各个时期呈现出不同的姿态。如从 20 世纪 80 年代的“团结起来,振兴中华”到 20 世纪 90 年代的“发展体育运动,为建设中国特色的社会主义服务”再到新世纪的“体育强则中国强、国运兴则体育兴”等体育宣传口号,均能突出体育宣传工作的政治性。

### 2.2 始终坚持以人民为中心,突出体育宣传工作的群众性

习近平总书记指出:“江山就是人民、人民就是江山,打江山、守江山,守的是人民的心”。以人民为中心是党对百年奋斗历程的深刻总结,亦是推动我国体育宣传工作高质量发展的根本立场。回顾我国体育宣传工作 75 年的奋斗历程,体育宣传始终围绕增强人民体质健康的基本方针,服务于群众体育健康的发展。新中国成立 75 年来,体育宣传与体育健康事业携手同进取得蓬勃发展,在以人民为中心理念的引导下,形成了良好的群众体育氛围,让主流体育宣传思想更加接地气、顺民心,为普及科学的体育健康理念、推动全民健身生活化奠定基础,助力群众体育蓬勃发展。

进入新时代以来,习近平总书记基于以人民为中心的发展思想,将体育与人民群众的健康紧密联系在一起,提出要“继续制定实施全民健身计划,普

及科学健身知识和健身方法,推动全民健身生活化的方针。体育宣传是推动群众体育、促进人的全面发展的重要抓手。以人民为中心是体育宣传工作的根本导向,推动全民健身生活化则是坚持以人民为中心价值取向的生动诠释。为广泛宣传群众体育发展,提高人民健康水平,《中华人民共和国体育法》规定,每年8月8日“全民健身日”所在周为体育宣传周,突出了体育宣传工作鲜明的群众性,从“全民健身日”到“体育宣传周”,不仅是对体育宣传工作时间、空间上的延展,更是以体育宣传周为契机,弘扬中华体育精神,培育中华体育文化,引导人民群众树立和践行科学健身理念,积极参加体育活动,养成文明生活方式,进一步发挥体育对满足人民群众美好生活向往、促进人的全面发展的重要作用<sup>[13]</sup>。同时,群众性比赛已经纳入全运会比赛中,群众体育开展如火如荼,群众体育赛事得到广泛宣传。诚然,我国体育宣传工作始终将以人民为中心的作为发展理念,坚持提高人民健康水平,有力地推动全民健身活动广泛开展。

### 2.3 始终坚持与时俱进发展,突出体育宣传工作的开放性

党的宣传思想工作史是一部不断适应形势与时俱进、创新发展的历史,与时俱进、敢于创新是党的宣传思想工作始终保持生机活力的重要因素<sup>[14]</sup>。自新中国成立至今,体育宣传工作始终坚持与时俱进发展,推动体育实践取得历史性成就。当前,面对百年未有之大变局,宣传思想工作进入了守正创新发展的关键阶段。与时俱进是开展体育宣传工作的关键,在体育宣传工作的发展历程中,体育宣传根据中心任务和形式变化,在原有的基础上,不断调整、适应与创新其宣传维度、宣传方式、宣传内容等,为体育工作开展保证正确的前进方向。

体育宣传工作围绕中心、服务大局,不断在“守正”基础之上与时俱进,呈现出开放性的特征。体育宣传工作虽然在不同时期有着不同的使命任务,但从根本上来看,体育宣传工作始终服务于中华民族伟大复兴的中国梦,在开拓进取中不断正清本源。从宣传维度来看,体育宣传工作经历了从注重内宣向内宣外宣并重的转变。改革开放前,我国体育宣传工作更注重内宣工作,主要目的是促进我国体育运动发展,强化民族凝聚力,实现“保家卫国”的目标。改革开放后,我国参与并承办各类大型体育赛事,体育对外宣传工作受到应有的重视,肩负起提升国家地位、建构国家形象、弘扬中华体育精神等任务。近年来,体育宣传已经在注重内宣的基础上,建

构出内宣外宣并重的宣传格局,推动体育宣传工作的开放性发展。从宣传方法来看,体育对外宣传工作得到充分发展,体育对外宣传工作从“讲道理”向“讲故事”发展。讲好中国体育故事是我国体育宣传工作的重要实践路径,而由于中外文化的差异也就倒逼着体育对外宣传在方法、方式上发生转变,不断学习与采纳西方的叙事体系和符号,建构出更具开放性的宣传体系。此外,体育宣传工作以大型体育赛事为契机,在大型体育赛事宣传上,秉承开放包容的理念传播中国声音,发出“同一个世界、同一个梦想”“一起向未来”的宣传号召,展现出和平崛起的大国形象,亦是体育宣传工作具有开放性的生动体现。

### 3 新中国体育宣传工作的推进策略

党的二十大开启了迈向体育强国建设的新征程,赋予了体育宣传工作特殊的使命。2024年是新中国成立75周年,也是推动体育宣传工作高质量发展的关键之年。因此,体育宣传工作应立足于“守正”基础之上,积极应对新征程上所面临的机遇与挑战,从宣传思想文化、弘扬体育精神、加强舆论引导、建构体育形象等维度为体育强国建设提供良好的文化氛围。

#### 3.1 始终坚持体育文化宣传,促进体育文化繁荣发展

文化是一个民族、一个国家的灵魂。2023年10月,习近平文化思想在全国宣传思想工作会议上被首次提出,标志着新时代中国特色社会主义文化建设达到前所未有的高度。习近平文化思想为体育文化宣传工作、体育文化繁荣发展提供了科学的思想武器,对促进体育文化繁荣发展具有重要意义。迈向新时代新征程,体育强国建设进入关键时期,新的战略机遇与风险并存,体育宣传工作面临新形势、新任务,必须要担负起宣传思想文化的使命任务。体育宣传工作事关体育文化的繁荣发展,事关体育强国的建设,更关乎民族的凝聚力与向心力。因此,体育宣传必须坚持弘扬体育文化,为体育强国建设提供有利的舆论氛围。

首先,体育宣传工作必须学习贯彻习近平文化思想,强化中国体育文化宣传。一方面,要以习近平文化思想为行动指南,坚持正确的政治导向。以体育为主题,以文化为核心,以体育赛事为平台,开展丰富多样的体育文化宣传活动,建构体育文化宣传格局。另一方面,要将习近平文化思想贯彻体育文化宣传工作的全过程,坚持正确的价值取向,不断挖掘体育文化的综合价值。要注重对运动项目文化的

传播与普及,积极挖掘体育运动项目特色、组织文化和团队精神,讲好以运动员为主体的运动项目文化故事,也可以以各类赛事活动、体育场馆设施等为平台,举办以运动项目为主要内容的文化活动、文化展示等<sup>[15]</sup>。

其次,体育文化宣传工作要大力弘扬中华体育精神。体育精神是由体育运动所孕育出来的人们心中的一种信念和追求,它超出了体育运动本身,是体育文化的核心<sup>[16]</sup>。大力弘扬中华体育精神,不仅是增强民族自信心与凝聚力的关键,更是完成宣传思想文化工作“兴文化”“展形象”的重要举措。弘扬中华体育精神要抓住“中华体育精神颂”项目的宣传契机,开展系列体育精神宣传活动,推动体育文化宣传工作呈现新气象。例如,湖南省开展“体育湘军”精神宣讲、福建省举办弘扬女排精神座谈会等。

此外,要做好体育文化的传承与保护,推动中国体育文化的创造性转化、创新性发展。当前,数字化发展为体育文化的守正创新发展提供难得的机遇,对于弘扬体育文化具有重要的实践意义。数字化发展不仅能够实现体育文化的保护与传承,更能为体育文化宣传提供强大动力,推动体育文化数字化发展是促进体育文化繁荣发展的应有之义。体育文化数字化发展立足于文化与数字科技融合背景下,是弘扬体育文化的重要举措,是以数字技术赋能体育文化的传承、保护、发展、再现与传播的全过程,亦是推动体育文化的“两创”发展的重要手段。例如,《艺术里的奥林匹克》即是运用数字化的手段,将奥林匹克精神、中国奥运故事与中国体育文化进行融合,实现了中国体育文化记忆创造性的呈现,推动中国体育文化的创新性发展。

### 3.2 始终坚持体育正面宣传,壮大体育主流思想舆论

习近平总书记明确指出:“坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主,是宣传思想工作必须遵循的重要方针”<sup>[17]</sup>。随着数字技术迭代发展,数字媒介深刻改变了人们的信息交互方式,移动互联网成为舆论表达主要的场域,体育宣传工作发生深刻的变革,不断对体育正面宣传工作做出新要求。在深度媒介化加速下,泛娱乐化、文化消费主义等多元社会思潮渗透于体育舆论中,促使体育舆论环境发生颠覆性的变化。近年来,“网络体育舆论极化现象愈发频繁,直接影响到人们对体育本身、体育政府部门以及运动员等的形象认知,甚至干扰国家体育改革和治理”<sup>[18]</sup>。因此,体育宣传必须把握好正确的舆论导向,始终坚持正面宣传为主的宣传方针,切实提高体

育舆论的引导力、影响力与公信力,不断壮大体育主流思想舆论。

体育宣传以正面宣传为主的方针,要把握体育舆论的发展趋势,及时关注体育舆论的核心问题,关注受众所关切的主要矛盾,使体育舆论符合正确的价值取向,营造良好的思想舆论氛围。首先,体育正面宣传要注重价值导向,积极传递中华体育精神,将社会主义核心价值观融入其中,壮大体育主流价值观。在体育领域倡导中华体育精神,就是弘扬以“公平竞争、诚信比赛”尊重规则、尊重裁判、尊重观众”和“胜不骄、败不馁”为核心的体育道德风尚,引导大众树立正确的体育价值观<sup>[19]</sup>。体育价值观是唱响主流旋律、壮大体育正能量、促进社会主义核心价值观内化的关键,能够为体育强国建设提供强有力的舆论氛围与精神支持。

其次,体育正面宣传要引导体育舆论回归体育本质,深化人们对于体育本质的认识。体育的终极目标在于实现人的自我价值,带来人的全面进步,从而助力社会全方位发展<sup>[20]</sup>。因此,要通过提高人们对于体育本质的认识,统一体育宣传战线思想,凝聚社会共识,减少体育舆论的负能量。同时,体育正面宣传要坚持理性报道,选择“中立化”的报道尺度,深化人们对体育本身的理性认知。要坚守体育伦理,提高大众体育文化认同感,不仅可以给大众营造良好的舆论传播氛围,引导大众网络舆论回归体育本质,而且有助于规范网络传播秩序,进而减少网络体育舆论传播的伦理风险<sup>[21]</sup>。此外,还要加强体育舆论引导和舆情应对能力,坚决抵制“饭圈”文化对体育界和优秀运动队的侵蚀破坏<sup>[22]</sup>。一方面,针对体育舆论场上关于“唯金牌论”、抨击运动失利的言论等内容,主流媒体要主动发声,通过淡化竞技体育的胜负语境,展现运动员拼搏奋斗的体育精神,化解公众的负面情绪。要妥善把握体育新闻报道的视角,警惕娱乐化、消费化的报道倾向,应避免过度暴露运动员的私人生活,处理好运动员生活与运动员成长故事之间的关系。另一方面,则需要发挥主流媒体的意见领袖作用,把握及时、正面的体育舆论导向,占据体育舆论的高地,进而塑造积极正面的体育舆论氛围,巩固壮大体育主流思想舆论。要不断增加体育正面宣传的内容、力度和效度,从而压缩负面体育舆论的生存空间,进而增强体育主流思想舆论的话语权和影响力。

### 3.3 始终坚持体育媒介宣传,推动体育媒体融合发展

媒介技术是推动社会变革与发展的关键力量,

在宣传思想文化工作及体育宣传工作开展过程中扮演着重要角色。尤其是随着以互联网为代表的数字技术的应用,更是以摧枯拉朽之势颠覆了传统媒介的地位,数字媒介逐渐成为体育媒介宣传的主阵地,推动体育宣传的繁荣开展。同时,随着深度媒介化发展,媒介变革不断加速,导致媒介环境变化愈发迅速,媒介技术的相互关联性不断提高,掀起媒介化发展浪潮,媒体融合成为时代发展的应有之义。2014年,习近平总书记从顶层设计层面为媒体融合做出重要指示,标志着媒体融合上升为国家战略,推动传统媒体与新兴媒体的融合发展进入全面贯彻落实阶段。在此背景下,体育宣传要始终坚持体育媒介宣传,推动体育媒体融合发展。

近年来,习近平总书记多次提出要推动媒体融合发展,要求加强全媒体体系的建设,进一步指明了体育媒体融合的目标方向,即体育媒体融合发展要建构体育全媒体传播体系。体育全媒体传播,是指全程体育媒体、全息体育媒体、全员体育媒体、全效体育媒体在进行体育内容生产与传输过程中所释放出来的媒体效能<sup>[23]</sup>。因此,在数字化、媒介化浪潮下,体育宣传要积极拥抱新兴媒介技术,推动体育媒体融合发展,建构立体的体育全媒体传播格局,更好地掌握体育主流话语权,筑起网上网下同心圆。首先,体育媒体融合发展要依托国家顶层设计的媒体融合发展方向,不断发挥体育媒体在体育价值导向、体育宣传教育等方面的作用,从体育宣传技术、方式、内容等方面建设体育全媒体传播体系,加速体育媒体融合发展的效率与水平。

其次,要以数字技术作为体育媒体融合的内在驱动,夯实体育媒体融合的基础设施,提升体育全媒体传播的质量,助力体育媒体融合的全程、全息、全员与全效发展。体育全媒体传播需要坚持以“内容为王”推动媒体融合发展,可通过 ChatGPT、Sora 等 AIGC(人工智能生成内容)创新作为体育宣传内容建设的根本。体育宣传内容建设是建构体育全媒体传播体系的关键,其创新要以数字技术为支持,推动体育内容与智能技术的深度融合,生产体育宣传精品内容。另一方面,则要培养体育全媒体“全能型”人才,建设一支擅用数字技术、政治素养高、具备体育传播专业素养的队伍,助力体育全媒体传播体系建设。此外,体育全媒体传播体系建设并不是体育媒体间简单的“相加”,而是需要相互交融,打造“报—刊—网—端—屏”一体化平台,推动体育主流媒体深度融合发展。体育主流媒体应进一步创新媒体融合的理念和举措,与不同类型媒体达成合作,通

过积极构建多屏联动的全媒体传播体系为体育受众打造立体化和多终端的收视体验,更加主动地适应流媒体环境,更好地应对网络垂直体育媒体、短视频平台和虚拟互动社区的挑战<sup>[24]</sup>。

### 3.4 始终坚持体育对外宣传,多维建构中国体育形象

当今正处于世界百年未有之大变局背景下,中华民族伟大复兴迎来关键时期,但是“西强东弱”的国际传播格局仍未改变,易出现西方主流媒体蓄意抹黑我国国家形象的情况,对外宣传常常陷入被动局面。不仅如此,体育领域也难以幸免,西方主流媒体动辄对中国运动员的奥运成绩提出质疑,或是抹黑中国体育<sup>[25]</sup>,日益挤压体育对外宣传的传播空间。习近平总书记在全国宣传思想工作会议上指出:“要精心做好对外宣传工作,创新对外宣传方式,着力打造融通中外的新概念新范畴新表述,讲好中国故事,传播好中国声音”<sup>[17]</sup>。体育对外宣传对于传播体育文化、提升体育话语权、促进体育对外交往、讲好中国体育故事、营造良好的国际体育舆论、建构国家形象等具有重要价值。因此,在此背景之下,要不断加强体育对外宣传,多维度建构中国体育形象。

中国体育形象是国家形象的重要组成部分,多维度建构中国体育形象不仅是体育对外宣传的必要举措,亦是塑造良好国家形象不可或缺的部分。首先,体育对外宣传要积极拓展宣传途径,增进国外民众对中国体育形象的认知与了解。面对西强中弱的传播格局,体育对外宣传需要“借船出海”,要在西方社交媒体上积极发声、讲好中国体育故事,通过自塑的方式建构中国体育形象,改变西方媒体对中国体育形象的刻板印象。同时,体育对外宣传还要“造船出海”,充分利用数字化技术赋能,打造具有强大影响力的对外宣传平台,占据对外宣传的优势地位,为塑造中国体育形象提供有利媒介环境。

其次,体育话语权的“丢失”,让中国体育形象常常处在“他塑”的情形,而不是中国媒体的“自塑”,导致中国体育形象常常西方媒体冠以负面色彩。因此,打破西方体育话语权的束缚,提升我国体育话语权,对于建构中国体育形象显得尤为重要。一方面,可以通过加强体育对外交往的形式,增进中国体育界与各国政府、民众、国际体育组织的沟通与交流,增进彼此理解与友谊,提升中国体育在国际社会中的话语权和影响力,从而引导和塑造国际社会对中国体育形象的认知和评价<sup>[26]</sup>。另一方面,虽然中国在国际体坛缺席的尴尬处境已经早已一去不返,但

想要提升体育话语权,积极参与国际体育事务的重要性是毋庸置疑的。在此背景下,必须要强化体育权利意识,决不能再做“沉默的他者”,勇于向世界表达中国体育诉求,传递中国体育话语,营造公正、合理及多元的世界体育话语体系<sup>[27]</sup>。此外,在体育对外宣传过程中,要充分考虑到对外宣传翻译对于塑造中国体育形象的影响,加之中国传统体育文化的复杂性,体育对外宣传话语的翻译常常会出现被曲解的现象。因此,亦要充分考虑到文化差异,努力跨越文化鸿沟,避免亦步亦趋,实现中国传统体育对外宣传的交际功能,达到中国传统体育对外宣传翻译的最终目的,以中国体育文化为取向,以中国传统体育对外宣传译文为重点,促进中国传统体育的发展和中西体育文化的交流<sup>[28]</sup>,从而服务于中国体育形象的建构。

#### 4 小 结

2024年是新中国成立75周年,也是推动体育宣传工作高质量发展的关键之年。迈向新时代新征程,体育宣传工作要以习近平文化思想为指导,坚持正确的政治、文化和舆论导向,在守正创新中开创新局面,建构体育宣传工作高质量发展新格局,要自觉担负起宣传思想文化的使命任务,为体育强国建设营造良好的舆论氛围,推进全面建成社会主义现代化体育强国。

#### 参考文献

- [1] 新华社. 习近平对宣传思想文化工作作出重要指示[EB/OL]. 2023-10-08.
- [2] 崔乐泉,马学智. 中国式现代化体育发展道路的四次历史性跨越及其经验启示[J]. 北京体育大学学报, 2023, 46(1): 1-12.
- [3] 高翠. 从“东亚病夫”到体育强国[M]. 成都: 四川人民出版社, 2003: 110.
- [4] 国家体育总局宣传司. 新中国体育文化宣传工作发展研究[J]. 体育文化导刊, 2019(10): 19-30.
- [5] 徐光春. 中华人民共和国广播电视简史[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2003: 103.
- [6] 常江. 中国初创期电视新闻形态及其开创的传统[J]. 新闻与传播研究, 2015, 22(3): 68-79, 128.
- [7] 薛文婷. 体育新闻传播叙事模式的嬗变与共存[J]. 北京体育大学学报, 2018, 41(8): 33-40, 52.
- [8] 李秀梅. 中华人民共和国体育史简编[M]. 北京: 北京体育大学出版社, 2002.
- [9] 邓星华. 我国体育宣传的现状与发展对策[EB/OL]. (2007-02-08)[2024-03-26]. <https://www.sport.gov.cn/n322/n3407/n3418/c564955/content.html>.
- [10] 孙婷婷. 试论体育宣传[J]. 体育文化导刊, 2012(3): 9-12.
- [11] 《新闻战线》编辑部. 展示新时代中华体育精神丰富内涵生动气象——“中华体育精神颂”系列体育宣传文化活动综述[J]. 新闻战线, 2023(19): 14-16.
- [12] 钟小武. 中国共产党宣传工作的百年演进与基本经验[J]. 马克思主义研究, 2022(8): 147-158.
- [13] 李洋, 季芳. 体育宣传周 健康动起来[N]. 人民日报, 2023-08-10(007).
- [14] 余双好, 汤楨子. 中国共产党百年宣传思想工作发展历程与基本经验[J]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2021, 20(6): 5-17.
- [15] 刘青, 袁金宝, 陈林会, 等. 习近平文化思想引领中国体育文化建设的价值意涵、基本逻辑与实践方略[J]. 西安体育学院学报, 2023, 40(6): 650-656.
- [16] 钟秉枢. “明体达用、体用贯通”: 对习近平文化思想指导中国体育文化建设的思考[J]. 西安体育学院学报, 2023, 40(6): 641-649.
- [17] 习近平. 习近平著作选读(第一卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2023.
- [18] 俞鹏飞, 王庆军, 张铖. 网络体育舆论的构成形态、极化传播及其引导策略[J]. 沈阳体育学院学报, 2019, 38(4): 86-91.
- [19] 付志铭, 黄莉. 新时代弘扬中华体育精神的内在逻辑、目标指向与实践方略[J]. 沈阳体育学院学报, 2023, 42(3): 129-136.
- [20] 李晶, 孔祥莉. 新中国中国共产党体育传播观的历史演进、思想传承与实践价值[J]. 北京体育大学学报, 2021, 44(6): 90-96.
- [21] 徐磊, 王庆军. 机遇、挑战与应对: 5G时代网络体育舆论传播[J]. 体育文化导刊, 2022(1): 47-53.
- [22] 高志丹. 高志丹局长在2023年全国体育局长会议上的讲话[EB/OL]. (2024-01-19)[2024-04-02]. <https://www.sport.gov.cn/n4/n24972416/n27051426/n27052753/c27397760/content.html>.
- [23] 张德胜, 王创业, 王德辉, 等. 新时代体育全媒体传播格局构建的逻辑起点、基本追求与推进路径[J]. 成都体育学院学报, 2022, 48(6): 8-14.
- [24] 张盛. 媒介化奥运在中国: “双奥之旅”中的传播格局变迁[J]. 武汉体育学院学报, 2022, 56(6): 5-10, 20.
- [25] 王翔, 鲍海波. 构建传播空间命运共同体: 中国体育跨文化传播的空间伦理诉求及应然逻辑[J]. 社会科学研究, 2023(1): 198-206.
- [26] 陈世阳, 张莉媛. 美国主流媒体对中国体育形象的认知及评价——基于《华盛顿邮报》(2005-2014)的分析[J]. 体育文化导刊, 2015(12): 197-201.
- [27] 曾诚, 邓星华. 体育国际话语权与中国国家形象构建[J]. 体育学刊, 2016, 23(2): 39-42.
- [28] 杨梅. 中国传统体育对外宣传翻译的原则——以中国健身气功对外宣传册的英文翻译为例[J]. 武汉体育学院学报, 2007(5): 20-23.