

# 江苏省体育文化建设调查与思考

张婧

江苏省体育信息中心（江苏省体育文化中心）

**摘要：**文化是民族的血脉和灵魂，是广大人民群众的精神家园，是一个国家发展的重要支撑。受物质和精神双重影响的体育，具有独特的文化魅力、文化张力。为更好地全面了解全省体育文化工作情况，省体育局调研组织分赴宿迁、扬州、无锡等地专题调研。调研组深深地感受到，体育的文化力量影响着人的价值观、社会观的形成，为全面小康社会建设提供着强大的价值引导力、文化凝聚力和精神推动力。

**关键词：**发展；对策

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.04.087

## 一、江苏省体育文化工作发展情况

（一）依托独特地缘优势，搭建特色体育文化赛事平台

调研小组第一站赴楚汉文化发源地宿迁。宿迁也是江苏最年轻的地级市，以“生态、精致”为定位，打造国际时尚体育城市。2015年7月，宿迁市政府首次召开时尚体育工作调度会，要求从时尚体育入手打造未来的城市特征，增强城市吸引力和竞争力。围绕宿迁本身资源优势三台山的“山”、骆马湖的“水”、宿迁生态体育城市的“城”，充分利用现有资源，进一步完善体育设施。打造“1+5+1”国际高端赛事，“1”是宿迁国际时尚体育周；“5”是生态四项、世界女子瑜伽大奖赛、世界极限运动大赛、世界大力士冠军赛、骆马湖帆船公开赛；“1”是市民时尚体育大联赛。此外，结合中华传统24节气，打造“时尚四季嘉年华”，穿梭于三台山森林公园，打造“小轮车运动”等项目，借此展现宿迁独特的地域风采，营造了本土独具特色的体育文化氛围。制作了瑜伽城市宣传片，举办了时尚运动摄影展、生态四项成人礼等文化活动，扩大时尚体育城市影响力。

调研小组第二站赴中国十大宜居城市——历史文化名城扬州。截至2016年底，扬州已经建成开放的生态体育休闲公园80个，依托体育发展、人文环境和自然风光优势，扬州将不断做大做足“体育+旅游+文化”文章，打造体育旅游与运动休闲为特色的“幸福扬州”。开展扬州鉴真国际半程马拉松赛、环高邮湖国际自行车赛、高邮卸甲美丽乡村半程马拉松赛、横渡高邮湖游泳赛等一批扬州特色的优秀国际赛事。扬州还设立了“扬马永久起点”标志性体育建筑，建设扬马博物馆，举办唯一马拉松赛事圣火采集，增强体育运动的仪式感，留下文化印记。今年6月，扬州还将举办世界体育赛事与旅游

峰会，向全世界展示扬州的“淮左名都，竹西佳处”的城市形象；对扬州鉴真马拉松的成功案例进行解读，这个集马拉松精神、鉴真精神和扬州城市精神于一体的国际田联“金标”赛事，自2006年创办，从赛事路线的选择到赛事文化标识的识别，历经十余年打磨，可以说，已成为扬州最亮丽的城市名片。通过体育赛事文化，丰富百姓生活，把“动起来”放在和“文起来”同样重要的地位，促进城市繁荣发展。扬州的体育社团开展标志设计、文化节、体育文化征文等活动，营造体育文化氛围。

此次调研的最后一站赴吴越文化发源地无锡。继成功创建国家级科学健身示范区和江苏省唯一的全国全民健身示范城市之后，无锡还被评为“最爱运动城市”称号。通过举办千人展示太极拳、千人展示广场舞、瑜伽，吸引了上万人次现场观摩。借助宣传部、文明办等多部门联动，举办“文明风尚 科学健身”活动，每年3月“锡马”在樱花烂漫中穿行、在湖光山色中奔跑，这条“最美跑道”也让无锡国际马拉松荣膺“金牌赛事”，据电信大数据分析，马拉松期间涌入无锡外地人数达22万，为城市带来2亿多消费，“锡马文化”也成功带动了城市旅游、餐饮、体育产业等消费。同时，无锡将承办2018年世界击剑锦标赛，这也是该赛事第一次落户中国，斯诺克世界杯面向全球近90个国家和地区直播（录）播，赛事宣传推广实现全媒体覆盖；公路自行车赛首次使用国际、国内双路信号全程直播，电视信号覆盖110余个国家地区的20亿观众，让世界“看见”无锡。此外，无锡在体育文博方面也取得了突出成绩，无锡何振梁与奥林匹克博物馆中上千件个人无偿捐赠的展品外，还有百米长的体育题材玉雕塑，生动展现了中国近现代历史体育的发展历程。

（二）广泛开展普查，保护与抢救传统体育非遗项

目

江苏省是一个文化大省，自古以来传统体育文化非常丰富。2008年，国务院批准文化部确定的第二批国家非物质文化遗产名录中，将第六项的“杂技与竞技”更名为“传统体育、游艺与杂技”，传统体育作为一个独立的形态开始登上历史舞台。此次调研的地区，各县市也积极评选市级和县级传统体育类的非物质文化遗产，比较有代表性的有：无锡市的无锡花样石锁赛力、长圩赛龙舟、宿迁的天岗锣鼓、红舞花棍操等。不在此次调研的地区还有沛县武术、姜堰市溱潼会船、徐州市铜山区铜山北派少林拳、南京市江宁区殷巷石锁赛力、常州武进阳湖拳、苏州的江南船拳、连云港的洪派陈氏太极拳、刘氏自然拳等。江苏的体育非遗项目繁多，但百姓了解本省传统体育类非物质文化遗产人数比例并不高。体育部门应当根据实际条件选择老百姓喜闻乐见、易于参加和推广的传统体育活动项目，在大型游艺活动或节庆活动中开展推广。无锡石锁协会负责人表示：“体育类的非物质文化遗产石锁，其活动大多需要一定的场地作为演习的保障，这点显得尤为重要。”体育主管部门应当加大宣传力度，注入更多的保障资金加强江苏传统体育非物质文化遗产的保护，提高传承人的社会地位，提高传承人的经济收入。体育部门或者协会给予一定资金上的资助，对不产生经济效益的项目也要给予一定力度的扶持保护政策。

（三）着眼发展全局，跨领域联动增强体育文化生命力

体育文化创新工作需要变成现实，需要加强顶层设计，既要有理论上的支撑，也要有实际操作上的跟进，还要大胆地借鉴其他城市的成功经验。2013年起，宿迁市体育局就“发展‘生态体育’与建设‘生态体育城市’”，委托清华大学社会科学院新经济与新产业研究中心课题部，以课题的形式进行了两年的研究。委托北京大学，以课题的形式研究“生态体育产业”，此次生态体育和生态体育城市的研究、规划，开国内生态体育之先河，具有重要的借鉴意义。扬州市体育局与市文联联合策划大型纪实文学作品《马踏扬州路》，用十个十天，写十年扬马，用这样的文学作品形式来记录扬马的热情。此外，扬州市体育局还与扬州电视台旅游频道共同打造《我为马狂》，以扬州鉴真国际半程马拉松为主题的一档集赛事报道和人物专题的综合性纪实节目。泗洪县举办稻田国际半程马拉松赛，让跑者感受当地悠久

的稻米文化，体验体育与田园、人文相结合的创意。

### 二、存在的困难和制约体育文化发展的问题

此次调研中，大家一致认为：江苏体育发展已经达到一定的阶段，文化作为体育发展的方向、旗帜应该得到更大力度的重视，对体育文化的内涵外延进行深入挖掘、拓展。我们也认为：目前，江苏各地对体育的定位认识、方式方法有了新的提升和转变，特别是在体育的文化属性彰显上有思考、有举措、有成效，体育已经融入经济、社会、文化、民生各个领域，体育人也因此更加“忙碌”起来，存在感、成就感也有了更大提升；与此同时，因体育系统制度性评比表彰较少，造成干部年终绩效评定时有一定的“失落感”。总体上看，体育文化发展由“北”向“南”呈地域性攀升，同时也存着共性的问题和困难，主要是“三类障碍”：认知型障碍，体育文化的内涵和外延认识不足；建设型障碍，体育文化怎么抓的路径和目标不清；体制型障碍，体育文化投入、政策相对不足。这些障碍直接导致文化发展与体育发展目标不相适应、与体育产业的腾飞不相适应、与体育的精神不相适应、与群众的精神文化需求不相适应，具体表现为：

#### （一）对体育文化的认识还需进一步完善

调研中发现，从现行的赛事活动、明星宣传、非遗传承来看，大多数体育部门只是完成任务，对体育文化建设认识不高、重视程度不足。扬州市江都区体育局负责人指出：“对体育文化工作既不重视，也不理解。”甚至一度对体育文化内容的缺失也认识不到位，部分区、县体育部门负责人表示，办了许多场赛事，除了总结经验，也不知道能给后人留下什么，这是他们主动思考又深感困惑的问题。对于体育文化建设工作缺乏抓手，例如对体育类型的展览，新建博物馆的需求短期内得不到实现，体育文化的发展与弘扬在一定程度上受到制约。

#### （二）对体育文化的建设还需进一步加强

当前，种类繁多的各种比赛，应接不暇的体育活动，大多都想在体育部门的支持或主导下打响旗号，而不愿意在体育文化的普及、赛事组织多下功夫。多数办赛单位只对赛事本身关心，对体育文化的挖掘，对体育精神等价值观的传播和弘扬本身理解不深，或对赛事所产生的作用来说关系不大，兴趣不强。这种重竞技推广、轻体育文化普及；重赛事市场利益、轻社会责任担当；重体育产业效益、轻体育核心内涵，也从侧面反映

出文化失衡的现象，体育运动的常态化、全民化，必将会把体育文化融入血脉中。

### （三）对体育文化的领导还需进一步做实

通过调研了解到，各县（市、区）、街道和社区普遍建有文体活动场所，但部分县、区人员配备较少，往往一个人对应“上面”多个部门，造成部分公共体育服务阵地管理薄弱，赛事服务效率偏低，特别是满足群众多样化、个性化的体育文化生活需求方面，办法不够多。一些县、区文化与体育部门合并之后，文化经费保障很足，体育经费保障有限，存在重“文”轻“体”现象，造成体育工作的开展受到约束。人员力量的缺少，经费投入偏低，与体育工作量的增加形成反差，大多数地区在体育文化方面人财物投入严重不足。此外，政策激励缺失，影响工作拓展的积极性和主动性，有些地方负责人甚至坦言：“文化、教育、旅游等部门年底有先进考核，直接和地方奖励挂钩，体育部门一年忙到头连个安慰奖都没有。”难免出现心理落差。

### 三、加强体育文化工作的对策建议

江苏正在建设体育强省，体育文化工作要与体育发展相匹配。此次调研，给我们今后的体育文化工作提供了参考，即立足本省优势体育运动项目、公共体育服务体系、体育文博文创基础，拓宽江苏体育文化工作平台。

（一）进一步完善工作机制，把体育文化摆上全局工作重要位置。更加重视体育的文化价值、文化功能、文化张力，把体育作为人民精神锤炼、社会文明塑造、民族意志培养的重要手段，引导健康文明生活方式，树立重规则、讲诚信、乐分享的良好社会风尚。制定符合本地区本领域实际的体育文化工作意见或计划，安排人员专职或兼职从事体育文化工作。通过政府、社会等多种渠道筹集资金，保障体育文化工作的资金投入。创建体育文化示范点，总结推广体育文化典型经验，打造江苏体育文化特色品牌。动员社会和市场力量参与体育文化发展，支持有条件的高校开设体育文化课程，推动体育文化学科建设，努力培养各类体育文化专业人才。成立江苏体育文化研究会，打造体育文化发展智库，开展体育文化重大课题研究，推动体育文化学术研究和成果推广。

（二）深入挖掘体育精神内涵，发挥体育在构建社会主义核心价值观体系重要作用。体育精神的魅力所产生较强的鼓舞力、感染力和征服力，成为体育本身特有的积极向上的教育意义。要深入挖掘体育精神内涵，注

重本地文化品牌的塑造，通过开展运动员进学校、进企业、进社区活动等形式多样的体育文化活动，让大众切实感受到体育精神的内涵与魅力，增强百姓的归属感和自豪感，促进体育文化的发展与繁荣。通过打造各地特色体育项目，加强体育文化典型示范作用，加强社会力量与部门联动，创新品牌赛事文化，挖掘体育运动的仪式感及蕴含的中华文化精神。在体育系统弘扬女排铁军精神，培育铁的意志、铁的纪律、铁的团结、铁的作风。

（三）重视体育文博建设工作，鼓励和扶持体育文创产业发展。鼓励社会力量兴办各类体育博物馆、陈列馆，使其成为传播体育文化的载体和切入点。建立省内体育博物馆联盟，培育体育文博专业人才，加强对体育藏品资源收集、整理工作。挖掘赛事文化内涵，鼓励和扶持体育部门自身力量与社会力量全面合作，开发有创意的明星产品、功能产品，形成当地特色，与流行元素、新科技、新媒体结合的文化创意产品。同时，将旅游、网络、融媒体、大数据、教育活动融入体育文创中，充实体育文博建设工作。举办体育文创与设计服务大赛，建立体育文化创意基地，引导社会力量推动体育文创成果孵化。

（四）加强和改进传播方式，积极扩大社会影响力。为适应形势发展的需要，体育部门应充分发挥自有阵地与报纸、电台、体育频道、网络等媒体的整体作用，使体育工作富有及时性和生命力。借力广播、电视媒体资源，设立独具特色的体育健身、体育休闲栏目板块；发挥微博、微信、APP客户端等新媒体作用，通过各种文学载体、体育摄影、体育雕塑、体育书法等形式，弘扬体育正能量。推进与强势媒体合作，做大做精公共体育服务网络、报刊平台，制作一批体育主题精品宣传片。要把人民作为第一出发点和着力点，围绕群众体育文化需求充分发挥体育文化多元性融合赋能的功效，切实让人民群众获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

### 参考文献

[1] 宋秀平, 郝勤, 李杨. 对我国体育文化建设的调查与思考[C]//2015第十届全国体育科学大会论文摘要汇编(二). 2015.

作者简介: 张婧, 1988.01, 女, 民族: 汉, 籍贯: 江苏南京, 学历: 硕士, 职称: 馆员, 研究方向: 文物博物。