凝心聚力 蓄能赋力 推动体育宣传文化工作高质量发展

——2024年全国体育宣传文化工作会议发言摘登

5月15日至16日,2024年全国体育宣传文化工作会议在广州召开。会议指出,要围绕中心、服务大局,全力推动体育宣传文化工作开新局、展新貌,为加快建设体育强国提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件,为实现中华民族伟大复兴的中国梦凝心聚力、蓄能赋力。天津市体育局、江苏省体育局、浙江省体育局、广东省体育局、云南省体育局、成都市体育局进行了大会交流发言,介绍本地体育宣传文化工作的好经验、好做法,以各种创新举措推动体育宣传文化工作高质量发展,为实现体育强国战略目标贡献更大力量。

天津:体育文化“铸魂 惠民 润城 兴业”

天津市体育局副局长 李 珊

天津市体育局深入挖掘体育文化内涵、助力提高全市体育基本公共健身服务、加快文旅融合、打造具有鲜明特色和深刻内涵的体育文化品牌,为体育强市建设凝聚强大的精神力量。

以文化人,抓“一体推进”,加强习近平文化思想的引导力。对标对表抓学习,深入开展习近平文化思想的学习宣传,推动学思用贯通、知信行统一,把学习成果转化为认识新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局的生动实践。入脑入心抓普及,创新“线上线下”学习多样形式,开展在线访谈、微访谈活动,制作体育明星宣讲短视频。发挥体育志愿服务队伍作用,利用宣传载体,推动党的创新理论走进寻常百姓家。

以文惠民,定“一张蓝图”,提高体育公共文化服务承载力。在体育设施上出效,连续10年将全民健身设施建设列入市政府“20项民心工程”,全市体育场地面积达到每人2.89平方米,形成全市“15分钟健身圈”。各级各类体育社会组织5000多个,社会体育指导员总数超过5.2万人。在体育文化传播方式上出新,创新体育文化传播多元机制,与市新媒体协会合作,打造传统媒体与新媒体相结合的新格局,统筹抓好报台网和“两微一端一平台”阵地建设,构建体育文化宣传大格局。在体育文化活动中出彩,增加高品质体育赛事和文化供给,通过举办体育书法、摄影和体育赛事等综合性文体交流活动,满足群众日益增

长的精神文化需求。将“海河回响——女排精神展”和排球“六进”活动一起,以轻骑兵、小分队的形式,广泛走进社会、校园等,每年覆盖人口将近200万人。以新时代女排精神为主题的地铁站、电影院相继落成,排球运动文化氛围越来越浓厚。

以文润城,重“一脉相承”,厚植体育文化支撑力。推出了新时代十年体育成就展,用“天津女排”“天津网球”以及李盈莹、朱雪莹等体育团队和体育明星的事迹宣传传承中华体育精神。创新体育文化产品。组织实施“天津体育文化精品工程”,出版众多天津体育著作,广泛征集评选的“运动之都”的标识和“运动、爱天津”口号成为天津体育重要的文化符号。加强文化阵地建设,新建新时代天津体育十年成就展厅、体育系统廉洁文化展厅,举办了一系列体育文化展览。推出网上博物馆,通过云看展、云讲解生动再现天津体育百年历史,立体展示珍贵体育藏品。

以文兴业,引“一泓活水”,激扬体育文化的生命。助力体育赛事“火起来”“潮起来”,助力数字文化“跑起来”,丰富文化行业多元发展。在体育博物馆推出线上展览以及数字藏品和文创展示,公共文化服务逐渐从身边送到“云端”,走向“指尖”。今年建设天津市体育综合服务平台,增加智能全民健身体育设施建设等,补齐数字化建设的短板,将大力推动公共数字文化便捷化服务。

浙江:率先打造省级体育融媒体中心

浙江省体育局副局长 朱启南

近年来,浙江省体育局借助杭州亚运会筹办的重大契机,深化媒体融合、加强合作互动,率先打造省级体育融媒体中心,不断巩固体育领域的宣传思想文化阵地,壮大主流思想舆论,初步构建浙江体育宣传高质量发展新格局。

为适应媒体融合发展趋势,浙江省体育局以体坛报社为基础,投资500万元建成浙江体育融媒体中心,通过对策、采、编、发、评的流程再造,整合报纸、网站、微信、微博、视频号、抖音号、快手等全媒体形态,建立“1+19”的体育宣传媒体矩阵,打造“一次采集、多种生成、多元传播”的全媒体中央厨房,目前全网用户数达108万,进一步巩固浙江体育宣传主阵地、主渠道地位。

提高政治站位做好宣传。提高政治站位,把习近平总书记关于体育工作的重要讲话、指示精神的宣传摆在首要位置,始终坚持正确的政治方向、舆论导向。

突出工作重点做好宣传。一是杭州亚运会筹办宣传,通过精心的新闻策划,及时传递56个竞赛场馆、31个训练场馆提前向公众开放的新闻,引发社会广泛好评,亚运会前累计接待1000万人次参与健身。亚运期间,充分发挥融媒优势,组织全省900多名记者全方位参与亚运报道。二是体育领域改革攻坚的宣传。通过组织有力有效的宣传,

极大地推动体育改革由“盆景”变为“风景”。例如起源于天台县的基层体育委员工作机制,最初就是由体坛报社日常采风报道被挖掘,引起省体育局党组高度重视,经过三年试点探索、完善机制、推广普及,目前全省基层体育委员总数超2.6万名,有效打通基层体育治理“最后一公里”。

紧抓高品质的体育赛事活动与体育明星等新闻热点做好宣传。重视赛事活动的赛前、赛中、赛后新闻策划与宣传报道,预热造势、设置话题引导热点、组织媒体现场深度探秘等手段,推动票务销售、提升城市热度、形成社会聚焦。如杭州亚运会后筹办举办的世界羽联世界巡回赛总决赛,门票销售就超过4200万元。同时开展明星运动员与媒体互动,树立青春榜样形象,向全社会、尤其是向青少年群体传递向上向善的力量。

加强党对体育宣传工作的领导是根本,深化体育宣传领域的改革创新是关键,通过传统媒体、新兴媒体两端发力,实现媒体融合,强化体育新闻短视频、小视频与图片直播、网络直播等供给,增强了体育宣传产品的到达率。深化与各媒体多形式合作联动是保障。以体坛报社为抓手,浙江省体育记者协会为纽带,不断完善与各媒体矩阵的有效合作,最大程度实现新闻资源共享。

云南:打响“三大品牌” 畅享“有一种叫云南的生活”

云南省体育局副局长 李正宁

近年来,云南体育宣传文化工作把握主题、突出特色,着力打响云南体育“高原训练胜地、户外运动天堂、四季赛事乐园”三大品牌,吸引各方体育爱好者畅享“有一种叫云南的生活”。

强主题优策划,服务大局奏强音。打响“三大品牌”,去年各类媒体对云南体育全网刊载量、转载量创历史新高,省体育局站位全局、服务大局,局门户网站、微信公众号发文超1500篇,关注转发超100万人次,“体育”成为2024年省两会代表委员十大热词,出圈、出彩讲好云南体育故事,助力经济社会高质量发展,云南体育“三大品牌”获得普遍认可。壮大正面发声,引导舆论,加强系统策划组织,让好声音成为最强音。践行“两山”理念,立足云南独特的资源、人文等多样性特点,融入“活力山水计划”,围绕全年全省3000余场各级赛事活动开展全省“跟着赛事去旅行”系列宣传,圆满完成首届中国户外运动产业大会宣传工作。挖掘发展潜能,从宣传视野找寻体育在战略新兴产业和未来产业中的切入点、发力点,宣传聚焦以户外运动为引领、以生活场景打造为重点,

强化云南文体旅融合的体育活力元素,有效推动“体育+”不断深入。筑牢宣传矩阵,与主要媒体签订战略合作协议,整合各类资源内外联动提升工作合力。落实意识形态工作责任制,常态化开展监控和研判处置,守牢安全和发展的底线。

聚人气促消费,助力产业显成效。着力打造“跟着赛事去旅行”品牌建设的云南样板。全面宣传全民健身促消费,重点宣传精品赛事增消费,创新宣传体旅融合扩消费。

交朋友融民心,对外交流展形象。去年在宣传援助柬埔寨、缅甸等11支国家队来滇训练工作的同时,弘扬中华体育精神,多维度展示云南多民族文化、体育发展成效。推动以海埂基地、呈贡基地等为代表的云南高原体育训练基地群成为云南省对外交流的“金字招牌”。拓展多边交流平台,以文化友促进民心相通,以宣传推动体育人文交流。深化一衣带水情谊支持8个沿边州市讲好“小而精”“小而美”的民间体育对外故事。协调云南体育企业为柬埔寨捐赠杭州第19届亚运会队服,书写云南体育文化走出去新篇章,助力云南高水平对外开放。

江苏:筑精品建矩阵重内涵 培育打造体育宣传文化品牌

江苏省体育局副局长 吴兵成

近年来,江苏体育宣传文化工作坚持围绕中心、服务大局,聚焦江苏体育事业改革创新经验成果与特色亮点,加强载体建设,创新方式方法,培育打造了一批具有鲜明特色的体育宣传品牌、体育传播品牌和体育文化品牌,为推进体育强省、体育强国建设营造了良好舆论氛围。

筑精品,打造江苏体育宣传品牌。多年来组织开展“媒体走基层”采风活动,每年选择一个主题,邀请中央级、省级媒体开展采风,集中报道江苏体育改革发展成果。面向群众关注热点打造品牌,推出江苏体育“四个一”品牌:每周一星、周一练、周一景、周一赛。“四个新”系列:“江苏体育新气象”“科学健身新方法”“全民健身新场景”“体育赛事新活力”,全面宣传江苏体育发展成果,倡导广大人民群众积极参与体育运动,连续8年组织开展“魅力江苏 最美体育”评选和颁奖活动。服务群众健身需求打造品牌,推出栏目,打造科学健身指导短视频品牌,由省体科所专业科研人员出镜教学,推荐科学有效的健身方法,组织体育明星参与拍摄,充分利用明星运动员的“流量”,号召更多人关注、参与科学健身。与当地都市报类报纸共同推出科学健身专版,形成品牌效应。

广东:乘十五运东风 讲好体育故事

广东省体育局副局长 林 瑛

2025年,第十五届全国运动会在粤港澳三地举办。在推进十五运会各项筹备工作中,广东省体育局乘十五运会东风,讲好广东体育的“好故事”,发出大湾区体育发展的“好声音”。

守好政治安全“南大门”,在主动应对互联网带来的新机遇新挑战中,广东体育宣传文化工作责任大、任务重、要求高。十五运会赛区分布广泛,赛事组织机制有差异,赛会宣传同频共振、统筹协调的难度大,对体育宣传文化工作提出了新的要求。同时,体育赋能的增值效应、牵引效应、融合效应更趋明显,有利于广东体育在粤港澳大湾区融合发展中贡献力量,也为以高质量体育宣传文化发展支持广东经济社会高质量发展创造了条件。

坚持守正创新,彰显宣传力量。十五运会筹备以来,按照全国体育宣传文化工作要求,构建“党组统一领导、宣传部门主抓,业务部门配合、社会共同参与”的宣传工作体系和协调联动工作机制,打破了传统媒体单一平台局限,以一网带多端齐发声的形式加强广东体育宣传效能,充分利用广东媒体人才及平台资源优势打造自身宣传平台和自媒体矩阵,同时以各平台功能互补、各自发挥特长的机制整体运作,形成了网上网下同频共振、内宣外宣双轮驱动的体育宣传大格局。省体育局各端口及平台号共发稿8250篇,引导全网共约12800家传播机构发布约110万篇与广东体育相关的报道,主题宣传有声有色,社会宣传亮点纷呈,为十五运会筹备工作顺利推进营造了良好的宣传文化氛围。做到“三个坚持”:坚

四川成都:发挥体育宣传独特功能价值 着力塑造城市精神

四川省成都市体育局局长 王 毅

成都体育宣传工作坚持守正创新,践行“办赛、营城、兴业、惠民”理念,围绕“体育改变城市、运动让生活更美好”主题,充分发挥“运动成都”宣传团队作用,争取中央、省级媒体支持,联动网络社交平台构建宣传矩阵,秉持国际化视野、运用网络化传播,以体育为载体、以城市为窗口,多维宣传世界赛事名城建设成效,助力展现中国式现代化万千气象的成都篇章。今年3月,国际体育记者协会授予成都“全球最佳合作城市”称号。

建强体制机制,着力夯实体育宣传基础。坚持党对宣传思想文化工作的领导,把体育宣传工作纳入推动城市形象传播、增强城市发展动能的“大宣传”视野下来定位、组织和推动。高起点构建宣传工作格局,多部门形成宣传工作合力,先后与市委外宣办共同制定实施《世界赛事名城建设宣传营销三年行动计划》,与市委网信办共同举办专场体育推介,与大运会执委会新闻宣传部“一体两翼”联动实施宣传。同时,加强与社工、文旅、商务、卫健、教育等多部门联动,聚合全市体育系统宣传文化资讯,统筹做好“体育+”“+体育”宣传。全方位打造宣传平台矩阵。建立健全宣传制度,形成“五个一”工作机制(一套组织运行体系、一众传播宣推渠道、一组口径+素材库、一系内容平台阵地、一道安全屏障保障),构建市级体育融媒体传播影响力评价指标体系。

强化品牌建设,以高质量体育赛事、品牌活动和地标场景,着力放大体育宣传效果。先后举办成都大运会、世乒赛、国际乒联混团世界杯、汤尤杯羽毛球团体世锦赛等顶级大赛,成都被誉为中国体育代表团及多支运动队参赛的“福地”。“天府绿道健身”“社区运动角打卡”成为全国知名的成都特色体育名片。新建改造一批大型体育场馆,外观设计和内部装饰充分吸取巴蜀文化,有效彰显了城市深厚的历史文化底蕴,已成为新的城市“地标文化”。在成都大学建设大运村,赛后实现可持续利用100%,使成都大运会被誉为第一届“永不落幕”的大运会。

服务中心大局,着力发挥体育宣传作用。推动世界赛事名城建设,扩大城市影响力,在街头举办各类国际赛事,呈现成都街头与世界体育相连的独特图景,同时进社区、进学校,让体育名赛名人与市民“亲密接触”,也让世界通过体育感知烟火里的幸福成都“美丽画卷”。激发群众运动热情,全市体育人口突破970万,塑造进取包容的城市精神。同步加强全市各运动队的思想政治教育,宣传反兴奋剂知识,训练水平提升和赛风赛纪管理“两手抓、两手硬”,树牢运动员、教练员为国争光、为市争誉的思想意识。

本版稿件由本报记者黄心豪整理