

定基调、划重点 唱响浙江体育宣传“主旋律”

2019年全省体育宣传工作会议落下帷幕,本次会议回顾了一年来我省体育宣传工作的发展历程,部署了未来一年的工作安排,共同筹划下一阶段体育宣传工作的发展方向。今年正值新中国成立70周年,是决战全面建成小康社会的冲刺之年,也是备战东京奥运会、实施“十三五”规划承上启下的关键之年,那么,体育事业发展如何融入大局?体育宣传如何“做得好”“说得好”?

眼下——做什么?

关键词:庆祝新中国成立70周年

庆祝新中国成立70周年,是今年党和国家政治生活中最具标志性的大事。宣传工作要继续紧扣庆祝新中国成立70周年的宣传主线,增强体育人的使命感、责任感、荣誉感,把为国争光、为民族争气、向社会传递正能量作为使命和责任,把个人的价值追求融入到党和国家荣誉的实际行动中,营造礼赞新中国、奋进新时代的浓厚氛围。

关键词:齐头并进

全民健身宣传要营造声势,紧紧抓住“体育现代化创建”“科学健身”等载体,秉承创新务实、理性惠民的理念,讲好群众身边的健身故事,让全民健身蔚然成风。比如,湖州打造公益性科学健身指导平台,让老百姓有更多的幸福感、获得感。

竞技体育的魅力在于弘扬拼搏进取的精神,体育精神不仅体现个人素养,还代表着国家形象和民族素质。竞技体育宣传要加油鼓劲,打赢2020年东京奥运会、2021年陕

西全运会、2022年杭州亚运会等“三大攻坚战”,是今后几年全省体育战线的核心任务,体育宣传要聚焦这些重点来抓推进、抓落实。

体育产业宣传要扩大影响,现阶段我省体育产业正处于向支柱型产业迈进的快速增长时期,要进一步加强体育产业宣传,通过产业政策引导、体育小镇、“体育+”等方面的宣传。促进体育消费,推动体育产业发展融入经济社会发展大局,为经济转型升级和高质量发展作出贡献。

关键词:深化改革

体育作为改革进程中的重要一项,对推动国家全面深化改革具有重要意义。体育宣传工作要紧跟改革步伐,积极营造有利于全面深化改革的舆论环境,更好地凝聚深化改革共识,形成促进改革发展、社会和谐的良好舆论氛围。尤其是社会力量办

体育,继温州作为“社会力量办体育”全国唯一试点城市后,绍兴、宁波、杭州等地社会力量办体育也在全面兴起,社会力量办体育正已燎原之势在全省蔓延开来。通过体育宣传,力争再拿出几件在全国叫得响、有份量、群众喝彩点赞的创新成果。



未来——怎么做?

关键词:根本遵循

党的十九大把习近平新时代中国特色社会主义思想确立为我们党必须长期坚持的指导思想 and 行动指南,这是马克思主义中国化的最新成果。这是全省体育工作和体育宣传工作的根本遵循。全省体育战线要深入学习贯彻习近

平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记关于体育工作的重要论述,生动阐释体育宣传工作守正不渝、创新不止。同时,切实抓好意识形态工作的积极性和主动性,认真履行主体责任,坚守“主阵地”,种好“责任田”。

关键词:集聚融合

随着国内外互联网巨头的业务拓展和横向兼并,互联网行业业态正在加速平台化,宣传平台的融合发展成为必然趋势。体育宣传要让新媒体从媒体发展的变量,通过有效的整合放大效能,成为提高传播

效率、传播主流思想的增量。运用集聚效应,整合各方资源,运用报、台、网、端各种媒介进行宣传,特别是邀请中央级、省级主流媒体进行深度宣传报道,产生乘数效应、集聚效应,扩大影响力。

关键词:精心谋划

做好体育宣传工作,首先要有计划,对全年开展的体育宣传工作有一个通盘考虑;其次,要有策划,对重大主题宣传、重大赛事宣传要提前谋划、设计。尤其要关注2022年杭州亚运会、衢州第四届全国智力运动会、2019年女排世俱杯等重

大赛活动的筹备进展。特别是2022年杭州亚运会,随着亚运会进入“杭州时间”,各项筹备工作即将全年铺开,统筹协调好省内外新闻宣传、导向管理以及媒体服务,精心策划、周密安排,为办赛营造良好社会环境和舆论氛围。

这3家单位的“体育好声音”,凭什么在全省性会议上“唱响” 体育“做得好”更要“说得好”

本报记者 朱郑远 综合报道

今年上半年,为何《人民日报》、新华社、中央电视台等中央主流媒体频频报道绍兴体育?嘉善是如何打好“基础、融合、品牌”3张牌?舟山普陀的“体育信息宣传智慧模式”又是何种“黑科技”?这些问题,在昨日召开的全省体育宣传工作会议上都有了答案,绍兴市、嘉善县、舟山普陀区体育部门就体育宣传工作经验进行了交流。

据了解,绍兴近年来一直积极打造“国际赛事目的地城市”,先后成功举办水陆国际双马、女排世俱杯、中外名校赛艇赛、中国男子篮球职业联赛等品牌赛事,依托赛事活动将“体育+”的概念灵活运用至宣传工作,从名人、

体育文化、城市推介等多方面入手,有效扩大绍兴体育和城市的曝光率、知名度。仅2019年上半年,人民日报、新华社、中央电视台、中国体育报等中央主流媒体报道绍兴体育达126次,其它省市媒体超过3500余次。绍兴体育局不仅积极拓宽宣传渠道借势借力,在“主动发声”方面也颇费心思,建立起多个宣传平台,第一时间发布体育信息,把握宣传主动权。目前,官方微信全年推送信息1000条以上,官方网站上全年发布信息5000条以上。

作为此次体育宣传会议的“东道主”,嘉善县文化和广电旅游体育局对于体育宣传工作也有着自己的心得——打好“基础、融合、品牌”3张

牌。“基础提升牌”从基层体育宣传入手,完善自己的“发声器”。同时,打出“融合驱动牌”,不仅与各宣传平台通力合作,还将体育宣传工作融入县委县政府中心工作,与相关部门联合策划、举办新中国成立70周年、全国文明城市创建、乡村振兴等节庆或工作主题的系列宣传活动,扩大体育的参与度和覆盖面。再配合“品牌创新牌”,从高端赛事为引领,铸造本土品牌赛事,扩大体育影响力。

对于体育宣传工作,舟山普陀区体育部门也有着独特见解——“阵地共建 智慧共融”8个字是他们的经验总结。舟山体育部门除了在基础体育宣传工作上狠下功夫,极其注重因地

制宜突出本土特色,普陀的“海岛体育”一直是体育爱好者耳熟能详的名词解释,也使得使舟马以“海上马拉松”标签而独树一帜。而在普陀的体育宣传工作当中,让人感受最为深刻地莫过于“体育信息宣传智慧模式”,无论是线上线下的全民健身地图,还是“一部手机游普陀”中的众多体育元素,无一不体现出时尚又富有科技感的体育宣传新格局。

此外,3家单位不约而同地提到了要用“讲故事”的方式,将本地体育工作的闪光点、亮点更好地推介出去。这正契合省局所强调的做好宣传工作的源头在于抓住体育事业发展的亮点、特色、创新点。