

河北省冰雪运动文化立体化推广普及模式构建研究

曹 荣, 赵智岗, 袁庚申, 李海舰, 秦 娟

(河北体育学院, 石家庄 050041)

摘 要: 2022年北京冬奥会是党和国家的一件大事, 在整个筹备过程中, 冰雪运动文化推广普及是重要的工作内容。运用文献资料法和逻辑分析法, 在回顾和梳理国内外相关研究成果的基础上, 阐释现阶段推广普及冰雪运动文化的重要意义, 认为其是弘扬奥林匹克精神和中华体育精神、树立文化自信的重要举措, 是国家战略发展的必然选择, 是提升我国冰雪运动发展水平的必由之路, 是素质教育的重要组成部分。并立足河北省实际情况, 分析该省冰雪运动文化推广普及的政策优势、资源优势、人才优势。运用组织行为学相关理论, 从观念要素、组织行为要素、物质要素3个方面构建“多元协同、内容丰富、形式多样、渠道立体、受众广泛”的立体化推广普及模式, 为河北省乃至全国的冰雪运动文化推广提供参考借鉴。

关键词: 河北省; 冰雪运动文化; 推广普及; 模式; 组织行为学

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2022) 01-0030-07

1 问题的提出

2015年7月31日, 北京携手张家口取得了第24届冬奥会的举办权, 中国再次创造了历史。办好冬奥会和实现“三亿人参与冰雪运动”作为我们对国际社会的庄严承诺, 受到了国家和社会各界的高度重视。2016年, 习近平总书记指示: “要把推动冰雪运动普及贯穿始终。”^[1] 2017年, “筹办好北京冬奥会、冬残奥会”被写入党的十九大报告^[2]。2021年1月, 习近平总书记考察冬奥筹备工作时再次指出: “要通过举办北京冬奥会、冬残奥会, 把我国冰雪运动特别是雪上运动搞上去, 在3亿人中更好推广冰雪运动, 推动建设体育强国。”^[1] 6年间, 我国冰雪竞技积极备战的同时, 群众性冰雪活动也在各地蓬勃开展, 为冬奥会营造了良好的社会氛围。但是我们也要

看到, 相较于传统的冰雪运动强国, 我们还存在诸多差距, 特别是冰雪运动文化氛围还不够浓厚, 这将成为冰雪运动健康可持续发展的瓶颈。冰雪运动是时尚的, 也是产业的, 是科技的, 更是文化的, 因而普及推广冰雪运动中最核心的问题, 就是冰雪运动文化的传播。冰雪运动文化是我国体育文化和民俗文化中的瑰宝, 在冬奥会和全民健身的双重背景下, 需要进一步加强冰雪运动文化的挖掘、整理, 走出一条具有中国特色的宣传之路^[3]。

2 研究基础回顾与梳理

国外冰雪运动开展较早, 一些冰雪运动发达国家, 如挪威、加拿大、德国, 不仅将冰雪运动视为一类运动项目, 更视为一种休闲生活方式。鉴于国外冰雪强国的冰雪文化具有很强的内生性

收稿日期: 2021-10-07

基金项目: 河北省社科基金项目“河北省冰雪运动文化推广普及研究”(HB21TY021)

作者简介: 曹 荣 (1968—), 女, 河北保定人, 教授, 博士, 研究方向为冰雪运动文化。

文本信息: 曹荣, 赵智岗, 袁庚申, 等. 河北省冰雪运动文化立体化推广普及模式构建研究[J]. 河北体育学院学报, 2022, 36 (1): 30-36.

和自发性,其对冰雪运动文化及推广方面的研究较少。在有限的资料中,Kirvesniemi(2012)指出,北欧的一些国家如爱沙尼亚的学校会开展冰雪特色的“体育节、教育周”等活动,目的是在各年龄段学生中传播奥林匹克思想,增加冰雪运动知识^[4];Perks等人(2015)的文章显示美国、加拿大等北美冰雪运动发达国家会通过组织冰雪运动名人进校园,与学生现场接触,来普及冰雪运动知识,引领冰雪运动发展^[5]。

国内的冰雪运动研究始于上世纪80年代,内容偏重竞技。2015年申冬奥成功以来,冰雪运动文化日益受到学者关注。总体来看,冰雪运动文化研究主要有以下几个主题:

(1)起源考证、特点分析和意义阐释。刘永年考证了新疆阿勒泰是人类滑雪运动的发源地^[6];单兆鉴梳理了我国冰雪运动的发展历程^[7-8];杨树人^[9]、张宝强^[10]、贾春佳^[11]、刘花香^[12]、李波^[13]等人也持续对冰雪运动文化的起源、发展和文化特征进行研究;刘楨分析了冰雪文化在培养体育精神、树立规则意识、拉动产业发展方面的价值^[14]。该类成果,文化基础性内容较多,而冰雪运动文化传播的内容较少。

(2)传播路径探索。该主题可分为2个方向,其一为“借船出海”式传播。如苏长滨^[15]、白冰^[16]、刘磊^[17]、董欣^[18]等人,均从依托旅游产业的角度研究冰雪运动文化传播,但存在视角单一(旅游)和地域局限(东北、内蒙、新疆等)的问题。其二为“以我为主”式传播。如李梦媛认为应该提高传播者素质、构建传播体系和加强传播监管^[19];李岫儒从政策引导、社群推进、赛事带动、产业助力4个方面进行探索^[3];刘兰认为,要侧重对中国传统冰雪文化的传播,要利用媒介、教育和产业资源进行传播^[20];梁益军基于大众传播视角,从反馈机制、传播主体供给机制、传播内容、媒介整合等方面提出促进冰雪运动文化受传者文化认同的策略^[21];庄艳华从文化资源供给、土地和场馆设施资源供给、人才培养供给三个方面构建了冰雪运动文化普及的制度环境^[22];马玉芳从“文化生成”视角和物质、制度、精神三个文化维度探讨冰雪运动“南展西扩东进”战略的优化路径^[23]。以上成果均从冰雪运动文化自身出发设计传播路径,其中梁益军、庄艳华、马玉芳等人的思考较为深入全面,但存在宏观指导性较强、地域针对性不足的

问题,且在实践操作层面也不够具体。

(3)对河北省冰雪运动文化传播的探讨。目前立足河北的冰雪运动文化研究成果数量不多、水平不高,与河北省推动冰雪运动普及发展的要求极不相称。杨金田的研究较具代表性,其从冰雪运动文化的含义、特征入手,分析了河北省冰雪运动文化的不足,并提出政府重视、新媒体推广、品牌打造等推广策略^[24]。该成果的可取之处是贴合河北实际,但推广策略的体系性欠缺。

3 冰雪运动文化推广普及的价值分析

3.1 冰雪运动文化推广普及是弘扬奥林匹克精神和中华体育精神、树立文化自信的重要举措

冰雪运动文化是在特殊气候和寒冷环境下,北方先民们为了生存和生活而创造出来的一种古朴、坚韧的文化,是大自然馈赠给北方民族独特的文化财富,代表着自强不息、坚韧不拔的精神^[21],这与“更快、更高、更强、更团结”的奥林匹克格言所蕴含的超越自我的价值追求,与中华体育精神倡导的顽强拼搏的精神特质,都具有高度的同一性。对其进行大力宣传和弘扬,不仅能为我国积极筹办冬奥会营造良好氛围,更可以为我国实现中华民族伟大复兴注入强大的精神力量,因而具有重要的理论和现实意义。

近代以来,我国冰雪运动文化由于受到西方现代冰上运动的冲击而日渐衰微。至今,人们提到冰雪运动,首先想到的是阿尔卑斯山、北海道等滑雪胜地,是北欧、加拿大、美国等冰雪强国,而我国历史悠久、形态各异的冰雪运动文化却被人们渐渐遗忘,着实令人惋惜。新疆阿勒泰地区的岩画,再现了一万年前人类的滑雪活动,阿勒泰由此被世界公认为“人类滑雪起源地”;《山海经》记载了“钉灵国”人民利用滑雪板代步的生活场景;南北朝时,北室韦部有“骑木而走”的习俗;唐代的回鹘族,利用木板、木杖在雪上滑行,“蹴辄百步”;滑雪、雪橇等技能作为鄂温克族、鄂伦春族、赫哲族人民重要的生活方式一直流传至今^[25]。公元9—10世纪,我国北方的乞儿乞思族、兀良海族就盛行滑冰运动,中原地区则将冰上运动统称为“冰嬉”,清朝是“冰嬉”的黄金时期,滑冰甚至成为军事训练的重要内容。此外,轱辘冰、堆雪人、打“滑哧溜”、打冰尜、打滑挞等古老的民俗娱乐活动,

以及冰上杂技、冰上舞龙、冰上旱船、冰上蹴鞠等节庆活动,都在民间保持着旺盛而持久的生命力,深受北方人民的喜爱。可见,对我国古老而丰富的冰雪运动文化进行挖掘、整理,面向广大人民群众进行宣传推广,有利于树立我们的民族自豪和文化自信。

3.2 冰雪运动文化推广普及是国家战略发展的必然选择

冬奥会举办权的取得,让北京成为世界上第一个“双奥”城市。这不仅是我国体育事业发展水平的有力证明,更是我国综合国力和大国地位的高度彰显。应该说,申办北京2022年冬奥会对高速发展的中国而言,具有更加重要的政治、经济、文化等社会综合功能。诚如习近平总书记所描绘的——“到2020年,我国已经全面建成小康社会。”“举办北京冬奥会、冬残奥会来之不易、意义重大,同实现‘两个一百年’奋斗目标高度契合。”诚如国家体育总局等四部门联合下发的《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》中提出的“鼓励各级各类媒体加强对冰雪体育文化、冰雪运动健康知识和赛事活动的宣传和展示……”,并提出了2025年参加冰雪运动人数和冰雪运动产业规模的具体目标^[26]。诚如2016年国家体育总局等23部门联合下发的《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020年)》提出的“深入发掘冬季运动文化价值及冬季项目的文化内涵,大力传播冬季运动文化,普及冬季运动知识……”^[27]这些政策充分体现了国家对冰雪运动文化传播的高度重视,其成为服务全民健身、健康中国 and 京津冀协同发展等国家战略的重要内容。

3.3 冰雪运动文化推广普及是提升我国冰雪运动发展水平的必由之路

目前,我国冰雪运动普及程度还不高。以滑雪人群为例,2017年我国滑雪者人数约为1210万,一次性体验者人数占比75.2%,而挪威、美国等国家每年的滑雪者人数都超5000万,且人均每年滑雪4—5次。此外,地理自然环境对冰雪运动开展影响巨大,而我国幅员辽阔,这导致我国冰雪运动地区间发展不平衡,很多南方人从未看过冰和雪,更无从谈及从事冰雪运动^[21]。

综观当前的冰雪体育强国,基本上国内都有深厚的冰雪运动文化支撑。易剑东教授指出:“没有文化支撑的运动项目是很短浅的。”现如

今,无论在冬奥会倒计时重要节点,还是后冬奥时代冰雪产业的发展壮大,都需要我们大力发展冰雪运动,冰雪运动文化也因此被赋予新的重要意义和战略地位,必须加大传播力度。通过传播提高大众欣赏冰雪运动项目的水平,让更多的人了解、参与冰雪运动,进而为冰雪运动整体水平的提升奠定坚实基础。

3.4 冰雪运动文化推广普及是素质教育的重要组成部分

青少年是祖国的未来、民族的希望。早在上世纪八九十年代,我国就提出了实施素质教育的口号,随着时代的发展和社会的进步,素质教育也被不断赋予新的内涵。在2018年全国教育大会上,习近平总书记指出,要努力构建德智体美劳全面培养的教育体系。在这一体系中,体育对于塑造完整灵魂、坚定价值追求、培养意志品质、提升涵养高度作用独特。所以,习近平总书记指出:“要树立健康第一的教育理念,开齐开足体育课。”^[28]

相较于一般的运动项目,冰雪运动更强调速度、力量、灵敏等素质,而且还需要参与者克服低温严寒的不利条件,因而具有更显著的健身健心价值。正如易剑东教授所说:“冰雪运动是人与自然的对话,在自然界中的一种体验,文化价值很高,对于培养孩子健全的人格非常有帮助。”^[29]冬奥会为青少年冰雪运动的开展提供了难得机遇,《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》提出,发展冰雪运动要以青少年为重点;《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》要求发展校园冰雪运动。冰雪运动文化的各种宣传推广活动是广大青少年接受冰雪运动的第一步,能够有效调动学生的参与兴趣,并深刻体会、感悟冰雪运动的精神、价值、内涵,从而帮助学生在冰雪运动参与中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志,实现全面发展。

4 河北省冰雪运动文化推广普及的优势分析

4.1 河北省具有冰雪运动文化推广普及的政策保障

《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》等均对“加强冰雪运动宣传”提出

了明确要求。河北省作为冬奥会的东道主之一,积极响应国家号召,落实文件精神,早在2016年就发布了《河北省冬季运动发展规划(2015—2022年)》,指出:“强化舆论宣传。紧紧围绕京张携手筹办2022年冬奥会,通过各类新闻媒体、官方网站、赛事活动、有奖征文、知识竞赛、宣传展览等,广泛开展冬季运动宣传活动,普及冰雪运动知识,宣传奥林匹克运动,大力营造浓厚的舆论氛围。”^[30]2018年《河北省冰雪产业发展规划(2018—2025年)》,将“举办冰雪运动健身讲座等宣传教育活动,广泛开展冰雪健身知识普及,提升群众冬季科学健身意识和能力”作为重要的保障条件^[31]。同年出台的《河北省冰雪运动推广普及实施方案(2018—2022年)》,提出了“六进”的发展路径,并提出了冰雪运动知识宣讲的明确任务要求^[32]。可见,无论是国家层面还是河北省层面,都将冰雪运动文化宣传工作作为发展冰雪运动的重要举措而高度重视,为冰雪运动文化推广普及提供了有力的政策保障。

4.2 河北省拥有历史悠久、内容丰富、特色鲜明的冰雪运动文化资源

河北省的冰雪运动文化将燕赵文化、长城文化、泥河湾文化、始祖文化和皇家文化等相融合,以天然的冰雪资源和丰富的民俗文化为基础,以张家口、承德为主要发展区域,具有鲜明的地域文化和民俗文化特征。一到冬天,河北各地就有玩冰戏雪的习俗,特别是张家口、承德地区冰雪资源丰富,不仅冰雪运动水平高,而且近年来利用自身的旅游资源(如张家口的鸡鸣驿、宣化古城,承德的避暑山庄)和民族风情,大力发展冰雪旅游,推出了《冰嬉大典》、皇家冰瀑等独具民俗风情和地域特色的冰雪文旅项目。这些是河北省冰雪运动文化推广普及的丰富资源。

4.3 河北省拥有冰雪运动文化推广普及的人才队伍

2016年河北省成立了冰雪运动协会(前身为河北省滑雪协会),并设立普及开发委员会,是河北省冰雪运动文化推广普及的中坚力量。河北省还拥有河北体育学院、河北师范大学体育学院、张家口学院冰雪学院等体育高等院校,尤其是河北体育学院,自2015年成立冰雪运动系以来,大力实施冰雪运动人才培养并取得了突出成绩,目前被省委省政府赋予全国冰雪运动人才培

养“排头兵”的重任。以上高校在紧抓冬奥机遇开展冰雪人才培养的过程中,建设了实力雄厚的师资队伍,包括冰雪博士、冰雪文化学者、世界冠军、运动健将等各类人才,他们长期从事一线的冰雪教学、训练和科学研究,熟悉冰雪项目,对冰雪运动文化有独到的认识,能够承担起推广普及冰雪运动文化的重任。

5 河北省冰雪运动文化推广普及的模式构建

在文化变迁的过程中影响文化运行与发展的诸要素之间以及组成文化的各个体系之间相互作用、相互影响,进而构建新的文化秩序。冰雪运动文化推广普及也是如此,在这个过程中观念要素、组织行为要素和物质要素之间相互推动,共同作用于文化再生产。所以,可以借鉴组织行为学理论,从以上3个方面尝试构建河北省冰雪运动文化的推广普及模式。

5.1 观念要素:思路和原则

观念要素即河北省冰雪运动文化推广普及的思路与原则。就推广思路而言,首先要形成民众的文化观念和深度认知,即对冰雪运动和冰雪文化的深入了解。应该将物质文化层面的项目和技术介绍、制度文化层面的政策解读、精神文化层面的冰雪运动精神凝练作为推广普及的重点,进一步引导大众对冰雪文化的深刻理解,促进运动参与。

推广普及活动应坚持以下原则:①实用性。对项目和技术介绍,须浅显易懂;在政策的解读上,侧重选取与老百姓生活密切相关的内容,深入浅出地宣传;在对精神文化的凝练上,要直观可感、生动形象,化抽象为具象。②内涵性。推广普及活动不能仅停留于民众对项目的认识、对技能的了解,更要通过对内涵的挖掘——我国冰雪运动发展史、运动精神、政策导向等,使广大民众建立文化认同、树立文化自信、实现文化自觉。③普适性。推广普及活动须具有广泛的适应性,即适应不同年龄、性别、职业、文化层次的受众,才能将冰雪运动发展成全民热爱、积极参与的项目。

5.2 组织行为要素:组织机构和工作职能

组织行为要素解决的是推广普及活动的组织机构和工作职能问题。冰雪运动文化推广普及是一个涉及多方力量、需要多部门协同的系统性工

程,必须有坚强的组织领导。为此,需要成立推广普及工作专班,其有对内对外两方面的职能:

对内主要负责推广普及活动总体调度、具体策划和组织实施,其中最核心、最重要的是确定推广普及主题。根据当前河北省民众对冰雪运动文化的认知情况,推广普及主题可以考虑以下方面:①我国和河北省冰雪运动文化的特征;②冰雪运动精神的内涵与弘扬;③冰雪运动政策解读;④冰雪运动项目普及和运动常识介绍;⑤冰雪运动人才培养;⑥冰雪运动项目的体验参与;⑦冰雪运动文化创意产品开发。在确定了主题之后,可以通过公开招标等形式,征集推广普及方案,组建推广团队。团队的人员结构应该突出层次性和差异化,要涵盖侧重理论研究的学者、强于参与实践的运动员、普通的冰雪运动爱好者和一定数量的文化创意人才。工作专班是推广普及工作的决策机构,推广团队是具体实施机构,按照推广普及主题和形式可组建相应的工作小组。由此形成了三级运行架构。与之相适应的,也就形成了三级议事机制。工作专班会议,负责总体部署,如主题确定、招标课题发布、经费预算与筹措、保障条件落实等;推广团队会议,研究确定推广普及的具体事项;工作小组会议,则主要解决本主题推广普及活动的具体策划、实施、呈现问题。

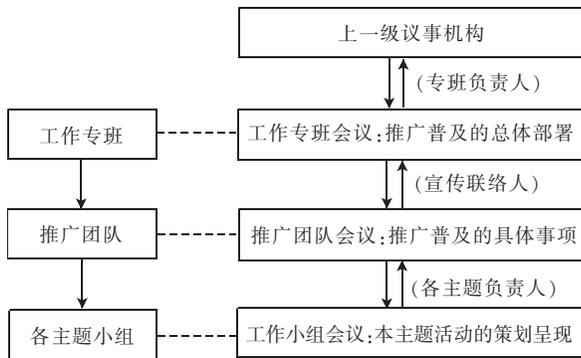


图1 冰雪运动文化推广普及的内部运行机制

对外则主要负责围绕冰雪运动文化推广普及活动,处理各方关系。社会各方力量在推广普及中扮演不同角色、承担不同职责。政府是推广普及工作的政策制定者、方向引领者、服务购买方和组织协调者;在“政社脱钩”“协会实体化”“供给侧改革”的背景下,冰雪协会、高校凭借其专业优势和人才智力优势,应该成为推广普及的直接实施者和中坚力量;冰雪企业作为与冰雪

运动文化密切相关的社会力量,是冰雪运动产业领域的重要代表,也是推广普及活动的重要参与者,在企业参与的过程中,需要政府通过制度安排和政策倾斜,调动其积极性,实现互惠互利;媒体具有显著的舆论宣传和传播平台优势,能够放大和优化推广普及效果,甚至直接参与其中。社区、中小学、机关、乡村等构成了推广普及的主要受众。由此可见,推广普及的直接主体(社团、高校),要上承政府工作任务,争取政策支持;下接受众需求,发挥专业优势;同时加强与企业、媒体的横向联系,充分利用社会力量,协同推进全省冰雪运动文化推广普及工作。

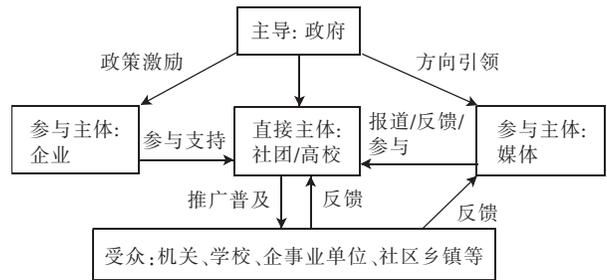


图2 冰雪运动文化推广普及的外部协同机制

5.3 物质要素：经费保障和技术支持

物质要素是冰雪运动文化推广普及活动顺利开展的物质基础和前提条件。主要包括经费、场地、设备、服装、技术支持等。这同样涉及多部门协同配合,由工作专班负责协调解决,必要时需要通过上一级议事机构来落实。在这一过程中,要特别注意调动社会力量积极参与,通过购买服务的形式,充分发挥社会力量在某一方面的专业优势,为整个推广普及活动贡献力量。

通过以上3个方面要素的协同作用,最终构建起“多元协同、内容丰富、形式多样、渠道立体、受众广泛”的推广普及模式。多元协同即推广普及涉及政府、社团、高校、企业、媒体及其他社会力量。推广普及的内容则涵盖冰雪运动文化发展历程和特点、冰雪运动精神、冰雪政策、人才培养、项目和技术等,而形式则包括文化宣讲、故事讲述、纪念品开发、歌曲影视制作、图书出版及文创产品生产等。推广普及依托线上和线下两个体系,线上推广的受众广度自不待言,线下活动则通过进学校、进机关、进企事业单位、进社区乡镇等形式,面向众多不同层次、不同类别的受众开展。线上线下双体系运行,也便于承载更多类型的推广普及形式,保证推广普及效果。

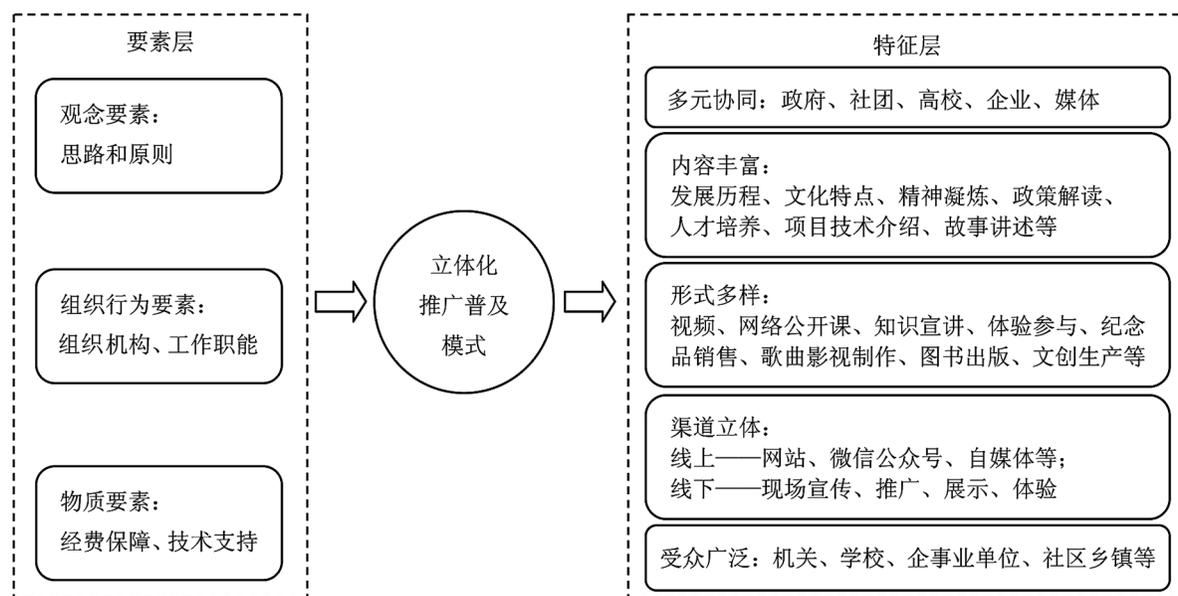


图3 冰雪运动文化立体化推广普及模式

6 结语

本研究基于组织行为学理论,立足河北省实际,构建了“多元协同、内容丰富、形式多样、渠道立体、受众广泛”的冰雪运动文化推广普及模式。该模式可以为相关推广主体(社团、高校等)自主开展推广普及活动提供实施依据,同时为其他省份、其他主题的宣传推广活动提供借鉴和参考。该模式目前还处于理论探索层面,需要在推广普及的实践过程中,不断修正和完善。

参考文献:

- [1] 习近平的冰雪运动情缘[EB/OL]. (2021-01-21) [2021-03-05]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1689491464734254600&wfr=spider&for=pc>.
- [2] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利:在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2017-10-27) [2021-03-10]. http://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.
- [3] 李岫儒,柴娇. 冰雪体育文化传播的意义及路径[J]. 体育文化导刊, 2019(8): 43.
- [4] KIRVESNIEMI H. Estonia at the 2010 Winter Olympics[M]. Kansas: Lect Publishing, 2012.
- [5] PERKS T. Exploring an Olympic “legacy”: sport participation in Canada before and after the 2010 Vancouver Winter Olympics[J]. Canadian Review of Sociology/revue Canadienne De Sociologie, 2015, 52(4): 462.
- [6] 刘永年. 新疆阿尔泰地域是人类滑雪发祥地之一[J]. 体育文史, 1994(4): 44.
- [7] 单兆鉴. 中国雪上运动项目发展概况[J]. 冰雪运动, 1991(1): 35.
- [8] 单兆鉴. 中国滑雪之最[J]. 体育博览, 2004(12): 56.
- [9] 杨树人, 安东雷. 北方人生活方式与冰雪运动文化[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2000(3): 1.
- [10] 张宝强, 陈彦. 清代冰上运动文化研究[J]. 武汉体育学院学报, 2014, 48(12): 28.
- [11] 贾春佳, 李双玲, 朱宝峰, 等. 我国冰雪体育文化的本源、特征与发展对策[J]. 哈尔滨体育学院学报, 2017, 35(3): 51.
- [12] 刘花香, 贾志强, 刘仁辉. 中国冰雪运动文化的流变与当代建构[J]. 体育文化导刊, 2017(12): 13.
- [13] 李波, 张笑昆, 王麟, 等. 现代冰雪运动文化的形成、发展与传播[J]. 冰雪运动, 2019, 41(6): 68.
- [14] 刘楨, 程文广. 冰雪文化的价值审视[J]. 体育成人教育学报, 2019, 35(4): 89.
- [15] 苏长滨. 论冰雪旅游、体育文化与经济腾飞的多元发展[J]. 冰雪运动, 2006(1): 80.
- [16] 白冰. 哈尔滨冰雪体育旅游发展目的及途径的研究[D]. 北京: 北京体育大学, 2008.
- [17] 刘磊. 对哈尔滨冰雪体育旅游发展的研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2008.
- [18] 董欣. 冰雪节庆体育活动研究[J]. 体育文化导刊, 2010(1): 25.
- [19] 李梦媛. 冰雪运动文化传播存在的问题和解决路径分析[J]. 传媒论坛, 2019, 2(15): 175.
- [20] 刘兰, 王兵. 冰雪运动文化的特征解析与发展策略

- [J]. 河北体育学院学报, 2019, 33(2): 9.
- [21] 梁益军, 邹红, 李舒雅. 大众传播模式视角下我国冰雪运动文化传播策略[J]. 体育与科学, 2018, 39(6): 49.
- [22] 庄艳华. 我国冰雪文化普及的理论之维与实现路径[J]. 体育与科学, 2018, 39(5): 109.
- [23] 马玉芳, 王永红. 从政策导向到文化生成: 我国冰雪运动“南展西扩东进”的动力因素、现实困境与优化路径[J]. 武汉体育学院学报, 2020, 54(4): 21.
- [24] 杨金田. 河北省冰雪运动文化推广策略研究[J]. 河北体育学院学报, 2020, 34(1): 23.
- [25] 韩志芳. 我国冰雪运动文化的传承发展与创新[C]// 国家体育总局体育文化发展中心. 2020年体育史年会论文摘要集. 玉溪: 2020年体育史年会, 2020: 38.
- [26] 关于印发《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》的通知[EB/OL]. (2016-11-25) [2021-03-11]. http://www.gov.cn/xinwen/2016-11/25/content_5137611.htm.
- [27] 《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020年)》发布[EB/OL]. (2016-11-04) [2021-03-11]. http://www.gov.cn/xinwen/2016-11/04/content_5128690.htm.
- [28] 习近平在全国教育大会上强调 坚持中国特色社会主义教育发展道路 培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人[EB/OL]. (2018-09-10) [2021-03-15]. <https://edu.people.com.cn/GB/8216/421254>.
- [29] 林德韧, 姬焯. 让冰雪文化浸润人心[N]. 中华工商时报, 2017-05-08(4).
- [30] 河北省体育局, 河北省发展和改革委员会. 关于印发《河北省冬季运动发展规划(2015—2022年)》的通知: 冀体字[2016]3号[A], 2016.
- [31] 河北省人民政府办公厅. 关于印发《河北省冰雪产业发展规划(2018—2025年)》的通知: 冀政字办[2018]73号[A], 2018.
- [32] 河北省体育局. 关于印发《河北省冰雪运动推广普及实施方案(2018—2022年)》的通知[A], 2018.

Research on the Construction of Three-dimensional Promotion and Popularization Mode of Ice and Snow Sports Culture in Hebei Province

CAO Rong, ZHAO Zhigang, YUAN Gengshen, LI Haijian, QIN Juan

(Hebei Sport University, Shijiazhuang 050041, China)

Abstract: Beijing 2022 Olympic Winter Games is a major event for both the Communist Party of China and the whole country. In the whole preparation process, the promotion and popularization of snow and ice sports culture is an important work content. Using the methods of literature and logic analysis, this study explains the significance of the popularization of snow and ice sports culture based on the review and combing of the research results at home and abroad. It will carry forward the Olympic spirit and Chinese sports spirit, the important measures to establish cultural confidence. It is the inevitable choice of national strategic development, the only way to improve the level of ice and ice sports development in China, and an important part of quality education. Based on the actual situation of Hebei Province, the policy advantages, resources advantages and talent advantages of the popularization of snow and ice sports culture in this province are analyzed. Using the relevant theory of organizational behavior, a three-dimensional promotion and popularization mode of “multiple coordination, rich content, diverse forms, three-dimensional channels and wide audience” is constructed from the three aspects of concept elements, organizational behavior elements and material elements, so as to provide reference for the promotion of ice and snow sports culture in Hebei Province and even the whole country.

Key words: Hebei Province; ice and snow sports culture; popularization; model; organizational behavior