

居民健身素养促进的媒介责任与履行机制

陈更亮^{1,2}, 吴坚², 刘兵³

(1. 上海体育大学 经济管理学院, 上海 200438; 2. 上海体育大学 期刊中心, 上海 200438;
3. 上海大学 体育学院, 上海 200444)

【摘要】: 在媒介化社会日益凸显、健康中国和全民健身战略深入推进的社会背景下, 居民的健身素养水平成为关涉全民健身开展和健康中国建设的核心变量。基于媒介技术和传播形式的革新, 从媒介责任的视角探掘居民健身素养的提升路径, 认为居民健身素养促进的媒介责任主要体现在传播、沟通、监督、构建、传承5个方面, 即科学健身知识、技能、理念等信息的“传递者”, 健身素养提升工程中政府、社会、居民的“联络者”, 居民健身素养促进过程的“守望者”, 全民健身氛围的“营造者”, 优秀健身文化和中华体育精神的“弘扬者”。依据社会生态系统理论, 基于媒介传播的工具属性和逻辑主线, 构建居民健身素养促进中不同层面的媒介责任履行机制, 包括全民健身政策的解构、执行、动态优化机制, 居民健身素养提升的社区促进机制, 居民健身素养提升的家庭引导机制, 个人健身素养结构的优化机制等, 不同层面媒介履责机制的有效运行与其他层面既相互影响又彼此促进, 居民健身素养促进的媒介履责整体效果取决于4个层面履责机制运行的相互协调与有效整合。

【关键词】: 健康中国; 全民健身; 媒介化社会; 居民; 健身素养促进; 媒介责任

【中图分类号】: G812; G206 **【文献标志码】**: A **【文章编号】**: 2096-5656(2025)01-0097-11

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20241211.003

2014年10月, 国务院首次将全民健身上升为国家战略, 把增强人民体质、提高健康水平作为根本目标^[1]。《“健康中国2030”规划纲要》提出, “发挥全民科学健身在健康促进、慢性病预防和康复等方面的积极作用”^[2]。2024年8月20日, 习近平在接见第三十三届奥运会中国体育代表团时强调: “要继续大力发展以人民为中心的体育事业, 推动全民健身和全民健康深度融合, 向着建设体育强国、健康中国的目标不断迈进。”^[3]当前, 全民健身促进全民健康已成为我国体育和健康领域的研究热点, 全民健身也被认为是提高国民健康水平最经济、最积极的方式, 民众的健身意识随之增长, 经常参加体育锻炼的人数比例达到37.2%^[4]。然而, 随之而来的健身科学性问题的日益凸显, 不科学的健身不仅难以达到健康促进的效果, 还会导致运动损伤、机能紊乱、心理障碍等负面影响^[5]。

新闻媒介被赋予社会的“第四权力”, 肩负着信息传播、舆论监督和道德守望的社会责任^[6]。公信

力是媒介的核心竞争力, 而公信力的基础是媒介的社会责任^[7]。“媒介化社会”已成为我国社会的基本形态, 深层次形塑着社会关系的方方面面^[8], 必然使媒介成为居民健身素养提升的重要手段, 这也是其必须承担的社会责任。居民健身素养促进的媒介责任履行是媒介、政府、居民的共同之需, 既能充分体现媒介的责任担当, 又能放大政府全民健身倡议的宣传效果和社会价值, 亦能满足居民对科学健身知识、理念的迫切需求。因此, 基于全民健身和健康中国深入推进的时代背景与“媒介化社会”的现实, 以媒介技术和传播形式革新为手段, 从媒介责任的视角探讨媒介在居民健身素养促进中应承担的责任。从学理层面建构居民健身素养促进的媒介责任履行机制, 既能在理论层面丰富媒介责任相关研究成果,

收稿日期: 2022-07-17

第一作者: 陈更亮, 博士生, 副编审, 研究方向: 体育管理、体育文化传播。

通信作者: 刘兵, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向: 体育社会组织管理。

拓宽健身、健康领域研究边界,又能在实践操作层面为如何促进全民健身和全民健康提供媒介责任的视角。

1 相关概念界定

1.1 居民健身素养

鉴于成年人是我国居民的主体,其健身素养水平直接关涉全民健身战略的落实。因此,研究中提及的居民特指:在我国长期从事生产和消费的、年龄在18周岁以上的自然人。

梳理国外相关领域研究文献发现,在内涵、维度等方面国外并没有与“健身素养”相对应的概念。与“健身素养”含义较接近的是“身体素养”(Physical literacy,国内也有研究将其翻译为“体育素养”)。英国学者Whitehead^[9]最早从学术层面提出身体素养这一概念。2010年,其出版的《Physical Literacy: Throughout the Life Course》^[10]成为研究身体素养的经典著作。国际身体素养协会对身体素养的界定最具代表性:身体素养是为了生活而重视并承担参与身体活动的责任所需要的动机、信心、身体能力及知识与理解^[11-12]。

当前,国内对健身素养的概念尚未统一,也有人将其称为“科学健身素养”。受近年国内身体素养(或称“体育素养”)研究愈发显性的影响,对健身素养概念与范畴的界定有借鉴身体素养研究成果的趋势^[13-16]。虽然健身素养与身体素养存在目的、内涵、外延等方面的区别,但二者在概念维度上有极大的相似性,因此,可借鉴国内外身体素养的概念维

度^[11-12,17-21]来界定健身素养。据此,研究提出:健身素养是指为了达到健身和健康目的而重视并承担参与健身活动的责任所需要的动机、信心、身体能力、知识与理解等,包含情感、身体、认知和行为4个维度。由上述身体素养和健身素养的概念可知,二者存在如下区别:其一,目的,前者是“为了生活”,后者是“为了健身和健康”;其二,内涵,前者是“通过身体活动促进人更好地生活”,后者是“通过健身活动促进人身心健康”;其三,外延,前者包括“与所有身体活动相关的知识、技能、动机、信心等”“身体素养所倡导的是为身体提供一个广阔的发展空间,不仅限于体育领域,而是关涉全部的明确性身体活动,甚至体力劳动”^[19],后者涵盖“与所有健身活动相关的知识、技能、理解、动机等”。可见,健身素养是后天培养的一种知识依赖型能力,获取健身知识、方法和技能是提升健身素养的前提,健身素养促进工作覆盖全人群,贯穿全生命周期。个人通过后天学习、训练和实践,逐步获得健身知识和理念、健身技能与方法、健身动机与信心、健身行为与经验等,并将其内化为自身能力,最终表现为自觉、主动、科学地参加健身活动,通过积极健身促进身体健康(图1)。

1.2 媒介责任与履行机制

研究中提及的媒介是广义的媒介概念,既包括电视、报刊、广播等传统媒介,又涵盖互联网、手机等新媒体。媒介责任也称媒介的社会责任,即媒介在谋求自身经济利益的同时,所应承担的维护和增进全社会利益的职责和义务。据此,居民健身素养促进的媒介责任是指:在提高居民健身素养过程中,

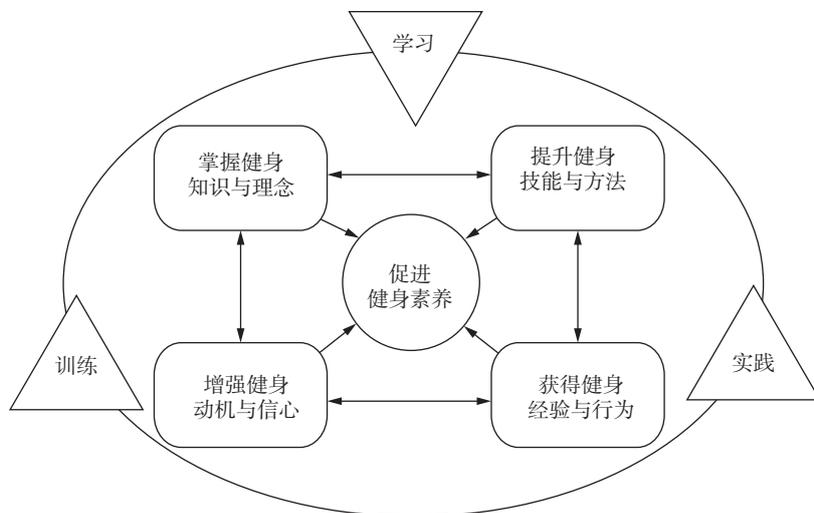


图1 个人健身素养提升路径

Fig.1 Path to improving personal fitness literacy

媒介机构及其从业人员在传播活动中所应承担的社会责任和义务。

“机制”一词来源于希腊语,其本意是机器的构造与工作原理。《中国汉语词典》对“机制”的解释是:泛指一个工作系统的组织或部分之间相互作用的过程和方式。著名社会学家赵鼎新^[22]提出,机制就是一组在控制条件下能被持续观察到,也能通过推理获得、可以被解释、有着固定互动规律的因果关系,认为人类社会存在着大量高度影响个体和集体行为方式的机制,这些机制既影响着个体对外界事物的感知、理解、反应以及与他人的交往方式,也影响着人类作为一个集体的组织方式、组织行为以及各种主宰与支配形式。就媒介促进居民健身素养提升的机制而言,就是通过“媒介传播”这个“因”形成“居民健身素养提升”的“果”。即在其他条件不变的情况下,媒介对健身知识与理念、健身技能与方法等信息的传播越广、越频繁,对全民健身政策和健身氛围的宣传和营造越热烈,越有助于居民健身动机的形成和健身行为的发生,从而提高居民的健身素养。居民健身素养促进的媒介责任履行机制是指:媒介在履行居民健身素养促进责任的过程中,不同要素的关系及其相互作用与运行方式。

2 居民健身素养促进的媒介责任

2.1 传播之责:科学健身知识、技能、理念等信息的“传递者”

媒介责任理论认为,媒介通过生产信息产品(包含知识、观念、思想、重要性等)并向特定受众传播,无声地改变受众的认知、态度和行为等。媒介通过向居民传播健身知识、理念、技能、方法等,对居民增强健身动机,形成健身习惯,提升健康水平至关重要。媒介化社会尤其是互联网、手机等新媒介凭借技术创新和后发优势,为居民科学健身知识和技能的获得提供强大的技术支撑和拓展空间,其在居民健身素养促进中承担着更大的社会责任。第一,为居民健身知识的获取提供便捷、高效、丰富的“资料库”。基于现代存储技术和云服务的升级,新媒介利用技术优势提供海量健身信息,如健身知识、技能、运动伤害防护、运动干预措施等,供不同健身素养促进者按需提取。第二,为居民健身技能的提升插上“个性化之翼”。新媒介依托大数据的优势收

集居民运动轨迹、健身习惯、技能水平等个性化信息,通过严谨、准确地分析实现对居民健身需求、行为等的综合评价,进而提供个性化的提升方案,增强居民的健身效能。

2.2 沟通之责:健身素养提升工程政府、社会、居民的“联络者”

畅达民情民意是负责任的媒介的体现^[23],也是媒介履行社会责任的重要方式。我国新闻媒介作为党和人民的喉舌,建立通畅的民情民意表达渠道是其基本职责。提升居民健身素养是个系统工程,涉及教育、体育、卫生、文化等多个政府部门和新闻媒介、健身机构等众多社会组织,其中任何一个环节出现疏漏,都会影响最终效果。在这个系统工程中,建立多元主体参与的联席会议机制是理想之选,但受制于历史和现实的种种羁绊,此种理想的居民健身素养促进机制至今尚未构建。在此情境下,媒介成为沟通各责任主体,通达居民健身素养提升工程中难点、堵点的关键“联络者”。

一是,通过追踪报道、网络媒介调查等手段,明确居民健身素养提升各责任主体的履职情况和关键堵点,重点报道关键堵点责任主体存在的问题,引发社会关注并监督其整改,进而联络各责任主体形成合力推动居民健身素养提升;二是,传播居民健身素养最新研究成果,关注影响个人健身素养提升的关键知识结构是健身知识和理念滞后、还是健身技能与方法欠缺、抑或健身动机和信心不足,让相关责任主体知晓阻碍居民健身素养提升的关键环节,进而促使其提出有针对性的解决方案。例如,《上海市全民健身发展报告》多年数据显示,“运动伤害预防”和“运动干预处方”是影响居民健身素养提升的两大因素,对此,上海市体育局可提供相关知识性信息,通过多元媒介向市民传播,助力上海居民提升健身素养。

2.3 监督之责:居民健身素养促进过程的“守望者”

大众传播媒介的公共属性使其具备监视、预警社会的功能,监督权是媒介被誉为“第四权力”的重要依据^[24]。

居民健身素养提升工程涉及多个主体、不同层级,媒体在履行监督职责时要全面兼顾,必须从社会和个人两个层面重点发力。就社会层面而言,媒介肩负着对国家和地方全民健身相关政策、条例贯彻

与落实情况的监督职责,对居民健身素养提升工程不同责任主体履责状况的监督职责,对居民健身素养促进中各种消极行为和越轨可能的警示职责,对阻碍全民健身素养提升和全民健身活动开展等不良现象与错误观念的批判职责,等等。媒介通过履行监督职责,构建由媒介传播引导的居民健身素养促进路径:媒介监视健身政策各责任主体履责情况→发现问题→组织专题报道→形成社会舆论→促进政策执行和责任主体履责→提升居民健身素养。就个人层面而言,媒介肩负着对居民健身素养促进过程的个体化监督职责。通过网络调查、运动APP(手机应用软件)、社交媒介等关注个人健身素养4个维度的相关信息,同时跟踪年度性居民健身行为政府调研报告(如《上海市全民健身发展报告》等),对个人健身素养的薄弱环节进行重点报道,从而达到通过媒介监督促进居民健身素养提升的目的。

2.4 构建之责:全民健身氛围的“营造者”

《全民健身计划(2021—2025年)》^[25]将营造全民健身社会氛围作为十大主要任务之一予以重点建设,旨在以良好的社会健身氛围影响居民的观念,使居民清楚健身之于个人健康的基础意义、之于体育强国和健康中国的战略意义,从而吸引更多的居民加入健身行列,以健身促健康。提升居民健身素养的最终目的是促进全民健身活动的广泛开展,形成“人人运动、人人健康”的理想全民健身局面。在全民健身与健康中国紧密关联的时代背景下,营造良好的全民健身氛围,对最终目标的达成至关重要。媒介凭借其“舆论引领者”和“议程设置者”的角色,是这一进程的积极“构建者”。

营造全民健身氛围,媒介肩负的责任可用“宣传和议程设置式报道”概括。首先,大力宣传国家和地方出台的全民健身方面的法律法规、条例等,如《全民健身条例》《全民健身计划纲要》《北京市全民健身条例》《上海市全民健身发展纲要》等,形成国家和地方积极推动全民健身的社会舆论环境,让更多的居民了解全民健身政策,知晓运动健身的健康效益。其次,媒介在特殊时间节点开展全民健身议程设置式报道,让全民健身成为社会关注和讨论的焦点。“议程设置”是媒介重要的社会功能之一,媒介通过提供信息和设置相关议程左右受众关注哪些事情以及对事情重要性的认识。2024年上海“全

民健身日·体育宣传周”活动于2024年8月3日启动,在为期一周的时间内媒介围绕全民健身进行了议程设置式报道。2024年8月8日“全民健身日”,其时2024年巴黎奥运会激战正酣,上海市体育局会同相关媒介以“全民健身与奥运同行”为主题,发布《2023年上海市全民健身发展报告》;同日,上海体育文化品牌项目“体荟魔都”开展文化沙龙活动,邀请上海广播电视台主持人和奥运冠军钟天使、原中国女子乒乓球队总教练施之皓等畅聊体育精神的激励和指引作用^[26]。媒介对这些体育活动的持续报道,既营造了上海全民健身的良好氛围,也提升了居民的健身知识与健身理念。

2.5 传承之责:优秀健身文化和中华体育精神的“弘扬者”

媒介要大力传承和弘扬中华体育精神与优秀健身文化,尤其是中华传统武术和养生领域的精华,可为当代居民提升健身素养提供观念引领和跨越历史的滋养。首先,以“为国争光、无私奉献、科学求实、遵纪守法、团结协作、顽强拼搏”为主要内容的中华体育精神^[27],是中国精神的重要组成部分,是中国体育健儿征战国际赛场的生动写照,激励一代代中国体育人不畏艰险、勇往直前、不断超越。中华体育精神的巨大引领力和感召力及其所折射出的坚韧、顽强、阳光、拼搏、向上、争先、协作、奉献、真诚、守纪、健康等体育溢出价值,深深影响着居民的运动健身观念,推动其健身行为的发生。其次,优秀健身文化是涵养居民健身素养、营造全民健身氛围的文化环境基础,对居民的健身知识和理念、健身技能和方法、健身动机和信心、健身行为等都具有很强的涵化功能。此外,我国传统养生秉持的“天人合一”理念和太极拳等传统武术讲究的“阴阳平衡”思想,与当前国家大力倡导的健康关口前移、通过运动健身促进身心健康的目标相一致,可优化居民健身观念,传统健身功法也可丰富居民健身手段,从而实现居民健身素养的提升。

3 居民健身素养促进的媒介责任履行机制

健身素养包含健身知识与理念、健身技能与方法、健身动机与信心、健身行为与经验4个维度,不同维度相互影响、彼此促进,合力推动健身素养的提升。社会生态系统理论关注环境对个人成长和行为

的影响,强调多层次环境的直接和间接作用共同促成个人行为的变化^[28-29]。相关研究^[30-32]证实,政策环境、社区环境、学校环境、家庭环境、个人环境是影响个人行为的关键性因素。个人健身素养提升的终极表现是习惯性的健身行为的发生,其促进过程必然受到政策、社区、学校、家庭、个人等因素的影响和制约。要实现居民健身素养媒介促进效果的最大化,须从上述影响个人行为的关键性因素考量媒介责任的履行机制。鉴于本文的研究对象是18周岁以上的成年人,学校因素对其影响日渐式微,因此重点从政策层面、社区层面、家庭层面和个人层面阐释居民健身素养促进的媒介责任履行机制。

3.1 政策层面媒介履责:构建全民健身政策的解构、执行、动态优化机制

政策(法律法规、行政命令、行动计划、规划和纲要等)是国家和政党为了达到一定目标而用以规范和引导相关组织及个人的行动准则^[33]。政策对个体行为的影响显而易见^[30]。为促进居民参与体育健身活动、形成文明健康的生活方式,1995年,国务院颁布《全民健身计划纲要》,拉开我国全民健身行动计划的帷幕。此后国家和地方纷纷出台相关法规、条例等,对全民健身活动的全国性开展、全年龄段参与起到巨大的引领和推动作用。然而,就近30年的政策执行效果而言,我国经常参加体育锻炼的人数占比虽有提升,但仍与欧美体育强国有不小差距^[34]。造成这一结果的部分原因是政策传播环节出现问题,导致政策执行不力。新媒体日益成为人们获取信息的主要方式,构建传统媒体和新媒体共同解构、执行和动态优化的全民健身政策媒介履责机制,对达成政策目标、提升政策效果至关重要。

3.1.1 全民健身政策的媒介解构

政策传播不仅是宣传、解释政策的过程,也是教育、引导受众的过程^[35]。为营造良好的全民健身政策氛围,媒介在传播相关政策时不能仅机械式地呈现,更应全方位、多角度、深层次地对政策进行阐释性解析,引导居民关注、熟悉政策,自觉践行政策内容。如明确政策目标、内容、方法,提供政策出台背景,指出政策落实难点,等等。就居民健身素养促进而言,通过媒介的解构性传播让责任主体(政府、社会组织、居民等)理解政策初衷,通透全民健身政策的内容和目标,进而采取合适的政策手段、方法和路

径,促使政策效果早日达成。

在解构全民健身政策时,不同媒介依据各自传播特点和优势制作相关产品并向外推出,形成多媒介、全渠道、互补式、密集型的健身政策媒介传播局面,有力促进全民健身社会舆论氛围的形成。例如,电视、广播等传统媒介可邀请政府官员、政策制定者、运动健身专家等解读政策出台的原因、期望效果、现实意义等;网络媒体、手机媒体等新媒体可对政策内容进行条块化分割,并把不同条块制作成图文并茂的小短文或小视频,契合新媒体受众的阅读习惯;微博、微信等社交媒体可就政策的某一方面发起线上讨论,吸引广大网友参与其中,在讨论中完成全民健身政策内容的传递和舆论引导,为随后的政策执行打好社会舆论基础。

3.1.2 全民健身政策的媒介执行

首先,作为社会的“第四权力”,媒介具有舆论监督和道德守望的社会职责,在全民健身政策执行过程中,媒介监督是政策效果的重要保障。政府、社会组织、居民、媒介自身等政策执行主体都被置于媒介的“监督”视野之下,媒介要高举激浊扬清的大旗,为全民健身政策责任主体提供政策执行的“展示台”和“曝光板”。对执行政策认真、到位、深入的责任主体予以宣传、表扬、树立典型,对执行政策敷衍、轻视、流于表面的责任主体及时曝光、批评、警示。通过媒介曝光,让政策执行不力的责任主体认识到自身问题并进行整改,在媒介的监督下最终形成不同责任主体各司其职、共促全民健身政策执行的社会环境。

其次,政策执行效果与执行主体的主观能动性关系密切,而主观能动性与执行主体对政策的认知高度相关。因此,在执行全民健身政策时,媒介传播应竭力使各政策执行主体对政策有深刻的认知,知其然更知其所以然,既知晓政策制定的缘由,还清楚实现政策目标的具体步骤,更明白目标实现的重大意义,从而激发责任主体执行政策的主观能动性,加快政策的执行速度,尽早实现政策目标。

3.1.3 全民健身政策的媒介动态反馈与持续优化

政策都具有历史性和阶段性,需要不断修订和完善,政策效果随政策内容的调整而愈加凸显。《全民健身计划纲要》自1995年首发以来,每5年修订一次,确保其内容始终引领我国全民健身活动向

前、向好发展。《上海市全民健身实施计划(2016—2020年)》将“提升居民健身素养”^[36]作为一项重点任务,而5年后发布的最新版《上海市全民健身实施计划(2021—2025年)》则增加了“促进全民健身融合发展”“创新全民健身智慧服务”^[37]等内容。

影响我国全民健身政策执行效果的因素既包括政府、社会组织、媒介、居民等政策参与主体,还涉及政策本身的科学性,如政策内容的针对性、政策目标的可行性、政策路径的通畅性等。要取得全民健身政策的理想执行效果,在充分动员政策参与主体积极履责的同时,提升政策本身的科学性至关重要。而在全民健身政策制定和执行过程中,若能纳入所有政策参与主体的意见、诉求、关切、建议等,则对完善政策内容、优化政策目标、促进政策效果、提升政策的科学性等都有巨大的推动作用。在此过程中,媒介凭借其沟通、协调、监督等职责,成为畅通政策各参与主体的天然“联络员”。因此,在全民健身政策的制定、执行和效果评定过程中,媒介要充分发挥“联络员”和“监督者”的角色,促使政府、社会组织、居民等政策参与主体及时沟通,反馈意见和建议,通过政策内容微调达成政策共识,从而形成以媒介作为联络主线,各参与主体积极参与并实时反馈的全民健身政策的媒介动态反馈与持续优化机制。

3.2 社区层面媒介履责:构建居民健身素养提升的社区促进机制

首先,营造社区健身氛围,强化社区居民健身意识。良好的社区健身氛围对居民开展健身活动有巨大的促进作用,《全民健身计划(2021—2025年)》也提出要“营造全民健身社会氛围”^[25]。气氛效应^[38]是浓厚社区健身氛围影响居民健身态度和意识,促使居民参与健身活动的理论基础。在营造社区健身氛围的过程中,媒介可通过发挥传播、监督、沟通等功能来实现。第一,通过社区户外电子屏、广告牌、海报栏、横幅、宣传标识牌等媒介,展示“健身促进健康”“生命在于运动”“我运动,我快乐”“运动,美好生活的起点”等健身公益广告或标语,让社区居民生活在健身标语和健身口号的包围下,潜移默化间强化其健身动机和健身意识。第二,通过媒介监督,不断完善社区公共体育设施,如增加健身器材,优化健身环境,拓宽健身空间等。媒介应发挥职责,重点跟进报道社区健身步道、袖珍式健身苑、健身驿

站等居民15 min健身圈内的体育设施建设情况,推动其尽早落实,为社区健身氛围的营造提供体育设施和运动环境基础。第三,依托媒介的沟通渠道,实现社区居委会、体育健身组织与政府体育部门的常态化交流,依据社区健身设施情况和居民健身项目喜好,在政府体育部门的指导下,举办社区健身节、健身运动会、健身“擂台赛”等活动,通过媒介的宣传和动员营造热烈的社区健身氛围,增强居民的健身动机和健身意识。

其次,开展健身知识科普,丰富社区居民科学健身知识。掌握科学的健身知识是保障社区居民健身活动安全性、有效性、可行性的基础,向社区居民科普健身知识既是提升居民健身素养的重要内容,也是居民健身行为发生的重要前提。在社区居民健身知识科普方面,多元媒介扬己所长,共同打造健身知识传播的全媒介平台。社区可向居民发放纸质媒介,如科学健身手册、运动干预清单、运动伤害预防指南等,丰富居民的科学健身知识。同时,在社区信息管理服务系统录入科学健身相关知识,供居民在社区任意网络终端随时调阅、查看。此外,借助社区微信平台或局域网邀请健身专家面向社区居民开展线上健身知识科普系列讲座或健身知识大讲堂。社交媒介可就某些健身知识发起科学性网络大讨论,在辩论互动中去伪存真、正本清源,实现社区居民科学健身知识的增长和健身素养的提升。

最后,通过媒介传播,增强社区居民科学健身技能。伴随社交媒介的日益崛起,信息传播越来越呈现圈层化^[39]特点,这种传播打破了传统的以“职缘”“地缘”“血缘”为主的社会性连接,共同的兴趣、爱好成为圈层化形成和维系的关键。提高社区居民健身素养,增强其健身技能和手段是个重要方面,其中,以“趣缘”形成的健身圈扮演的角色不容小觑,而其作用的发挥很大程度上依赖于媒介的传播。第一,社区健身圈的联络大都通过微信或QQ等社交媒介来实现,圈中的健身达人、社区健身明星等拥有专业的健身技能,可通过社交媒介分享给“圈内人”,提升其健身技能。第二,社会体育指导员是指导居民科学健身的专业人士,社区居民可通过社区信息管理服务系统或社区微信群与社会体育指导员建立联系,通过线上或线下的方式获得其健身技能方面的指导,不断优化健身效益。

3.3 家庭层面媒介履责:构建居民健身素养提升的家庭引导机制

其一,以多元媒介宣传树立家庭健身观念。观念是行动的先导^[40],要促使家庭健身行为的发生,首先要树立正确的家庭健身观念。一方面,家庭环境内的电视、报刊、广播等传统媒体要增加“健身促进健康”“运动开启美好生活”等倡导运动健身的公益性广告,通过经典的“媒介—内容—受众”传播模式,实现对家庭成员健身观念的优化;另一方面,基于互联网媒介传播信息广、全、快、互动、包容等特点,搭建全方位的家庭健身宣传互联网平台。从家庭健身之于个人健康和美好家庭生活的基础性意义,到家庭健身对全民健身的影响,从家庭健身与健康生活的关系,到家庭健身的巨大社会价值等,全面展示家庭健身的多元功能,促进居民对家庭健身的正确认知。再者,社交媒体依托大数据追踪分析技术获取家庭运动数据,向健身活动缺乏的家庭经常推送科学健身的理念、知识、方法、效益等信息,促使其逐渐树立家庭健身观念,最终达到参加家庭健身活动的目的。

其二,以多种媒介手段构筑家庭健身环境。拥有正确的健身观念使健身行为的发生有了可能,而浓厚的家庭健身氛围才是带动家庭成员学习健身知识、提高健身技能、参与健身行为的关键。研究^[41-44]显示,居民健身有一定的家庭属性,家庭成员的健身行为在很大程度上影响其他成员的健身理念和健身选择,尤其体现在代际之间。构筑家庭健身环境,媒介可从以下两方面入手。第一,媒介在传播体育信息时要摒弃侧重竞技体育的传统做法,努力做到竞技节目和健身节目均衡呈现,尤其是普通人的健身励志故事等,让家庭成员在观看节目中感受健身的力量和由此带来的震撼,促使其主动健身。第二,依托纸质媒介在房间和客厅等家庭场所展示健身标语、每日健身计划、一周健身安排等,通过视觉刺激强化家庭健身氛围的形成^[45]。

其三,以多样媒介内容丰富家庭健身知识和技能。家庭场域健身活动的顺利开展,必须以适合在家庭特殊环境中进行的健身活动为前提,媒介须精选出适合在家庭开展的活动类别,或对部分健身活动进行基于家庭的适切化改造,并依据不同媒介特点完成产品制作,再通过多元媒介呈现给居民,满足

家庭健身之需。电视媒介应瞄准晚间居民聚集收看电视节目的时间窗口,在居民“家庭时间”播放“家庭健身指导”“跟我一起家庭锻炼”“家庭健身口诀”等节目内容,增长居民家庭健身知识和技能,带动其开展家庭健身。同时,不同媒介应提炼家庭健身活动的内容和方法,尽量形成锻炼口诀或简单、易记、朗朗上口的顺口溜,方便居民记忆、练习。新媒介的实时互动性使其在家庭健身中大有可为,既可随时、快捷呈现家庭健身知识,又可全景式展现一套家庭健身动作的标准示范,还可实现居民与家庭健身教练的实时互动,居民在家中做完一套健身动作后能及时得到健身教练的点评,并给出改进建议,有效促进居民家庭健身知识的增长和技能的提高。

3.4 个人层面媒介履责:构建个人健身素养结构的优化机制

3.4.1 提高个人媒介素养,高效利用媒介健身信息

在万物互联、万物皆媒的当代社会,人们只需动动手指便可成为消息源、新闻眼。消息制作与传播的低成本、即时性和全民化导致信息庞杂、良莠不齐,对信息的甄别、判断、选择能力显得尤为重要。因此,提高个人媒介素养成为媒介化社会的必然要求。媒介素养是指人们面对信息时所表现出来的理解、评价、选择、质疑、创造等能力,是信息化社会人的基本素养之一。提高个人媒介素养需做到:①批判性思维,面对媒介信息,不轻易盲从,始终保持冷静、客观的头脑分析信息的可信度;②多元观点汇合,综合不同媒介的各种观点和视角,摒弃个人好恶,走出“信息茧房”;③多媒体接触,新闻媒介、社交媒介、娱乐媒介等无差别接触,提高对不同形式信息的处理能力;④增强信息筛选能力,提高识别权威、可靠信息的能力,挑选对自己有用的信息;⑤持续学习,媒介技术日新月异,时刻保持对媒介技术及其发展趋势的敏感;⑥保持自律,媒介生活化是把“双刃剑”,在给人们生活带来无限可能的同时,也导致“媒介沉溺”,因此,保持理性、适度的媒介使用习惯是媒介素养的应有之义。

提高个人媒介素养是保障居民高效利用媒介提升健身素养的必要措施。个人只有具备高水平的媒介素养,才能在浩如烟海、亦真亦假的信息大潮中慧眼识珠,才能运用各种媒介快速获取健身素养4个维度的相关知识,不断提升自己的健身水平。同时,

高媒介素养的个体,坚持“以我为主,为我所用”的媒介使用原则,突出媒介的工具属性,依据自身健身素养结构的欠缺,通过媒介找寻补强弱点的方法、技能、措施等,而不是成为媒介的附庸,沉溺在无用甚至不健康的信息汪洋中而不自知。

3.4.2 基于媒介技术进步,优化个人健身素养结构

就个人健身素养促进的媒介责任履行而言,传统媒介时代,通过经典的“媒介—内容—受众”传播模式,完成对受众健身素养相关知识、方法、技能、理念等的传播和教育之责。彼时,媒介扮演的角色是“沉默的教练”。在这一传播路径中,媒介是健身素养信息的单向传授者,缺乏个体的反馈与互动,导致传播效果有限,个人健身素养结构的提升也相对缓慢。

媒介技术的革新使互联网、手机等新媒介走进人们的生活,凭借其强大的交互性、时间的延伸性、空间的在场性等,逐渐成为个人健身素养提升过程忠诚的“私人教练”。不仅能随时随地提供丰富、科学的健身知识,还能展现标准、流畅的健身动作视频,甚至与健身专家通过微信、QQ等实现直接对话,讨论具体的健身问题。新媒体时代,个人提升健身素养结构的媒介途径更广、媒介信息更多、媒介形式更丰富,使个人快速提升健身素养成为可能,关键是针对自身健身素养薄弱环节恰当运用各种媒介内容予以补强,不断优化个人健身素养结构。

4 居民健身素养促进的媒介责任履行机制内在逻辑

居民健身素养促进的媒介责任履行机制是由政策、社区、家庭、个人4个层面构成的有机统一体(图2),不同层面履责机制的有效运行与其他层面既相互影响又彼此促进。尽管单个层面的媒介履责会在一定程度上提升居民的健身素养,但居民健身素养促进的媒介履责整体效果取决于4个层面履责机制运行的相互协调与有效整合。

4.1 媒介传播的工具作用

媒介传播既是媒介履责的主要形式,又是贯通居民健身素养促进的媒介责任履行机制有机体4个层面(政策、社区、家庭、个人)的逻辑线索,在履责机制中起着重要的工具作用。只有媒介传播真正发生在政策、社区、家庭、个人4个层面,才能引发居民健身素养促进的媒介履责机制的运行。媒介传播的这一工具性特点使其处于关键的起点位置。在居民健身素养促进的媒介责任履行机制中,媒介传播是该机制运行的基础和条件,亦攸关该机制的运行效果。因为传播效果直接影响居民对全民健身政策,科学健身知识、方法、理念等的理解与掌握,进而影响其健身素养的提升效果。因此,在居民健身素养促进过程中,媒介要履行传播、沟通、监督、构建、传承等职责,须依据不同媒介的特点和优势,大力宣传全民健身国家战略和相关政策,如《全民健身条例》《全

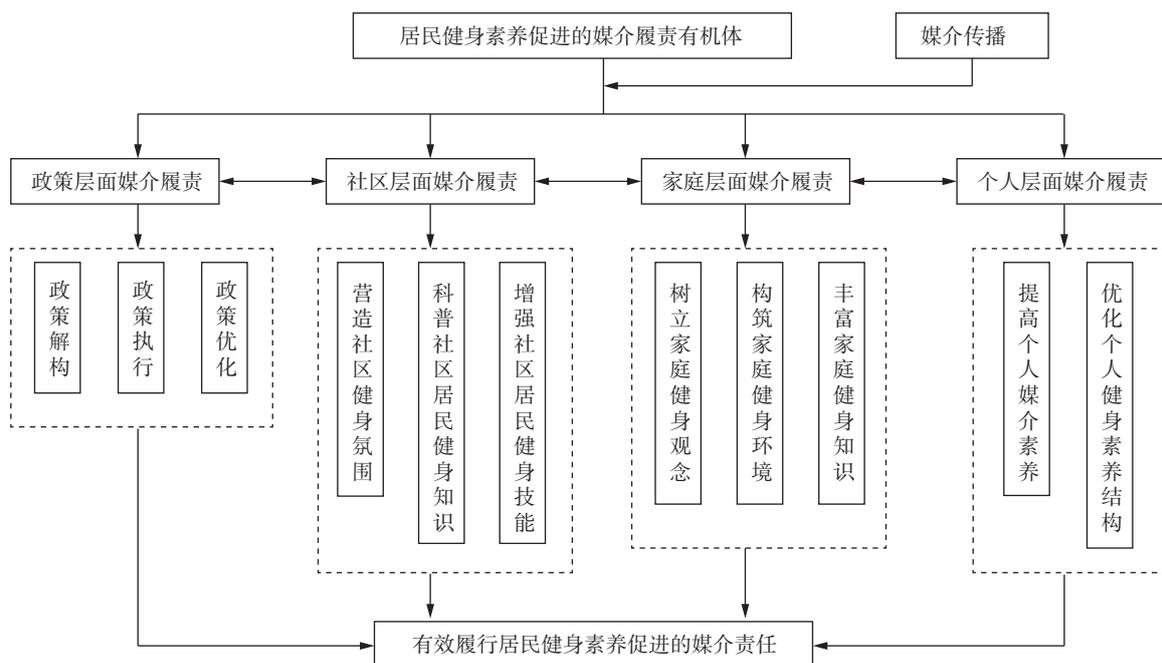


图2 居民健身素养促进的媒介责任履行机制

Fig.2 Media responsibility fulfillment mechanism for promoting residents' fitness literacy

民健身计划纲要》等,积极营造浓郁的全民健身社会氛围,系统传播科学、有效的健身知识、技能、理念和方法,着力弘扬中华体育精神和中华传统武术与养生领域的精华,为媒介履责机制的有效运行创造条件、打好基础。

4.2 媒介责任履行机制的内在关系

横向而言,居民健身素养促进的媒介责任履行机制有机体由政策、社区、家庭、个人4个方面构成,不同方面的协调运行与有效整合决定媒介履责机制的整体效益。首先,政策层面履责机制偏宏观,其运行对社区、家庭、个人层面居民健身素养的提升有间接影响。因为要实现全民健身政策的目标,前提是各责任主体了解政策并积极执行政策,而筑牢这一前提的关键是媒介传播。政策的生命力在于执行,全民健身政策只有通过媒介传播才能作用于社区、家庭和个人,为政策执行创造条件。因此,政策传播的效果在很大程度上规制社区、家庭、个人层面的健身素养提升效益。同时,随着社区、家庭、个人层面的居民健身素养提升实践不断向深推进,当居民健身实践与政策不相匹配或出现落差时,就会反作用于全民健身政策的制定和落实,迫使全民健身政策依据实践变化进行修订和优化。这也是《全民健身计划纲要》每5年修改一次的原因。其次,社区层面和家庭层面媒介履责机制偏中观,其运行有明显的互促进作用,同时对个人层面健身素养的提升效果显著。家庭是社区的基本单位,家庭健身活动的开展有利于社区健身人口的扩大和健身氛围的形成。家庭层面媒介履责机制的运行能改善家庭成员的健身观念,营造积极的家庭健身氛围,丰富家庭健身知识和技能,对提升家庭成员健身素养,激活社区基本单位(家庭)健身活力,营造社区健身氛围都有巨大的推动作用。社区层面媒介履责机制的运行,旨在强化社区居民的健身动机,增进社区居民的科学健身知识与技能,进而有效促进家庭健身观念的转变和健身活动的开展,同时为个人层面健身素养的提升提供物质条件和信息保障。最后,个人层面媒介履责机制属微观,其有效运行能直接提升个人的健身素养水平,同时对家庭和社区层面健身素养的提升亦有推动效果。个人既是家庭成员,也是社区中的个体,其健身素养的提升正向影响家庭和社区层面健身素养的提升效益。因此,构建以媒介传播为主

线,政策、社区、家庭、个人等不同层面协调运行、互促共进的媒介责任履行机制,是提升居民健身素养的有力保证和有效举措。

纵向而言:其一,依循“政策→媒介→居民健身素养提升相关责任主体”的逻辑,构建全民健身政策解构、执行、动态优化机制,旨在提升全民健身政策效果,为从政策层面提升居民健身素养提供借鉴。其二,基于媒介多元功能营造社区健身氛围,依据媒介特点开展社区健身知识科普,依托媒介沟通构建社区“趣缘”健身组织,不断优化社区居民健身素养的提升效益。其三,以多元媒介宣传树立家庭健身观念,以多种媒介手段构筑家庭健身环境,以多样媒介内容丰富家庭健身知识和技能,持续提升居民健身素养的家庭促进效果。其四,以提升个人媒介素养为核心,以媒介技术进步为手段,不断优化个人健身素养结构。政策、社会、家庭、个人4个层面媒介履责机制的整体效果不是单个层面履责机制运行效果的简单加和,而是4个层面履责机制运行效果形成的强大叠加效应。每个层面媒介履责机制的有效运行都能促进其他层面媒介履责效果的增强,合力促进居民健身素养的提升。

5 结语

伴随体育强国和健康中国的日益推进,全民健身的支撑和保障作用愈发凸显,居民只有“会健身”、科学健身,才能充分发挥全民健身的健康功效和多元社会价值,助力中华民族伟大复兴的中国梦早日实现。聚焦媒介化社会居民健身素养提升这一关键问题,从媒介责任和履行机制的视角探掘其促进路径,提出居民健身素养促进的媒介责任主要体现在传播、沟通、监督、构建、传承等方面,并从政策、社区、家庭、个人4个层面构建我国居民健身素养促进的媒介责任履行机制,为实践层面提升居民健身素养提供新的介入视角和路径选择。需要指出的是,提升居民健身素养是一个系统工程,关涉体育、教育、卫生、新闻媒介、社会组织、个人等多元主体,要从根本上保证我国居民健身素养的提升效果,必须构建多元主体积极参与、统筹协调的居民健身素养提升联动机制,充分发挥媒介在其中的工具作用和沟通、监督、引导之责,切实推动全民健身国家战略的有效落实,加快体育强国和健康中国的建设

步伐。

参考文献:

- [1] 国务院. 国务院关于加强发展体育产业 促进体育消费的若干意见[EB/OL]. [2024-08-05]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2014-10/20/content_9152.htm.
- [2] 国务院. 国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知[EB/OL]. [2024-08-05]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm.
- [3] 新华社. 习近平在会见第33届奥运会中国体育代表团时强调, 戒骄戒躁、再接再厉, 为建设体育强国再立新功[EB/OL]. [2024-08-20]. <https://export.shobserver.com/baijiahao/html/786413.html>.
- [4] 林剑. 数说全民健身[N]. 中国体育报, 2022-08-08(02).
- [5] 李启. 错误健身让你得不偿失[J]. 家庭医药. 就医选药, 2017(2): 66-67.
- [6] 刘巍巍. 媒介的社会责任及其伦理讨论: 对媒介_权利越位现象的反思[D]. 上海: 复旦大学, 2009.
- [7] 江作苏. 媒体建立社会责任报告制度势在必行[J]. 新闻战线, 2014(1): 69-72.
- [8] 李京. 深度媒介化视域下基层社会治理实践逻辑与效能审视[J]. 中国出版, 2024(2): 48-52.
- [9] WHITEHEAD M. The concept of physical literacy[J]. Eur J Phys Educ, 2001, 6(2): 127-138.
- [10] WHITEHEAD M. Physical Literacy: Throughout the Life-course[M]. London: Routledge, 2010.
- [11] IPLA. Physical literacy can be described as the motivation, confidence, physical competence, knowledge and understanding to value and take responsibility for engagement in physical activities for life[EB/OL]. [2024-08-20]. <https://www.physical-literacy.org.uk>.
- [12] 任海. 身体素质: 一个统领当代体育改革与发展的理念[J]. 体育科学, 2018, 38(3): 3-11.
- [13] 张彦峰, 高艺博, 何矜. 科学健身素养评价体系的理论构建及实证研究[C]//中国体育科学学会体育社会科学分会. 2024年全国体育社会科学年会论文集(三), 2024.
- [14] 赵佳丽, 刘鑫羽, 陈志华, 等. 基于体医融合思想的成年人科学健身素养评价量表的编制及信效度检验[J]. 中华全科医学, 2024, 22(4): 685-689.
- [15] 张彦峰, 高艺博, 江露沛, 等. 我国成年人科学健身素养评价体系构建及其影响因素研究[C]//中国体育科学学会. 第十三届全国体育科学大会论文摘要集: 专题报告(体质与健康分会), 2023.
- [16] 赵雅萍, 蔡捷, 王磊. 健身素养的内涵与结构向度: 基于扎根理论的探索性研究[C]//中国体育科学学会. 第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编: 墙报交流(体质与健康分会), 2022.
- [17] 陈思同. 对我国体育素养概念的理解: 基于对Physical Literacy的解读[J]. 体育科学, 2017, 37(6): 41-51.
- [18] 施艺涛, 崔华, 解有涛. 身体素质哲学基础、概念界定和评测体系的系统评价[J]. 体育科学, 2019, 39(8): 3-11.
- [19] 高海利, 卢春天. 身体素养的构成要素及其理论价值探微[J]. 体育科学, 2019, 39(7): 92-97.
- [20] 赵雅萍, 陈思同, 马佳妮, 等. 儿童体育素养“图示化”测评问卷解读、特征及启示[J]. 体育学研究, 2022, 36(6): 14-22.
- [21] 田恒行, 苗向军, 孙铭珠, 等. 图像式自我评估: 澳大利亚儿童体育素养测评工具PL-C Quest解析与镜鉴[J]. 体育学研究, 2022, 36(6): 32-43.
- [22] 赵鼎新. 论机制解释在社会学中的地位及其局限[J]. 社会学研究, 2020, 35(2): 1-24.
- [23] 佚名. 汇聚民情 畅达民意[J]. 浙江人大, 2014(1): 3.
- [24] 周甲禄. 舆论监督权论[D]. 武汉: 武汉大学, 2004.
- [25] 国务院. 国务院关于印发全民健身计划(2021—2025年)的通知[EB/OL]. [2024-08-05]. https://www.gov.cn/zhengce/content/2021-08/03/content_5629218.htm.
- [26] 上海市体育局. 上海发布《2023年上海市全民健身发展报告》: 经常参加体育锻炼人数比例达50.5%[EB/OL]. [2024-08-09]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20001265/n20067664/c27996106/content.html>.
- [27] 黄莉. 中华体育精神的文化内涵与思想来源[J]. 中国体育科技, 2007(5): 3-17.
- [28] 陈培友, 孙庆祝. 青少年体力活动促进的社会生态学模式构建: 基于江苏省中小学生的调查[J]. 上海体育学院学报, 2014, 38(5): 79-84.
- [29] 代俊, 陈瀚. 社会生态学视角下青少年校外身体活动行为的影响因素研究[J]. 首都体育学院学报, 2018, 30(4): 371-377.
- [30] MCLEROY K R, BIBEAU D, STECKLER A, et al. An ecological perspective on health promotion programs[J]. Health Education Quarterly, 1988, 15(4): 351-377.
- [31] 郭正茂, 杨剑. 体育文化分层对青少年中高强度身体活动的影响: 基于社会生态学理论的考察[J]. 上海体育学院学报, 2020, 44(9): 64-73.
- [32] 李敏, 牛明天, 张大超, 等. 我国14~17岁青少年女性体育参与障碍因素分析: 基于社会生态学模型[J]. 武汉体育学院学报, 2021, 55(1): 25-32.
- [33] 张马金. 政策科学导论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1992.
- [34] 观研报告网. 我国体育人口数量及消费市场规模持续增长 体育旅游消费等趋势向好[EB/OL]. [2024-08-09]. <https://data.chinabaogao.com/wenti/2020/091K156202020.html>.
- [35] 莫寰. 政策传播如何影响政策的效果[J]. 理论探讨, 2003(5): 45-46.
- [36] 上海市人民政府. 关于印发《上海市全民健身实施计划(2016—2020年)》的通知[EB/OL]. [2024-08-01]. <http://www.shanghai.gov.cn/nw2/nw2314/nw2319/nw12344/u26aw50390.html>.
- [37] 上海市人民政府. 关于印发《上海市全民健身实施计划(2021—2025年)》的通知[EB/OL]. [2024-08-10]. <https://www.shanghai.gov.cn/202121zfwj/20211109/e86691d9d69d442e9aad3f0a880888b3.html>.
- [38] 百度百科. 气氛效应[EB/OL]. [2024-08-10]. <https://baike.com>.

- baidu.com/item/%E6%B0%94%E6%B0%9B%E6%95%88%E5%BA%94/22258694? fr=ge_ala.
- [39] 吴志远. 离散的认同: 网络社会中现代认同重构的技术逻辑[J]. 国际新闻界, 2018, 40(11): 112-134.
- [40] 李谦. 现代沟通学[M]. 北京: 经济科学出版社, 2009.
- [41] 董宝林. 个体、家庭及学校因素对青少年体育锻炼行为的交互影响研究[D]. 上海: 上海体育学院, 2021.
- [42] 阳家鹏, 向春玉, 徐佶. 家庭体育环境影响青少年锻炼行为的模型及执行路径: 整合理论视角[J]. 南京体育学院学报(社会科学版), 2017, 31(3): 118-123.
- [43] 王富百慧, 王梅, 张彦峰, 等. 中国家庭体育锻炼行为特点及代际互动关系研究[J]. 体育科学, 2016, 36(11): 31-38.
- [44] 徐恺. 家庭体育观念对中小學生体育锻炼行为的影响研究[D]. 上海: 华东师范大学, 2019.
- [45] 张业安. 青少年体质健康促进的媒介责任: 概念、目标及机制[J]. 体育科学, 2018, 38(6): 14-26.

作者贡献声明:

陈更亮: 提出论文主题, 设计论文框架, 撰写、修改论文; 吴坚: 审核内容, 指导论文修改; 刘兵: 审核论文框架, 指导论文撰写。

Media Responsibility and Fulfillment Mechanism for Promoting Residents' Fitness Literacy

CHEN Gengliang^{1,2}, WU Jian², LIU Bing³

(1. School of Economics and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China; 2. Journal Publishing Center, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China; 3. Physical Education College, Shanghai University, Shanghai 200444, China)

Abstract: In the context of the increasingly media-based society and the deepening of the Healthy China and National Fitness strategies, the fitness literacy level of residents has become a core variable related to the development of national fitness and the construction of a Healthy China. Based on the innovation of media technology and communication forms, this paper explores the path to improving residents' fitness literacy from the perspective of media responsibility. It is believed that the media responsibility for promoting residents' fitness literacy mainly lies in five aspects: dissemination, coordination, supervision, creation and inheritance, namely being the "conveyors" of information such as scientific fitness knowledge, skills, and concepts; serving as the "connectors" among government, society, and residents in the fitness literacy promotion project; acting as the "guardians" in the process of promoting fitness literacy; being the "builders" of a national fitness atmosphere; and being the "promoters" of excellent fitness culture and the spirit of Chinese sports. Based on the theory of social ecological systems and the tool attributes and logical framework of media communication, this paper constructs an implementation mechanism for the media responsibility in promoting residents' fitness literacy at different levels, including the deconstruction, implementation, and dynamic optimization mechanisms of national fitness policies, community promotion mechanisms for improving residents' fitness literacy, family guidance mechanisms for improving residents' fitness literacy, and optimization mechanisms for individual fitness literacy structures. The effective operation of media responsibility mechanisms at different levels influences and promotes each other, and the overall effectiveness of media responsibility in promoting residents' fitness literacy depends on the coordination and effective integration of the mechanisms at the four levels.

Key words: Healthy China; National fitness; media-based society; resident; promotion of fitness literacy; media responsibility