

乡村体育高质量发展

乡村，是国家发展的根基所在；乡村兴旺，是中国式现代化的底色所系。乡村体育作为促进农民健康、丰富乡村生活、激活乡村人气、带动产业增收的重要载体，正成为推动乡村高质量发展的重要引擎。近年来，国务院、农业农村部、国家体育总局等多部门先后出台《关于推进“十四五”农民体育高质量发展的指导意见》《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》《乡村全面振兴规划（2024—2027年）》等系列政策，持续完善顶层设计，明确以农民为主体、推动城乡体育协同、深化体文旅融合的发展方向，充分发挥体育在乡村振兴中的综合价值与多元功能。以“村超”“村BA”为代表的乡村体育实践，通过赛事IP化、空间场景化、活动生活化的方式，将体育深度嵌入乡村肌理，形成了农民主体、社会共创、文旅赋能的可持续发展生态。然而，其发展仍面临农民主体性发挥不足、基层服务支撑薄弱、文化认同面临冲击、长效机制尚不健全等深层挑战。在此背景下，本期围绕“乡村体育高质量发展”专题，汇聚多学科视角，精选3篇论文，分别从空间建构、IP开发与文化感知三个核心维度，对乡村体育高质量发展的深层逻辑、复杂实践与未来图景进行了整体性的深度探讨和系统性的学术审视。

王先亮教授以农民主体性为核心切入点，建构适农体育空间分析框架，深度剖析乡村体育空间的生成逻辑与创新路径。研究认为，适农体育空间建构的逻辑在于自主性确立农民在适农体育空间建构中的主体地位、自觉性强化农民对适农体育空间认同的主体意识、能动性激发农民参与适农体育空间实践的主体行为、创造性彰显农民创新适农体育空间样态的主体价值。同时，适农体育空间建构尚存在农民主体性缺失、基层服务体系薄弱、城乡二元结构割裂、乡土文化边缘化等现实阻滞。据此，提出适农体育空间建构路径：一是构建以场景融合、生态适配与存量活化为导向的适农体育物质空间，二是构建以制度赋权、组织重构与数字赋能为支撑的适农体育社会空间，三是构建以认知培育、文化传承与文化融汇为脉络的适农体育文化空间。

陈玉萍副教授综合运用文献资料法、案例分析法、田野调查法等研究方法，对“村字号”体育赛事IP的共创动力、生成机制及培育路径进行研究。研究发现：“村字号”体育赛事IP由政府、乡村、企业、媒介、消费者等主体协同共创，具有推动乡村文化振兴、增强社区凝聚力、促进区域经济发展及铸牢中华民族共同体意识等价值。“村字号”体育赛事IP的生成受内源性与外源性双重动力驱动，二者耦合形成多主体共创的协同效应，其内源性动力源于乡村内生发展需求与文化遗产的内在诉求，外源性动力为政府政策牵引、体文旅消费拉动、企业逐利推动及媒介传播赋能。“村字号”体育赛事IP的生成受3种机制耦合作用，创新机制影响IP的协同生产与进化迭代，协同机制建立起多元主体共生网络，选择机制确保IP的市场适应性与实现优胜劣汰。提出“寻根、聚力、赋韵、借势、铸形”五位一体的“村字号”体育赛事IP培育路径，旨在为体育赋能乡村振兴与中国式乡村现代化提供参考。

杨兮副教授立足符号消费理论，聚焦乡村体育赛事的“乡土味”表征，采用质性与定量相结合的混合研究方法，系统探究其内涵、结构并开发测量工具。研究表明，“乡土味”是旅游者在赛事参与中对地方文化氛围与地域特征的多维感知，体现出赛事文化认同与品牌辨识的核心特征。该构念由图像符号、语言符号、象征符号和文化符号4个维度构成，分别反映赛事视觉形象、语言风格、象征意涵与生活方式的文化融合。基于程序化扎根理论构建的初始量表，经实证检验证实具有良好的信效度，能够有效测量旅游者对赛事吸引力的感知水平。研究成果可为赛事组织者和目的地管理者在构建乡村体育赛事品牌、增强文化传播力与旅游者黏性方面提供理论支撑和实践路径。

综上所述，3篇论文层级分明，循序渐进，学理清晰，从价值理念（为何建）、到创造机制（如何建）、再到感知效果（建成什么样），共同指向一个核心议题：新时代的乡村体育，必须是有根的、有魂的、有活力的。它根植于农民的主体地位与乡土的文化肌理的乡村体育共同体，其灵魂在于对农民美好生活需求的回应与对共同体价值的凝聚，其活力则来源于多主体的开放共创与现代元素的有机融合。我们期待，通过该专题的探讨能够激发更多学界学人的思考，共同推动乡村体育从“现象热”走向“机制优”、从“空间在”实现“人气旺”，真正成为赋能乡村全面振兴的可持续力量。

（策划：尤传豹）