

从竞技比拼到文明对话 体育赛事“出圈”的文化密码

文化赋能体育

从竞技到情感共鸣

“比赛第一，友谊第十四”“没有假球，全是世仇”“赢了拿奖金，输了跪祠堂”……“苏超”等赛事中，一些应援口号引发广泛传播。网友一边调侃“胜负欲溢出屏幕”，一边又被其中的幽默与真诚戳中笑点。对于观众和广大网友而言，这些口号的“出梗”意义远大于字面上的争强好胜——它们用夸张的反差解构竞技的严肃性，反而让赛事多了几分接地气的亲切感。

不少媒体用“始于足球，成于文化”“始于龙舟，不止龙舟”来形容这些赛事，点出其本质是文化载体、文化舞台，即以体育之名唱好文化大戏。

“苏超”这类体育赛事满足了现代人对归属感的渴望。人们通过支持家乡参赛队伍，个体重新获得集体荣誉感与情感寄托。很多人虽然看不懂比赛规则，但明白是为城市、家乡荣誉而战。而让人产生这种情感联结的，正是其具有的超越体育本身的文化价值。

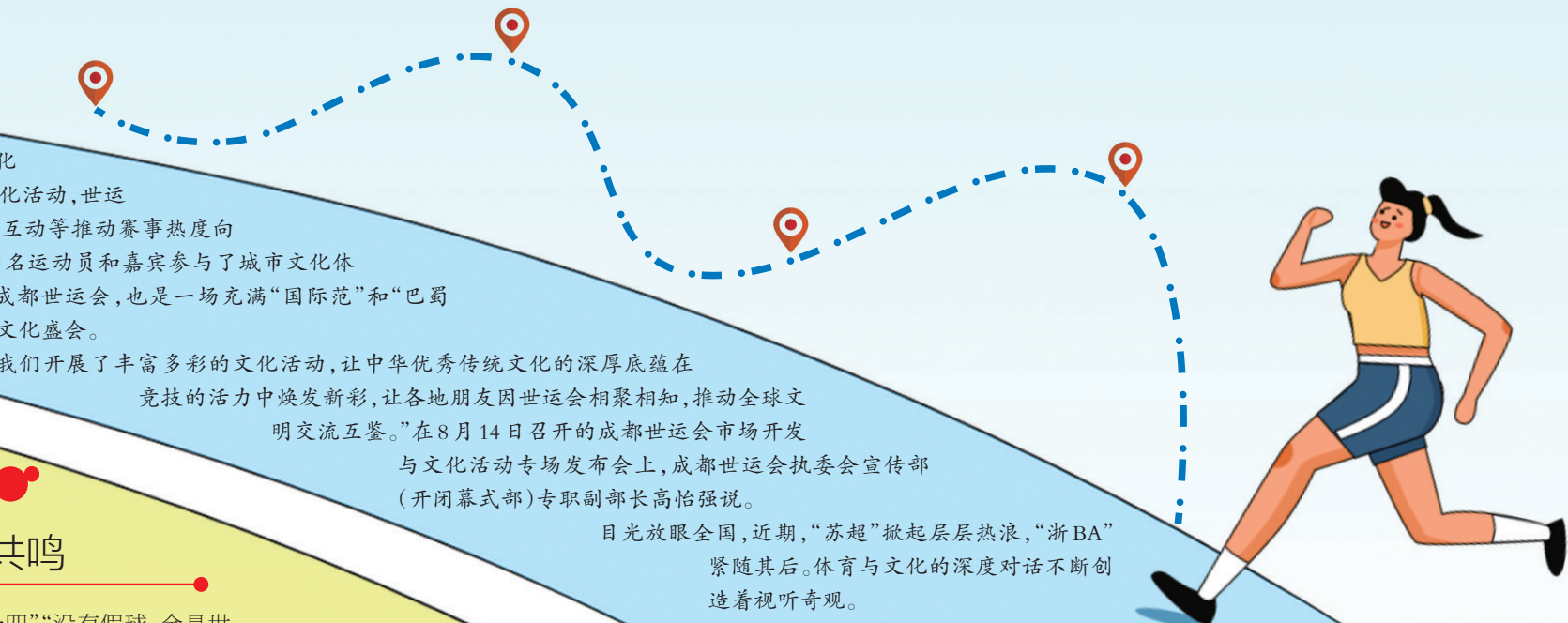
这些赛事将地域文化符号转化为可感知、可参与的场景，让本地人重新回味和审视本土文化，也让外地人透过赛事读懂一方水土的精神密码。“村超”舞台上，苗绣队服、芦笙伴奏、酸汤鱼菜品，都是黔东南非遗基因的具象化，村民在为球队呐喊时，也是在为自己的民族文化骄傲；“苏超”过程中，苏州评弹元素的战袍、南京金陵折扇的队徽，让江苏13个城市的居民在为家乡球队加油时，自然强化了对“江南文脉”的集体认同；“龙超”赛场上，“高速过弯”“急刹倒挡”等杂技式表演，让每一个佛山人内心涌起自豪感。

而在成都，世运会赛场内外，一场场文化活动生动诠释着国际世界运动会协会主席何塞·佩鲁雷纳一年前的预言——“成都世运会将不仅是一场体育盛会，更是一场文化盛宴。”泰国运动员“右甩”“左翻”练起川剧水袖，阿根廷运动员戴上舞狮头套变身抢眼“黄狮”，“成都”“你好”等“外国腔”中文此起彼伏……世运村内的一系列文化活动，吸引很多外国运动员争相体验、制作绳编、学写汉字、烹饪川菜、练习八段锦……大家“玩”得不亦乐乎。

从融入竹节与凤鸟纹样的火炬“竹梦”，到正面嵌入太阳神鸟、背面以竹叶寓意坚韧的奖牌“竹光”，再到以大熊猫和川金丝猴为原型的吉祥物“蜀宝”与“锦仔”……各种四川的文化符号，在世运会的诸多细节中缓缓融入。这些元素，连同盖碗茶、川剧、火锅、高铁等呈现在世界各地运动员的社交媒体上，向外传递着中国的吸引力。

无论是“村超”的乡土热情、“苏超”的江南风雅，还是成都世运会的国际范与巴蜀味，它们都以体育为媒，将地域文化的基因转化为鲜活的故事与体验。当运动员与观众在赛场上欢呼、在互动中沉浸，体育便不再是胜负的较量，而成为文明对话的舞台、文化自信的表达。

仔细考量江苏省政府对苏超的重视，这与疫情之后的文旅消费爆发不无关系。现如今，体育不仅仅是文娱生活的重要组成部分，更有凝聚人心、打响地域文化名片的作用。在苏超等体育赛事爆发之前，演唱会在全国遍地开花，再往前看，淄博烧烤和“尔滨”的爆火也说明了文旅新方向是地域文化特色与服务。



线上无法替代线下

沉浸式体验的“文化磁场”

一系列体育活动爆火背后，实际上折射出社会文化心理的变迁。

互联网时代，刷视频、看直播几乎成为每个人的日常。直播、短视频内容让人眼花缭乱，给人一种通过网络可以得到一切的错觉。然而，线上再热闹，也无法代替人们对线下真实体验的需要。

“村超”“苏超”等体育赛事的出圈，与近年来演唱会、沉浸式文旅等爆火有着相似的背景，很大程度上源于人们在虚拟网络遨游太久后，对真实连接、深度体验的强烈渴望。

8月10日，2025“好运山东”定向运动联赛首站（枣庄站）在滕州龙泉广场热烈的欢呼声中收官，这不仅是一场体育竞技的盛会，更是一次城市文化的深度体验之旅。800余名参赛者、240多支队伍，穿梭于滕州的大街小巷，用脚步丈量城市脉络，用心灵感受历史底蕴，共同见证了体育与文旅融合无限魅力。

定向赛的魅力，在于它打破了传统旅游的“旁观者”视角，让参赛者成为城市故事的“主角”。参赛者化身城市探索家，凭借智慧与协作，穿梭于墨子纪念馆感悟“兼爱非攻”的深邃哲思，在龙景塔下触摸千年时光的厚重肌理，于王学仲艺术馆感受艺术灵韵的流淌。

滕州市体育事业发展中心党组书记、主任丁涛说：“本次城市定向赛是‘体育+文化+旅游’的一次有力创新，通过设置一些景点打卡，把我们滕州的历史文化景点有机地串联，通过一场赛事达到了解一座城的目的。”

来自聊城的杨晓茹和父母、弟弟一家四口专程来滕州参赛，这也是他们第一次来到这座城市。“今天来参赛非常开心，给我印象深刻的是滕州博物馆和墨子纪念馆，很多之前书本上学过的东西，都被呈现在眼前了，没想到这些可以离我这么近。”杨晓茹8月底就要出国留学了，她想借参赛的机会和家人一起深度游览一下滕州，领略祖国的大好河山。

从“参加一场赛”到“认识一座城”，不光外地游客有这样的感觉，滕州市民苗雪一家五口也通过比赛，对城市的了解更加深入。

“一直生活在滕州，这次定向赛在找答案的过程中，我对滕州的历史、文化，有了更深刻的了解。与其到处旅游，不如多在家门口转转。”苗雪说。

赛事通过趣味互动，让静态的文物“开口说话”、变为可触摸的故事，成为传播滕州文化的新载体。

这些赛事营造出一过过节般的氛围，比赛没有过多商业包装和功利性，参赛者因热爱而拼搏，观众因为简单的快乐而欢呼。它为人们提供了一个更纯粹的社交平台。在这里，陌生人会因为一次精彩的配合而击掌，会为落后者的坚持齐声加油。这种纯粹像一块干净的海绵，吸走日常的疲惫与焦虑。人们不再盯着手机屏幕里的虚拟互动，而是真切感受着身边人的呼吸与呐喊，让情感在眼神交汇、肢体碰撞中自然流动。人们需要线下真实体验，更需要如此简单的快乐，正是这样的简单与纯粹，让这些赛事超越了竞技本身，成为城市里最动人的烟火气。

展望

避免同质化， 需挖掘差异化文化基因

苏超“石破天惊”的本质，是一场多重社会情绪与媒介传播的精准耦合。天时、地利、人和都为“苏超”创造了流行的外部条件，于是“一石激起千层浪”，快速向外传递能量，持续打破社会圈层，引起广泛的共鸣。

可见，要培育“苏超现象”，绝不能只是简单复制地区性业余体育赛事的模式，而是要因地制宜，发掘社会群体的关键情绪需求，寻找周围的“寂静点”和“真空期”，缔造顺应现代社交模式的情感连接方式，并寻求与当地特色产业、社会组织、宣传平台等开展协同合作。唯有不囿于特定模式，才能形成更广泛的触动与传播，“一鸣惊人”或许难以复制，但“百家争鸣”可绵延不绝。

赢得大众认可的差异化体验是体育赛事成功的必要条件，没有文化赋能的同质化赛事难有生命力。“苏超”的一大创新在于将地域文化，特别是地域间文化差异转化为情感纽带，通过历史底蕴场景化（比如徐宿的楚汉德比）、地域矛盾趣味化（比如苏锡的机场保卫战）、传统文化动态化（比如扬州漆器展演嵌入中场表演）等，在赛场对抗中巧妙达成文化共识、文旅协同。

文化认同是体育赛事的“情感黏合剂”，只有将城市文化符号转化为大众可参与、可传播、可消费的情感载体，才能唤醒集体荣誉感，实现文化价值与赛事热度的互促互进、持续攀升。

办好体育+文化类赛事，需要深挖地域文化IP，梳理独特的历史、非遗、民俗等文化资源，鼓励各地围绕核心文化IP设计特色赛事主题，打造特色品牌；创新文化融合形式。鼓励和引导各地在赛事策划与执行中创新融入地方文化元素，通过场景营造、互动体验、艺术展演等方式，增强赛事的文化沉浸感。

（综合《光明日报》《解放日报》等）

新闻多一点

贵州“村超”重启 今年有新目标

7月26日晚，罗伯特·巴乔、罗伯特·卡洛亮相“村超”球场，在现场3万多名观众的欢呼声中，贵州“村超”重启。

“‘村超’是全县群众共同打造的金字招牌，承载着太多人的热爱和期待。”榕江县委书记徐勃感慨，感谢各方救援力量的最好方式，就是把“村超”办得更好。

把“村超”办得更好，榕江今年有新目标。除了传统赛事，全国赛总决赛已于8月10日正式开赛。榕江县旅游产业发展中心综合事务股股长吴相霞介绍，首届“村超”全国赛总决赛由全国36个赛区的51支球队参加，斩获总冠军的队伍将获邀参加后续举办的“一带一路”“村超”国际友谊赛，并作为全国“村超”草根战队参加2026年“村超小世界杯”。

吴相霞说，在全国赛、国际友谊赛中，“村超”也将进一步落实文旅融合发展理念，构筑中华优秀传统文化的展示展演平台，创新拓展国际合作维度。

“我们将深入挖掘乡村旅游资源，持续推出‘来榕江看村超、游村寨、吃牛瘪、听大歌、住民宿’快旅慢游路线，将塔石、平永、头塘、八开、加宜纳入中国乡村旅游1号公路延展线，与从江县加榜梯田等景区形成联动；持续做好‘节俭促旅’，引导市场主体、行业协会、乡镇村寨围绕‘村超’赛事配套举办半程马拉松赛、萨玛节等节事活动，将‘村超’流量导入乡镇村寨和周边景区，推动乡村旅游发展；持续加强山茶油、茶叶等农产品研发，开展精深加工合作，开发‘村超’冠名或联名产品，树立榕江农特产品品牌，实现农业生产、农产品加工、休闲旅游等环节有效衔接。”吴相霞说。

（据《中国文化报》张欣）



村寨围绕‘村超’赛事配套举办半程马拉松赛、萨玛节等节事活动，将‘村超’流量导入乡镇村寨和周边景区，推动乡村旅游发展；持续加强山茶油、茶叶等农产品研发，开展精深加工合作，开发‘村超’冠名或联名产品，树立榕江农特产品品牌，实现农业生产、农产品加工、休闲旅游等环节有效衔接。”吴相霞说。

（据《中国文化报》张欣）

体育赛事 何以成为文化盛宴的 “最佳舞台”？

◎ 张峻榛

体育赛事之所以能成为文化传播的最佳平台，首先在于其天然的聚众效应。一场赛事能够瞬间聚集数万现场观众和数百万线上观众，这种注意力集中是其他文化活动难以企及的。更重要的是，体育赛事特有的情感张力——胜利的喜悦、拼搏的精神、团队的荣誉——为文化传播创造了最佳的情感共鸣点。

当代体育赛事与文化融合呈现出三个鲜明特征：在地性、互动性和创新性。在地性体现在对本土文化元素的深度挖掘，如“苏超”将苏州评弹元素融入战袍设计；互动性表现为观众的深度参与，如滕州定向赛让参赛者成为城市文化的探索者；创新性则展现在文化表达方式的突破，如“龙超”将传统龙舟技艺转化为“高速过弯”的视觉奇观。这些特征共同构成了体育文化盛宴的“新配方”。

放眼未来，体育与文化的融合需要警惕同质化陷阱。各地在借鉴成功经验时，必须深耕本土文化沃土，找到独特的文化表达方式。成都世运会的“竹梦”火炬与“蜀宝”吉祥物之所以打动人心，正是因为它们承载了独一无二的巴蜀文化基因。同时，要注重文化表达的当代转化，用年轻人喜闻乐见的方式讲述传统文化故事，让古老文明在竞技的活力中焕发新彩。

体育赛事与文化的深度融合，正在创造一种新型的公共文化空间。在这个空间里，竞技成为文化交流的媒介，赛场变成文明互鉴的舞台。当世界各地的运动员在成都世运村体验绳编、书写汉字、练习八段锦，他们带走的不仅是对中国文化的认知，更是对中华文明的情感认同。这正是体育赛事作为文化载体的独特价值——它让文化传播超越了语言和文字的局限，在运动的激情与欢乐中直抵人心。

本版制图 刘英卉