

# 新时代陕西体育文化形象五感设计策略研究

郭祎 王锐明 杜黎明

咸阳师范学院 陕西 咸阳 712000

**【摘要】**目的：在新时代下采用新思路规划陕西体育文化形象宣传的新设计。方法：以文献资料法分析陕西体育文化形象宣传的现状；以问卷访谈法提取被访者对于陕西体育文化形象宣传的需求和建议。结果：被访者对陕西体育文化形象宣传的需求和建议较多元化，希望能从多角度展开宣传。本文依据调研结果，以五感设计为导向，规划了体育文化形象宣传的新策略，以打造陕西体育文化发展的新高度。

**【关键词】**新时代；陕西体育文化形象；五感设计

随着陕西吹响十四运会宣传的号角，体育文化宣传工作拉开了新的帷幕。扩大体育声音、传播体育知识、讲好体育故事、弘扬体育精神，紧盯追赶超越和建设体育强省成为我省体育文化宣传的目标。在多样的传播途径、多变的技术、多元化观念的新环境下，如何做好体育文化宣传成为学界关注的话题。本文以期从形象设计策略角度打开陕西体育文化宣传的新窗口，为陕西体育文化事业做出一定贡献。

## 一、陕西体育文化研究现状

目前就陕西体育文化方面的文献资料来看，研究角度主要以体育文化传播的形式、发展路径、体育文化交流等方面涉猎较多。陕西体育文化传播层面，有从陕西农村体育宣传的方式与效果进行了深入研究，认为可以通过引导、说服、影响农民体育观念和态度来激发农民参加体育锻炼的兴趣，从而推动农民参与体育锻炼的行为。<sup>[1]</sup>有从陕西体育文化传播娱乐化角度进行了研究。提倡体育文化娱乐本土化，注重人文关怀，扩大群众体育的发展规模，注重媒体传播的质量。<sup>[2]</sup>

陕西体育文化发展路径层面，有从史学角度对汉唐时期陕西体育文化发展进行了研究，揭开了汉唐时期陕西民俗体育文化的发展盛况，为当今体育文化的发展与壮大提供了理论参考。<sup>[3]</sup>也有的认为，在新时代加强保护现有文化资源和民俗体育文化专业人才培养建设，立足本土构建陕西民俗体育文化特色发展体系是陕西民俗体育文化发展新路径。<sup>[4]</sup>

陕西体育文化交流层面，有从史学角度分析了唐朝丝绸之路上的体育文化交流活动，发现了对于现代体育文化发展的启示，认为深化体育文化对外开放水平，树

立体育文化自信，构建以中国为中心的现代东方体育文化体系，促进我国体育文化的高质量发展是提升国家软实力、实现伟大复兴“中国梦”的有力推手。<sup>[5]</sup>还有以丝绸之路为基点，研究了陕西体育文化在交流中的实施建议，认为合理的进行体育文化资源的选择，突出丝绸之路起点特色；基于文化差异性充足的尊重有效实现对多元化的整合；对体育文化交流方式进行创新与拓展来实现交流方式的优化。<sup>[6]</sup>

以上研究成果为本文提供了丰富的参考依据。从文献资料来看，以设计学角度探究陕西体育文化宣传的相关研究资料相对较少。现有的主要有体育赛事的导视系统研究、场馆的标识形象研究、体育服饰的设计研究等。本文着力在陕西体育文化形象宣传方面探究出设计的方法与策略，提升陕西体育文化的宣传质量和水平，树立陕西体育文化自信，实现体育强省的目标。

## 二、受众问卷访谈研究

根据研究目的，展开了以问卷访谈法对相关人员进行调研，以期得到对本研究有利的信息和数据。首先结合目前体育文化形象宣传的现状以及未来要如何发展制定了相关的问题。第二，选定访谈对象，主要以省、市、区、县等宣传部门的相关人员、群众、设计师等为主。第三，展开访谈，以一对一的形式了解被访者对该问题的看法和建议。最后，对访谈结果进行分析，将被访者的看法和建议进行比较，得出相应的比率，成为下一步研究的参考数据。

访谈的问题主要围绕被访者如何看待陕西体育文化形象宣传的问题；陕西体育文化形象宣传目前的特色是否明显；被访者更喜欢看到什么样的宣传形式；如果作为设计师，将会如何去选择素材；什么样的元素更适合

作者简介：郭祎 咸阳师范学院设计学院教师，博士后。

代表陕西体育文化的形象；做好体育文化形象宣传对陕西的整体发展会有什么影响等。

通过沟通，选择了30人进行访谈，其中体育公职人员10人，普通群众15人，设计师5人。年龄分别为18-65岁之间，男性18人，女性12人。被访者分别对制定的问题进行了解答。由于工作性质和性别不同，回答的结果各有差异。其中85%的人认为陕西体育文化形象宣传非常重要，尤其在迎接十四运的过程中，宣传陕西体育形象，传递体育声音，讲好体育故事都是应该付诸行动的；同时谈到作为宣传问题应该有一个宏观规划和顶层设计，来合理的安排宣传的办法。有75%的人认为目前陕西体育文化形象特色不明显，宣传形式单一，应该增加宣传的平台和途径，让人们在不同的领域都能感受到陕西体育文化的魅力。有60%的人谈到如果自己作为设计师应该深入了解陕西体育文化，挖掘体育历史，从中凝练体育元素，以新的形式展现给受众。有50%的人认为陕西体育文化元素丰富多彩，从古代到现代，从传统到民间，其中最具有代表性的就是蹴鞠、打马球、赛龙舟、陕北腰鼓、棋牌、杂戏等。被访者一致认为做好体育文化形象宣传对于陕西整体的发展有很大的影响，宣传陕西精神，展现陕西风貌，体育强省具有现实意义。

通过访谈结果分析发现，被访者对于陕西体育文化形象宣传都有着自己的理解和看法，比如宣传途径的多元化，可以通过参与体育活动，体会体育文化精神；通过新媒体制作运动明星短视频，宣传体育文化；通过漫画或插画表现体育元素等，大多结果都比较有实际意义和价值，对于本文的研究有很大的帮助，被访者谈到存在问题时，均能够指出目前存在的问题，比如宣传途径单一，受众关注度低，体育文化认识淡薄等。从诸多方面可以反映出，体育大众宣传、体育文化普及的必要性。

### 三、陕西体育文化形象设计新策略

#### (一) 顶层设计，科学规划

根据文献和访谈结果可以看出，作为体育文化的宣传必须要有一定的顶层设计和科学规划，才能够为形象宣传指明方向，做好宣传框架和部署，有节奏的、全方位地进行宣传活动地展开。首先，从政策层面进行引导和支持，树立正确的宣传理念和目的，支持各行各业根据自己的行业特色有机地融入其中，以多元化手段传递陕西体育精神，讲述体育故事。其二，利用各种体育赛事扩大文化影响，比如十四运的召开，就是陕西体育文化形象宣传的有力推手，通过赛事中地多渠道宣传，让更多的人了解陕西、爱上陕西，将陕西体育精神和人文精神传向国际。其三，以大众体育娱乐为媒介，让更多

的人在参与体育娱乐的过程中了解体育文化。比如少年儿童可以通过参加体育俱乐部训练、体育课堂、体育游戏等形式了解体育项目历史，掌握体育知识，从而成为长期素养的积淀。陕西传统体育项目和民间体育项目众多，让青少年熟悉现代体育技能的同时，也组织他们多了解陕西传统体育和文化，从而树立文化自信。大学生更多的可以在比赛和课程当中了解陕西体育文化历史，感受传统体育和民间体育的魅力，增加此类课程的专题学习和研究，培养更多的体育文化研究接班人。成年人可以通过广场舞、棋牌、体育活动等形式了解每类体育项目的来源和发展。其四，以设计的手段利用视听媒体、体育文创产品、漫画、插画等形式丰富体育文化宣传的多样化。

#### (二) 创新思维，深挖凝练

从宣传的路径角度看，体育文化的宣传不仅限于视觉宣传，还可以将听觉、触觉、嗅觉、味觉等其他感官层面列入宣传的路径当中。就目前的宣传路径来看，相对比较单一，要素的展示也较为呆板和老套，往往不能够引起更多人群的关注。因此，要以新的思维方式解读现代人的思维和审美，创新体育文化元素，将历史性文化以新的形式呈现。并且从造型和色彩以及字体设计上要深挖凝练体育文化元素、抓住陕西体育文化特色，增加辨识度。如陕西从古到今具有代表性体育项目：蹴鞠、打马球、街道象棋、射击、陕北腰鼓、关中社火、陕南赛龙舟等其中特色元素的凝练。

#### (三) 五感效应，路径多元

从设计学角度看，五感效应更适合全方位的体育文化形象宣传。首先是视觉宣传。在调研过程中，年轻的被访者谈到现代的体育文化视觉宣传过于陈旧，没有抓住90后、00后的审美需求。他们认为在视觉设计中应该增加更多二次元的元素加强年轻人对体育文化的关注，色彩方面应该增加对比的色彩搭配，彰显体育文化的魅力，比如陕西的高级黄和灰蓝。其二，视听结合宣传。如邀请陕西优秀的运动员拍摄抖音短视频来增加线上人群的关注，多展现正能量的体育文化精神，树立健康活力的陕西形象。以插画、漫画的形式展现运动中的“高光时刻”，让体育文化现代化。其三，触觉宣传。利用立体化或可触摸的设计形式呈现体育文化内容，让人们能够触摸体育，感知体育。比如，体育器材的材质触摸设计，体育文创产品的立体设计等。其四，嗅觉宣传。此类宣传在体育文化宣传中，相对比较难以呈现，但是经过精心设计，将会有更加新奇的效果，如通过容器收纳气味放置在体育博物馆供盲人群体了解体育项目种类，气味提取可制作日用品，满足体育爱好者的使用。其五，味觉宣传。味觉更让人难以忘怀，记忆悠长。

作为体育文化通过味觉很难直接被感知，我们可以通过间接的联系设计出具有体育项目代表性的产品，比如陕南人端午节赛龙舟时喜欢吃粽子，才觉得端午节过的比较完满。因此，要深挖体育文化背后关联性的事物，让味觉宣传成为特色。

### 结语

新时代，陕西在追赶超越的路途中，体育文化形象宣传成为体育强省的必备环节。传递体育文化，讲好体育故事，弘扬体育精神，以五感设计效应，展示不一样的陕西。在宣传中将陕西的体育人文、热情豪放、仁义友善的气质与风格展示给世界。

（本文为支撑 2020 年陕西省体育局常规课题，项目编号：2020363；本文为支撑 2019 年省级大学生创新

创业项目，项目编号：2019073。）

### 【参考文献】

- [1] 王春英, 杭孝平, 柳若松. 陕西农村体育宣传和传播的方式与效果研究 [C]// 第七届全国体育科学大会论文摘要汇编(一).2004.
- [2] 吕依依. 陕西省体育文化传播娱乐化的研究 [D]. 陕西: 西安体育学院.
- [3] 张永强. 汉唐时期陕西体育文化发展研究 [J]. 辽宁体育科技, 2015, 000(003): 31-33.
- [4] 付世秋. 新时代陕西民俗体育文化发展路径研究 [J]. 当代体育科技, 2019, 009(010): 197-198.
- [5] 季春美, 叶飞凤. 唐朝丝绸之路上的体育文化交流 [J]. 体育文化导刊, 2018, 000(010): 148-153.
- [6] 王位. 丝绸之路起点陕西的体育文化交流研究 [J]. 当代体育科技, 2019, 009(026): 199-201.