

媒介融合语境下体育传媒的特点及发展趋势

庄瑞雯

云南师范大学 云南昆明

【摘要】融媒介时期，媒体传递模式出现一定变化，运动员和媒介的关系经过了运动传播到体育媒介的过渡，本章经过对已有文章的总结，着重剖析媒介融合背景下运动媒介的特点，通过剖析结论，深入探讨媒介融合背景下运动媒介发展。

【关键词】媒介融合；体育媒介；新媒体

The characteristics and development trend of sports media in the context of media integration

Ruiwen Zhuang

Yunnan Normal University, Kunming, Yunnan

【Abstract】In the period of media convergence, the media delivery model has changed to a certain extent, and the relationship between athletes and the media has undergone a transition from sports communication to sports media.

【Keywords】Media convergence; Sports media; New media

随着当今移动终端网络科技应用的持续创新升级和深入发展，新媒体营销也日益被用户广泛的应用于了日常生活营销中，其中更以其在各项体育赛事的营销策划和推广宣传推广活动组织中得到的广泛使用得最为的广泛和更为普遍。现如今，体育传播新方式也已经逐渐依靠新兴信息载体传播如手机微信、微博、手机浏览器等的新型传播方式。由此可见，中国对体育赛事及新传媒发展的高度重视，并鼓励大力支持研究和开发体育运动及新传媒产品。本文从体育媒介的发展与变迁、媒介融合背景下体育媒介化的特征和未来展望 3 个方面对其进行综述。

1 体育媒介的发展与变迁

从十九世纪末，体育运动在各国成为一种影响广泛的大众观赏性活开始，以赛事新闻形式来迎合受众需要的体育运动传媒（指报导体育运动的主要媒介，当时以报刊期刊等纸媒居多）诞生了。

在中国，体育赛事电视转播系统从始于 20 世纪 80 年代早期的无线电视发展到现在的有线系统卫星广播电视公司为止，只用了短短十几年的时间。在公元一九七八年，央视首次利用无线网络电视技术成功转播到了阿根廷世界杯的决赛画面。一九八二

年，央视首次对西班牙的世界杯赛球事情况进行了全程直播。一九九五年，借助国内先进的有线数字通信传送系统技术和上海卫星电视公司等先进转播技术设备，更好的配合了中央电视台第五套频道节目的全新开辟。一九九六年，亚特兰大奥运会网媒首次介入奥运会新闻。二零零零年夏季悉尼奥运会国际奥委会开始正式接受网媒采访权，并开始办理颁发给网媒记者的奥运采访权执照。二零零五年北京温哥华的冬奥会直播上，首次成功实现了能在移动手机客户端上和网络电视直播双平台上同时进行播出的直播奥运赛事。在二零零八年北京奥运会上，国际奥委会第一次授权网媒开展比赛录像转播工作，在各类奥运新闻内容选取上，中国网络首次全面突破了传统的新闻媒体舆论引导。二零零九年，3G 手机在我国普及，由网络技术、数字技术、移动技术、卫星技术以及各种各样的“互联网+”所打造的新媒体终端为中国进入“媒介体育”时代搭建了强大的媒介技术平台。在二零一二年七月伦敦奥运会足球赛上，在当时全球正在迅速发展流行着的移动互联网科技和智能手机背景下，首次提出在世界所有主要的国际比赛和场馆以及奥运会有关场馆设施中都设置使用了免费的互联网，也即因而被人们

称为“社交媒体奥运会”。二零一四年的索契冬奥会，以全球超零点五数的受众首次在移动互联网终端平台上免费获得了这项竞赛相关资讯，而这被媒体称誉之日为“数字化奥运会”。在二零二零年东京奥运会的竞赛进程中，央视新媒体的赛事新闻模式，其中比赛转播了超过七千场次，累计通过全媒介的浏览用户达到了四百七十九亿，而新媒体体育的赛事宣传也获得了用户的广泛好评。

由此可见，在新媒体的融合环境下，媒介传播方式已出现了一些巨大变化，而体育媒介也呈现出了某些独特性质，要想促进体育媒介更良好地发展，必须针对其特点展开研究，并剖析其变化趋势。

2 媒介融合背景下体育媒介的特征

2.1 主体多元化

据艾媒数据中心调查显示：2012-2020年，中国互联网体育用户规模不断增加，2018年超过5亿人。毫无疑问，新传媒已经突破电视传媒作为重大体育赛事的主要传播媒介。目前，中国新媒体运动平台已经形成起由官媒为主，多元化运动受众共同参与的多元化传播主体布局。

结合当前情况来说，由于人类社会在生活方法上呈现出多样性特征，各个年龄段、地域和社会阶层的人，在获取信息方法上也会不同，所以，现阶段体坛消息为适应受众对于媒体内容多样化的要求，积极创新了自身传播方式，使其播报的手段也更加多样化，如通过网上图文直播、视频等，进一步适应了不同年龄受众对体坛消息的需求，从而确保了不同人群都能够更加实时的利用自身掌握的信息渠道了解体坛消息。

移动网络传递技术突破了由专业传媒门户制造和传递赛事资讯的界限，呈现多元化传播主体联合制造和传递的格局。新型的媒介技术将消解传统媒体话语权垄断地位，拉近传播者和受众话语权的均衡，而移动终端信息技术则将打通国际重大体育赛事在宣传主体和受众间的信息壁垒，推动传受各方形成平等的信息对话模式。

2.2 传播交互化

在传统体育媒介中，单向性是它所展现出的主要特征，起点就是新媒介传递，而归宿则是受众。在新媒介传递中，人们既可以随时使用评论、弹幕等方法针对新媒体内容发表自己的言论，同时又可

以和体育新闻播报员进行互动，从而展现出比较强的互动性，这也是新媒介所具备的最主要特征。在这些情形下，由于传统媒体在为人们提供公共服务之时，而新媒介又为受众们创造了表达言论的机遇。因此，当前在体育消息播出中，各栏目为了能够和广大受众之间充分互动，设置了广大受众询问和在线回答问题的窗口，可以充分显示出新媒体的交互性特征。在媒介融合背景下，实现多媒体的有效传播，有效弥补了传统媒体在运行中存在的问题，受众不会受到时间、空间等因素的影响。对于受众比较喜欢的体育项目，可以自由选择，并且发表自己的言论。

2.3 去边缘化

二零二〇年五月十日至十月一日，美国的英国SSCI收录的期刊《传播与体育》（Communication & Sport）也将按照计划每月推出一份“体育与媒介化：全球体育事件与文化”的特刊。另外，体育新媒体化研究理论体系的逐渐出现会促使现代体育传播中传播的某些特殊内容更能够逐步突破人类思维领域的时空壁垒，跨越了国际政治、经济、人文科学等各个领域，成为整个世界媒体关注研究的主要焦点。体育传媒方面的理论研究也将开始逐渐走向去边缘化，作为运动学研究的主要内容。体育科学日益成为新媒体化与传播学领域研究的核心，缘起发端于现代欧美传媒的传播学新媒介化理论与研究，则进一步将世界传播学史研究推向到了其另一个主要轨道之上：“媒介化转变”正被作为国际传播学理论研究领域的一主要理论趋向之中，其标记则是在二零零八年由时任联合国全球媒介宣传与学习会长之一的英格兰研究者沙利文斯通森（SONIA Livingstone）先生所作的一篇题为“万事万物的中介化”（on the Mediation of Everything）的主题研究报道。利文斯通报道认为，“中介化”（mediation）是“直接影响现代日常生活许多方面的新的、交互的、互联网的媒介方式”，事实上等同于后来学者广泛采用的“媒体化”（mediatization），报道的中文提要便将主题译为“万物皆是媒体化的”。自此，以北欧和德国学者为代表的媒介化研究学派开始登场，媒介化研究成为当前欧洲传播与社会研究中的一门“显学”。

3 媒介融合背景下体育媒介发展趋势

3.1 传统媒体倒融合化

新媒介的产生，并不意味着传统媒体舆论将就此灭亡，传统媒体仍然展现出一定的发展特色，比如报刊仍然获得消费者青睐，即使当前开始出现互联网等新兴媒介形态，但大多数消费者对传统媒体的接受与偏好并未出现变化，休闲时光还是通过阅读报刊来丰富生活。由于传统媒体的舆论导向和新媒介二者并不是完全以独立形态存在，因此受众与传播者在某种程度上都能够促进传统媒体舆论导向和新媒介的融入，而在此基础上，如今的新媒介也存在着“倒融合”现状，即互联网企业运用资源优势入股传媒集团。传统媒体则利用微博、微信等移动客户端技术进行新媒体融合，在这一流程中“谁融入谁”就变成一个主导性的突出问题。

3.2 媒介体育化

“媒介体育”这个概念是1998年文内尔（Lawrence Wenner）在其编撰的论文集《媒介体育》（Mediasport）中提出的。“Mediasport”的合成词深入阐述了传媒和体育文化相互之间不可分割的联系，在较长时间内就形成了关于体育运动传媒文化的关键词。考察媒介化运动这仅是这一初度的体育媒介化运动的一些历史起源，就会从中不难地看出有多少部分研究者们其实是已经十分清楚的看到了一些关于在它本身的某些历史形态意义上的一些演变。媒介化研究学者普遍公认的重要理论起源是美国学者阿尔萨德（David Altheide）等提出的“媒介逻辑”（media logic）这一概念。体育领域显然已经是我们了解媒体化科学的最理想的地点，而为此澳洲的研究者布雷哈钦斯坦（Brett Hutchins）博士也曾经提出，在当今体育领域人们也显然也已经是将这种原来的媒体化的科学的研究的方法已经完全地遗忘殆尽了，而没有考虑到职业运动与现代大众媒体技术之间的在整个二十世纪中进一步和快速的发展体现出那种共生与联系，这显然是另一种更加令人震惊的疏漏处。“媒介运动”的定义自被广泛地提起之后，研究者即包围着它进行了多层次研究。郝勤教授表示，从早期成为配角和附件，到20世纪的60年代东京奥运会的卫星直播、80年洛杉矶奥运会直播的经营管理模式，再一直到了90年Sky TV购买了英超的直播权和运营的模式，新兴传媒运动已取代了传统体育传播作为运动与新闻传播研究中的

重点关键词。郭晴等提出了媒介体育的生成和生产方式，并指出媒介体育具有的商业性和跨文化性等特征。这些有关媒介体育的论述已初具体育媒介化的特征。

3.3 体育媒介的跨媒体、全球化趋势

英国政治理论哲学家格雷（John Gray）认为，来势汹汹病毒军会导致英国已持续多年的去国际化进程。迅速解体的根源不仅有过去的“超国际化”，还有“二战”后逐步建立的新世界秩序，以及地缘政策格局变化。去国际化是在深度体育媒介文化的重新疫情后经过很长时间出现的必然趋势，但同时也有小部分国家可能出现反全球化的极端趋势。突如其来的来势汹汹病毒让国际化的发展遭遇到了史无前例的重大撞击。部分专家学者指出，这次战争很可能会是形成全球新格局的分水岭。中国经济学家文贯中认为，此次疫情表明从一九九零年开始的这一次全球化将无法继续，按照当前的全球治理架构继续发展下去。全球化在实际上虽然停摆，但新冠疫情军仍对世界与地缘政治的发展必然产生了重大影响。而新冠疫情军又极大地冲击了政治运动等的重大事件。哥伦比亚科学家托巴尔（Jorge Tovar）认为，尽管是在“二战”时期仍有小局部的职业运动竞赛可以继续开展下去，但新冠疫情军使世界各地的主要职业体育比赛几乎全部停摆了，这也是有文字记载以来的首次。二零二零年因东京奥运会而推迟一年举办，对国内外其他重大体育赛事的影响也不可小觑。很多国际重要的运动事件和重要运动事件都被迫相应下调赛程。足球欧洲冠军联赛和世界各国的橄榄球比赛、美洲四大主要职业比赛、网球大满贯比赛，以及一些国际ATP、WTA巡回赛的比赛延期或撤销，使历久不变的世界运动赛程受到了前所未有的打击。甚至连二零二一年的成都世界大学生运动会，也不得不推迟一年举办。新冠疫情在对普通体育迷、体育组织者们以及其他普通社会公众等三个主要层面意义上都是形成起了一个无法被忽视的重要积极引导作用，也无疑给我们对运动学界的进一步研究探讨带来了许多重大新时代课题。当然，并不是任何因素都是消极的。过去，OBS几百辆的奥运数字转播车都从亚洲各地飞往举办的主要城市，但现在却因为东京奥运会与北京冬奥会的日期临近，而不能再来往于欧亚中间。在这个

条件下,全球的媒介运动模式将迎来再次的“洗牌”。

4 结论

综上所述,运动媒体融合不仅为运动媒介发展带来了良好条件,还提供了一些考验,但在新形势背景下,中国国内外运动媒体理论界关于体育媒介化的探讨还处于初级阶段。虽然有部分研究领域被冠以了“体育媒介化”的名头,但只不过是新媒介体育发展和运动媒体化时期遗留的痕迹。而关于体育媒介化的探讨不但在总量层面还很少,在研究深度和视野上更是乏善可陈,有着巨大的研究空白处。因此我们需要根据运动媒体特点和趋势,给运动媒体化研究更宽广的研究空间,以促进中国运动媒体的进一步发展。对于运动媒体方面的我国社会文化研究的进一步探索,将是在今后相当长一段时间内新闻传播学、运动学、社会学等各方面学者们应该关注的重要问题。

参考文献

- [1] 张雯敏.《人民日报》布局跨平台“媒体+”的路径探索——一种“战略即实践”的视角[J].视听,2022(01):10-12.
- [2] 叶林.国际体育文化传播中的文化折扣与国家形象塑造——以东京奥运会开幕式为例[J].科技传播,2021,13(24):116-118+149.
- [3] 俞鹏飞.后疫情时代大型体育赛事新媒体传播探析——以央视频2020年东京奥运会报道为例[J].体育文化导刊,2021(12):13-19.
- [4] 王艺儒,董超.体育流媒体面临发展良机[J].中国通信业,2021(12):24-27.
- [5] 韩珏,曾永忠.大型体育赛事媒体信息服务研究[J].当代体育科技,2021,11(35):221-224.
- [6] 李亚男,胡晓娟.基于“互联网+”的全民体育健身信息服务传播途径研究[J].当代体育科技,2021,11(35):228-231.
- [7] 邱洪华,郭芮言.体育赛事直播技术的应用及其版权保护——基于5G+VR的视角[J].石家庄学院学报,2022,24(01):77-83.
- [8] 钱晞.新媒体时代强化体育文化传播策略分析[J].新闻传播,2021(21):64-65.
- [9] 刘兰.媒介融合背景下体育全媒体人才培养模式探究[J].大学教育,2021(11):15-18.
- [10] 刘思雨,季峰.共情传播与价值认同:主流媒体报道体育新闻的当下逻辑——基于《人民日报》微博东京奥运会报道的分析[J].传媒观察,2021(10):63-68.

收稿日期: 2022年6月15日

出刊日期: 2022年7月25日

引用本文: 庄瑞雯, 媒介融合语境下体育传媒的特点及发展趋势[J], 2022, 2(2): 38-41

DOI: 10.12208/j.sdr.20220034

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网(CNKI Scholar)、万方数据(WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS