

# 融媒体时代下校园体育文化传播策略研究

周童辉<sup>1</sup> 彭瑞林<sup>2</sup> 谢永剑<sup>3</sup>

(1. 广西幼儿师范高等专科学校, 广西 南宁 530000;

2. 南宁市江南区仁义小学, 广西 南宁 530000;

3. 南宁江南区富德小学, 广西 南宁 530000)

**摘要:** 互联网盛行的融媒体时代, 校园体育文化传播变得越来越快, 但传播内容浅表、传播渠道混乱、传播者整体素养不高等问题, 使得校园体育文化传播相对滞后。本文就时代发展特点出发, 对传播基础保障、传播内容、传播途径、传播者等角度展开探讨, 试图为校园体育文化传播与建设提出一定建议, 希望能对提升校园、社会、国家乃至国际体育文化传播影响力有所帮助。

**关键词:** 融媒体; 校园体育文化; 传播

校园体育文化传播可以较好地帮助学生树立科学的体育观, 为体育教师高质量开展教学工作起着较好的督促和动力支持, 提升师生的责任感和荣誉感, 激发师生奋发向上的精神, 从而以校园体育文化深化学校体育精神, 让学生的校园生活充满期待和希望。在强大的融媒体时代下, 我们可以选择的传播途径越来越多, 在众多的传播途径中, 如何更高效的利用好这些途径开展体育文化传播是我们亟待解决的问题。

## 一、融媒体时代下校园体育文化传播的现状与困境

### (一) 传播空间大, 但传播物质条件匮乏

体育文化包括体育价值、体育认识、体育理想、体育道德、体育制度等, 然而校园体育文化又包括体育文化和校园文化了, 他是在广大师生体育活动实践过程中共同创造的体育物质财富和精神财富的总和。2022年《义务教育体育与健康课程标准(2022年版)》提出, 全国九年义务教育学校各年级均要开设“体育与健康”课, 且要占总课时比例10%~11%, 体育课的增多, 意味着同一时间开展体育课的班级增多, 然而目前我国大中小学普遍存在体育文化传播阻碍的就是体育场地设施设备的严重缺乏。首先, 体育场地的严重不够, 这个问题尤其在中小学较为常见, 很多中小学没有田径场、没有标准的运动场地。其次, 体育器材的缺乏, 大部分学校都存在一种或多种器材严重不够用的情况。再者, 很多学校体育活动设施是严重不够, 有的中小学甚至没有体育设施。在融媒体时代, 体育文化传播更多的是通过文字与视频或图片等方式呈现, 这就需要有录制视频或拍摄图片的过硬设施设备, 但目前很多学校没有专门负责体育文化传播的工作人员, 也没有相对过硬的设施设备。多重因素也就导致传播效果不是很好。

### (二) 传播者众多, 但传播意识欠缺

学校体育文化的传播者中占据人数最多的是学生, 传播具有影响力的是教师, 传播最具感召力的是学校官方。学生群体作为学校体育文化传播的传播者也是最大的受益者, 他们在校园体育文化传播中起着较大的作用, 在参与体育活动过程中学习体育知识、掌握运动技能、提高体育素养, 从而为校园体育文化传播奠定夯实基础, 然而目前我们校园内出现很多学生不喜欢体育课、不参加体育课外活动和赛事, 并且不参与体育活动在男女生比例上出现女生多余男生的情况, 强大的传播人力队伍, 但主动承担起传播者的人数较少。

学校体育文化的建设第一人是体育教师, 学校体育只有将体育教学、课外运动以及学校体育赛事做得更好, 只有发展的好在传播中才更具有影响力和说服力, 然而这些活动的组织者和第一

人就是教师尤其是体育教师。目前我们的体育教师中主要存在部分教师授课时传授体育运动技能, 较少开展体育知识、体育健康、体育素养等方面的知识讲授, 也较少通过融媒体对其进行传播。除体育教师, 任何一位老师都是传播者, 但普遍存在其他教师认为体育不重要, 甚至占用体育课时间, 导致学生也觉得体育课可有可无, 对体育文化传播造成了一定障碍。

体育文化的传播离不开学校层面的支持, 但从小学到大学普遍存在学校对体育文化建设的重视度不够, 小学和中学学校更多的是抓学习成绩, 大学抓专业和就业, 在融媒体下进行传播的也更偏向成绩和专业, 使得校园体育文化的传播没能得到一定保障。

### (三) 传播媒介颇多, 但缺乏针对性

在这个新媒体、大数据、云平台的新的媒体时代, 我们可以通过报纸、杂志、电视、广播、手机、电脑等媒介获取体育信息, 所以我们传播的媒介也就如此之多, 但目前一直以来的传统媒体报纸、杂志这一类纸质传播媒介被选择的机会越来越少, 广播、电视因为更新速度慢且可以重复查看和收听的次数和时间相对受限, 选择的人数也相对较少, 选择最多的是手机、电脑这类可以随时随地进行自主选择内容的媒介成了现在体育文化传播的主流。不同的传播媒介有着不同的传播特点和受众人群, 所以传播内容也应该有所不同和侧重。

### (四) 传播内容丰富, 但缺乏系统性

校园体育文化内涵丰富, 包括了物质文化、精神文化、制度文化、行为文化等, 这就是给体育文化传播提供了大量的内容素材, 并且在这个丰富多彩的融媒体时代下, 学生和老师们获取体育信息渠道多, 但是获取到的体育信息都相对较碎片化, 内容不够完整, 内容质量也参差不齐, 并且很多有价值的内容都需要收费。

### (五) 传播速度快, 但缺乏延续性和时效性

互联网时代, 同一条信息可以在极短的时间内传遍整个中国乃至世界, 这也让我们能更快学习到其他学校和地区的文化, 同样我们也能通过互联网很快的将我们的体育文化进行更快传播。然而目前学校体育文化传播普遍存在体育运动获奖或开展活动才宣传。传播内容的杂乱和浅薄, 也严重影响传播时效性。

## 二、融媒体时代下校园体育文化传播策略分析

### (一) 牢固根基, 完善校园体育文化传播保障

物质基础一直是开展活动的首要条件。对校园体育文化的传播最主要的目的是通过传播, 让更多的师生参与到体育活动中, 提高全师生的健康水平和运动能力, 为更好的工作和生活做好保障。保持运动场地平整、不同运动项目能有标准的场地和器材、有足够的体育活动场地和器材供给师生使用、场地和器材出现破损能及时修复和购买、尽可能有多样化的设施设备供师生使用。如能根据时代的发展, 在大学校园中拥有现代较为流行动感单车、跑步机、健身器材、智能健身场馆等供师生使用。在中小学根据学生兴趣广泛、对新事物充满好奇的特点, 可以多开展不同体育项目, 让学生感受不同项目带来不同体验。

建设体育文化宣传栏、拥有传播所需要的音响设备、有专门的传播路线、形成体育文化宣传小组等都是高效传播的必备条件。

体育制度是体育文化的一部分,是体育活动的开展、体育赛事的组织、体育文化的传播的根据。所以依托国家标准、地方标准和学校特色形成能在本校体育文化传播中有着引导和制约的体育文化制度也是十分必要的。

设置体育文化传播目标。有目标才更有方向,有了方向才有动力,从学校层面设置1-3年体育文化建设的目标,然后设置年度体育文化建设目标,从教师层面对学校设置的目标做出具体的实施计划,在年度体育文化建设目标下做出年度体育活动开展的计划,并开展具体活动。

### (二) 把握命脉,发挥校园体育文化功能

校园体育文化作为校园文化中重要的一项内容,它具备了教育功能。在大中小学中体育文化传播的重要途径就是体育教学课,充分发挥体育课堂作用,让学生们在体育课堂中锻炼身体、掌握运动技能、感受体育运动快乐,爱上体育课,是最直接也是最有效的体育文化传播。这就需要学校开展丰富多彩的体育课程,让学生能自主选择自己感兴趣的体育项目,也就需要体育教师能将体育课堂上“活”,课堂上不仅是要让学生掌握运动技能,学生能更自主地参与到体育课堂中来,这就要求体育教师在技能上要一专多能,在教学上要有艺术,在形式上要多种多样,也就需要提高教师的教学水平。

发挥体育文化的娱乐功能,在这个经济高速发展的时代,无论老师还是学生的压力都越来越大,在这个高压的社会环境下,学会释放压力变成了每个人都必须具备的一种能力,体育是公认的调节情绪、释放压力最有效的方式。学校可以通过形成多种运动训练队和社团,并定期或不定期组织比赛或交流,开展体育节、运动会、单项运动项目比赛等,让学生多参与体育活动,享受体育带来的快乐。

体育文化最主要的功能还是健身功能。想要健康和健身,除了要参与到体育活动中来,还应该让学生理解体育是如何让我们更健康的,还可以开展一系列体育知识相关讲座和竞赛,让学生真正了解科学健身、科学运动的重要性。

### (三) 紧扣时代,展现融媒体魄力

融媒体时代下,互联网带来的便利,让体育文化传播更便捷、互动更强、选择更广,充分运用互联网,根据传播受众人群不同、不同平台的特点更加有针对性的通过不同平台传播不同内容,形成系统和完整的传播链条。校园体育文化最主要的受众人群是学生,目前学生获取信息更多的是手机和电脑。所以应该将线上与线下体育文化分享相融合,在线下开展的体育活动和体育宣传栏分享知识与线上分享的内容应该融合和延续,学生通过线下体育活动的参与和学习,可以通过线上进行分享解读与传播,并且以线下内容为基础,展开体育精神、体育道德、体育理想、体育价值等方面分享。线上平台可以通过微博、微信公众号、抖音app短视频平台传播。并且要充分发挥每类平台的特点,达到物尽其用,不要将其搁置,使其成为摆设。最重要的是要争取在体育专属平台传播,让我们的传播更有效、更具说服力,让学生为之自豪,更乐意参与到体育文化传播队伍中来。

### (四) 花样百出,丰富传播内容

体育文化包含内容较多,但目前关于校园体育文化传播的内容集中在体育赛事的报道、体育活动的开展,关于体育知识、体育素养、体育技能学习等比较具有吸引力的内容传播的较少,应适当增加这些内容的传播,并且针对学校实际情况和特点开展适合学生的、容易理解的、由浅入深的内容持续传播下去。丰富的内容也离不开形式多样的呈现,这样才能吸引更多的受众群体关

注。在微博和微信官网中,多采用图文并茂的形式呈现内容,并且要让所选用的图片与内容相关并且图片要具有一定新颖性。在一些需要长篇文字进行阐述的文章中尽量配上音频,让不想看文字的受众人也可以通过音频了解情况。在如抖音和快手这类短视频app中进行传播时,选取的内容应该短但全面,视频呈现的效果应清晰明朗。

采用游戏化的方式展开体育文化传播,学生们体育活动中的游戏就可以作为传播内容,或依托某一游戏平台,将学校想要传播的体育文化以游戏的形成呈现,让更多的学生在娱乐游戏中享受体育文化的熏陶。

根据地方特色,将原有的传统体育项目与现代比较热门的现代体育相结合,形成新的体育项目在校园内开展教学和活动,新奇和新颖的事物,大家都有积极传播和分享的习惯,从而也能增加传播内容。

### (五) 挖掘潜力,培养复合型传播人才

加大传播人才的培养,新时代下新媒体的出现,就需要有新的技术人员,然而融媒体人才更多的是新闻类和媒体行业从业者,但是他们更多的是对体育掌握程度较低,也就意味着我们想要培养专业的体育文化传播者就必须具备体育、新闻、媒体、计算机等能力,这也就急需我们国家能就这一职业能对应的设置职业名称、专业名称和具体的工作任务,让体育文化传播工作变得更职业化、更专业。充分利用高校人才济济的优势,开设体育传播从业专业,吸引一波有才能的人选择这个专业、学习专业的体育、新闻、媒体等融合性知识。

作为职业,我们国家目前一直强调“三全育人”,培养具备多种能力的复合型人才,也就是我们其中的全方位育人。在培养学生的过程中,教师也应该不断提升自己的体育能力、新闻传播能力、融媒体和计算机使用能力,做到师生共同学习和进步的全员育人。在学生在校学习的过程中让学生主动承担起校园体育文化传播工作,实现理论和实践相结合,鼓励学生利用假期多到企业见实习,了解社会上体育文化传播的具体操作,从而更好开展校园体育文化传播,在毕业后鼓励学生就体育文化传播方向创新创业,在学校有好的资源的时候及时分享给同学,真正做到全过程育人。

将专业的事情交给专业的人,并非所有学校都有这类专业人,其他学校尤其是中小学没有专业老师,就可以通过与大学合作,让培养有这类人才的本校需要这类人才帮助的时候伸出援助之手,达到校校帮扶,校校合作。学校培养专业人才更多的是要走向企业的,那么与企业进行合作,让企业成为校企合作的实习实训基地,成为输送人才的地方。让我们这类人才的培养落到实处,能真正为校园体育文化、社会体育文化乃至国家和国际体育文化传播的复合型人才。

### 三、结论

校园体育文化的传播是一项十分重要工作,只有在物质和制度保障、发挥其功能、丰富其内涵、途径的支持、人才的支撑,才能更好地发挥体育文化的作用,这也就离不开学生的参与、教师的教育和参与、学校的鼓励、国家的提倡、政策的支持、社会的参与与需求。

### 参考文献:

- [1] 张晓,高荣,刘奇.融媒体时代体育类短视频传播的现实图景和路径优化研究[J].体育视野,2022,(13):20-22.
- [2] 潘静博.融媒体发展意义及面临的挑战分析[J].新闻研究导刊,2022,13(17):80-82.