

# 融媒时代背景下体育新闻的传播模式研究

朱梦迪

(西安体育学院, 陕西 西安 710000)

摘要: 在融媒体时代下, 体育新闻的传播方式日益多元化, 并且在内容和形式上更容易满足观众的需要。在融媒体的作用下, 体育新闻记者通过微博、微信、网页等网络平台, 将体育新闻信息以图文的形式呈现在观众面前, 满足观众对体育新闻的需要, 同时为体育事业的发展和传播提供助力。本文对融媒体背景下体育新闻传播模式展开分析,

关键词: 融媒体; 体育新闻; 新闻传播; 策略研究

## 一、融媒体的发展特征

### (一) 共享性

在融媒体时代, 传统媒体整合、共享资源, 重新构建策划、采、编、发流程, 建立报、网、端、微共享稿件库。例如, 人民日报的“中央厨房”系统, 不仅仅是一个“采编发”一体式稿库, 更是一套完整的融合媒体系统。在这一体系结构中, 总编就是调度中心, 主要负责决策和指挥, 对各项工作进行指导和监督, 是决策制定、资料收集、材料编写和发布的主要领导。采编联动平台是一个长期运作的组织, 它由技术部门、采访中心和编辑中心组成, 它的任务是完成新闻发布的指令, 以及对后续信息进行反馈。工作人员分散来自于“报、网、端、微”等其他部门, 他们共同组成了一个全新的工作小组, 在总编的指挥下进行各种媒体信息的加工, 最终所有的产品都会被送到后台的新闻发布会上。而人民网总编室、新媒体中心总编室则是负责对文稿进行甄别与利用, 即从文库中抽取所需的文稿, 之后既可以将这些作品当成自己的作品, 或者将其作为自己的作品进行二次创作。新闻产品首先在社属媒体上发布, 然后在国内和国外的合作媒体上进行宣传。

### (二) 快速性

在融媒体快速发展的大背景下, “两微一端”这种新媒体平台很快就占据了市场, 这也说明了新闻传播本身的时效性功能。在网络媒体的速度优势下, 传统媒体要想不被淘汰, 必须要提高新闻发布速度, 从而增强自己在信息传播上的影响力。人民日报微信、微博、客户端、新华社客户端等多年来一直在不断更新新闻, 每日推送新的新闻、表达观点。

### (三) 交互性

在融合时代, 信息传递效率大大提升, 但信息量太大, 观众们根本无法消化, 只能从大量的信息中筛选出有用的信息。如果媒体不关注观众的关注点和兴趣点, 那么他们很快就会“失宠”, 降低在新闻传播方面的影响力, 从而降低企业收益。因此, 当前媒体更加重视与观众的互动, 通过评论区、大数据分析等方式来搜集观众的喜好, 从而达到“精准推送”的目的。在融媒体时代, 人们能够方便地利用手机来了解当前各种社会新闻, 同时也可以通过网络搭建的交互平台来表达自己的观点。

## 二、融媒时代背景下体育新闻的传播模式

### (一) 由现场报道向现场直播发展

传统的体育新闻是利用摄像机来捕捉体育比赛的视角和焦点, 给观众带来“现场感”, 但这种由导播、后期剪辑等专业人士精心筛选和组织起来的现场直播, 却是一种“蒙太奇”的表现形式, 这种报道将观众的感觉局限在二维的层面上, 而非现场的“还原性”。一方面, 由于直播技术的发展, 受众的观察视角也随之发

生了改变, 成为一种“身临其境”的“现场语言”视角, 从而使观众获得了空前的“身临其境”的新闻观看体验。腾讯体育花了五亿美金, 签约了中国 NBA 联赛的独家数字版权, 专注于 NBA 的直播, 让腾讯的粉丝们可以看到 NBA 的直播画面, 让粉丝们可以和他们的偶像进行深度互动, 打造一种“在线即在场”的临场化感官体验。

另一方面, 3D 新闻、VR 新闻、AR 新闻的出现让观众们有了一种身临其境的感觉, 比如, 新华社采用全息投影的方式将直播间虚拟化成一个体育馆, 将连线记者的身影投射到演播室内, 让观众们的临场化观感得到了极大的提升。

### (二) 由新闻工作者视角向观众视角发展

随着人们对体育新闻的需求越来越呈现出多元化, 为了满足不同观众的偏好, 融媒体向着个性化定制和推动发展。也就是说, 融媒体利用信息技术、大数据对新闻信息进行过滤, 从而给观众推动个性化定制的新闻。比如虎牙, 新浪体育, 腾讯体育等多个网站都会给用户“关注标签”, 比如 NBA, CBA, 中超, 德甲, 欧冠等, 一个用户可以设置多个标签。体育新闻平台将用户的体育新闻需求转化为个性化的新闻, 使“传者思维”向“用户思维”转变, 从而提高用户的粘性。

### (三) 由对新闻事件本身报道向对新闻事件进行预测、分析发展

在传统的体育新闻制作过程中, 新闻工作者要亲自到现场观摩, 并对当天的比赛进行整理和归纳, 这使得新闻报道呈现出扁平的特点, 有一定的滞后。而在融媒体背景下, 新闻平台和新闻工作者可以通过对当天天气、场地状况、以往的比赛数据、运动员的运动轨迹等数据中, 挖掘出一些有价值的信息, 从而对未来的体育赛事进行预测。就拿 NBA 来说, 新赛季马上就要开始了, 美媒 Clutchpoints 根据之前的数据, 大胆的预测了斯蒂芬·库里下赛季的表现, 以此来满足 NBA 粉丝们的好奇心。又如, 普利策的《波士顿环球报》, 在波士顿发生的马拉松爆炸事件中, 就使用了谷歌地图, 将事件发生时的人们的逃亡数据。这使得新闻的内容进一步延展, 新闻视角更广、收集的信息范围更大。

### (四) 由新闻工作者撰写稿件向人工智能技术自动生成稿件转变

“独立主体”向“人机协同”的转变——对智能新闻写作的推动。

麦克卢汉倡导技术决定论, 认为媒体延伸了人的感官, 而机器人写作的实质就是通过模仿人的感知进行写作。在体育新闻写作中, 机器人不但可以迅速捕捉到相关的信息, 还可以通过大数据进行智能捕捉, 从而提高了新闻写作的效率, 降低了人为错误。《华盛顿邮报》的机器人记者 Heliograf 首次将机器人写作用于里约奥运, 并在 twitter 上发布了 600 条相关新闻。“小明”是“今日头条”上的机器人记者, 是中国首款能够实时报道奥运会事件的智能机器人。

### (五) 质量严谨性降低, 娱乐性增强

在社会发展到一定程度后, 社会就会变得相对稳定, 很多新闻内容相对严肃, 却很难引起人们的注意。现代人的生活和工作压力都比较大, 他们希望在空闲时间得到精神上的休息。而体育

运动,则是其中一种非常有效的方式。人们在享受运动的同时,也能感受到体育运动所带给人的精神上的力量。而体育新闻在某种程度上带有娱乐属性,这使得它在融媒体时代广受欢迎。为了在融媒体时代,更好地发挥体育新闻和体育活动的娱乐性,许多传统的体育新闻节目都进行了大量改革。在当前的媒体环境下,观众通过手机等媒介,能够在各种媒体上了解体育名人身上的趣事,让观众在观看体育新闻的同时,也能在身心上得到放松。

#### (六) 体育传播由单向传播向交互性影响转变

在融媒体时代,体育新闻台与观众的互动关系不断加强。随着网络媒体的兴起,特别是移动互联网的兴起,体育新闻传播平台与观众的互动局面发生了翻天覆地的变化。观众可以对体育新闻自由表达自己的观点,同时,体育记者也可以在最短的时间内对观众的评论做出反应。除了读者与记者的交互,读者与读者也可以进行交流。可见,单向沟通方式向双方互动模式的转变使体育新闻的交互作用更加突出

### 三、体育新闻制作在融媒体传播中的突破

#### (一) 坚定政治立场,传播正向价值观

在融媒体快速发展的大背景下,体育新闻要不断发展,就必须要有清晰的定位,体现正确的价值观。十九大报告提出大力发展体育强国的战略,指出“要精心谋划,狠抓落实,不断开创我国体育事业发展新局面,加快把我国建设成为体育强国。”基于此,体育新闻生产必须以为人民服务为基本目标,明确政治立场,面向体育强国建设目标,把最广大人民的利益作为一切工作的出发点和落脚点。随着网络媒体的发展,体育新闻报道越来越具有娱乐性。一开始的时候,公众对比赛数据的解读和技术分析都会持乐观态度,因为这样既可以增加体育新闻的趣味性,也可以提高大众对体育新闻的兴趣。一些网络媒体为了博取大众的眼球,将目光投向了体育明星的私生活、绯闻和糗事,这样的做法虽然吸引了大量的眼球,但是却失去了体育新闻的价值。体育新闻传播的目的是通过对体育赛事、体育活动的跟踪报道,向大众传播体育竞技精神,使人们在体育赛场上奋发向上、勇往直前。随着当今网络传播娱乐化的加剧,体育新闻的娱乐化已经严重影响到人们对体育新闻的传统正面形象。因此,在强调娱乐性的同时,网络传播必须重视体育新闻的基本要素。因此体育新闻媒体在传播体育新闻的过程中要坚持“正向宣传”,坚持“正确的舆论导向”,把握好网络舆论的话语权,这是当前体育新闻传媒的当务之急。

#### (二) 关注观众个性化需求,发展个性化新闻

在融媒体时代,体育新闻媒体要充分发挥其特色和场地资源的优势,深入挖掘本地受众的需要,并为其提供个性化的服务,体现自身特色。比如,通过专业化内容大胆开展知识付费。近年来,体育新闻收费的主要方式为体育赛事的会员制,直播比赛按点击量收费。腾讯体育平台按月、季度、全年三个阶段,为会员提供观看权限。所以,当我们深入挖掘这些用户的需求进行体育数据的报道时,必须要关注观众和新闻任务的隐私,在制作新闻的过程中,新媒体平台要做好“把关人”的角色,发挥自己的“思考与抉择”作用,抛弃“机会与暴力”的恶性循环。在探索市场化发展路径的同时,也要进行业务模式的重构。

#### (三) 严把新闻内容,关注用户的隐私

技术是融媒体环境下体育新闻发展的重要支撑,但过度依赖技术,忽略体育新闻内容的质量,将会导致体育新闻陷入“技术理性”的沼泽。毕竟,体育新闻内容通过对视角和深度的挖掘所展现出来的人文关怀是科技所不能弥补的。因此,我们一方面要在技术上下功夫,在不断地创新技术的同时,也要探索新的体育

新闻内容呈现方式,不断推出有思想、有温度、有品质的体育新闻报道,以推动体育新闻工作全方位的发展。比如,中国体育报社将中国移动合作,利用中国移动的 Myuke 的技术优势提高体育新闻质量,并将公司作为一家大型媒体集团,计划推出《体育实验室》《冠军背包》《冠军访谈》等高质量的节目,全方位地展示中国运动员备战、夺冠时刻以及幕后的故事,展示体育新闻的深度。

#### (四) 加强体育新闻队伍建设

我国传统体育新闻传播模式多为体育记者跟踪、采访、撰稿,再由传统媒体、广播、电视等传统媒体进行报道。这些传统媒体从业人员在长期跟踪体育新闻报道方面积累了丰富的经验和全面的体育知识,这是新媒体团队缺乏的。但随着传统媒体与新媒体的界限日益模糊,体育新闻队伍建设应向兼并融合方向发展,学习先进的技术手段,打造官方平台,开发自身应用,形成自己独特的发 展模式,同时保持传统新闻传播的权威性与舆论引导性,利用双方优势提高队伍的综合素质,更好地为体育新闻传播服务。

#### (五) 强调真实性,进行深度报道

在融媒体时代,体育新闻的具体内容应更注重深度,突出体育新闻独特的精神内涵,更注重体育新闻的综合数据、各个阶段的结果、关键点的分析与整合,使受众对体育新闻的本质与特性有更深刻的认识,强化体育新闻的意义与价值。为广大受众提供更加全面、独特的体育新闻服务,必须不断强化自身的责任意识,及时查证、审阅、审阅体育新闻,在融媒体时代,每个人都可以发布新闻信息,必须注重新闻的真实性,一旦发现虚假信息要及时更正删除,提升体育新闻发布的客观性和准确性,把握新闻报道的准确方向。

#### (六) 健全新媒体监管体系

加强新媒体监管,首先要重视新媒体立法,制定和完善相关法规,以严格的法律条文为标准,建立有序的新媒体发展环境,优化健全市场监管机制。同时要注意发挥社会各界的监督影响,依靠人民群众的力量来监督各新媒体平台体育新闻的传播,各新闻媒体也要时刻自律,积极恪守各项法规条例,关注从业人员综合素养,强化新媒体平台体育新闻的传播,各新闻媒体也时刻自律,积极恪守各项法规条例,关注从业人员综合素养,强化其新媒体水平及法律观念,逐步促进新媒体体育新闻传播的有效性。

### 四、结语

体育新闻的新变化、新问题、新路径的出现,既是体育新闻传媒在适应社会化新闻发展思维的过程中,也是体育新闻不断优化内容的过程,在体育新闻的传播途径和话语权分配方式上,正进行着“破”和“立”的斗争。因此,体育新闻创作必须突破传统的束缚,以新的视角和观念重新审视新媒体的发展,在坚持自己的价值观的同时,不断地顺应时代的变化,在时代的变化中构建社会共识。

#### 参考文献:

- [1] 王敏静. 体育新闻报道的融媒体思考与探索——以第十四届全国运动会报道为例 [J]. 传播与版权, 2022 (04): 4-6.
- [2] 韩玉红. 融媒体时代体育新闻促进全民健身发展的策略研究 [D]. 吉林体育学院, 2020.
- [3] 崔海亭. 媒体融合视域下体育新闻专业人才培养模式研究 [J]. 当代体育科技, 2018, 8 (24): 215-217+219.

作者简介: 朱梦迪 (1998-), 女, 西安体育学院硕士在读, 研究方向: 体育法学。