

新媒体视角下的国际体育传播

——以南非世界杯和伦敦奥运会为例

张 锐 涂明亮

北京大学, 北京 100871

摘 要: 2008年北京奥运会的成功举办,掀起了我国由体育大国向体育强国迈进的序幕。在新的历史时期下,体育传播成为了我国体育强国建设过程中的重要一环,尤其是新媒体在世界范围内产生深远影响的当今,如何正确认识和利用新媒体在国际体育新闻传播中的作用至关重要。本文以南非世界杯和伦敦奥运会的新闻报道为切入点,通过对新媒体的界定与阐述,深入分析新媒体在当今重大体育赛事中的具体应用,同时解读传统媒体在面对新媒体挑战时所做出的优化调整,以期对日后的国际体育传播实践有所裨益。

关键词: 新媒体; 国际体育传播; 南非世界杯; 伦敦奥运会

1 什么是新媒体

根据《中国新媒体发展报告(2010)》,新媒体包括了狭义上的新型媒体和广义上的新兴媒体。前者主要指网络媒体,包括被称为第四媒体的互联网和第五媒体的移动网络,后者既包括网络媒体,也包括传统媒体运用新技术以及和新媒体融合而产生或发展出来的新媒体形式,如数字报、电子书等。

关于它的传播特点,新浪网副总编辑孟波将其归纳为“六全”,即全时传播、全域传播、全民传播、全速传播、全渠道传播及全互动传播。这就意味着新媒体的出现完全打破了传统媒体所建立的格局,它不再受到时间空间的束缚,形成了一种全新的立体化传播体系。

新媒体只是一个相对的概念,是相对于传统媒体而言的。这是指在一定的时间段内有代表这个时间段的新媒体形态,但它永远不会终结在某个固定的媒体形态上。例如,当电视出现时,它就是那个时代的新媒体,而广播和报纸则成为了相对的传统媒体;而到了现在,互联网和移动网络成了当今时代的新媒体,电视也变成了传统媒体。

2 新媒体的具体运用

在以往的国际体育赛事转播中,电视、报纸等传统媒体扮演了十分重要的角色。约瑟夫在《体育宣传:一个实践途径》一书中深入考察了体育公共关系的历史沿革和流派纷争,为体育公共关系的理论与实践发展提供了一个独特的分析视角。传统媒体在体育宣传报道方面有其固有的优势,但是随着科技的进步和人们对于多样化生活的渴求,新媒体开始登上传播舞台,在国际重大体育赛事中绽放出耀眼的光芒。

2.1 网络视频体育传播

网络视频直播是以宽带网络资源为基础,以流媒体视频压缩技术为手段,以音视频信号的编码和压缩处理为主要方法,可以在互联网上实现实时播放的新型传播方式。网络视频直播的运用,

引领了体育赛事观看方式的优化升级热潮。受众，这一在传统媒体语境下经常受到忽视和边缘化的群体，在网络视频直播年代成为了话语权的中心。

2010年南非世界杯是全球范围内第一次开展新媒体直播，中国网络电视台（CNTV）则成为了中国内地唯一一家获得世界杯转播资质的新媒体机构。CNTV与腾讯网展开合作，使腾讯网成为唯一的世界杯在线视频直播门户网站。由腾讯网独创的“视频+微博+实时数据”三合一“全直播”模式，调动用户的深层次参与，完成从“吸引眼球”到“专业性参与”的升级，对未来的门户赛事报道影响深远。

2012年伦敦奥运会，国内各大媒体相继发布奥运媒体传播战略。中国网络电视台（CNTV）则成为本届奥运会中国大陆地区唯一持有互联网和移动平台转播权的新媒体机构。在伦敦奥运会的比赛转播中，网络视频直播占据了很大比例，满足了观众在观看时间、地点、方式上的不同需求，克服了传统媒体只能定时、定点、定向观看的不足，成为奥运转播市场上一道亮丽的风景线。

2.2 微博体育传播

微博，即微型博客，是基于有限和无线互联网终端发布精短消息供其他网友共享的即时信息网络，其字数通常被限定在140个字符以内。微博传播有其固有的特点，呈现出裂变式增长、从全方位实现消息传递的传播特点，逐渐成为新媒体时代不可或缺的传播工具。

2010年7月8日，艾瑞发布的世界杯网民调研数据显示，微博是本届世界杯中网友使用比例最高的网络互动产品。在阿根廷与德国双雄大战的2个小时内，新浪微博新增300万条微博数，微博发送量峰值达到3000条/秒。

如果说北京奥运会让视频网站等新媒体走入了人们的视野，那么2012年伦敦奥运会则让微博等社交媒体深入了人们的生活，使微博成为群众娱乐生活必不可少的一部分。据新浪官方数据显示，从伦敦奥运会揭幕以来，截至7月28日下午，新浪微博上公布奥运微博条数达1.2亿次，其中有240万条奥运微博发自英国。数以亿计的微博从不同的网络终端发出，体育迷通过微博平台支持自己喜爱的选手，发表各种与赛事相关的评论。

2.3 手机体育传播

手机媒体，是以手机为视听终端、手机上网为平台，以分众为传播目标，以定向为传播效果，以互动为传播应用的个性化信息传播载体和大众传播媒介。它的出现，消除了大众传播与人际传播之间的主从关系，使个体行为在新闻传播中价值得到充分体现。

在南非世界杯上，手机电视直播以黑马之姿闯入了人们的视野，并很快成为大家喜闻乐见的赛事观赏方式。正如美国学者保罗·莱文森（Paul Levinson）所言，由于手机同时具备了电视的直观性、广播的便携性、报纸的保存性和网络的互动性，这就使得作为手机诸多功能的一种的手机电视，比普通电视更具有影响力和市场潜力。

2012年伦敦奥运会，手机媒体推陈出新，以先进的技术手段进一步抢占了赛事新闻渠道的高地。“二维码”这一新兴事物首次出现在了中央电视台的电视屏幕上。通过二维码，电视媒体可以与手机媒体实现无线连接，从而为观众提供更佳的收视体验。

手机体育传播的出现是当今智能手机业务飞速发展的缩影。随着手机使用范围的扩大、使用门槛的降低和使用频率的增加，其在重大的体育赛事中所扮演的角色将更值得期待，也更值得关注。

3 传统媒体的新改变

随着新媒体的崛起和迅猛发展，传统媒体开始走下坡路，市场份额逐渐降低，甚至出现生存艰难、前景黯淡的状况，传统媒体的空间资源受到挤压，整体受冲击程度难以想象。但是，传统媒体并非真的无路可走，关键在于其能否发挥现有优势，直面当今传媒环境的挑战，化被动为主动。北京晚报在南非世界杯系列报道中取得的重大成功便是传统媒体在新环境下做出优化选择的必然结果。

面对各种新媒体在国际体育赛事报道中的竞争，北京晚报审时度势，选择了全新的报道方式。首先，北京晚报将在世界杯中火遍全球的南非特色“呜呜祖拉”作为特刊的刊名，让人眼前一亮，给体育世界带来一股清新之风。其次，专辟“编看编悟”版面，让每位编辑都有感而发、有话可说。平易近人的语言风格也引起了读者们的共鸣，打破编者与受众之间的藩篱。再次，特设名家路线，每天一篇，一天不落。萨苏、冯唐等著名作家和金志扬、洪元硕等北京足球名家在特刊中发表言论，丰富了读者的欣赏角度，使读者受到了专业知识的积淀和文艺思想的熏陶。在这场世界杯大战中，西班牙夺得了最后的冠军，而北京晚报也收获了属于自己的丰硕成果，博得了新闻业界的广泛好评。在深入剖析其在世界杯报道中的颠覆性改变之后，如潮般的掌声涌来也是意料之中了。窥一斑而见全豹，传统媒体并非“将死之鸟”，只要选择恰当的道路和方法，依然可以东山再起，再现辉煌。

4 结 语

国际传播是一个不断发展变化的过程，在几乎时时刻刻都有比赛的体育领域尤甚。而媒体在国际体育传播中的作用不可估量，前国际奥委会主席萨马兰奇曾说过“衡量一届奥运会是否成功的标尺是媒体”，足见媒体的影响力。在网络媒体、手机媒体大行其道的当今社会，传统媒体也不会坐以待毙。在国际体育传播领域，新媒体和传统媒体将借助多种介质进行聚合互融的锻造，实现优势互补，进入全新的“全媒体时代”。