

体操运动自媒体传播的现状与对策研究

杨梦飞

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: 本文采用文献资料法、问卷调查法、专家访谈法以及逻辑分析法等研究方法, 探讨体操运动在自媒体传播中的现状与对策。研究表明, 自媒体对体操运动有如下影响: 成为体操运动普及的“新工具”; 促进体操技术和内容的创新性发展; 拉近体操参与者的距离, 改善体操的认知观念; 促进体操文化的传承和发展。现状: 体操内容的信息信任和内容质量问题; 体操内容的信息过载和碎片化; 体操内容的非专业化以及缺乏专业的指导监督; 体操运动的互动与反馈不足; 体操内容的版权和法律问题。对策: 建立内容审核和认证体系; 推广智能化筛选和推荐系统; 加强专业体操自媒体教练培养并创建在线指导体系; 建立在线社区和互动平台; 加强政府监管, 增强平台自我管理能力。

关键词: 体操运动; 自媒体传播; 传播现状; 应对策略

Research on the Current Situation and Countermeasures of Gymnastics Self-media Communication

YANG Meng-fei

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: This paper uses the literature method, questionnaire survey method, expert interview method and logical analysis method to explore the current situation and countermeasures of gymnastics in self-media communication. The research shows that the influence of self-media on gymnastics includes: Being a “new tool” for the popularization of gymnastics; Promotes the innovative development of gymnastic techniques and content; Brings gymnastics participants closer together and improving the cognitive perception of gymnastics; Promotes the inheritance and development of gymnastics culture. The current situation is manifested as: Problems of Information trust and content quality of gymnastics content; Information overload and fragmentation of gymnastic content; Non-specialization of gymnastics content and lack of professional guidance and supervision; Insufficient interaction and feedback on gymnastics; Copyright and legal issues of gymnastics content. The Countermeasures are as follows: Establish a content review and certification system; Promote intelligent screening and recommendation systems; Strengthen the training of professional gymnastics self-media coaches and create an online guidance system; Build online communities and interactive platforms; Strengthen government supervision and enhance the self-management capacity of platforms.

Key words: Gymnastics; Self-media communication; The current state of communication; Coping strategies

随着信息技术的发展和社交媒体的普及,以微博、微信、抖音、直播、短视频等为代表的自媒体平台快速崛起,极大地改变了人们的生活方式,使“无网不在、无微不至”成为常态^[1]。在新时代数字技术赋能体育传播的背景下,体育自媒体逐渐成为各类运动项目发展的重要传播载体^[2],在促进全民健身发展^[3]、推动体育文化传播^[1]以及加强体育对外传播^[4]等方面发挥着积极而深远的作用。

体操被誉为“现代运动之父”,对促进人的身心健康发展、提升大众的生活质量具有重要价值^[5]。其体操内容(罗超毅,2016)由竞技体操的单维结构向表现形式多样化的方向发展;其任务也从专注于竞技体育的争金夺银转向大众体育,致力于推动美好生活的实践^[5]。2021年国务院印发的《全民健身计划(2021—2025年)》提出推动全民健身战略深入实施,激发了人民群众通过健身促进健康的热情^[6],各类运动参与度持续提升,其中体操活动也呈现出蒸蒸日上的发展态势。

在新时代体育发展的背景下,在建设体育强国的新时期,传统信息传播媒介(如电视、广播、报纸等)线性传播的模式已经难以满足日益增长的体育内容获取需求,自媒体平台成为体操运动传播的新战场。然而,自媒体平台在为体操运动提供传播便利的同时,也带来了诸多新的挑战 and 机遇。本研究深入分析了自媒体在体操运动传播中的现状与影响,并提出针对性的对策建议,以期进一步推动体操运动的健康发展。

1 自媒体对体操运动传播的影响

自媒体的兴起打破了传统信息传播中“点到面”的模式,实现了“点到点”的传播方式,使得信息的获取与传播变得更加便捷。体育自媒体逐渐成为各类运动项目快速发展的重要传播途径,在促进全民健身发展^[3]、推动体育文化传播^[1]以及加强体育对外传播^[4]等方面发挥着积极作用。对于体操运动项目的普及和发展而言,这一趋势既是机遇也是挑战。自媒体平台不仅能促进体操运动项目的普及,还能推动体操教学技术和内容的创新性发展,从而有助于促进大众对体操运动的理性认知与参与。在这个信息传播变革的时代背景下,自媒体对体操的传播产生了深远的影响。

1.1 自媒体成为体操运动普及的“新工具”

中国人民大学新闻学院与抖音联合发布的《大众运动“新工具”——直播、短视频与体育传播研究报告》(以下简称《报告》)指出,直播、短视频已逐渐成为大众获取运动知识、激发运动兴趣、培养运动习惯的“新工具”^[7]。作为大众参与体育运动的“新工具”,直播

和短视频为体育健身实践带来了新发展、新趋势与新价值。体操运动员和教练员通过短视频展示训练成果、技术动作和竞赛视频,从而吸引更多人关注体操并主动学习。平台的直播功能可将体操比赛和训练日常实时传播,大众能够在不同时间和地点观看体操运动的精彩瞬间,这将有助于提升体操的关注度与影响力。通过在自媒体平台传播,有助于推动体操教育和培训的发展。专业体操教练通过分享技术教程、训练方法和健身建议等内容,能够为广大体操爱好者提供学习与训练的机会,从而促进体操运动项目的普及与发展。

1.2 自媒体平台促进体操技术和内容的创新性发展

随着全民健身国家战略的实施和“互联网+”战略的深化,“互联网+体育”成为新的发展方向。抖音平台凭借其庞大的用户群体和丰富的健身视频资源,成为“互联网+体育”领域的重要平台。自媒体提供了一个便捷的交流和讨论空间,众多的体操退役运动员,如杨威、李小双等;专业的体操爱好者,如励志旺、小邓不爱练体操等;以及体操协会(如河南体操协会)和太原市体育工作队相关账号都入驻了自媒体平台。具有体操专业资格认证的博主通过自媒体平台上传体操、啦啦操、广场舞、广播体操等技术讲解视频、训练方法和教学片段,此种直观的展示方式有助于更多公众根据自身需求了解和学习专业、准确的体操技术动作及相关内容,从而促进技术和内容的创新发展。

1.3 自媒体平台拉近体操参与者的距离,改善体操的认知观念

随着政府部门加大对全民健身科学运动研究和科普宣传的投入,自媒体成为全民健身信息传播的有效平台^[3]。一方面,它拓宽了线下体操运动健身的社交边界。大众不再局限于传统健身社群线下互动的物理空间^[8],在体育视频、内容分享的评论区以及各大体育论坛、直播间等虚拟空间进行健身话题讨论已成为当今主流趋势。通过自媒体平台直接互动和内容分享的形式,可有效拉近体操参与者(包括运动员、教练和大众)之间的距离,同时推动体操运动在社会群体中的普及。另一方面,它改善了体操运动的认知观念。体操爱好者、专业体操运动员以及体操教练员等专业人员分享体操的相关内容和知识,帮助大众更好地理解竞技体操与大众体操并非对立关系,而是相辅相成、相互促进的关系^[9]。从发展趋势来看,表现为竞技性体操的大众化发展,例如快乐体操^[10]理念的实施,从而改变大众将体操仅局限于竞技体操的传统认知。

1.4 自媒体平台促进体操文化的传承和发展

随着传播媒体技术的发展,媒体双向互动性极大增强,如今的受众也表现出新的特点:从被动走向主动,

从信息的使用者和消费者走向信息的生产者,从“大众”走向“分众”甚至“小众”^[11]。传播媒体的快速更替促使体育文化的发展更加细致、广泛,一方面促进体育文化的传播和发展,另一方面有利于大众更加全面地了解体育文化的内容。

体操作为体育项目的重要组成部分,其文化是体育文化的核心内容,具有鲜明的文化特性和深厚的内涵^[12]。从广义上讲,体操文化属于体育文化范畴,体现了体操运动之美及其价值观,涵盖了物质与精神财富;狭义上,体操文化通过身体动作塑造和展现人体自然美、协调运动美与完善美,体现了体操运动的思想理念与行为意识^[13]。自媒体短视频平台如抖音、快手、小红书等打破了传统媒体在体操文化传播中的局限,创造了更加灵活和广泛的传播渠道,不仅让大众能够接触到丰富的体操知识,还加速了体操技术、训练方法、比赛规则以及全球发展动态的传播。这些平台通过专业教程、赛事直播等内容,有效提高了公众对体操文化的认知水平,尤其是在年轻群体中,培养了更多体操爱好者。与此同时,自媒体平台为体操爱好者和从业者提供了互动交流的空间,形成了积极的体操社区。通过线上讨论和经验分享,体操运动的技术交流、创新和最新发展得以迅速传播,进一步激励了更多人参与到体操运动中,推动了体操文化的传承与发展。

2 体操运动自媒体传播的现状

2.1 体操内容的信息信任和内容质量问题

自媒体时代的到来,短视频创作凭借低门槛和高度灵活性,打破了传统视频制作对专业采编团队的依赖,大幅降低了创作者在技术和专业性上的要求,创作主体逐步个体化,形成了“人人都可成为自媒体”的趋势^[14]。但与此同时,“流量至上”的观念愈发盛行,流量似乎成为解决一切问题的关键^[15],导致一些非体操爱好者为获取流量,在自媒体平台发布负面信息,误导公众对体操产生错误认知。例如,在自媒体平台发布体操事故、错误技术教学等内容,严重影响了体操内容的质量以及大众对这项运动的信任,进而扰乱了良好的互联网传播秩序。

2.2 体操内容的信息过载和碎片化

短视频自媒体平台的创作者数量庞大,平台上会涌现大量的体操内容,涵盖技术教学、赛事报道、运动员访谈等方面,造成信息过载。对于普通大众或初学者而言,面对海量且同质化的体操信息,容易陷入选择困境,产生认知混淆,难以辨别哪些内容可靠,也难以找到适合自身水平的技术指导,从而阻碍了他们对体操运动的参与和学习。例如,在抖音、小红书、快手等自媒体平台搜索“体操队形”“广播体操”“前滚翻教学”等关键词,

会出现众多类似的短视频,显示结果杂乱无章,且没有完全可靠的认证内容作为学习资源。

自媒体平台倾向于提供短小的视频、快速消费的内容或者碎片化的技巧分享,如体操技术动作教学、动作要求以及训练方法等内容,都以简短、零碎、不成系统的方式传播。虽然这种形式便于快速了解和初步学习,但可能不利于深度学习和系统化训练。体操是一项技术性很强的运动,需要系统性的学习和长期的练习。碎片化的内容难以提供系统的知识结构和持续的指导,可能使得学习者难以建立起完整的技术体系,也难以明确进步路径。

2.3 体操内容的非专业化和缺乏专业指导监督

自媒体平台的开放性使得任何创作者都可以发布关于体操运动的技术动作和教学内容,但并非所有创作者都具备专业的体操训练背景和官方认证。在抖音、快手和微信公众号等平台上,拥有官方认证的传播者有体操教师、退役运动员和专业爱好者。其中,像杨威、李小双等退役运动员,以及专业的体操爱好者,如励志旺、小邓不爱练体操等,都是重要的内容创作者。尽管退役运动员拥有官方认证,但其传播内容往往侧重于生活日常和比赛视频,而专业爱好者则更关注训练日常和部分技术动作的教学。然而,这些内容通常缺乏系统性,难以提供有效的专业指导。

通过访谈得知,专业的体操教练员主要精力集中在培养专业体操队的训练上,对自媒体相关知识以及拍摄、剪辑等技术掌握不足,导致自媒体平台缺乏具有影响力的专业体操教练员来传播体操技术动作和教学视频。这使得部分不正确的体操技术动作示范或相关内容可能被错误传播,从而误导大众参与者。对于缺乏专业体操知识和训练的广大来说,面对那些可能忽略了体操技术动作规范性和安全性原则的体操内容,在学习过程中可能会受伤或形成不良的运动习惯。同时,由于体操运动本身的技术特点,在没有专业教练监督的情况下,参与者在学习和训练部分体操技术动作时难以理解和实施,进而增加了受伤的风险。

2.4 体操运动的互动与反馈不足

在自媒体平台发布的一些技术动作或教学视频,通常采用一对多的单向传播形式,发布者无法根据每个人的具体情况进行个性化的指导。体操学习者通过自媒体平台上的教学内容进行学习和训练时,无法及时将自身的训练状况或遇到的问题与发布者沟通,也无法得到相应的反馈指导。这使得体操练习者因考虑到技术动作的难度和复杂性,而放弃体操运动的学习与参与。

2.5 体操内容的版权和法律问题

在自媒体时代,侵权问题已成为一项严峻的挑战。

版权作为一种法律概念,赋予原创作品创作者专有权,确保其对作品的使用和传播拥有控制权^[16]。然而,许多新入行的体操内容创作者在数字化环境中工作,既缺乏对版权和侵权问题的深入理解,版权教育的匮乏也成为引发版权纠纷的重要因素。由于版权意识淡薄,一些创作者为了“蹭热点、赚流量”,未经授权便在自媒体平台上复制、引用、改编、增删或替换他人制作的体操视频或技术教程^[17]。部分练习者在学习和模仿他人非正规教学方法进行体操训练、身体活动及器械使用时,特别是在发布者未提供必要的安全警示或指导建议的情况下,可能会在训练过程中受到伤害,此时发布者需承担相应的法律责任。由此可见,解决版权侵犯问题任重道远。体操创作者应重视版权问题,秉持坚持原创、创新、准确的态度对待体操运动的发展,以促使更多大众积极参与其中。

3 体操运动自媒体规范传播的对策

3.1 建立内容审核和认证体系

为了更好地促进自媒体平台的良性发展,提升平台的监管力度和准入门槛至关重要。首先,平台自身应加强内部管理,建立更为健全、系统化的审核体系^[18],确保体操发布内容的准确性和合法性。其次,随着自媒体创作者数量的增加,对于违反平台规范、发布低俗或不合法内容的创作者,可以采取禁言、封号、注销账号等手段予以惩罚。最后,通过提高自媒体平台入驻门槛并加强内容标签的认证,平台能够筛选出更有价值、更具创新性的内容创作者,降低低质量体操内容的发布比例。加强监管的措施不仅有助于净化自媒体环境,提升体操内容的质量,还能增强体操创作者的责任感;避免虚假、错误的体操知识、技术、教学方法以及体操赛事等内容影响大众参与体操运动项目的积极性,从而推动短视频自媒体平台朝着更加健康、有益的方向发展,进一步提高体操运动的普及度与影响力。

3.2 推广智能化筛选和推荐系统

自媒体短视频平台都有其独特且完善的算法机制。例如,抖音采用流量池、标签定位、热门等算法机制,主要依据用户画像、兴趣以及影响力较大的创作者来推送短视频^[19]。首先,平台算法应重点推送多元化的高质量内容,以提升信息的价值。在培养体操创作者时,应加强内容质量的审核,规范创作者的行为,并严格审查创作者的专业资质。对于投诉较多的创作者,可考虑取消其创作资格。平台根据体操参与者的兴趣推送相关内容时,应更加注重内容来源,选择符合新闻价值标准的信息进行个性化推荐,将新闻价值与用户兴趣有效结

合^[20],避免低质量信息的推送,确保用户接触到真实、可信的内容。其次,自媒体平台应增强信息推送的优势,降低推荐内容的重复性,提高内容推送的多样性,确保推荐页面内容的丰富性与创新性。最后,自媒体平台应严格做好内容质量监管工作,防止部分体操创作者为了获取流量和关注,二次搬运他人的体操技术视频或者教程,以及发布有损大众对体操认知观念的内容,误导普通用户。通过智能化筛选内容质量,并结合用户的兴趣推广体操运动的发展,能促使更多大众改善对体操运动的认知观念,进而促进大众参与体操运动,增强大众身体素质。

3.3 加强专业体操自媒体教练培养和创建在线指导体系

体操运动以展示人体美与运动美为主要特点,区别于其他体育项目。作为一项“难美性”运动,随着大众出于提升身心健康和休闲娱乐的需求^[9],其竞技性逐渐向娱乐性转变。在体操学习与训练过程中,专业教练的指导至关重要。体操创作者通过自媒体平台传播体操内容时,应提供相应的专业资质认证,确保内容的专业性,为大众提供有效的指导与学习机会。因此,应积极鼓励优秀的体操队教练员或退役运动员主动学习自媒体运营知识,积极分享体操技术动作教学视频、训练内容及赛事直播等资源。还应激励具备专业资质的体操教练在学员训练和学习过程中遇到问题时及时给予反馈,创建体操相关的交流群体,促进体操教练与爱好者之间的互动与沟通,从而推动体操运动在大众中的进一步普及与发展。

3.4 建立在线体操交流社区和互动平台

自媒体短视频的快速普及与发展,使线上平台成为大众娱乐和获取信息的重要渠道。它打破了时间与空间的限制,促使更多人采用线上+线下相结合的方式进行健身、技能学习和训练。自媒体平台应将用户体验与内容策略相结合,运用多样化的内容形式(如文字、图片、视频等),以满足不同用户的信息需求与偏好。通过互动与参与机制(如评论、点赞、分享等功能),不仅增强了大众与专业体操指导者之间的互动,还借助平台推广提升了体操运动的影响力。对于具有影响力的专业体操爱好者、运动员以及经验丰富的体操教练,可在自媒体平台发起创新性的体操技术挑战或教学交流活动,采用线上与线下相结合的方式,并设置相应奖励,促进体操爱好者与健身者的交流与学习,从而打造一个活跃、安全且富有吸引力的线上体操交流社区。

3.5 加强政府监管和增强平台自我管理能力

网络自媒体的快速发展及其在民众中的广泛影响力,

使得自媒体平台版权保护成为当前社会关注的重点之一^[21]。政府应加强网络法律法规的修订与监管力度,确保平台履行版权保护责任。例如,对于涉嫌侵权的内容提供者,应实施警告或禁止创作的处罚,并对涉嫌侵权的内容进行删除。平台应采取适当的技术措施,如数字认证,防止版权侵权行为的发生,进一步增强自身在版权保护方面的自律能力。体操创作者自身应积极申请“体操专业资质”“原创作者”等认证标签^[22],坚持在自媒体平台发布创新、原创且真实高质量的体操运动内容进行传播,这更有利于大众参与学习和应用。通过加强自媒体内容版权的管理,既有助于自媒体内容和平台的健康发展,又有利于促进体操运动的可持续发展。这样不仅能够改变大众对体操“高、难、险”的认知观念,还能激发更多人主动参与体操运动,充分发挥其健身功能。

4 总结

现代自媒体时代为体操运动的推广与发展提供了新的机遇。通过完善体操创作者的专业资格认证,能有效提高传播内容的质量,防止虚假宣传。同时,加强体操教练专业知识的培训和体操自媒体专业人才的培养,向大众传播体操知识和教学内容,有助于提升大众对体操的认知。体操运动所具有的健身功能,不仅能促进个体的身心健康,还可以激发大众参与体育活动的积极性,从而有效推动全民健身运动和健康中国战略的实施。借助自媒体的力量,体操运动能够更深入地融入人们的日常生活,为提升社会整体健康水平和实现全民健康目标奠定坚实基础。

参考文献

- [1] 谢珊珊,马鸿韬,李娜. 自媒体时代瑜伽体育文化传播:特征、异化与消解[J]. 沈阳体育学院学报, 2019, 38(6): 69-74.
- [2] 孙小龙,查建芳. 网络体育信息传播的构成形态、舆论极化与引导机制研究[J]. 体育与科学, 2017, 38(1): 58-64.
- [3] 邱俊强,路明月,张君,等. 运动促进健康:个性化精准解决方案[J]. 北京体育大学学报, 2022, 45(10): 2-18.
- [4] 张麟,薛文婷. 人类命运共同体视域下我国体育对外传播困境与策略[J]. 体育文化导刊, 2022(10): 50-56, 109.
- [5] 陶成武,袁守龙. 体操运动生活化发展的价值意蕴与路径转向[J]. 体育科学, 2024, 44(2): 3-11.

- [6] 国务院. 《全民健身计划(2021—2025年)》[EB/OL]. (2021-08-03)[2025-01-13]. https://www.gov.cn/zhengce/content/2021-08/03/content_5629218.htm.
- [7] 国家体育总局. 解读《大众运动“新工具”——直播、短视频与体育传播研究报告》——打破时空界限传递线上健身新理念[EB/OL]. (2023-01-18)[2025-01-13]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/c25119250/content.html>.
- [8] 王子豪,杨广辉,杨鑫. 我国体育自媒体传播研究[J]. 体育文化导刊, 2024(4): 38-45.
- [9] 李萍,陶成武,方奇,等. 现代体操运动的意蕴发展与结构演变[J]. 北京体育大学学报, 2020, 43(7): 127-134.
- [10] 罗超毅:“五位一体”打造“大体操”概念[N]. 中国体育报, 2014-06-05(01).
- [11] 李凌凌主编. 传播学概论第2版[M]. 郑州:郑州大学出版社, 2014(1): 229-233.
- [12] 唐雪姣. 论我国体操运动的文化内涵与特征[J]. 湖南人文科技学院学报, 2008(4): 42-44.
- [13] 郭春红. 体操文化特征研究[D]. 北京:首都体育学院, 2010.
- [14] 李佳. 短视频平台在新闻传播中的应用研究[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(15): 104-106.
- [15] 黄楚新. 我国自媒体发展现状、问题及对策[J]. 人民论坛, 2022(22): 104-107.
- [16] 曾白凌. 网络出版制度中的自媒体管理难题[J]. 现代出版, 2019(2): 41-45.
- [17] 陈新平,何双. “洗稿”的法治难题及纾解路径——以新闻类自媒体为例[J]. 传媒观察, 2023(6): 110-116.
- [18] 张杰,毛艺融. 平台型媒体内容审核:动因、现状与突破[J]. 出版科学, 2021, 29(6): 76-83.
- [19] 黄淼,黄佩. 算法驯化:个性化推荐平台的自媒体内容生产网络及其运作[J]. 新闻大学, 2020(1): 15-28, 125.
- [20] 田龙过,牟小颖. 短视频平台算法推荐机制对主流媒体新闻平台的启示[J]. 出版广角, 2021(4): 71-73.
- [21] 段林. 网络自媒体平台版权的法制化保护路径[J]. 出版广角, 2019(22): 44-46.
- [22] 杨超,颜璐. “自媒体”内容平台创作者使用意愿影响因素探析[J]. 青年记者, 2023(20): 57-59.