



■ 本期关注:“Z世代”全媒体体育传播

媒体如何适应“Z世代”体育传播特点?成都大运会作出积极探索——
不仅有“体”,还要有“技”

□本报记者 杜一娜 常湘萍

8月8日,成都大运会完美落下帷幕。顶流大熊猫“蓉宝”及其周边系列常常断货,比赛门票一秒售罄,18个大项、269个小项比赛场馆爆满……继2022年北京冬奥会后,又一个大型世界级体育赛事引发全民关注,由此引发的相关话题也频上热搜榜。

在传媒领域,大家在关注、报道一场场体育赛事的同时,精心的全媒体报道策划、强大的技术支持、创新的传播方式也令人津津乐道。



游泳运动员张雨霏与大熊猫“花花”比高低。



中国羽毛球选手王正行将自己的羽毛球拍借给乌干达选手。



成都大运会代表团成员们体验成都面人技艺。



参加成都大运会的外国运动员参观熊猫基地。



全球青年记者团走进成都洛带古镇体验拓印。

本版图片均为资料图片

“Z世代”观众:体育赛事衍生活题备受关注

成都大运会期间,中国羽毛球选手王正行将自己的羽毛球拍借给乌干达选手,成都串串店坐满外国运动员,张雨霏和大熊猫“花花”同框……

“‘Z世代’对于体育赛事的关注点更显分散,不再拘泥于比赛,而是从比赛向外扩展。正是这些扩展的内容让传播有了更深层次的释义,使得体育报道突破比赛本身,涵盖了更丰富广阔的内容范畴。”中国传媒大学电视学院党委书记曾祥敏分析道。

“于体育赛事而言,‘Z世代’的年轻人在关注内容、明星的同时也产生了更加多元的全新关注点,如观赛体验、新技术应用、赛事周边文化等。”北京体育大学新闻与传播学院院长李岭涛认为,“Z世代”会被沉浸、真实、炫酷的视听感受吸引,例如,会去了解“猎豹”摄像机、自由视角技术等,也会把目光聚焦在更具互动性和趣味性的赛事周边文化信息上,如成都大运会期间广受大众喜爱的“蓉宝”、北京冬奥会冰球比赛期间播放音乐《黄河大合唱》的DJ等。

“打造符合‘Z世代’口味的体育内容,首先需要的还是一以贯之地做好体育赛事相关内容信息提供,在做好内容供应的基础上再去挖掘更多的吸睛点和信息点。”澎湃新闻新闻体育新闻部总监朱轶观察到,在创作时要符合当下网络媒体时代的硬性要求——“快”,对于突发的高关注度事件尽快以文字、图片、视频等合适的方式发布呈现。当

下,在体育赛事报道上注意速度的同时也应更加注重质量。万千网络媒体抢速度时会出现第一波信息同质化问题,要想内容快速且新颖,就需要挖掘体育内容的深度,发现闪光点,做出独家且有独特视角的报道。

“‘Z世代’除了一般的泛泛之谈外,更多关注自己感兴趣的垂直领域,很多人都会有自己深入了解或经营的圈子。”中新网编辑中心主任卢岩认为,过去有不少“泛体育迷”“大赛型球迷”,现在“Z世代”对竞技体育的关注虽然有所减退,但“专家型”体育迷和“饭圈型”体育迷的数量增多。因此,卢岩认为,体育赛事报道不能只聚焦于赛事本身和赛事的结果,还要更多围绕着体育+开展工作。一方面,要对现场的细节和人物的故事进行捕捉挖掘;另一方面,要对运动员、项目和整个圈子的情况乃至规律进一步吃透,再就是要有自己的想法,要敢于提出自己的想法。

曾祥敏认为,创作能吸引“Z世代”的体育报道,不能只报道比赛,更要找到比赛中具有符号指代意义的内容,以一个更宏大、多维度的视野来关注体育赛事。在传播方面,需要抓住“Z世代”阅读碎片化的特点,发挥新媒体短平快的优势,以短小、精简的内容和精准明确的话题吸引“Z世代”关注。

“打造符合‘Z世代’口味的体育内容最重要的是要充分把握年轻受众的

需求。”李岭涛认为,应坚持以年轻受众的需求为导向,要与年轻受众形成情感共鸣,还要注重新技术应用,从而把握年轻受众,赢得他们的青睐。



川观新闻客户端推出的“蓉宝”趣味视频。

技术赋能:培养“技术基因”但不全唯技术

“体育新闻工作者应从大局出发,以体育为媒,对内塑造国民精神,对外讲好中国故事,提升塑造‘可信可爱可敬’中国形象的主动意识。”卢岩认为,从事体育报道的媒体人需要有很强的政策意识和大局意识,也要有很强的专业技能,还要有融合技能以及跨界的能力。

李岭涛认为,体育新闻工作者应具有互联网思维,拥有“技术基因”,具备全媒体创意、生产、传播、运营、管理等相关能力,适应全媒体业态与生态发展。

“全媒体时代体育新闻工作者需具备的技能因工作岗位而异。”朱轶从实践出发分析,以文字记者为例,除要具有传统文字报道所需要的写作、选题探索、采访挖掘、资料整理辨别等能力外,还需适应由网络媒体时代发展向全媒体记者方向迈进,具备一定的视频拍摄、剪辑能力,补充拍摄手法、器材使用、剪辑技术等相关视频制作知识。

在曾祥敏看来,全媒体时代负责体

育赛事报道的媒体人应具有互联网“冲浪”的意识、细节捕捉和讲述的能力,以及全媒体报道的本领。互联网“冲浪”的意识,即有感感,清楚用户对什么感兴趣,什么内容能上热门,什么方式能收获很好的传播效果;细节捕捉和讲述的能力,即发掘体育赛事中可以展开的新闻点,并将报道写得有趣、吸引人;全媒体报道的本领,即拥有制作多种报道形式的技能,依托新媒体传播矩阵,产出分别适配两微一端、短视频APP等平台的报道内容。

李岭涛同时提出,“只有培养高标准、多元化、有特色的全媒体人才,才能为受众传递更好的体育故事。”对于如何培养体育赛事报道的全媒体人才,李岭涛认为应侧重于:重置角色定位,坚持正确的舆论导向;丰富核心专业知识,提高媒体职业素养;深入了解受众需求,做人民群众喜闻乐见的报道;增加技术思维,培养“技术基因”。

“新技术的加持为体育赛事转播提供了更多元的呈现。”曾祥敏介绍道,

在北京冬奥会的滑雪大跳台比赛中,这种360度环拍的方式使得运动员在某一瞬间的精彩影像可以在三维数字空间中回放,放大了其精彩程度与震撼的感觉,给予观众新颖的观看体验。

“通过人工智能和大数据分析辅助来帮助我们更快地锁定热点,开展策划,确实能够提高工作效率。”卢岩说,特别是通过AI进行漫画绘制和可视化改造,也能极大地丰富展示形式,让作品更适合移动端传播。他认为,新技术应该是为更好捕捉线索、进行呈现、开展采编而服务的工具,但绝不能成为为了增大产量而注水的工具。

5G、超高清、AR/VR等新技术的应用为体育赛事制作、传播带来极致的体验提供支撑。不过,李岭涛认为,“对于新技术的应用,不论在哪个环节,都应提倡从用户需求角度出发,找到解决用户痛点的适用性技术,而不是堆砌所有新技术,被技术牵着鼻子走,应掌握新技术应用的主动权,真正实现效率的提升。”

社交传播:数实融合带来新体验

“从体育赛事的直播平台来看,近年来除传统电视端和以咪咕视频、爱奇艺体育等为代表的网络体育直播平台外,快手、抖音等短视频平台也纷纷入圈,拓展了冬奥会、世界杯等重大体育赛事的直播服务。”曾祥敏提出,相应的体育报道传播渠道也随之拓宽,微博、微信公众号、微信视频号、客户端、抖音、快手等平台进一步丰富了媒体矩阵,平台间的联动为体育赛事报道的传播提供了更强大的助推力,体育赛事相关的话题频频登上各平台热门榜单。

李岭涛表示,随着社交媒体、移动应用和OTT平台等的兴起,新技术的发展应用正在推动体育传播进入大小屏互动的“跨屏时代”。超高清大屏为观众带去逼真的现场体验,而以移动应用为主的小屏则成为重要的互动载体,大小屏跨屏为受众带来更多新体验。

而在卢岩看来,传播渠道上则是小屏占据主流,传统媒体采编人员的转型

和传统媒体采编产品的转型,一定要做视频化改造,生产适合小屏传播特别是短视频社交传播的内容。

“得益于新媒体平台的发展和用户碎片化阅读的特点,全媒体时代短视频报道的数量得到提升。”曾祥敏说,在一场体育比赛中,往往截取一两个段落,就可以收获很好的传播效果,如北京冬奥会中苏翊鸣夺冠后与教练相拥落泪的画面、成都大运会中王正行借给乌干达选手球拍的片段,经过简单的剪辑,配上解释性的文字和背景音乐,报道即可实现在多平台的分发,以碎片化的方式将比赛中精彩的内容聚焦呈现。

“对整个体育行业而言,数实融合为受众打造了全新的体验。”李岭涛说,随着新技术的快速迭代应用,数字世界和真实世界的边界越发模糊,“科技+体育”的深度融合给体育产业的发展带来全方位变革。数实融合不仅是体育媒体建设发展的方向,同时也是实现体育产业高质量发展的重要途径,是实

现全民健身的重要渠道。未来,在体育传播过程中,受众将感受到一个更加沉浸、智能的数字新空间。

“从传播效果来看,沙盘球场等类似技术对于提升观众得到的信息量,增加观众的临场感,改善观众的观看体验都有正向的帮助。”朱轶分析。

卢岩认为,数实融合于体育赛事转播而言是锦上添花,要有浓重的情怀、出色的思路、强有力的策划和精湛的文案作为支撑,这样的锦上添花才能更好看。如果只是为了单纯“炫技”却内容空洞,没有好的内容支撑仍然是昙花一现。

“新的数字技术与体育赛事报道的融合有一定的创新实践意义。”在曾祥敏看来,目前数实融合的体育赛事报道案例还相对较少,传播效果上也鲜见形成爆款或者“出圈”的作品。因此在数实融合的结合点上还需下功夫研究,既要找到体育赛事报道与数字技术融合必要性,也要找到融合后让用户感兴趣、愿意参与互动的内容。

■ 观点

四川日报全媒体新闻中心主任赵晓梦:与我们这代曾经的年轻人相比,生于1995年至2009年之间的“Z世代”年轻人,他们成长于互联网时代,对于数字科技的运用和操作非常娴熟,习惯于通过社交媒体来表达自己的想法和观点,是网络文化的重要推动者和传播者。“Z世代”年轻人是数字时代的代表,他们非常注重个性化和多样性,注重平等和公正,注重工作与生活

的平衡。“Z世代”的这些特点,对于理解和应对新一代年轻人的需求和心理有着重要的意义。具体到媒体体育赛事报道而言,他们的关注点与过去几代人关注的体育赛事的聚焦点大不相同,比如对输赢的看重不像过去那样强烈,而是注重观看比赛过程的享受。

成都大运会所有比赛项目门票一抢而空,观众席上大部分是“Z世代”的面孔。“Z世代”关注的体育赛事项目,或者说兴趣爱好点不再集中在三大球、田径、游泳、体操、乒乓等大项或优先项目上,一些冷门或小众的项目越来越多受到他们的关注,比如像滑雪、武术、射箭、摔跤、跆拳道、赛艇、水球等。

“Z世代”对明星的追捧不再是围着索要签名,进他们的直播间或者微博“打卡”,明星们的兴趣爱好甚至穿衣打扮成为他们的热议话题。

如何打造符合“Z世代”口味的体育内容?要点永远是让用户看到比他看到的“多一点”,无论是赛场内外,还是球员本身。

《中国青年报》记者梁璇:体育记者最大的战场就是大型体育赛会,通常情况下,赛事报道的侧重点会依据不同赛事的特点而进行调整,例如,奥运会、世锦赛等会着重关注运动员的竞技表现,发掘运动员的成长故事等,新媒体更多服务于时效性很强的即时内容,以深度稿件再进行跟进。而大运会则会加重不同国家和地区大学生运动员文化交流的比重,基调更加轻松活泼,视频类作品也逐步形成从“生动的消息”向“有计划的选题”的转变。

但总体来说,随着受众信息获取方式的不断更迭,媒体发展的趋势对体育记者提出全能要求,采访、写作、策划、摄影、摄像、剪辑、后期,甚至直播连麦样样都得行,深度报道和即时消息都要兼顾,能跟热点也要会挖冰点,更加强调体育记者“六边形战士”属性。

《湖南日报》记者蔡矜宜:青春,是自信、开放,是不设限。在这次成都大运会的青春赛场,我感觉到,体育报道正随着这股青春力量变得春意盎然,充满生机与活力。赛事期间,来自全国各地的记者不再只关注奖牌与成绩,大家的视野更开阔,一个关于青春、关于友谊、关于梦想的鲜活故事,让体育精神更接地气,让体育不止于体育。

本次《湖南日报》的大运会报道也进行了创新尝试,推出了《青春环游记》系列,内容以记者手记和现场短视频为主。从“青春开场,拥抱梦想”到“青春无畏”再到“无遗憾,不青春”,最后到“梦回青葱,美美与共”……该系列主打一个关键词——青春。作为前方记者的我,12天撰写了9篇手记,以沉浸式的语言带领读者感受大运风采,梦回青春。同时,每篇稿件制作一张标题海报,从视觉和传播的角度也更贴近年轻人。

上游新闻记者包婧:成都大运会是一场“青春盛会”,“个性表达”则成为关键词。

赛场是运动员拼搏的“竞技台”,更是每个人成就梦想的主场。受众也从对于奖牌数量的关注,转移到运动员的拼搏故事和个性表达,体育记者的关注点相应也发生了变化。

例如,武术男子太极拳比赛中,来自中国台北的选手孙家因比赛选择的背景音乐,是一首大家耳熟能详的《我爱你,中国》,受到网友赞誉;重庆高校跆拳道品势项目运动员胡明达赛后向梁婕求婚成功,两人相拥成为全场亮点,展现了中国年轻人勇于表达爱、敢于顽强拼搏的精神;大运会上的“女版奥尼尔”刘禹彤,大家关注她乐观开朗全力以赴的个性表达,被称为可爱满溢的女篮“大宝贝”,成为大运会期间的“顶流”。