

新媒体环境下高校体育文化传播思考

朱雅琪

(湖南工程职业技术学院 地区湖南长沙 410151)

摘要:在高校体育教育工作中,探索与时俱进发展的体育教学模式是一项重要任务。然而当前仍有一些高校未能结合新媒体发展趋势,完善体育教学模式,并且在高校体育文化传播能力方面还需要加强。进而导致高校体育文化传播效果不佳,不能更好地通过体育文化传播对体育教学环境进行优化,强化体育教学效果等。因此,为促进高校体育文化在新媒体环境下的有效传播,就需要掌握基于新媒体环境的高校体育文化传播特点,分析新媒体环境下的传播价值。并从强化传播的重视度、积极完善传播内容、利用新媒体互动性等传播对策出发,以此提升体育文化传播效果。

关键词:新媒体;高校;体育文化;传播

引言

当前,在新媒体环境下,高校体育文化传播具有互动性特点。在高校体育文化传播与发展过程中,与新媒体时代相融合,加强体育文化传播的与时俱进具有重要价值。现如今,要想实现高校体育文化的有效传播,就必须注重体育文化传播在新媒体环境下的发展和变革。

一、新媒体环境下高校体育文化传播特点

(一) 互动性

在以往的体育文化传播工作开展中,很多高校都是运用线性传播方式进行单向传播。虽然这样的传播方式具有一定的优势和价值,但是很容易导致传播主体和受体之间形成障碍,影响信息传播的及时性和有效性,也不利于受体接收到更为完整的信息。进而导致高校体育文化传播效果不佳,无法发挥高校体育文化传播对学生培养和引导的带动作用。在新媒体环境下,以线性传播方式为主的单向传播发生很大变化,相应的受体也从以往被动的接收状态向着主动接收状态转变,并在很大程度上增加了传播介质和受体之间的联系,使得二者之间的

互动性更强。对高校体育文化传播来说,新媒体环境使得高校体育文化传播的环境大大改善,也提升了受体的互动性与主动性,不断达到了信息传播的有效性和人性化目标。如此一来,就使得高校体育文化在新媒体环境下的传播呈现出互动性特点。

(二) 及时性

基于新媒体环境的高校体育文化传播具有及时性特点,因为新媒体技术的不断发展,使得新媒体传播方式变得更加丰富,并改变了以往传播方式的时间、空间限制,可以进行信息的全方位传播,也有着很快的传播速度。在这样的环境下,就对高校体育文化传播带来很大机遇。在体育文化传播中,高校可以结合新媒体信息传送较快、及时的优势,加强体育文化的有效传播,也可以结合新媒体传播范围广的这一优势,促进体育文化在高校范围内以及校外其他方面的广泛传播,提升文化传播的有效性和及时性。与此同时,在光纤技术不断发展过程中,网络信息传播速度持续增加,这方面使得高校体育文化在新媒体环境下的传播速度增加。而且相应的受体可以第一时间获得信息,促进信息获

得时效性和有效性的提升,更加及时和全面地了解高校体育文化,并融入体育文化的传播行列中。

二、新媒体环境下高校体育文化传播价值

一方面,可以促进高校体育文化实现更好的传播。在新媒体发展的环境下,师生获取体育信息的方式增加,尤其是可以通过网络来获取大量的信息。高校要想提升体育文化传播效果,就需要结合师生获取体育信息方式的变化情况,发挥新媒体的优势作用,将新媒体与体育文化传播结合。如此一来,可以实现体育文化的更好传播。而且在智能手机功能日渐创新的背景下,学生对智能手机的喜爱程度也在不断增加,大多数学生都有智能手机,学生可以通过手机和外界沟通,也可以获得丰富的外界信息。所以,在高校体育文化传播中,就需要注重新媒体环境带给学生的影响,抓住新媒体环境下的技术、平台优势,加强体育文化传播效果,不断培养学生的体育文化精神,更好促进学生的发展与成长。另一方面,可以帮助学生更好地了解高校体育文化。结合新媒体环境,对体育文化进行传播,是高校立足实际情况和生活,鉴于学生感兴趣的方式进行体育文化教育和传播的有效手段。而且以新媒体为主的体育文化传播,可以使学生形成对文化学习的意识,也会提升文化传播积极性,更好感受高校体育文化的魅力,增强体育文化认识和了解的整体效果。

三、新媒体环境下高校体育文化传播对策

(一) 强化传播的重视度

不少高校在体育文化传播中,缺少对体育文化传播的重视度,也没有将文化传播和新媒体环境融合。进而导致学生对体育文化的了解不足,也很难提升体育文化的学习效果。因此,要想改变这样的现状,就需要高校强化对体育文化传播的重视度,

尤其是要提升新媒体环境下的传播重视度。在相关工作开展中,可以改变体育文化传播理念,重视体育文化传播的整体性,不能只是强调体育文化传播的表面化。而且体育文化的传播要以学生生理和心理健康为核心,对学生展开有效的引导和培养。同时,高校也可以立足学生的需求角度出发,对新媒体环境中的体育文化内容进行挖掘,然后通过新媒体手段对获得的体育文化内容进行传播。从而使学生收获的体育文化内容更加丰富,补充学生的课余生活,使学生更好地感受体育文化,形成对文化进行传播的积极性。并且高校还可以利用新媒体技术,对学生喜欢的体育项目、体育文化等进行网络化的调查,也可以分析哪些新媒体平台是学生使用人数最多的,以及学生在新媒体平台中关注的是哪些类型的网络信息。然后向学生传递体育文化,提升文化传递和传播的针对性,不断获得更为高效的传播效果。

(二) 积极完善传播内容

高校在结合新媒体环境进行文化传播过程中,需要积极完善传播内容。一方面,高校可以将新媒体技术当作基础,结合学生的实际情况,对体育文化传播内容进行完善和丰富。同时,也需要有关工作人员对新媒体中的体育文化内容进行挖掘,并将相关内容和高校拥有的体育文化结合,为学生制作成相应的视频。在制作过程中,还可以邀请校内擅长体育运动和制作视频的学生参与。进而使体育文化传播视频的制作更加创新,促进体育文化传播内容的不断优化和完善。另一方面,高校可以结合新媒体的直观化特点,让体育文化直观化地传播给学生,使学生能够直观地看到体育文化内涵,以及相关体育活动对个人身体、生理方面的影响。比如,通过新媒体对跑步相关的体育文化进行直观化传

播,让学生充分和直观地看到跑步的体育文化内涵,并了解跑步可以使人体各部分肌肉和骨骼发生变化,更好地强身健体。如此一来,也能吸引学生对体育文化传播和学习的注意力,方便学生对体育文化的有效学习与理解。并且在直观化的体育内容传播中,也可以使传播内容更加专业和丰富,增加体育文化和学生的联系,强化学生学习和发展的整体效果。

(三) 利用新媒体互动性

一方面,学校可以通过微信、抖音等新媒体平台,对体育文化进行传播。因为这些平台不仅具有互动性特点,也具有分享和转发功能,能够使体育文化进行二次传播。并且又可以通过新媒体的发散性,提升传播效果与影响力。同时,学校在新媒体平台使用中,也要鼓励学生在浏览和接受体育文化的同时,运用分享和转发功能,对相应的文化进行二次传播,从而促进高校体育文化传播效果的提升。另一方面,为了更好利用新媒体的互动性,高校可以开通官方的体育文化传播平台账号,在账号内拍摄和体育运动以及文化有关的短视频。然后通过相应的平台分享出来,其中的内容除了是简单的室内运动以外,还可以是和室内运动、户外体育项目等有关的体育文化。进而使学生更好地体会体育文化,并能够积极地进行体育文化传播,将体育文化传播与自己的学习和生活结合,以此提升高校体育文化传播的效果与影响力。

结语

在新媒体环境下的体育文化传播中,高校需要

将新媒体互动性作用体现出来,积极利用新媒体的互动性进行文化传播。并且为推动高校体育文化在新媒体环境下的有效传播,也需要强化传播的重视度。以此实现体育文化传播与新媒体环境的结合,不断带给学生丰富的体育文化知识和内容,使学生获得有效的熏陶和启发。

参考文献:

[1]乐凤莹,周璐.新媒体环境下高校体育文化传播创新路径研究[J].当代体育科技,2022,12(06):153-156.

[2]王典,王松松.新媒体环境下高校民族传统体育文化传播研究[C]//中国体育科学学会武术与民族传统体育分会,全国学校体育联盟(中华武术),全国普通高校中华优秀传统文化传承基地(武术).2021年全国武术教育与健康大会暨民族传统体育进校园研讨会论文摘要汇编(二).哈尔滨体育学院研究生院,2021.043897.

[3]薛清.新媒体环境下高校体育文化传播促进策略研究[D].哈尔滨师范大学,2021.000717.

[4]唐皓,陈金华.全媒体环境下高校体育文化传播特征与策略研究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2019,(09):65-66.

[5]夏晨阳,陈逸飞.自媒体时代体育微电影对高校体育文化传播的影响研究[J].当代体育科技,2019,9(10):124+126.

朱雅琪,女,汉族,1990-5,湖南长沙人,湖南工程职业技术学院,讲师职称,,本科学历,硕士学位,研究方向:主要从事体育教学研究。