

特殊时代背景下体育短视频传播内容的问题与对策研究

前言 体育类短视频作为一种方便快捷的沟通交流模式，拉近了人们之间的距离，用户的喜好和关注一定程度上引导了视频的内容和方向，同时伴随着网络的快速传播，也将产生一系列的问题，例如：体育知识产权侵权的危险、民族传统体育的边缘化危机加剧、视频质量下降等。为促进体育短视频在未来更好地发展，应建立管理机制，严把产权关，引导正确的价值观，与新技术相融合带来更好的用户体验。

关键词 体育短视频；体育传播；短视频发展

体育文化的传播随着时代不断发展，传播方式也随着时代的变化和技术的更新而不断创新。当今时代是短视频蓬勃发展的时代。短视频即短片视频，是一种互联网内容传播方式，其具体形式是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频。截至2021年6月，短视频用户规模达到10.11亿，互联网普及率为71.6%，短视频已经超过综合视频，成为仅次于即时通讯的第二大应用类型。受新冠肺炎疫情的影响，人民群众对体育运动与健康的重视程度越来越高，体育短视频的生产与传播迎来了发展的新契机。与以往传播形式不同，体育短视频的传播没有固定的传播者和接受者，即人人都可以做传播者，更加扩大了体育短视频的传播主体。

1 体育短视频引领体育传播新时代

1.1 传播主体发生改变

随着科技的不断进步和移动通讯技术的不断发展，以及智能手机的普及率不断增加，我国互联网的使用规模以惊人的速度扩大，用户的数量也逐年递增。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》可以得知：截至2021年12月，我国网民规模达10.23亿，使用手机上网的比例高达99.7%；网络视频（含短视频）用户规模达9.75亿，占所有网民总数的94.5%；短视频用户9.34亿，占网民总数的90.5%。短视频的独有特征（时间短、内容丰富、传播快）填补了人们的碎片时间。体育短

视频的兴起给民众提供了传播体育文化的渠道，体育文化的内容也呈现多样性，民众参与体育的热情也被最大程度提起。

1.2 不断加强的社交属性

受疫情影响，人们对体育与健康产生了新的思考，借此机会，以体育为主要内容的短视频呈雨后春笋般涌现。每一名用户都可以通过评论功能在任意视频的下面发表自己的意见和建议。体育短视频吸引的是具有相同兴趣爱好的用户，对于体育运动的热爱是他们的共同点，相同的兴趣可以促使用户进行更多的交流，对体育文化的传播带来了积极的影响。

1.3 体育文化将会以更快速度传播

2020年，国外的短视频网站上发起了一项全球范围内的“颠卫生纸挑战”活动。这种挑战源于2014年美国波士顿大学棒球运动员皮特·弗雷茨等人发起的“冰桶挑战赛”，旨在为渐冻症人群提供精神鼓励和经济支持。“颠卫生纸挑战”与其传播形式相似，形成了一种“点名要求”和“接受挑战”的形式。虽然这次活动并没有引起巨大的轰动，更多是成为疫情期间人们在家消遣时间的方式，但这项挑战没有门槛，相对于冰桶挑战更加简易，任何人都可以参与进来，这一类型挑战的传播无疑加快了体育传播的速度。

2 新时代给体育短视频带来的新挑战

2.1 快速传播带来的体育知识产权侵权风险

体育短视频带来了大量流量，在资本的介入下，流量

就代表着利益。马克思说：“有 300% 以上的利润，资本就敢犯任何罪行，甚至去冒绞首的危险。”科技的快速发展带来了大量新鲜事物，同时也带来了一系列的问题。目前体育短视频产业缺少明确的法律条文，这给了一些人侵犯他人知识产权的“空子”。短视频拥有快速的传播模式。短视频上传后的短短几秒甚至更短的时间内，全世界都可以观看到作者的作品，这为视频盗用提供了温床。视频原创作者付出时间和精力精心制作的视频往往会被他人剽窃，甚至是直接盗用过打上水印，或添加背景音乐再重新发布。毫无成本的盗用和高额的回报可能会使这种现象加重，这无疑是对原创作者的一种打击，也是对高质量视频的一种打击。

2.2 对传统体育的冲击，加剧边缘化危机

随着我国综合实力不断提升，文化软实力也随之提高，人民的文化意识逐渐增强，传统体育也更受到政府、民间组织和民众的重视。中国传统体育，例如：武术、舞狮、空竹、龙舟、摔跤等运动，它们的特点是具有民族性、地区性和节日性，但由于传播规模和途径过于局限，极大地限制了传统体育的发展。如今传统体育面临着年轻人不愿学习继承，受众面小，兴趣不足等问题。在外来文化的不断冲击下，传统体育面临着边缘化的危机。面对外来体育内容的冲击，我们的传统体育需要自救，寻找破解当前局面的办法。提高国际竞争力，增强文化软实力，创新传统体育文化，提高文化传播效益。

2.3 快节奏的传播，带来内容创新不足

短视频有着碎片化，门槛低等特点。现在体育短视频内容出现内容同质化，缺少创新性的问题。随着社会不断发展，人们的素质普遍提高，人们对于观赏的需求将会越来越高。当前体育短视频的创作更倾向于资本化的运作，内容利益化，缺少个性化，这会导致用户的审美疲劳。在通过体育短视频追逐利益的同时忽略了体育文化、精神、意识的传播，这不利于人们对体育精神的认知。视频制作者应提升自身的素养，强化业务能力；内容上要与时俱进，结合体育的特点，跟随时代的方向，根据人们的喜好进行内容制作。

3 短视频未来的发展趋向

3.1 建立起合理的管理机制，规避短视频的盗用侵权行为

互联网的快速发展促进了社会和经济的发展，也为人们提供了展示自己的舞台。短视频创作的低门槛促进了“人人都是自媒体”这一趋势，如何在市场的影响下保护好体育

短视频的文化产权、建立规则体系，寻求更大的拓展空间，这是体育短视频为了长期发展要解决的问题。由于短视频的门槛较低，创作者可能会在无意间被侵害知识产权或者侵害他人的权利。针对这种情况，建立相应的体育短视频知识产权维护规则十分重要。法律法规的制定为体育短视频的知识产权提供了强有力的保障，体育短视频的创作者们认可共同的规则、拥有同样的知识产权意识也同样重要。在提供法律保障的同时，还要提高行业内整体规范和素质，自觉维护和尊重体育短视频知识产权。虚假内容和不规范、无营养的内容会带来严重的负面效果，负面效果带来的是需要用大量时间和精力重新维护和重建体育原有的形象。法律的强制性是被动规范，行业从业者的内部规则和意识是对体育短视频知识产权保护的手段。提升体育短视频创作者的维权意识，让产权意识在整个行业里成为共识，严保知识产权维护的高压线。

3.2 树立文化主体性意识，积极引导短视频文化价值导向

短视频 App 会根据个人喜好进行精准推送。随着民族传统体育自身的特色和内涵被发掘，人们的文化意识进一步觉醒，传统体育受到了更多的重视。在传统体育的短视频制作上，中老年人对手机的运用不熟练，年轻人对传统体育不熟悉，这些问题都是传统体育短视频制作面临的问题。解决这些问题需要提升青少年群体传播和继承传统体育的意识，寻找能够发扬传统体育的体育短视频新形式，提升文化吸引力。随着全球化进程的不断加快，体育短视频的传播不再局限于国内，而走向全世界。拓宽民族传统体育短视频设计和传播渠道，提升大众民族文化传播意识，促进承担文化交往功能的民族体育短视频在官媒平台的呈现具有特殊的意义和价值。体育短视频是一个契机，有助于将传统体育发扬光大，提高民族凝聚力，保护民族传统体育，引领体育文化导向。

3.3 与新技术相结合，创造更优质的体验

体育比赛的实时性与短视频相结合，极大地促进了体育短视频相关产业的发展。在一些竞技体育比赛中，精彩镜头往往可能只有几十秒甚至是十几秒。体育短视频可以直接将其作为内容呈现给用户，或者将比赛进行剪辑，加入一些特效，丰富了体育内容，增加了更多的趣味性，在吸引一部分人关注后可能会出现发散式的传播，扩大体育赛事传播范围。不断提升的清晰度给用户带来了更优质的体验，与 VR 相结合给用户带来身临其境的感觉，增强了体育短视频的趣味性，提升了人们参与体育的意愿。多种技术相结合，提高更优质的用户体验，是促进体育短视频创新发展的重要内容。

（下转 48 页）