

Exploring the Guidance Mechanism of Sports Event Communication in the New Media Era on Youth Sports Participation Motivation

Qianfei Wang

Chengdu University, Chengdu, Sichuan, 610106, China

Abstract

The widespread adoption of new media has reshaped the landscape of sports event communication, significantly influencing adolescents' perceptions, attitudes, and motivations for sports participation. Event communication has evolved from one-way information dissemination to interactive and immersive experiences, with increasingly diverse relationships between communicators and audiences. This study examines the impact mechanisms of new media sports events on youth sports participation motivation from communication studies and sports psychology perspectives. Research findings indicate that event communication stimulates interest through visual impact and emotional resonance, reinforces sustained motivation via role model construction and value guidance, and fosters group identity through social interactions and virtual communities. Based on surveys and case analyses, this paper constructs a "media content-cognitive psychology-motivation generation-behavioral transformation" model and proposes strategies including optimizing content orientation, enhancing media literacy, and improving participation platforms to promote sustainable development of youth sports engagement.

Keywords

new media; sports event communication; youth; sports participation motivation; guidance mechanism

新媒体时代体育赛事传播对青少年体育参与动机的引导机制探析

王千菲

成都大学, 中国·四川成都 610106

摘要

新媒体的广泛应用重塑了体育赛事传播格局,对青少年体育认知、态度与参与动机产生重要影响。赛事传播由单向信息传递转向互动性与沉浸式体验,传播主体与受众关系趋于多元。本文从传播学与体育心理学视角分析新媒体体育赛事对青少年体育参与动机的影响机制。研究发现,赛事传播通过视觉冲击与情感共鸣激发兴趣,经由榜样建构与价值引导强化持续动机,并通过社交互动与虚拟社区形成群体认同。基于调查与案例分析,本文构建“媒介内容—心理认知—动机生成—行为转化”模型,并提出优化内容导向、提升媒介素养、完善参与平台等策略,以促进青少年体育参与的可持续发展。

关键词

新媒体; 体育赛事传播; 青少年; 体育参与动机; 引导机制

1 引言

信息技术的迅猛发展重塑了体育赛事传播格局。新媒体以数字化、互动性和即时性为特征,改变了传统以电视、报刊为主的单向传播模式,使赛事传播更加注重受众体验、社交分享与情感共鸣。青少年作为“数字原住民”,通过短视频、直播和社交媒体等渠道接触体育内容,信息获取方式趋于碎片化与个性化。体育赛事因此不仅是竞技展示,更成

为价值传播与文化塑造的重要载体。赛事传播对青少年体育参与的影响也从单一的“偶像模仿”转向“情感认同—认知内化—行为转化”的多维路径。研究新媒体赛事传播如何影响青少年体育参与,对于深化体育传播理论、推动体育文化育人与青少年体育发展具有重要意义。本文将从机制层面探讨其心理路径与传播规律,为新时代体育传播实践提供理论参考。

2 新媒体时代体育赛事传播的特征与发展趋势

2.1 传播结构的去中心化与互动化

新媒体技术的兴起打破了传统体育传播的单向结构,

【作者简介】王千菲(2000-),女,中国四川绵阳人,在读硕士,从事体育教学研究。

形成“人人皆媒”的开放格局。赛事传播由专业机构主导转向多元主体参与，社交媒体平台、短视频创作者、自媒体账号成为赛事传播的重要力量。受众不再是被动接收信息的群体，而通过评论、转发、二次创作实现内容共建。互动性传播增强了青少年与赛事之间的情感连接，使观看行为延伸为表达与参与行为。

2.2 传播内容的可视化与叙事化

在短视频与图像主导的媒介环境中，体育赛事传播呈现出视觉主导与叙事强化的趋势。赛事传播不再局限于比赛实况，而注重情节化、人物化叙事，通过“幕后花絮”“运动员日常”“感人瞬间”等内容营造情感共鸣。视觉符号与情感表达的强化，帮助青少年在观看过程中建立情绪投射与价值认同。例如，奥运会或世界杯短视频中英雄主义、拼搏精神的视觉叙事，成为激发青少年参与体育的重要心理刺激源。叙事传播使体育赛事超越竞技本身，成为社会文化表达与青年精神塑造的媒介空间。

2.3 传播生态的融合化与智能化

体育赛事传播逐步形成“媒体—平台—社群”融合的生态体系。大型体育赛事通过多平台联动，实现全景化传播：直播、短视频、话题讨论与赛事衍生品共同构成传播闭环。同时，人工智能、大数据等技术赋予体育传播智能化特征，实现观众行为分析、精准内容推荐与沉浸式互动体验。

3 新媒体体育赛事传播对青少年体育参与的影响路径

3.1 信息认知路径：由感知兴趣到理性理解

新媒体以多感官融合的传播形式强化了体育赛事的信息呈现与视觉冲击力，使青少年在碎片化、即时化的信息环境中迅速产生兴趣。赛事画面的节奏感、解说的感染力以及社交平台的实时互动，构成了体育传播中最具吸引力的外部刺激，激发青少年初步的感知兴趣。这种兴趣虽源于感官体验，却是体育参与动机生成的起点。随着青少年持续接触赛事新闻、运动数据分析及运动科学知识，他们逐步从被动观看者转向主动学习者。以冬奥会为例，新媒体平台通过短视频形式传播冰雪项目教学、装备科普与选手访谈，使观众在“沉浸式”观看中理解项目规则、技术原理及训练方法，形成从“好看”到“会看”“想试”的理性认知转化。

3.2 情感共鸣路径：从偶像效应到价值认同

新媒体传播强化了体育偶像的个性表达与情感形象建构，使运动员成为青少年学习、模仿与情感投射的重要对象。通过“人物故事+情感叙事”的传播策略，体育赛事从单纯竞技活动转化为情感交流与价值传播的载体。运动员在新媒体中的形象塑造，不仅体现竞技实力，更展现人格魅力与精神风貌。例如，中国女排在短视频与微博话题中所展现的“团队合作”“永不放弃”形象，激发青少年群体的情感共鸣与自我投射。青少年在情感认同的基础上，将体育精神转

化为自我行为的内在驱动，形成“从欣赏到模仿”的心理链条。通过反复接触积极的体育叙事，个体逐渐内化“奋斗、坚韧、拼搏”的价值观，进而以行动表达认同，主动参与体育活动实现自我超越。情感共鸣路径体现了传播内容从信息传递向情感感染的转变，为体育动机的持续性与稳定性提供心理支撑。

3.3 社会互动路径：从社交传播到群体认同

在新媒体语境下，体育赛事传播的社交属性日益增强，形成了以情感交流与文化认同为核心的互动机制。青少年在微博、B站、抖音等平台围绕赛事话题展开实时评论与创意再传播，构建出多层次的虚拟体育社群。这种社交参与不仅提供了信息分享的渠道，更成为情感交流与群体认同的空间。通过共同的兴趣表达与互动反馈，青少年在社交网络中获得归属感与身份认同，将体育作为自我展示与社会连接的重要符号。例如，在世界杯期间，青少年通过发布赛事短评、参与竞猜与挑战活动，在“粉丝—社群—活动”链条中实现由“观看者”向“行动者”的角色转变。社会互动路径使体育传播超越媒介边界，成为青少年社会化的重要组成部分。

4 体育赛事传播对青少年体育动机的心理引导机制

4.1 外在刺激与内在动机的协同激发

体育赛事传播在视觉呈现、叙事构建与社会评价等方面为青少年提供了多层次的外在激励。赛事画面的动态视觉冲击、胜负张力带来的情绪感染、社会舆论对运动员成就的积极评价，均能激发个体的情感共鸣与模仿欲望。这些外在刺激通过强化心理唤醒作用，使青少年产生对体育行为的兴趣与关注。然而，持续参与体育的关键还在于内在动机的形成。个体的自我效能感、成就动机与兴趣驱动是将外在感官刺激转化为实际行为的核心机制。当青少年在赛事传播中感受到运动员的奋斗历程、个人成长与社会认可时，会产生“我也能做到”的心理暗示，从而激发自我实现的动力。传播学视角认为，媒介内容的激励性信息与个体的心理期待效应形成互动，构建了外部环境与内部心理相互作用的动机激发路径。外在刺激提供情境诱因，内在动机完成心理转化，两者协同作用，最终促成青少年体育参与意愿的生成与巩固。

4.2 榜样示范的价值内化机制

体育赛事中的运动员不仅是竞技表现的主体，更是价值传播与精神引领的重要媒介。新媒体环境强化了运动员个性化形象的呈现，使青少年在观看过程中更容易形成情感认同与价值投射。榜样模仿是青少年体育参与动机形成的关键心理机制。当传播内容展现运动员的训练艰辛、拼搏精神与社会责任时，青少年通过观察学习完成认知内化与情感共鸣，进而在心理层面形成“榜样效应”。同时，体育传播中的正向叙事，如“拼搏不息”“尊重对手”“团队协作”等主题，帮助青少年将体育精神转化为行为规范与价值信念。

个体在模仿与反思中逐步建立自律意识与社会责任感,形成由“他者激励”向“自我驱动”的心理转变。

4.3 媒介体验的行为转化机制

新媒体技术的发展打破了传统体育传播的时空限制,使青少年能够通过多样化媒介形式获得沉浸式体育体验。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)和运动类互动游戏等媒介技术,为青少年提供了低门槛、强互动的参与渠道,使其在虚拟情境中完成“心理预演—行为模仿—实践行动”的体验链条。例如,在短视频平台上观看健身博主的训练视频,或参与线上运动挑战赛,青少年可在即时反馈中获得自我效能感与成就体验,进而增强持续参与的动力。这种由媒介带来的沉浸体验降低了体育入门的心理门槛,消解了对失败与身体不足的焦虑感,促进了“从观看到实践”的行为转化。同时,互动传播机制强化了社会支持感,当个体在虚拟社区中获得点赞、评论与关注,其体育行为被社会认可,从而形成积极的反馈循环。媒介体验不仅成为体育参与的桥梁,更在塑造行为习惯、强化行动意愿中发挥关键作用,实现从虚拟认知到现实践行的内外联动。

5 体育赛事传播促进青少年体育参与的优化路径

5.1 强化传播内容的教育导向与价值引领

新媒体环境下,体育赛事传播日益趋向娱乐化和流量导向,赛事内容的碎片化与情感化表达容易弱化其教育功能。为实现青少年体育参与的价值引导,应在传播内容中强化教育属性和精神导向。媒体在赛事报道与内容创作中应主动凸显体育精神、科学训练、团队协作与健康生活理念,通过多维叙事展现体育的社会功能与文化内涵。例如,在奥运会、亚运会报道中,可以融入运动科学知识、心理调适方法与体育伦理讨论,引导青少年理解竞技背后的努力与理性。媒体应以“传播知识、塑造价值”为核心使命,通过讲述奋斗故事、展示科学训练与社会公益行动,构建积极向上的体育文化氛围,使青少年在潜移默化中树立科学锻炼与终身运动的意识,形成对体育精神与健康生活的理性认同,从而推动其由被动观看向主动参与的行为转化。

5.2 建设多层次的青少年体育传播平台

青少年体育参与的促进离不开多方协同的传播体系。应构建政府、学校、媒体与企业共同参与的多层次体育传播平台,形成政策引导、教育渗透与社会动员相结合的联动机制。政府部门可通过政策支持与资源配置,推动公益性体育赛事与校园传播工程;学校应将体育赛事传播融入课程教学与社团活动,鼓励学生在“学—练—赛”过程中体验体育价

值;媒体与企业则可利用新媒体平台开发互动内容、线上挑战赛或AR体育体验,构建“线上传播—线下实践”的闭环体系。通过这种多维平台建设,青少年能够在不同媒介空间中持续接触体育文化,增强现实参与的主动性与归属感。此举不仅拓宽了体育传播的渠道,也促进了青少年体育认知、情感与行为的一体化发展,为构建全民健身的社会生态奠定基础。

5.3 提升青少年媒介素养与自我调控能力

在信息爆炸与娱乐化传播盛行的时代,青少年面临复杂多样的媒介环境,容易受到片面报道、过度商业化或偶像化传播的影响,导致体育价值观的偏移。提升媒介素养已成为体育教育的重要内容。学校与家庭应协同培养学生的媒介批判能力,引导他们学会识别传播意图、辨析信息真伪,区分体育精神与商业包装,避免陷入盲目崇拜或情绪化模仿。同时,教师可在课堂中融入赛事传播案例,引导学生分析传播策略、媒介符号与心理效应,提升其理性观看与思辨能力。家庭教育方面,家长应鼓励青少年理性参与体育内容互动,关注身心健康与时间管理。通过系统的媒介素养教育,青少年能够在新媒体语境中实现“自我调控—理性参与—价值认同”的良性循环,从被动接受者转变为具备判断力与行动力的积极传播主体,真正实现体育赛事传播的育人功能。

6 结语

新媒体时代体育赛事传播为青少年体育参与提供了新的契机与动力。其影响机制并非单一的刺激反应过程,而是涵盖认知、情感与社会互动的多层心理链条。体育赛事的传播通过视觉体验激发兴趣,通过榜样形象实现价值内化,通过社交互动促进行为转化,构建起由媒介到行动的参与通路。未来的体育传播实践应在技术创新与内容引导之间寻求平衡,注重传播的教育价值与社会责任,加强政策支持与体系建设,使体育赛事传播真正成为促进青少年身心健康与社会参与的重要力量。

参考文献

- [1] 靳岭,李宝国.论赛事媒介传播对青少年体育锻炼的影响[J].中国报业,2019,(08):44-45.
- [2] 孙妍,张业安.体育赛事媒介传播对青少年体育态度、行为影响的研究进展[J].军事体育学报,2016,35(03):82-87.
- [3] 孙妍.体育赛事媒介传播对青少年体育态度、体育行为的影响[D].上海体育学院,2016.
- [4] 彭程.体育传媒对初中生运动动机的影响研究[D].曲阜师范大学,2021.
- [5] 李天池.体育新闻传播对青少年体育素质的影响[J].新闻传播,2018,(24):66-67.