

数字化背景下群众性体育赛事破圈传播研究

惠若琪, 储志东

(南京师范大学体育科学学院, 江苏 南京 210023)

[摘要] 采用文献资料法, 探讨数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的理论基础、现实影响与优化策略。研究认为: 群众性体育赛事的破圈传播是通过创新、多样化的方式将传统的群众性体育赛事的影响力扩展到更广泛的社会群体和领域。其积极影响在于带动群众性体育赛事传播效率的提高、助力市场规模的扩大、并促进相关体育产业结构的优化; 与此同时, 其消极影响也不可忽视, 主要表现在造成广泛的消极话语、隐私问题的不断加剧、导致伴生的社会隔阂。若要对数字化背景下群众性体育赛事破圈传播进行优化, 就必须克服相关责任主体监管不严、同类体育赛事内容单一、线下体育热情仍然有限等掣肘, 有必要通过多方协同完善机制, 来加强优质内容供给, 并反哺线下体育活动。

[关键词] 数字化, 群众性体育赛事, 破圈传播

[中图分类号] G812.4 [文献标志码] A [文章编号] 1001-4616(2024)01-0142-07

Research on the Cross-Circle Dissemination of Mass Sports Events in the Digital Era

Hui Ruoqi, Chu Zhidong

(School of Sports Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: Adopting a literature review approach, this study explores the theoretical foundations, real-world impacts, and optimization strategies of the cross-circle dissemination of mass sports events in the digital era. It posits that the cross-circle dissemination of mass sports events is achieved by expanding the influence of traditional mass sports events to a broader societal and domain spectrum through innovative and diversified approaches. The positive impacts include enhancing the efficiency of disseminating mass sports events, facilitating the expansion of market scale, and promoting the optimization of related sports industry structures. Simultaneously, the negative impacts, such as widespread negative discourse, escalating privacy concerns, and the emergence of social alienation, cannot be ignored. To optimize the cross-circle dissemination of mass sports events in the digital era, it is imperative to overcome challenges such as lax supervision by responsible entities, content uniformity in similar sports events, and the limited enthusiasm for offline sports activities. A multi-faceted collaborative approach is necessary to enhance the supply of high-quality content and reciprocate benefits to offline sports activities.

Key words: digitalization, mass sports events, cross-circle dissemination

《体育强国建设纲要》指出, 要构建体育全媒体传播格局, 打造体育融媒体产品, 发挥短视频平台、微博、微信、客户端等在体育文化传播中的积极作用^[1]。加快推动体育产业数字化转型, 将成为促进体育产业提质、增效、扩容的时代要求和必要选择^[2]。在体育行业数字化转型的大背景下, 体育数字内容和线上化传播呈现了繁荣增长的态势并逐步取代部分传统的内容获取模式。在内容传播方面, 新媒体已成为主要的体育内容传播渠道, 并以丰富的数字化内容形式(如图文、短视频、中长视频、直播等)为广大参与体育运动的人群提供及时、全面、有深度的内容。近年来, 以佛山“西甲”、贵州“村超”和“村BA”、各地马拉松以及 VAL 业余排球赛事为代表的一批群众性体育赛事发展迅速, 表现出极强的创新力和融合发展潜力,

收稿日期: 2023-12-28.

基金项目: 国家社会科学基金项目(19BTY106).

通讯作者: 储志东, 教授, 博士生导师, 研究方向: 体育教育训练学. E-mail: chuzhidong@sina.com.

在数字化背景下,这些群众性体育赛事频频“破圈”。然而,群众性体育赛事破圈到底能维持多久?在数字化背景下,群众性体育赛事破圈传播的理论逻辑何在?它的现实影响有哪些?困境和对策何在?本研究旨在解答上述问题,以期在数字化背景下群众性体育赛事的高质量发展提供参考和借鉴。

1 数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的理论基础

数字化转型是组织为了适应当代数字化社会的要求,利用数字技术对业务、流程、文化等方面进行全面升级和改变。在数字化转型中,人工智能、物联网、大数据分析、云计算、区块链等关键技术构建了数字化基础设施,推动了业务的智能化、自动化和互联互通。然而,数字化转型并非简单的技术叠加,数字化转型伴随着组织结构、文化、流程等多方面的变革,包括重新设计业务流程、推动创新文化、培养数字化技能,以及建立灵活、适应性强的组织结构。在产业发展方面,数字化转型可以提高效率,降低成本,促进创新,推动产业升级。在消费市场方面,数字化转型带来了个性化服务、智能化产品,提升了用户体验,也加速了商业模式的变革。近年来,在马拉松、电子竞技、极限飞盘,以及一些传统的群众性体育赛事中,组织方通过在线直播、社交媒体互动、数字化票务等手段,提升了赛事的可参与性、可观赏性,扩大了观众基础,使赛事更紧密地融入数字社会。

“破圈”便是在数字社会中发展出来的一种新兴文化现象。作为传播学概念,破圈通常指的是信息、文化或内容跨越原有的界限,逃离特定的圈层或平台,扩大传播范围,吸引更广泛的受众,它是不同文化形式与内容在社会中的流动现象^[3],是从自己的行业内、领域内向外突破、拓展,从而向内吸引^[4]。“破圈”缘于“出圈”。根据扩散理论,出圈就是信息跨越初始传播者的界限,迅速传播到更广泛的受众中。在扩大受众面的基础上,通过多元介质的传播,从而实现了跨地域、跨文化的“破圈”传播。由此,研究体育赛事的破圈传播,必须以“出圈”为前提。那么,群众性体育赛事的出圈,基本过程会是怎样的?首先,赛事信息由主办方、参与者或媒体发布,通常在专业体育社交平台、官方网站等媒体渠道进行。个体用户通过社交媒体分享自己的参与经历、照片、视频等,吸引更多关注。比赛亮点、选手故事、创意互动等特定元素,成为社交媒体上的热门话题,引发更多关注和讨论。热门话题在社交网络上扩散,跨越原有的社交圈层,吸引更广泛的受众关注。最后,赛事的热度和社交媒体上的讨论引起传统媒体的注意,进一步推动信息向更广泛的受众传播。整个过程中,社交媒体上的热门话题、关键赛事时刻、选手突出表现等成为信息传播的关键节点。近年来,各地举办的马拉松赛纷纷“破圈”,就是某马拉松赛事中的个人突破、创意装扮、赛道风景等成为热门话题,引发大量分享和评论造成的。再比如“村超”“村BA”等热门赛事,也是特色的宣传视频、有趣的参与挑战等,通过社交网络迅速扩散,引起广泛关注。

榕江县在2个半月内通过“村超”活动,在当地政府引导下实施“新三变”计划,即让手机、数据、直播成为新农具、新农资和新农活。这在互联网上引起多波流量高潮。通过创意短视频、自媒体发酵,再到明星网红互动,成功破圈并带动后续产业。在抖音短视频端,“贵州村超”关键词的内容迅速增加,引发了公众人物,如韩乔生、范志毅、香港明星队等的线上线下互动,引起大量网友关注。榕江县成功利用短视频做目的地营销,相关话题如“#村超#”“#贵州村超#”以及“#贵州村超现场有多燃#”创造了惊人的30.1亿、96.4亿和10亿次的播放量。构建了一个由政府、居民和网友构筑的传播闭环。

总之,群众性体育赛事的破圈传播并非一蹴而就,它具有特定的社会基础。全球化使得信息能够更容易地跨越地域和文化边界,融入全球性的话题和讨论。数字化背景下,社会文化逐渐趋向开放和共享,使得信息更容易在不同社群之间传播,形成了信息开放性的社会氛围。包括图文、视频、音频等多样化的媒体形式,为信息在不同平台和社交网络中的传播提供了更多可能性。群众不仅参加和观赏线下的体育赛事、体育活动,还在互联网空间中增加参与度,通过分享、评论等方式参与信息传播,推动群众性体育赛事信息走出原有的圈层。群众性体育赛事的破圈传播使得信息能够触达原本无法接触到的广泛受众,拓展群众性体育赛事传播的范围,具有更广泛的影响力,能够影响更多人的认知和行为。

2 数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的现实影响

2.1 积极影响

2.1.1 带动传播效率提高

群众性体育赛事的数字化转型是以数据作为核心传播要素、以技术支撑提供保障、以创新驱动作为战略导向,充分发挥数据要素对传统传播要素的引领作用,提高全要素传播效率,推动群众性体育赛事的破圈传播,促进群众性体育赛事高质量发展。

一方面,从传播要素上来看,随着互联网等数字技术的快速发展,数据成为传播要素的基本条件已经完备,同时,数据挖掘、处理等技术的发展,使得数据要素在传播过程中不断深入,广泛应用。2020年3月,国务院印发《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》中,数据要素正式成为主要传播要素之一,与传统的土地、技术、劳动力、资本等要素并列。在群众性体育赛事数字化转型的过程中,数据要素更是取代传统要素,在赛事传播过程中扮演着更具有战略性价值的角色。数据要素作为赛事传播过程中的一种特殊资源,可以做到接近无限开发,且能够循环使用。同时,数据可无限复制给多个主体同时使用,有效促进等交易流动,降低赛事传播成本,提高赛事传播效率。以数据要素作为群众性体育赛事传播过程中的核心要素,能够提高传统要素的组合效率。数据要素打破了传统的要素配置与资源整合方式,驱动传统传播要素,包括体育场地设施、人力资本、资金在内的各要素在传播过程中优化组合,最大限度地开发各传播要素的效率,实现传播要素的协作开发、集约整合、高效利用与网络共享^[5]。另外,数据要素作为市场运营过程中的核心要素,有利于改进群众性体育赛事中赛事资源始终以政府为主进行配置的业态,提高市场主体的积极性,逐渐让市场在资源配置中起到决定性作用。

另一方面,技术的迭代升级带动群众性体育赛事传播与协作方式的改变,提高传播效率。以数据作为资源时其来源分散,只有经过挖掘与处理才能发挥有效价值,通过整合才能为群众性体育赛事在多元化应用场景中提供数据支撑,有效促进群众性体育赛事与数字技术的深度融合。数字技术在群众性体育赛事中的应用,使得业态发生转变,促进群众性体育赛事朝着智能化、高效化、集约化的方向进行转变。以VAL为例,早期的赛事普遍采用人工手记技术统计等信息的方式,其后发展为电子版录入系统,现在通过移动终端的小程序来实现信息更新,并且这些信息都和每一名参赛者的移动终端绑定,他们所有的参赛轨迹和相关数据都能实现实时更新。此外,通过小程序,参赛者可以实现找队伍、找队友、找到朋友圈的社交功能。由此,数字技术的接入帮助VAL实现了报名系统、转播系统、社交系统的整合,这不仅使得赛事服务水平大幅提升,还大大提高了赛事的传播效率。

2.1.2 助力市场规模扩大

一方面,数字化转型有助于群众性体育赛事规模经济的形成。通常,体育赛事的主要收入来源包括商业赞助、现场收入以及赛事转播收入,对于群众性体育赛事来说,现场收入相对有限,商业赞助和赛事转播收入几乎无法达成。但随着数字化技术的发展,线上已经不再单单是线下运营的补充,而是形成了单独的线上产业链条,是通过数字化产品及服务在线上形成完整的体育消费模式^[6],与线下相互促进,形成产业良性循环。这是因为,数字化转型能够大幅度降低群众性体育赛事在发展过程中的成本。数字信息时代,互联网、云计算以及大数据等数字技术,打破了信息与资源传播的时空障碍,使得产业生产过程中的边际成本与交易成本大幅度降低,有利于群众性体育赛事进一步形成规模经济^[7],赛事传播的成本随着在线观众规模的增加逐渐降低,甚至接近于无。数字化技术的发展有助于赛事的收入结构发生变化,商业赞助和赛事转播收入有可能逐渐成为赛事的主要收入来源。

另一方面,数字化转型有助于群众性体育赛事范围性经济的形成。从横向上来看,群众性体育赛事本身就带有强烈的产业关联效应与范围辐射效应,通过与数字化技术的深度融合,其更是能够进一步消除与其他产业如商务、旅游、传媒等产业之间的壁垒,促进产业的相互融合,推动产业的协同发展,形成更为丰富多样的体育产业生态圈,实现群众性体育赛事发展过程中的经济效益与社会效益显著增长。从纵向上看,通过数字化赋能构建群众性体育赛事平台化的趋势,有利于群众性体育赛事上下游企业的相互连接,发挥头部企业的引领作用,拉动中小企业发展,为中小企业提供生存空间。同时,它能加强企业与企业之间的相互合作与协同发展,使得群众性体育赛事中的服务与产品更加多元化,助力群众性体育赛事范围性经济的形成^[8]。

2.1.3 促进产业结构优化

以数字化思维促进数字技术与群众性体育赛事的深度融合,催生群众性体育赛事的破圈传播,有助于

推动群众性体育赛事产业结构优化,催生产业发展的新业态、新体系与新的商业模式。

一方面,群众性体育赛事的破圈传播,有利于促进群众性体育赛事与其他业态的跨界融合。在群众性体育赛事这个圈层之中,比赛也有“高水平”和“低水平”之分,“高水平”赛事的传播和转播价值都更大,与大量产业存在着较高的产业关联度,而通过数字化技术的运用,更容易降低甚至消除与跨界产业之间的产业壁垒,实现“群众性体育赛事+”;而“低水平”赛事更多的是“拉新”的状态,赛事在与数字媒体相结合的过程中,运用数字技术为人们带来全新的观赛体验。同时,移动端技术的发展,使得人们能够在碎片化时间在互联网上观看赛事,拉动更多“新人”愿意来尝试感兴趣的项目,进而提高赛事的传播范围。实现“+群众性体育赛事”。除此之外,在以数字化转型为基础与相关产业融合的过程中,数字经济的驱动能够打破群众性体育赛事的传统限制与行业边界,驱动群众性体育赛事与包括医疗、旅游、教育、文化等产业之间的相互融合^[9],衍生群众性体育赛事的新业态、新模式,提高群众性体育赛事中的企业尤其是中小企业的抗风险能力。破圈传播能够赋予群众性体育赛事更多的文化内涵,提升群众性体育赛事的产品附加值。群众性体育赛事破圈传播使得赛事的影响力与范围辐射进一步加强,通过对群众性体育赛事产业链赋予新时代文化内涵,向受众传递群众性赛事的精神与价值观,打造独具特色的赛事IP品牌,增加赛事产品的销售渠道,形成多元化的销售生态,推动群众性体育赛事向外输出更为丰富的内容与产品,创造更高的社会效益与经济效益。

另一方面,群众性体育赛事破圈传播推动商业模式升级。传统群众性体育赛事以线下模式为主、线上模式为辅,伴随数字技术的发展,线上模式不再单是线下模式的补充,特别是疫情带来的技术成熟度和市场接受度,使得群众性体育赛事形成了相对完善的线上运营模式。疫情时期,群众性体育赛事线下活动受限,通过线上运营,开展线上观赛点播、通过网络宣传周边产品带动产品销售等运营模式,为群众性体育赛事企业提供了生存空间。技术以及生存环境的变化,使得多数企业意识到构建线上商业模式的重要性,顺应时代发展,伴随消费升级,新的商业模式必不可缺。通过与互联网技术的融合,通过多种途径的破圈传播,群众性体育赛事商业模式的升级得以实现,为消费者提供多样化、多层次、高质量的产品与服务。

2.2 消极影响

2.2.1 造成负面信息的广泛传播

以马拉松为例,伴随着国内马拉松赛事的繁荣,其也引发了一些有关赛事的负面信息的传播。“引导车挡路、跑友高喊退钱”“国内马拉松乱象频发!拦路,塞国旗,骑共享单车!”“各种问题都有!国内马拉松太乱了!车挡道,冲刺递国旗,替跑套牌,哄抢能量胶”,以负面内容为标题的赛事新闻频繁出现。就实际情况而言,我国部分马拉松赛事的组织的确有待完善,如赛道设计不当、志愿者缺失、成绩记录电子化不足等现实问题的存在,给了一些参赛者采用搭便车、代跑等不正当竞争行为的可乘之机,影响了赛事的公平公正性。一些赛事还出现了交通混乱、安全隐患、医疗救援不及时等问题。此外,大规模的赛事还可能导致赛道周边环境受到破坏,例如垃圾过多、草地磨损等。同时,一些马拉松赛事过度商业化,导致参赛费用过高,吸引了一些商业机构介入,可能引发社会质疑。这些有待改进的问题进入到互联网中,却迅速发酵,被刻意放大,片面渲染,甚至被恶意攻击。一些“污名化”的负面信息广泛传播,昭示了网络正当性监管的缺失。互联网平台具有匿名性特征,使人们可以在无监管的环境中肆意表达观点,即使罔顾事实、有违道德底线也不必担心面对实体世界中的后果。这种“法外世界”的“自由感”使一些用户更容易采取攻击性、挑衅性的言辞,而一些与事实不符的负面信息通过互联网平台的即时性和爆炸性传播,使得消极言论迅速扩散,不明真相人群不求真相地跟风快评、盲目转发形成了所谓的“舆论场”,攻击、贬低、抹黑、谩骂充斥网络,社交媒体上的点赞、分享等互动机制在此时却成了一些极端和激进言论的鼓风机,“破圈”成了“引战”,网络空间的无序性使得一些群体性赛事大大偏离了传播正能量、宣传新风向的初衷。

2.2.2 面临隐私泄露的严峻挑战

群众性体育赛事涉及大量的民众个人信息。参与者在报名过程中通常需要提供个人信息,包括姓名、身份证号码、地址、电话号码等;为了确保参与者的身体状况适合比赛,一些赛事可能会要求提供健康证明、医疗记录等敏感信息;参与者可能在社交媒体上分享与赛事相关的信息,包括训练状况、个人成就、照片等;赛事组织方或媒体可能会拍摄参与者的照片和视频,这些资料也可能被用于宣传和广告。许多赛事使用在线平台进行报名,这些平台可能成为潜在的目标,受到攻击或内部不当行为的影响。此外,负责报

名和组织的机构可能因系统漏洞、数据管理不善等原因导致信息泄露。泄露的身份信息可能被用于进行身份盗窃、诈骗或其他不法活动,公开的个人信息可能使参与者成为潜在的目标,受到骚扰或追踪。公众可能认为赛事组织方未能妥善保护参与者的隐私,这可能损害赛事的声誉和信誉,甚至影响到赞助商、合作伙伴和参与者的态度。担忧个人隐私安全的人们可能会对未来的参与持谨慎态度,这可能导致参与人数的减少,对赛事的公益性质和社会影响造成损害。对整个社会而言,大规模的个人信息泄露可能导致社会范围内的隐私侵犯问题,长期的大量个人信息泄露,可能引发社会不安情绪,破坏信任感,对社会稳定产生负面影响。

2.2.3 导致社会隔阂不断加剧

尽管数字化带来了广泛的社交网络,但破圈现象也可能导致社交隔阂,使人们更容易形成小圈子,与其他观点和群体隔离。首先,信息过滤和筛选过程中,社交媒体平台使用算法为群众性体育赛事的参与者、关注者呈现信息,根据用户的过去行为和兴趣进行个性化推送,这导致了信息的过滤和筛选,用户更容易接触到与他们观点相近的信息,形成“信息茧房”,使得用户难以接触到不同观点。其次,群众性体育赛事在传播过程中,主要依赖微博、微信、公众号这类社交媒体,而用户往往倾向于与他们观点相近的人互动,形成所谓的“社交媒体泡”。在这种环境中,用户更容易受到同质性观点的影响,而忽略了多元的观点。这导致了社交隔阂,使得不同观点的人群之间的沟通变得更加困难。2022年,极限飞盘社团活动及赛事在中国成为“爆点”,然而,有关“运动中的飞盘美女称为飞盘”的热烈讨论已经远远超出运动本身。一些社交媒体平台上存在极端、挑衅性的言论和观点。这些言论可能导致用户形成对立的小圈子,拒绝与其他群体互动。社交媒体上的极端化言论往往加剧了社会的分裂,导致更大范围的社交隔阂。因此,虽然破圈传播可以帮助群众性体育赛事提高传播效率,但一些破圈信息可能只在特定群体中传播,而没有足够的覆盖面,这导致了信息传播的不平衡,使得一些观点难以被广泛接触到,进而导致社会隔阂。

3 数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的主要障碍

3.1 相关责任主体监管不严

在智能手机和移动互联网大范围普及的今天,人人都能成为自媒体,创作者可选择的视频题材十分广泛,创作自由度极高。由于体育自媒体创作者素质不一,产出的视频质量也参差不齐,甚至漏洞百出,不利于观众体育素养提升。创作者自身体育素养不足,赛事评论类视频缺乏客观性,“尊”一方的同时还要“卑”一方。一些博主为吸引眼球,不惜以报道花边新闻、报道故意失衡引起球迷骂战等低俗化的方式来换取热度,一些媒体内容甚至涉嫌黄色、赌博等有害信息,对青少年身心健康发展造成不利影响。究其原因,主要是由于相关责任主体审查监管不严,制度规范有待完善。群众性体育赛事通常规模较大,涉及的地域广泛,参与人数众多,这使得监管工作面临分散化和规模庞大的挑战,难以有效地覆盖所有参与者和比赛场次。群众性体育赛事的组织主体可能是各种社区组织、学校、企事业单位等,缺乏统一的监管主体。不同的组织可能采用不同的管理标准,导致监管难以形成一致性。政府或相关监管机构的资源有限,难以投入足够的人力、物力和财力进行全面监管,这也导致一些群众性体育赛事在实际开展中难以受到有效监管。要解决这些问题,需要综合运用法律手段、技术手段和社会监督,形成多方合力的监管机制。显然,现阶段要完成这项任务的挑战性极大。

3.2 同类体育赛事内容单一

围绕赛事的数字内容生产上,题材同质化及叙事模式单一化的问题是突出的。视频平台内容呈现的一大特点是视频的高同质性,重复、雷同、单一叙事,批量复制生产的内容犹如大范围传播的“网络病毒”,蓄意跟风、模仿至上的现象比比皆是。受经济利益驱使,在高流量、高关注度的捷径吸引下,内容原创意识及创新力量疲软,很少有创作者独辟蹊径,展现出特别的闪光点。视频的内容和形式千篇一律,容易使观众产生审美疲劳,同时还会造成体育自媒体账号同质化严重,阻碍其高质量发展。近几年来,赛事内容同质、侵权现象严重,受利益驱使未经作者同意搬运视频、抄袭侵权等现象比比皆是,体育领域也不例外。如2020年东京奥运会转播遭自媒体短视频严重侵权,截至2021年8月3日,累计监测到直播侵权链接数达4759条,点播侵权链接数量则高达103221条,成为奥运版权保护的难点和重点^[10];斗鱼直播平台因体育主播“达达陪你看球”直播侵犯聚力公司西甲足球赛事节目中国地区独家全媒体版权,终审被判赔偿

PPTV 10 万元^[11]。对于群众性体育赛事的破圈传播而言,要防止类似事件频繁出现,需要体育自媒体主动开阔眼界,打破墨守成规,及时加强自身创新和原创意识培养。

3.3 线下体育参与动力不足

很多传统的体育运动项目正在面临“运动项目人口老龄化”的现象。随着 Z 世代年轻人生活节奏加快和生活工作压力增大,定期参与体育运动几乎成为奢望,这致使部分年轻群体逐渐丧失关注体育的兴趣和精力,运动热情持续低落。以排球赛事为例,排球赛事在运动项目群中仍然处在一个边缘地位,Z 世代年轻人所在的圈层往往是较为私密性的自我发展闭环,他们通过兴趣爱好形成亚文化圈层,譬如动漫圈、JK 圈、饭圈等,圈层内特有的社群规则和话语体系与外界隔绝,相比于打破圈子,他们更愿意在自己热爱的小圈子里自娱自乐,具有封闭性和排他性^[12]。因此,群众性体育赛事的破圈传播在尝试吸引 Z 世代年轻人用户时,存在被圈层文化排斥的困难,在破圈后也面临如何维护 Z 世代年轻人用户黏性的挑战。此外,当前有大量用户观看体育自媒体视频只为寻求乐趣,并未亲身参与到运动当中,“精神健身”现象增多。在群众性体育赛事传播过程中,观众的体育参与度难以保证,如何加强利用体育自媒体对群众性体育赛事进行宣传推广,倡导群众走出网络,积极投身线下体育运动,是一项具有挑战性的工作。

4 数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的优化策略

4.1 完善多方协同机制

第一,赛事运营方谨慎选择视频题材内容,自觉摒弃无营养、碎片化的体育短视频,提高自身素养,丰富视频内涵;要慎重考虑视频中植入商业广告的目标群体、品牌背景以及可能对受众产生的影响;进行传播应符合社会主义核心价值观,以传递正能量为创作引导,积极发挥意见领袖的模范带头作用。第二,平台要加强内容审查力度,审查规范中应明确价值观标准,建构一套适合受众的价值判断体系;开展实名注册,针对不同年龄段用户推送适龄内容;注意标语、提示、警告的使用,禁止未成年人打赏消费,避免直播打赏纠纷案件发生。第三,网信办要严格管制大众传媒的发言权,提高行业准入门槛;严厉惩处涉嫌虚假宣传、造谣、散播有害信息等行为的账号,设立自媒体行业黑名单,防止类似视频再次流入互联网。第四,要倡导社会监督。建立便捷的举报渠道,鼓励公众和相关从业者积极举报违规行为,形成监管合力。支持设立独立的第三方机构,由公民社会组织、专业机构等参与,对群众性体育赛事和自媒体报道进行独立评估和监督。提高公众对体育赛事的关注度,倡导体育精神,促使自媒体更加负责地报道。

4.2 加强优质内容供给

一方面,群众性体育赛事在成立自媒体账号前应明确账号定位和目标用户,创作者应充分挖掘自身亮点,诸如精湛的技术、过人的身体素质、对比赛的独到见解等,根据自身特点探寻创新点,输出个性化内容,提升用户观看体验。另一方面,传播主体应根据现有的题材和内容进行创新,积极探索新领域、新内容、新形式,合理利用网络直播技术,同时不断提高创作者自身素质,杜绝因恶意引流等目的无中生有、做“标题党”等现象;加强原创意识、创新意识和版权意识,避免洗稿、抄袭。另外,在视频创作中,虽然无法完全避免拍摄内容的相似性,但创作者可以通过新颖的拍摄视角、独特的剪辑方式来吸引人们的关注。例如“野球帝逗师傅”作为篮球一级裁判员,借鉴《亮记生物鉴定》的视频形式推出球场鉴定系列视频,通过对篮球比赛视频中球员行为分析判定其犯规和违例情况,向观众普及篮球规则知识,广受粉丝好评。创作者原创创新意识的加强,在于促使群众性体育赛事对所生产内容反思,洞察行业竞争,借鉴成功经验。群众性体育赛事还可采取开通创作激励等措施促使其挖掘创新点,从而推动群众性体育赛事整体优质内容建设。

4.3 反哺线下体育活动

为圈层内部成员搭建参与式表达的渠道,同时增加圈层之外受众接触群众性体育赛事的机会,激发受众的文化认知与情感共鸣。一方面,借助短视频、直播等具有强大社交属性的传播形式,在情感反哺效应之下刺激圈层内部个体的参与式表达与宣泄,为圈层内外个体之间建立关注、欣赏、趋同、效仿等社会关系,彰显个体认同的符号价值。另一方面,群众性体育赛事可充分考虑将热爱运动、公平竞争、健康生活、精神传承的文化理念传递给社会大众,更多成员通过线上线下沉浸式互动,既能感知群众性体育赛事的魅力与价值。举办不同类型的群众性体育赛事,涵盖各种运动项目,以满足不同人群的兴趣和需求;引入创新性比赛形式,例如团队挑战、趣味赛事等,增加赛事的娱乐性和互动性;利用社交媒体平台建立群众性体

育赛事的线上社区,促进参与者之间的交流和分享;定期发布赛事相关的资讯、故事和参与者的个人经历,营造积极向上的氛围。总之,我们需要更全面地传递群众性体育赛事的文化理念,同时提升社会大众的参与感和对体育赛事的认同感。

5 结论

习近平总书记明确指出,为推动体育事业高质量发展,必须加快体育改革创新步伐,更新体育理念,为我国体育事业注入新的活力和动力。在这一背景下,群体性体育赛事的作用愈发重要,成为实现总书记对体育事业发展的要求和国家战略目标的有效途径。数字化背景下群众性体育赛事的破圈传播具有双重影响。积极方面,它提高了传播效率,扩大了市场规模,并促进了相关体育产业的结构优化。然而,我们也必须认识到其中的消极影响,包括广泛传播的消极信息、隐私问题的加剧以及伴生的社会隔阂。要优化这一传播形式,需要解决监管不严、内容单一、线下参与不足等问题,加强多方协同合作,提供优质内容,并支持线下体育活动的发展,从而实现群众性体育赛事的社会价值和可持续发展。未来,可进一步探讨数字化背景下群众性体育赛事破圈传播的影响机制和传播路径,深入研究不同类型赛事的传播特点和受众需求。同时,还可以从文化、社会、经济等多维度多角度考察数字化背景下体育赛事传播的社会意义和长远影响,为促进体育赛事的可持续发展提供理论支持和政策建议。

[参考文献]

- [1] 国务院. 国务院关于印发体育强国建设纲要的通知[EB/OL]. (2019-08-10)[2022-10-27]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm.
- [2] 钟亚平,吴彰忠,杨桦,等. 数字体育对中国特色体育学“三大体系”构建的创新发展[J]. 成都体育学院学报,2022,48(6):15-23.
- [3] 江子扬. 基于 CiteSpace 的亚文化研究可视化分析[J]. 传媒论坛,2023,6(3):73-76.
- [4] 张义宝. 内卷破圈:“双减”视域下学校高标赋能的实践建构[J]. 基础教育参考,2022(6):32-37.
- [5] 王娟. 数字经济驱动经济高质量发展:要素配置和战略选择[J]. 宁夏社会科学,2019(5):88-94.
- [6] 马晓卫,任波,黄海燕. 互联网技术影响下体育消费发展的特征、趋势、问题与策略[J]. 体育学研究,2020,34(2):65-72.
- [7] 冯振伟,曾雨. 加快建设体育强国背景下数字赋能全民健身高质量发展研究[J]. 体育科学,2023,43(4):14-23.
- [8] 白宇飞,杨松. 我国体育产业数字化转型:时代要求、价值体现及实现路径[J]. 北京体育大学学报,2021,44(5):70-78.
- [9] 沈克印,曾玉兰,董芹芹,等. 数字经济驱动体育产业高质量发展的理论阐释与实践路径[J]. 武汉体育学院学报,2021,55(10):5-12.
- [10] 中央广播电视总台. 依法坚决查处东京奥运会盗版侵权行为[EB/OL]. (2021-08-05)[2022-10-10]. http://www.cnr.cn/newscenter/native/gd/20210805/t20210805_525554026.shtml.
- [11] 中国网科技. 斗鱼因体育主播直播西甲侵权,终审被判赔偿 PPTV10 万元[EB/OL]. (2022-02-18)[2022-10-27]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1725093379619261457&wfr=spider&for=pc>.
- [12] 王春琦. Z 世代视角下传统媒体节目的“破圈”路径探析——以《你好生活》为例[J]. 视听,2022(11):77-79.

[责任编辑:陆炳新]