

智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理路径研究

徐磊¹, 王庆军², 王锴¹

(1. 盐城师范学院 体育学院, 江苏 盐城 224002; 2. 南京师范大学 新闻与传播学院, 江苏 南京 210023)

【摘要】在智媒时代下, 探寻大型体育赛事网络舆论生态治理问题, 对促进体育赛事高质量发展, 助力体育强国和网络强国建设具有重要意义。研究认为, 智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理的基本逻辑在参与主体层面上, 要树立体育舆论生态治理全局观, 以确保治理方向; 在协作机制层面上, 要坚持以人民为中心的发展理念, 以推进治理共享; 在治理效能层面上, 要不断创新舆论治理手段与方法, 以提高治理效率。当前大型体育赛事网络舆论生态治理依然面临治理主体缺少与时俱进的智慧治理理念、多元主体之间协同治理机制尚不完善、平台和专业技术人才薄弱致使治理效能欠佳等诸多现实困境。据此提出创新路径: 转变治理主体治理赛事舆论的理念, 打造大数据智慧化治理思维; 健全赛事舆论治理模式和监管体系, 形成多元主体协同共治机制; 加大数据平台建设和人才培养力度, 提升赛事舆论生态治理效能。

【关键词】体育强国; 智媒时代; 大型体育赛事; 网络舆论生态; 舆论治理; 体育赛事舆情

【中图分类号】C912.63; G808.2 **【文献标志码】**A **【文章编号】**2096-5656(2024)06-0059-12

DOI: 10.15877/j.cnki.nsic.20250110.001

党的十九大以来, 以习近平同志为核心的党中央高度重视网络生态治理工作, 多次强调要“健全网络综合治理体系, 推动形成良好网络生态”^[1]。随着智媒时代的来临, 以物联网、大数据、云计算、人工智能等技术为基础的智媒体快速发展不仅引发了传播媒介格局的巨大变革, 同时也对舆论生态产生了重要的影响。在智媒体助推下, 大众不仅能够通过AI机器人等智能媒介随时随地发表评论, 而且可以通过ChatGPT、Sora等智能技术自动生产和传播舆论。特别是在一些大型体育赛事中, 大众的网络舆论生产和表达形式更为多元和明显, 如利用AI机器人发表赛事评论、通过虚拟现实(VR)和3D动画等手段增强赛事评论表达等。

大型体育赛事主要是以比赛为基本手段, 以满足人们审美享受和刺激等需要的社会实践活动^[2], 其作为体育强国建设的重要标识, 因竞技性、娱乐性、政治性等原因已成为全社会关注的公共话题。在智媒体助力下, 大型体育赛事曝光更为频繁, 因比赛胜负、争议性判罚、兴奋剂滥用等突发事件所造成的舆论影响力也日益增大, 极易引发网络危机事

件, 打破大型体育赛事网络舆论生态平衡, 影响大型体育赛事健康发展。在此背景下, 国务院办公厅在2019年8月印发的《体育强国建设纲要》中明确指出, 要形成体育赛事竞赛体系, 构建体育全媒体传播格局, 做好体育舆情监测以提高网络舆情应对能力^[3]。而后, 2024年4月国家体育总局又在《体育赛事活动赛风赛纪管理办法》中提出, 体育赛事活动管理在舆论引导、监督检查、案件查处等方面要建立联动机制, 形成赛风赛纪管理合力^[4]。但由于当前政府部门应对舆情不力、媒体把握舆情传播规律不清、公民媒介素养普遍不高等原因^[5], 使得大型体育赛事网络舆论生态治理在舆情发现能力、引导能力、危机处置能力、治理主体协同以及社交媒体影响力

收稿日期: 2024-11-08

基金项目: 国家社会科学基金一般项目(24BTY012); 江苏省社会科学基金一般项目(24TYB001); 江苏高校哲学社会科学研究重大项目(2024SJZD140); 江苏省高校“青蓝工程”人才资助(2023); 江苏省教育科学规划重点课题(B/2023/01/77)。

第一作者: 徐磊(1986—), 男, 江苏宿迁人, 博士, 副教授, 硕士生导师, 研究方向: 体育舆论传播与网络治理。

通信作者: 王庆军(1969—), 男, 江苏兴化人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向: 体育新闻传播。

估计等方面成效欠佳。大型体育赛事网络舆论生态作为网络生态的有机构成,其治理成效对营造清朗的网络生态空间,推进体育舆情治理高质量发展具有重要意义。

现阶段,大型体育赛事网络舆论生态治理主要以政府单一主体治理为主,面对新的舆论生态环境,如何有效治理大型体育赛事网络舆论生态,在多元中立主导、在多样中谋共识,在多变中定方向^[6],不仅是推进体育网络舆情健康发展的应有之义,更是推进体育治理体系和治理能力现代化建设的时代之需。鉴于此,研究基于《中国网络平台治理研究报告(2020)》中提出的“构筑多主体协同治理的生态格局”整体要求^[7]和大型体育赛事网络舆论生态治理的现实,在智媒时代背景下,在协同治理理论关照下,对大型体育赛事网络舆论生态治理的基本逻辑和现实困境进行剖析,以探求出切实可行的中国方案,为净化体育网络生态、助力中国式现代化体育强国建设提供有益参考。

1 文献回顾和理论基础

1.1 文献回顾:智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理研究

智媒体是依托大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等技术,通过新闻生产与传播流程的智能化革新,实现信息与用户需求的智能匹配的全新媒体形态^[8]。从本质上看,智媒体是人工智能与人类智能协同的一种媒体形态,具有万物皆媒、人机协同、自我进化、个性化服务等特征^[9]。与传统媒体相比,智媒体具有更强的信息生产分发能力、更多样化的交互体验、更高效的信息匹配效率、更丰富的媒体传播功能、更精准的个性化服务。在智媒时代,大众传播迈向了“万物互联和万皆媒”智能传播新时代。

当前,在智媒体助推下,信息传播的智能化趋势日趋明显,这也促使网络舆论环境发生了深刻变化。在智媒体加持下,网络舆论传播速度加快、传播路径增多、传播范围变广,影响网络舆论生态环境的“风险点”随之增多,对智媒时代网络舆论治理的研究应运而生。现阶段,学界在智媒时代的理论内涵^[10]、特征^[11]和应用^[12]等方面已取得可喜的成绩,其中对智媒时代下网络舆论治理方面的研究主要聚焦在网络舆论基本特征^[13]、网络舆论治理的现实困境^[14]、

网络舆论引导^[15]等方面。大多数学者基于智媒体特征和形式,从宏观层面对网络舆论治理提出一定的应对措施,而对于中微观层面和某一具体领域的网络舆论治理缺乏一定的探讨。

大型体育赛事网络舆论生态治理作为网络生态治理的重要表现形态,也是随着体育治理体系和治理能力现代化建设的不断深化而产生的重点治理领域。整体而言,智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理是一项系统工程,是在党的领导下,在体育行政部门或相关公共机构等多元主体共同作用下,遵循网络舆论传播规律,综合运用法律、智能化技术等多种治理手段,维持大型体育赛事网络舆论生态发展秩序,以净化网络环境,满足大众线上多元化参与大型体育赛事沟通和交流需求。

我国对大型体育赛事网络舆论生态治理的研究,主要是源于大型体育赛事频发所引发的舆论极化传播不断影响人们对体育本身、体育政府部门、运动员的形象认知^[16],同时也是顺应国家提出的“提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”的要求^[17]。当前学界对于大型体育赛事网络舆论生态治理主要聚焦在以下4个方面:一是,治理理论应用方面。如张莱等^[18]和康益豪等^[19]分别从圈层结构理论和生命周期理论对大型体育赛事中网络舆论治理进行了探究。二是,治理思维和模式方面。如万晓红等^[20]从结构分析与情感分析的双重视角提出对大型体育赛事舆论治理,在思维上应立足结构和情感双重维度,在治理模式上提倡多元主体共治。三是,治理方式和手段方面。如石峰等^[21]提出面对当前国际大型体育赛事中媒体舆论被操控的局面,相对有效的应对措施是利用技术手段进行实时监测和预警;洪新智^[22]提出面对智能技术赋能体育赛事传播,既要合理利用不断发展的媒介技术助力体育赛事直播升级和体育新闻生产模式革新,也要关注算法与人的协同互构,推动体育主流舆论的建构。四是,治理类型方面。如金北平^[23]针对我国体育赛事转播中舆论导向的复杂现状,从增加民族的自豪感和凝聚力、促进社会和谐,避免冲突等四个方面提出了我国体育赛事转播中舆论导向治理路径;高媛媛^[24]针对大型体育赛事中运动员网暴舆论进行研究,分别从立体化视角呈现打破“沉默的螺旋”、进行议程设置引导舆论走向、促进赛时“热舆论”向

“强舆论”转化3个方面提出了大型体育赛事中媒体舆论引导策略。

当前,关于大型体育赛事网络舆论生态治理的理论、现状及其应对方面的研究,呈现出多视角、多理论、多类型的特点,且具有较强的实践指导意义。然而,随着智媒时代的到来,已有研究还有进一步拓展的空间:一是,虽然当前对于智媒时代的理论和实践应用研究较为充分,但与大型体育赛事网络舆论生态治理这一具体领域相结合的探讨较少;二是,当前大型体育赛事网络舆论生态治理研究大多基于某一个大型体育赛事而提出应对方案,缺少从宏观层面来综合审视智媒时代大型体育赛事网络舆论生态如何治理;三是,当前智媒时代网络舆论治理在治理方式和手段上主要趋向于联合新闻媒体、个人等多主体进行协同治理,但将“协同治理”理论和理念融入智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理领域的探讨尚较缺乏。因此,研究基于以上思考,从协同治理视角出发,对智媒时代大型体育赛事舆论生态治理的基本逻辑和现实困境进行探讨,以厘清智媒时代大型体育赛事网络舆情管理规律,进而提出具体的应对之策,助力大型体育赛事健康发展。

1.2 理论基础:协同治理理论

协同治理理论的核心理念在于通过政府、市场和社会之间的协同合作,以提高公共事务管理的效率和效果。它吸纳了协同论里的子系统协同和治理理论里的多元主体共治理念,倡导多元主体(包括公共部门、企业、社会组织和个人)在资源与利益相互依赖的基础上共同参与决策制定和协同解决公共问题,以实现公共利益最大化^[25]。协同治理理论关注的重心是多元主体在参与公共事务治理时的协同与合作,以实现治理效能的最大化^[26]。同时,协同治理理论主张政府部门与非政府部门、公民等主体进行沟通协作,遵守提前约定好的规则制度,共担风险、共享资源以达到共同目的的一种方式,具有多元性、互动性、动态性等特征^[27]。

大型体育赛事网络舆论生态治理是社会治理的一部分,它不是简单的技术问题,而是善治语境下的命题,其最终目标是走向治理共同体,实现社会共治^[28]。长期以来,我国舆论生态治理主要以政府单一治理主体为主,虽然取得了一定的成效,但在新的传播生态下,新闻媒体、社会组织和个人等主体在

治理实践中发挥的作用相比政府具有一定优势^[28]。舆论生态治理作为我国社会生态治理的有机组成部分,而大型体育赛事网络舆论生态治理又是体育治理的重要一环。面对当前智媒时代给大型体育赛事舆论生态带来的新变化和新挑战,亟须发挥新闻媒体、平台等多元主体协同治理优势,提升大型体育赛事网络舆论生态治理效能。而协同治理理论所提倡的多元主体协同、资源共享等理念对于解决当下大型体育赛事网络舆论生态治理具有很好的适切性。一方面,协同治理理论中的多主体协同治理理念为大型体育赛事网络舆论生态治理提供了思想核心和理论基础。众所周知,大型体育赛事网络舆论生态治理中涉及的利益相关方不仅包括政府、社会组织,还包括新闻媒体、意见领袖、网民等多元主体,这就要求在其治理实践中各个治理主体能够相互配合,高效沟通,才能实现治理效能最大化。而协同治理理论中强调的多主体协同治理理念恰好与大型体育赛事网络舆论生态治理这一内在要求不谋而合。另一方面,协同治理理论中的资源共享理念为大型体育赛事网络舆论生态治理提供了实践指南和现实依据。在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,想要实现多元主体协同治理,达到治理效能最大化的前提就是让多元主体间的资源实现共享。在资源和权利优化配置的前提下,大型体育赛事网络舆论生态治理,需要根据大型体育赛事网络舆论生态的演化规律和特征,以营造健康网络生态环境为目标导向,通过大型体育赛事网络舆论生态治理多元主体协同发布信息和共享信息,进而开展高效化的治理行动来稳定、监管和应对舆情。可见,在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,各参与主体、主体间的协作以及治理效能表现都会影响其治理实效,多元主体协同既是协同治理理论对大型体育赛事网络舆论生态治理主体的要求,也是当下大型体育赛事网络舆论生态治理模式的时代选择。

2 智媒时代大型体育赛事舆论生态治理的基本逻辑

大型体育赛事网络舆论生态作为网络时代的产物,是大型体育赛事网络舆论生成的时空环境,是大型体育赛事网络舆论主体、网络媒介与社会情境相互作用而形成的生态体系,其形成过程具有社会

性和系统性。由此,智媒时代,对大型体育赛事网络舆论生态治理需要遵循一定的基本逻辑,对其治理不仅需要具有系统思维和社会共治理念,而且需要各网络舆论生态治理主体形成协同治理共同体。而协同治理的理论研究主要围绕参与主体、协作机制和治理效能3个要素展开^[29],其中,参与主体(政府、媒体、公众等)是协同治理的核心,协作机制(信息共享、资源整合等)是实现协调与合作的关键,治理效能是衡量协同治理成效的重要指标(问题解决效果、资源利用效率等)。基于这一理论逻辑框架,可以构建完整的大型体育赛事网络舆论生态协同治理体系,推动各治理主体之间的高效合作和共治共享,助力大型体育赛事健康可持续发展。

2.1 参与主体层面:树立体育舆论生态治理全局观,以确保治理方向

体育舆论生态治理作为体育治理的重要一环,是国家治理体系和治理能力的独特表现样态,对其治理事关我国体育事业健康有序发展。大型体育赛事网络舆论生态是体育舆论生态治理水平的直接体现,对其治理理应立足体育舆论生态治理工作全局,全面实现体育舆论生态治理体系和治理能力现代化,营造清朗的网络体育空间。大型体育赛事网络舆论生态治理作为意识形态工作的重要内容,各参与主体只有从体育舆论生态治理工作全局出发,适应当前国内外形势的发展变化,才能保障其在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中能够拥有正确的治理方向,进而牢牢掌握体育意识形态的主动权,促进大型体育赛事舆情健康发展,助力体育强国和网络强国建设。

首先,面对国内发展形势,对大型体育赛事网络舆论生态治理需要做到以体育强国建设内在要求为导向。《体育强国建设纲要》中提出,“到2035年实现体育治理体系和治理能力实现现代化”“不断满足人民对美好生活的需要,努力将体育建设成为中华民族伟大复兴的标志性事业”^[30]。大型体育赛事网络舆论生态是体育赛事发展的“晴雨表”,其在很大程度上反映了大众对于体育事业发展的立场、情绪和态度,对其展开全面、深入、系统的治理,不仅是维护大型体育赛事有序运行与体育事业高质量发展的题中之义,更是满足人民群众日益增长的体育需求,助推体育强国建设的应有之举。因此,在全面推

进国家治理体系和治理能力现代化的深化阶段,面对智媒时代下大型体育赛事舆论生态出现的新变化、新趋势和新挑战,亟须政府、媒体等各参与主体在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中坚持以体育强国建设内在需求为导向,以确保大型体育赛事网络舆论生态治理方向的科学性和精准性。

其次,面对国外发展形势,对大型体育赛事舆论生态治理需要做到以网络强国建设需求为导向。近年来,习近平多次强调建设网络强国对推进中国式现代化的重要意义,提出网络安全和信息化是“事关国家安全和国家发展、事关广大人民群众工作生活的重大战略问题”^[31]。大型体育赛事网络舆论生态治理作为网络信息安全的重要举措,对推进体育强国建设具有重要作用。一方面,随着智媒时代的来临,网络空间已成为大型体育赛事网络舆论博弈的新场域。加之大型体育赛事所具有的“竞赛”“征服”和“加冕”3种典型媒介事件特征^[32],更是让其成为各个国家争夺体育话语权的重要载体。新的传播生态在给大型体育赛事舆论传播带来诸多便利的同时,也造成了大型体育赛事网络舆论传播的复杂性急剧上升,各种因大型体育赛事引发的网络舆论极化传播事件,迫切需要对大型体育赛事网络舆论生态进行治理。另一方面,我国正处于百年未有之大变局的背景下,以美国为首的西方发达国家经常通过强大的网络媒体和技术,借力大型体育赛事这一便利载体来传播自身的体育观和价值观,造成网络空间内利益群体和思想观念日益多元化和冲突化。在此背景下,对大型体育赛事网络舆论生态进行治理,不仅是提高我国网络体育传播力、影响力、引导力和公信力的内在诉求,更是助推网络强国建设的时代需求。由此,在新时代新征程大力推进网络强国建设的实施阶段,面对当前国外发展形势给大型体育赛事网络舆论生态治理带来的诸多干扰,亟须各治理主体坚持以网络强国建设中构建网络综合治理格局、强化网络安全等需求为导向,以确保大型体育赛事网络舆论生态治理的时代性和领先性。

2.2 协作机制层面:坚持以人民为中心的发展理念,以推进治理共享

党的十九届四中全会提出:“必须加强和创新社会治理,完善党委领导、政府负责、民主协商、社会协同、公众参与、法治保障、科技支撑的社会治理体

系,建设人人有责、人人尽责、人人享有的社会治理共同体。”^[33]大型体育赛事网络舆论生态治理作为社会治理的重要组成部分,人民群众又作为大型体育赛事网络舆论生态治理的具体操作者、执行者和实施者,对其治理理应以人民为中心的发展理念,这不仅是对包括体育全部治理活动在内的根本要求,也是推进大型体育赛事网络舆论生态治理共同体建设,提高治理资源共享能力的基石。

首先,对大型体育赛事网络舆论生态治理需要做到治理为了人民。对大型体育赛事网络舆论生态治理坚持做到为了人民,需要以人民的心声和诉求为价值先导,做到人民有所呼、治理有所应。中国特色社会主义进入新时代,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,人民不仅对物质文化生活提出了更高要求,对体育的需求也日益增长。由于智媒体所具有的离散式结构,突破了传统媒体的中心化控制,大众在智媒体创设的“拟态空间”中尽情狂欢,致使近年来由大型体育赛事引发的网络舆论风潮,无论是在传播速度、扩散范围,还是冲击效应上都极为惊人^[5],这无疑给大型体育赛事网络舆论生态秩序造成了干扰,同时也影响了大众对于线上参与体育赛事交流和谐环境的需要。而大型体育赛事网络舆论生态治理正是为了回应民众的这些需求,其最终落脚点就是为了净化网络环境,满足大众线上多元化参与大型体育赛事沟通和交流需求,不断满足人民对于体育赛事的高品质需要。

其次,对大型体育赛事网络舆论生态治理需要做到治理依靠人民。人民群众是历史的主体,是历史的创造者。一方面,大型体育赛事网络舆论生态治理主体包括体育行政部门或相关公共机构等多元主体,这个多元主体里面不仅包括体育组织、企业,还包括广大人民群众。充分发挥广大人民群众的积极性和主动性,在大型体育赛事网络舆论空间内传播正能量,不仅可以传播主流体育价值观和世界观,而且可以提升大型体育赛事网络舆论生态治理的效能。另一方面,大型体育赛事网络舆论生态治理的客体中网民是重点,网民作为人民中的重要群体,是大型体育赛事网络舆论的生产者和传播者,对其舆论生态发展走向至关重要。第五十三次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,截至2023年

12月,我国网民规模达10.92亿,其中手机网民10.91亿,网民使用手机上网的比率达99.9%^[34]。在智媒体赋能下,大型体育赛事网络舆论传播的受众面无疑会进一步拓宽。由此,对大型体育赛事网络舆论生态治理,发挥网民群体的功用至关重要。

最后,对大型体育赛事网络舆论生态治理需要做到治理成果由人民共享。党的十八大以来,习近平多次强调,“广大人民群众共享改革发展成果,是社会主义的本质要求”^[35],并把共享作为发展的出发点和落脚点。大型体育赛事网络舆论生态治理成果作为体育治理和改革发展成果的重要表现形式,理应让人民共享。对大型体育赛事网络舆论生态进行治理就是为了给人民营造清朗的线上体育赛事交流和沟通空间,其最终目的是不断满足人民群众日益增长的体育需求。由此,大型体育赛事网络舆论生态治理成果不仅关系到人民群众健康生活的满足,而且关系到以人民为中心的体育事业高质量、可持续发展。

2.3 治理效能层面:不断创新舆论治理手段与方法,以提高治理效率

智媒时代,国内以“两微一抖”(微博、微信、抖音)为代表的社交媒体平台已成为大型体育赛事网络舆论发酵和传播的集散地,由此形成的网络舆论生态空间也成为大众体育互动交流、表达体育诉求与汇集体育意愿的重要渠道,网络舆论变化则成为把握大型体育赛事网络舆论动向和发展的“风向标”。尤其是在智媒体赋能的新传播生态下,大型体育赛事网络舆论的复杂性不断增加、体育赛事网络舆论极化传播不断增多、体育赛事舆论信息过载和边界日益模糊^[36-37],这些问题严重影响了大型体育赛事网络舆论生态治理的效能。协同治理理论强调应根据社会的发展需要和经济的发展规律,采用协同的方式对公共事务进行治理^[27]。面对当前网络舆论生态变化的新趋势,亟须尊重其发展和演化规律,借力智媒体优势,不断创新舆论治理手段与方法,以提高大型体育赛事网络舆论生态治理效能,进而提升其治理的实效性。

首先,要尊重大型体育赛事网络舆论演化规律。习近平在网络安全和信息化工作座谈会上的讲话从战略高度阐释了网络发展的基本逻辑:一个健康网络生态的形成,需要尊重网络传播规律,才能促进网

络健康发展^[38]。大型体育赛事网络舆论演化作为网络传播的重要表现形态,尊重其演化规律对于促进网络舆论生态治理,推动网络健康发展意义重大。大型体育赛事网络舆论演化是体育网络舆情的外在化表征,其在传播逻辑上始终遵循“唤醒—爆发—持续—消退”的发展规律^[39]。面对当前智媒体赋能的新传播生态,只有准确把握大型体育赛事网络舆论演化的4个阶段特征、表现形态、关键节点、影响因素、衍生效应等规律,才能有针对性对其采取引导措施,如抓住黄金时间进行干预、提升体育受众媒介素养等,进而提升大型体育赛事网络舆论生态治理效能,助力体育舆情健康发展。

其次,根据当前大型体育赛事网络舆论传播形态,不断创新治理手段和方法。在智媒体赋能的新传播生态下,大型体育赛事网络舆论传播在传播主体上打破了传统媒体的中心化格局,解放了传播者,为相对“无权”者赋权,形成了人人都是大型体育赛事网络舆论传播者的新格局;在传播内容上,打破了原有文字单一化、静态化的表达形式,催生出了一大批融合文字、图片与视频于一体的多元化、动态化的大型体育赛事网络舆论表达方式;在传播渠道上,打破了原有主体与受众之间单向的交流模式,实现了大型体育赛事网络舆论传播主客体之间的双向互动交流;在传播速度上,打破了原有舆论发酵、传播速度慢的趋势,实现了大型体育赛事网络舆论传播的裂变性发展;在传播用户上,表现出了大型体育赛事网络舆论生产和消费的一体化。这些变化,无疑会对大型体育赛事网络舆论生态治理造成干扰。党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、体制、机制,增强针对性和实效性^[40]。大型体育赛事网络舆论生态治理作为新闻舆论工作的有机组成部分,在新的传播生态下,亟须准确洞悉大型体育赛事网络舆论传播形态和变化趋势,借力智媒体赋能,不断创新治理手段和方法,在大型体育赛事网络舆论生态治理中掌握主动权和话语权。

3 智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理的现实困境

尼尔·波斯曼认为,技术是把双刃剑,每一种技术既是包袱也是恩赐,不是非此即彼的结果,而是利弊同在的产物^[41]。智媒体的发展与普及为大型体

育赛事网络舆论传播创设了新的媒介生态,激发了大众体育赛事舆论内容生产和消费的积极性,但全民参与的内容生产,也不可避免地带来了体育网络舆论内容的混乱。传统上依靠政府主体进行网络规制的大型体育赛事网络舆论生态治理单向模式也逐渐向媒体、平台等多元主体协同治理模式转变,大型体育赛事网络舆论生态治理观念亟须与时俱进。由此,研究结合协同治理的3个要素,分别从治理主体、协作机制和治理效能3个方面来探析当前大型体育赛事网络舆论生态治理所面临的现实困境。

3.1 治理主体缺少与时俱进的智慧治理理念

在智媒体赋能时代,以大数据技术驱动为基础,倡导“用数据说话、用数据决策、用数据管理和用数据创新”的智慧治理理念正在成为世界各国推动政府现代化发展的新趋势^[42]。然而,在当前大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,作为主要治理主体的政府尚较缺乏这种与时俱进的智慧治理理念,一定程度上影响了治理主体之间协同治理大型体育赛事网络舆论生态治理的效能。

就“用数据说话和用数据决策”方面而言,智慧治理主要是通过大数据、云计算等技术手段,把收集的数据作为政府对客观世界记录和量化的结果,并通过对这些数据进行智能分析来优化决策,进而为决策者提供更加科学、理智的思考和研判。一方面,传统的大型体育赛事网络舆论生态治理主要以国家的强制力为后盾,靠政府发布强制命令和权威来要求大众服从指令以达到治理的目的。这种治理方式使得政府会过于强调自身管制的政治职能,而弱化社会服务职能,极易造成在大型体育赛事网络舆论生态治理中出现越位、缺位和错位现象,不仅影响政府智慧治理的实施,也会对政府和其他治理主体协同治理大型体育赛事网络舆论生态造成干扰。另一方面,大型体育赛事网络舆论生态治理一直沿用的是行政治理模式,有些政府重经验、轻数据,凭主观意志靠经验办事,不科学的决策依然存在^[43],在一定程度上制约了大型体育赛事网络舆论生态协同治理的高效发展。比如,2024年巴黎奥运会开幕式中呈现的宗教、性别等价值观问题引发大众争议,导致开幕式总导演遭到“网暴”。随后,作为政府的代言人巴黎市长和法国总统在媒体上采取措施呼吁要制止这种极化行为,而并没有第一时间从“网暴”行为

的背后大数据出发,来研判网民的内在诉求,致使此次“舆论风波”再次蔓延。

就“用数据管理”方面而言,智慧治理的内在要求就是通过对数据实施监控,将静态数据动态化,以此实现精准化的管理目标。而在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,由于长期受到传统政府公共管理主义的影响,各治理主体逐渐形成了只重视表面问题的解决,而忽视对问题背后深层次原因的挖掘。在以往的大型体育赛事网络舆论生态治理上,多采取“堵”的方式对网络舆论进行干预和管控,对于网民抨击体育赛事就限制网民发表评论或删除评论;对于媒体报道体育赛事不当言论就屏蔽媒体报道;对网络平台上智能算法推荐形成的负面体育赛事舆论就禁止使用智媒体相关算法技术,有时非但没能解决问题,反而会陷入“头痛医头、脚痛医脚”的被动型管理怪圈。就“用数据创新”方面而言,智慧治理要求对各部门的数据资源进行整合,建立数据共享与共融观念,从而为政府提供更多的创新方案。而传统的大型体育赛事网络舆论生态治理模式管理层级较多,部门之间、区域之间“信息壁垒”严重,致使大数据资源无法实现高效共享,一定程度上也会影响政府与其他治理主体协同治理大型体育赛事网络舆论生态的方案和效率。

3.2 多元主体之间协同治理机制尚不完善

一是,多元主体协同治理格局尚未形成。在大型体育赛事网络舆论生态管理向治理的转化过程中,大型体育赛事网络舆论生态治理打破了传统体育赛事管理的条块分割的局面,正在由政府单一主体不断向政府、体育组织、媒体和网民等多元主体转化^[4]。而当前在智媒时代下大型体育赛事网络舆论生态多元主体协同治理依然面临诸多挑战:政府部门与媒体之间的关系如何有效处理,政府部门与体育组织共同参与治理的边界如何划定,政府部门与网民之间的协同治理如何实施,政府部门的“放管服”改革与体育组织、媒体、网民协同治理的尺度如何把握^[44]等。这些挑战在一定程度上阻碍了大型体育赛事网络舆论生态多元主体协同治理格局的形成。智媒时代下大型体育赛事网络舆论生态多元主体协同治理既需要多元主体共享信息发布与交互来引导舆论,又需要协同监管与应对来治理舆论,而如何调配和优化各主体之间的资源配置,充分发挥各

主体自身的优势来提升其运行效能还需不断探索。此外,随着大型体育赛事办赛主体经营的多元化,其不仅涉及办赛主体,还涉及体育传媒、体育中介、赛事公司、不同文化受众等多种形态,这也会增加大型体育赛事网络舆论生态治理的难度。由此,对大型体育赛事网络舆论生态进行治理亟需多元主体协同共治,既要考虑办赛主体需求,还要考虑不同利益相关者(赞助商、球迷等)的利益诉求,否则治理效果可能会事半功倍。

二是,体育赛事网络舆论监管机制尚不完备。首先,宏观上顶层设计操作性稍显不足。一方面,我国虽然在网络空间治理方面就相继出台了《中华人民共和国网络安全法》《网络信息内容生态治理规定》等一系列法律法规,但这些法律法规基本上都是针对网络载体本身制定,而对于大型体育赛事网络舆论生态治理方面出台的法律法规及其相关立法中的基础性条款和应用性条款相对缺乏。另一方面,我国在体育赛事监管方面也先后出台了《中华人民共和国体育法》《体育赛事活动管理办法》《关于进一步加强体育赛事活动安全监管服务的意见》等多项法律法规,但这些法律法规中依然缺乏对大型体育赛事网络舆论监管方面的举措。这与当前智媒体技术助推下的大型体育赛事网络化和智能化传播蓬勃发展之势相比显得相对滞后。其次,中观上大型体育赛事网络舆论监管体系有待完善。当前,国内在大型体育赛事监管和网络舆情监测方面已比较完善,但对于两个领域相结合的监管体系还存在诸多不足。比如,大型体育赛事网络舆论传播主体和网络媒体平台的电子身份认证机制尚未建立、大型体育赛事网络舆论引导应急管理机制尚未健全、大型体育赛事网络舆论管理机构责权边界尚未清晰、大型体育赛事网络舆论传播奖惩机制尚未完善等。这些问题对于大型体育赛事网络舆论监管体系的完善无疑会造成阻碍。最后,微观上自媒体及其服务商实时处理大型体育赛事网络舆论有待加强。大型体育赛事网络舆论传播一般需要经历唤醒、爆发、持续和消退4个阶段。为了实现对其生态进行高效治理,在微观实践层面上还需自媒体及其服务商能够结合大型体育赛事网络舆论演化周期,利用大数据、区块链等智能技术对大型体育赛事网络舆论进行实时跟踪处理。然而,目前无论是大型体育

赛事网络舆论产生前阶段的传播主体数据录入,还是传播阶段里舆论数据保留和存储,以及传播处理阶段的奖励和惩罚措施都还不够完善,也没有形成有效合力,这势必会影响大型体育赛事网络舆论生态协同治理成效。

3.3 平台和专业技术人才薄弱致使治理效能欠佳

智媒体技术的勃兴将我们带入了一个“万物互联、万物皆媒”的大数据传播时代。某种程度而言,数据资源已成为当下大型体育赛事网络舆论生态治理顺利实施的基石。当前,在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中面临的一个主要问题就是数据不全或没有准确数据,这就会严重影响大型体育赛事网络舆论生态协同治理效能,究其原因主要是缺少与智媒时代下大型体育赛事网络舆论生态协同治理模式相适配的体育大数据平台和专业技术人才。

首先,就大数据平台建设方面而言,我国体育大数据平台建设还需继续加强。国家数据局发布的《数字中国发展报告(2023年)》数据显示,截至2023年底,我国共有数据中心约50万个,数据中心机架总规模超过810万,其中大型和超大型数据中心633个,约占全球总量的16%,而美国大型数据中心数量约占全球总量的30%^[45]。间接反映我国体育大数据平台建设仍有很大提升空间。此外,当前在体育网络舆情监测中存在数据量庞大、虚假信息杂糅、数据处理难度大,不同部门之间的数据平台共享效率不高等问题。这都给当前大型体育赛事网络舆论生态协同治理的有效开展造成了干扰。

其次,就大数据专业技术人才方面而言,我国目前体育大数据人才培养数量和质量还有待提升。一方面,我国尚未建立起大型体育赛事网络舆论生态治理的大数据人才培养机制和体系。工业和信息化部发布的《“十四五”大数据产业发展规划》数据显示,预计到2025年,我国大数据人才缺口将高达230万人^[46]。国家大数据人才的短缺也将影响体育大数据人才的供给。当前,我国大型体育赛事网络舆论生态治理中的大数据处理主要依靠专业的计算机专业网络人才,由于其缺乏对于大型体育赛事网络舆论相关背景的了解,对于大型体育赛事网络舆论大数据背后的价值挖掘和分析难以做到最优化,复合型人才的缺乏一定程度上影响了我国大型体育赛事网络舆论生态协同治理效率。另一方面,当前我

国体育大数据监管系统人才缺乏。信通院、工业和信息化部教育与考试中心等单位联合发布的《2024年网络安全产业人才发展报告》显示,到2027年,我国网络安全人才缺口将达到327万,其中信息安全专业人才缺口高达200万;而当前网络信息安全相关本科专业的毕业生约为1.45万人^[47],其中体育信息安全专业人才更为缺乏,远不能满足市场所需。这使得我国大型体育赛事网络舆论生态治理中的体育数据监管人才配备严重不足,进而影响了其协同治理效能。

4 智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理的创新路径

新时代新征程背景下,体育被赋予了新的使命和任务,尤其是伴随着智媒体传播的狂飙突进,给大型体育赛事网络舆论生态治理提出了新要求。在审视当前大型体育赛事网络舆论生态治理基本逻辑和现实困境的基础上,立足于体育强国和网络强国建设要求,从转变治理主体治理赛事舆论的理念、健全赛事舆论治理模式和监管体系、加大数据平台建设和人才培养力度3方面,协同推进大型体育赛事网络舆论生态治理体系和治理能力现代化。

4.1 转变治理主体治理赛事舆论的理念,打造大数据智慧化治理思维

治理理念是治理行为的先导,智媒时代,亟须转变政府的传统体育赛事网络舆论生态治理理念,打造以大数据引领的智慧化治理思维,形成“用数据说话、决策、管理和创新”的智慧治理理念,助力大型体育赛事网络舆论生态协同治理的高效开展。

一是,明确智慧治理理念,加快政府智慧治理的顶层设计。国家和政府可从宏观层面出台大型体育赛事网络舆论智慧治理相关的政策文件,从顶层设计上引领治理主体对于智慧治理理念的认识。二是,转变政府决策习惯,从“经验决策”向“数据决策”转变。在智媒体赋能的大数据时代,大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,政府要养成用数据说话和决策的习惯,在立足数据的基础上对大型体育赛事网络舆论生态治理中出现的客观分析和判断。三是,建立大数据共享观念,用数据管理来助力政府决策的科学化和时效化。一方面,政府和各治理主体之间对大型体育赛事网络舆论生态治

理中的大数据采集、传输、存储等指标设立统一标准,开发统一的数据接口,以加强各治理主体间的数据共享效率;另一方面,可依托国家体育总局体育信息中心官网,借力政府信息数据系统,以云计算和物联网等技术媒介,建立各治理主体共同参与的大数据信息共享平台,为各治理主体的高效化决策提供数据支撑。四是,建立一支大型体育赛事网络舆论生态智慧治理的新型领导团队,以促进其智慧治理工作的顺利开展。领导团队可由国家发展改革委牵头,联合国家体育总局、国家互联网信息办公室等组成,成员涵盖国内大型体育赛事网络舆论生态治理专家、大数据专业技术人才、网络安全管理人才、体育赛事运营管理人才等,共同为大型体育赛事网络舆论生态智慧治理出谋划策。五是,打造体育赛事监测APP服务平台,以数据创新为目标,推动大型体育赛事网络舆论生态治理的智慧升级。政府可采用购买公共服务、引入社会资本等方式,对大型体育赛事网络舆论生态治理中的大数据进行可视化处理,将“以人为本”的服务理念融入大数据共享平台,根据不同类型的大型体育赛事网络舆论生态治理需求,开发“智慧体育赛事网络舆论监测”系列APP软件,使其更好地服务大型体育赛事。六是,打造大型体育赛事网络舆论生态智慧治理文化。通过采取主题讲座、专家访谈、实地考察等形式对各治理主体进行智慧治理理念的宣传和教育,通过媒体以“大数据+智能+宣传”的精准推送方式,将智慧治理理念推送给目标受众,从意识层面促进各治理主体对于智慧治理理念的涵化。

4.2 健全赛事舆论治理模式和监管体系,形成多元主体协同共治机制

首先,创新赛事舆论治理模式,构建多元主体协同共治格局。一是,形成多元化网络舆论治理主体,建立多元主体政策制定过程的协同。一方面,跳出原有治理主体的思维定式,在原有政府治理主体基础上,积极地将体育组织、媒体、网民、意见领袖等纳入治理主体的范畴之中,形成多元化的治理主体;另一方面,在具体的大型体育赛事网络舆论生态治理实践的政策制定中,政府要允许体育组织、网民个体等治理主体表达各自的利益诉求,共同参与治理政策的制定和实施,以此来提升大型体育赛事网络舆论生态治理的全面性和科学性。二是,构建多元

主体良善关系的协同,打造协同化网络舆论治理体系。一方面,通过建立体育信息共享机制,让体育组织、媒体、意见领袖和网民拥有平等、公开、透明地参与治理决策和协商网络舆论治理的权利,促进彼此之间信任关系的建立,以此提升各治理主体之间在大型体育赛事网络舆论生态系统治理中配合的默契度;另一方面,在多元主体良善关系构建的基础上,逐渐打造一个由政府部门牵头,体育组织、媒体、意见领袖和网民协同共治的大型体育赛事网络舆论治理体系。具言之,政府部门正面直接引导,体育组织积极弘扬体育赛事精神,媒体及时报道和还原体育事件真相,意见领袖发表理性观点,网民提升体育媒介素养客观发表评论,各主体各司其职、各尽其能,利用自身优势协同治理大型体育赛事网络舆论生态。三是,推进融合化网络舆论治理方式,实现多元主体善治方式的协同。善治方式包括民主治理、依法治理、贤能治理、社会共治4个方面^[48]。在大型体育赛事网络舆论生态治理实践中,要想实现多元主体善治,需要推进融合化网络舆论治理方式,以最大化提升大型体育赛事网络舆论生态治理效率。通过让网民广泛参与网络舆论生态治理和表达体育诉求方式来进行民主治理;通过完善大型体育赛事网络舆论监督管理办法和设置专门监管机构等方式来推进依法治理;通过培养大型体育赛事舆论生态治理的复合型技术人才等方式来推行贤能治理;通过深化体育赛事治理领域“放管服”改革,协同赛事赞助商、体育组织、平台服务商等社会力量共同治理大型体育赛事网络舆论生态的方式来推行社会共治。同时将线上和线下相结合的治理方式融入这四个方面,来共同实现多元主体善治方式的协同治理,进而推进大型体育赛事网络舆论生态治理效益最大化和最优化。

其次,健全赛事舆论监管体系,为多元主体协同共治机制保驾护航。一是,借鉴国外发达国家在体育网络舆情方面的立法经验和创新举措进行本土化改造,同时建立“责权利”清晰的大型体育赛事网络舆论生态监管机构,加快形成“政府监管、行业自律、公众监督”三位一体的大型体育赛事网络舆论传播制度。二是,建立健全我国对于大型体育赛事网络舆论传播主体和网络媒体平台的电子身份认证机制。借力智媒时代下区块链技术所具有的链上

信息公开透明、可共享、可追踪、不能篡改^[49]等优势,构建常态化的大型体育赛事网络舆论传播主体和网络媒体平台的电子身份认证制度,确保所有的体育赛事网络舆论传播主体和平台信息可追踪溯源,进而来规范和约束传播主体和网络媒体服务商的行为。三是,建立健全大型体育赛事网络舆论引导应急管理机制。通过联合宣传、广电、通信、公安、体育等多部门共同建立分工明确、责任清晰、资源共享的大型体育赛事网络舆论引导应急管理制度,以应对智媒时代大型体育赛事网络舆论传播的复杂性和不确定性。四是,建立“责权利”清晰的大型体育赛事网络舆论生态监管机构。充分利用现有网络监管机构资源,进一步细化网络监管职能,专门成立一个体育赛事网络舆论生态监管机构,充分利用法律法规和行政手段来提高大型体育赛事网络舆论生态治理的效能。五是,进一步细化网络治理中的立法条款。在现有网络治理相关立法的基础上,进一步明确体育赛事网络舆论传播中关于肆意利用算法推荐操纵网络舆论、传播负面、极端化网络舆论行为的法律认定,廓清其惩处的范围、对象、手段、方式,进而为大型体育赛事网络舆论生态治理提供清晰的法律依据。同时,还要进一步加大执法力度,将大型体育赛事网络舆论生态治理的相关法律法规全面落实到实践中,不断提升法律法规的权威性,以助力其治理效能的提升。

4.3 加大数据平台建设和人才培养力度,提升赛事舆论生态治理效能

《“十四五”体育发展规划》中进一步指出,以深化供给侧结构性改革为主线,以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的,聚焦重点领域和关键环节,深化改革创新,不断推进体育治理体系和治理能力现代化^[50]。面对智媒时代大型体育赛事网络舆论生态治理实践中体育大数据平台和专业技术人员供给失衡的现状,亟须对其进行供给侧结构性改革,不断强化数据平台基础设施建设,加大体育数字人才培养力度,创新体育数字人才培养体系,以此来提升大型体育赛事网络舆论生态治理效能。

一是,强化制度供给,为创新体育数字人才培养提供保障。一方面,加强政府在建设大数据平台和培养体育数字人才方面的制度、模式等方面的政策供给力度;同时推进政府的“放管服”制度的实施,

赋予企业、社会、高校人才培养更多的自主权和选择权。另一方面,加强政府对于大数据基础设施建设和体育数字人才培养的监督管理力度,为其供给的持续性保驾护航。二是,强化人才供给,创新体育数字人才培养模式。一方面,通过“高新聘请”“人才共享”等“外引”方式来不断为大型体育赛事网络舆论生态治理聚集更多的体育数字人才;另一方面,通过“学校+企业”合作模式、在综合性大学和体育院校中增设更多体育大数据研发和监测相关专业等“内培”方式,不断培养出一批既懂得大数据分析和处理技术,又懂得体育赛事舆情治理相关知识的现代化复合型应用体育数字人才,为大型体育赛事网络舆论生态治理不断注入新活力。三是,强化资金、设备、场所供给,助推大数据等关键技术突破。围绕当前大数据研发中数据采集和迁移、数据存储和管理、数据处理和分析、数据安全和隐私保护等关键技术,根据不同技术的研发难度以及国内外差距,通过在高校和科研院所设置专项研发计划、项目等方式,均衡配置相应的研发资金、设备、场所资源,以推动大数据技术的研发进程,为大型体育赛事网络舆论生态治理提供技术支撑。四是,强化市场供给,推动大数据平台建设多元化。充分发挥市场主体活力和在资源优化配置中的作用,鼓励社会资本积极参与大数据平台建设,利用区块链、云计算等智能技术构建“体育舆情监测”“智慧体育赛事”等多元化体育大数据服务平台,通过市场化运作方式来不断提升大型体育赛事网络舆论生态治理平台的数字化和智慧化。

5 结语

智媒体的勃兴将大型体育赛事网络舆论生态带入了更为复杂的新传播语境中,其在提高大型体育赛事网络舆论影响力的同时,也加剧了大型体育赛事网络舆论生态治理的复杂性和不可控性。面对当前大型体育赛事网络舆论生态出现的新变化、新问题、新趋势、新技术,对其治理不仅需要国家和政府做好顶层设计和宏观调控,更需要各治理主体之间的协同配合,在尊重网络舆论传播规律的基础上,借力大数据、云计算、区块链等智能技术,不断创新治理方法和手段,共同促进大型体育赛事网络舆论生态治理的科学化、高效化、智慧化和系统化。

参考文献:

- [1] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[N].人民日报,2022-10-16(1).
- [2] 肖林鹏.竞技体育本质及发展逻辑[J].体育学刊,2004(6): 1-3.
- [3] 国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知[J].中华人民共和国国务院公报,2019(26): 6-13.
- [4] 国家体育总局.体育赛事活动赛风赛纪管理办法[R].2024.
- [5] 王晓晨,胡玉泽.多元主体协同的大型体育赛事网络舆情传播与治理研究[J].沈阳体育学院学报,2023,42(2): 123-129.
- [6] 新华通讯社课题组.习近平新闻舆论思想要论[M].北京:新华出版社,2017.
- [7] 彭正银.中国网络平台治理研究报告(2020)[R].2020网络平台治理论坛,2020.
- [8] 杨华.智媒时代网络与新媒体专业人才培养的课程群建设[J].传媒,2023(16): 84-86.
- [9] 张佳琪.智媒体治理:人工智能赋能媒体产业的潜在风险与调适进路[J].东岳论丛,2023,44(12): 65-72.
- [10] 郭全中.智媒体的特点及其构建[J].新闻与写作,2016(3): 59-62.
- [11] 郭颖.智媒体的布局及发展路径[J].人民论坛,2020(27): 140-141.
- [12] 许向东.智媒体的发展路径与探索突破[J].人民论坛,2021(17): 98-101.
- [13] 雷森.智媒体视域下网络舆论引导新格局的构建[J].青年记者,2020(8): 101-102.
- [14] 高健,高蕊.智媒时代网络舆论治理的三维探赜[J].领导科学论坛,2024(11): 84-87.
- [15] 舒悦.智媒体背景下网络舆论引导格局的审视与构建[J].新闻研究导刊,2020,11(11): 68-69.
- [16] 王相飞,张巧玲.大数据背景下大型体育赛事新媒体的传播研究[J].武汉体育学院学报,2015,49(11): 24-29.
- [17] 郭晴,杨茜.使命、机遇与挑战:对北京冬奥会国际传播的思考[J].体育科学,2020,40(11): 3-9.
- [18] 张荣,关博.体育赛事中“圈层舆论”的衍生及其治理机制[J].体育与科学,2020,41(6): 27-31,45.
- [19] 康益豪,王相飞,杨海晨.大型国际体育赛事中争议判罚的舆论演化及引导研究——以“肖若腾事件”为例[J].广州体育学院学报,2024,44(2): 58-68.
- [20] 万晓红,陈嘉宝.新传播生态下体育赛事网络舆论特征及治理——基于结构分析与情感分析的双重视角[J].体育科学,2021,41(4): 23-31.
- [21] 石峰,李彦泽,邵雷.社交媒体舆论操纵者识别的数据挖掘算法及实证分析——以国际大型赛事为例[J].情报杂志,2023,42(6): 147-153.
- [22] 洪新智.深度媒介化视角下体育主流舆论建构的关键要素研究——基于北京冬奥会体育事件的考察[D].苏州:苏州大学,2023.
- [23] 金北平.试论我国当代体育赛事转播中的舆论导向[J].现代传播:中国传媒大学学报,2012,34(7): 151-152.
- [24] 高媛媛.冲突与博弈:大型体育赛事中的媒体舆论引导策略研究——以“新浪体育”对冬奥会朱易网暴事件报道为例[C]//第十三届全国体育科学大会论文摘要集,2023: 24-26.
- [25] 纪彦伶.协同治理理论视角下我国单项体育协会改革路径研究[D].成都:西南财经大学,2021.
- [26] 强宇豪,燕继荣.从“治安”到“治理”——协同治理理论在群体性事件治理中的应用[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2024,53(2): 135-144.
- [27] 吴永兰,杨清清.领导干部经济责任审计与问责协同治理:理论框架与实施策略[J].财会通讯,2024,(23): 115-119, 170.
- [28] 夏德元,刘博.智媒时代网络内容生态治理与编辑的职业使命[J].中国编辑,2022(5): 11-16.
- [29] 田培杰.协同治理:理论研究框架与分析模型[D].上海:上海交通大学,2013.
- [30] 国务院办公厅.国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知[EB/OL].(2019-08-10)[2024-09-01].https://www.gov.cn/gongbao/content/2019/content_5430499.htm.
- [31] 奉羽,白崧.筑牢网络安全防线 推进网络强国建设[EB/OL].(2024-07-10)[2024-12-19].http://www.dangjian.cn/llqd/2024/07/10/detail_202407106797508.html.
- [32] 丹尼尔·戴扬,伊莱休·卡茨.媒介事件:历史的现场直播[M].麻争旗,译.北京:北京广播学院出版社,2000.
- [33] 共产党员网.中国共产党第十九届中央委员会第四次全体会议公报[EB/OL].(2019-10-31)[2024-12-21].https://www.12371.cn/2019/10/31/ART11572515554956816.shtml.
- [34] 中国互联网信息中心.中国互联网络发展状况统计报告[R].2024.
- [35] 求是网.习近平:共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征[EB/OL].(2021-08-22)[2024-09-09].http://www.qstheory.cn/zhuanqu/2021-08/22/c_1127784024.htm.
- [36] 俞鹏飞,王庆军,张铖.网络体育舆论的构成形态、极化传播及其引导策略[J].沈阳体育学院学报,2019,38(4): 86-91.
- [37] 徐磊,王庆军.机遇、挑战与应对:5G时代网络体育舆论传播[J].体育文化导刊,2022(1): 47-53.
- [38] 周勇.尊重网络传播规律,促进网络健康发展[J].新闻与传播研究,2016(6): 5-12,126.
- [39] 陈玉萍,刘嘉毅,冯加付.体育赛事危机事件网络舆情演化的动力因素、演化机理与应对策略[J].成都体育学院学报,2023,49(4): 48-55.
- [40] 张向达,李宏.着力构建良好的社会舆论生态[N].光明日报,2018-08-17.
- [41] 尼尔·波斯曼.技术垄断——文化向技术投降[M].何道宽,译.北京:中信出版社,2021.
- [42] 徐磊,王庆军,孟文涛.大数据时代学校体育场馆服务全民健身智慧治理的内在诉求与路径选择[J].山东体育学院学报,2021,37(5): 73-82.
- [43] 杨盼盼.大数据背景下2022北京冬奥会体育赛事网络舆

- 情研究[D].成都:成都体育学院,2023.
- [44] 殷鹏,任波,王锴.高质量发展视角下中国体育产业治理的三维逻辑与创新路径[J].体育学研究,2024,38(1): 11-23, 62.
- [45] 国家数据局.数字中国发展报告(2023年)[R].2024.
- [46] 工业和信息化部.“十四五”大数据产业规划[R].2021.
- [47] 信通院、工业和信息化部教育与考试中心、中国网络空间新兴技术安全创新论坛.2024年网络安全产业人才发展报告[R].2024.
- [48] 王利明.法治:良法与善治[J].中国人民大学学报,2015, 29(2): 114-121.
- [49] 杨麟,阿英嘎.“区块链+体育”的应用场域及其运营保障[J].体育学研究,2020,34(1): 27-32.
- [50] 国家体育总局.“十四五”体育发展规划[R].2021.
- 作者贡献声明:**
- 徐磊:提出论文主题,设计论文框架,撰写、修改论文;王庆军:论文框架指导,提出修改意见;王锴:收集文献资料和论文校对。

Governance Path of Online Public Opinion Ecology for Large-Scale Sports Events in Era of Intelligent Media

XU Lei¹, WANG Qingjun², WANG Kai¹

(1. School of Physical Education, Yancheng Teachers' University, Yancheng 224002, China; 2. School of Journalism and Communication, Nanjing Normal University, Nanjing 210023, China)

Abstract: In the era of intelligent media, it is of great significance to explore the governance of online public opinion ecology for large-scale sports events for promoting the high-quality development of sports events and boosting China's strength in sports and cyberspace. The research suggests that in the era of intelligent media, the basic logic of online public opinion ecological governance for large-scale sports events is to establish a global perspective at the level of participating entities, in order to ensure the direction of governance; At the level of collaboration mechanism, we must adhere to the development concept centered on the people and promote governance sharing; At the level of governance performance, it is necessary to continuously innovate public opinion governance methods and techniques to improve governance efficiency. The current governance of online public opinion ecology in large-scale sports events still faces many practical difficulties, such as the lack of a smart governance concept that keeps up with the times among governance subjects, incomplete collaborative governance mechanisms among multiple subjects, and weak platforms and the lack of professional technical talents, resulting in poor governance effectiveness. Therefore, an innovative path is proposed to transform the concept of governance subjects managing public opinion in sports events, and creating a big data intelligent governance mindset; establish a sound public opinion governance model and regulatory system for sports events, and form a multi-party collaborative governance mechanism; and intensify the construction of data platforms and talent cultivation efforts to enhance the efficiency of public opinion governance in sports events.

Key words: leading sporting nation ; era of intelligent media; large-scale sports events; online public opinion ecology; public opinion governance; sports event public opinion