



新媒体环境下体育事件网络舆情的特征与引导策略

张大志¹, 谷鹏^{2*}

摘要: 基于新媒体技术的迅速发展, 体育事件引发的网络舆情呈现高频化、复杂化趋势, 认为其出现了新的时代特征: 新媒体引爆, 主流媒体跟进; 呈现出多维度的体育舆论场; 随信息前置快速流变; 体育网络舆情极易走向“后真相”。为了加强体育舆情监测, 提高网络舆情应对能力, 运用跨学科思维, 提出体育事件网络舆情引导策略: 加强体育事件网络报道的议程设置; 加强多维度体育舆论场建设, 平衡话语权与价值观; 构筑法治化的网络舆情监管体制; 以体育事件为中心, 澄清真相, 凝聚社会共识。

关键词: 新媒体; 体育事件; 网络舆情; 后真相; 引导

中图分类号: G80-05 文献标志码: A 文章编号: 1006-1207(2021)04-0068-07

DOI: 10.12064/ssr.20210411

Online Public Opinion of Sports Events in the New Media Environment: Characteristics and Guidance

ZHANG Dazhi¹, GU Peng^{2*}

(1. Institute of Physical Education, Soochow University, Suzhou 215021, China; 2. School of Communication, Soochow University, Suzhou 215021, China)

Abstract: Based on the rapid development of new media technology, the online public opinion triggered by sports events is showing a trend of high frequency and complexity, with new attributes of the times: New media detonates and mainstream media follows up; a multi-dimensional sports public opinion field emerges; rapid flow as information presets; the online public opinion of sports tends to be "post-truth". In order to strengthen the monitoring of sports public opinion and improve the ability to respond to online public opinion, interdisciplinary thinking was used to put forward strategies for guiding online public opinion of sports events: To strengthen the agenda setting of online sports events coverage, facilitate the construction of multi-dimensional sports public opinion fields, balance voice and values, build a legalized online public opinion supervision system, and clarify the truth and build social consensus centering on the sports events.

Key Words: new media; sports events; online public opinion; post-truth; guidance

1 问题的提出

新媒体环境下, 互联网对体育的影响日益显著, 重构了体育传播的媒体格局、传播方式与舆论环境, 网络成为政府体育治理的重要载体。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》, 截至2020年12月, 我国网络新闻用户规模达到7.43亿, 互联网普及率达

70.4%。体育传播正在走向以受众为核心、以技术为动力和以互联网为平台的全新传播格局。互联网带动了体育信息的普及, 便捷了网民对热点与重大体育事件的关注、转发与评论, 网络平台的开放性也为体育事件舆情的生成、积聚与扩散提供了渠道。

体育传播中的热点事件具有很高的公开性, 且日益呈现高频化、复杂化特征, 当高呈现度的体育事

收稿日期: 2020-08-04

基金项目: 国家社会科学基金项目(20BTY035)。

第一作者简介: 张大志, 男, 博士, 副教授, 硕士生导师。主要研究方向: 体育传播。E-mail: zhangdazhi8055@163.com。

* 通信作者简介: 谷鹏, 男, 博士, 副教授, 硕士生导师。主要研究方向: 体育传播。E-mail: sdgupeng@163.com。

作者单位: 1. 苏州大学体育学院, 江苏苏州215021; 2. 苏州大学传媒学院, 江苏苏州215021。



件与新媒体与生俱来的技术活性、网状信息节点及病毒式传播结合在一起,体育便成为网络舆情的高发领域,给政府体育网络舆情治理增加了难度。作为网络舆情的重要组成部分,当前体育事件网络舆情同样面临着“表达者的群体失衡和复杂诉求、平台割裂与传播的偏向、观点的分化和共识的缺乏”^[1]的问题。因此,理解新媒体环境下体育事件网络舆情的实质及表现特征,成为构建科学合理且有效的体育网络舆情治理规则的前提和基础。同时,关注热点体育事件的网络舆情,形成前瞻性、全局性及动态性的体育网络舆情引导策略,对于落实十九届四中全会提出的“完善舆论监督制度,健全重大舆情和突发事件舆论引导机制”以及《体育强国建设纲要》提出的“加强体育舆情监测,提高网络舆情应对能力”^[2],形成健康的体育舆论环境具有重要现实意义,对体育科学化、民主化决策也将起到重要推动作用。

2 新媒体环境下体育事件网络舆情的特征

新媒体主要基于数字技术、网络技术以及其他现代信息技术或通信技术^[3],是具有开放性、融合性的媒介平台,能将有限的信息资源演变为网状传播。喻国明^[4]认为:“一种有影响力的新媒介出现并不仅仅增加新的传播通路和传播平台,更大意义上是用它的社会连接力量构造一个新的现实,新的生态,新的力量聚集方式和新的游戏规则。”人类对新媒体形态的使用,对思维认知和行为方式的影响远大于技术所传递的具体信息内容。体育事件网络舆情是借助网络对公共体育事件或体育社会问题的态度和意见,是社情民意的真实反映。随着中国体育进入泛媒体传播环境,社交关系、智能推荐、用户画像等要素嵌入网络空间,使得体育事件网络舆情呈现出新的时代特征。

2.1 舆情的产生:新媒体引爆,主流媒体跟进

体育舆情的生成与传播媒介的形式关系密切,在微信、微博、移动终端等新媒体出现之前,报纸、广播、电视、PC端是体育事件的主要传播渠道。传统媒体环境下,采访权、编辑权、发布权的垄断性使体育舆情在“把关人”和“议题设置”的主导下,表现出一定的稳定性和可控性,并可以有效引导。随着新媒体技术飞速发展,“沉默的大多数”逐渐拥有编辑权、发布权等网络话语权,焦点体育事件的舆情改变了“他媒体”或“官媒体”环境中体育网络舆情的生成与扩散机制。“用户不仅仅是单纯的媒体受众,同时也成为信息的生产、制造和发布者,自媒体平台上的每一个用户都可以自由、随时地发布任何他认为有价值的

信息。信息的自由发布导致互联网舆论的信息源头多元化,增加了舆论控制的不确定性。”^[5]依赖全新的技术理念,新媒体改变了传统媒体环境下体育事件的信息单向度发布以及路径可控模式,自由发布的交互性使体育传播呈现“去中心化”的分权特征,甚至不乏“自媒体泡沫”^[6]现象。

新媒体具有快速、大容量、交互式、无地域限制等特点,对传统媒体中心的地位形成巨大冲击,各类新媒体平台裂变式的传播速度可在瞬间将体育事件推向舆情高峰。从体育信源或传播主体角度看,现实中的热点体育事件往往率先由微博、微信、新闻客户端等自媒体引爆,尤其是关键意见领袖(Key Opinion Leader)通过制作视频、发布评论等方式表达对事件的看法,更易主导舆情走向,传统媒体加入后的融合传播,最终推动舆情走向顶峰。如备受关注的中超“傅明事件”,傅明作为裁判在赛场上的判罚引发鲁能方面抗议,原本属于足球业务层面,但愤怒的鲁能球迷却将事件焦点引向场外,媒体对事件的关注也由赛场内转向赛场外。经舆情监测系统鹰眼速读网溯源发现,最早爆料傅明论文抄袭的是署名“未来矩阵”发布的《中超金哨傅明火了:论文抄袭竟达54.84% 远超翟天临》^[7]。随着事件在网络上持续发酵,主流媒体开始跟进报道,对事件进行权威评论并加以定性,扮演着引导网络热潮的角色。在“傅明事件”中,人民日报海外版-海外网、正义网、新京报、澎湃新闻等主流媒体纷纷报道,通过还原事实、补充背景等给出专业意见。总体上说,自媒体空间引爆、主流媒体跟进的体育网络事件传播模式,既是新媒体环境下体育网络舆情形成的解释框架,也构成了体育网络舆情治理的规则框架。

2.2 舆情的结构:呈现多维度舆论场

以大数据、云计算等为代表的传播技术构建了全新的媒介形态,赋予不同社会群体实时互动、参与体育信息交流的话语权,使“全媒体体育舆论场”成为可能。但是,话语权并不代表拥有同等影响社会及他人的能力,“同等知情、表达和参与的权利并不能带来同等的现实影响力,舆论场的优势地位与主动权不断分割变换,话语权产生分化”^[8]。官方媒体与意见领袖、公知分子、网络红人等因在掌握体育话语资源上具有先天优势,对网民的舆论影响力、控制力与引导力不断强化,进而出现分化。新华社原总编辑南振中曾提出“两个舆论场”的概念,用来区分大众口头舆论和官方舆论。实际上,当前的舆论场呈现出线上与线下、民间与官方、传统媒体与新兴媒体、体



制内与体制外、国内与国外等相互交织的多维舆论场。

体育领域具有高度的开放性,历来受到媒体的高度关注,一些重要的体育事件会迅速成长为社会关注的公共议题,区域性体育事件也会演变为全国瞩目的公共话题。由于价值立场、利益诉求的不同,不同舆论场对同一话题的评论并非完全一致,“在市场细分与信息茧房效应的叠加下,舆论场呈现对异己观点低包容度的现象”^[8]。当前,进入全面改革“深水区”的中国体育与网络社会在时空上重叠,中国体育不仅处于突发事件高发阶段,且面临着不同舆论场对体育事件的选择性传播:放大或者屏蔽,炒作或者引导,合作或者对抗,污名或者正名。就体育事件的网络舆论结构而言,不同舆论场之间存在着信息接收、认知、评论等方面的不均衡性,具有空间上分化和观点上对抗的两重特征。德国学者诺依曼^[9]指出:“人们看到的是他们所期望看到的,道德评判通过充满感情的刻板成见、标志符号、幻想而在这其中起到引导作用。”在备受争议的苏州(太湖)马拉松“递国旗事件”中,志愿者2次进入赛道递国旗,导致何引丽以5秒之差错失冠军。志愿者递国旗、何引丽扔国旗与赛后的官方回应引发了舆论的广泛关注。在这场事件中,“@四川魏静”发文指责何引丽故意扔掉国旗,并质问“成绩比国旗更重要”。同时,“@头条新闻”“@新浪跑步”等新媒体意见领袖也对事件不断进行解读与价值判断,进一步引发网民对于事件的理性思考。针对喧哗嘈杂的网络舆情,央视网、澎湃新闻等官方媒体相继对该事件进行理性评论,积极引导舆情,起到了正向引导作用。不同舆论场所传递的声音,源于多元社会心态和不同群体体育价值在互联网上的聚合与分化,最终形成复杂的多维体育舆论场。

2.3 舆情的规律:随信息前置快速流变

目前,学界对网络舆情的研究大都依据生命周期理论,以时间为主轴,先后提出众多网络舆情传播变动规律^[10]。根据生命周期理论,任何体育事件网络舆情都要经历发生、发展和衰退的过程,“舆情聚合、舆情形成、舆情爆发、舆情应对、舆情反复及舆情消解构成了一个比较完整的网络舆情发展过程”^[11]。从体育舆情生成看,一个体育事件能在互联网上快速传播,受制于事件的显著性、重要性、接近性、时效性等一系列约束性因素,如事件本身的热度、公众的关注度、媒体的议题设置以及政府的舆情引导等。层出不穷的热点体育事件为体育网络舆情的爆发、扩散、

消解提供了接续不断的议题,体育网络舆情变化规律成为政府体育决策与网络治理的重要参考。

新媒体环境下,媒介技术具有“全时、全域、全民、全速、全媒体、全渠道、全互动和去中心化、去议程化”^[12]等特点,加速了体育事件的传播,体育事件网络舆情传播成功突破了时间、地域以及环境等因素的限制,传播周期也出现缩短的趋势。造成受众对体育事件关注度下降的原因,除了同类事件议题造成的审美疲劳感以及行政干预造成的非自然衰减外,互联网信息传播特有的“快餐式消费”特征也不容忽视,一旦出现新的体育事件,原有议题便会迅速降温。究其原因,美国学者道格拉斯·洛西科夫^[13]将其归结为“数字化精神病”:“我们为了与数据流中任何一个微小变化保持同步而采取的特别措施,到头来只是放大了这些变化在万事万物中的相对重要性。”在他看来,对于信息未知的恐惧是受众不断追逐信息的内在动力,受众开始成为新闻传播的源头而非终点。

新媒体环境下,为了免除受众对信息未知的恐惧,各类信息分发平台不再依赖信息过滤或搜索,而是通过算法推荐将“信息前置”,改变受众在获取信息过程中的时间分配。面对海量体育事件,受众注意力的有限性与体育信息供给的无限性构成一对新矛盾。为了节省用户获取体育信息的成本,今日头条、一点资讯等大多通过算法将用户画像与内容进行匹配。算法推荐是基于人-机器交互的全新信息分发模式,其原则是信息找人,新的体育事件出现后会被迅速前置,旧的事件很快被新发生的事件所覆盖。“此时,新的舆论热点事件吸引或转移了广大网民的注意力,使网络舆情消退并逐渐由聚合状态慢慢离散并冷却。”^[14]从一系列热搜的体育事件来看,事件的主题和当事人频繁发生更替,如韩国光州游泳世锦赛上孙杨与霍顿的纠葛、男篮世锦赛中对阵波兰队周琦发球失误、U19国青集训6名球员违纪、孙杨兴奋剂检测违规等,这些轰动一时的重大体育事件都在特定时间内引发网友的热议,而又迅速被新的热点体育事件所淹没。被媒体报道、大众热议过的体育事件最终会沉淀为体育文化记忆,呈现出可访问性、持久性和全面性的特点。

2.4 舆情的后果:极易走向“后真相”

“后真相”(post-truth)一词最早出现在1985年,“客观事实的陈述,往往不及情感和煽动信仰更容易影响民意”^[15],是当今舆情研究的重要解释框架,《牛津词典》曾将其选为2016年年度热词。2004年,美国



作家拉尔夫·凯伊斯在《后真相时代》中指出：“在后真相时代，我们面对的不只有真相或谎言，还面临着第三种情形，那是一种模糊的陈述，它既不是确切的真相，也不构成谎言。它可以称为放大的真相、新真相、软真相、人工真相、淡真相。”^[15]新媒体环境下，实时化、碎片化内容生产方式使体育信息生产的门槛不断降低，传统媒体“把关人”角色遭到削弱，基于网络平台偏离体育事实真相的“伪新闻”层出不穷。与之前依赖专业、权威新闻媒体机构过滤体育信息不同，现在受众越来越需要自己从海量的体育信息源中过滤信息。“辨别真假的责任更多地落在了我们每个人的肩上，我们正成为自己的编辑、自己的把关人和自己的新闻聚合器。”^[16]情绪与想象、真相与遮蔽、认知与反转成为当前许多体育事件的呈现形式。引发网民关注并参与其中的体育事件在多方舆论的交锋中，不断上演剧情的转变甚至反转，几经辗转最终抵达真相。

后真相时代，越来越多的信息生产主体加入体育传播行列中，微博、微信、论坛、短视频等信息平台催生了体育网络时评的勃兴，在热点体育事件爆发时扮演围观、戏谑、解构与建构、道德审判等多重角色。由于知识结构以及媒介素养的差异，网络时评“不可避免地漂浮着大量个人主观言论、情绪极化标签、未经证实的信息片段及轻率的判断”^[17]。对受众个体和群体而言，只要情绪和想象能够获得表达渠道，对体育事件本身意义与价值的追求反而退居其次，甚至对事件进行夸大、嘲讽与调侃。受众更愿意选择符合自身消费习惯和消费满足的信息，在徐晓东与雷雷网络约架所引发的中国武术能不能打的讨论中，受众除了质疑，还掺杂着戏谑与调侃，甚至抱着“娱乐至死”的心态而不愿追究真相。在诸如此类的体育事件中，相比于了解体育事件的事实与真相，受众更倾向于在话题讨论中进行情绪宣泄。“拟像的真相取代了原本的真相，真相便成了复数的真相，每一个真相知识面对一种特定拟像下的数值。”^[18]网络舆论中充斥着受众的情绪表达与主观判断，各种层出不穷的观点与评论促使热点体育事件持续发酵，延长了体育舆情的动荡周期。

3 新媒体环境下体育事件网络舆情的引导策略

新媒体环境下，体育事件网络舆情形成与扩散机制发生深刻变化，包括：舆情主体的广泛性与行为的情绪性、传播空间的无界性与意见汇聚的实时性、舆论场域的多元性与议题生成的多面性等。新的媒介环境与舆情生态给政府体育治理提出了新挑战，

需要重构体育治理的内涵与维度。政府体育治理不仅包含线下的体育发展规划、体育法治建设及常规体育事务管理，而且包括线上体育舆情的应对。面对频发的体育事件及其网络高关注度，加强体育舆情的分析与引导，有助于全社会理解、支持、参与，以及推进中国体育的全面深化改革，提升政府体育治理能力现代化水平。

3.1 加强体育事件网络报道的议程设置

议程设置是大众传播理论的重要支柱，注重从长远角度对受众认知能力产生主导性作用。1972年，美国学者麦考姆斯和肖在《大众传播媒介的议题设置功能》中提出：“大众传媒迫使受众关注某些特定的问题，不断向大众建议他们所思、所知、所感的内容应该是什么。”^[19]面对信息过载，囿于区域限制，受众在关注、评论、转发体育新闻事件时，议程设置通过传递事件重要性发挥作用，强调事件的重要程度与被公开传播程度的相关性，比拉兹菲尔德提出的“选择性理解”更有说服力。通过议题设置对体育新闻事件进行结构化处理，最重要的意义是“在被表现的事件的等级秩序中建立一种关系，那就是意义的等级跟这些事件的等级是对应的”^[20]。

新媒体环境下，无论技术怎样迭代、传播方式怎样变化、受众需求如何多样，专业优质的体育新闻内容始终是核心竞争力。议程设置所注重的“需要引导的需求”仍具有重要意义，依然要重视媒介予以事件传播位置与受众注意力的关系。习近平总书记^[21]在2016年党的新闻舆论工作座谈会上强调：“内容永远是根本，融合发展必须坚持内容为王，以内容优势赢得发展优势。”将什么样的体育信息内容呈现给受众，不但关系到媒体的经济效益和社会效益，也关系到体育在社会中的整体形象和价值定位。当前，中国体育改革中重要议题很多，东京奥运会推迟举办的影响、2022年北京冬奥会和冬残奥会的举办、体育产业的高质量发展、体育赛事活动的监管与服务以及体育行业协会的脱钩等，都是体育新闻的关注焦点和体育事件的内容看点。媒体可以根据自己的宗旨与特色，设置传播策略和传播主题，“寻找出事实维度和价值维度之间的舆论种子”^[22]，吸引受众注意力，激发其兴趣，影响其认知。

从受众角度看，对媒体报道的体育事件并非照单全收，而是基于知识结构和选择性心理机制组成的分析框架。“人们评价媒介内容最频繁使用的标准，往往源于文化，通过社会化的教育机构、家庭、宗教传承下来的传统的价值标准。”^[23]随着体育新闻内



容提供渠道稀缺局面的缓解,大量信息频繁在不同媒体和平台上重复出现,稀释了体育新闻的价值含量,海量覆盖的传播效果疲态尽显。新媒体在开启传播内容的去中心化同时,传播从“传者本位”向“受者本位”的转变,受众分化为“全议题公众、热点议题公众、单一议题公众、漠视议题公众”^[18]。依据美国经验主义“使用与满足”研究范式,受众自我信息寻求对媒体传播效果有显著影响。根据受众的这一特点,体育新闻报道要注重信息“告知思维”向“打动思维”转变,对热点、突发的体育新闻事件进行严格把关,用高质量、可自助的体育新闻内容服务用户。

3.2 加强多维度体育舆论场建设,平衡话语权与价值观

场域理论是由法国学者皮埃尔·布尔迪厄提出:“在高度分化的社会里,社会世界是由具有相对自由性的社会小世界构成,是具有自身逻辑和必然性的客观关系空间。”^[5]在弥漫各类体育信息的网络空间里,中央媒体与地方媒体、官方媒体与自媒体、传统媒体和新媒体等“小世界”形成了多层次、立体化、全覆盖的传播格局,通过报道、评论、转发、推介等途径,把各自特定诉求的观点、信念、态度传播给受众。不同形态媒体平台的社会效力在于,各自通过对具体体育事件表达立场和倾向,并对事件的来龙去脉、是非曲直进行肯定与否定,最终产生对类似事件内容的重复性激励和抑制作用,从而起到推动体育事业发展进程的作用。

在开放的网络传播链条中,中国体育发展的诸多主题被公开讨论与分享,但不同媒体形态的舆论场所持的立场、视角、价值取向存在显著的分歧和差异。从对公开发布的各类体育政策不同层面的解读,到对知名运动员、教练员赛场内外的全方位关注,再到对体育管理体制内部各类问题的吐槽等,舆论话语分野明显,呈现出“主体多元、议题多面、博弈多发、形态多样”^[24]的特征。随着舆论场域的不断分化,传统媒体、主流媒体正在遭遇微博、微信、抖音、快手、哔哩哔哩等新媒体的包围、消解、对立甚至对抗,新媒体可以自行设置议题,通过发挥意见领袖的作用实现对网民的“锁入效应”。然而,体育舆情治理的内在动力需要多方面的价值支持,尤其是涉及体育全面深化改革的重点议题、领域,体育舆论结构必须与媒体运行制度契合,强化主流媒体在信息来源、观察立场方面的引导性作用。就当前实践来看,大量互联网社交媒体产生的体育新闻呈现信息碎片化、情绪化、民粹化等特征,形成“媒体泛化、新媒强化、受

众分化、声音杂化、沟通难化”^[25]的舆情格局。因此,严肃、精英、专业的主流新闻必须主动占领舆情高地,理性且权威地建立对体育世界的认知,这也给主流媒体通过接入互联网重塑话语权提供了契机。

新媒体技术为网民提供了多元体育信息生产与传播渠道,并催生开放的话语表达空间,此消彼长的话语博弈形成了多维度舆论场。“舆论是关注的表达”^[26],体育舆论场原本是网民基于共时性网络空间表达对体育事件的认知与态度,是“稀以为是”与“众以为是”的集中表达。然而,舆论的世界又是一个充满竞争性传播的世界,“各以为是”的表达将舆论世界切分为一个个具体的舆论场,存在着分歧与对立,彼此陌生的网民在开放的信息技术中因各自价值观而生成封闭的舆论环境。“陌生化网民在虚拟和现实时空进行多维度、多层次、同步性互动,将信息偏好与利益诉求联系起来,形成舆论、观念公众和行动公众,进而影响社会舆论的演化。”^[27]实际上,无论是李普曼^[28]所说的“虚拟环境”还是诺依曼^[9]提出的“意见气候”,都倾向于把舆论当作具体的世界来研究。由此引申,广大受众借助不同媒介技术对体育事件关注与表达,因技术偏好进行的匿名化、实时化互动,因意见一致而迅速形成公共舆论场域(世界),也容易在场域内部的群体认同中出现排他性、无序性及片面性局面。因此,要充分认识媒介技术在促进体育信息流通中的重要作用,也要注意其存有在形塑多维舆论场中掩盖事件真相、无法基于统一的解释体系达成体育共识方面的弊端。

3.3 构筑法治化的网络舆情监管体制

政府是体育事件网络舆情的治理主体,是诸多治理参与主体的核心与主导。《法治政府建设实施纲要(2015—2020年)》明确将“建立健全网络舆情监测、收集、研判、处置机制,推动网络监督规范化、法治化”,作为法治政府建设的重要目标。《体育强国建设纲要》提出,要加强体育舆情监测,完善体育网络舆情的发现、研判与回应。网络社会中,要形成“党委领导、政府管理、企业履责、社会监督、网民自律等多主体参与,经济、法律、技术等多种手段相结合的综合治网格局”^[29],必须要构建起法治化的网络舆情治理体系,积极发挥主流媒体舆情引领效能,依法规范网络平台,加强对网民的引导。

依法规范网络平台,建立信息内容生态治理机制。新媒体环境下,早期的门户网站不断裂变为内容平台、社交平台、分发平台、直播平台。今日头条、一点资讯、微博、微信等平台正逐渐成为体育新闻、体



育事件、体育赛事传播的重要渠道。在流量导向、算法推荐的加持下,技术平台出现“垄断渠道、掌握受众、控制资本、反制内容”^[30]的特征,需要引起足够重视。在天津天海足球俱乐部退出中超事件中,网友“深足冲冲冲”在 Twitter 上爆料,深圳佳兆业总经理丁勇授意部分媒体及记者发表抹黑天津天海足球俱乐部的文章,矛头直指《足球报》记者陈永和《新快报》记者王敌。这则消息的传出,恰好处于中国足协裁决天津天海足球俱乐部能否留在中超的关键时刻,“阴谋论”甚嚣尘上,对中国足球舆情环境造成极坏影响。当前,受众对体育事件信息的获取与解读严重依赖各种技术平台,用户黏性又反向推动技术平台自身出现“异化”,虚假新闻、谣言、后真相、高级黑等问题频出。体育信息内容服务平台要严格按照《网络信息内容生态治理规定》,健全用户注册、账号管理、体育信息发布审核、跟帖评论内容审核和消除体育网络谣言等制度,这是建设网络强国和体育强国的双重要求。

加强网民个体的责任意识,引导网民理性参与。面对 9.89 亿大规模的网民群体,网络信息的舆论导向所蕴含的社会动员能力空前提升,网络舆情风险随之加大。尽管现有的法规政策对信息服务的提供主体设置了严格的行为规范,但难以对匿名受众利用媒介技术生产、接收、评论与转发体育信息的行为进行全面干预,恐吓、诋毁、谩骂、嘲讽、恶搞、戏谑、调侃等非理性的表达始终存在,“以至于生产出一套具有思维定式和固定程式的对抗性话语体系”^[31]。如中超的“傅明事件”,一些愤怒的鲁能球迷竟然对傅明进行人肉搜索,扒出其在足协任职的妻子及发表论文等个人信息,不惜以“闹大”的方式进行情绪宣泄。因此,固然要充分尊重网民对体育事件的舆论表达权,但更要引导网民提升媒介素养,养成理性表达网络话语的习惯,确保体育网络舆情朝积极方向发展。

3.4 以体育事件为中心,澄清真相,凝聚社会共识

作为非建设性、生成性与情绪化的社会存在,“后真相的本质是后共识”^[32],在遮蔽体育事件真实呈现的同时,对体育事业发展的秩序与方向也产生不确定的威胁。身受“解释冲突”困扰的受众,对体育事件的认知是部分真实,或是一种共识真实,而非理性真实,但并非意味着没有真相,“而是我们以往接近真相的方式出了问题,需要重新在更宏大的背景下,重建一个可以直接接近客观性标准的框架,而不是让真相留下的空位直接转移到主观性之上”^[33]。搭建接近客观性标准的框架,破解体育事件“真相难

求”的难题,必须基于传播者、受众、传播平台对体育共识的建立以及公共理性的回归。归根到底,体育事件的真相能否被媒体真实报道,能否被受众信任,与报道体育事件的体制、机构、从业者密切相关,而恰恰在这些方面出了问题。从孙杨“暴力抗检”事件中出现的后真相可以看出,最终根源是网民对明星运动员的态度出现了两极分化。当孙杨以及孙杨母亲依然试图用以往成绩感化网民、用爱国情怀唤起“民粹主义”,进而影响舆情时,网民的态度却转向了不相信甚至是不信任,这正是网民公共理性的回归。

后真相问题的破解,需要多元力量参与“竞争性真相”^[34]的话语竞赛。体育事件网络舆情发生结构是信息发布主体与舆情推动主体之间的互动、对峙甚至博弈。“信息控制主体凭借对核心事实的垄断,控制信息的时机和内容,乃至进行必要的信息垄断;舆情推进主体则借助多视角的审视,对选择性发布的逻辑漏洞和信息缺口,进行颠覆性的质疑和揭露。”^[35]从体育事业治理体系的内涵来看,不同话语竞赛虽有利于体育事件真相的呈现,扭转体育事件网络舆情,但最终也会撕裂社会信任。如国际体育仲裁院关于孙杨暴力抗检的仲裁案,正是在不断逼近真相中还原了事件的真实。当国际体育仲裁院作出孙杨禁赛 8 年的裁决后,网民“一边倒”支持孙杨,甚至认为这是国外反华势力打压中国体育的“阴谋”;而随着事件线索的不断丰富,尤其是事发现场视频的披露,孙杨怒砸“检测瓶”的事实呈现,网民开始质疑孙杨团队对世界反兴奋剂机构检测规则的无知;当庭审现场直播画面曝光后,孙杨不专业的临时更换律师以及孙杨母亲不合时宜地回答法官提问等,都引起网民的反感。2020 年 3 月 4 日,《检察日报》(第 6 版)连发《观察孙杨事件的三双慧眼》《无视规则将会承担相应后果》《商业比赛不能与国家荣誉捆绑》3 篇文章评论孙杨事件。在网民不断搜集事件关键碎片以及权威媒体进行专业评论的合力下,孙杨事件逐步在社会中形成共识。

4 结束语

新媒体技术的进化、媒介平台的价值诉求与受众对体育信息生产与消费的分化,共同构成了体育事件网络舆情的内在张力,体育网络舆情引导必须基于此种逻辑。当前,中国体育处于全面深化改革与传播环境深刻变化的叠加阶段,体育事件网络舆情既关乎体育治理本身,又与国家形象、社会心态、政务服务等密切相关。党的十九届四中全会提出:“完善坚持正确导向的舆论引导工作机制。建立健全网



络综合治理体系,全面提高网络治理能力。”^[36]加强体育事件网络舆情监测,提高体育事件网络舆情应对能力,是新媒体环境下对政府体育治理提出的新命题,也是建设体育强国与网络强国的共同要求。从长远看,采用回望式研究思路对体育网络舆情静态演化特征进行研究,显然难以对变动不居的新趋势形成动态性、整体性及前瞻性认识。随着新媒体技术的日新月异以及体育改革的全面深化,对代际更替引发的新生代舆情表达倾向、技术进步促成的媒介平台迭代以及体育改革触发的焦点议题变化等,都必须及时准确地洞察、解释并加以治理,使体育网络舆情同时代发展的现实需求相吻合。

参考文献:

- [1] 张志安. 新媒体与舆论: 十二个关键问题[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2016: 15.
- [2] 体育强国建设纲要[M]. 北京: 人民出版社, 2019: 20.
- [3] 彭兰. “新媒体”概念界定的三条线索[J]. 新闻与传播研究, 2016, 23(3): 125.
- [4] 喻国明. 互联网不仅是传播工具, 更是社会的操作系统[J]. 今传媒, 2015, 23(11): 124.
- [5] 张兆曙. 网络舆论的“反转”何以可能?: 基于发生结构的视角[J]. 学海, 2018(4): 150-157.
- [6] 仇勇. 新媒体革命 2.0: 算法时代的媒介、公关与传播[M]. 北京: 电子工业出版社, 2018.
- [7] 蚁坊软件. 傅明判罚、傅明论文抄袭上热搜, 引发舆论大战[EB/OL]. (2019-03-13)[2020-08-04]. <https://www.eefung.com/hot-comment/20190313175625>.
- [8] 王路坦. 全媒体舆论场话语权的回归、分化与重振[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2019, 31(3): 133-140.
- [9] 伊丽莎白·诺尔-诺依曼. 沉默的螺旋: 舆论: 我们的社会皮肤[M]. 董璐, 译. 北京: 北京大学出版社, 2013.
- [10] 毕宏音. 网络舆情的基本共识及其动态规律再认识: 多维视角考察[J]. 重庆社会科学, 2019(1): 6-16.
- [11] 张兆曙. 以事件为中心: 中国网络治理的基本模式[J]. 浙江学刊, 2019(3): 65-73.
- [12] 李菲, 柯平, 高海涛, 等. 基于社会网络分析的新媒体网络舆情传播监管研究[J]. 情报科学, 2017, 35(10): 138-141+159.
- [13] 道格拉斯·洛西科夫. 当下的冲击: 当数字化时代来临, 一切突然发生[M]. 孙浩, 赵晖, 译. 北京: 中信出版社, 2013.
- [14] 李礼. 网络舆情的生成机理与政府善治[J]. 首都师范大学学报(社会科学版), 2016(3): 75-80.
- [15] 胡泳. 后真相与政治的未来[J]. 新闻与传播研究, 2017, 24(4): 5-13.
- [16] 彭兰. 新媒体用户研究: 节点化、媒介化、赛博格化的人[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2020.
- [17] 比尔·科瓦奇, 汤姆·罗森斯蒂尔. 真相: 信息超载时代如何知道该相信什么[M]. 陆佳怡, 孙志刚, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2019: 9.
- [18] 蓝江. 后真相时代意味着客观性的终结吗[J]. 探索与争鸣, 2017(4): 10-13.
- [19] 宫留记. 布迪厄的社会实践理论[J]. 理论探讨, 2008(6): 57-60.
- [20] 黎攀. 用“主流价值算法”驾驭“多维舆论场”: 当前媒体融合发展面临的矛盾及变革策略探析[J]. 中国记者, 2019(8): 57-61.
- [21] 本书编写组. 习近平新闻思想讲义(2018年版)[M]. 北京: 人民出版社, 2018: 65.
- [22] 邹振东. 弱传播: 舆论世界的哲学[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2018: 29.
- [23] 高宪春. 智媒技术对主流舆论演化的影响研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 41(5): 5-11.
- [24] 张国良. 20世纪传播学经典文本[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2003.
- [25] 陈卫星. 传播的观念[M]. 北京: 人民出版社, 2004.
- [26] 张光, 史瑞红, 王同录. 融媒体时代内容为王的建构与创新[J]. 新闻爱好者, 2017(8): 55-57.
- [27] 陈先红, 宋发枝. 互联网新技术背景下的舆论传播策略[J]. 武汉理工大学学报(社会科学版), 2019, 32(3): 1-6.
- [28] 沃尔特·李普曼. 公共舆论[M]. 阎克文, 江红, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 4.
- [29] 新华社. 习近平出席全国网络安全和信息化工作会议并发表重要讲话[EB/OL]. (2018-04-21)[2020-08-03]. http://www.gov.cn/xinwen/2018-04/21/content_5284783.htm.
- [30] James E. Grunig, Todd Hunt. Managing Public Relations [M]. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984: 6.
- [31] 丹尼斯·麦奎尔. 受众分析: 中文版[M]. 刘燕南, 李颖, 杨振荣, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2006.
- [32] 汪行福. “后真相”本质上是后共识[J]. 探索与争鸣, 2017(4): 14-16.
- [33] 张耀钟. 作为媒介权力的平台: 一种批判的视角[J]. 传媒观察, 2018(10): 91-97.
- [34] 赫克托·麦克唐纳. 后真相时代[M]. 刘清山, 译. 北京: 民主与建设出版社, 2019: 18.
- [35] 陈龙. 当代传媒中的民粹主义问题研究[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2015: 110.
- [36] 新华社. 中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定[EB/OL]. (2019-11-05)[2020-08-03]. http://www.xinhuanet.com/politics/2019-11/05/c_1125195786.htm.

(责任编辑: 晏慧)