

后真相时代体育迷群“圈层舆论”极化现象表征、成因及应对

单 鹏,车旭升,陆郅韬

(南通大学 体育科学学院,江苏 南通 226019)

摘 要: 正视并警惕体育“圈层舆论”极化现象是健全网络治理体系、推动形成良好体育舆论生态的紧要工作。运用文献资料、逻辑分析等方法,结合后真相背景探赜体育“圈层舆论”极化的表征、成因及应对策略。研究认为:体育迷群“圈层舆论”极化呈现出舆论立场极端化、舆论议题偏移化、舆论交往冲突化与舆论表达情绪化表征,引发体育刻板成见固化、公众议程失焦、社会关系分化、话语理性迷失等问题。其形成原因在于体育迷群信息偏食叠加单因接触与恐惧劝服效应、逐利型自媒体陷入“流量拜物教”陷阱、“去中心化”媒介显化放大圈层间可见性矛盾、圈层话语的“表达—传播”受负面情绪裹挟支配等。应对策略:培育体育迷群信息素养与算法互动能力、完善体育媒体自律监管与主流引导机制、创新体育媒介跨圈交流与冲突调节手段、强化体育舆情情绪防控与信息监督。

关键词: 体育迷群;体育舆论;圈层舆论;舆论极化

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2026)01-0096-07

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2026.01.016

Polarization of Echo Chamber Public Opinion in Sports Fandom During the Post-Truth Era

SHAN Peng, CHE Xusheng, LU Zhitao

(Nantong University, School of Sports Science, Nantong Jiangsu, 226019)

Abstract: Addressing and guarding against the polarization of echo chamber public opinion in sports is a critical task for improving the network governance system and fostering a healthy public opinion ecosystem in sports. Employing methods such as literature review and logical analysis, and against the backdrop of a post-truth era, this study investigates the manifestations, causes, and countermeasures for the polarization of echo chamber public opinion in sports. Research indicates that the polarization of "group public opinion" among sports fans manifests in extreme stances, shifting topics, confrontational interactions, and emotional expressions. This leads to issues such as solidified stereotypes in sports, loss of focus in public agendas, social division, and diminished rational discourse. The causes stem from sports fans' selective exposure to information, combined with single-source contact and fear-based persuasion effects, profit-driven media falling into the "traffic fetishism" trap, decentralized media amplifying visibility conflicts between groups, and negative emotions dominating the expression and dissemination of group discourse. Countermeasures include enhancing sports fans' information literacy and algorithmic interaction skills, strengthening self-regulation and mainstream guidance mechanisms in sports media, innovating cross-group communication and conflict resolution methods in sports media, and improving emotional control and information supervision in sports public opinion.

Keywords: sports fandom group; sports public opinion; echo chamber public opinion; polarization of public opinion

党的二十大报告指出要“健全网络综合治理体系,推动形成良好网络生态”,其中舆论是网络空间治理的重要环节^[1]。随着互联网由 Web2.0 向 Web3.0 演进,传统的中心化网络架构

被打破,以大数据、区块链、人工智能等技术为支撑的去中心化架构和分布式应用加速发展,催生基于兴趣图谱和算法推荐技术的传播结构,形成圈层化信息传播新范式^[2],深刻影响体育受众的认知框架与社会交往模式,“圈层舆论”随之成为舆论研究中的重要概念。有学者认为,舆论的圈层化使离散了的碎片化受众得以再凝聚,改变了社会传播系统的运行轨迹^[3],但其信息传播仍借由技术、媒体与人的互动实现,带有互构关系的负面效应^[4],舆论极化便是其中典型现象之一。与传统的公众舆论相比,圈层舆论的传播尤为迅速^[5],且其封闭环境更

收稿日期:2025-08-24

第一作者简介:单 鹏(2002~),男,江苏盐城人,在读硕士,研究方向:体育人文社会学。

通信作者简介:车旭升(1972~),男,吉林通化人,博士,副教授,研究方向:体育人文社会学,E-mail:xsche113@ntu.edu.cn。

易加剧群体思维的极端化倾向^[6],使群体讨论脱离事实真相,转而倾泻于情绪宣泄,阻碍理性对话与共识的达成。尤其近年来,体育领域危机、突发事件频发,体育迷群极化问题日益凸显,衍生出网络暴力、媒介污名、谣言等问题,对国家体育改革与治理工作造成阻碍^[7],加强体育迷群“圈层舆论”极化问题研究已刻不容缓。当前,体育学界已针对相关议题展开了一定探讨,主要集中体育“圈层舆论”衍生机制^[8]及舆论极化应对^[7]两方面,分别对体育“圈层舆论”的生成逻辑及舆论极化问题的消解策略进行了探究。但就研究聚焦度而言,针对体育迷群“圈层舆论”极化现象的系统性、专门性研究仍显不足。基于此,延循已有研究基点,进一步拓宽体育舆论研究视野,深入体育“圈层舆论”极化问题,全面探讨其表征、风险及成因并提出应对策略,以期深化体育舆论传播规律理解,防范化解体育领域重大信息传播风险提供理论支持和实践指导。

1 体育迷群“圈层舆论”极化的概念与特征

1.1 体育迷群“圈层舆论”极化的概念认知

“极化”概念原属物理学范畴,描述电荷分布趋向两极的物理现象。20 世纪 60 年代末,谢尔盖·莫斯科维奇将“极化”引入舆论研究领域,用以代替“冒险性偏移”概念,并逐步发展为“群体极化”,后广泛应用于舆论演化和群体互动研究^[2]。国内学界常将群体极化与舆论极化并置讨论,用以探讨各类群体非理性现象。具体而言,舆论极化指个体最初持有观点在一系列条件作用下偏向性移动,最终形成极端观点聚集的过程^[9],可拆解为 3 个基本向度:首先,受众所持态度、观点发生偏移时,无论偏移的程度如何,都可称之为极化^[10];其次,随着偏移程度逐步加深,秉持相近或相同意见、态度、观点的个体聚合为“偏见共同体”,持相反立场的群体之间则呈现出清晰可辨的两极或多极分化现象,形成一定的对立态势;最后,舆论立场偏移过程往往伴随观点质的变化,当发生比较强烈极化现象或初始态度本就比较极端时,极化约等于极端^[10],易导致情绪舆论以及各类非理性现象的发生。

“圈层”指因文化共性与共同价值观念而紧密联结的群聚集合,是互相联结的社会关系网^[9]。体育迷群则指粉丝以共同体育兴趣、情感为纽带组成的亚文化群体,是体育圈层文化发展的主要力量以及“圈层舆论”实践的核心主体。项国雄等^[11]将“圈层舆论”定义为“圈内成员基于社交平台围绕特定事件所表达观点、意见、态度的集合”,由此概念出发,结合舆论 N 体说^[9],对体育迷群“圈层舆论”作出系统性解构:首先,舆论主体呈现双重异质性。依据权力差序化结构分层,可分为具备趣缘纽带、地缘关联或价值认同的普通体育“圈”迷,以及掌握一定舆论话语控制权的圈层“粉”头及体育 KOL。依据时间向度,可分为稳态型与流变型 2 类群体,前者以持续性的项目关注或偶像崇拜为纽带,形成稳定的亚文化认同体系,后者则依附于热点体育事件或话题,具有显著的事件驱动性特征。其次,舆论客体涵盖体育领域内具有争议性、冲突性的焦点事件,如竞技赛事结果异动、体育偶像人设崩塌、体育精神价值冲突等。此类事件通过各类符号化建构形成“意义争夺场域”,触发“圈”迷之间的对立立场与极化言论。再次,舆论载体呈现技术中介化特征,主要是各类强互动、“去中心化”社交媒体平台,

如微博超话、豆瓣小组、微信社群等。值得注意的是,随着 Web3.0 技术演进,“圈层舆论”已突破单一平台限制,呈现出更加复杂的传播形态,可通过自媒体网站、视频网站评论区、弹幕区等渠道形成非组织化弱连接的临时性意见同盟,在公共信息环境中“破圈”传播。最后,舆论本体代表了圈层成员针对特定事件讨论后所形成的共识性意见或态度集合,表层表现为显性的观点集群,通过文本交互形成集体记忆,深层则蕴含隐性的价值对抗,折射出体育迷群亚文化场域中的话语权力争。力博弈。

基于上述梳理,对体育迷群“圈层舆论”极化现象作出如下界定:在特定体育事件的公共讨论中,以共同体育兴趣、情感与价值观念等为纽带的亚文化迷群聚合成为“意见共同体”,其所持有的初始性观点在群体极化机制作用下发生系统性偏移,最终形成立场两极或多极分化的凝聚子群,并伴随非理性、极端化情绪对抗的现象,该现象的理论阐释可溯源于后真相传播范式。

1.2 体育迷群“圈层舆论”极化的基本特征

正视体育迷群“圈层舆论”极化现象的客观存在,厘清其基本特征,是在网络亚文化背景下维护体育舆论健康生态的重要基础。具体而言,体育迷群“圈层舆论”极化特征归纳如下:一是形成过程的复合性。舆论极化是媒介、技术、体育迷群交互作用的复合过程。体育迷群既有的价值判断和认知框架构成了极化过程的认知基底,社媒平台通过算法推荐和圈层化组织机制形成技术中介场域,圈层“粉”头与体育 KOL 的议程设置则彻底触发了观点共振与立场强化。二是演变过程的突变性。“圈层舆论”突破了传统舆论的线性演化规律,呈现临界跃迁特征。当同质化群体信息密度或情绪状态达到一定阈值时,会迅速形成裂变式传播与态度极化,表现为舆论的骤发性增长与突变式演进。三是影响效应的破圈性。极化舆论可通过隐喻移植和符号重构突破圈层边界,以职业污名、事实渲染、谣言等方式渗透体育舆论环境,激化、误导特定迷群之外体育受众的情绪及立场选择,对新时期舆论“成风化人、凝心聚力”使命产生负效应,愈加凸显了体育迷群“圈层舆论”极化问题治理的必要性。

2 体育迷群“圈层舆论”极化现象表征及风险

审视体育迷群“圈层舆论”极化现象的目的,并非意在否定和批判体育圈层亚文化,而是在正视其客观存在的事实前提下,深入揭示极化风险及多维成因,以期能够精准施策,有效引导。为此,充分审视体育迷群“圈层舆论”极化现象,首先对其显在表征与潜在风险进行梳理,继而为后续应对策略的提出提供坚实基础。

2.1 舆论立场极端化,体育刻板成见固化

在现代体育传播生态中,受众基于共同体育趣缘、业缘或地缘自主构建或融入特定圈层,这一过程虽强化了群体归属感,但同时也导致信息环境的同质化与认知框架的固化,逐渐演变为高度内聚的“意见共同体”。在秉承“集体正义”的共同体内部,“共识”往往比“事实”更具统摄力,其内部运作逻辑呈现出显著的“后真相”特征,即情感共鸣与群体共识超越客观事实成为主导性认知标准。这种认知机制不仅抑制了个体的

批判性思维,更形成“全或无”式的逻辑隐喻,持有相异立场的体育迷群之间催生二元对立的认知定式,对特定体育人、事、物及现象的评价判断趋于极端固化,形成“好”“恶”两极分化的刻板成见,体育舆论场因此呈现出反相共生特征^[12]。具体而言,这种极端化认知表现为两种典型形态:一方面,极端“偏好”的刻板成见,表现为体育“圈”迷突破体育追星文化的理性边界,通过情感投射将竞技偶像神圣化,构建起一套超越体育本体的符号崇拜体系,如借以“泳池新神”“亚洲第一XX”等符号赋魅将运动员竞技表现升华为完美意象。此类舆论符号往往超越了客观评价范畴,成为一种造神式的语言崇拜,易给心理素质不强的运动员带来心理压力,如潘展乐、郑钦文等都在夺取金牌后关闭线上粉丝群,希望以此减轻饭圈舆论对自身竞技状态的影响。同时,部分极端粉丝为袒护偶像,试图以竞技成就消解社会道德、职业素养等评判规则,传播“成绩豁免”论与唯锦标主义,呈现出典型的价值观异化特征。例如,某足球名将球场违规事件中,其粉丝社媒充斥大量“奥运冠军不应受常规规则约束”等偏私言论,异化了体育作为社会价值载体的教育功能与社会示范效应。另一方面,极端“偏恶”的刻板成见。表现为体育迷群的负面言论通过圈层内部的“回声室效应”不断强化,经破圈传播演变为系统性舆论暴力,带来多维舆论风险。一是非理性的集体污名。针对某一体育个体的负面事件,极可能成为触发群体情绪的导火索,往往通过“隐喻转移”实现污名的跨群体扩散,放大成为对整个涉事体育集体的污名。此类现象在“判罚失误”“爆冷失利”等危机类事件中较为多见,其污名多源于感到权益受损或经历“事实一期待”落差的体育迷群,例如某球队球迷因质疑判罚不公而声讨整个联赛管理团队、某球员粉丝将爆冷失利原因归咎于教练团队失职等,造成不必要的舆论误伤。二是非正义的舆论审判。在后真相认知模式下,许多身陷争议事件中的运动员或教练员,在事件调查结果公布前便被情绪失控的极端“圈”迷贴上各种负面标签,如同被舆论预先“裁决”,即便后续事件真相公布于众,也难以再引起二次关注和讨论,转而形成媒介记忆,对其职业声誉、媒介形象、商业价值等造成长时侵害。例如,在孙杨仲裁案、宁泽涛代言风波等事件中,许多“粉转黑”的网络大V、社群粉头发布的不实言论对其职业形象造成了不可逆伤害,其本质是后真相时代“情感优先于事实”的传播异化。

2.2 舆论议题偏移化,体育公众议程失焦

在社交媒体深度渗透的传播生态中,体育舆论场正经历着范式性的权力重构,公众话语权得以不断释放,传统媒体主导的“自上而下”议程模式被逐渐解构,取而代之的是“人人都有麦克风”的公众自我议程设置时代。这一转型催生了独特的舆论议题生成机制,当体育事件发生时,体育迷群受固化偏见、极端情绪、意见环境等因素干扰,其讨论焦点易偏离事实甚至体育范畴,各类离议题题交织碰撞,经圈内聚合形成规模效应,并“自下而上”进入公共领域,致使事件舆论场呈“失焦”之态,加剧了事实隐退、情感主导的后真相困局。首先,舆论议题浅表,偏离体育范畴。这种偏离体育本体的讨论转向,本质上是圈层亚文化消费主义逻辑渗透的结果^[13]。运动员竞技表现等核心“所指”被持续边缘化,让位于情感化、娱乐化的审美评判,外貌、服饰、人设符号等表层“能指”成为舆论狂欢的对象。以巴黎奥运会期间中国跨栏选手徐卓一引发的舆论现象

为例,这位技术特点鲜明的运动员因其“白面书生”的外形特征在社交媒体上引发热议,“眼镜飞人”等娱乐性话题阅读量超百万,而对其个人技术特征、职业潜力的讨论却寥寥无几。其次,舆论搭车频发,加速议程失焦。在体育突发性危机事件传播中,部分极端粉丝群体倾向于通过非理性关联构建跨时空的舆论框架,将表面相似但本质无关的体育事件强行捆绑,以此实现情绪宣泄或群体声援的目的。此类行为不仅加剧了舆论场的噪声污染,更严重模糊了事件本质真相,以“国乒WTT总决赛单日五连败”事件为例,部分极端国乒“圈”粉将其与“国羽印尼公开赛单日五败”进行非逻辑关联,唱衰我国小球运动发展。这种跨越项目边界和时间维度的舆论搭车策略,将竞技体育中正常的胜负波动异化为系统性危机,不仅扭曲了公众认知,更在特定时期内助长了非理性的悲观情绪蔓延。最后,舆论反转加剧,模糊事实共识。圈层化舆论场中充斥着大量成见与主观投射,形成碎片化信息“迷雾”。随着事件演进,体育迷群常基于既有偏见拼凑阶段性“拟态真相”,事件认知随信息增量频繁反转,舆论呈现“钟摆式”震荡。从刘翔退赛引发的“田径英雄”与“商业炒作”叙事对立,到宁泽涛退役事件中“体制受害者”与“违规当事人”认知更迭,舆论场屡次陷入支持者与批判者的二元对峙,双方粉丝各执一词,舆论多次反转,但始终未能回归到客观事实讨论本身。

2.3 舆论交往冲突化,体育社会关系分化

体育社会关系构架于个体与集体的广泛联结之上,不仅涵盖体育个体之间的互动,还包括群体、组织之间的交往。舆论是一种自然且普遍存在的交往状态^[14],随着“去中心化”媒介时代的到来,传统舆论交往中的线性传播关系被打破,来自不同圈层的成员能够与圈外“他者”进行“面对面”式交流互动。当持两极或多极立场的体育“圈”迷发生意见纠葛、认知矛盾或信息交流不善时,极易触发“外群体反感”。此时,体育迷群在情绪、态度上的“后真相”症候显现,情绪裹挟偏见,激发舆论冲突,导致体育社会关系的分化甚至割裂^[1]。圈际关系作为体育社会关系的重要构成,承载着广泛体育迷群之间的互动。但在以“我”为第一性的圈层文化中,圈外人往往被“他者化”,形成“我们vs他们”的二元认知框架固化。当赛场胜负、偶像声名转化为趣缘社群的象征资本,各方为争夺舆论主导权、维护自在圈层利益而成为互不包容的“他者”,舆论交往趋于排他化、冲突化。如电竞圈与乒乓圈围绕“哪个领域的大满贯更具含金量”展开的激烈辩论、足球迷与飞盘迷为争夺场地话语权而掀起的网络博弈,以及赛场应援常见的“一哥一姐之争”“第一俱乐部之争”“篮球GOAT之争”等,都一定程度上挑起体育“圈”迷之间的对立情绪,从对场地资源、偶像符号的争夺演变为亚文化群体之间的话语对抗,造成双方价值共识与情感纽带的割裂,对体育圈层亚文化和谐氛围产生负面影响。值得警惕的是,“圈层舆论”极化所形成的负面影响,能够通过情绪传导、利益绑定与话语裹挟等渠路,向体育系统内部渗透,引发体育系统内部涉事者之间的矛盾。以职业体育领域为例,在赛场冲突、转会争议或球迷暴力等事件中,常有运动员、教练员受到舆论裹挟,在社交媒体上借以公开表态、隐晦暗示等方式表达不满,强化对立立场。这种负面传导破坏了体育系统内部正常的合作协作关系,涉事运动员、教练员从“发展共同体”异化为“冲突博弈方”,使现代体育治理陷入逆向调节困境。

2.4 舆论表达情绪化,体育话语理性迷失

由于缺乏有效的内外部沟通机制,同质化显著的体育圈层往往沦为情绪淤积、异化、裂变的容器,负面情绪一旦形成,便会迅速扩散。在群体感染下,体育迷群沦为无意识、易操纵和非理性的“乌合之众”,其话语表达意向从“全知参与”转向“情绪宣泄”^[15],抛却不利于我的事实,转投想象式思考与情绪化表达,导致网络谣言、饭圈暴力等事件的发生。在话语主体维度,当充满不确定性的体育突发、危机事件发生时,无论是具备一定话语影响力的体育KOL、圈层“粉”头抑或普通“圈”迷,都极易在愤怒、不满、冲动等心理状态下陷入情绪化叙事,成为情绪主导的符号化存在^[16],其言论表达呈现出对抗性、极端化、情绪化的非理性表征。如某职业球队杯赛决赛爆冷失利事件中,作为失利球队一方铁粉的某大V博主情绪失控,在社交媒体连发“对手靠体毛越位赢球”“全民审判假摔大队”等多条动态,单日阅读量超过十万次。这种以情绪叙事替代事实考据的表达方式,推动舆论焦点从体育内容探讨转向情绪对抗,成为双方球迷互相抹黑、攻击的导火索,引发大规模情绪舆论,不仅扭曲了体育舆论的公共空间秩序,更在深层结构上解构着体育精神的价值共识。在话语实践维度,话语实践强调实践理性的第三层次,即康德式的道德理性层次,简言之,强调话语的道德规范^[17]。康德认为,“道德完全先天地存在于人的理性之中”,然而在数字时代的舆论极化过程中,体育圈层成员往往陷入“情绪先于理性”的认知框架。当群体情绪经由多重机制催化,演化为泄愤式倾向时,其话语表达便会陷入理性坍塌的失序状态,此时话语主体之间往往难以形成道德共识,也难以自觉履行道德义务,催生无意识的道德伦理失范现象,出现比舆论搭车、舆论审判更为严重的网暴、谣言、人身攻击现象。如某联赛裁判争议事件中,当值主裁遭遇大规模网暴,各类针对其执裁资质的媒介流言甚嚣尘上,后逐步发展为对其家庭、人格的无差别攻击,折射出体育迷群道德理性缺失等深层次问题。

3 体育迷群“圈层舆论”极化的形成原因

3.1 主体维度:体育迷群受“为我”意识支配产生信息偏食,叠加单因接触与恐惧劝服效应,加速舆论定向与偏见固化

凯斯·桑斯坦在《信息乌托邦》中用“茧房”一词形容个体在网络信息空间中的自我封闭状态,体育“圈层舆论”极化正是在体育迷群信息偏食基础上,叠加协同过滤算法及恐惧劝服效应,最终导致体育圈层迷众深陷封闭式意见“茧房”,从而加速偏见固化的过程。从内部因素思考,马克思关于“为我关系”的哲学论断深刻揭示了体育圈层舆论极化的认知根源。“凡是有某种关系存在的地方,关系都是为我而存在的”,这种“为我关系”实质是一种主体自我意识,在主体认知实践中表现为三重选择性心理。以某体育明星超话社区为例,参与式观察发现该社区用户生成内容中带有明显情感倾向的信息更易获得高互动量,其背后动因在于圈层迷群受“为我”意识驱动,倾向于选择性接触、注意和记忆支持性信息,主动寻找与自身立场相符的内容以强化有利证据。这种自我强化的信息筛选机制导致体育迷群认知态度呈现典型的极化发展特征,从初

始的简单好恶判断,逐渐演化为非黑即白、非此即彼的极端化评判,即便面对相同事实,不同圈层成员也会基于既定立场产生截然相反的阐释框架,最终形成二元对立的单向度话语模式。从外部原因看,体育迷群极化受协同过滤算法及意见气候的双重规训。一方面,在数字化传播生态中,体育迷群通过评论、浏览、收藏、转发等数字劳动实践,持续生成具有明确情感取向的行为数据。这些数据被平台算法转化为关键的数据资本,进而通过协同过滤机制构建出精准的信息推送体系。具体表现为:平台基于用户行为数据分析,向特定圈层成员持续输送高度同质化的体育内容,包括定制化新闻、周边资讯和明星动态等。用户既有的观点和偏见在持续的正向反馈中被不断巩固,而批判性思维和多元认知能力则在单一信息环境的长期浸染下逐步弱化,最终导致认知偏见不断深化,为极端舆论的滋生提供了温床。另一方面,体育圈层并非是一个纯粹的“平权世界”,内部存在着隐性的权力层级结构。在这一场域中,体育KOL和核心粉丝通过制定群规(如准入审查、发言规范)、实施惩戒(警告、禁言、踢群)等手段,建构起一套完整的意见气候调控机制。以某微博体育明星粉丝群为例,管理者往往设置严苛的社群守则,通过制度性压力促使成员对圈内“优势意见”产生趋同行为。这种权力运作导致普通粉丝陷入“双重恐惧”——既害怕因意见相左而被孤立,又担忧偏离群体共识而丧失身份认同。在此情境下,体育“圈”迷个体会主动评估自我观点与他人观点之间的差异,修正与群体共识相悖的个人观点,从而完成对异见者的系统性规训,此类从众行为会使得圈内成员的相似偏见产生“共振效应”,使得原本相似偏见汇聚叠加,最终导致圈层舆论趋于极端固化。

3.2 引体维度:逐利型自媒体陷入“流量拜物教”陷阱,刻意生产、营销边际话题,导致受众注意力偏移和议程失焦

在平台资本主义的运作逻辑下,体育“圈层舆论”极化中的舆论失焦现象本质上是受众认知资本与媒介流量经济共谋的结果。在注意力经济的范式转型中,互联网营销思维由“物”及“人”,从对产品“功用”的关注转变为对受众“眼球”的攫取。这一过程伴随多元话语力量的崛起,体育自媒体与草根KOL凭借网络传播的弱把关特性,完成议程设置权的去中心化重构,成为“第三极传播力量”。相较于受制专业规范的官方媒体,体育自媒体、草根KOL依托平台经济的弱监管红利,倾向于采用“冲突框架”争夺事件解释权,通过批判、揭露、抨击等叙事方式报道事件,如在赛事裁判争议中刻意放大“黑哨”隐喻,或对NBA球星罢赛事件进行“球员—资本”二元关系建构等,将流量边际效用较高的边缘议题转译为讨论焦点。此类报道虽能传递部分“真相”,但目的仍在于通过情感动员完成对受众注意力的“数字圈地”行动。不仅新闻的真实性难以保证,增加反转新闻、虚假新闻的发生概率,还会误导订阅媒体内容体育迷群认知,致使其非理性情绪被激活,关注和讨论焦点发生偏移,产生“自下而上”式的议题离心现象,如“全红婵疑似遭故意压分”事件中,大量自媒体为攫取流量红利,刻意建构负面叙事框架,传播的不是“裁判评分是否失误”“跳水规则如何计分”等体育内容,而是扩散“裁判是否有意针对”等边缘议题,引发对执裁者的声讨质疑。值得注意的是,“圈层舆论”已超越传统公共舆论范畴^[18],其深层价值正在被各方力量挖掘

利用。在体育传播场域的结构张力中,组织化、规模化的体育“圈”迷与普通受众形成鲜明势差,其基于“符号资本”“群体认同”所累积的圈层凝聚力,恰自构成体育自媒体、体育KOL捕获流量所需要的情感剩余价值,因而每当发生涉及拥有大量“圈层”迷众的体育偶像明星、主流知名赛事、热门运动项目的焦点事件时,体育自媒体、草根KOL等争相成为事件的“第一报道者”。如案例显示,北京冬奥会期间,某主流媒体“赛场风云”专栏的阅读量不及同期自媒体话题热度的十分之一,冬奥迷群受到体育自媒体的拷贝支配,其意见、观点、情绪受非主流媒体力量的控制加深,加剧了舆论极化现象发生可能。因而,如何重建主流媒体体育舆论控制力,已成为数字时代体育圈层亚文化传播治理的重要命题。

3.3 载体维度:“去中心化”媒介显化放大体育圈层间可见性矛盾,削弱媒介交流的可对话性,驱动体育圈层“巴尔干化”

网络时代的舆论传播格局发生深刻变革,各类“去中心化”媒介平台成为体育迷群之间交流互动的载体。以微博超话、豆瓣小组等为代表的社交媒体,凭借其社交可供性与可群聚性推动体育迷群“返部落化”的再组织过程,导致立场对立圈层间关系的“巴尔干化”,成为圈际“交往理性”坍塌、和谐关系崩坏的重要原因。一方面,社交媒体凭借其数字可见性,将对立体育迷群之间的既有矛盾投射到数字公域,构成圈际舆论冲突爆发的根源。矛盾是群体极化的根源^[19]。社会本身充满矛盾,而互联网给了矛盾可见性机会。传统媒体时代,体育迷群之间的话语交锋多停留于“个体对事实的争论”,传播影响的范围有限。但随着社交媒体平台时代的到来,体育迷群开始转向数字化生存,以特定趣缘或情感为纽带的线下圈子向线上迁移,体育“圈”迷可通过“去中心化”媒介渠道直接发声,围绕判罚争议、荣誉争论等,展开维护自身圈层利益的辩护与较量,矛盾可见性大大提高,成为群体极化与舆论冲突的重要原因。另一方面,强互动、弱中心化社媒平台驱使体育圈层重返“部落化”,加剧群体隔阂形成极化。基于“去中心化”社媒平台所形成的虚拟部落正在重构体育迷群的交往范式,体育受众关系从偶发接触转变为持续在场的“数字邻人”,并被分割成有特定利益的不同子群,成为彼此封闭的亚文化群体。对于体育“圈”迷而言,社媒平台既是志趣相投者之间的“聚集地”,也是与异缘他者的“交汇地”,双方不再是偶尔接触的“旅行者”,而变成处于同一时空、随时可能发生冲突的“同行者”。以英超足球德比社群为例,“饭圈化”的亚文化群体虽身处同一平台之中,但被纳入立场相异甚至存在竞争关系的不同社群组织。其所在社群向内构建认知闭环,社群之间则通过队徽、口号等文化符号建立身份区隔,二元对立关系显化加强,异化为同一公共领域中的“分形主体”。当两队在赛场上发生冲突或摩擦时,双方“圈”粉,倾注于传播、放大有利于自在圈层的声音,以警觉、对立的观点态度拒绝理性对话^[20],在这种“抗争性叙事”逻辑下,特定矛盾升级为圈际对抗,最终演化为舆论冲突,印证了“去中心化”媒介对社会既有矛盾的指数级放大效应。

3.4 本体维度:圈层话语的“表达—传播”受负面情绪裹挟支配,渲染出极端暴戾的意见气候,加剧圈层舆论的非理性化

舆论本体指意见、态度和情绪的总和,表现为圈层成员话语表达的集合^[21]。在情绪支配下,体育迷群突破既有媒介规范,借由“去抑制化”媒介传播非理性话语,渲染出极端化、暴力化的意见气候,成为舆论极化的根源。从内在机制来看,在数字部落主义的认知闭环中,体育圈层话语主体陷入“情绪唤起—认知障碍”的恶性循环,构成群体情绪推动舆论极化的心理动因。数字化生存图景下,体育圈层成员凭借“圈内人”身份获得归属感,来自圈内“同者”的认同成为其坚守“我执”的根据。例如,年轻人通过组团徒步、骑行、露营等“搭子”式社交获取“潮青年”身份标签,足球赛场“南看台青年”球迷自视为“球队守护者”“城市忠义者”等,本质上都是体育“圈”迷借助统一“主我”与“客我”,最终完成社会性自我确证的心理过程。当遭遇外部质疑或否定时,这种高度依赖圈层认同的心理机制会触发强烈的身份危机感,进而激活焦虑、愤怒等负性情绪,导致话语表达的非理性迷失^[22]。从外部诱因来看,网络媒介的匿名性、全时性与强互动性共同构建了去抑制化传播场域,提升情绪表达可见度的同时,显著放大了情绪舆论的极化风险。具体表现为:其一,匿名性导致体育“圈”迷社会临场感缺失,带来责任模糊化的问题,突破了戈夫曼拟剧理论所强调的“前台约束”机制,因而在体育事件争论中,其观点表达与情感宣泄往往失去道德自律。其二,弱把关、开放式的媒介强化了情绪的传染性 with 扩散速率。情绪舆论能够通过“群体共振—裂变传播”路径迅速蔓延,形成极端意见气候。其三,圈层“粉头”与体育KOL作为“情绪领袖”,能够通过框架建构与情感动员加剧舆论极化^[23]。例如“某排球明星起诉自媒体博主”事件中,涉事博主为攫取流量刻意建构污名化叙事,触发粉丝群体的负性心理共振,最终导致负面情绪呈病毒式扩散,造成舆论态势极端化发展。

4 体育迷群“圈层舆论”极化的应对策略

4.1 舆论主体认知力:培育体育迷群信息素养与算法互动能力

在算法主导的信息传播格局中,提升受众选择、质疑、理解以及评估信息的能力,是化解信息偏食与刻板偏见的有效手段。具体而言,可以从以下几个方面着手:第一,完善信息素养培育机制,多措并举提升体育迷群的媒介素养。依托微博、抖音等体育社群高度聚集的平台,开发官方认证的信息素养慕课,通过多样化的宣传活动与教育项目,培养体育迷群的批判性思维,使其能够精准辨别信息渠道、甄别信息真伪、评估信息价值。同时,鼓励平台打造“体育+X”传播矩阵,强化不同运动项目、赛事、体育明星内容的多元传播。例如,开展“奥运赛事主题报道”等活动,通过全方位、多层次的信息呈现,潜移默化地提升体育迷群的多元信息感知与认知能力,降低信息偏食的自我强化概率。此外,推进信息素养教育“进校园”行动,借助公共选修课、体育兴趣课等渠道,开设“舆论素养”教育模块。采用案例教学法深入剖析典型舆论极化事件,着力培养青少年群体的批判性思维,提升其对认知偏差的敏锐觉察能力,将极化预防前移至校园教育阶段。第二,提升体育迷群算法互动能力,实现人与算法的良性互动。算法窄化还是泛化认知,关键取决于人与算法的互动^[24]方式。设立算法透明度指标,要求社交媒体平台披露推荐逻辑的关键变量,并鼓励开发

可视化算法调节界面,允许用户自定义信息权重参数,如内容偏好管理、推送功能启闭、浏览模式调节等,帮助用户摆脱“算法陷阱”。同时,引入“信息均衡”提示系统,当用户浏览单一体育主题内容占比超过设定阈值时,系统自动触发提醒,推荐多元内容,实现“善治”与“善用”的有机结合,避免用户过度沉浸于单一信息领域,从而打破算法茧房的束缚。第三,营造安全、包容的表达环境,促进体育圈层的理性对话。体育“圈”迷极化的重要成因之一是受意见气候影响而陷入“沉默螺旋”。为此,应限制圈层“粉头”的权力,通过社群申诉、在线举报等多种途径,赋予普通圈层成员更多的话语权保障。同时,加大培育参照群体,鼓励圈层成员敢于表达不同意见,使其不必担忧受到打压或排斥,从而催生更具包容性和理性的群体合力,推动体育圈层朝着更加健康、平衡的方向发展。

4.2 舆论引导控制力:完善体育媒体自律监管与主流引导机制

在媒介化社会与圈层化传播的双重语境下,体育舆论生态治理亟需通过“自律—监管—响应”三位一体的协同治理模式,重塑“圈层舆论”生态位格局。具体路径如下:第一,构建“自律+他律”双轨制监管体系,规范非主流媒体报道秩序。建立由体育总局指导、互联网平台落地的“体育自媒体生态治理联盟”,制定《体育新媒体内容生产自律公约》,通过签约仪式、行业培训等方式,要求体育自媒体与圈层 KOL 恪守新闻专业主义底线。对违规行为实施梯度惩戒机制:首次违规采取内容限流,二次违规启动账号禁言,屡教不改者永久封号。如微博平台在“体育饭圈生态治理”专项行动中,依据《微博社区公约》清理 1.2 万余条违规内容,禁言 1 500 余个煽动对立账号,形成有效震慑。同时强化政府刚性监管,依据《网络信息内容生态治理规定》,重点整治“标题党”“炒冷饭”“打擦边球”等 3 类违规行为,建立“负面清单—联合约谈—行政处罚”的硬性约束机制,构建“行业自律公约先行、行政监管托底”的治理范式。第二,打造“平台化+圈层化”主流传播体系,重构舆论引导新范式。通过“技术赋能+内容适配+场景再造”三重创新,推动主流媒体实施“破圈传播”战略:在组织架构上,成立体育融媒体中心,整合“两微一抖+B 站+视频号”传播矩阵,打造涵盖赛事直播、深度访谈、科普短视频、运动员 Vlog 的多元内容产品库;在技术应用上,运用 AI 主播、VR 全景报道、虚拟演播室等技术,开发“云观赛+即时弹幕”等交互功能^[25],如央视体育冬奥期间推出的数字雪花互动项目,吸引超百万 Z 世代用户参与;在话语转型方面,采用“圈层化叙事”策略,针对新兴群体开发定制化内容,如《王者荣耀》亚运特辑采用“高燃混剪+专业解说+选手日记”组合形态,实现主流价值与圈层文化的有机融合。第三,加强主流媒体与技术提供方合作,完善舆情应急处置机制。利用大数据、人工智能等信息技术手段监测体育热点舆情,依托大数据舆情监测平台对赛场冲突、判罚争议、罢赛罢训等高风险事件实施全天候追踪,确保主流媒体能够迅速响应,发布权威信息,引导舆论走向。

4.3 舆论载体融合力:创新体育媒介跨圈交流与冲突调节手段

在“去中心化”媒介平台中,“圈层舆论”极化是群体矛盾显性化并逐步升级为二元对立的过程。通过“平台治理+内容

创新+机制建设”三位一体手段,推动群际关系从对立走向共生,是破解舆论极化的关键。具体而言:第一,构建“线上+线下”立体化跨圈交流机制,搭建理性对话平台。在线上层面,开发体育圈层对话专区,设置“跨圈话题榜”“理性讨论区”等功能模块。如微博“马龙张继科”话题主页,通过整合比赛动态、训练日常、趣闻轶事等内容,为双方粉丝提供多维度的交流空间,话题阅读量突破 50 亿,有效降低了粉丝对立情绪。同时,在抖音、B 站等平台设立“跨圈交流”主题活动,如“足球迷看篮球”“电竞粉聊田径”等,通过算法推荐将内容精准推送至相关圈层。在线下层面,由体育总局指导、平台主办“体育嘉年华”,邀请不同项目、球队的粉丝代表参与,通过“破冰游戏+主题沙龙”等形式,促进圈层迷群间的理解与融合。第二,构建“跨圈共生”的内容生态共同体,创新体育文化传播范式。推动主流媒体、赛事方与自媒体深度合作,共同策划、制作、传播高质量体育栏目。如借鉴 NBA 资讯谈话类直播节目《有球必应》模式,邀请专业评论员、运动员、教练员与 UP 主同框对话,通过内容破圈带动圈层融合,推动各方球迷的理性和谐共处。第三,建立“监测—调解—修复”闭环式冲突调节机制。制定《体育社群争议调解标准化流程》,依托大数据舆情监测系统,对圈际争议实施三级预警,一级争议设置 24 h 冷却期,二级争议组织线上调解会,三级争议开展线下对话会。如“电竞与乒乓粉丝论战”事件中,系统监测到负面情绪指数突破阈值后,立即启动 24 h 冷却期,管控对立性、冲突性评论,随后组织双方粉“头”代表开展线上调解会、网络发布会,争取最大化修复圈际关系。

4.4 舆论本体治理力:强化体育舆论情绪防控与信息监督水平

在数字化传播语境下,关注情绪治理,引导和管理好社会情绪,是实现情绪舆论闭环管控的基础和关键。第一,在体育社群治理中着力构建身份认同的理性引导机制,推动自我价值的多元化建构。通过社群教育解构“单一身份即本体”的认知定式,帮助成员建立身份的动态复合观,明确体育趣缘身份仅构成自我认同的维度之一。引导社群成员主动拓展身份维度,构建包含职业身份、文化身份、社会角色在内的复合认同体系,减少对单一身份的过度依赖。去中心化的认同结构既保持体育趣缘认同粘性,通过认知分流缓冲了极端情绪共振。第二,体育“圈层舆论”治理需构建分级防控监督体系,实现精准化管理。实施梯度实名认证体系,针对组织化程度高、规模大的体育圈层社区,如球迷俱乐部、赛事超话社区等推行实名准入制,保证每一位成员都能被识别指认,并通过区块链技术实现数据加密存证,使匿名发言比例降低至合理范围。构建智能动态信息追踪矩阵,借助自然语言处理(NLP)和机器学习(ML)技术,自动提取负面情绪和关键词,对体育迷群态度、情感实施智能画像跟踪,实时监测评论文本、表情符号、视频信息中的情绪烈度,当敏感议题热力值突破阈值时,自动触发“流量降权—内容屏蔽—账号熔断”多级干预机制,给情绪舆论降温。建立圈层用户分层管控机制,运用动态信用评估模型对圈层“粉”头、KOL 等实施重点检测,对其发布的信息进行评估,避免情绪化内容的传播。第三,在体育舆情引导体系中,着力构建专业化情绪领袖培养机制,使其成为情绪舆论治理的排头兵。联合新闻部、传媒大学等机构开发情绪领袖专项培养

课程,选拔具有社会影响力的退役运动员、评论员、体育博主等担当情绪领袖。制定启动“情绪领袖”快速响应预案,在体育事件发酵过程中,借助社会网络分析算法与机器学习模型,精准识别自然形成的草根情绪领袖,采取行动给情绪舆论降温。

5 结语

在“液态现代性”时代,体育迷群“圈层舆论”极化本质上是社会转型期认知适应症候的体现,其解困之道不在于强行浇灭和消除分歧,而在于构建新的意义协商机制。这需要观念创新、制度创新、技术创新、治理创新协同进化,积极调适主体认知能力、引体话语格局、载体融合生态与本体情绪水平,在圈层亚文化与人文关怀张力中寻找动态平衡,实现破圈、融圈、跨圈,创造既能包容多元表达,又能维系社会凝聚的新型数字公域。

参考文献:

- [1] 吴越,李发根.舆论极化研究综述[J].情报杂志,2022,41(4):98-103+110.
- [2] 吴洁,许向东.网络舆论圈层化:逻辑生成、发展深化与生态治理[J].新闻春秋,2022(4):36-42.
- [3] 朱天,张诚.概念、形态、影响:当下中国互联网络媒介平台上的圈子传播现象解析[J].四川大学学报(哲学社会科学版),2014(6):71-80.
- [4] 杨洗.数字时代舆论极化的症结、成因与反思[J].新闻界,2021(3):4-10+27.
- [5] 陈雅羿,汤景泰.社群圈层与舆论表达:论企业声誉危机中的网络公众[J].现代传播(中国传媒大学学报),2023,45(10):115-123.
- [6] 中金霞,万旭婷.网络圈层化背景下群体极化的特征及形成机制:基于“2·27事件”的微博评论分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(8):55-61.
- [7] 俞鹏飞,王庆军,张斌.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.
- [8] 张策,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.
- [9] 唐胜宏,彭琪月,韩韶君.新技术条件下主流媒体舆论引导能力提升策略[J].新闻战线,2021(21):91-94.
- [10] 蒋忠波.“群体极化”之考辨[J].新闻与传播研究,2019,26(3):7-27+127.
- [11] 项国雄,邓天阳.圈层舆论生成与转换机制研究:基于电影海报粉丝群的民族志观察[J].现代传播(中国传媒大学学报),2024,46(5):128-139.
- [12] 刘晓燕,张乐乐.后真相时代社交媒体情绪极化研究[J].青年记者,2024(7):84-88.
- [13] 张燕,胡天生,钟利彬.青年网络圈层亚文化:典型特征、潜在风险和引导对策[J].浙江理工大学学报(社会科学版),2024,50(4):422-429.
- [14] 李亚菲.交往在舆论中的角色:李普曼和马克思恩格斯相关论述比较[J].青年记者,2011(26):21-22.
- [15] 葛岩,秦裕林,赵汗青.社交媒体必然带来舆论极化吗:莫尔国的故事[J].国际新闻界,2020,42(2):67-99.
- [16] 朱佳欣,李云峰.突发事件网络舆情中的话语失序及其治理[J].理论导刊,2020(7):112-118.
- [17] 邓晓芒.康德道德哲学详解[J].西安交通大学学报(社会科学版),2005,25(2):44-47.
- [18] 刘一川.圈层传播舆论治理的理论困境与实践进路[J].青年记者,2021(4):111-112.
- [19] 黄河,康宁.移动互联网环境下群体极化的特征和生发机制:基于“江歌案”移动端媒体文本和网民评论的内容分析[J].国际新闻界,2019,41(2):38-61.
- [20] 朱博,朱翠明.透视青年“圈层化”文化现象[J].人民论坛,2023(19):97-99.
- [21] 严励,邱理.网络话语:一种特殊的舆论形态[J].新闻爱好者,2017(1):22-26.
- [22] 赵云泽,薛婷予.危机事件中恐慌情绪传播及群体认知研究[J].当代传播,2021(2):31-35+40.
- [23] 刘念,朱婧.谁掀动了网络情绪?网络舆情中愤怒情绪传播的关键节点[J].广州大学学报(社会科学版),2023,22(1):172-182.
- [24] 喻国明,刘晟.个性化推荐≠信息茧房:对算法与茧房效应的误读澄清[J].青年记者,2024(7):55-57+71.
- [25] 鲁志琴,王宏亮,周伟.新质生产力助推体育产业数字化转型的逻辑与对策[J].湖北体育科技,2025,44(4):47-53.