

群众体育赛事“破圈”传播研究——以“苏超”为例

李海昕¹, 钟丽萍¹, 龙寰宇², 刘方泰¹

(1.湖南工业大学 体育学院, 湖南 株洲 412007; 2.湖南高尔夫旅游职业学院 高尔夫教育学院, 湖南 常德 415900)

摘要: 江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)凭借网络热点与精彩的赛事内容实现了现象级传播,成为群众体育赛事破圈传播的典型。本研究采用文献资料法、案例分析法与逻辑分析法,以互动仪式链理论为分析视角,探讨群众体育赛事破圈传播的内在机制、现实审视与实践路径。研究认为,“苏超”通过构建“线上一线下一再线上”的循环传播体系,形成了虚拟在场向具身参与转化、边界建构向身份认同深化、关注聚焦向群体符号生成、情感共鸣向能量积聚延伸的互动仪式链条,实现了赛事热度扩散与用户情感联结的协同强化。但当前群众体育赛事传播仍存在线下参与不足、圈层壁垒明显、高光内容供给有限以及情感沉淀不足等问题。基于此,提出强化身体共在、平衡群体边界、聚焦高光时刻与深化情感共享等优化路径,以推动群众体育赛事高质量传播与品牌价值提升。

关键词: 互动仪式链理论;群众体育赛事;苏超;破圈传播

中图分类号: G812.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2026)04-0017-07

DOI: 10.20185/j.cnki.1003-983X.2026.04.004

Research on the “Break into the Mainstream” Communication of Mass Sports Events: Taking “Jiangsu Football City League” As an Example

LI Haixin¹, ZHONG Liping¹, LONG Huanyu², LIU Fangtai¹

(1.Hunan University of Technology, School of Physical Education, Zhuzhou Hunan, 412007; 2.Hunan Golf and Tourism Vocational College, Sports and Education College, Changde Hunan, 415900)

Abstract: Jiangsu City Football League has achieved phenomenon-level communication by virtue of network hot spots and wonderful event content, and has become a typical case of mass sports events breaking the circle. This study uses the literature data method, case analysis method and logical analysis method, and takes the interactive ritual chain theory as the analysis perspective to explore the internal mechanism, realistic examination and practical path of the mass sports event breaking and spreading. According to the research, Jiangsu Football City League has formed an interactive ritual chain from virtual presence to embodied participation, boundary construction to identity deepening, focus to group symbol generation, emotional resonance to energy accumulation by constructing a circular communication system of ‘online-offline-online’, which has realized the synergistic strengthening of event heat diffusion and user emotional connection. However, there are still some problems in the dissemination of mass sports events, such as insufficient offline participation, obvious circle barriers, limited supply of highlight content and insufficient emotional precipitation. Based on this, this paper puts forward some optimization paths, such as strengthening body coexistence, balancing group boundaries, focusing on highlight moments and deepening emotional sharing, so as to promote the high-quality communication and brand value promotion of mass sports events.

Keywords: interactive ritual chain theory; mass sports events; Jiangsu Football City League; mainstream diffusion

收稿日期:2025-11-25

基金项目:湖南省教育厅科学研究项目(24B0977);湖南省社会科学基金项目(24YBA324);湖南省教育厅研究生科研创新项目(CX20251664)。

第一作者简介:李海昕(2002~),女,湖北钟祥人,在读硕士,研究方向:体育赛事传播。

通信作者简介:钟丽萍(1973~),女,湖北荆门人,博士,教授,研究方向:体育管理,E-mail:909016826@qq.com

群众体育赛事是以广大民众为主体、以大众参与和公共文化共享为核心的体育活动形态。《2025 年群众体育工作要点》强调要“发挥行业优势,突出地方特色,打造品牌赛事,逐步形成群众‘三大球’赛事体系”^[1]。这一战略部署凸显了群众体育在全民健身与体育强国建设中的关键地位。江苏省城市足球联赛(简称“苏超”)自 2025 年创办以来,凭借“以城市为名”的创新模式,单场观众突破六万人次,社交媒体互动量达百亿级,依托“散装江苏”的地域叙事与短视频裂变,通过情感

互动凝聚集体体验,借助身份认同强化群体归属,并逐渐形成具有辨识度的赛事文化,构建了“线上一线下一再线上”的循环传播机制,成为群众体育赛事破圈传播的典型案例。尽管群众体育赛事发展迅速,但破圈传播的过程中仍存在在场感缺失、身份认同游离、高光时刻稀缺、情绪流动快等问题制约群众体育赛事的传播深度和文化积淀。本文以互动仪式链理论为分析视角,深入探讨群众体育赛事在数字化语境中跨圈层传播的内在机制、现实审视与可寻路径,践行以人民为中心的体育发展理念,以期为群众体育赛事的可持续传播提供了有益参照,呼应国家推动全民健身、发展体育强国的战略目标。

1 理论视角与案例选择

1.1 理论基础

互动仪式链理论由美国社会学家兰德尔·柯林斯(Randall Collins)提出,并承袭了涂尔干和戈夫曼的研究成果。柯林斯认为,互动仪式链最早是一种情境理论,它是通过特定情境下个体间的互动联系,进而扩展到社会的际遇过程,进而构成了整体的社会结构。互动仪式链的形成是社会参与者在共同的社会环境中通过反复的互动实践,经过一定时间积累而形成拓展和升华的过程。互动仪式运行的核心机制是高度的相互关注,即高度的互为主体性和高度的情感连带,个体间通过身体的协调一致相互唤起参加者的神经系统,在特定情境中累积、联结动态网络从而形成与群体符号的相关联的成员身份感,实现从微观互动到宏观社会结构的连接^[2]。

互动仪式链的核心模型包含 4 个关键要素(图 1)。一是身体共在,即参与者在物理或虚拟空间中的聚集,通过肢体语言与视觉符号营造沉浸式互动情境。二是群体屏障,通过特定的口号、符号或行为习惯来界定“我群”与“他群”的界限,从而强化身份认同。三是共同焦点,即所有参与者的注意力集中到同一对象上,如赛事进程、关键事件或流行话题,实现认知层面的同步。四是情感共享,个体情绪在互动中被符号化传递,逐渐升华为集体情感能量,增强群体的凝聚力和归属感。互动仪式链理论强调“链”式反应的动态特征,即每一次互动都与过往及未来的仪式相连,在参与者身上留下情感印记,激发其持续寻求相似体验的动力,通过累积效应将微观的情感能量得以沿社会网络传递,最终影响宏观社会结构与文化形态的演变。在媒介化社会背景下,互动仪式链的运作逻辑呈现出新的特征。网络直播、社交媒体等技术手段突破了地理限制,使身体共在延伸至虚拟空间;群体屏障通过标签化、弹幕文化及算法推送重新塑造;共同焦点借助热点机制迅速建构与扩散;情感共享则通过用户的二次创作和话语传播实现多级放大。在这一过程中,互动仪式链展现出 4 种仪式效果:群体团结强化了群众体育赛事的社会整合功能;情感能量为参与者提供持续参与的内在动力;神圣符号赋予赛事元素以文化象征意义;而道德标准则使赛事传播超越情感而引导社会价值。

1.2 互动仪式链理论与群众体育赛事破圈传播的适切性

群众体育赛事作为一种典型的社会活动,天然具备强烈的仪式化特征^[3]。群众体育赛事作为嵌入日常生活情境的公共文化实践,依托具体的时间、空间情境与身体在场机制,将参

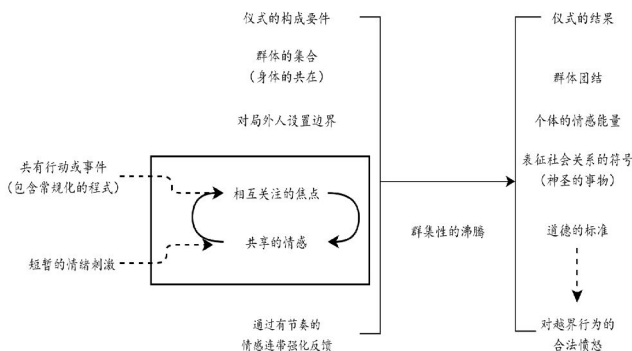


图 1 柯林斯互动仪式链模型

与者组织进可感知、可互动的行动场域之中,并在持续的面对与媒介化互动中实现意义建构与符号再生产,从而在本体属性上构成与互动仪式基本结构的高度契合。其“破圈”传播亦并非简单遵循线性的信息扩散逻辑,而是在多元主体协同参与下,通过情感能量的持续激发与积累、群体认同的生成与强化以及符号意义的再编码与循环流转,系统性推动传播内容突破既有受众边界并实现跨圈层扩散,这一过程契合互动仪式链中情感、认同、符号的递进生成机制。基于此,选取“苏超”作为研究案例,正是由于其深度嵌入区域社会文化语境,在短视频与社交媒体平台中形成高频互动与内容再生产实践,并通过多重社群之间的持续连接与扩散外溢,构建起典型的互动仪式链运行情境,从而为揭示群众体育赛事破圈传播的内在逻辑提供了具象化且富有解释力的经验样本。

1.3 案例选择:“苏超”作为理想样本的典型性

“苏超”的缘起与发展是经济强省城市竞合的产物,其圈粉的关键是城市荣耀与社会认同,“苏超”出圈的流量密码是从体育到文娱的价值共创,从“流量”到“销量”的转化是“体育搭台,经济唱戏”,“苏超”的软实力支撑是制度保障与价值引领。以“苏超”为单案例剖析城市体育联赛的内生逻辑的逻辑必然性在于以下 3 个方面:第一,生成背景的典型性。“苏超”起源于南京与苏州两地的城市对抗赛,之后在地方政府推动与社会各界支持下迅速演进为区域品牌赛事^[4],兼具自下而上的社会动员基础与自上而下的制度保障,不仅呼应了群众对体育娱乐与城市认同的内在需求,也折射出当前基层体育治理的现实逻辑。第二,传播路径的代表性。赛事内容的生成与分发不再由政务单向主导,而是转向全民参与的共创模式。非官方账号(如短视频博主、普通球迷、B 站 UP 主等)制作的调侃视频、动画与混剪等二创内容呈爆发式涌现,并在各大主流社交媒体上实现了跨平台扩散,极大地激发了大众的传播与创作热情,促使“散装江苏”及其“十三太保”等地域文化符号在互动中不断流动与重构。这种自下而上的传播路径不仅强化了广泛的受众参与感,更在互联网虚拟空间中催生出极具活力的粉丝社群。第三,社会效应的多维性与延展性。“苏超”联赛的成功,提供了一个深刻洞察体育联赛多重属性与多元功能的鲜活案例。各城市的球队不仅代表了各自城市的足球水平,更成为展示城市形象、传播城市文化的重要窗口。通过联赛的平台,各城市的历史底蕴、人文风情、经济发展等得以全面展现,进一步提升了城市的知名度和美誉度,从而为城市

赛事经济、文旅融合以及城市形象建构的长远发展与竞争力的提高注入新的动能。其发展轨迹兼具地方性与普遍性,能够清晰映射互动仪式链在现代网络语境下的运作规律,为理论演绎与现实经验的深度对话提供了丰富的实证素材。

2 互动仪式链理论视角下群众体育赛事“破圈”传播机制

2.1 从虚拟在场到具身参与的仪式生成机制

互动仪式链理论指出,身体共在是情感能量生成的起点。“苏超”通过虚拟与具身的双重共在,构建了赛事情感能量的初级生成机制^[5]。其一,大众化与平民化的具身参与,重塑体育的本真价值。体育的本质是通过身体实践实现人的自由发展^[6],但精英竞技在职业化、商业化过程中会产生异化,国内中超联赛一度陷入“黑球”“假球”等舆论风波,职业体育联赛一度沦为“资本的附庸”^[7],而“苏超”联赛将赛事参与权由职业精英下沉至普通劳动者,彰显了全民参与的主体性^[8]。其二,虚拟共在与数字互动,延伸仪式生成的时空边界。点赞、转发、分享、评论、弹幕之类的网络互动形式构成一种虚拟共同在场的互动仪式链,通过直播、弹幕、短视频二创等方式,未到场的观众也能通过多地点的同步互动获得在场感,实现跨地域的虚拟共在。其三,赛场互动的具身共在,激发群体情感共鸣。赛场上观众的呐喊、助威与肢体动作,构成高度协调的集体行为,进而唤起个体神经系统的共振,强化了成员的身份认同与情感连带。将“苏超”所营造的强烈地方认同感与文化共鸣,从有限的赛场空间和本地社群辐射渗透至更广泛的区域受众,形成联赛价值的共创与共享,使个体在跨地域参与中获得持续的情感体验,为情感能量的积累提供了稳定而持久的生成机制。

2.2 从边界建构到身份认同的群体凝聚机制

互动仪式链理论认为,群体屏障通过区隔内部与外部成员来强化内部认同,并促成群体成员在情感与价值层面的道德标准统一^[9]。“苏超”以城市为单位组建参赛队伍,明确了江苏省内 13 个城市群体的身份边界,每个观众天然地被分类为

某市球迷,这一内部群体认同激发了人们为家乡球队奔走呐喊的热情,正是通过边界建构与身份认同的双重作用,形成了强有力的群体凝聚机制。首先,城市边界与地域荣誉感的确立。“苏超”的组织模式以城市为基本单位,每支球队代表一个城市,每场比赛关乎城市荣誉,城市间的对抗叙事使观众天然地确认“我是谁”“我属于哪里”,并在心理上区隔“自己人”与“他者”的界限。城市身份的明确不仅点燃了球迷为家乡球队奔走呐喊的热情,也使赛事成为强化地方认同与群体归属的重要场域^[10]。这种象征性屏障不仅塑造了内部凝聚力,也在潜移默化中构建了共同的情感规范。其二,文化符号与集体记忆的唤醒。“苏超”把常州的“9.9 元球票+萝卜干炒饭套餐”、扬州赛场的漆器工艺展示、苏州的评弹表演等本土社群符号引入赛场空间,这些极具辨识度的本地生活与文化元素被创造性转化为承载集体记忆与情感的道具^[11]。文化实践活动如仪式和风俗是记忆存在的重要场域,城市主场的旗帜、口号、纪念品都是可感知的记忆载体,进一步强化了地方荣誉与情感凝聚,构建起象征性的群体屏障^[12]。其三,数字平台与虚拟身份的赋能。线上社群、话题讨论与短视频二创,为群体边界赋予了更强的互动性与渗透性。参与者不仅能够获得城市英雄、互动达人等虚拟身份标签,还能通过多层级的参与阶梯找到认同入口。由此,群体屏障不再是单一的排斥机制,而是通过城市荣誉与身份标签,既提供内部凝聚力,又保留外部渗透力,推动了赛事影响力的扩散。

2.3 从关注聚焦到群体符号生成的情绪催化机制

互动仪式链理论指出,焦点关注是情感能量生成的触发点,“苏超”通过高光瞬间与数字媒介的结合,将局部情绪节点转化为群体符号,形成跨圈层传播的情绪催化机制^[13]。首先,高光瞬间的切割与放大,形成跨平台的关注焦点。焦点关注不仅限于比赛本身,还涵盖了赛事与城市文化的多层次元素,通过社交媒体等多元化渠道将原本比赛的关键情绪节点被剪辑为短视频、直播片段或社交媒体分享内容,并通过算法推荐在不同平台扩散。这种切割、拼接、放大的过程,使局部情绪转化

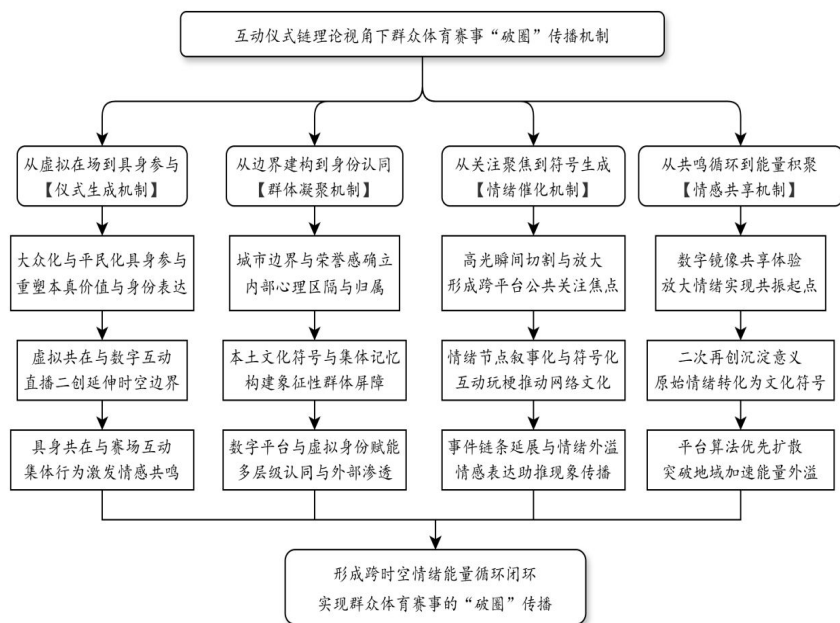


图 2 互动仪式链理论视角下群众体育赛事“破圈”传播机制

为广泛可见的公共话题,让无法到场的观众也能参与其中,从而显著增强赛事的传播效果与城市地方感的建构。其次,情绪节点的叙事化与符号化,推动网络文化的生成。焦点关注并非停留在即时爆发,而是在传播链条中逐渐叙事化、符号化,凝结为广泛共享的网络符号。“苏超”赛事衍生出的“南哥”“1州”等网络梗语,使不同主体在讨论中迅速找到共同话题与互动点,线上“玩梗”与线下观赛形成双向互动。这种符号系统不仅提升了球迷的参与热情,也在集体共鸣中强化了群体凝聚力。最后,事件链条的延展与情绪能量的外溢,助推现象级传播。“苏超”依托“散装江苏”的地域叙事和城市竞争传统背景,形成了持续的情绪动员。通过“比赛第一,友谊第十四”“楚汉之争”“苏南德比”等地域梗语的传播,赛事吸引了非传统球迷的创作和情感表达,在集体共鸣中拉近了群众间的距离,营造出极具活力的体育赛事氛围。江苏“十三太保”以联赛为平台,共同打造出兼具竞技精神与地域文化的传播场域,使赛事成为展现城市形象、文旅资源与人文底蕴的流量端口,在社交媒体上激发了广泛的非传统球迷参与,推动了情绪能量的跨圈层扩散与文化转化^[14]。

2.4 从共鸣循环到能量积聚的情感共享机制

情感共享是互动仪式链突破时空限制、实现能量外溢的关键机制^[15]。“苏超”依托数字媒介的深度嵌入,不仅在现场即时生成情绪,还通过镜像、再创与算法不断循环放大,进而积聚为跨时空的集体情感能量。首先,镜像共享提供情绪共振的起点。观众通过直播弹幕、评论互动或视频回看,在观看他人情绪的过程中放大自身体验,实现情绪的镜像式循环。这种情绪镜像不仅让个体体验叠加,更推动了群体层面的共鸣循环。其次,再创共享转化情绪为文化符号。二次创作者借助短视频、表情包、解说与再演绎,将原始情绪符号化、叙事化。快速建构起多层次的文化认同,将每一场联赛烘托为跨城市的“德比大战”,为赛事注入新的叙事和意义,使情绪能量在不同媒介形态中获得再生产和延展,并逐渐沉淀为文化认同。最后,算法扩散加速情绪能量的外溢。平台往往依据热度与情绪强度进行优先推荐,使原本局部的赛事激情突破地域边界,演变为跨区域的舆论热点,从而推动情绪能量的外溢与扩张。情绪的共享是在不断的互动中沉淀跨时空的社会化传播。在此基础上,“苏超”通过“一市一队”的代表制与城市命名方式,强化了赛事与地域身份的绑定,使观众因地域荣誉而建立情感连接。赛事由此演绎为城市间的象征性较量与集体叙事的生成场,既提升了群众的持续参与意愿,也让“苏超”逐渐成为承载地域文化记忆、促进社会整合的重要媒介,为赛事破圈注入深层精神动力。最终,情感共享机制与互动仪式链的身体共在、群体屏障、焦点关注环节共同作用,形成跨时空的情绪能量循环闭环,推动群众体育赛事在数字时代的破圈传播。

3 互动仪式链理论视角下群众体育赛事“破圈”传播的现实审视

3.1 身体共在的局限:线下参与度不足与线上互动浅层化

群众体育赛事的独特魅力很大程度上源于观众与参赛者在同一时空中形成的情绪共振与节奏同步,但在现实运行中,这种身体共在仍面临多重结构性约束,主要表现为以下3个

方面:其一,场地承载有限,制约在场规模扩展。尽管以“苏超”“村BA”为代表的赛事已具备一定社会影响力,但多数基层赛事仍依托社区球场等非专业空间开展,其物理容量存在刚性上限,难以承载“破圈”后快速集聚的观众流量,从而限制了情感互动的规模化累积与能量放大。其二,组织服务能力不足,削弱在场体验质量。相较于职业体育赛事依托专业场馆所形成的系统化安保、票务与观赛服务体系,群众体育赛事在组织机制与服务供给方面仍显滞后,“苏超”采取“普惠票价+分级分区”策略,大多数门票定价为5—10元,VIP区最高不超过288元,远低于中国足球协会超级联赛票价,直接降低了观众观赛的门票支出^[16],但即便通过低票价策略降低参与门槛,跨区域观众仍需承担时间与差旅等隐性成本,进而在一定程度上抬升参与门槛,削弱身体共在的实现程度与情感能量的获取效率。其三,线上互动难以替代具身共在,制约情感深度生成。数字媒介虽通过直播、短视频与弹幕互动拓展了参与边界,但其互动多停留于碎片化浏览与浅层符号消费,缺乏身体在场所带来的微观生理反馈与节奏共振机制,导致情绪共鸣难以深化、互动张力相对不足,从而难以有效转化为稳定的线下参与与持续的情感投入,从而制约了赛事的长期社会影响力^[17]。

3.2 群体屏障的失衡:身份认同游离与圈层壁垒风险

互动仪式链理论强调,适度的群体屏障有助于强化“我们”与“他们”的区隔,巩固内部的认同感与凝聚力^[18]。然而,群众体育赛事在构建群体边界时常出现失衡。一是过度依赖地域对立,易引发狭隘化风险。部分群众体育赛事为追求话题热度,倾向于在短期内激发情绪,运用“某市必胜”“为本地荣誉而战”等标签化叙事制造舆论焦点,但也可能将体育竞技异化为地方对抗。尤其在社交媒体的放大效应下,极端化言论更易发酵,不仅削弱了赛事应有的友好交流精神,还可能诱发线上乃至线下冲突,损害其公共文化属性。二是缺乏稳定符号体系,导致认同感浅层化。与职业赛事依托俱乐部历史、明星球员、队徽标识等符号体系构建长期认同不同,群众体育赛事往往缺乏清晰的价值定位与文化符号。观众参与更多基于偶然的信息接触或短期兴趣,认同感游离且流于表面,难以沉淀持久黏性。这种浅层认同不仅限制了赛事的长期关注度,也使其难以形成品牌效应。三是圈层化运作制造隐性壁垒,限制传播半径。部分赛事在传播中无意中形成圈内与圈外分化,核心粉丝群体通过特定表达方式、隐性符号或互动习惯区隔自身,外部观众若缺乏相应的文化背景或语境理解,过度强化群体边界,就可能导致同质化与排外倾向,从而阻碍传播的外延,难以真正实现跨圈层扩散。

3.3 焦点关注的稀释:高光时刻稀缺与传播热度速冷

当人们在互动仪式中共同关注某一焦点时能够触发群体产生相似的情感能量,并通过特定符号进行表达和传递^[19]。然而,群众体育赛事在焦点关注的生成与维系上存在显著局限。一是高光时刻稀缺,难以形成持续情感张力。职业体育赛事中高水平竞技与激烈对抗催生绝杀进球、逆转取胜或明星运动员超常发挥等高光时刻既是比赛进程的高潮,更是情感凝聚与传播的焦点,能够经由系统化的媒体叙事被反复渲染与延伸,从而形成持续的社会关注与长尾效应^[20]。但群众体育赛事由于参赛主体业余化、组织运营不成熟,比赛过程缺乏足够戏

剧性与张力,能够引发集体共鸣的节点较少,难以持续为观众提供强烈的视觉和情绪刺激。二是传播链条单薄,热度难以延展。职业体育赛事往往依托完整的媒体矩阵,对高光时刻进行多层次再生产与再叙事,如新闻报道、赛后复盘、名嘴解说、纪录片制作、人物专访等形式让话题持续发酵。相比之下,群众体育赛事高度依赖观众的自发传播与社交裂变,一旦比赛结束且缺乏新的话题补充,赛事的热度便会迅速衰减,导致赛事在公共舆论场中的热度速冷。三是话题局限于特定圈层,难以引发广泛共鸣。群众赛事的关注点往往停留在具体的比赛结果或本地熟人社交上,未能有效地将赛事与城市发展、大众拼搏精神等更广泛的社会议题结合起来,因此赛事的讨论难以突破特定的地域边界,难以演化为广泛的社会热点。

3.4 情感共享的瓶颈:情绪流动快与文化沉淀不足

互动仪式链的最终目标在于将即时的情绪体验转化为长期的社会认同与文化资本^[21]。然而,群众体育赛事传播实践在这一转化过程中常面临挑战。首先,情绪互动停留于浅层,缺乏深度的价值观共鸣。虽然弹幕互动、表情包传播和短视频二创能够营造活跃的参与氛围,降低了参与门槛,让观众能迅速表达情绪,但这种互动往往是即时且碎片化的。观众的情感表达多停留在感官刺激和短暂狂欢,缺乏深层次的叙事支撑,难以升华为稳定的群体认同。其次,平台的娱乐化导向削弱了赛事的文化内涵。平台基于流量最大化逻辑,倾向于推送具有搞笑或噱头性质等具备强娱乐性的赛事切片视频,让情绪泡沫在短期内能够制造话题,但容易割裂赛事叙事,将其简化为笑点与梗点。观众沉浸于轻量化的浅层娱乐,削弱了对群众体育赛事文化内涵与社会价值的理解。再者,文化积淀不足,难以实现长期认同。职业赛事依托历史积累、明星效应和符号体系,能够将情绪共享沉淀为文化记忆。而群众体育赛事缺乏相

应的文化厚度,更依赖情感共享来建构认同,当前共享机制多停留在即时狂欢,缺乏有效路径实现向长期社会记忆与文化资本的转化,限制了赛事社会影响力的延展^[22]。

4 互动仪式链理论视角下群众体育赛事“破圈”传播的路径探赜

4.1 强化身体共在:拓展线下空间,增强线上在场

群众体育赛事魅力不仅在于竞技过程,还在于观众与运动员共享同一时空所激发的情绪能量^[23]。首先,实施多点观赛分流,拓展身体共在的空间承载与针对基层赛事场地容量有限的问题,可在城市地标广场与社区公共空间等多元场景设置分会场或公共观赛区,通过大屏实时联动主赛场内容,将赛事氛围由中心场域向城市空间扩展,从而分散观赛压力、提升线下参与的可及性与覆盖面。同时嵌入暖场表演、实时投票、互动竞猜及球迷互动等环节,推动观众由观看者向参与者转变,强化情绪共振与能量积累。其次,推进标准化赛事服务,夯实线下参与的制度保障。针对群众体育赛事在安保、票务与服务供给方面的薄弱环节,应加快构建规范化、流程化的赛事运行体系,如引入数字化票务系统、优化入场与安检流程、完善志愿服务与现场引导机制,从制度层面降低参与的不确定性成本;并通过固定赛程与周期化运营增强赛事的稳定性与可预期性,逐步培育观众的参与习惯与情感黏性,提升线下动员能力。最后,构建线上沉浸互动与线下导流机制,弥补具身共在不足。依托 VR、AR 及多视角直播等技术手段,打造沉浸式虚拟观赛场景,通过互动投票、任务机制与游戏化设计增强用户参与深度,将线上观众由被动接受者转化为互动共创者;同时,通过社交平台话题运营与内容再生产,引导线上关注向线下观赛与实际参与转化,形成线上聚合、线下转化的联动路

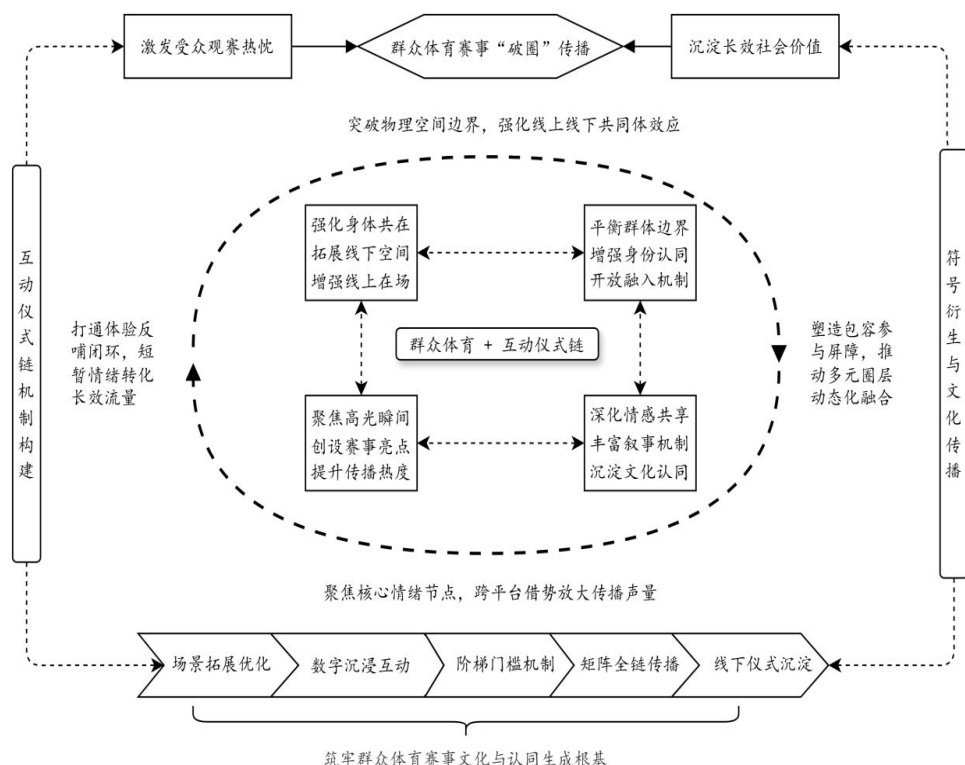


图 3 互动仪式链视角下群众体育赛事破圈传播路径

径,从而在虚实融合中提升情感能量的生成强度与持续性。

4.2 平衡群体边界:增强身份认同,开放融入机制

群众体育赛事社群往往依赖共同的仪式经验与文化符号得以强化认同感,然而群体边界过度强化或趋于单一时,容易形成核心圈层的封闭性,产生排外倾向,从而限制社群的拓展潜力与传播效能。因此,社群持续健康发展的关键在于实现内部凝聚与外部开放之间有效的动态平衡,使其在保持认同感的同时具备持续吸纳新成员的能力。其一,构建层次化与包容性的身份认同体系。群众体育赛事社群的凝聚力主要来源于共享的仪式经验与文化符号,赛事组织应坚持全民参与的理念,推动群众体育与全民健身的深度融合,形成层次化、包容性的身份认同体系^[24]。以“苏超”为例,平民球员的加入打破了职业运动员为体育主体的固有认知,消解了唯成绩论的评价标准。赛事价值的解释权由精英群体下沉至广大民众,使体育不再只是竞技场,更成为情感联结、社会整合与文化认同的重要载体^[25]。其二,设计阶梯化、低门槛的参与通道。群众体育赛事破圈传播的关键在于降低新成员的融入壁垒,赛事组织方可通过线上社群活动、主题挑战、短视频互动、赛事周边参与和积分奖励等方式,打造可视化、可操作的参与路径,为外圈用户提供了循序渐进的融入机制,也能帮助他们在逐步理解社群文化的过程中形成稳定的群体归属感。其三,推动核心角色轮换,实现动态化群体管理。在互动仪式链视角下,群体屏障的优化不在于消除差异,而在于构建既凝聚又开放的身份体系。为此,可通过角色轮换机制,让不同群体成员在不同时期担任赛事大使、社区推广员或线上主持人等象征性角色,激发核心群体的持续参与热情,不断吸纳外围成员,避免圈层固化,在强化内部凝聚力的同时保持外部扩展力,为群众体育赛事的长期传播与文化价值生成奠定坚实基础。

4.3 聚焦高光瞬间:创设赛事亮点,提升传播热度

群众体育赛事因竞技水平与观赏张力有限,其“破圈”传播更依赖于主动的内容设计与传播策略,以人为创设具有传播力的高光瞬间。一是创新赛事内容,主动创设高光瞬间。赛事组织者应突破传统赛制的单一性,引入观赏性与趣味性更强的创新元素,增加比赛过程中的不确定性与娱乐性,从而为观众创造更多可传播的情绪节点。例如,通过明星嘉宾助阵、文化表演或地方特色符号的植入,提升赛事体验的独特性,以及激活历史文脉与城市记忆赋能赛事品牌,实现体育与文化的深度融合,强化赛事的辨识度与情感厚度^[26]。同时,深度挖掘运动员的成长经历、团队协作的艰辛历程,使其成为超越竞技本身的情感符号,进而转化为引发社会共鸣的传播爆点^[27]。二是构建全链条、多矩阵传播体系。赛事高光瞬间的传播热度往往稍纵即逝,因而需要全链条、多矩阵的传播结构予以支撑,赛事主办方应搭建覆盖新闻客户端、微博、微信公众号、短视频平台、长视频平台和直播平台的全媒体矩阵,实现跨平台分发与多场景渗透。群众体育赛事传播不应局限于赛事直播,而应贯穿赛前、赛中和赛后,包括赛前预告与话题预热、赛中集锦与实时解说、赛后花絮与幕后故事等,通过核心事件、深度叙事与情感共鸣的层层推进,不断制造新的关注点,延长赛事热度的生命周期。同时,鼓励并引导用户生成内容(UGC),推动短视频二次创作与社群话题互动,借助社交网络的裂变

效应,放大赛事的传播声量。三是强化数据驱动,提升传播精准度与扩散力。数字平台的技术优势为赛事传播提供了新的可能,赛事组织应实时监测观众关注点与互动行为,及时剪辑并推送对应的高光片段,结合社交平台的热点榜单进行借势传播,以确保传播内容的高匹配度与强渗透力。例如,将互动峰值对应的片段进行即时编辑和精准分发,不仅提升内容的可视化效果,还能显著扩大传播覆盖面。通过数据驱动实现高光瞬间的快速捕捉与二次放大,能够在有限的竞技张力中持续激发社会讨论与关注,从而推动赛事在更广阔的舆论场中实现破圈传播。

4.4 深化情感共享:丰富叙事机制,沉淀文化认同

群众体育赛事的传播实践常呈现出情绪浅层化、快消化的特征,若情感共享停留在浅层互动,赛事便难以形成长期的社会认同,因此需要通过叙事建构、机制延续与线下仪式,将短暂的情绪沉淀为稳定的文化认同。其一,以深度叙事赋予赛事文化意义。体育赛事不仅是竞技结果的呈现,更是文化价值的载体与社会意义的生成场^[27]。深度叙事能够突破单一竞技叙事的局限,将赛事与地方文化、历史记忆和社会价值相连,从而为赛事赋予更厚重的意义。例如,“苏超”以“一城一队”的架构,将地域文化深度嵌入赛事,使竞技对抗转化为城市间的文化对话。城市代表队不仅是参赛主体,更是地方文化的象征与集体记忆的承载体。赛场中的助威仪式、方言呐喊与地域符号,构建了一套非言语的意义交换体系,使个体在“城市荣誉”的旗帜下凝结为情感共同体。其二,以互动机制延续社群情感。情感共享若仅停留在短期的情绪释放阶段,难以转化为稳定的认同纽带,群众体育赛事需通过新媒体平台建立可持续的互动机制,将瞬间情绪沉淀为社群资本。赛事组织者可利用短视频、社交媒体话题、赛事衍生内容等形式,推动观众进行二次创作与持续讨论,形成情感的长尾效应。在“苏超”实践中,围绕精彩瞬间、球员动态、文化热梗的社交互动不断涌现,观众通过评论、转发、二次创作等方式实现深度参与,从而使赛事影响力不断延展并逐步沉淀为群体记忆。其三,以线下仪式升华文化认同。线上互动虽能快速点燃情绪,但若缺乏线下的具身化场景,情感难以真正沉淀。群众体育赛事应通过线下仪式与活动打通“线上一线”体验闭环,实现情感的再度激活与升华。例如,组织赛后分享会、运动员见面会、社区体育节等活动,为观众提供面对面的交流与互动空间,使线上生成的情绪在现实社会场域中落地并固化,通过“线上互动—线下共鸣—线上再传播”的循环链条,形成稳定的情感积累与文化沉淀,从而实现由短期“流量”向长期“留量”的转化。

5 结语

本研究立足互动仪式链的理论视域,揭示了“苏超”如何通过线上与线下的双重共在打破物理空间壁垒,以包容的群体边界重塑参与身份,并在高光时刻的焦点共享中,将赛场的瞬间沸腾沉淀为具有持久生命力的集体记忆。这一过程完成了从浅层情绪消费向深层文化认同的实质跃升,不仅为个体注入了丰沛的情感能量,更在宏观层面实现了社会情感的整合与连带。从实践意义来看,群众体育的本质超越了单纯的竞技胜负,是涵养地方文化生态与培育社会韧性的重要场域,

(下转第103页)

- [25] 王灵恩,李浚硕,吴小露,等.京张体育文化旅游带资源空间分布特征与产品转化路径[J].北京体育大学学报,2021,44(4):13-24.
- [26] 谢婷,路娜.国外体育旅游研究态势及对我国的启示[J].旅游学刊,2022,37(1):8-10.
- [27] 王峰.山西体育旅游开发研究[J].体育文化导刊,2009(7):61-64.
- [28] 石晓峰,李建英,王飞.山西省体育旅游资源分析及开发策略研究[J].中国体育科技,2009,45(3):126-131.
- [29] 马骁.山西民俗体育旅游资源开发研究[D].中北大学,2019.
- [30] 史永菲.山西省体育旅游业发展研究[D].曲阜师范大学,2013.
- [31] 杨迪,邹进,马晓飞,等.体育旅游资源空间分布特征及可持续发展研究:以新疆为例[J].干旱区地理,2026,49(1):140-150.
- [32] 邓椿,蒋晓辉,聂桐,等.山西省植被覆盖度多因子探测特征与驱动力分析[J].环境科学与技术,2022,45(2):182-191.
- [33] 邓凤莲,于素梅,刘笑舫.中国体育旅游资源分类和开发支持系统及影响因素研究[J].北京体育大学学报,2008,31(8):1048-1050.
- [34] CLARK P J, EVANS F C. Distance to Nearest Neighbor as a Measure of Spatial Relationships in Populations[J]. Ecology, 1954, 35(4): 445-453.
- [35] 顾基发,唐锡晋,朱正祥.物理—事理—人理系统方法论综述[J].交通运输系统工程与信息,2007,7(6):51-60.

(上接第22页)

“苏超”所构建的互动仪式链,实质上是一场由人民群众主导的体育文化共创。在实践端,需紧扣群众核心体育诉求,持续拓展赛事互动的具身维度,在政策赋能、市场驱动、社会参与的协同演进中,将赛事爆发的“流量”转化为推动全民健身高质量发展的长效“留量”,从而以更具韧性、更有活力的群众体育新形态,回应新时代的体育发展诉求。

参考文献:

- [1] 国家体育总局.2025年群众体育工作要点[EB/OL].(2025-02-05)[2025-09-17]. <https://www.sport.gov.cn/gdnps/content.jsp?id=28451815>.
- [2] 兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任,王鹏,宋丽君,译.北京:商务印书馆,2017:80.
- [3] 孙文波,周思羽.从散装到超级:“苏超”赋能城市共同体建设的文化叙事[J].体育学研究,2025,39(6):59-66.
- [4] 陶玉流,王越,王一清,等.江苏省城市足球联赛的出场语境、在场样态与立场自觉[J].北京体育大学学报,2025,48(7):13-21.
- [5] 汪雅倩,荣懋丹.互动仪式链理论视角下短视频弹幕互动研究:以Bilibili情侣类视频为例[J].新闻与传播评论,2024,77(1):56-70.
- [6] 王陶然,陆作生.基于“人的本质力量对象化”的体育文化自觉研究[J].北京体育大学学报,2023,46(6):135-144.
- [7] 张兵.进一步全面深化我国职业体育改革的现实基础与行动方略[J].体育科学,2024,44(8):33-40.
- [8] 王茜,陈志灏,王家宏.苏超联赛拉动文旅消费的范式转型与创新路径[J].西安体育学院学报,2025,42(4):414-423.
- [9] 刘宇飞.互动仪式链视角下主流媒体大型体育赛事传播特色分析[J].传媒,2025(12):91-93.
- [10] 刘东锋.“苏超”联赛的本质属性、内生逻辑及其对我国体育联赛发展的启示[J].体育学研究,2025,39(6):14-25.
- [11] 冯加付,职国宇,路莹,等.“苏超”现象解码:地方体育赛事出圈逻辑与启示[J].体育学刊,2025,32(5):16-23.
- [12] 辜德宏,蔡端伟,杨雪.城市体育元素的定义、属性、类别与功能探析[J].体育文化导刊,2017(11):10-13+5.
- [13] 魏来,王伟洁.基于互动仪式链理论的视频网站弹幕信息情感分析:以Bilibili健康科普类视频为例[J].情报理论与实践,2022,45(9):119-126.
- [14] 陈楚洁.何以“苏超”?意义的多重接合与省域文化的创造性集聚[J].南京社会科学,2025(8):129-141+152.
- [15] 王晓晨,付晓娇.健身、社交、情感:运动健身APP网络社群的互动仪式链[J].沈阳体育学院学报,2022,41(3):64-70.
- [16] 王家宏,崔李明.江苏省城市足球联赛促进体育消费潜力释放的实践机制与发展路径研究[J].体育科学,2025,45(7):3-14.
- [17] 葛葭葭,李爱群.互动仪式链视角下体育网络社区用户互动行为探究:以虎扑APP篮球社区为例[J].体育研究与教育,2022,37(5):5-8.
- [18] 田兵兵,辜德宏,曾庆为.互动仪式链理论视域下乡村体育赛事可持续发展的审思:以贵州“村超”为例[J].武汉体育学院学报,2024,58(12):40-47.
- [19] 张瑶,李克良.建构·传播·动员:“苏超”赛事的文化共谋与社会融合研究[J].体育学研究,2025,39(6):49-58.
- [20] 梁斌,夏忠梁.冠军庆典与空难悼念的仪式解读:基于莱斯特城和沙佩尔克恩俱乐部事件[J].成都体育学院学报,2018,44(3):76-80+120.
- [21] 王洪坤.互动仪式链理论视域下的少数民族传统体育本质推演[J].体育科学,2014,34(7):36-40.
- [22] 韩玉彬.我国体育赛事文化品牌培植路径的研究[J].西安体育学院学报,2019,36(2):156-159.
- [23] 盘劲呈.民族体育赛事文化认同的生成逻辑:从“身体在场”到“共同体意识”[J].山东体育学院学报,2025,41(2):91-98.
- [24] 龙震宇,张洁玉,钟丽萍,等.体育赛事“三进”活动的价值意蕴、实践样态及推进策略[J].湖北体育科技,2025,44(4):12-16+53.
- [25] 周思羽,孙文,路云亭.群众体育赛事促进“体文旅”融合发展研究:以“苏超”为例[J].体育学刊,2025,32(5):24-30.
- [26] 赵晶,李紫薇.江苏省城市足球联赛地域文化认同的建构机制与发展路径[J].北京体育大学学报,2025,48(7):22-31.
- [27] 谷鹏,刘力菲,徐冉.江苏省城市足球联赛火爆出圈的传播效益形成机理研究[J].北京体育大学学报,2025,48(7):3-12.