

互联网体育公益发展的现实困囿与提升策略

林诗棋¹ 王琪琪¹ 代方梅^{1,2}

(1. 湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062; 2. 湖北休闲体育发展研究中心,
湖北 武汉 430062)

摘要: 运用文献资料法、逻辑分析法、案例分析法等研究方法, 对互联网体育公益中的基本模式、现实困囿以及提升策略进行分析, 互联网体育公益的基本模式: “互联网+运动+公益”的模式; “互联网+赛事+公益”的模式; “互联网+奥运冠军+公益”的模式。现实困囿: 多维数字鸿沟造成受众人群受限; 虚假信息宣传降低受众用户体验; 信息安全问题影响受众公益参与; 海量公益信息致使受众公益疲劳。提升策略: 塑造互联网体育公益文化; 创造互联网体育公益项目; 改造互联网体育公益机制。

关键词: 互联网; 体育公益; 现实困囿; 提升策略

The Reality Dilemma and Improvement Strategy of the Development of Internet Sports Public Welfare

LIN Shi-qi¹, WANG Qi-qi¹, DAI Fang-mei^{1,2}

(1. School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China; 2. Hubei Leisure Sports Development Research Center, Wuhan 430062, China)

Abstract: By using the methods of literature review, logical analysis, case analysis and other research methods, this paper analyzes the basic model, practical constraints and promotion strategies of Internet sports public welfare. The basic model of Internet sports public welfare is: “Internet plus+sports+public welfare” model; “Internet plus+Games+Public Welfare” mode; “Internet plus+Olympic champion+public welfare” mode. Realistic constraints: The multidimensional digital divide limits the audience; False information promotion reduces the user experience of the audience; Information security issues affect audience participation in public welfare; Massive public welfare information leads to audience public welfare fatigue. Promotion strategy: shaping Internet sports public welfare culture; Create Internet sports public welfare projects; Reform the Internet sports public welfare mechanism.

Key words: Internet; Sports public welfare; Reality is trapped; Promotion strategy

体育公益是以体育作为公益的表现形式或资助领域的团体、个人或社会组织所从事的一种公益活动^[1]。随着我国“互联网+”发展战略的提出, 体育公益事业逐渐与互联网技术接轨。数字技术、在线工具协助策划与推广体育公益活动, 为体育公益活动提供更加广泛的传播平台, 不仅能吸引更多的参与者, 以此促进体育公益

事业的发展, 还能增强体育公益活动的社会影响力和可持续发展机遇。本文旨在厘清互联网体育公益的基本模式及现实困囿, 探究互联网体育公益的发展对策, 以期推动互联网体育公益的可持续发展, 引导支持社会各界积极参与体育公益事业, 推动体育公益事业的发展成果, 更多、更公平地惠及广大人民群众。

基金项目: 湖北省教育厅哲学社会科学项目(22Y011)。

作者简介: 林诗棋, 2000年生, 女, 湖北大学体育学院硕士研究生, 研究方向: 体育人文社会学。

1 互联网体育公益的基本模式

1.1 “互联网+运动+公益”的模式

2015年,互联网“捐步”活动在国内兴起,该活动依托网络平台中的各官方平台公众号,用户通过线上打卡并上传每日运动步数,进行累计兑换,随后进行线下公益活动。如深圳体彩为改善乡村学校的体育教学环境,助力乡村学子实现“体育梦”,于2023年5月8日启动“公益体彩快乐捐步”线上活动,市民捐步做公益,深圳体彩配资购买体育器材资助乡村学校,为乡村教育振兴齐出力^[2]。捐步活动得到广大市民的热情支持,10万元公益配资的目标在活动开始后的第4天就已完成,一直以来,深圳体彩践行责任彩票理念,连续七年举行公益资助活动,已向12所乡村学校资助体育器材超过12000件,惠及乡村学子12000余名^[3]。

1.2 “互联网+赛事+公益”的模式

近年来,社交媒体的快速发展让慈善组织开始尝试“自主公益”的筹款方式,利用互联网主动发起多种公益慈善活动。公益类体育赛事是典型“自主公益”类的筹款活动,公益慈善机构利用体育的感召力和参与者网络社交的影响力来实现筹集善款的目的。如2006年首届“玄奘之路商学院戈壁挑战赛”的举办,其长江戈壁赛队员共同发起并成立长江高远户外俱乐部,以“戈壁赛”为核心,组织参加户外跑步徒步活动。“梦想跑鞋”采取线上打卡、线下捐赠的模式,参与的校友要进行3公里起的线上打卡,累计299公里即可兑换一双跑鞋。后续找到国产运动品牌“骆驼”作为合作方,为“梦想跑鞋”生产相应数量的跑鞋,长江各地校友及公益小组合作选择捐助对象,将跑鞋送到捐赠对象手中。如此形成三方联动的公益金三角,将“梦想跑鞋”构建成“互联网+赛事+公益”的新模式。

1.3 “互联网+奥运冠军+公益”的模式

阿里体育,从公益捐赠小学,到普惠体育平台的搭建,一直践行着公益使命,为越来越多的人带去温暖,让他们一次次收获并感知体育的魅力,挖掘自身的内在价值。阿里体育主办的冠军体育课,从公益捐助到普惠教育,让一切充满可能。如直播中,“俯下身,撑起爱”平板支撑公益挑战活动,在明星的号召下得到了不少网友响应。这项活动意在通过征集1000位爱心人士参与平板支撑公益挑战活动,为湖北十堰乡村小学配齐全年的体育课装备,并支持学校所在地周边乡村学校体育联盟共同发展^[4]。奥运冠军陈一冰创立一项专门的运动教育基金,并提出“无体育,不教育”的理念,设立智能教育项目,为农村儿童配备足够的运动器材,并设立互联网智能课

堂,2020年末,贵州六盘水一所高中成立首个“陈一冰运动智力公益课堂”,在校内为学生们开设了一堂体育课,并建立各种类型的体育公共课。

2 互联网体育公益的现实困囿

2.1 多维数字鸿沟造成受众人群受限

美国国家远程通信和信息管理局(NTIA)在《在网络中落伍:定义数字鸿沟》中指出,数字鸿沟(Digital Divide)是拥有数字技术设备者以及那些未曾拥有者之间存在的鸿沟^[5];除此之外,学者Norris(2001)在此基础上提出了更高维度的数字鸿沟,认为人们利用信息技术参与社会活动的差异是第三维度的数字鸿沟^[6]。综上所述可以理解为在数字时代,互联网已成为获取信息、参与社会活动和体育公益项目的主要途径之一,然而,多维数字鸿沟却限制了部分人群的参与。一方面,经济层面的限制导致数字鸿沟的产生。对于互联网体育公益项目来说,大数据精准定位的受众用户往往都是经济条件较为优越或持续关注体育领域的群体,这部分群体大部分生活在城市地区且接受过高等教育,而对于农村地区的人群而言,接触到体育公益的机会与渠道会大幅度减小。另一方面,数字素养的不足导致数字鸿沟的加剧^[7]。在数字化时代,有效地利用互联网资源进行体育公益信息的获取需要一定程度的数字素养,包括搜索、筛选和评估信息的能力。因此,当潜在的受众缺乏这种能力时,就会导致他们无法及时充分地利用互联网资源获取最新的体育公益信息。特别是老年人和一些教育水平较低的人群更容易受到限制,从而错失获得最新体育资讯、项目参与渠道和体育公益信息的机会。

2.2 虚假信息宣传降低受众用户体验

互联网虚假宣传作为市场经济条件下虚假宣传的一种扩展形式,具有手段多样且强制、界限模糊、受众普遍等特征,其主要目标是通过不正当竞争手段获得交易机遇,以此获得不法收益^[8]。因此,部分非法诈骗组织团伙会利用互联网信息漏洞,编造出虚假的体育公益活动蒙蔽受众,并从中牟取暴利,长此以往影响受众体育公益体验,降低受众体育公益参与意愿。一方面是过度包装体育公益活动造成受众心理落差。在受众参与体育活动前,主办方会利用社交媒体对活动进行宣传预热,当受众参与项目活动体验后,发现与前期宣传内容相差甚远,这样一来受众参与体育公益活动体验感没有达到预期效果,极易容易产生心理落差,从而影响受众体育公益活动的参与热情。另一方面是虚假宣传体育公益活动信息造成受众信任降级。虚假宣传是指营利性活动伪

装成公益项目或活动的信息, 误导受众的判断和选择。例如某教培机构将体育公益作为“噱头”, 实则所举办的活动毫无实质性的公益性质, 将“体育公益”作为线上招生引流的手段, 这不仅对用户体造成负面影响, 还可能导致用户对在线内容的信任降低^[9]。因此可知, 虚假信息的宣传降低了受众对互联网信息的信赖度, 阻碍了他们积极参与互联网体育公益活动的意愿。

2.3 信息安全问题影响受众公益参与

大数据的普及与运用正如一把双刃剑, 带来了经济与社会价值的同时也产生了一定的信息安全威胁^[10], 一方面, 个人信息的收集容易造成隐私泄露。互联网上的个人信息容易被不法分子泄露和滥用, 受众担心自己的隐私安全得不到保障, 尤其是在参与体育公益项目时, 一般都需要提供参与者的个人信息, 受众会担心这些信息被不当使用或泄露。2022年2月, 某诈骗集团在全国范围内发起策划“魅力冬奥”知识传播助力大使的答题骗局, 发放虚假“荣誉证书”, 以冬奥周边纪念品为噱头, 诱骗大学生群体进入“竞赛平台”, 非法获取学生的个人信息, 同时收取高额的证书工本费牟利, 仅一个月时间便非法获取个人信息359万余条, 诈骗金额更是高达1000万余元。另一方面, 网络资金流转容易遭遇网络诈骗。网络诈骗和数据盗窃日益猖獗, 使受众担心在互联网上遭遇资金安全问题, 在一些不法分子的欺骗下, 受众可能遭受经济损失, 甚至在经济和个人隐私方面受到威胁。这些安全隐患会导致受众对在线捐赠和参与体育公益活动持怀疑态度, 降低他们积极参与各项体育公益活动的可能性。

2.4 海量公益信息致使受众数字疲劳

互联网时代下体育公益信息具有题材同质化、传播渠道圈层化、算法推荐机械化等明显特性, 也导致体育公益信息的监管与审核面临着全新的挑战, 包括海量信息快速传播、存量和增量内容巨大、审核规则界限模糊之间的冲突等^[11]。一方面, 信息过载导致受众注意力分散。当互联网上涌现出大量体育公益信息时, 受众会在信息获取与取舍上面临信息过载的问题, 过多的信息涌入会导致受众难以筛选、处理和吸收, 受众需要投入更多的时间和精力从所获得的海量信息中筛选出最有价值的内容, 这在一定程度上分散了受众的注意力, 削弱了其对特定体育公益项目的兴趣和参与度。另一方面, 信息重复导致受众数字疲劳。由于多个组织和平台在互联网上宣传的公益信息极为相似, 受众会感到所获得的信息是重复的。这种长期的信息重复获取可能会导致受众对体育公益活动产生麻木感^[12], 从而减少他们对这些活动

的关注程度和参与兴趣。

3 互联网体育公益的发展对策

3.1 互联网体育公益文化的塑造

1) 互联网体育公益文化的传承

互联网的普及和发展为体育公益文化的传承提供了广泛的传播渠道。首先, 体育公益文化的传承需要有一支优秀的体育人才队伍, 他们不仅需要拥有优秀的专业技能, 还需要具备高尚的职业操守和公益意识。公益体育机构可以为社会提供体育公益服务, 通过各种方式传承体育文化, 为社会带来正能量。体育公益活动是传承体育公益文化最直接的方式, 通过组织各种形式的体育公益活动, 可以让更多的人了解体育精神, 感受公益的力量, 公益组织也可以了解受众的兴趣和需求, 精确定位目标群体, 提供更贴近需求的体育公益活动和服务。其次, 体育公益可以通过互联网平台迅速传播体育公益活动的信息和宣传, 吸引更多人参与其中, 还可以将体育公益文化的知识和体验分享给更多人, 促进受众对体育公益的认识和理解。最后, 互联网技术的应用可以提供更多创新的方式和方法, 如虚拟现实、增强现实等, 丰富体育公益活动的形式和内容, 推动体育公益文化的传承与创新, 不断探索和创新公益文化的传承模式, 可以通过建立体育公益组织、合作开展公益活动、开展公益性体育教育以及建立体育公益基金等方式。同时, 也应加强对公益活动和组织的监管和评估, 确保体育公益文化传承的效果和质量。

2) 互联网体育公益文化的推广

互联网体育公益文化的推广, 需要依靠社会组织、企业以及全体人民的共同努力, 积极培育体育公益文化, 使体育公益得到重视, 通过在线平台可以更为便捷地组织和管理公益活动, 吸引更多志愿者和受众参与其中。首先, 互联网体育公益文化的推广和塑造可以借助社交媒体来进行。社交媒体是互联网传播信息的重要渠道, 如在微博、微信、抖音等平台进行推广, 发布与体育公益相关的新闻、故事和活动, 吸引更多的关注和支持, 进而推广互联网体育公益文化。其次, 可以开展线上体育公益活动, 例如线上体育教育课程、线上运动挑战等, 吸引更多人参与体育公益事业, 以此推广体育公益。最后, 互联网可以提供便捷的捐款途径, 让更多人通过互联网平台实现对体育公益事业的支持, 使得互联网体育公益文化塑造成为一种风尚, 真正实现互联网体育公益文化在社会发展中的重要性。互联网体育公益文化的推广需要加强对互联网体育公益活动的监管力度, 开展审核、

评估、验收等工作,确保项目的质量和效果,并严厉打击违规行为,加强管理,建立风险防控和投诉处理机制,及时解决相关问题。

3) 互联网体育公益文化的创新

互联网体育公益文化能够让体育更加普及,体育公益事业不仅仅是为服务少数精英运动员,更多的是为服务全民,让越来越多的人能够参与到体育运动中。因此,首先针对普遍存在的体育知识缺乏和参与意愿不足等问题,可以采用更加生动有趣的方式进行宣传,例如举办体育文化节、开展体育游戏、建立多元化的体育公益项目等。其次,除了义卖、募捐等传统的体育公益项目外,还可以结合当地文化和社会需求,开展更具特色的体育公益项目,例如在贫困地区开展体育运动扶贫计划,或是在老年社区开展健身活动等,推广可持续的体育公益模式。最后,体育公益事业需要长期稳定的资金支持和人力资源,因此在推广体育公益活动时,可以探索多元化的可持续模式,例如与企业合作,共同开展公益项目,或是通过社会化募集资金等方式,加强体育公益文化的传承。体育公益事业不仅仅是一项短期的项目,更是需要长期的传承和发展。因此,需要针对不同的群体,制定相应的传承计划和体育公益文化教育活动,鼓励更多的人参与到体育公益事业中。

3.2 互联网体育公益项目的创造

近年来,随着《中华人民共和国慈善法》的颁布和“互联网+”概念的传播,各类形式的互联网公益创新层出不穷,其中表现最为瞩目的是互联网公益平台的迅猛发展。“互联网+”背景下,体育公益事业发展与互联网技术深度融合,传统的体育公益事业格局被打破,体育公益领域迎来更多的发展机遇,体育公益项目也有更多的创造空间^[13]。

1) 体育公益行为与互联网相融

随着网络技术的普及,体育公益活动的有效开展成为发展的一种趋势。首先,通过网络,公众能够快速获取有关体育公益活动的信息,掌握其参与的方法和渠道,促使受众主动地参加各种体育公益活动,比如通过“开讲”公众号、腾讯、搜狐等平台了解和传播体育赛事的信息^[14]。同时,互联网平台还能提供线上报名、网上捐款等便捷服务,使参与者更容易参与到体育公益活动中来,如嘉兴“共享篮球”,浙江大学“共享跑步机”等项目在国内已有较好的推广应用。其次,以网络为媒介,开展线上和线下的融合,通过网络平台组织线上讲座、线上培训等,让广大群众有更多的机会参与到体育公益事业中。也可以组织线下的实体活动,如体育赛事、体育培训等,

让参与者亲身体验,如2016年8月,支付宝公益机构开通了“蚂蚁森林”版块,用户通过每天的步数可以积攒虚拟的能量浇灌树木,等树木成长起来后,阿里巴巴和基金会就会将一颗真正的树木种植在地球上。此外,这种方式也可以推广到社区居民的体育锻炼以及大学的体育教学中,只要用户们在网上用App记录下来的运动量达到了一定的程度,就可以获得一枚运动奖章或运动达人的称号,以此来激发和鼓励更多的人参与到体育运动当中。同时,互联网也能为体育公益活动的策划与评价提供相应的数据支撑,通过对体育公益活动的参与人数、影响范围、结果等进行大数据采集和分析,为有关部门提供决策参考与评价基础,提升体育公益活动的有效性。

2) 互联网体育公益行为与个人生活行为相融

随着互联网的发展,体育公益活动呈现出多元化和大众化的趋势,而互联网平台的出现,为体育公益活动的开展提供了更为广阔的途径,并获得了更多参与主体与社会各界的支持。同时,个人生活也逐渐与互联网融合,例如“捐步数”就是一种新的公益生态系统,它让公益活动融入每个人的日常生活中,只需要动动手指,将自己当天的步数捐赠,这就为人们用行善事来实现自我价值提供了一种更便捷的方式。其次,从捐赠方式来看,互联网体育公益行为可以促使个人生活行为更加健康,通过互联网体育公益活动的推广和展示,个人可以获得更多的运动灵感和动力,从而积极参与体育活动,改善自身生活方式,将自己的健身经验和成就通过平台进行分享,也能带动更多的人参与到体育运动中,营造出一种积极的运动氛围,这种零门槛的公益参与模式,大大提高了受众对公益的参与度和积极性,使个人的行为和公益更加紧密地融合在一起,也吸引了越来越多的志愿者和参与者,让体育公益活动的覆盖面和影响力得到了进一步的拓展。

3) 体育明星助力互联网体育公益发展

近年来,越来越多体育明星开始参与到互联网体育公益活动之中。首先,体育明星可以利用个人的影响力和社会地位,参与和支持互联网体育公益事业,为推广体育文化、促进公益事业的发展贡献力量,例如,篮球明星姚明通过自己的基金会组织篮球比赛和训练营等活动,鼓励更多孩子参与篮球运动,传递出“坚持不懈、挑战自我”的体育精神。其次,体育明星还可以通过自己的资源和能力来支持互联网体育公益的发展,比如,他们帮助组织筹集资金和物资,向体育公益组织捐款或捐赠比赛服饰等物资,实现体育公益事业的长期发展。最后,体育参明星的加入可以提高互联网体育公益项目

的传播力和影响力,通过他们的影响力和号召力,可以让更多人了解和支 持公益项目,带动更大范围的参与和支 持。体育明星加互联网体育公益活动可以实现优势互补,既带动公益事业的发展,又能提升体育明星的公众形象和社会价值,对于促进体育文化和社会进步具有重要意义。

4) 体育专业人士助力互联网体育公益

体育专业人士可以依托互联网平台将培训和指导的资源覆盖更广的地域和人群,使更多人受益。首先,体育专业人士可以为互联网体育公益提供专业的技术支持,他们了解体育运动的规则和技巧,能够设计和组织合适的体育活动,以满足公益项目的需求,他们还可以通过线上平台,提供体育教学和指导,帮助更多人参与到体育运动中。其次,体育专业人士可以为互联网体育公益提供专业的培训和指导,针对不同的受益人群,制定相应的训练计划和指导方案,帮助受众提高体育技能和健康水平。最后,体育专业人士还可以为互联网体育公益提供专业的评估和监督,他们可以对公益项目的运行情况进行监测和评估,提出改进建议和意见,通过专业的监督,可以确保互联网体育公益项目的有效性和可持续性。

3.3 互联网体育公益机制的改造

体育公益机制也需要随着时代的发展和互联网技术的进步进行改造,高效的互联网体育公益机制可以帮助体育公益更好地宣传自己的事业,通过线上平台进行宣传、推广和募捐,可以更好地吸引受众的关注和支 持,也可以更高效地进行体育公益事业。

1) 互联网体育公益方式的改造

互联网体育公益方式的改造主要体现在体育公共设施的建设、体育公益人才的培养和体育公益文化的推广等方面。首先,利用互联网平台开展在线体育竞赛,鼓励用户在自己家中或社区等特定场所开展体育锻炼并打卡,实现相应的挑战目标,将自己的动作轨迹上传,从而带动更多的人加入体育运动中,为参与者提供物质或虚拟的物质回报。其次,通过线上直播讲座、问答等方式开展交互式的公益活动,邀请专业人士或知名运动员分享体育知识以及公益服务经验,通过这种方式,受众能够更加深刻的理解公益体育活动的含义与影响力,激发受众积极参与的意愿。最后,利用网络教育平台为志愿者们提供一系列的公共教育课程,以提升他们的职业素养,从而更好地进行体育公益工作。例如,中国国家体育基金会推出的“快乐体育行”,既能提升体育院校大学生的服务水平,又能增强他们的责任感与使命感,

让学生感受到奥林匹克精神的真正含义。通过互联网体育公益方式的改造,可以更好地提升体育公益事业的效率和影响力,推动体育公益事业的发展。

2) 互联网体育公益内容的改造

互联网体育公益内容的改造可以通过体育赛事、活动等实现对特殊或贫困人群的捐赠,借助三微一端等社交媒体平台,与相关领域的大咖、明星合作,提高公益内容的知名度和认可度。首先,用户可以通过线上平台分享自己参与公益活动的经历和成果,互相鼓励和支持,如2014年北京市体育局和体育总局联合举办的“体育公益进社区”活动,吸引了30多万名群众加入体育公益活动中,从2013年开始,每年都有“为爱同行”的大型体育公益活动,仅2014年就有1万多人参加。其次,可以邀请著名的体育明星参加公益活动,利用网络平台与粉丝互动,分享自己的公益经验,也能提高公益活动在社会中的曝光率和影响力,比如“吉利HOPE乡村少年体育梦想计划”,邀请体育明星和运动爱好者到边远山区小学开展一周的义务支教,并为当地的学校捐赠大量的运动器械,让奥林匹克精神在更多儿童的心里生根发芽。通过对互联网体育公益的变革,能够增强互联网体育公益的吸引力和参与性,使更多的人能够主动参与其中,从而实现互联网体育公益事业的可持续发展。

3) 互联网与体育公益打造共赢发展模式

互联网与体育公益结合可以形成一种双赢的发展模式。例如,2007年10月7日,由世界粮食计划署(WFP)开发的一款名为“FreeRice”的网络游戏,其游戏规则很简单,只要在游戏中猜对一个单词,它就会为饥饿的孩子捐出10粒大米,此游戏推出仅用了一年时间,便已捐出了561.5亿粒大米,合计约1123吨,这种将线上游戏和社会公益结合起来的方式,既能满足参与者自己闲暇时的娱乐需要,又能体现出个体行为的公益价值,这将为体育公益事业创造一个良好的范例,达到双赢。如今,人们可以通过大数据来对体育公益项目进行优化,从而提升其质量与影响力,公益慈善双赢模式的构建在我国扶贫领域已有良好的范例,“善行者”是中国扶贫基金会举办的一场大规模的户外公益行,它号召大家组成一个小团体,完成50~100公里的徒步挑战,发动周围的人们用自己的实际行动来支持公益,帮助贫困地区的孩子们全面发展,这种双赢模式达到了两全其美的效果,扶贫事业与群众体育事业得以共同推动。

4 结语

在当前新生态环境下,需厘清互联网和体育公益事

业之间的关系,体育公益组织可借助互联网作为媒介,向多个线上平台进行传播,实现融媒体制作播出、矩阵式传播的效果。同时,互联网技术能吸引更多人投身体育公益事业,形成良性互动及传播态势。体育公益组织还应充分借助新媒体技术的优势,通过构建具有自身特色的互联网公益信息平台,摸索与其他各类体育社会组织协同发展的共生模式,满足全民健身的多样化体育需求,最终为实现体育强国建设贡献相应力量。

参考文献

- [1] 董小燕,林敏,关筱妍. 公益体育的百年历程及未来发展趋势[J]. 当代体育科技, 2022, 12(4): 1-5.
- [2] 国家体育总局. 深圳体彩助力乡村学校公益活动启动[EB/OL]. (2021-08-20) [2024-04-30]. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067637/c23508464/content.html>.
- [3] 深圳新闻网. 2.7亿爱心步数帮乡村学子圆体育梦[EB/OL]. (2022-09-26) [2024-04-30]. https://www.sznews.com/news/content/2022-09/26/content_25385623.htm.
- [4] 请奥运冠军直播好好在家健身,阿里体育的初心背后[EB/OL]. (2020-03-20) [2024-04-30]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1661675410199924126>.
- [5] Dijk J. Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings [J]. Poetics, 2006, 34(4-5): 221-235.
- [6] Norris P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide [M]. New York: Cambridge University Press, 2001.
- [7] 马良,甘崎旭,蔡晓陈. 家庭多维数字鸿沟对居民风险投资决策的影响[J]. 调研世界, 2022(9): 32-44.
- [8] 周健生,冯炜. 网络虚假宣传的工商监管对策研究[J]. 中国市场监管研究, 2013, (10): 33-37.
- [9] 刘洋. 我国体育公益活动的开展现状与对策研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2015.
- [10] 张玮. 数字时代信息安全刑法保护研究[D]. 昆明: 云南大学, 2021.
- [11] 孙雅彬. 基于AI技术的短视频监管策略研究[J]. 广播电视信息, 2023, 30(7): 12-15.
- [12] 阿拉斯·博兹库尔特,拉梅什·钱德尔·夏尔马,肖俊洪. 教育常态、新常态和下一个常态[J]. 中国远程教育, 2021, 561(10): 48-59, 77.
- [13] 刘晓慧,郑玉婷,王旭光. 由互联网公益引发我国体育基金会创新发展的思考[J]. 体育科技, 2022, 43(1): 70-72, 75.
- [14] 董小燕,林敏,关筱妍. 公益体育的百年历程及未来发展趋势[J]. 当代体育科技, 2022, 12(4): 1-5.