

“苏超”爆火现象的三维透视

□湖北工业大学马克思主义学院 万思齐

江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)火爆出圈,成为现象级的体育赛事。它以“一城一队”“谁赢谁上”的新型比赛模式打破了传统意义上的赛事规则,让足球回归群众,点燃了全民参与的高涨热情。“苏超”没有国际转播、没有知名球星,最终却能在文化宣传、经济创收等领域凭实力“破圈”,成为今年人民群众家喻户晓的“顶流”话题,这是多方面共同努力的结果。也正是“苏超”的成功,其所传导的话语更加深入人心,即赛事不是简单的竞技,更是一种城市符号体系。球队不仅代表城市,还构成了城市日常生活的文化核心。“苏超”的成功绝非偶然。它精准地捕捉到了当代社会,尤其是年轻群体,对于“真实性”“在地性”和“参与感”的深切渴望。“苏超”的成功是一个将文化软实力与传播硬技术、政府有形之手与市场无形之手巧妙结合的现实案例。

一、文化赋能和地域认同的深度耦合

“苏超”的根基并非纯粹的竞技体育,而是深厚的江苏文化沃土。其成功根本在于,它完成了一次成功的文化赋能,并通过一系列精巧的设计,将文化与市民、游客的地域认同紧密地耦合在一起,形成了强大且持久的情感吸引力和文化认同感。

(一)地域符号精准提取促进文化现代化转译

体育赛事不仅是竞技的舞台,更是地域文化展示与传承的重要载体。“苏超”通过深入挖掘江苏13个设区市的地域文化特质,以“苏式幽默”作为叙事手段,将足球赛事从单纯的体育竞技转变为具备情感共鸣的文化体验。吴文化、金陵文化、淮扬文化、楚汉文化等多元文化共同支撑着江苏这座富有文化底蕴的城市。这些地域文化中的拼搏精神、团队协作理念以及对荣誉的追求,深深融入江苏人民的血液中,并在“苏超”赛事中得以彰显。使得“苏超”不只是一场足球比赛,更成为地域文化精神的生动诠释。同时,各城市球队的队徽、队服设计常常融入当地的特色文化元素。如南京队的队徽中会出现代表南京历史的明城牆元素,苏州队的队服颜色和图案会借鉴苏州园林的典雅色调与精致纹理。这些设计在展现球队标识的同时,更向大众呈现出了深厚的地域文化。观众能够直观感受到不同城市的文化魅力,加深对地域文化的认知与理解。

(二)“散装江苏”叙事体系增进地域文化认同感

“苏超”的成功,除了在于对显性文化符号的赋能,更在于其对江苏本土一种独特的、带有一定“负面”色彩的网络文化即“散装江苏”叙事进行了创造性的解构与再造。

江苏省作为中国区域经济发展最为均衡的省份之一,其内部13个地级市均有着极强的文化自信

和独特的历史文化身份认同,这种强大的、多元的文化结构在长期的互联网叙事中,逐渐演变为一个戏谑性的标签即“散装江苏”,用以形容江苏各市之间在各类排名、竞争中“谁也不服谁”的“内斗”现象。从传统的视角看,这种“散装”特质似乎是一种不利于构建统一省域认同的“叙事悖论”。然而,“苏超”的策划者却以极高的媒介敏锐度,意识到这并非缺陷,而是可以营造强大价值导向氛围的契机。互联网上的“互黑”和“梗”文化,本身就是年轻一代表达地域认同和亲密感的一种特殊方式。这种关注度高以及话题性强的文化,为赛事提供了取之不尽、用之不竭的天然“梗库”和情感切入点。球迷支持的不仅是一支球队,更是自己所认同的那一份地域文化身份。

(三)多元文化差异转化为新型消费动力

“苏超”同样是各个城市的形象展示平台。“苏超”的“出圈”已经不是仅局限于体育赛场,更涉及文化传播、旅游业等各个方面。“苏超”的“一城一队”竞赛模式,绝非单纯的赛事组织设计,而是基于江苏多元地域文化的差异,构建的“文化生产—符号转化—消费激活”型模式。这一模式的核心在于将各城市抽象的多元的文化特质,通过赛事这一具象化的载体转化为可感知、可消费的文化商品。不仅如此,“苏超”进一步打破了体育赛事与文化、旅游消费业的边界,构建起了全新的消费生态,将体育竞赛与文旅紧密地结合在一起,在宣传文化的同时带动地域经济的高速发展。

二、量化传播与流量裂变的协同效应

在新媒体传播语境下,苏超的“破圈”并非偶然,而是量化传播与流量裂变深度协同的结果。前者强调可衡量、可优化的系统性传播,为赛事搭建了精准触达的传播网络,后者强调用户自发驱动的数字级扩散,激活了全民参与的传播势能。

(一)多平台数据协同,构建赛事基础传播范围

量化传播的核心在于通过可量化的指标如曝光量、互动率等优化传播策略,为“苏超”搭建覆盖范围广、精准度高的传播网络。

抖音作为流量的主战场,其内容严格遵循“短、强、快”的法则。通过大量产出3—5秒的极致高光时刻、戏剧化的冲突瞬间等,以极高的完播率实现了第一波流量积累。小红书则定位为生活化平台,更加强调日常生活方式的展现。大量投放构图精细的赛场打卡照、网红球员的时尚穿搭解析以及看苏超必备美食攻略等笔记,旨在传播以将看苏超定义作为一种时髦生活方式为导向的内容,吸引了大量非核心球迷的女性用户和年轻群体。B站则是服务于深度内容消费者,主打时间长且内容深度强的视频。推出系列赛事纪录片、球员专访、战术分析视频等,满足用户对内容故事性和深度的需求,旨在

沉淀高黏性的核心粉丝。

这种基于平台特性的内容构建,是一种典型的量化思维。它通过对不同平台用户偏好数据的分析,实现了内容供给的精准匹配,最大化实现对目标人群的触达效率,确保了赛事的基础传播范围。

(二)场景化触发机制,激活全民传播驱动力

把量化传播理解为外在的推动力,那么流量裂变可以理解为由内在的驱动力。苏超通过构建低门槛、高共鸣的场景化触发机制,让广大用户从被动观看者转变为主动传播者,实现流量的指数级增长。

首先,地域“梗”文化是流量裂变的核心。江苏“散装文化”下的各个城市之间的“竞争”本就具有超高的话题性。这种“自黑式”传播本质是地域身份认同的裂变,广大用户通过分享自己家乡的球队梗,既表达了对球队的支持,又强化了自身的地域归属感,形成由一人分享到一群共鸣再到全员参与玩梗的裂变链条。

其次,把足球和生活结合在一起的场景化内容也大大降低了传播门槛。对于一些不关注足球甚至不关心体育赛事的用户来说,也会因为“足球+生活”的新型传播方式产生点进去看看的兴趣,“苏超”打破了以往体育赛事焦点在于输赢的壁垒,把赛事与民众的生活深度绑定,让非体育迷也能产生情感共鸣,这种无需懂得球场规则,只需基于情感共鸣的全民参与的传播盛况在一定程度上再次汇聚了一波流量。

最后,高参与的互动模式也极大地促进了“苏超”的流量裂变。以小红书和抖音举例,截止到2025年8月,小红书的“苏超时问到”专题内容获得了极大的点赞和讨论度。抖音的江苏省城市足球联赛官方号已达到81万粉丝;“苏超”的话题投稿已有37.8万人积极参与其中。让“苏超”的流量裂变不再依靠所谓明星效应,而是扎根于群众的自发传播,实现了从少数到多数、从地域到全国的流量指数级扩散。

(三)双向循环:从流量到影响力的成功转化

量化传播以数据为工具,将分散的碎片化信息转化为可解读的意义框架,流量裂变则以用户为主体,将这些框架重新嵌入社会场景,从而激活新的情感与体验。量化传播的核心价值在于扮演了社会感知者的角色,通过多平台数据洞察,将用户模糊的情感偏好、潜在的共鸣点,转化为清晰的意义框架;流量裂变的核心价值则是用户并非被动接收量化框架下的内容,而是主动将其嵌入自身生活场景之中,通过再创作、再解读,让原始内容产生出新的意义,完成从信息传递到实践参与的转化。官方不再居于传播中心,而是成为内容方向的提供者,用户不再被动地接收信息,而是故事的制作者和主动传播者,使“苏超”从一场体育赛事蜕变为全民共

创的公共文化事件。

三、政府引导和媒体宣传的动态平衡

“苏超”从区域性特点的草根足球赛事跃升为全国关注的现象级公共文化事件,绝非偶然的流量爆发,而是在马克思主义“人民主体”思想指导下,政府引导与媒体宣传实现动态平衡的必然结果。政府以服务者的身份搭建群众体育生态的骨架,媒体以传播者的角色注入平民化叙事的内涵,二者既各有边界又相互赋能,在回应群众体育文化需求的过程中形成协同效应,最终推动“苏超”突破圈层限制,成为全民参与的文化符号。

(一)政府引导的“服务性定位”:以人民为中心的体育生态搭建

“人民主体”是政府引导的核心逻辑。“苏超”的爆火成因在一定程度上是地方政府能够跳出管控者的思维,以服务者身份回应群众对“家门口的足球”的需求,通过基础设施供给、地域文化整合,全民体育的主体平等性倡导为赛事搭建起可持续的发展框架,这既是对经济基础所衍生的文化需求的主动适应,也是人民至上的发展思想在体育领域的具象化实践。

1.基础设施供给

对于草根足球而言,有没有场地踢以及能不能方便踢是决定赛事能否存活物质前提,也是群众参与的最大门槛。江苏各地政府遵循因地制宜的理论,将城市闲置空间转化为群众足球场,南京将旧厂房改造为社区足球场,配备简易看台和照明设备,满足夜间赛事需求;苏州利用运河沿岸空地搭建河边球场,兼顾运动功能与城市景观。外卖员下班后能直接去社区球场参赛,家长能带着孩子在河边球场看球,乡镇居民不用奔波就能围观家乡球队比赛。正是政府搭建的全民参与的共享平台,让“苏超”从少数人的游戏变成多数人的狂欢,为后续“苏超”的爆火奠定了群众参与基础。

2.地域文化整合

在“苏超”赛事中,政府引导的亮点在于将地域差异转化为文化亮点,通过整合地域符号,让赛事成为激活群众身份认同的情感纽带,同时政府在地域文化整合中发挥着顶层设计与资源协调的关键作用。制定文化与体育的融合政策,为地域文化与足球赛事的融合提供政策保障;引导各方资源向“苏超”倾斜,设立专项基金,支持俱乐部将地域文化融入球队建设,成功构建了江苏省强大的文化形象,提升了“苏超”文化的影响力。

3.全民体育的主体平等性

传统职业体育往往将普通民众边缘化为“观众”或“消费者”,使其在体育赛事实践中处于被动地位,难以实现主体性的真正觉醒。“苏超”通过制度创新,打破了职业与非职业的二元对立,将普通

代驾事故中保险公司代位求偿权的认定问题及法律分析

□淮安市淮安区法院民二庭 朱晴文

随着共享经济的快速发展,代驾服务成为酒后不能驾车、长途出行等场景的刚需选择,行业规模持续扩大,但代驾事故引发的保险追偿纠纷也日益突出。

一、纠纷背景与核心争议

代驾服务常态化下,“车主委托代驾驾驶被保险车辆”引发的事故追偿屡见不鲜。典型案例:徐某就餐饮酒后通过正规平台委托王某代驾,因王某操作不当发生单方事故,车辆受损,交警认定王某负全责。保险公司向徐某赔付后,依据保险权益转让书,起诉王某及其所属公司主张代位求偿。

此类案件的核心矛盾是代驾司机是否属于《中华人民共和国保险法》第六十条规定的“第三者”。这一界定直接决定保险公司是否享有追偿权,是司法审理的关键焦点。

工会组织在科研院所创新文化建设中的引领作用研究

□西北有色金属研究院 龙奕潭

创新文化构建属于提高科研院所核心竞争力的有效方法。目前,科研院所普遍存在着创新动力不足、氛围不浓等现象,急需建立有效的机制来调动科研人员的积极性。工会是党联系群众的桥梁,服务职工全面发展的职能与创新文化建设的核心要求不谋而合。本文以西北有色金属研究院为例,探讨工会组织在引领创新文化建设中所起到的独特作用,为科研院所提高创新能力提供一些参考。

一、工会与创新文化的内在联系及理论基础

工会组织在推进科研院所创新文化建设方面有特殊之处。从理论上讲,工会是职工权益的维护

者、民主管理的推动者,工会职能定位和创新文化建设对于全员参与、权益保障的内在要求是一致的。马克思主义劳动观重视工人的全面发展,创新能力是其中的重要因素,组织行为学研究显示,好的创新文化可以明显改善科研绩效,创新生态系统理论把工会看作联系各种创新组织的桥梁。西北有色金属研究院的实践证明,工会通过创建创新工作室、开展劳动竞赛等途径,可以搭建起创新支持平台,实现工会工作与创新建设的有机融合。

二、工会引领创新文化建设的具体实践路径

工会通过多维度的实践途径来推动科研院所

否契合保险法理与公众认知。

三、认定逻辑及法律依据

笔者认同否定追偿权的意见,具体依据如下:

其一,符合保险合同约定。保险条款明确将“被保险人及其允许的驾驶人”纳入保障范畴,该约定合法有效。代驾司机经车主正规委托驾驶,属“允许的合法驾驶人”,其驾驶行为是车主用车的延伸,与亲友驾驶无本质差异,不应被排除在被保险人范畴外,自然不构成“第三者”。

其二,契合保险合同法理。保险的核心是分散风险,保险公司厘定保费时已考量多驾别人风险。若以“有偿”为由允许追偿,将导致同类事故因驾驶人身份不同而责任主体各异,违背“同等情况同等对待”原则,也转嫁了保险公司应承担的合同风险。

其三,符合公众认知与治理需求。车主选代驾是为规避违法与安全风险,若支持追偿,可能导致代驾公司涨价或降低准入门槛,损害消费者权益。同时,该认定与司法实践中“禁止向被保险人允许的驾驶人追偿”的普遍思路一致,有助于统一裁判尺度。

结语

代驾事故的保险代位求偿权认定,需兼顾法律规定、合同约定与社会实践。将被保险人允许的代驾司机排除在追偿对象之外,既符合法理与约定,也契合公众认知。未来,需通过司法解释明确裁判标准,引导保险公司完善条款、代驾公司强化管理,形成良性循环,为共享经济下的代驾服务提供稳定法律保障。

结语

工会依靠创建创新平台、改善激励机制等手段,较好地激发了创新活力,改良了创新环境。西北有色金属研究院的实践表明,工会对于创新文化的建设起着不可替代的作用。科研院所要探索出一条差异化的路径,建立科学评价体系,为持续提升创新能力、高质量发展提供支撑。工会要主动担当,创新方法,为建设充满活力的创新生态系统作出贡献。

劳动者从“看台”推向“赛场”。“苏超”不同于职业足球的严格参与标准,“苏超”对参赛选手的身份、年龄、专业水平均无硬性限制,同时,赛事规则也简化了越位判罚细节,替补人数限制等专业条款,增设趣味罚点环节等。这种满足人民需求的服务,本质是对人民主体平等性的尊重,它不追求赛事的专业性,而是确保每个普通人都能敢参与、能参与,让足球从精英运动回归全民娱乐。

(二)媒体宣传:激活“文化+体育传播”的破圈效能

在“苏超”的传播中,媒体没有机械地复述赛事规则,而是将其转化为有温度、有共鸣的文化内容,这种内容转化能力既拓展了政府引导的影响力边界,也让赛事从区域性活动升级为全网话题,成为动态平衡中破圈的核心力量。

1.“梗”文化的宣传破圈

“苏超”开赛后,常州队、无锡队和苏州队因位列积分榜后三名,被球迷称为“太湖三傻”,“常垫底,无所谓,苏得起”的网络热梗也格外惹人注目;“南哥之争”无疑也是网友金句频出的灵感来源,这句凡尔赛的口号也一定程度上映衬了江苏之所以能成为“苏大强”的内核。因为人人都想当“南哥”,才有了江苏各设区市你追我赶、永不服输的韧劲,也正因此,才铸造了江苏省源源不断的经济活力。媒体巧妙挖掘了江苏省这一地域特性,将这种看似矛盾的个体资源整合起来,加以宣传成为如今“苏超”破圈的独特力量。

2.体育强国建设的氛围营造

体育强国建设是中国特色社会主义强国建设的重要组成部分,人民群众的精神面貌在一定程度上代表着国家的形象,体育建设是人民群众精神风貌塑造的重要步骤,“苏超”的火爆正是响应建设体育强国热烈期盼的现实写照。在“苏超”赛事的持续过程中,媒体将赛事与体育强国建设的核心内涵深度绑定。主流媒体在赛事转播中,不仅呈现球员的竞技表现,更着重挖掘足球乃至体育所传达出的精神内涵,向公众传递体育强国根基在基层的理念。这种传播策略打破了赛事传播的单性,使“苏超”成为展示体育强国建设中群众体育与竞技体育协同发展的窗口,激发人民群众对足球运动的参与感与认同感。同时,媒体借助情感的叙事传播,强化“苏超”与民族体育精神的结合,深化了体育强国建设中的文化建构。“苏超”作为地域特色极强的足球联赛,承载着独特的地域文化记忆。媒体在赛事报道中,通过镜头语言展现球迷助威场景、球队历史传承,将足球运动升华为民族精神符号。这种传播方式契合体育强国建设中以体育文化凝聚民族力量的诉求,使“苏超”超越赛事本身,成为公众表达文化自信的载体。

全面从严治党需立足战略全局把握其核心要义,通过构建闭环式常态机制、完善新型反腐制度体系、创新党建实践模式、深化作风治理、密切党群联系等路径,为民族复兴伟业提供坚强政治保证。

全面从严治党的建设新的伟大工程的行动纲领,也应对各类风险挑战打下坚实基础,对适应新发展阶段、引领新发展格局具有重要的指导意义。

一、全面从严治党的核心意涵

“治国必先治党,治党务必从严”是百年大党的宝贵经验与根本遵循。将其提升至治国理政的战略高度,凸显了党的领导这一中国特色社会主义最本质特征,意味着党的建设步入系统化、制度化、常态化新阶段。“全面”体现为范畴的整体性,既承继历史传统,又立足时代任务创新拓展,构建起协同高效的党建工作体系。

二、新时代从严治党的实践特质

“全面”指引着具体实践方向。思想从严,重在引导党员干部内化行为为准则,彰显强烈的历史自觉与时代担当;组织从严,聚焦锻造骨干,坚持正确用人导向,强化干部“选育管用”全链条机制,强化关键岗位与年轻干部培育监管,从根源净化组织生态;作风从严,旨在凝聚民心,以严的标准弘扬务实精神、反对特权思想,用信仰与人格力量巩固执政根基,赢得人民持久拥护。

三、常态化长效机制的建设路径

全面从严治党的思想引领与制度约束并重,遵循党建规律构建长效闭环机制。

一是构建“教育—监督—考评—问责”闭环机制。将严的标准融入日常,深化党的创新理论常态化学习,完善纪律教育全周期制度;优化考核评价体系,将管党治党成效与干部考评硬挂钩,推动纪律教育成果从他律转向自律。

二是完善新型反腐制度与纪律约束体系。以制度策牢治本之策,完善选人用人机制,强化对“关键少数”的全过程监督;健全“亲清”监督清单制度,推动审批流程透明化;运用大数据监督等科技手段,破解新型腐败、隐性腐败的发现与取证难题,坚持风腐同查、零容忍惩治,压实“两个责任”精准问责。

三是推进作风建设与党群联系常态化。深入贯彻中央八项规定精神,建立基层减负长效机制;深化基层监督改革,整合监督力量提升效能,通过典型案例警示教育、廉洁文化浸润等创新形式,引导干部树立正确的三观。

结语

从思想铸魂、组织强基到作风固本,从闭环机制构建到反腐体系完善,一系列实践路径既回应了管党治党的时代命题,也为民族复兴伟业夯实了政治保障。唯有久久为功、常态长效,方能永葆党的先进性纯洁性,为引领新发展格局提供坚实的政治引领与组织支撑。

全面从严治党常态化建设路径探析

中国共产党中央委员会党校 马娟娟