

摘 要

随着短视频行业和体育产业的发展,近些年涌现一批乒乓球短视频网红,这类网红通过发布乒乓球相关短视频吸引用户和运营账号,其对受众的认知、行为、生活均产生了较大的影响。基于此,研究乒乓球短视频网红对受众群体的具体影响,探究乒乓球短视频网红对其受众在视频观看、认知、短视频接触和生活等方面的影响,为乒乓球短视频网红更好地开发内容和运营账号提供参考,促进乒乓球短视频网红的良性发展。

研究采用文献资料法、问卷调查法、访谈法、数理统计法。以乒乓球短视频网红对受众群体影响为研究对象,选择乒乓球短视频网红的受众群体作为调查对象,通过问卷调查分析,研究乒乓球短视频网红受众群体的特征,以及乒乓球短视频对受众群体的认知方面的影响、短视频观看行为的影响、日常生活中兴趣爱好、物品消费、身体健康等方面的影响,从多角度分析乒乓球短视频网红对受众群体影响。

乒乓球短视频网红有体育明星类和非体育明星类两种,体育明星类发布内容主要是乒乓球明星的生活、训练、比赛视频;非体育明星类发布的内容主要是乒乓球技战术教学、群众体育。乒乓球短视频网红受众分布较广,不同群体在性别、年龄、受教育程度、职业方面存在一定的差异性。乒乓球短视频网红对受众的视频观看行为、互动参与行为、知识认知、观看动机等方面均产生一定的影响。

受众对乒乓球短视频网红产生一定的接触性影响,形成一定的依赖性和参与度,且不同群体有一定的差异性,男性对其依赖性更强,女性对其参与度更强;18岁以下群体有较低的依赖性,但其参与度较高,60岁以上群体依赖性参与度均较低;学历和职业均对受众的短视频接触有一定影响,但影响较小,不构成显著性差异;不同类型网红对受众接触性影响没有明显差异。

受众对乒乓球短视频网红产生一定的生活影响,受众的兴趣爱好、物品消费、身体健康方面均受到影响,且不同群体有一定的差异性。性别方面男性受到兴趣爱好的影响较大,而女性受到物品消费的影响较大。年龄方面,18岁以下群体受物品消费和身体健康的影响较小。学历方面,不同学历间受到的生活影响略有差异,但不足以构成显著性差异。职业方面,有稳定工作和收入来源的国家机关/事业单位受到的物品消费和身体健康的影响较大;网红类型方面,非明星类网红对受众生活方面影响更大,对兴趣爱好和身体健康的影响要大于明星类网红。

关键词: 乒乓球; 短视频; 网红; 受众群体; 影响

Abstract

With the development of the short video industry and sports industry, a group of table tennis short video influencers have emerged in recent years. These influencers attract users and operate accounts by publishing table tennis related short videos, which have a significant impact on the audience's cognition, behavior, and life. Based on this, this study aims to investigate the specific impact of table tennis short video influencers on their audience, explore the impact of table tennis short video influencers on their audience's video viewing, cognition, short video exposure, and daily life, and provide reference for table tennis short video influencers to better develop content and operate accounts, promoting the healthy development of table tennis short video influencers.

The research adopts literature review method, questionnaire survey method, interview method, and mathematical statistics method. Taking the impact of table tennis short video internet celebrities on the target audience as the research object, the target audience of table tennis short video internet celebrities is selected as the survey object. Through questionnaire survey analysis, the characteristics of the target audience of table tennis short video internet celebrities are studied, as well as the cognitive impact of table tennis short videos on the target audience, the impact of short video watching behavior, the impact of interests and hobbies, item consumption, physical health, and other aspects in daily life. The impact of table tennis short video internet celebrities on the target audience is analyzed from multiple perspectives.

Research has found that:

There are two types of table tennis short video influencers: sports stars and non sports stars. The content released by sports stars mainly includes videos of the life, training, and competition of table tennis stars; The content released by non sports celebrities mainly includes teaching table tennis techniques and tactics, as well as mass sports. Table tennis short video influencers have a wide audience distribution, and different groups have certain differences in gender, age, education level, and occupation. Table tennis short video influencers have a certain impact on the audience's video viewing behavior, interactive participation behavior, knowledge cognition, viewing motivation, and other aspects.

The audience has a certain degree of contact influence on table tennis short video internet celebrities, forming a certain degree of dependence and participation, and there are certain differences among different groups. Men have a stronger dependence

on them, while women have a stronger participation in them; The group under 18 years old has lower dependency, but their participation is higher, while the group over 60 years old has lower dependency participation; Education and occupation both have a certain impact on the audience's exposure to short videos, but the impact is relatively small and does not constitute a significant difference; There is no significant difference in the impact of different types of internet celebrities on audience engagement.

The audience has a certain impact on the life of table tennis short video internet celebrities, and their interests, hobbies, item consumption, and physical health are all affected, with certain differences among different groups. Men are more influenced by their interests and hobbies in terms of gender, while women are more influenced by their consumption of goods. In terms of age, the group under 18 years old is less affected by product consumption and physical health. In terms of education, there are slight differences in the impact of life on different students, but it is not enough to constitute a significant difference. In terms of occupation, government agencies/institutions with stable employment and income sources are greatly affected by the consumption of goods and physical health; In terms of the types of internet celebrities, non celebrity internet celebrities have a greater impact on the audience's life, and their impact on interests, hobbies, and physical health is greater than that of celebrity internet celebrities.

Key words: Table tennis; Short video; Internet celebrity; Audience group; influence

目录

1 前言	1
1.1 选题依据	1
1.1.1 新时代互联网的发展为乒乓球短视频网红提供了发展的可能	1
1.1.2 乒乓球短视频网红对其受众群体具有正面影响	2
1.1.3 乒乓球短视频网红的形成对乒乓球运动具有推动作用	2
1.2 研究目的与意义	3
1.2.1 研究目的	3
1.2.2 研究意义	3
2 文献综述	4
2.1 国内相关研究综述	4
2.1.1 关于“网红”的研究	4
2.1.2 关于体育网红及乒乓球网红的研究	5
2.1.3 关于乒乓球运动对受众群体影响的研究	6
2.1.4 关于乒乓球新媒体传播的研究	7
2.1.5 关于乒乓球短视频网红对受众影响的研究	7
2.2 国外相关研究综述	8
2.2.1 关于有关媒介形象方面的研究	8
2.2.2 国外对体育明星形象的研究	9
2.3 相关概念界定	10
2.3.1 乒乓球	10
2.3.2 短视频	10
2.3.3 网红	10
2.3.4 受众群体	10
2.3.5 影响	11
3 研究对象与方法	12
3.1 研究对象	12
3.2 研究方法	12
3.2.1 文献资料法	12
3.2.2 访谈法	12
3.2.3 问卷调查法	12
3.2.4 数理统计法	13
4 研究结果与分析	14

4.1 乒乓球短视频网红的标准与选取	14
4.1.1 乒乓球短视频网红的标准	14
4.1.2 乒乓球短视频网红的选取	14
4.1.3 乒乓球短视频网红的特征	16
4.2 乒乓球短视频网红的发展情况	17
4.2.1 乒乓球短视频网红的形成发展	17
4.2.2 乒乓球短视频网红的“变现”途径	19
4.3 乒乓球短视频网红的受众群体分析	20
4.3.1 受众群体的基本情况分析	20
4.3.2 受众群体的关注点调查分析	22
4.4 乒乓球短视频网红对受众观看行为的影响分析	23
4.4.1 对受众短视频观看频率的影响	23
4.4.2 对受众短视频观看时长的影响	23
4.4.3 对受众乒乓球短视频账号关注数量的影响	24
4.4.4 对受众深度参与的影响	24
4.5 乒乓球短视频网红对受众认知的影响分析	25
4.5.1 对受众知识认知的影响	25
4.5.2 对受众态度认知的影响	25
4.5.3 对受众休闲娱乐认知的影响	26
4.5.4 对受众观看动机认知的影响	26
4.6 乒乓球短视频网红对受众短视频接触的影响分析	28
4.6.1 对受众短视频接触的整体影响	29
4.6.2 不同性别受众短视频接触的影响分析	29
4.6.3 不同年龄受众短视频接触的影响分析	30
4.6.4 不同学历受众短视频接触的影响分析	31
4.6.5 不同职业受众短视频接触的影响分析	31
4.6.6 不同类型网红对受众短视频接触的影响分析	32
4.7 乒乓球短视频网红对受众生活的影响分析	33
4.7.1 对受众生活的整体影响	33
4.7.2 不同性别受众生活的影响分析	34
4.7.3 不同年龄受众生活影响分析	35
4.7.4 不同学历受众生活影响分析	36
4.7.5 不同职业受众生活影响分析	36
4.7.6 不同类型网红受众生活影响分析	37

4.8 乒乓球短视频网红对受众群体的负面影响分析	38
4.9 促进乒乓球短视频网红受众群体积极影响的策略	39
4.9.1 优化乒乓球短视频内容	39
4.9.2 注重用户的差异化需求	40
4.9.3 提升乒乓球短视频网红受众的“持续度”	40
5 结论与建议	42
5.1 结论	42
5.2 建议	42
致谢	44
参考文献	45
附录	49
附录一 乒乓球短视频网红受众影响调查问卷	49
附录二 访谈提纲	52
附录三 访谈人员基本信息	53
个人简介	54

1 前言

1.1 选题依据

在当今社会，以互联网为代表的信息技术革命正在全球范围内掀起一场深刻的变革。这场革命引领着社会生产力的新飞跃，不断催生出众多新兴产业，深刻地改变着人类的生产、生活、学习和思维方式。互联网技术的快速发展，不仅推动了各领域的协同创新，还为社会带来了前所未有的机遇和挑战。社交媒体平台作为互联网技术发展的产物，已经全面渗透到社会的各个领域，成为人们获取新闻信息的主要渠道。这些平台在政治、经济、文化和体育等领域中发挥着越来越重要的作用，对扩大政治影响力、经济引导力、文化渗透力和体育凝聚力产生了巨大的驱动效应。随着社交媒体的普及和影响力的不断提升，网红这一行业也应运而生并迅速壮大。网红的种类越来越多，已经成为社会的普遍现象和热点话题。他们的出现不仅为社交媒体平台增添了更多的活力和关注度，也成了商业营销和品牌推广的重要力量，同时网红对其受众的认知、行为、生活等方面均产生了一定程度的影响。研究网红对受众群体的影响，有助于帮助网红更好地把握用户需求，促进网红发布信息的质量，为其提升积极影响提供参考。

1.1.1 新时代互联网的发展为乒乓球短视频网红提供了发展的可能

随着互联网的发展，中国网民数量快速增长，截至 2022 年 6 月，我国网民数量已突破 10.51 亿大关，互联网普及率高达 74.4%。而且我国网民网络留存时间长，平均每周上网时间达到 29.5 小时¹。

回顾互联网的发展历程，可以发现经历了几个重要的阶段。第一阶段是互联网的只读阶段，用户单方面地接受互联网的信息，其代表是搜狐等门户网站的出现；第二阶段是互联网的互动阶段，用户不仅能够接受信息，而且能够与网络平台和其他用户进行信息交流，其代表是博客等网站的出现；第三阶段是互联网的移动化改造阶段，各种手机应用的出现颠覆了互联网的应用模式，其代表是微博的兴起；第四阶段是信息内容的进一步丰富阶段，手机和电脑的界限被打通，其代表是抖音等短视频平台的兴起。

互联网的不同发展阶段催生了不同的应用模式以及用户的信息获取方式，随着短视频平台的崛起，以网红为代表的短视频内容发布方逐渐成为用户的聚合点，网红吸引了用户的关注，网红发布的内容有极大的流量和影响力，网红个人对用户产生了多方面的影响。对于乒乓球短视频网红而言，这个时代的变革同样带来了无限的机遇。随着各种平台的互联互通以及网红经济的迅猛发展，降低了参与门槛，吸引了更多人参与其中。这不仅加速了市场的优胜劣汰，也为乒乓球短视

1 缪晓雷, 杨坤, 边燕杰. 互联网时代的社会资本: 网民与非网民比较[J]. 社会学研究, 2023, 38 (03): 91-111+228.

频网红提供了更多展示才华的舞台。

1.1.2 乒乓球短视频网红对其受众群体具有正面影响

所谓网红,简而言之是网络红人,网红拥有数量众多的粉丝群体,网红通过发布内容吸引用户的观看,同时对用户的行为产生影响,网红对用户的影响是多方面的。网红与用户间,存在深厚的精神文化纽带。网红群体在互联网上积极传递正能量,对营造健康的社会风气具有举足轻重的意义¹。随着当今生活节奏加快,人们面临着学习、生活、工作的压力,网红的出现成为人们缓解心理压力,疏解心中不畅的重要途径²。

乒乓球短视频网红作为网红群体的特殊一员,是以发布乒乓球相关短视频为主的网络红人。乒乓球短视频网红具有较强的标签属性,发布的内容以乒乓球相关内容为主,或者以乒乓球领域的运动员、体育明星为主,具有极强的“乒乓球”属性。作为乒乓球短视频网红,应具备扎实的专业知识、鲜明的个性、高尚的人格魅力、端正的价值观及强烈的社会责任感。他们应当传播正能量,正确输出专业知识,丰富群众的娱乐生活,同时满足大众在物质需求外的精神需求。对于乒乓球短视频网红的受众群体而言,受众群体的相似性,以及对于乒乓球项目的热爱,使得这一群体具有一定的归属感和相互认同感。在以网红为核心的信息传递和内容分发基础上,网红通过发布内容和各类信息,为受众群体的需求提供满足,在此过程中对受众群体的价值观、行为、认知等方面产生影响³。

1.1.3 乒乓球短视频网红的形成对乒乓球运动具有推动作用

乒乓球短视频网红对其受众产生了多方面的影响,一方面由于短视频网红有着数十万乃至上百万的粉丝群体,其发布的内容有着极高的阅读率以及观看情况,内容传播效率度较强;另一方面,作为乒乓球短视频网红,其发布的内容通常与乒乓球高度相关,包括乒乓球技术、战术、乒乓球训练、乒乓球比赛等方面。通过乒乓球短视频网红发布的内容,其受众不仅能够了解当前乒乓球领域的发展情况,而且能够从乒乓球短视频网红发布的内容中学习乒乓球技术、战术等方面的应用,提升受众的乒乓球技术,乒乓球短视频网红对大众的乒乓球技能提升提供了直接的影响⁴。另外,乒乓球短视频网红通过推广大众乒乓球,对于乒乓球运动的推广也起到了直接的作用,使得大众能够更加全面地认知乒乓球,能够更深入地参与乒乓球,提升了大众参与乒乓球的深度和广度。从多方面看,乒乓球短视频网红对乒乓球运动具有明显的推广作用,而且乒乓球短视频网红对受众的体育行为、观看行为、体育消费等多方面均会产生影响,因此有必要对乒乓球短视频对受众

1 柳帆,李岳峰. 体育短视频:体育传播的视听转向与场景延伸[J]. 中国出版, 2022, (13):63-67.

2 倪舒娴. 网红经济下的新消费——社交媒体塑造的购物新潮[J]. 市场周刊, 2024, 37 (07): 97-100.

3 赵文男. 体育“网红”对体育文化传播的助推作用研究[J]. 采写编, 2018, (04): 141-142.

4 戴俊杰. 体育短视频对大学生体育锻炼态度影响的研究[D]. 淮北师范大学, 2022.

的影响展开研究,为乒乓球短视频网红的发展以及优化对用户的影响提供参考与借鉴。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

本文主要从多角度研究乒乓球短视频网红对受众群体的影响,为乒乓球短视频网红更好地制作内容和运营账号提供参考,促进乒乓球短视频网红行业的发展,并为乒乓球短视频网红更好地为受众群体服务提供参考。

研究主要从三方面展开,第一,明确乒乓球短视频网红的标准与选取,并分析乒乓球短视频网红的特征、形成发展情况、变现能力等方面,通过对乒乓球短视频网红的了解,为研究其受众群体提供基础。第二,分析乒乓球短视频网红对受众群体的影响,从短视频观看频率、观看时长、关注的账号数量、受众的参与情况四个角度分析乒乓球短视频网红对受众观看行为的影响;从受众的知识认知、态度认知、休闲娱乐认知和观看动机四个角度分析乒乓球短视频网红对受众认知的影响。第三,从依赖性和参与性的角度研究乒乓球短视频网红对受众短视频接触的影响,从兴趣爱好、物品消费、身体健康三个角度研究乒乓球短视频网红对受众生活的影响。同时从受众的性别、年龄、学历、职业角度分析不同群体受众受到的影响差异。

1.2.2 研究意义

本研究的意义从理论意义和实践意义两个方面来阐述。

理论意义分为以下两点:第一,可以丰富体育网红方面的研究理论,弥补当前对乒乓球体育网红以及乒乓球短视频网红研究的不足,从理论角度丰富相关的研究理论;第二,通过研究乒乓球短视频网红对受众群体的影响,可以作为乒乓球短视频网红优化账号运营、提升内容质量、提升对受众群体积极影响的理论参考和依据。

实践意义分为以下两点:第一,本研究能够针对性地对乒乓球短视频网红对受众群体影响进行研究,能够帮助一些想要开展乒乓球短视频领域、想要成为乒乓球短视频网红的群体提供参考借鉴。第二,对于乒乓球短视频网红来说,能够使乒乓球短视频网红受到广泛关注。对乒乓球爱好者来说,一方面是能够有效指导其技术或动作上存在的问题,从而有助于提高他们的乒乓球技术水平。另一方面是能够丰富娱乐生活,了解乒乓球多种多样的呈现方式,深刻感受我国乒乓文化。

2 文献综述

2.1 国内相关研究综述

在中国知网以“网红”为关键词检索，共 15699 篇文献，可见当前对网红的研究极多；以“体育网红”为关键词检索，共 168 篇文献，可见当前对体育网红的研究较少；以“乒乓球运动+影响”为关键词检索，共 2470 篇文献，可见当前对乒乓球影响的研究较多；以“乒乓球新媒体传播”为关键词检索，仅 4 篇文献，可见当前对乒乓球新媒体传播及影响的研究极少。

2.1.1 关于“网红”的研究

随着时间的推移，“网络红人”已经逐渐发展为现在的“网红”，成为当前的网络热词。当前学术领域给“网红”下定义的方式多样，周清源认为，“网红”是通过在实际生活或者互联网等媒介中发表观点，从而获得群众关注的一群人，他们在互联网媒体中制造讨论和争议，从而达到被网民熟知的目的¹。赵华指出“网红”是使用互联网媒体制造舆论漩涡或者宣传个人形象，从而吸引网民注意力的一群人²。在《山西日报》刊登的《不断进阶的‘网红’路在何方》的新闻述评中，“网红”使用社交平台等公共信息传播途径，发布特定的信息内容，展现个人形象，和其他网民进行互动，从而获得网民关注并出名的一类群体³。北京师范大学新闻与传播学院院长喻国明教授认为，“网红”是文化标签的一种，表现出了社会文化的进步以及群众生活的丰富多彩⁴。

从发展角度来说，“网红”的出现离不开网络媒体的传播。正是基于网络媒介的出现，使得大量的用户对某个别用户的关注，使得该个别用户成为特别关注的焦点，进而形成了大量的粉丝群体，成为所谓的网红。同时正是基于大量的粉丝群体，网红通过发布内容，对其受众产生价值观、形象观、文化观等多方面的影响，而且其影响范围广，影响程度深⁵。

“网红”一词可以将“网”与“红”二字分开来解释。“网”是一种传播的媒体形式，是基于网络技术进步的一种全新媒介。直播、淘宝、短视频、微博、微信等 app 就是当前主流的一些社交软件和社交平台，这些社交软件和平台都通过一对多或多对多的模式实现人与人之间的沟通交流，为网红的形成提供了空间和途径，这也是网红诞生的基本条件。“红”是指某一特定的状态，这个特征最直接的表现就是得到网友的注意力和关注，他们受到的注意力和关注越多，“红”

1 周清源. “网红现象”对大学生价值观塑形的影响及引导研究[J]. 江西电力职业技术学院学报, 2023, 36(01): 160-162.

2 赵华. 对“网络红人”形成原因的伦理反思[J]. 道德与文明, 2007, (05): 92-95.

3 崔玲玲. 不断进阶的“网红”路在何方[N]. 山西日报, 2016-12-09.

4 喻国明. “网红”是多元社群的“文化标签”[J]. 前线, 2016, (10): 88.

5 吴世文, 杨小雅, 冯铭钰. 网红的历史长歌: 网络名声的累积、流通与变现[J]. 传媒观察, 2023, (12): 57-68.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/718143055126007001>