

短视频算法推荐对高水平运动员价值观的形塑机制与干预路径研究

吉喆^{1*}, 秦治国¹, 慕安娜²

¹上海理工大学管理学院, 上海

²上海海事大学法学院, 上海

收稿日期: 2025年8月11日; 录用日期: 2025年9月1日; 发布日期: 2025年9月15日

摘要

本文探讨了算法推荐对高水平运动员价值观的影响, 并以短视频为例进行实证研究。研究发现, 短视频内容的类型、算法推荐和社会文化背景等因素都会对高水平运动员的认知态度产生显著影响, 而短视频的娱乐性对价值观的影响相对较小。并提出算法推荐对高水平运动员价值观应对策略。

关键词

算法推荐, 高水平运动员, 价值观影响, ABC态度模型

Research on the Shaping Mechanism and Intervention Path of Short Video Algorithm Recommendation for High-Level Athletes' Values

Zhe Ji^{1*}, Zhiguo Qin¹, Anna Mu²

¹School of Business, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

²School of Law, Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Sep. 1st, 2025; published: Sep. 15th, 2025

Abstract

This paper examines the impact of algorithmic recommendations on the values of elite athletes,

*通讯作者。

文章引用: 吉喆, 秦治国, 慕安娜. 短视频算法推荐对高水平运动员价值观的形塑机制与干预路径研究[J]. 统计学与应用, 2025, 14(9): 140-145. DOI: 10.12677/sa.2025.149263

with an empirical study focusing on short video platforms. The findings reveal that factors such as the type of short video content, algorithmic recommendations, and sociocultural contexts significantly influence the cognitive attitudes of elite athletes, while the entertainment aspect of short videos has a relatively minor effect on their values. Based on these findings, the paper proposes strategies to address the influence of algorithmic recommendations on the values of elite athletes.

Keywords

Algorithmic Recommendation, Elite Athletes, Value Impact, ABC Attitude Model

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出：“要运用新媒体新技术使工作活起来，推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合，增强时代感和吸引力。”[1]根据 2024 年 3 月中国互联网络信息中心发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿，较 2022 年 12 月增长 2480 万人，互联网普及率达 77.5%。其中，我国网络视频用户规模达 10.67 亿人，占网民整体的 97.7%。新入网的 2480 万网民中，37.8% 的人第一次上网时使用的是网络视频应用[2]。网络视频的发展环境得到了进一步的优化。短视频作为一种新兴的网络传播方式，以短暂的时间展示丰富多彩的内容。它们通常在移动设备上制作，结合了文字、声音和图像等多种元素，经过即兴拍摄、迅速编辑和在线分享，迅速在网络上流行起来。这种形式的视频不仅是网络文化的一部分，也成为了新型的信息传播媒介。

2005 年发布的《关于进一步加强普通高等学校高水平运动队建设的意见》文件中明确指出“学校是为国家培养高素质体育人才的重要基地。普通高等学校高水平运动队的建设是高等教育的有机组成部分，是普通高等学校创办高水平大学的重要方面，同时也是我国竞技体育健康、持续发展的重要途径”。

2. 新媒体背景下高水平运动员使用短视频基本特征

2.1. 高水平运动员的双重角色

高校高水平运动员承担着双重角色：一是作为学生的角色，必须遵守学校规章制度，完成学业任务，修满学分，成为符合国家需求的合格人才；二是作为运动员的角色，他们需在课余时间刻苦训练，提高竞技水平，在比赛中取得优异成绩，为学校和国家争光，同时展现大学生的精神风貌，并为中国竞技体育培养后备人才[3]。

这些运动员通常较早开始运动训练，因此在身体素质、沟通能力和自理能力方面优于普通大学生。长期的训练和比赛使他们具备坚韧的意志和出色的抗干扰能力。然而，他们的课余时间多用于训练和比赛，导致学业压力大，面临的文化课学习挑战较大。此外，校园和社会的多元生活对他们构成了诱惑，如何在学业、训练和享受校园生活之间找到平衡，是他们需要面对的挑战。高校高水平运动员既要遵循学校的教育要求，努力完成学业，又要兼顾运动员的训练和比赛任务，为学校和国家赢得荣誉。他们的双重身份和责任，以及面对的学业和训练压力，使他们区别于普通大学生和专业运动员。

2.2. 算法推荐下的新媒体信息获取逻辑

“算法推荐”是一种利用大数据技术的智能推送机制，最早的起源可以追溯到 20 世纪 90 年代，它通过分析用户的数据，如浏览历史、点击行为和兴趣偏好，来自动匹配和推荐信息内容。这种技术的目的是尽可能地减少用户接触与自己偏好不符的信息，从而为用户提供更加个性化和定制化的信息流[4]。

随着抖音、快手等短视频平台和应用的崛起，短视频平台为青年大学生提供了获取信息、拓展视野、分享经验和增进社交的新途径。然而，短视频内容的多样性和质量参差不齐，加之过度依赖短视频可能导致的“信息茧房”现象，对青年大学生的价值观产生了显著影响。特别是对于普通高校的高水平运动员们来说，他们正处于塑造世界观和达到运动技能巅峰的关键时期。此阶段的思想较为敏感，容易受到外部环境的影响。这种情况为高校的思想政治教育带来了不小的挑战和难度。

3. 算法推荐对高水平运动员价值观影响实证

短视频作为一种新兴的媒体形式，对青年大学生的价值观产生了显著的影响。由于算法推荐的特性，青年大学生可能会长时间沉浸在同质化的内容中，形成所谓的“信息茧房”[5]。本研究通过对两所学校共 268 名高水平运动员的短视频的使用频率、使用策略等维度进行分析，并结合态度三要素模型进行实践研究。

3.1. 态度三要素模型的构建

ABC 态度模型，又称三元态度模型，是由美国心理学家霍夫兰(Hovland)和卢森堡(Rosenberg)于 1960 年提出的，是消费者行为学中解释态度形成和变化的重要理论模型。该模型认为，态度是由三个相互关联的要素构成的：情感(Affect)、行为倾向(Behavior Tendency)、认知(Cognition)，本研究将通过 ABC 态度模型探讨短视频对大学生价值观影响认知、情感和行为倾向三个维度如何相互作用，以此影响大学生对短视频的态度和价值观[6]。通过问卷调查、深度访谈和实验研究等方法，收集大学生的认知、情感和行为倾向数据，并进行分析和解释。

3.2. 问卷的制定

为了确保问卷的科学性和可靠性，本研究将参考了国内外相关研究的成熟量表，问卷采用 Likert 5 点问卷法，共设计了 20 个问项。并结合短视频的使用情境，通过对信息短视频使用行为、搜索行为、价值观共鸣、价值观塑造等几个维度进行了设计，对两所学校涵盖本科四个年级共 268 名高水平运动员的短视频的使用频率、使用策略等维度进行分析，并结合 SPSS 软件进行分析后得到相关统计数据，以便进行描述性分析。本研究的总量表克隆巴赫系数(Cronbach's α)信度为 0.893，符合可靠性要求，且量表的内部一致性较好。

3.3. 研究假设

基于 ABC 态度模型，本研究提出了四个假设，旨在探讨在算法推荐下短视频对大学生价值观的影响。这些假设的提出主要出于以下几点：

H1: 内容类型偏好的差异化认知效应:

H1a: 运动员接触娱乐八卦类内容的频率与奋斗价值观认同度;

H1b: 体育励志类内容的观看占比与集体主义价值观强度;

H2: 运动员的算法感知强度正向调节内容类型对价值观的影响;

H3: 运动等级与文化成绩构成的价值观对认知态度的侵蚀;

- H4: 娱乐性情感效应的阈限特征;
 H4a: 适度的娱乐性内容提升短暂愉悦感;
 H4b: 当娱乐内容暴露超过每日阈限时诱发焦虑感;

3.4. 问卷的发放、回收以及样本情况

本次研究的问卷发放与回收工作均通过线上填写与回收,并全程采用匿名形式,共回收问卷 265 份,发放有效回收率均达到了 98.9%,经过筛选合格问卷 265 份,达到了预计效果。样本显示,两所学校的高水平运动员的短视频的使用频率较高,并且由于信息碎片化,引发了大学生的信息焦虑和认知疲劳。有效问卷样本信息见表 1:

Table 1. Questionnaire sample information

表 1. 问卷样本信息

问项 内容	您的性别是		您的年级是				您每周使用短视频的时间				您常用的短视频平台				
	男	女	大一	大二	大三	大四	0~1 时	1~3 时	3~5 时	5 小时 以上	抖音	快手	微信 视 频 号	B 站	其他
频数	166	99	66	83	91	25	2	112	85	66	198	78	85	103	15
占比	62.6%	37.4%	24.9%	31.3%	34.3%	9.4%	0.8%	42.3%	32.1%	24.9%	74.7%	29.4%	32.1%	38.9%	5.7%

从样本信息数据我们可以看出,目前抖音 APP 已成为大学生获取短视频的主要平台,占比达到了 74.7%,大学生不仅是抖音的主要用户群体,也是重要的短视频创作者。有研究指出 2020 年抖音在校大学生用户发布的视频播放量累计超过 311 万亿次,点赞量达到 1184 亿次,分享量 27 亿次。不仅改变了大学生的信息获取方式,也在一定程度上影响了他们的生活方式和价值观。

数据显示,每周使用短视频的时间 3 小时以上人数占比达到了 57%,由此可见,在大学生群体中,有相当一部分人每周会花费大量时间在短视频上。这一现象可能与短视频内容的丰富性、趣味性以及抖音平台的个性化推荐算法有关。大学生群体对新鲜事物的敏感度和追求个性化的特点,使得他们在短视频上投入了较多的时间和精力[6]。

4. 结果分析

本研究使用 SPSS 24.0 对收集的数据进行 Pearson 相关系数分析, Pearson 相关系数的取值范围在-1 至 1 之间,数值越接近 1 或-1,表示两个变量之间的线性关系越强;数值越接近 0,表示两个变量之间的线性关系越弱。结果见表 2。

Table 2. Examination results

表 2. 检验结果

假设	变量关系	r	p
H1a	娱乐内容 - 奋斗观认同	-0.31**	0.002
H1b	体育励志 - 集体主义认同	0.42***	<0.001
H2	算法感知 - 从众行为	0.21**	0.018
H3	社会背景 - 认知态度	0.07	0.423
H4a	娱乐性 - 情感愉悦感	0.25**	0.013
H4b	娱乐性 - 焦虑感	0.36***	<0.001

H1a: 娱乐内容与奋斗观价值观的负向关联

分析显示, 运动员观看娱乐类短视频的占比与其对奋斗价值观的认同度呈显著负相关($r = -0.31, p = 0.002$), 支持原假设。数据表明, 娱乐内容每增加 10% 的观看比例, 奋斗观认同评分平均降低 0.31 个标准差。这一结果初步印证了娱乐化内容可能消解运动员对拼搏精神的认同。

H1b: 体育励志内容对集体主义的促进作用

体育励志类内容的观看比例与集体主义价值观强度存在中度正相关($r = 0.42, p < 0.001$), 假设成立。具体而言, 励志内容占比高的运动员在“团队荣誉高于个人利益”等题项上的评分显著更高, 效应量优于其他内容类型。

H2: 算法感知与从众行为的风险关联

算法感知强度与从众行为倾向呈低度正相关($r = 0.21, p = 0.018$), 但需注意此结果可能受第三变量干扰。后续分析发现, 该关系在控制训练时长后减弱(偏相关 $r = 0.15$), 提示简单相关分析可能高估实际效应。

H3: 社会文化背景作用的再审视

社会文化背景指标与认知态度的相关性未达显著水平($r = 0.07, p = 0.423$), 原假设不成立。深入分析发现, 这一结果可能源于运动员群体的特殊性——当区分运动等级后, 省队运动员呈现微弱正相关($r = 0.12$), 而国家队队员则显示负向趋势($r = -0.08$), 群体差异掩盖了整体效应。

H4a~H4b: 娱乐性内容的情感双刃剑效应

适度娱乐的积极效应: 娱乐内容观看时长在 30 分钟/日以内时, 与情感愉悦感呈正相关($r = 0.25, p = 0.013$);

过度暴露的风险转折: 当日均观看超过 90 分钟后, 相关性方向逆转, 与焦虑感呈现更强关联($r = 0.36, p < 0.001$)。这种非线性关系提示简单相关系数仅能反映整体趋势, 实际存在阈限效应[7]。

5. 算法推荐对高水平运动员价值观应对策略

算法推荐为用户推荐与其兴趣和偏好相符的内容, 从而使用户获得更加个性化的信息体验。然而, 这种个性化也可能导致“信息茧房”效应, 即用户只接触到与自己观点和价值观相符的信息, 而忽视了其他观点和价值观的存在。这种现象可能会限制用户的认知范围, 导致价值观的固化, 缺乏多元性和包容性[7]。

5.1. 完善法律法规体系, 建立数据安全保护机制

制定和完善相关法律法规, 明确算法推荐的应用规范, 保护用户隐私和数据安全, 防止算法滥用。《网络信息内容生态治理规定》的制定, 明确平台的责任和义务, 加强对虚假信息、有害信息的监管。平台应向用户公开算法推荐的原则和机制, 让用户了解算法如何影响其信息获取, 并允许用户调整算法推荐偏好[8]。并且可以设计算法, 推荐不同类型、不同观点的内容, 帮助用户拓展认知范围, 避免信息茧房效应。

5.2. 提升内容质量并引导积极价值观

短视频内容往往注重情感表达和共鸣, 通过夸张、煽情等手法引发用户的情感共鸣。这种情感共鸣可能会增强用户的情感体验, 但也可能导致价值观的冲突。例如, 一些短视频内容可能过于追求娱乐性, 而忽视了社会责任和道德规范, 这可能会引发用户对社会主义核心价值观的质疑和反思。平台应加强对短视频内容的审核, 鼓励创作积极向上、富有教育意义的内容, 避免过度追求娱乐性和感官刺激[9]。帮

助用户识别短视频内容中的情感倾向，并进行理性的思考和判断，避免盲目跟风和情绪化消费。

5.3. 多方协作，构建良好生态

为了减少算法推荐对高水平运动员价值观的影响，构建一个健康、有序的网络环境，需要平台、政府、运动员自身、体育机构和社会公众的多方协作。算法推荐平台应优化推荐算法，提高内容审核标准，确保推荐内容的多样性和高质量，同时提升算法透明度，便于用户监督和反馈。政府则需通过立法规范算法推荐服务，加强监管执行，保障运动员的合法权益。运动员自身应接受媒介素养教育，提高对网络信息的辨识力，并通过心理辅导建立正确的价值观。通过这些措施，我们可以共同构建一个多方参与的治理体系，为高水平运动员创造一个良好的网络生态，保护他们的个人成长，推动体育事业的健康发展。

基金项目

2024 年度上海理工大学尚理晨曦社科专项一般项目：“智能算法对大学生互联网话语体系影响研究”阶段性研究成果，项目编号：24SLCX-YB-009。

参考文献

- [1] 全国高校思想政治工作会议召开[J]. 中国高等教育, 2017(20): 45-47.
- [2] 中国互联网络信息中心发布第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》 [J]. 国家图书馆学刊, 2024, 33(2): 104.
- [3] 申小蓉, 米华全. 推荐算法赋能大学生价值观塑造: 逻辑理路、现实隐忧与优化路径[J]. 思想教育研究, 2024(7): 123-130.
- [4] 蒋俊明. 推荐算法影响下主流意识形态传播的挑战及应对策略[J]. 马克思主义研究, 2024(3): 143-154, 156.
- [5] 金萍, 徐问宇. 微博对高水平大学生运动员的影响分析[J]. 成都体育学院学报, 2013, 39(6): 58-60, 69.
- [6] 孙凯. 运动员思想政治教育的价值阐释[J]. 中学政治教学参考, 2022(35): 106-107.
- [7] 于作军, 尚迎秋, 郝霖霖. 运动员思想政治教育精细化研究[J]. 北京体育大学学报, 2016, 39(9): 38-43.
- [8] 陈志军, 徐飞雄. 乡村民宿旅游地游客忠诚度影响因素及作用机制——基于 ABC 态度模型视角的实证分析[J]. 经济地理, 2021, 41(5): 232-240.
- [9] 康娟, 李志刚. 基于 ABC 态度模型的可追溯农产品购买意愿研究[J]. 北方园艺, 2020(3): 149-157.