

技术赋能和社会建构： 网络健身直播发展的动因与功能

鞠佳

(福建体育职业技术学院, 福州 350003)

摘要: 网络健身直播推动了运动健身行业的发展, 运用案例研究法与逻辑分析法, 研究网络健身直播发展的动因与功能。认为, 互联网直播技术红利赋能传统健身行为, 为便捷性健身、公平性健身和个性化健身提供了便利。依托互联网的健身直播, 新的社会行为得以构建: 突破空间约束, 实现了脱域指导; 推动了多样化与个性化的体育健身产品创新; 融合了健康、身体美和经济效益等多重价值; 密切了家庭成员间的关系, 建立了更宽泛的体育社群虚拟关系。

关键词: 健身直播; 技术红利; 运动健身; 刘畊宏现象

中图分类号: G80-05

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2023) 04-0061-05

互联网技术的发展, 推动了网络直播相关业态的迅速发展。2016年网络直播兴起, 2020年网络健身直播火爆全网, 现今网络健身直播已成为一种常见的健身方式。2020年, 恰逢国内新冠病毒感染疫情暴发, 广大群众的日常健身行为受到较大影响, 健身直播抓住这一历史契机, 应运而生, 为健身爱好者提供了新渠道、新方式, 满足了广大人民的健身需求。刘畊宏成为直播界的现象级健身博主, 带动产生了“刘畊宏女孩”“等刘畊宏在线批改作业”等热门话题, 引发了众多粉丝参与或转发健身挑战。这也吸引Keep等运动智能企业纷纷布局健身直播领域, 全民网络健身达到新高潮。从媒介传播理论和技术社会学的视角, 进行典型案例和逻辑思辨分析, 对媒介技术红利赋能及健身直播的社会建构进行研究, 揭示健身直播的多重社会功能与意义。

1 技术红利对健身行为的赋能体现

技术红利主要指由于新技术应用所产生的相对于原有技术效应的新增利润或溢出效应^[1]。纵观社会传播发展史, 从结绳记事、纸张印刷、广播电视到互联网媒体, 媒介技术的每一次进步, 都极大改变了社会的形态。健身直播就是媒介技术孕育的新型社会现象。通过“媒介技术—健身直播—社会发展”的链条传递^[2], 网络技术实现了对健身直播的赋能, 引发、促进了各种健身行为, 有效弥补了传统健身的短板。

1.1 网络直播为便捷性健身奠定基础

我国数字基础设施建设日渐完善, 为健身直播发展提供了必要的技术支撑。首先, 健身直播要求最大化地捕捉健身主播的动作特征并能够进行及时传输。4G、5G信息网络和移动热点(Wifi)的普及, 充分保证了网络在线直播的流畅性, 减少了直播中的卡顿、延时问题。其次,

收稿日期: 2022-11-26

作者简介: 鞠佳 (1982—), 女, 辽宁沈阳人, 讲师, 硕士, 研究方向为体育教育训练学。

文本信息: 鞠佳. 技术赋能和社会建构: 网络健身直播发展的动因与功能[J]. 河北体育学院学报, 2023, 37 (4): 61-65.

健身直播所需的采集硬件和软件系统的升级、人脸识别技术应用、美颜算法优化、编码标准及芯片的迭代、云计算的应用及内容分发网络(CDN)的快速发展,以及虚拟现实技术、增强现实画面、高动态范围图像、杜比全景声技术的成熟,提升了健身主播和粉丝们的观看或参与体验。随着网络直播设备的广泛普及和互联网传播技术的进步,健身爱好者可以在居家状态下更便捷地进行健身。

1.2 网络直播为公平性健身提供保障

传统的健身指导难以惠及残疾人等特殊群体。现实中,由于残障人士的身体状态、体育设施资源的可及性等问题,残障人士的健身需求难以保障,其除了去具有医疗性质的康复机构外,难以从社会商业领域和公共服务领域获得健身指导服务。随着网络技术的发展,健身领域存在的不公平问题得到了一定程度的缓解。网络健身直播可以对广大残障人士健身与康复实施精准的健身指导,也解决了相关专业健身人士数量不足和服务不到位等问题。残障人群利用智能手机,可享受到与正常群体平等的身体活动权利,有助于其更好地融入社会生活^[3]。

近年来各地积极推进建设“15分钟健身圈”或“10分钟健身圈”,以满足居民的体育健身需求,但相关研究显示,郊居与城区居民之间存在隐性的活动机会与权利不平等现象,固定的通勤时间和通勤方式,使得郊区居民不得不减少身体活动的机会^[4]。健身直播技术的成熟、智能健身系统的应用、智能手机和居家健身设备的普及等,保障了各类市民能够通过网络直播接受专业的健身指导。

1.3 网络直播为个性化健身注入新动能

健身直播的参与者以“90后”和“00后”年轻人为主,其体育消费更加多元化、个性化。网络健身直播成为小众健身爱好者的聚合平台,让他们找到了“归宿”。现实中小众健身群体难以寻觅共同的兴趣爱好者,而通过网络直播发现了彼此,由此也诞生了各式各样的体育社群组织。虽然小众健身群体人数规模较小,但这些爱好者因为年龄、风格、个性及偏好相近,反而交流更频繁、互动更密切,对体育社群组织的黏性更强、忠诚度更高,成为运动项目发展更持久的动力。

直播技术的发展让过去难以进入主流媒体视

野的小众性、地区性体育项目开始受到外界关注,为体育项目的发展奠定了群众基础。如世界障碍追逐赛(World Chase Tag, WCT),其自2014年诞生以来一直不温不火,直到全民直播时代,该项目的发展潜能被挖掘了出来,普通人对参与WCT表现出浓厚的兴趣。WCT运动源于追逐游戏,有机融合了跑酷和竞速等特点,在特定的场地中,双方扮演逃与追的角色,在20秒内逃跑者没有被追到的话,得1分,双方通过16回合的竞赛,得分多者获胜。广泛的人群参与使得WCT成为一种街头运动艺术^[5]。总之,围绕某体育项目的网络直播活动,配合草根人士的解说,赋予了项目独特的意蕴和特色,让社会运动文化更加多元。

2 网络直播健身对社会建构的功能体现

在疫情的特定社会背景下,直播健身诞生初期就获得了长足发展。可以说,网络健身直播的出现,媒介技术发挥了重要的改造性作用。网络直播健身本身并非单向地接受媒介技术的影响,同样也对社会行为发挥着建构功能,产生了新的社会整合与控制形式^[6]。

2.1 突破时空约束的体育健身功能脱域

传统健身行为受时空的约束特征较为明显,表现出身体“共同在场”的典型特征。传统的运动健身行为,是在特定的空间(商业健身房等)或场域(开放社区等)内,健身教练或社会体育指导员和健身爱好者在显性时间、物理空间内进行单向度的知识和技能传授行为。借助福柯的权力规训理论可发现,健身房借助各种规范化的手段、全景敞视的空间以及监督者(健身教练)等要素,集中实施了对参与者身体行为的规训^[7]。通过持续的社会规训,保证双方的身体形象与行为都符合社会的共识和期待。传统健身行为限制在固定的运动时空中,通过双方的参与行为建构出“身体直接接触和互动”的情景。吉登斯将这种“以身体在感知和沟通方面的各种模态”表述为“共同在场”,以展示相关社会行为的时空一致性。健身行为的共同在场,体现了健身指导的生产和知识行为的消费同时同在,表现出时空一体化的空间约束性^[8]。传统健身行为受共同在场的约束,其影响力和辐射范围相对有限,只能服务到共同在场情景中的个体,优质资源功能发挥不足,即使再优秀的健身教练,其能够指导的学

员也比较有限。

商业健身资源的数量、质量、布局及可达性影响到民众健身行为空间分异、集聚分布。传统健身企业只能通过不断开拓健身空间来谋求进一步发展。而互联网直播健身的出现让运动健身脱域指导成为可能。“脱域”即“社会行动得以从地域化情境中‘提取出来’，并跨越广阔的‘时间-空间’距离去重新组织社会关系。”^[9]互联网技术的发展更新和重构了传统运动健身的发展逻辑和运营思维。互联网技术打破了传统健身模式的时空限制，构建了运动健身新场景、新模式，丰富了运动健身形式和内容。从健身传播效率来看，健身信息突破时间、空间限制，实现了信息发布者与接受者的实时交流，再加上健身视频可重复播放的特征，极大扩展了影响范围。网络直播健身的方式可以辐射到过去不关注健身的群体，影响与引导他们形成健身意识和习惯。互联网技术还赋能了健身商业的应用与创新，Keep、超级猩猩等创新内容不断推出，围绕减肥燃脂、体态调整、压力纾解、局部塑形、儿童体适能等，推出了多元化的运动健身产品，满足了不同人群的健身需求。

2.2 多样化与个性化的体育健身产品创新

线下的健身服务场景下，健身服务提供者无法做到及时回应不同群体的健身需求，且提供的健身产品数量有限、类型单一，覆盖范围极为有限。互联网+健身可以对多元的体育健身需求进行有效整合。“线上健身房”借助于多场景的健身环境营造，形成了丰富的健身产品供给，利用大数据分析技术，能够区分大众需求和小众需求，推出个性化、区别性的健身产品，从而吸引不同群体参与，如针对青少年推出的“森林大冒险”及体感游戏“天际漫步”、少儿芭蕾等；针对中青年人群推出的HIIT（间歇性力量训练）、力量塑形、瑜伽、普拉提、有氧舞等，针对老年人群推出的太极禅、五禽戏等。

健身爱好者参加各种项目挑战，如挑战波比跳、身体柔韧度、A4腰、引体向上等，完成个性化的健身行为展示，可以迅速吸引普通体育爱好者的围观或参加。刘畊宏本草纲目健身操爆红后，相继衍生出女生版、男生版、体院版、街头版等诸多类型的健身操。经过网友的个性化改造，网络健身产品被赋予了不同的个性化标签，持续引发模仿参与热潮。网络健身行为配合虚拟

场景技术，可以设置森林、温泉、草地、山地、高原等不同的虚拟户外环境，让参与者仿佛置身于户外环境开展体育健身，为健身爱好者提供了独特的身心体验。

总之，健身直播满足了大众健身的个性化创新，针对不同性别、不同年龄、不同层次的用户，精细化开发全人群、全生命周期的“互联网+健身”产品，培养了用户的终身运动意识，从而建立起忠实的用户群^[10]。

2.3 健康、身体美和经济效益的体育健身多重价值贯通

运动健身是促进身体健康、获得身心愉悦的重要手段。网络健身直播能够在虚拟空间实现健康、身体美和经济效益的贯通，使运动健身的多重价值得以显现。网络直播将过去在狭小物理空间内的健身行为延伸到更大的网络虚拟空间中，并通过媒体技术做到实时高清展示，满足了人们足不出户对健康的直接诉求。随着生活水平的提高，人们进行健康管理、塑形减重的需求愈发强烈，健身直播带动健身者进行身体活动管理、饮食控制、心理疏导及风险因素排查，帮助健身爱好者养成健康生活方式，提升身心健康水平。

健身直播的身体叙事展示了互联网+身体结合的不同形象。首先，维护真实的身体形象。健身直播教练和爱好者基于身体进行互动，表达对真实身体的关注，让承载健康的真实身体重回双方互动的核心，凸显“为了健康而健身”的身体叙事。身体叙事是将身体作为健身的载体，参与者表达对不同身体状态的理解和体悟，基于身体的展演传递不同的身体美。其次，表达改造身体的愿望。健身直播为传统的身体展示提供了新方式，尤其是技术对身体表现的改造，使得身体展示的符号性更为明显。如利用视频技术让男人变得更健硕、女性变得更柔美，掩藏了真实的身体形象。为满足猎奇心理，健身爱好者尝试多元的性别角色和身体美学，个人营造出一个完全不同的自我，从而形成与现实中“我”的对应，两种形象的冲突为更好地认识自身提供了一种渠道。最后，展现多元的身体形象。通过运动展示不同性别的身體之美，引导民众正确地看待身体，形成正常的身体价值观^[11]。而粉丝群体对身体形象的偏好，也必然影响到健身主播的互动行为。身体美的不同呈现方式，让互联网健身呈现了多种可能^[12]。网络直播技术为身体的“去具身化”

提供了可能,凸显了个体不同身体类型的存在。

健身直播激发了庞大的体育消费能力和潜力。直播健身中,不同参与者的成本是不同的,普通用户主要消耗时间成本、健身主播则消耗流量成本,超级用户则贡献消费货币。现今网民网络知识付费的习惯正在养成,促进了网络健身消费的增长。健身爱好者通过网络学习健身知识和技术后,会对相关体育健身器械与设备产生消费动力。2022年4月份,受网络健身直播的影响,头部运动品牌Keep在唯品会的销售量涨幅同比猛增9倍,其中居家健身类的瑜伽垫、瑜伽服等产品销量惊人。相关统计数据预测,2026年中国线上健身市场规模将增至8958亿元,复合年均增长率(CAGR)为19.3%。2021—2026年,线上健身会员及健身内容产生的收入预计将保持30.8%的CAGR,显著高于同期线下健身会员及健身课程6.2%的CAGR水平。2021—2026年,线上健身装备及服饰产生的收入预计将保持23.9%的CAGR,而同期线下健身装备及服饰销售的CAGR仅为3.3%,网络健身及其产品销售空间依然巨大^[13]。

网络健身直播形成了基于健康、身体美和消费的示范效应,引发了基于身体的新消费,以回应自身感知到的主播情感、肢体和语言等概念符号的身体叙事^[14]。健身直播引发的消费行为具有较强的引领作用,当健身爱好者看到虚拟网络中的消费行为时,可能会产生跟随性消费行为,表现出一定的符号性和盲目性特征。

2.4 体育健身营造家庭与社群新关系

网络健身直播营造了多元主体互动的良好氛围,形成了线上指导+线下健身+线上传播互嵌的“情绪场”。网络健身直播为家庭成员参与健身和融洽家庭关系创造了机会。健身主播常以“普通人励志”为核心叙事,“普通人”的角色设定会给粉丝一种心理暗示,健身爱好者会形成“别人行我为什么不行?最需要的是坚持”的心理认识,这成为引导个人参与健身的精神兴奋剂。网络直播影响下的健身行为,脱离了传统场域的限制,为家庭成员参与集体健身活动提供了难得的机会。刘畊宏带领妻子和岳母在客厅进行健身直播,形成了和既往健身主播独自进行讲解与行为展示的明显区别,发挥了“全家齐上阵”的良好示范效应,吸引许多家庭集体参与体育健身活动。从此角度看,健身行为成为家庭成员集

体活动和关系互动的新载体,对于改善家庭成员关系发挥着积极的作用。尤其是随着《家庭教育促进法》的颁布,借助网络技术推动家庭体育指导和练习,既是一种关爱行为,也是一种法定责任。

在网络虚拟社会中,基于技术引导参与和社会建构的合流,健身主播与粉丝之间形成了虚拟关系社群^[15]。网络健身社交属于流动网络空间的行为,容易诱发粉丝“HOOKED上瘾模型”,即“心理触发—健身行动—健身赏酬—持续投入”,粉丝通过关注主播的健身行为,触发模仿主播健身行为的动机,当开展健身行动并达到自己的期望后,会获得一定的满足感,进而增加对体育健身的热爱与投入。虚拟整合是通过“互联网的技术黏性”或“数字化机制”,使虚拟空间中基于特定需求而发生的非面对面接触,发展成一种稳定联系和团结状态^[16]。这种整合跨越时空限制,不考虑个体的身份特征,完全是基于健身行为的互动活动。尤其是媒介技术的发展,让受物理空间阻隔的个体产生联系,不同个体借助虚拟空间展开不在场交往、共享健身经验和制造新的社会认同等^[17]。健身直播既是健身主播和广大粉丝间的网络狂欢活动,也是粉丝之间的网络竞赛、展演与游戏活动。网络健身活动满足了更多人的自由和选择,但也使健身爱好者重新回到社会规制和身体规制的行为空间。当健身爱好者一同参与体育锻炼时,或被众多网友围观时,个体实则成为“对视监狱”的一员,这对自身体育健身的意识培养发挥着一定作用。

3 结束语

网络媒介技术为大众提供了便利性、公平性和个性化的健身可能。健身直播活动打破了时空限制,多样化、丰富化、个性化的健身服务指导,引发了大众的参与热情,实现了健康、身体美和经济效益的多重价值叠加,密切了家庭成员间的关系,建立了更宽泛的社群虚拟关系,促进了新的消费形态的形成。总之,网络健身直播既是技术发展的结果,也对社会形态发挥着建构功能,由健身活动引发的诸多社会学、文化学、经济学等问题更值得我们持续关注与深入思考。

参考文献:

- [1] 张兆曙.“互联网+”的技术红利与非预期后果[J].

- 天津社会科学,2017(5):48.
- [2] 喻国明,杨嘉仪.理解直播:按照传播逻辑的社会重构:试析媒介化视角下直播的价值与影响[J].新闻记者,2020(8):12.
- [3] 赵娜.互促相融:技术赋权与视障者的媒介生活:以视障者智能手机使用为例[J].传媒,2022(6):71.
- [4] 周素红,何嘉明.郊区化背景下居民健身活动时空约束对心理健康影响:以广州为例[J].地理科学进展,2017,36(10):1229.
- [5] 贾伟博.自媒体时代下我国街头极限健身运动的网络传播研究:以网络短视频为例[J].体育科技文献通报,2021,29(2):123.
- [6] 钟洁.健身房:一种身体规训机制的分析:以上海的健身房G为例[D].上海:华东师范大学,2009.
- [7] 冉继军.传播技术革新与社会建构的关系[J].新闻爱好者,2009(14):24.
- [8] 吉登斯.社会的构成[M].李康,李猛,译.北京:三联书店,1998:142.
- [9] 杨善华,谢立中.西方社会学理论:下卷[M].北京:北京大学出版社,2006:107.
- [10] 陈伟,刘庆生.网络时代大众健身行为新趋势[J].人民论坛,2021(2):68.
- [11] 陈吉.身体、关系与场景叙事:短视频的女性参与和赋能策略[J].现代传播,2022,44(2):114.
- [12] 赵昕玥.新媒介视域下的性别建构与身体形象呈现[J].记者观察,2021(3):90.
- [13] 华经产业研究院.2021年中国健身行业及线上健身行业现状分析,线上健身市场占比持续提升[EB/OL].(2022-03-14)[2022-10-10].http://news.sohu.com/a/529628734_120928700.
- [14] 王相飞,延怡冉,康益豪,等.符号互动视域下体育电商直播中的身体消费[J].武汉体育学院学报,2021,55(11):56.
- [15] 白桦,刘媛媛,黄立军.大规模疫情时期构建中国居家健身远程教育系统探究[J].河北体育学院学报,2022,36(2):22.
- [16] 张兆曙.从在场整合到虚拟整合:兼论网络社会中的个体行动与集体意识[J].天津社会科学,2021(1):37.
- [17] 刘少杰.网络化时代的社会结构变迁[J].学术月刊,2012,44(10):14.

Technology Empowerment and Social Construction: the Motivation and Function of the Development of Online Fitness Live Streaming

JU Jia

(Fujian Sports Vocational Education and Technical College, Fuzhou 350003, China)

Abstract: Online fitness live streaming has promoted the development of the sports and fitness industry. Case study method and logic analysis method are used to study the motivation and function of the development of the online fitness streaming. It is believed that the dividend of the online live streaming technology can empower traditional fitness behaviors and facilitate convenient fitness, fair fitness and personalized fitness. Relying on the online fitness live streaming, new social behaviors can be constructed, including breaking through spatial constraints and achieving de-domain guidance, promoting the innovation of diversified and personalized sports fitness products, integrating multiple values such as health, physical beauty and economic benefits, making closer relationship between family members, establishing a broader sports community virtual relationship.

Key words: fitness live streaming; technology dividend; sports fitness; Liu Genghong Phenomenon