# 最新我看网红议论文

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-01-02

*最新我看网红议论文【5篇】我看网红议论文怎么写?借助作文人们可以实现文化交流的目的。你知道作文怎样才能写的好吗?下面是小编帮大家整理的我看网红议论文，欢迎大家分享。最新我看网红议论文（篇1）20\_年作为网红经济爆发元年，网络红人正在创造新媒...*

最新我看网红议论文【5篇】

我看网红议论文怎么写?借助作文人们可以实现文化交流的目的。你知道作文怎样才能写的好吗?下面是小编帮大家整理的我看网红议论文，欢迎大家分享。

**最新我看网红议论文（篇1）**

20\_年作为网红经济爆发元年，网络红人正在创造新媒体经济的奇迹。在这些网红背后，更多被颠覆的是受众接收信息的习惯。未来网红将会打通全产业链，整个存在方式都会发生改变。

每一次互联网的换代都会造就一批网络红人，但仅靠犀利言辞或另类行为保持长期的热度很难，需要有持续不断的特色内容，并紧跟媒介传播方式的变化。

首先，节目的频次一般不会太低，至少是一周，甚至是每天，“最好是频次高一点，跟观众接触的概率要增加”;其次，网红节目背后一定要有一个主线，或者说是有一个核心价值观，有一个灵魂，“你只有这个灵魂、价值观才会吸引到跟你一样价值观的粉丝跟你对话”;再者，还要能够持续，所谓的“持续”，不仅仅是网红本身节目的持续，更意味着其背后的商业性价值开发，即“商业变现”。

她们把自己真实的生活状态分享给粉丝，就像跟朋友分享一样。这也是网红的影响力逐步扩大的基础。粉丝们在网红的生活里找到了自己向往的影子，并且觉得这比明星更真实。

**最新我看网红议论文（篇2）**

互联网进入宽频时代，网速的提升给予了更多的网红之路。网络歌手的出现便是这一时代网红的显著特征之一。在20\_年后，网络上出现了许多网络歌手，如汪苏泷、徐良、许嵩等。他们许多是非音乐专业出身，仅仅凭借自身的兴趣进行创作与艺术表达，形成自己独特的艺术风格。通过将自己的作品散布到个人网站或者某些较有影响力的专业网站上吸引人气，慢慢拥有某个固定的粉丝群体。

在这一时代，网红的商业化已经变得成熟，成为网红的门槛开始慢慢变低，由原来博取眼球全名皆知变为在特点领域有过人之处的小范围红人。

网络视频、网络直播也成为了一条网红之路。这一时期出现的网络红人都有背后的商业团队，进行商业的推广与运作。20\_年，papi酱在自己的微博上发表自己的原创视频使得自己走红，其独特的表现力博得了众人的眼球，在之后的20\_年被评为“20\_年第一网红”。

电子竞技的发展也带动了网络直播的发展。而网络直播平台对于草根走向网红是一大助力。据统计，至20\_年6月，网络直播用户已达到了3.25亿人，几乎占全网民的一般人数。庞大的用户基数使得走红变得更加容易。主播的直播内容大体分为游戏直播、互动聊天等，只有你有特色内容有营养够吸引人，观众就会愿意留在那里看你直播。这也印证了只有在某方面有特殊的过人之处，便能成为网红这一说法。

宽频时代出现的许许多多的网红也与这一时代的网络用户有着密切联系，据统计1995年至1999年出生的人数约为1亿人，在20\_年，这群95后也基本快成年，他们出生便伴随着网络，与网络契合度高。他们具有的一些心态也为网红的成长提供了社会基础。

网红的经济价值最终都源于粉丝的忠诚度和购买力。网红将自身的知名度用于变现即是网红经济的意义。其宣传价值与传统明星为产品代言相似，通过宣传产品品牌或介绍推荐将人气转换为直接的经济价值，网红经济也是一种粉丝经济。网红的粉丝们往往拥有着与网红同样的价值观，从这点上说，网红经济也是“价值观货币化”的一种体现。网红们的收入来源主要有三个方面:粉丝们的打赏，背后团队的运作以及网店的经营。这些全部都是建立在自身人气和粉丝数量上，粉丝数量的减少会直接影响到网红们的收入。品牌实现自身的商业宣传、网红通过粉丝实现变现，这即是网红经济的意义。

**最新我看网红议论文（篇3）**

从前大家的偶像池基本重合，只属于一线明星;而现在我们迷恋、崇拜、关注的对象十分多元化。他们或者颜值很高，或者在某一方面有特殊技能，或者他们热衷于展示生活中的喜怒哀乐。这就形成了去中心化的粉丝经济。

在淘宝流量成本与日俱增的今天，中小卖家的痛点就在于如何实现精准营销，而网红能够抓住人与人的沟通环节，培养消费需求，产生消费动能，不断增加用户粘性和转化率，既能够帮助商品实现品牌溢价，又成为了商品的销售渠道，最终实现了特定垂直圈子的精准营销。

随着新消费群体90后跨入社会主流，形成新的媒体消费习惯，新兴媒体也将一部分的消费重点向90后转移。那么作为新兴消费群体的90后有哪些特点呢?

首先，90后是名副其实的指尖一代，手机对于他们而言早已不仅限于应对基本生活的工具，而是帮助他们提升生活品质(社交、旅游、理财、生活)以及增强个人综合竞争力(查询、阅读、自学)的贴身助手。

其次，90后与其它群体的一个有趣的区别在于他们的欣赏角度十分多元，各种类型的内容都会有90后去欣赏，而且他们的欣赏水平也比较高。

再次，90后追求极致内容。

第四，90后多是独生子女，希望与他人建立更多联系，从多元的视角去了解他人的生活，从而找到自己在中的位置。

与80后成长于QQ聊天的时代不同，90后刚好成长在社交网络飞速发展的时代，因而他们更喜欢利用社交网络展示独立的个体，思索自我、探索世界。这也就是新时代网红更容易受到90后热烈追捧的原因。

展望未来，网红和网红经济在泛社交化的趋势下将成为常态。由于有着众多的展现平台，和不断涌入试图一举成名的年轻人，网红群体会越来越庞大。年轻人喜好的口味在不断求新求变，也就推动着一波一波网红快速迭代。本届奥运会快速爆红的傅园慧们，或许能成为孙杨、宁泽涛那样的广告宠儿。当奥运会热潮过去，他们的网红热度同样会很快消退，终将如流星般划过。

**最新我看网红议论文（篇4）**

有了网络的传播效应，很多人因为一门手艺或是技艺、甚至是一段视频成为网络红人。随着越来越多的网红加入商业大军，人们创造出网红经济的概念，虽然这一概念并未受到经济学家们的认可，并不妨碍投资商看好网红市场，办起网红培训班。

作为资深网红的芙蓉姐姐谈起网红商业模式，认为每个网红都有一定的粉丝量，但是这个粉丝量不能直接兑换成钱，但是通过电商或者结合别的途径，便可将粉丝量与钱挂钩。

法国作家莫洛亚说，人人能因被人认识而得益，网络传播使这种效应呈几何级数扩大。在利益驱动中，不可避免地会产生网红自我炒作和投机的行为，由此催生网红商业模式的泡沫。

中国人民大学经济学院教授李义平认为，网红现象会助长一部分人通过各种途径试图一夜暴富的浮躁风气，当这个社会中人都不那么平静、都想一夜暴富的时候，这个社会就是不正常的，再者，迅速成名的网红又多是昙花一现。因为真正的红在现代社会需要持续的能力的支持，网红不会提供这一方面的知识和能力。如果说网红可以创造价值和GDP的话，它只会推高GDP的泡沫。相比之下，农业方面的GDP涉及到谁来养活中国，制造业方面的GDP涉及到中国的强大预付，网红不创造任何物质财富，只不过是物质财富的一种再分配。

对照古典经济学的说法，劳动是创造财富的一个重要途径，网红商业模式对GDP是否有贡献?值得我们去思考，但毋庸置疑的是，内地的经济增长需要高质量的经济效益。而网红在用人气换取物质财富的同时，作为传播主体也在传递着不同形式的文化。作为欧洲万像电影节主席，贾振丹希望网红中能够出现更多对社会有正面影响力的人，来引导产业、习俗或是社会道德。

在虚拟的网络世界中，人们展示着对艺术、游戏、运动、美食等领域的演绎，但网络直播门槛的降低，使得网络直播内容良莠不齐。中国播音主持业界学术元老、中国传媒大学播音主持艺术学院退休教授吴郁认为，过去的直播是针对正在发生的新闻事件，现在的直播门槛降低了，年轻人在网络直播平台上记录生活或自我表现时希望得到首肯，是对成功较片面的理解，同时使得这一虚拟世界出现踩底线和打擦边球的情况，应该多向积极阳光的方向去引导。

中国播音主持业界学术元老、原中国传媒大学播音主持艺术学院教授吴郁说，直播平台门槛降低，易使网络直播中出现部分负面内容，应积极引导。

20\_年7月12日，内地文化部公布，26个网络表演平台被查处，处理了16881名违规的网络表演者。法律专家董媛媛表示，网络影视方面最起码不能有黄赌毒内容存在，不能有教唆犯罪的行为，不能损坏别人的名誉权和隐私权。

网红一夜成名的故事固然吸引眼球，但其是否可持续发展呢?作为一种时髦业态，网红现象映射着人们的价值观念和社会实际。中国与全球化智库副主任、原中国驻多伦多领事谢沛鸿对比网红的红和中国红的红：前者像是股市中的概念股，一个概念炒出来，是为了筹资，同时又像是涂红漆，容易脱落，不能持久;而中国红的红是传统祥和，醇厚有底蕴的文化色彩。

**最新我看网红议论文（篇5）**

网红网红，顾名思义，鼠标轻击一进微博首页，红辣椒、红炮仗列着大队接踵而来，不是一哄而入便是一枝独放，毕毕剥剥声之后便是震耳欲聋或引人泪下，簇拥起来倒真是红袍加身，有如戴了冠冕——这爆炸性的红，通常只因其时效性、鲜明性取胜。

“网红脸”这个热词的出现，也从侧面佐证了网红大军的特点：时兴、潮流，一抛头露面便一夜走红，却必须承担一定的风险;鲜明、辨识度高，甚至千篇一律的锥子脸、大眼睛也都让人一眼确定“他是个网红”的身份。

然而，“网红”和“公众人物”的差距正在于此。我们通常提到某个名人，只要一举其名，他的生平履历、众多心路坎坷便历历浮现出来，听众人人都有心照不宣之感。而一提网红，名字、故事全可略去不讲，只用问一声：“瞧，这不就是刚刚做完某某事的那个人吗?”

公众人物是“名人”，网红则是“红人”。我们倾向于为名人的形象刻下他不朽的名字，连他的生活体验都要事事考究，当成与他本人融为一体的固有特色;而对于“红人”，我们却习惯于大笔一挥渲染着色，将“辣眼睛”““有煽动性”作为这个人的大标签，无疑在将人物扁平化。

一旦锥子脸成为热门，必然要出现那么一两个……

同样地，我们常说“大红人”，关注的只是他的地位、身份;他业绩如何，人品怎样，却都鲜有提及。他得益于“标签”，却也毁于“标签”。

网红的前路并不狭窄，但对于标签化的网红，即便挤破脑袋也难以留下一个“名”字;只有真正有思想，有自己独立见解的人才可以长久……

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！