

时空对话：现代追星与近代捧角的文化映像与心理探析

丁贝杰

同济大学人文学院, 上海

收稿日期: 2024年6月28日; 录用日期: 2024年8月19日; 发布日期: 2024年8月27日

摘要

捧角与追星分别是20世纪、21世纪的娱乐活动,也是一种大众文化。捧角文化源自晚清,集中体现了观众对著名戏曲演员的狂热追捧;追星文化则伴随现代媒介技术的发展而兴起,以粉丝对娱乐明星的崇拜为核心。作为大众文化,捧角与追星的产生都与社会生产力、社会背景等方面有诸多联系,从心理哲学、文化哲学角度分析比较追星与捧角,有利于我们通过这一现象分析近代与现代民众的情感寄托与情感表达,借此管窥20世纪与21世纪的社会。

关键词

捧角, 追星, 情感寄托, 大众文化, 流行文化

Dialogue in Time and Space: A Cultural Imaging and Psychological Analysis of Modern Stargazing and Modern Hustling

Beijie Ding

School of Humanities, Tongji University, Shanghai

Received: Jun. 28th, 2024; accepted: Aug. 19th, 2024; published: Aug. 27th, 2024

Abstract

Chasing Opera Characters and chasing stars are entertainment activities of the 20th and 21st centuries, respectively, as well as a kind of popular culture. Chasing Opera Characters culture originated in the late Qing Dynasty, focusing on the audience's fervent pursuit of famous opera per-

formers; star-crossing culture has risen along with the development of modern media technology, centering on the adoration of fans for entertainment stars. As popular cultures, the emergence of stargazing and star-chasing are related to social productivity and social background, etc. Analyzing and comparing stargazing and star-chasing from the perspective of philosophy of mind and culture will help us to analyze the emotional support and expression of modern and contemporary people through this phenomenon, so as to get a glimpse of the society in the 20th century and the 21st century.

Keywords

Pursuing Chinese Opera Roles, Stargazing, Emotional Attachment, Mass Culture, Popular Culture

Copyright © 2024 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

在近代商品经济发展的背景下，戏曲作为一种综合艺术，成为了20世纪初主要的娱乐活动。捧角逐渐兴起。它原指观众持续观看某位戏曲演员的演出，支持并提升这位演员的知名度与地位。之后演变成为“角儿”赠送金银钱财、撰文立记。捧角不仅是对演员艺术造诣的认可，也是观众与演员之间情感联结和文化认同的体现。21世纪初，随着社会进步、媒介技术、娱乐产业的发展，电视剧、电影等成为新型的娱乐生活。追星行为主要体现在对现代娱乐明星的狂热追随，包括但不限于购买明星的音乐、影视作品，在社交媒体上关注和支持明星等。捧角与追星是文化产业的重要组成部分，对经济增长、就业创造有显著贡献，特别是追星经济已成为拉动娱乐消费、推动相关产业升级的关键力量。

研究捧角与追星文化不仅能够揭示大众娱乐生活的变化轨迹，还能洞察技术进步、社会变迁与文化创新之间的相互作用，对于制定文化政策、引导健康的文化消费习惯、促进文化产业的健康发展具有重要意义。

2. 报刊记忆：捧角文化的社会景象

2.1. “捧角”的起源与“捧角”群体的多元化

捧角现象兴起于晚清，在报刊繁荣、演剧盛行的背景之下，大众从对戏曲艺术的欣赏转化为对戏曲演员的关注，推崇知名演员的风气也逐渐流行。所谓“捧角”，指“某些观众以种种方式，与演员之间建立超出一般演员与观众之间演出与欣赏的关系。”(张远, 2011)徐味莼《坤伶兴衰史》谈到当时捧角之人大致的身份背景：“一般莘莘学子、赳赳武夫，以及失意名流、浪漫政客，日以捧角为正事。”(徐味莼, 1928)可见，热衷于追捧名角的群体跨越了广泛的社会阶层，大致包括学生、文人名士、权贵子弟、政务要员、普通市民、报刊编辑、新闻记者。

2.2. “捧角”文化的特征

1) 排他性。捧角团体只关注自己心仪的伶人，为心仪辩护甚至攻击他人。当他们抬爱心仪伶人的热情过于高涨，“党派”之间难免会互相攻击、互相鄙视。《申报》曾生动记载了上海滩戏曲界内“贾碧云党”与“冯春航党”之间的风云际会与竞争轶事，北京来的贾碧云，正宗规范的表演技巧受到传统文人的赞许，但冯春航创编的带有革命性的新戏受到上海文人的认可，因此力捧冯春航。一时党派相争，

势不两立。虽然不同演员的表演艺术不尽相同，但是捧角家为维护自家伶人的争论，也促进了戏剧艺术资源的整合。

2) 专一性。在戏曲舞台上，名伶形成的拥趸群体，他们自豪地以“党”为名自成一派，展现出独特的文化现象。诸如专情拥护梅兰芳大师的“梅党”，以及深情聚焦荀慧生先生(其艺名白牡丹曾令人心醉)的“白党”。这些团体不仅是艺人荣耀的见证者，更是推动戏曲艺术发展的重要力量。在捧角过程中，观众对心仪的伶人十分专一，团体之间相互攀比，除了多多捧场伶人的演出外，他们还会赠送钱财、名画、诗词、花篮给伶人。

3) 娱乐性。近代上海经济繁荣，各种娱乐活动蓬勃而生。捧角是近代都市的大众娱乐之一，捧角家涉及了各个阶级。名流把捧角视为充实精神生活、满足虚荣心理的重要组成部分。权贵以捧角附庸风雅，为名角挥金如土，彰显自己的社会地位。市民走入戏园，把捧角当作闲暇里的消遣，短暂地忘记国仇家恨、生活不易，全身心地投入进戏曲演出中。清末民初，上海妇女已经是戏园观众的重要来源，她们走入戏园，一睹名伶风采，积极参与捧角这一都市娱乐。

3. 数字浪潮：粉丝文化的演变逻辑

3.1. 追星文化的起源与粉丝群体的新形态

20世纪80~90年代，“小虎队”偶像团体演出时，他们的歌迷骑着自行车在演出时一路追寻，“追星”一词由此产生。歌迷也被称为“追星族”，之后“追星族”演变成“粉丝”。粉丝源于英语单词“fans”，意指某人/事的狂热追随者。进入21世纪后，《超级女声》等选秀节目的兴起使中国大陆追星文化蔚然成风，粉丝群体与粉丝文化也逐渐形成。在追星文化中，“星”即指文娱产业中的明星艺人，粉丝即追星族。

3.2. 粉丝文化的特征

随着数字技术的提升，追星也向着数据化的方向发展。21世纪的粉丝以集体的形式为偶像应援，逐渐具备组织性等特征，形成粉丝文化(Fan Culture)，它具有以下四个特征：

3.2.1. 参与性

粉丝们积极参与明星相关的互动，并在团体中交朋友，展示才华，表达自我。Jenkins (1992)曾在《文本剽窃者》指出，文化产品的粉丝不仅阅读或观看，而且乐于按照自己的意愿和喜好对原文本进行改编和再创作，从而生产出自己的文化产品，并通过互联网进行传播和交流(Jenkins, 1992)。当代粉丝深度融入偶像文化，通过在日常生活中融入偶像的经典语句、照片或贴纸等元素，不仅彰显个人粉丝身份，还吸引志同道合者，增强社群归属感。在共同追星的过程中，粉丝们如同朋友、家人般分享心得，显著提升了追星体验的快乐和价值。

3.2.2. 群体性

群体性是粉丝文化另一重要特征。随着数字技术的发展，粉丝借助百度贴吧、微博、小红书、Facebook等社交平台，超级星饭团app、LOFTER、爱发电等专门汇集偶像资讯、同人创作的平台，主动聚集形成一个以偶像为中心的群体。个人在这一群体中找到归属感，无论什么社会身份，均能保持相同目标，形成团结凝聚的高质量群体。

3.2.3. 组织性

组织性主要体现在粉丝群体的组织架构上。粉丝群体尤其是“饭圈”，在内部有着严格的等级分工制度，他们互相支持，互助友爱，在领头人的带领下有组织地为明星提高影响力和曝光度。宣传组负责

在网络宣传心仪的明星；净化组负责舆论引导，解决负面消息；策划组负责撰写各类方案。粉丝参与到各个环节，有条不紊地开展追星活动。

3.2.4. 商业性

明星大多从事商业活动，他们的粉丝则是商业产品的消费者。粉丝注重为明星“做数据”以提高曝光度，他们还会有组织地购买明星代言的产品，为明星“冲销量”，这一购买力也是明星商业价值的体现。出于对明星的喜爱，粉丝群体宛如一部运行流畅的宣传机器，商业资本和经纪公司也会参与粉丝团体运作，把“数据”和“曝光度”转化为高收益。

4. 情感与理智：“追星”与“捧角”的哲学对话

4.1. 对象与方式：从捧角到追星的演变与比较

追星与捧角有相似性，也有不同。粉丝是追星群体的称谓，马特·希尔斯《迷文化》把粉丝看作“专注且投入地着迷于特定的明星、名流、电影、电视节目、流行乐团；对于着迷的对象，可以说出一大串就算是细枝末节的咨询，也都能头头是道，而对于自己喜爱的对白、歌词、片段更是朗朗上口、引用无碍。”（马特·希尔斯，2009）广义上的追星包括娱乐界、学术界、艺术界、体育界甚至动物、二次元文化在内的知名人物。为了与捧角对象作比较，我们将追星对象缩窄为娱乐明星。

捧角是对戏曲演员的追捧，这一群体称为“票友”。有名的伶人会在票友、戏班、评剧家的共同作用下成为“名角”。故而并非所有戏曲演员皆是名角，只有专业强、德高望重、受到普通市民喜爱的戏曲演员才可以称之为名角。一定程度上而言，参与“捧角”与“追星”的群体皆可称之为“粉丝”。虽然这两个群体是“粉丝”，但是明星却不能与名角划等号。如果打破时空界限，将某几位娱乐明星和戏曲界德高望重的名角聚在一起，那么一定会引起极大地轰动。当下娱乐明星由资本包装而成，本身并不一定具备过硬的专业素质，因此民众对他们褒贬不一。而名角是经过长年累月的练习凭借扎实的基本功、出色的唱腔身段，又经过普通市民的检验才在戏曲界占有一席之地。

近代娱乐活动单一，看戏成为了上至达官贵族，下至普通百姓的日常，捧角也成为了近代一种普遍社会现象。捧角现象涉及的社会群体广泛，包括商人、银行家、军阀、文人和学生等，他们用金钱购买银盾、花篮、匾额投赠伶人，包场伶人演出，赞助伶人的生活活动，文人还会为伶人撰写剧评、诗词，新闻界还会刊登名角的花边新闻、遗闻轶事，普通市民没有雄厚的资金，便多多购买戏票，不缺席任何一场戏曲表演，为自己心仪的伶人鼓掌叫好。

相比“五花八门”的“捧角”群体，追星群体大多是学生，年龄多在30岁以下；他们为追星付出的金钱并不会直接进入明星的口袋，而是被经纪公司用以彰显明星影响力、提升明星形象。明星为经济公司带来利润，经济公司极其看重明星的商业价值，明星由经济公司包装，也受到经济公司制约，二者是雇佣与被雇佣的关系。捧角群体的花销如银盾、花篮则直接归于名角，他们与戏班是合作关系，戏班请名角为了提升收益与知名度，自然会对名角的要求尽最大可能地满足。

4.2. 心理共鸣：情感寄托与自我实现的双重奏

追星或捧角现象是一种复杂的社会文化现象，它涉及到心理学、社会学、传播学等多个学科的理论与实践。因此，在讨论和理解“追星”、“捧角”现象时，不应该简单地使用日常生活的关系模式和互动逻辑去解读“粉丝”的精神、情感世界。

4.2.1. 情感共鸣

捧角与追星均是一种精神娱乐。明星们的艺术创作，尤其是那些旋律悠扬、歌词简洁明快，深刻描

绘日常生活情感波澜的作品，不仅巧妙捕捉了人生的喜怒哀乐，还在无形中对广大听众施以独特的心理慰藉、理解共鸣、励志鼓舞及情绪释放之效。这些作品如同心灵的桥梁，架起了艺术家与普通人之间的情感共鸣，激发了人们内心深处的回响。至于捧角也是相似的，在内忧外患的近代，听戏成为了人们发泄情绪、寄托情怀的消遣。人们沉浸在戏曲演员用喜怒哀乐演绎的世界，在一张一弛中，与戏中人物共情。他们将完美表达这一情感的戏曲演员视为知音，对其追捧，努力寻找自己与戏曲演员的情感共鸣。

当粉丝处于“追星”、“捧角”的精神世界时，他们试图寻找自己与明星(名角)的共同点，以满足情感补偿、情感宣泄、价值认同、组织归属等心理需求。尤其是当下，偶像养成时代的粉丝行为更具互动性、参与性和情感上的亲密性(韩传喜, 黄慧, 2020)。在这个群体中，粉丝摆脱了社会角色与情感规范的限制，诠释着自我的情感体验。偶像与粉丝之间错综复杂的双向情感交流，共同编织了一幅深情厚谊的图景，形成了一个独特的情感共同体。在这个共同体中，情感纽带不仅仅是连接双方的桥梁，更是不断被强化和深化的灵魂链接，它超越了简单的欣赏与被欣赏的关系，演化为一种相互滋养、共同成长的情感生态。近代捧角群体与现代追星群体，一个生活在内忧外患、社会动乱的时代，一个生活在平安但是节奏过快、情感贫瘠的时代。捧角群体需要寄托情怀与情感宣泄，追星群体需要情感抚慰与思想交流；因此，声腔悦耳、身段优美的戏曲演员，形象新鲜时髦、表演委婉动人的明星与他们的粉丝构成了独特的交流纽带，一瞬间明星、戏曲演员成为了最遥远而又最亲近的朋友。

粉丝在自己构建的情感空间中，消解了情感类型的社会边界，又借助共享的情感感知，为普遍的情感共鸣赋予个人的独特理解和叙事。他们不仅仅是仰慕的星光下(名角)的忠实粉丝，更是自我追崇的粉丝。借由对明星投射的丰富情感期许与超脱常规的社会亲密度构想，粉丝群体实际上是在践行一场通过偶像认知自我、探索世界的深度旅程。这种行为不仅是对偶像的情感寄托，更映射出他们在个人成长的征途中，勇于突破传统界限，以独特视角解码社会万象的内在追求。

4.2.2. 人际吸引

学术研究揭示，个体间的吸引力构建复杂而微妙，它深受个人能力的展现、外在形象的魅力、彼此间的相似性及熟悉程度等多重因素的共同影响。普遍而言，大众往往倾向于对拥有出众外表的人给予更多的青睐与关注。美观的外貌往往触发显著的“光环效应”，使得人们倾向于将一系列积极特质——诸如智慧、善良与能力——不自觉地与貌美之人联系起来，即便这种联想未必总能基于客观事实。就个人魅力而言，无论是在戏曲舞台上的实力派名角，还是在娱乐界的明星偶像，他们大多兼具悦目的外貌、优雅的气质与恰当的言辞，这些综合特质构成了他们广受大众喜爱与追捧的基础。

相似性是人际吸引的另一重要因素。同质性是社会网络形成的一个核心特征(McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001)。该理论强调，在人际吸引的法则中，志趣相投往往是紧密关联的关键。明星或名角，凭借其展露的与观众在信念、价值观、兴趣爱好、乃至年龄等方面的共通之处，哪怕仅是一两点的共鸣，都能有效激发特定个体的强烈关注与深厚好感。这种基于相似性的吸引力，搭建了明星与粉丝间隐形却强有力纽带。在追星、捧角的过程中，粉丝会遇到很多与自己志同道合、有着相似喜好的朋友。他们因共同的兴趣与审美倾向而聚合，观念的默契、喜好的趋同，加之强烈的表现欲与归属需求，促成了一个个特定社群的诞生与壮大。正如追星群体中的“饭圈”，以及戏曲爱好者中的“捧角党派”，这些圈子不仅代表了共同文化的认同感，也是个性表达与集体共鸣的鲜活例证。在这些圈层内部，成员们基于共同的热情与目标，构建了一个个紧密联结、充满活力的小宇宙。

人的成长过程要经历从自我迷茫到自我实现。马斯洛提出，人的需要是一个从低级到高级的发展过程，并且多数人的需要层次结构是同国家的经济发展水平、科技发展水平和人民的受教育程度直接相关的，基本符合人类需要发展的一般规律。尽管马斯洛的需要层次理论有着明显的自我中心倾向，并且需要获得满足的标准也没有量化手段，但仍可以借鉴他的理论来解析“追星”与“捧角”的内在心理动因。

当人们开始探索自我意义时，他们需要一个“偶像”作为自我的代表，因此在公众人物中，他们选中了心仪的明星。粉丝在明星身上，仿佛捕捉到了成功的光影，那是一种对辉煌人生无限向往的镜像。在每个人心中，都潜藏着对成功的深切渴望。

“自我实现”是以马斯洛和罗杰斯为代表的人本主义心理学流派的核心思想，强调“人内在的自由”，主张“做自己”。人的心理生活是人所创造的，是人所体验的，是人所拥有的(葛鲁嘉, 2005)。罗杰斯在《个人形成论：我的治疗观》一书中，提到“个人自身中就具有走向成熟的能力和倾向。那么，在适当的生活环境和心理氛围中，这种倾向就会释放出来，成为实际的而不是潜在的东西。这是成长的倾向，是前进的倾向，是自我实现的驱动力，是个人生活的推动力。”(罗基斯, 2004)平凡大众目睹明星与名角的声名鹊起，以及随之而来的光环与财富，不禁将他们视为芸芸众生中脱颖而出的非凡个体，相信他们必然拥有超越常人的特质与能力。正是这份对非凡的信仰，引领着众人成为了明星背后坚定的追随者，寄望于在他们的轨迹中找寻通往梦想与成功的启示。无论是追星还是捧角，粉丝群体对明星(名角)的付出本质上是一种自我投射，明星(名角)是他们自我理想和自我确认的表征。

4.2.3. 外部推动力

传播媒介是追星、捧角的另一大推动因素。这里的传播媒介指的是大众传媒，例如近代的报刊、杂志，现代的影视、印象制品等。传播媒介把名角、明星的形象、活动等进行高频率、立体式的包装，使他们在短时间内家喻户晓。近代报刊善于刊登名角的遗闻轶事，左右着市民的喜好，从而决定了戏曲演员的大红大紫。《申报》对梅兰芳先生的艺术生涯始终保持着高度的关注与热情，尤其在 1924 年，当梅兰芳于上海“新舞台”展开为期一月的演出时，其“自由谈”栏目更是别具匠心地增设了“梅讯”特辑。这一专栏每日不懈地记录着梅兰芳先生的演出盛况、日常琐事、社交往来等生活点滴，不论是台前的光华夺目，还是幕后的恬淡生活，皆被一一捕捉，细腻呈现。此举不仅满足了公众对这位戏曲巨擘的好奇，更在市民心中激起层层涟漪，梅兰芳的一举一动，就此成为街头巷尾热议的话题。彼时，剧评家更称“梅之红半得色相歌舞、半得力于捧梅派之鼓吹者”(徐味莼, 1928)。可见，梅兰芳的大红大紫少不了报刊、粉丝的推动。

娱乐公司利用网络媒介，结合大数据算法，以图文、视频等形式，持续或不定期地向粉丝推送特定明星的相关内容，以此提供粉丝深入了解偶像的机会。媒体不断创造媒介情境和事件，扩大相关信息覆盖率。粉丝也在这个过程中逐渐确定对某位明星的情感，最终选择追星，进行数据劳动和情感消费。娱乐公司利用炒作话题、贩卖人设，造就了一大批“流量明星”，他们在各个传播平台上使用追星规则和流量算法吸引更多的粉丝聚合，将粉丝情感量化，成为资本赚钱的手段。一部分粉丝被娱乐公司包装的明星形象、人设所“洗脑”，不再看重明星的业务能力，反而进行无偿的、义务的数字劳动，这一这也是当下追星的负面形象。

4.3. “追星”与“捧角”——文化脉络中的流行身影

“文化”是一个内涵丰富且动态发展的概念，不同时代对它的解读亦不相同。文化人类学家爱德华·泰勒《原始文化》认为“文化，或者文明，就其广泛的民族学意义上言，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”(爱德华·泰勒, 2005)根据泰勒的见解，文化构成了人类经验和造物的广阔全景，是人类在社会历史进程中劳动成果的集成。近代捧角与现代追星是一种流行文化，也是大众文化的一种。大众文化具有世俗性、通俗性和普适性等特点，故而捧角与追星在近代与现代风靡一时。流行文化指被成千上万或几百万观看、阅读或参与的娱乐，是一种大众广泛参与的娱乐活动(Giddens, 1997)。简而言之，流行文化是指那些经由广泛的大众传播媒介推广普及，深植于大众日常生活中的通俗文化形式，如 20 世纪的戏曲、电影、流行音乐，

21世纪的电视、选秀等文化产品。在社会进程中，每一时期都会出现一些流行文化，流行文化既保持了文化的多元性，同时也推进了文化的发展。

当下对追星文化存在一些先在偏见，这一方面源于优秀文化垄断了高雅和经典的定义，另一方面源于追星界的一些陋闻扭曲了行业生态。自古以来，中国传统文化由社会上层的文化精英创造并传承，他们既是文化的缔造者，也是教化的传播者，引领着民间风习与价值导向。然而，随着经济社会的进步与文化民主理念的深入人心，昔日沉默的大众借助新兴的传播媒介，如报纸等，获得了前所未有的文化话语权，开始主动参与文化的阐释与表达。这一转变悄然推动了文化权力结构的重塑，传统意义上的文化精英角色逐渐从中心走向边缘，文化的创造与传播过程变得更加开放和平等。随着商品经济的发展，市场促进了通俗易懂的文本、文化活动的产生，戏曲也从曾经的“下九流”，如今成为了中华文化精华。追星界的一些陋闻主要是登不得大雅之堂的明星经过资本的包装，受到一大波粉丝的喜爱，他们把这些德不配位的明星想象得完美无瑕，过度沉湎于对明星的幻想之中。过度追星不仅需要大量的金钱和精力，还会给普通人带来逃避现实、随波逐流、失去自我的危害，故而在我国向来不缺乏对“发烧友”、“追星族”等人物的猎奇化嘲讽。流行文化一定程度上影响着人格的塑造和价值观念的形成，捧角也有很多负面、消极的影响，被批评家予以了不同程度的批判。有人言“捧角之风，肇于柳亚子之于冯春航，樊山之贾党继之，痛哭狂歌……近岁，流氓恶少，目未尝识一丁字，亦得附庸风雅，以捧角家自居，丑态百出，见之欲呕，自好之士，遂望风而避，不屑投足焉。”

大众文化与精英文化并非完全对立的两个阵营。一方面大众文化中仍然保留着精英文化的许多精华……此外，许多大众文化致力于反映现代普通社会成员的生活情趣也与高雅文化息息相通……它们之间不仅有许多联系，而且将殊途同归，走向综合(朱光烈，1994)。约翰·斯道雷《文化理论与通俗文化导论》认为大众文化消融了“高雅文化”和“大众文化”之间、艺术与商业之间的界限(约翰·斯道雷，1991)。作为大众文化，近代捧角与现代追星带有特殊的符号色彩和人文底蕴。戏曲也从“下九流”到近代的流行文化，而现如今则成为精英文化、优秀传统文化的代表。当下戏曲与以娱乐为主的电视剧、电影、话剧相比处于边缘地位，当制作方巧妙地邀请娱乐明星担纲，将古老的戏曲艺术、经典名著通过电视剧、电影等现代媒介重新演绎，使之贴近百姓生活，这不仅构筑了一座连接大众审美与精英文化的桥梁，更是一种高效且富有创意的文化传承方式。此种做法，让璀璨的文化遗产在新的时代语境下焕发出新的生机，既促进了文化的普及与认知，又确保了文明精粹的代代相传，实现了艺术与文化的深度对话和广泛传播。

5. 小结

捧角与追星作为不同时代背景下兴起的流行文化现象，虽各自承载着特定时代的精神面貌和社会需求，却在情感寄托、人际吸引及文化影响上呈现出诸多共性。一定程度上言，捧角是追星的“前世”，追星是“捧角”的今生。现如今风火一时的“饭圈”，也可以看作是捧角“党派”的延伸。它们不仅是大众娱乐的体现，也是社会心理与文化变迁的镜像。

无论是追星还是捧角，对社会的影响呈现出鲜明的双面性。一方面，它们促进了经济发展，通过激发报刊、音乐、影视、时尚等行业的活力，创造了就业机会，增加了税收。同时，捧角与追星也成为文化传播的重要途径，“偶像”作为文化使者，推动了国际文化交流，加深了跨文化的理解和尊重。此外，捧角与追星还增强了社会凝聚力，共同的兴趣促使人们建立社群，粉丝团体积极参与公益活动，传递正能量。

另一方面也可能带来一系列社会问题。大规模的粉丝集会可能扰乱公共秩序，造成安全隐患和交通堵塞，极端情况下甚至引发暴力事件，捧角群体就曾在近代报刊上展开过大规模地论战。而过度的追星

行为会导致资源的非理性消耗，挤压了本应用于教育、医疗等社会福利领域的资金。从心理健康层面，过度追星与捧角，可能会催生功利主义倾向，推崇外貌、名气和财富，忽视个人能力与道德品质，加剧了社会的攀比风气和物质主义倾向。

虽然捧角和追星过程中，出现散尽钱财、盲目追捧等负面的社会现象。但是不可否认的是，捧角文化、追星文化创建了特有的符号系统，诠释了一个群体的风貌。在新时代，随着科技的迭代和全球化的推进，追星文化展现出更加强大的组织性和商业性，而捧角文化虽逐渐式微，却在传统文化保护与创新中找到了新的生命力。可见，作为流行文化中的有益的、优良的价值观念对个人乃至整个社会起到了不可抹煞的作用。未来，如何在追求流行文化的同时，引导粉丝群体健康、理性地参与其中，促进文化多样性与社会和谐，将是社会各界需要共同思考的问题。同时，探索传统捧角文化与现代追星文化的融合路径，既保留文化精髓，又适应时代发展，也是推动文化传承与创新的重要课题。

参考文献

[英]爱德华·泰勒(2005). 原始文化(连树声 译, p. 1). 广西师范大学出版社.

葛鲁嘉(2005). 心理生活论纲——关于心理学研究对象的另类考察. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 34(2), 112-117.

韩传喜, 黄慧(2020). 双重驱力: 偶像养成时代粉丝行为动机研究——基于周杰伦和蔡徐坤双方粉丝打榜事件. 哈尔滨工业大学学报(社会科学版), 22(2), 109-114.

罗基斯(2004). 个人形成论: 我的治疗观(杨广学, 等 译). 中国人民大学出版社.

马特·希尔斯(2009). 探究迷文化(朱华瑄 译, p. 16). 韦伯文化国际出版有限公司.

徐味莼(1928). 坤伶兴衰史. 戏剧月刊, 1(5).

约翰·斯道雷(1991). 文化理论与通俗文化导论(杨竹山, 等 译). 南京大学出版社.

张远(2011). 近代平津沪的城市京剧女演员(1900-1937) (p. 107). 山西教育出版社.

朱光烈(1994). 现代文化批判与新现代化道路. 北京广播学院出版社.

Giddens, A. (1997). *Sociology* (3rd ed., p. 364). Blackwell Publishers Ltd.

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (pp. 24-49). Routledge.

McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415-444. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>