

饭圈文化下青少年网络追星失范现象研究

何家欣

北京印刷学院新闻传播学院, 北京

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年6月20日; 发布日期: 2024年6月29日

摘要

“饭圈文化”是一种亚文化在泛娱乐主义在文化领域的具化, 其是由“粉丝”的需求而生成的。青少年参与饭圈活动并积极互动, 俨然成为了数字时代下的普遍现象。而青少年群体还未形成正确的价值观, 在追星的过程中容易受到群体非理性、偶像魅粉以及资本逻辑的影响, 从而在网络上做出一些失范的行为。为此, 可以通过政府管理、提升青少年自身媒介素养、偶像自身等角度入手, 正向引导青少年, 从而解决青少年网络追星的失范现象。

关键词

饭圈文化, 青少年, 亚文化

A Study on the Phenomenon of Teenagers Chasing Stars Anomie on the Internet under the Culture of Fan Circle

Jiaxin He

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: May 14th, 2024; accepted: Jun. 20th, 2024; published: Jun. 29th, 2024

Abstract

Fandom circle culture is a manifestation of subculture in the cultural field of pan entertainment, which is generated by the needs of “fans”. Teenagers participating in fan circle activities and actively interacting have become a common phenomenon in the digital age. However, the youth group has not yet formed the correct values, and in the process of pursuing stars, they are easily influenced by group irrationality, idol attraction, and capital logic, resulting in some deviant behaviors on the internet. To achieve this, we can approach it from the perspectives of government

management, enhancing the media literacy of young people themselves, and idols themselves, to positively guide young people and solve the problem of misconduct in online celebrity chasing among young people.

Keywords

Fandom Circle Culture, Youth, Subculture

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. 饭圈文化形成和追星失范表现形式

1.1. 饭圈文化的形成

近年来,一方面,借助发达的网络信息技术与文化资本运作,依靠流量明星走红的“饭圈”逐渐进入大众视野,“饭圈”的上一种表现形式为“追星族”,即因喜欢同一个明星而自发聚集形成的粉丝群体[1]。另一方面,随着社交媒体发展及造星方式变革降低了青年群体网络追星的技术成本,更助推了粉丝的组织化[2]。

“饭圈文化”的实质核心是泛娱乐化主义,是在资本追逐利益的主导之下生成的一种圈层文化。其中,青少年粉丝群体是助推“饭圈文化”扩大的中坚力量。截止2023年6月,互联网络信息中心(CNNIC)发布第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示我国的互联网普及率高达76.4%,网民规模达10.79亿[3]。同时《第五次全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,2023年我国未成年网民规模达1.93亿。青少年粉丝群体在虚拟社交平台上高度活跃,通过自我表达生产“饭圈”物料,形成与偶像的纽带连结,陷入虚拟狂欢陷阱。

1.2. 追星失范的表现形式

“失范”最早是法国社会学家涂尔干提出,指现代化的过程中,因传统价值和传统社会规范遭到削弱、破坏乃至瓦解,所导致的社会成员心理上失去价值指引、价值观瓦解的无序状态[4]。失范不单是个人行为,也会是群体行为。在数字化时代下,青少年在网络追星过程中,出现的失范现象主要有行为失范和言论失范两类,且表现出突发性、集群性、暴力性的特点。

网络追星行为失范主要有非理性消费、举报无边,例如:“粉丝打投倒奶事件”“肖战227事件”。但随着互联网进一步的普及,狂热的粉丝群体还出现求爱偶像、骚扰偶像、自残等新形式的行为失范,例如:“迪丽热巴跨年舞台被变态男粉求婚事件”“姚琛被私生潜入家中被迫报警事件”。言论失范体现在“饭圈”中有撕黑无休、无脑发言,例如:“王一博粉丝和赵丽颖粉丝撕番”“吴亦凡营救群”。还产生了一种新形式的、更高程度的言论失范现象,即偶像式生殖崇拜。偶像式生殖崇拜具体表现为“我可以”“阿姨”“老公”“生猴子”“帅得我合不拢腿”等低俗表达成为常态,这种话语在粉丝群体日常生活中均有表现,后泛化到其他群体[4]。

2. 青少年追星失范现象的影响因素

2.1. 意见领袖的非理性引导

美国传播学家拉扎斯菲尔德提出:大众传播是一个两级传播过程,即大众传播的信息不会直接流向

受众，而是需要通过一个中介才能流向受众，这个中介就是“意见领袖”。意见领袖就是掌握丰富信息源，积极参与群体事件的讨论发表意见，能够左右群体多数人态度倾向的群体。在饭圈中，意见领袖主要是指偶像的“大粉”，即拥有比较多的粉丝数，积极组织偶像活动且自身很有号召力的粉丝。青少年群体还处于成长阶段，价值观还未形成，自我意识还比较薄弱，会盲目的按照大粉的指挥进行行动，甚至在大粉一切都是为偶像争取利益的号召下，他们不会思考其做事的出发点以及发布的任务是否合理，只是不假思索的完成大粉的任务。例如，王一博粉丝和赵丽颖粉丝撕番事件，起初就是双方大粉故意挑起事端，从而导致双方粉丝互相攻击，从发帖的言论表达中，不乏发现有很多粉丝的年龄偏低。

2.2. 网络的匿名性

粉丝的追星行为的进行主要是依托于媒介，通过媒介，使得不同地区，不同身份的人，因对同一个人的喜爱而组成了虚拟群体。粉丝群体人数众多，网络监管还不够完善，很容易在这种匿名性环境下做出失范行为。青少年在家庭里，会受到父母长辈的管束，在学校里，会有老师的管束，有他人的约束会使得他们在做出失范行为前会有所顾忌或有人劝诫。在复杂的网络环境下，心怀不轨的个体利用网络匿名性和伪装性，来散布不实消息，破坏网络环境。特别是对于身处于网络匿名性环境的青少年群体，没有了他人约束，且自控力不强，对于网络信息的真假性辨别能力弱，很容易被这些别有用心的人误导，二次传播这些虚假消息，甚至做出越轨行为。在“肖战 227 事件”中，不少低龄粉丝进行无脑疯狂举报，就是由于匿名“来碗甜粥吗”和“巴南区小兔赞比”的肖战粉丝对事件进行大肆渲染，误导低龄粉丝对于该事件严重性的认知，从而导致低龄粉丝群在网络平台上做出了言论失范行为，并且导致该事件进一步被扩大[5]。

2.3. 资本力量的推动

资本发现粉丝追星过程能够产生较大经济价值，通过采取有效策略引导粉丝行为将粉丝裹挟进明星产业链，即粉丝、偶像明星和投资者三者之间相互制约又相互依存的关系[4]。投资者是粉丝经济的生产者和经营者，偶像明星就是投资者所打造出来的作品。投资者了解了粉丝的心理需求，按照粉丝喜爱的模样来包装偶像明星，为他们造就各种人设，以此来吸引粉丝赚取流量，甚至很多偶像明星的出圈事件都是公司为了迎合大众而提前设计好的，小到公开场合偶像明星的日常发言都会被提前安排好。长此以往，粉丝置身于资本打造的梦幻景象中，大多数粉丝都无法理智判断其中“包装”的部分，青少年粉丝群体更是陷入其中难以自拔。资本也抓住了粉丝对于偶像明星的情感，从潜意识当中控制粉丝群体，利用商业手段对粉丝群体进行消费引导。产品方会请当前流量最红的偶像明星来代言产品，例如：王鹤棣在《苍兰诀》播出爆红后，特步立刻官宣其成为代言人。另外，产品方还会通过买产品赠送偶像明星的明信片、海报等周边做为亮点，来故意吸引其粉丝购买。将自己的产品与相关的偶像明星联系起来，增强粉丝对于产品的印象和喜爱感，从而大量吸金。青少年粉丝群体对于金钱的概念还未完全成熟，为了支持其粉的偶像明星，可以花光其所有的零花钱来购买偶像明星代言的产品或者各类周边，甚至还出现偷父母钱或者网贷来支持偶像明星。甚至，还有不少偶像明星亲自下场“割韭菜”，和资本联手出品自己的个人品牌，产品质量平平但价格却高到离谱。例如，欧阳娜娜开创自己的服装品牌，其中一个普通的白色眼罩售价高达 500 元，但还是有狂热粉丝疯狂下单。

2.4. 责任意识和法律意识淡薄

网络的匿名性对于青少年群体的约束力本身就较弱，再加上粉丝群体的集体行为让青少年们淹没在群体中，没有知道他们的姓名和身份。个人思想本同化的同时，个人本身应承担的责任在群体中也被弱

化,表现出明显的群体责任扩散[4]。由于责任意识淡薄,青少年粉丝群体在网络追星失范现象中,大多都秉承着“大家都做我也做”和“法不责众”的思想,人云亦云的盲目跟从。青少年粉丝群体没有树立对自己所作所为负责的意识,并不能因为在团体中就可以逃避个人惩罚。

青少年接触网络的年龄越来越小,对网络接触的时间越来越多,但是对于与网络行为有关的法律知识却接触的很少。许多青少年粉丝群体游走在法律的边缘,甚至自己违反了法律还不自知。青少年粉丝群体在网络上发表过激言论,对他人进行人身攻击,人肉搜索等网络暴力行为,显然是不明白网络暴力在一定程度上也是可以违反法律的。青少年粉丝群体沉迷于对其偶像明星的狂热喜欢中,甚至还做出跟踪等违法行为,例如,易烊千玺在拍摄《奇迹笨小孩》期间,5名身着校服的初中生跟踪还在酒店蹲守偷拍,后易烊千玺方考虑其还是初中生未追究后续责任。

3. 青少年追星失范现象解决对策

3.1. 积极承担社会责任正向引导

偶像失声是出现追星失范行为出现的重要原因之一。如何让青少年在社会化过程中获取符合社会规范的行为引导,作为被青少年群体推崇的对象-偶像所发挥的社会影响和作用很大。

一方面,在当下的互联网交互式发展时代,偶像应当积极承担社会责任,发挥好在青少年社会化过程中的引导性作用,助力青少年粉丝群体形成正确的金钱观、价值观,引导粉丝形成理性、健康的情感表达方式[5]。偶像明星若发现自己的粉丝已在网络上有言语或行为过当时,应当及时的对其粉丝进行正向引导劝诫,避免事态进一步恶化酿成恶果。例如,2023年湖南跨年晚会后,刘宇宁和张艺凡粉丝由于镜头时间分配不合理,而开始对方进行网络攻击,刘宇宁和张艺凡在了解到事情后,及时在粉丝群里对粉丝进行劝解引导,让双方粉丝停止了网络攻击。此外,偶像明星也应当努力提高自己的能力,做有实力和有内涵的偶像明星,产出更多高质量的优秀作品。身为公众人物,要以更高的道德标准要求自己,做遵纪守法的好榜样塑造良好的社会形象。

另一方面,娱乐产业相关的机构也应当积极承担其社会责任,对青少年粉丝群体进行正向的引导[6]。就娱乐公司而言,在“造星”的过程中,应当培养品行兼优的优质偶像;就节目制作方而言,应更加注重正能量的内容输出,切勿为了流量而故意制造噱头而引发粉丝群体大战;就赞助商而言,应当引导青少年粉丝群体理性消费。

3.2. 提高青少年网络媒介素养

提高青少年群体的网络媒介素养,是预防青少年群体在网络追星中出现失范现象的关键环节。网络媒介素养其实就是培养青少年群体对于网络信息的获取、认知、辨别以及使用的能力。

提高青少年的网络媒介素养,需要家庭、学校、社会三方合力。就家庭方面,家长要正确看待孩子上网问题,不应采取禁止孩子上网此类极端行为。如今网络教育已经成为常态,网络始终还是孩子获取信息的重要渠道,家长应该学习如何让孩子合理使用网络。例如,家长可以多了解孩子的喜好,了解孩子上网喜爱的内容,从而减少与孩子之间的沟通障碍,进而对孩子的上网行为能够进行更好的引导。就学校而言,应当把网络媒介素养教育纳入日常的教学当中,促使青少年更好的了解网络。老师应当多了解学生的网络参与心理和行为情况,及时梳理学生的负面心理。学习之余,学校还可以请法律专家来为学生科普网络法律知识。就社会而言,可以尝试在微博、哔哩哔哩、百度贴吧等青少年活跃的网络的“网络圈群”中成立网络社会工作组织,邀请全国各地的社会工作组织以及专家入驻,综合分类的为青少年提供服务[7]。另外可以邀请受青少年群体喜爱的人气主播一起直播,与青少年群体聊天,拉近与青少年之间的距离,从而更好的了解青少年的网络使用心态。

3.3. 政府部门依法规制文娱行业发展

为了杜绝青少年粉丝群体网络追星失范现象的出现，除了偶像明星和娱乐公司积极承担社会责任，提升自我并正确引导青少年群体、提高青少年群体的网络媒介素养外，还需要政府部门依法规制文娱行业的发展方向。

首先，从现实工作层面来看，政府部门应当进一步完善相关规范。2021年6月15日，中央网信办开展了为期2个月的“清朗饭圈”专项行动，打击诱导未成年人集资打榜、网络暴力等行为，微博被要求取消了偶像明星超话排名。此外，同年9月，中央宣传部针对“饭圈”乱象现象，发布了《关于开展文娱领域综合治理通知》，文旅局也下发了要求经纪公司加强对粉丝应援的正确引导的《文化和旅游部关于规范演出经纪行为加强演员管理促进市场健康有序发展通知》。“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动已经取得了明显效果，接下来应当从根本上规范准入门槛，提高行业评判标准，从而创造出更多的优秀的精神文化产品[8]。

其次，从潜在影响层面来看，饭圈文化的畸形扩张对于青少年的身心影响，政府机关需要反思对于娱乐灰色地带的监管力度，从而有针对地开展青少年工作，以正确的价值来塑造青少年的社会认同感。

4. 结语

青少年是我们国家的未来与希望，对其价值观、世界观和人生观进行正向的引导十分重要。青少年群体在追星过程中出现的各种失范现象，对其三观的形成会造成负面影响。本文深入探讨了出其失范现象出现的原因，并提出建议可以通过要求偶像和娱乐产业积极承担社会责任、提高青少年群体的网络媒介素养和政府部门加强监督的方式来消除青少年群体在追星过程中产生的负面影响，并引导青少年形成正确的三观。

参考文献

- [1] 高路. “Z世代”法治思维塑造的困境与纾解——基于“饭圈”生态的叙事分析[J]. 理论导刊, 2024(3): 88-94.
- [2] 安东尼·吉登斯. 社会学[M]. 赵旭东, 等, 译. 北京: 北京大学出版社, 2003.
- [3] 国家图书馆研究院. 中国互联网络信息中心发布第52次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(5): 13.
- [4] 李涛. 青年网络追星中言论失范行为研究——基于偶像式生殖崇拜现象调查[J]. 晋城职业技术学院学报, 2022, 15(3): 76-79.
- [5] 韩瑜. 基于“227事件”的粉丝群体极端行为研究[D]. [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古师范大学, 2022.
- [6] 洪晓然, 徐晓阳. 粉丝文化视域下大学生追星失范行为研究[J]. 中国报业, 2023(20): 80-81.
<https://doi.org/10.13854/j.cnki.cni.2023.20.030>
- [7] 刘胜枝. 饭圈文化中失范行为的表征与治理[J]. 人民论坛, 2023(21): 66-69.
- [8] 毕红梅, 侯世颖. 饭圈文化视域下青少年社会认同的反思及重构路径[J]. 深圳社会科学, 2023, 6(4): 86-94.