

未成年人追星亟需纠错 引导“饭圈”文化向良性发展

最近,有媒体对全国两万多名12岁至18岁中学生开展“青少年追星调查”,并结合调查采访了众多粉丝、业内人士和专家学者,发现青少年粉丝群体易受人操控利用,饭圈互撕网暴、党同伐异的不良风气,容易对价值观念尚未形成的青少年带来负面影响。

不得不承认的是,粉丝群体越来越年轻了。中国报告网《2020年中国粉丝经济市场发展规模现状及未来前景分析报告》显示,90后里追星群体占比仅26.78%,95后为50.82%,00后则接近70%,学生党是粉丝中的核心群体,占比过半。

流量至上数据为王 饭圈经济大行其道

“饭圈”是粉丝圈子的简称,它是一种由追星粉丝自发组成的娱乐社群,其成员多集中在青少年等低年龄阶段的人群中。记者调查发现,如今的饭圈群体在原有论坛粉丝制度的基础上,有了更加多样化的发展。在饭圈中,粉丝一般可以分为“粉头”、前线粉丝、普通粉丝、“白嫖”粉丝等几类。“粉头”一般是指明星各大应援会的管理者和组织者,他们通常具有较强的经济能力和较多的空闲时间,是饭圈粉丝中的领导者。

中国传媒大学政法学院副院长王四新说:“饭圈内部划分等级是人类社会在饭圈文化里的反映。人类社会一直存在着各种不同形式的等级文化,所以在饭圈里面的成员也自然根据自己与明星亲近的程度,对明星了解的程度以及拥有相关资源的程度,把粉丝划分为不同的等级。这种不同的等级也是饭圈内构建秩序的一种方法,在一定程度上促进了饭圈内部的稳定性。”

曾作为某粉丝团资深粉丝的刘欣然告诉记者,一个较为成熟或者热度较高的艺人,可能具有官方后援会、粉丝个站和其他大大小小的资源博、数据博、打投组等分支。其中,体系化的官方后援会有着显著的优势,往往作为唯一对接公司的粉丝站,能够集中力量办大事,集资、“轮博”(轮流转微博)、做数据都更集中。艺人的官方后援会往往有微博蓝V认证,这在平台侧意味着

是以企业或机构身份进行认证。比如根据微博平台认证规则,这些粉丝后援会都至少具有艺人公司确认的唯一官方后援会私信确认截图,或明星经纪公司/工作室的营业执照及加盖彩色公章的机构认证公函。

如今的明星后援会,早已不只是普通的影视、音乐、体育爱好者组成的兴趣社群,更像是一个有着明确职责分工的组织机构。在流量至上、数据为王的规则引导下,互联网能将千千万万个粉丝聚集起来,转化出惊人的力量,甚至可以改变艺人的职业发展路径。

时下的应援主要分线上和线下两种。

“线上应援,主要是为明星打榜、刷热度。‘爱豆’(偶像的英文音译)发微博了,要积极转发评论、控评点赞一条龙;爱豆没发微博,那就做好净化和‘反黑’,积极签到爱豆的超级话题,多提及并@爱豆从而提升微博话题量。一旦爱豆明星势力榜下降,那就要真金白银地买小花花,2元一朵,一直赠送到爱豆升至理想的名次。”刘欣然说,除此之外,贴吧粉丝数以及明星的百度搜索和微信搜索热度都要维持,如果爱豆参加活动,需要前线火速出高清图上传,还要剪辑爱豆各种圈粉视频,吸引新粉丝巩固老粉丝,“爱豆参与的综艺节目和影视剧必须要刷播放量,爱豆如果代言了新产品,那就要讨厂家开心,微博上大张旗

低龄粉丝盲目跟风 为了爱豆出钱出力

媒体调查显示,有42.2%的中学生自小学就开始了追星生活,有52%的中学生追星时间在3年以上。记者在微博超话社区明星板块排行前十的明星社区中发现,有不少粉丝的微博资料显示其年龄在11岁至23岁之间。

事实上,初中生狂热追星,甚至充当某明星的“粉头”在娱乐圈已经成为常态。一位拥有5000微博粉丝数的“粉头”小兔告诉记者,她今年15岁,由于小学生、初中生的时间比较多,所以常常会被安排去做数据、控评等,“我们的零花钱比较充裕,所以很乐意当偶像花钱,我们付出的情感也最多”。小兔说,不同明星的粉丝气质往往也不同。在花销方面,一般粉丝不会给学生党有太大的压力,不过在打榜竞争等比较激烈,粉丝们当然希望能够出自己最大的力,大部分做数据和买专辑等行为,都是粉丝们出于“对自家哥哥的爱”,想要禁止打榜、刷量、做数据等行为不太现

实,“除非完全取消榜单,否则谁能忍受自己的偶像排名落在别人后面”。

记者通过观察这些年龄在11岁至15岁之间的粉丝微博发现,其内容多集中在微博控评和转发带有其偶像姓名的微博上。其中,还有不少关于和其他明星粉丝进行“骂战”的微博。这类争吵、辱骂性的内容常常是由于某些营销号恶意对某几个明星进行对比或者丑化而引发的。刘欣然告诉记者,许多低龄粉丝不能分辨内容的真伪,常常在营销号甚至“粉头”的引导下,与对家粉丝进行争吵。

在媒体报道中,代理过上百件明星维权案的北京律师朱晓磊表示,这两年,很多明星名誉权案被告主体开始变成了粉丝,“一种情况是,相关艺人在番位上有异议,而这些人都有强大的粉丝群,有一些不理性的粉丝会通过抹黑对方来抬高自己喜欢的偶像,侮辱诽谤的形式非常多样,如造谣骂脏话、诅咒对



辩证看待饭圈文化 引导推动健康发展

记者调查发现,目前各个明星的打投组、反黑组中都有学生党、未成年人。对此,重庆大学新闻学院副教授杨秀认为,群体性孤独是网络饭圈文化形成的一个很重要原因。从社会的角度来看,当代青少年成长于一个物质比较丰富的时代,可学业竞争压力却很大,非常需要同伴来缓解其精神压力。杨秀说,追星是一种集体性活动,向外界展示的是一种身份的认同。饭圈内部在价值观、生活方式上具有高度的同质性。这种相似或相通的特征使得成员间更容易沟通、信任和理解,从而在一定程度上消解了他们的孤独。

在王四新看来,资本是一种强大的力量,它总是通过各种各样的方式掌控各种各样的群体,千方百计地使其实现自己的利益。资本通过控制粉丝,让粉丝自觉自愿地卷入一些行动来实现自己的诉求是资本最常用的一种方式。

7月13日,国家网信办发布的《关于开展2020“清朗”未成年人暑期网络环境专项整治的通知》称,“严厉打击诱导未成年人……应援打榜、刷量控评、大额消费等行为。大力整治明星话题、热门帖文的互动评论环节煽动挑拨青少年粉丝群体对立、互撕谩骂、人肉搜索等行为……深入清理宣扬攀比炫富、奢靡享乐等不良价值观的信息”。新浪微博社区管理官方微博@微博管理员14日上午消息。

次日,新浪微博管理员账号也发布了一则社区公告,称已与肖战工作室在7月9日就粉丝引导管理相关问题进行了谈话。一周过后,天津网信办、河北网信办陆续启动了专项整治行动,管控无底线追星、饭圈互撕等现象,旨在为青少年树立一个良好的榜样。一场针对未成年人追星过程中不正常现象的纠错行动正在启动。

在如何让饭圈文化能够发挥更大积极作用的问题上,王四新认为相关机构的监管一定要到位,这是防止饭圈文化走向极端成为资本牟利工具的一个前提,同时也是保护饭圈粉丝权益的一个前提,“只要这些粉丝在法律法规的约束下,在相关部门机构的监督下,不做出格和违法乱纪的事情,那么他们身上的这种组织能力、创造能力就能够更好地去做对社会有益的事情”。(法制日报)

鼓@并晒单”。

线下应援,则主要是为明星刷现实中的热度。

“通常是包下地铁公交车身和广告牌,公共电视播放爱豆宣传片、承包外滩巨幅广告牌和时代广场大屏幕更是每家必备。爱豆如果开演唱会或参加颁奖典礼,那就需要现场举灯牌、统一应援服装、提供各色应援物品;爱豆若是出演影视剧,那就搞好剧组应援,送花、送饮料、送餐等,导演、编剧和其他演员的小礼物也一个都不能遗漏,帮爱豆做好人情公关。”刘欣然说。

应援经费除来源于贩卖周边产品之外,也有自发的集资行为,比如前两年被诟病的“创造101”集资事件。“创造101”粉丝集资主要用于投票点赞,这种集资行为无任何保障,全凭粉丝对组织者的信任,因此也常会引发粉丝诟病。不只是“创造101”,许多粉丝都曾质疑过粉丝站的应援金去处,强制粉丝站公布明细。

方、P遗照等”。

同时,在应援集资中也频繁出现未成年人的身影。在某主流的粉丝应援集资平台上,如果用户选择支付,粉丝应援集资平台会提示该平台不向未成年人提供服务,未成年人需要在征得监护人同意的前提下使用平台服务。而有的粉丝应援集资平台在为应援项目支付时,则没有年龄限制的明确提示。

“应援集资一般都是官方后援会组织,先设目标金额,达到上限后停止,无年龄限制,打钱的金额也没有限制。”北京一位经常跑明星现场的粉丝吕小姐对记者说,追星的基本上都是初中生,就像淘宝下单,只要给钱就行,因为比赛过程中需要一直投票,所以款项也要不断进账。此前,在某选秀选手打投组的群聊中,当记者询问未成年人通过平台打款是否有限制时,负责人称没有任何年龄限制。在15名等待考核进入打投组的粉丝中,有12人年龄在18岁以下。