

大学生“饭圈文化”认知调查及正向价值研究

文 / 漆艳 柳平

摘要：“饭圈文化”是互联网和娱乐文化高速发展的产物，在青年大学生群体中尤为盛行。然而，“饭圈文化”存在两面性，对高校思政教育工作者而言是一把“双刃剑”，掌握大学生“饭圈文化”认知态度并发挥积极作用意义重大。本次调研旨在深入了解大学生群体对“饭圈文化”的看法和参与度，准确把握当代大学生的价值观、娱乐消费习惯以及社交方式，同时挖掘饭圈正面价值，助力大学生价值观教育，希望为高校教育工作者在大学生追星浪潮中“借力打力”提供有益的参考和建议。

关键词：饭圈文化；大学生；调查研究；价值观

Investigation on College Students' Perception of "Fandom Culture" and Research on Its Positive Value

Qi Yan Liu Ping

Abstract: "Fandom culture," emerging from the rapid advancement of the internet and entertainment industries, has become especially prevalent among young college students. However, the dual nature of fandom culture presents both opportunities and challenges for educators in ideological and political education, as it can act as a "double-edged sword." Understanding college students' attitudes toward "fandom culture" and harnessing its positive aspects is of great significance. This research is designed to explore students' views on and engagement with fandom culture. Through this, the study seeks to gain an in-depth understanding of their values, entertainment consumption habits, and social interaction patterns. Additionally, by identifying the positive values embedded within fandom culture, the study aims to support value education among college students. The findings are intended to provide practical guidance for educators in harnessing the dynamics of fandom culture to reinforce positive value formation, particularly in the context of the rising popularity of fan activities among the younger generation.

Keywords: Fandom culture; College students; Survey research; Values

引言

当前，青年大学生是活跃在互联网的主要群体，学生在关注娱乐新闻或参与“饭圈”活动过程中形成认知和价值观，这一认知对其思想和行为产生较大影响。基于此，笔者围绕“大学生对‘饭圈文化’的认识与态度”“对饭圈乱象与低俗饭圈语言的认识与评价”“对偶像明星不法行为秉持的态度”进行深入调查。此次调查采用在线问卷的方式进行，调查抽样选取不同年级、不同地区的青年大学生，样本覆盖 16 个省份，共发放问卷 2019 份，有效回收问卷 2019 份。问卷由 20 个问题组成，内容涵盖性别、年级、生活费用、对“饭圈”的了解程度、追星原因、追星方式、偶像消费观等多个方面。

1. 青年大学生对“饭圈文化”的基本认知与态度

调查发现，当前最受大学生喜爱的“明星”类型是“偶像明星（娱乐圈）”，有 1263 人选择，占比 62.56%，其次是“文学圈”，占比 24.27%，“电竞圈”和“网红”也有一定的受欢迎程度，占比分别为 22.34% 和 19.47%。相较之下，“体育圈”和“戏曲圈”选择的人数较少，占比分别为 18.77% 和 6.84%，说明大学生更热衷于追逐娱乐圈的明星偶像。在

2019 名学生中，219 名学生对饭圈非常了解，768 名学生表示“略有了解”。其中有 273 名学生加入过“饭圈”组织，以上数据表明“饭圈文化”已然在大学生群体中传播开来，且置身于“饭圈文化”影响之中。

大学生参与追星的原因有多种，调查可知，青少年“入坑”的首要原因是“欣赏偶像的才华横溢和敬业精神”（占 57.55%），其次是“偶像的高颜值、好身材和时尚穿搭”（占 40.02%），这显示了青年大学生在追星方面的偏好；此外，部分学生视偶像为“精神寄托和动力支持”（占 37.89%），将互联网“冲浪”视为短暂逃避现实压力的平台（占 19.42%），或希望在互联网找到志同道合的朋友（占 7.58%）。值得注意的是，占比第二位“偶像出众外貌条件”的选择也反映出当下“颜值主义”“看脸文化”的盛行，甚至形成“三观跟着五官走”的错误思想观念，对外貌形象的关注胜过个人内涵，甚至在交友时习惯以貌取人，或以外形攻击他人，忽视对个人和他人优良品质的追求，造成青年大学生畸形审美观。

此外，大学生对“饭圈文化”的认知也存在差异。一方面，有人认为参与“饭圈”组织是很正常可提倡的行为，有助

于实现自我认同(占43.68%);另一方面,也有人认为可能会导致信息视野变窄,思维认知狭隘化(占19.81%)。在看待“饭圈”极端行为上,多数学生表示不能理解或持保留态度,少数学生选择理解。这表明,当前大学生群体价值观总体向上向好,但呈现新的变化特征,部分学生受娱乐文化思潮影响,出现情绪不够稳定、思想观念行为偏颇失范等现象,需加以正确引导。^[1]

2. “饭圈文化”影响下青年大学生价值观基本特征

首先,青年大学生恪守网络道德,具有正确是非观念,但部分学生无视公序良俗和法律法规,是非曲直的价值判断力下降。

关于对“饭圈文化”的认知和“饭圈乱象”的态度,调查显示,43.68%的学生认为“饭圈文化”是一种社会思想多元化的表现,可增加自身认同感与归属感;39.37%的学生则认为这是一种过于盲目行为,需要辩证看待。关于“饭圈”极端现象和过激行为,24.52%的青年大学生表示身边有私生饭、大额消费、充钱刷榜等非理性行为,针对这一现象,39.62%的学生表示“不可理喻,不能理解”,56.17%的学生认为“说不好,部分可以理解”,这表明大学生对“饭圈乱象”持有一定的保留态度。其中不乏一些学生面对此类现象不能理性看待,认为“完全可以理解”的学生占4.21%,反映出此类学生是非价值观错位,法律意识淡泊,需加以正确引导。

关于娱乐环境与饭圈文化对青年大学生的影响,调研发现,在面对“比起其他工作,你会更想要做网红或明星吗?”这一问题时,选择“是”的学生占14.71%,选择“否”的学生占85.29%,非表演专业学生想要跨行做网红或明星,这说明部分青年群体受追星环境的泛娱乐化风气影响较大,对部分演艺从业人员的高价片酬和明星光环产生羡慕心理,希望效仿部分明星网红仅凭颜值身材或营销炒作等方式实现经济自由,这表明部分学生存在追逐名利、不劳而获、一步登天的不良心态。

针对明星失德行为以及偷税漏税等违法行为,大学生道德观总体呈现积极态势,但仍有部分学生表现出道德法制观念淡薄。调查显示,面对“偶像做出什么行为会让你脱粉”这一问题,有153名学生的态度是“颜值即正义,不管偶像做什么都不会脱粉”(占7.53%),这表明部分学生在道德判断上存在偏差,秉持“颜值至上”的态度,对偶像明星违背公序良俗甚至不法行为没有正确认知,或毫无底线原则,或不为所动,表现出青年大学生自身对社会责任漠视,说明部分大学生已然遭受饭圈乱象的侵蚀,形成是非不分的错误价值观。

其次,青年大学生具有正确的价值观、消费观,但部分学生没有理性的价值判断,极易迷失在物质化、虚幻化的偶像消费中。

针对偶像消费现象,调查结果显示,73.45%的青年大学生每月基本生活费用在1000-2000元内,属于正常范畴。面对

“偶像消费是否有必要?”这一问题,认为“有必要”的学生占5.2%,认为“没有必要”的学生占25.71%,认为“无所谓,个人选择”的学生占69.09%,超过一半的学生认为偶像消费并非必要,显示出较为理性的消费观念,而22.09%的学生每月存在偶像消费,其中不乏一些盲目消费者。消费“200元以内”的学生占15.11%,消费“200-500元”的学生占4.56%,消费“500-1500元”的学生占1.19%,消费“1500元以上”的学生占1.24%。其追星消费主要在于购买小卡、海报、专辑或代言产品,或参与演唱会、见面会等活动。一方面,说明部分大学生追星消费金额较高;另一方面,“追星”也推动了大学生消费选择多样化,然而尚未经济独立仅依靠家长发放生活费作为经济来源的大学生,盲目将本该用于生活和学习的费用花在偶像上换取“圈内”认同感和存在感的行为,极易导致学生迷失在物质化、虚幻化的偶像消费中。

在追星方式上,部分大学生选择通过“应援刷榜”“成为网络付费会员和观看偶像出演的节目、电视剧”等方式线上关注偶像动态和作品,但许多学生选择参与线下活动或购买周边产品的方式支持偶像。其中,“花钱买专辑、实体周边和偶像代言产品等冲销量”的学生占17.34%，“参加演唱会、见面会等线下活动;粉丝聚会或粉丝组织的助力活动”的学生占11.44%。这表明仅线上关注不实际消费的学生占多数,拥有较为理性的消费观念,但有446名学生曾有偶像消费行为,说明“饭圈文化”中的“氪金”现象,已然对大学生消费观造成负面影响,部分学生心智不成熟,将对艺人的喜爱程度与消费金额捆绑起来,将追星异化为金钱关系,从而出现非理性消费行为和过度消费倾向。^[2]

最后,青年大学生个人生活与“饭圈”区分明显,但受“饭圈语言”影响显著,低俗词语泛滥导致道德素养缺失,心理与言行呈现低俗化。

关于“饭圈文化”渗透到日常生活的程度,有超过一半(占44.68%)的学生认为“饭圈文化”与他们的个人生活有明显的区别,没有交叉。9.21%的学生认为“饭圈文化”已经渗入到日常生活的很多方面,这表明对多数学生来说,这种文化的影响仍然有限。另外,14.91%的人认为“饭圈文化”对他们的价值观和审美观有一定的影响,但并未达到显著的程度。值得注意的是,大约三分之一(占31.2%)的学生认为“饭圈文化”中的网络流行语言部分渗透较深,对于饭圈用语的泛滥,52.65%的学生认为“可能会导致信息视野变得越来越窄,思维认知狭隘化、封闭化和极端化”,这表明相当部分的学生已注意到,相较于“饭圈乱象”,“饭圈用语”对他们日常生活的影响更为广泛且显著,日常生活用语也正在慢慢被饭圈语言所替代。

当前,类似“C位”“带节奏”“拉踩”等词汇或“yyds(永远的神)”“y1s1(有一说一)”“srds(虽然但是)”等缩写写在公众话题中频繁出现,这些专用于饭圈粉丝群体的

词汇，因其便捷性、准确性、形象性的特点，渗透在大学生的日常生活中被广泛使用，并逐渐演变成对立群体之间互相谩骂攻击的工具。诚然，用各种缩写拼凑的饭圈语言，仅用几个字便能表达一整段话才能解释说明的内容，在网络骂战中，自然具备相当的优势，但过于便捷的饭圈语言无疑会削弱人们表达想法的能力，造成使用语言和文字交流的能力下降，进而消解思考能力，导致道德素养缺失，言行低俗化。

3. 挖掘饭圈正面价值，助力高校思政教育工作思路

总体来看，大学生对“饭圈文化”持有较为理性的态度，但在消费观念和对待极端现象方面仍存在一定问题，急需正确的教育和引导。正如本研究的调查显示，32.19%的学生认为“高校思政教育实效性、针对性、趣味性不足”，50.72%的学生认为“学校思政教育要引导学生正确应对互联网时代带来的负面影响”。同时，43.68%的青年大学生认为饭圈具有积极作用，39.43%的学生认为需要辩证地看待“饭圈”，有积极的一面也有消极的一面，74.2%的学生希望明星偶像能够“发挥标榜作用，向公众传递正能量”。这说明“饭圈文化”并非都是糟粕，在一定程度上能够带来正向引导。鉴于此，高校应当在保障大学生爱好自由的基础上，引导其正确认识和参与“饭圈”，挖掘饭圈文化在大学生精神文明建设中的正向作用正当其时。

3.1 以新思路开展偶像明星榜样教育，为学生提供精神指引和激励

明星作为公众人物所展现的优良品质为大学生树立了鲜活的榜样，其正面特质能够激发大学生的个人潜能，正如本研究调查所显示，50.77%的学生认为学校应“以新思路开展明星/网红榜样教育”；其次，饭圈为青少年提供了一个表达热爱、交流感受的平台，应援活动、公益行动等集体活动促使饭圈青年发挥强大的凝聚力，这种经历有助于培养大学生的团队合作能力和集体协作意识；再者，追星不仅是一种简单的日常消遣行为，它为大学生提供了情感释放和自我认同的平台，这种基于共同爱好的社交活动极大丰富了学生的业余生活，随着圈层文化的深化，群体间的信息共享和情感支持构成了强大的心理防护网，有助于学生维持心理健康平衡。^[3]

3.2 宣扬饭圈正面案例，弘扬社会正能量

2019年8月的香港风波中，香港“废青”支持“港独”，在外网中肆意造谣生事，“饭圈女孩”统一战线，自发与“帝吧”网友、广大海外留学生携手发起抵制港独、爱国援港运动，维护国家利益，在外网形成“红色风暴”，堪称一堂史诗级的爱国主义思政课，这节课通过互联网和社交媒体传遍世界各地，“饭圈女孩”也被《人民日报》点名表扬；2020年，饭圈青年发挥巨大能量，在抗击新冠疫情期间进行公益捐助，他们以明星为名义筹款捐物、驰援武汉、支援湖北，获得公众的一致好评；此外，部分明星粉丝后援会成立“爱心基金”，捐助善款上千万元。如此积极向上的行为让社会重

新审视“饭圈”文化在当代社会的地位和影响，正向的饭圈文化同样可以作为案例向大学生群体宣扬。高校可依托“第二课堂”，组织开展“饭圈文化”主题讲座、辩论赛、团日活动、心理剧等让学生在实践活动中学习饭圈正面案例，建立理性追星的态度，或邀请校外法律部门专家为学生讲述失德明星不法行为、“饭圈”中的虚假流量、抢占公共资源、网络暴力等不良行为带来的恶劣影响，明确盲目追星、饭圈极端行为可能造成的严重后果，开展警示教育。^[4]

3.3 借助明星效应宣扬中华传统文化，增强文化自信

近年来，央视及其他地方卫视打造的《典籍里的中国》《故事里的中国》《非遗里的中国》一系列优秀文化节目频繁“出圈”，取得良好口碑。此类节目凭借优秀的叙事能力、绝佳的视听效果、超强的现代信息技术实现了传统文化的更好传播。又为迎合观众需求，邀请明星演绎历史人物和历史故事，打造诸多传统文化底蕴浓厚的优质节目。当前我们身处“流量至上”的时代，大学生并非不喜爱传统文化，而是不喜欢以冗长、乏味的说教形式讲述传统文化，需精心挖掘传统文化与现代表达的契合点，调动学生的积极性。对高校教育工作者而言，更应积极利用优质资源，以“传统文化+明星效应”为根基撬动隐藏在年轻一代骨血里最为深刻的爱国情怀。

结语

在如今泛娱乐化为主导的网络环境中，人们浏览社交软件、获取碎片化娱乐信息的现象难以避免，现代网民尤其是青年大学生亦难逃脱饭圈文化的影响。基于此，教育工作者应当跟随时代脚步，强化网络育人，对于青年大学生群体中热门的娱乐软件、热点话题时常关注，与时俱进，积极挖掘饭圈正能量，强化责任意识和法制观念，引导学生树立正确价值观，做好“人情味”和“趣味”的思想政治教育！

本文系 2022 年度校级项目《“饭圈文化”下高校共青团育人工作路径探究》（项目编号：2022tw04）的研究成果。

参考文献：

- [1] 彭焕萍,刘念念.“饭圈效应”的特征、扩散及其逻辑[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2022,47(05):153-160.
- [2] 左路平.消费异化视域下“饭圈文化”失范的批判与应对[J/OL].重庆邮电大学学报(社会科学版),1-16[2024-03-06].
- [3] 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(04):86-94.
- [4] 崔志梅.饭圈的日常极化:表现形式、发生机理与演化效应[J].中国青年研究,2022,(10):95-101+119.

(作者简介:漆艳,单位:湖北理工学院,硕士研究生,助教,研究方向:思想政治教育、民间艺术理论;柳平,单位:湖北理工学院,硕士研究生,助教,研究方向:思想政治教育、心理健康教育)

(责任编辑:姜秀靓)