

新媒体时代下体育饭圈污名化的产生与消解

——基于互动仪式链理论

魏天昊

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: 在当今发达的现代媒体网络技术支持下,“饭圈文化”向体育领域扩张,诞生了各种体育“饭圈”。但由于体育粉丝的一些不理智行为,造成了恶劣社会影响,使得体育“饭圈”的形象遭到损害,体育“饭圈”逐渐被污名化。本文以互动仪式链理论为基础,阐述了体育饭圈中的互动仪式过程,并从仪式形成的角度出发,明确了体育饭圈污名化的成因:虚拟身体共在混淆饭圈界限;恶意情感连带引发粉丝冲突;畸形圈内符号唤起负面情感。基于以上污名化成因,针对性提出消解方法:(1)明晰界限:规范体育饭圈圈层划分;(2)强化监管:打击饭圈恶意炒作行为;(3)引导教育:宣扬正确圈子文化符号。

关键词: 新媒体; 体育; 饭圈; 污名化; 互动仪式链

The Emergence and Elimination of the Stigmatization of Sports Fan Circles in the New Media Era: Based on the Theory of Interactive Ritual Chain

WEI Tian-hao

(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: With the support of modern media network technology, “fan culture” has expanded into the sports field, resulting in various sports “fan circles”. However, due to some irrational behaviors of sports fans, it has caused a bad social impact and damaged the image of sports “fan circles”, leading to the gradual stigmatization of sports “fan circles”. Based on the theory of interactive ritual chain, this paper expounds the interactive ritual process in sports fan circles, and clarifies the causes of stigmatization from the perspective of ritual formation: the confusion of fan circles boundaries caused by virtual body co-presence; malicious emotional contagion leading to fan conflicts; and the negative emotions aroused by abnormal in-circle symbols. Based on the above causes of stigmatization, targeted methods to eliminate it are proposed: clarifying boundaries by standardizing the layering of sports fan circles; strengthening supervision to combat malicious hype behaviors in fan circles; and guiding education to promote correct circle cultural symbols.

Key words: New media; Sports; Fan community; Stigmatization; Interaction ritual chain

随着互联网技术日益成熟和普及运用,“数字化浪潮”“大数据”“Web2.0”成为当今时代的鲜明标志。各种新型自媒体社交平台改变了人们的生活习惯,成为了人们获取信息、休闲娱乐、社会交往的主要途径。万

物互通互联使得信息生产方式、社会媒介、传播机制等发生巨大转变。

2024年5月15日,国家体育总局在全国体育宣传文化工作会议上表示要坚决抵制畸形“饭圈文化”,确保

体育事业的正确发展方向、体育行业的风清气正。“饭圈”是对于粉丝群体的统称，逐渐演变成追星群体的代名词，具有组织性、区隔性、狂热性等特征。“饭圈文化”这种具有圈层性亚文化的狂欢仪式，在新兴媒体的“破圈”助力下，产生了十分显著的扩散。与娱乐界的影视、歌唱明星网红有着相似特点的体育运动员，其饭圈的形成发展迅速，体育饭圈化在近些年掀起了浪潮。虽然“饭圈文化”在体育界的扩张能够使粉丝主动地参与体育明星的塑造，在资本运作下产生消费和流量，促进了体育产业发展成熟。一些粉丝群体也献身公益事业，增加了体育在社会舆论中的正向影响，本无不妥。但饭圈粉丝线上互掐互怼、网络暴力欺凌、窃取运动员隐私等无底线追星恶性事件频发，在当今的新媒体时代下传播迅速，严重影响了社会舆论和主流价值观，体育饭圈被贴上“脑残粉”“极端过激”的污名化标签。因此，分析体育饭圈污名化的成因，探索遏制体育饭圈污名化的途径对于体育饭圈健康发展、体育舆论管治和维护体育社会形象有着重要意义。本文借助互动仪式链理论，明晰体育饭圈的内部机制，理清互动仪式链下体育饭圈污名化的来龙去脉，以及新媒体在其中的作用，并为体育饭圈“去污名化”提供参考。

1 核心概念解析

1.1 互动仪式链理论

2003年，兰德尔·柯林斯在前人关于互动仪式的研究基础上正式提出互动仪式链理论的概念，并构建了相

关的模型。该理论详细地描述了人们在一同参与的“自然仪式”中是如何产生情感能量、受到情感驱使，并形成以“共同符号”为信仰的团结群体。互动仪式链指的是由无数发生于特定“际遇”中的互动仪式（复数）联结而成的链状结构。仪式链的形成离不开四个条件：

（1）两个或两个以上的人聚集在同一场所。（2）形成封闭的圈子，对于局外人设定了界限。（3）人们的注意力集中在共同的对象或活动上。（4）人们分享共同的情绪或情感体验。仪式结束后的结果也分为四种，即“群体团结”“情感能量”“群体符号”“道德感”^[10]。

柯林斯的理论强调人们的共同在场以及身体互动，人与人之间必须在同一个物理场合，互动仪式才可能成立。他以电视转播、电话连线等作为案例，指出以上的非物理在场虽然能够使人们产生在场感与参与感，但是这种感觉是短暂的，无法形成所谓的“身份认同”与“群体团结”。然而，这种传统的观点在现在发达的互联网等信息技术背景下略显苍白。万物互联、实时共享已经成为当代人生活的基础，人们的参与感与在场感可以通过各种媒介手段获得。现在，大量的网络社会群体与传统互动仪式链下形成的群体同样具有十分强大的凝聚力，并形成了群体团结、情感能量等结果。物理空间上的身体共同在场不再是仪式发生的必要条件^[9]，吴迪、严三九构建了现代互联网背景下的网络亚文化群体的互动仪式链模型^[8]（如图1所示），使互动仪式链理论得到了补充，更符合当下时代特征。本研究的研究对象——体育饭圈正属于娱乐文化的亚文化群体分支，故该模型也为本研究提供了理论依据。

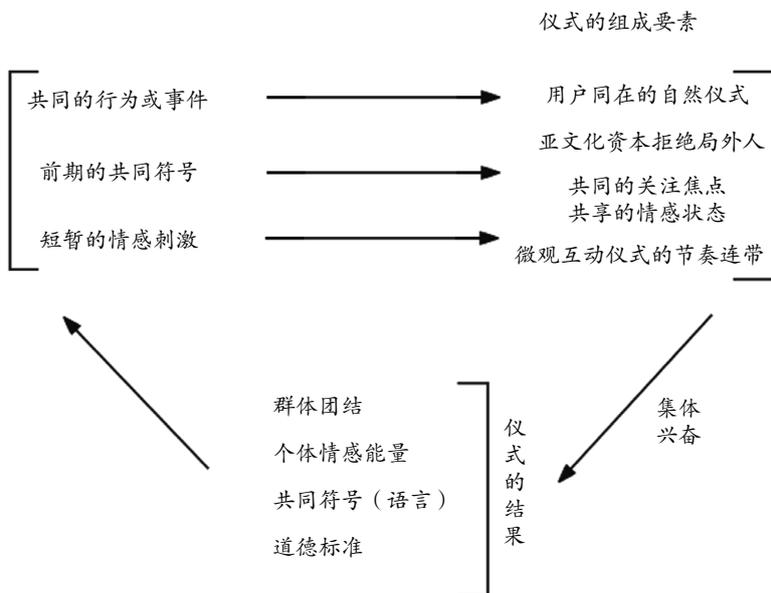


图1 网络亚文化群体的互动仪式链模型

1.2 体育饭圈

饭圈及饭圈文化被大多数学者认为起源于2005年湖南卫视选秀节目《超级女声》发起的造星运动，内地粉丝迅速从松散追星族转变为网络社群和联盟^[2]，也就是粉丝圈。从饭圈的定义中可以衍生出：体育饭圈，也就是体育粉丝圈。作为饭圈文化在体育领域的表现形式，属于亚文化中的亚文化群体，是对各运动项目饭圈的统称。同时，饭圈的产生和发展离不开互联网。在互联网发展前，粉丝行为并没有如此大规模、纪律严明、分工明确、行动力极强的行为，只是小范围存在于现实生活中分散的粉丝群体，如球迷协会、应援团等。随着现代媒体网络的发展，近些年体育饭圈化程度不断加深，虽然相比文娱领域的偶像饭圈来说，各体育饭圈还是相对松散，但已经初具规模，特别是在各种论坛中，如微博、虎扑、懂球帝等。各个运动项目的体育明星都有了各自的饭圈，大到国家乒乓球队，小到“草根”出身的网红运动员。饭圈内的体育粉丝自发地组织起来，一些在网络上支持自己喜爱的运动员，分享相关资讯，为其造势；一些则在线下支持，为运动员“接站”，自发地做导游，购买运动员相关的周边等。然而，随着体育饭圈的发展，体育“饭圈文化”出现畸形，体育粉丝的负面新闻层出不穷。例如，“全红婵粉丝怒斥裁判压分”“多次试图引导粉丝互撕谩骂，多次造谣拉踩”“羽毛球世界冠军陈雨菲的生活信息和航班行程被粉丝发到网上”“王楚钦遭粉丝怼脸拍摄”……这些体育饭圈乱象严重影响了体育社会形象，为体育饭圈污名化埋下了祸根。

1.3 污名化

污名研究始于美国社会学家戈夫曼的针对性研究。他将污名定义为一种让被污名者在正常的社会生活中的身份形象、社会信誉或价值受到损害的社会特征。简单来说，污名可以被理解为刻板印象的一种，是一种社会对某些个体或群体的贬低性、侮辱性的标签^[15]。这种负面标签会使个人或者组织拥有或被相信拥有某些被贬抑的属性和特质，这些属性或特质不仅使被污名者产生自我贬损心理，亦导致了社会对其歧视和不公正的待遇^[13]。从污名的定义中可以看出，污名化在社会关系中的负面作用十分显著，会破坏并扭曲人们对事物或事件的原始认知，并且污名蔓延十分迅速，在未得到确认的情况下快速传播，这种污名影响一旦形成，就会造成价值观念的偏见，很难在短时间内祛除。污名的形成有着三个梯度：（1）对具体事件或事物的污名；（2）对人或集体的污名；（3）对社会制度的污名^[12]。这三者是依次递进的关系，人们最先关注的是某些具体发生的事件或事物，经过“透过现象看本质”的逻辑分析，再通过事物将污

名上升至某人或某个群体，最后上升至对某些制度的污名。在当今社会转型的关键时期，污名化呈现出多元化、泛化的特征。社会上的污名现象呈现出显著的增长态势，这些污名现象不再局限于特定群体或领域，而是广泛地渗透于社会的各个层面。同时，污名对象的范畴也在不断拓宽，从特定的群体逐渐扩展到更广泛的个体。此外，污名的内容也日益多样化，涉及身份、性别、职业、信仰等多个维度。更为复杂的是，各种污名现象之间的关联愈发错综复杂，形成了一个错综复杂的污名网络^[11]。体育饭圈污名化也是此趋势下的结果之一。

2 体育饭圈中的互动仪式链

根据互动仪式链的概念可以看出，互动仪式链结构的规模并不固定——随着人们越来越多地加入社会交往，互动仪式链便交结为中观乃至宏观级别的社会结构。这与粉丝们的活动极为相似：从单个粉丝的“追星”活动逐渐扩张至粉丝集体的“追星”活动。从单个分散的粉丝个体不断凝聚成团结的粉丝组织——也就是饭圈。可以说体育饭圈的形成就是球迷粉丝互动仪式的宏观结果。“经常对偶像激烈地表达情感”“有强烈的群体认同感”“有圈层等级结构区分圈外人”“进行集体规训，教导个体如何成为一个粉丝”这些饭圈的显著特征与互动仪式链理论的“四要素”及产生结果不谋而合。饭圈文化本身就是粉丝们参与仪式的产物，饭圈形成的过程与互动仪式息息相关。

2.1 身体共在：体育粉丝的虚拟围观与聚焦

饭圈是由粉丝聚集而成的网络社群^[4]，当粉丝们聚集在同一场所时，仪式的基本条件已经具备。而仪式的形式多种多样，在体育领域，球迷观赛就是传统意义上的共同在场仪式，球迷粉丝们在同一时空下完成对比赛和运动员的共同关注，同时也对“圈外人”划清了界限：是否在场观看了同一场比赛，是否关注了同一个球队、同一个体育明星。但随着信息技术高度发展，粉丝的“围观”仪式逐渐从传统的现场观赛向虚拟观赛转变，饭圈文化现象与互联网技术与网络社会发展密切相关^[7]。实时转播、录播、AR、VR、弹幕等技术的运用，使得传统的共在仪式被打破，例如NBA的线上观众连线。线上观赛的虚拟共在成为了粉丝球迷的主要参与形式，即使不在同一时空下，粉丝也能身临其境并参加到仪式中来。新社交媒体平台的发展使得球迷观众之间进行社交和互动已经不再需要真实的身体接触，利用实时在线评论、弹幕也可以完成一系列的沟通和情感交流，密切了成员间的联系。社交网络平台沟通的即时性、便捷性、持续性可以营造出一种贴近现实的空间共在感^[6]。

同时,饭圈粉丝自媒体对体育明星精彩表现的后期剪辑、创作等文化的再生产,通过各种自媒体平台的大数据推送传播,也成为粉丝们积极关注的焦点,这种“围观”更不受时空的限制,粉丝们一同在平台所搭建的虚拟空间中,表达自己的观点、看法、情感、对球星的热爱,并传达给了“在场”的粉丝,完成了身体共在仪式。也就是说体育饭圈开始于球迷粉丝们的线上于不同时空对自身喜爱的体育明星、球队的“围观”,这时互动仪式链构成的基本条件已经满足,饭圈粉丝开始产生对彼此身份的认同,感情开始同步,成为后续情感能量产生的萌芽,也成为体育饭圈的开端。

2.2 情感连带:体育粉丝的集体兴奋与狂欢

情感被认为是饭圈形成的基础,而令互动仪式得以动态式推进的,是“相互关注”和“情感连带”这两个极为重要的“过程性要件”^[5]。体育饭圈粉丝们经过共同的自然仪式之后,将对运动员的共同关注与感情传播给了周围的粉丝并从其他粉丝获得反馈。粉丝所传播和体验的情感或消极或积极,而获得的反馈与所体验情感的正负是相关的。当某体育粉丝表达出对某个球队或者某个明星的喜爱或者支持时,其他有相同情感的粉丝会与之相呼应,发出正向的反馈,一同表达出自己的热爱,这种情感就得到了增强,从而形成了感情的连带。相反,某位粉丝对某个球队或者某个明星表达出反感、厌恶的情感后,会遭到集体的排斥和疏远,感情连带就不会产生,甚至会导致粉丝们失去共同聚焦。

在情感连带的“加能”效果下,粉丝们的情感得到进一步的强化,导致情感的狂热化。这种狂热的情感极具传染性和煽动性,会迅速地扩散至整个粉丝群体,产生集体兴奋,类似于网络舆情中的“带节奏”所产生的效果,可以说情感连带就是饭圈领域的“带节奏”。在足球、篮球等大型体育赛事的赛场经常可以看到,零星几个球迷的呐喊助威,逐渐传播至整个观众席,掀起一阵阵的声浪,这时整个赛场被点燃,粉丝们的情绪处于高涨阶段,行为逐渐情绪化,开始属于粉丝的“狂欢”。在饭圈中,这些能够起到“带节奏”效果的通常被称为“大粉”,但也有少数普通粉丝能引发这种效果。微博超话、虎扑论坛中的饭圈“大粉”及意见领袖在网上发表对明星或球队的见解或态度,从而引发粉丝们的热烈追捧。在这个过程中,粉丝们的情感逐渐累积,并逐渐形成稳定的、不易改变的情感能量。

2.3 圈内符号:体育粉丝的身份认同与团结

体育粉丝的互动仪式完成后,在情感连带的节奏下,粉丝们产生情感能量并不断累加,这种情感是长期存在的,即使脱离了仪式,在下一次共同关注下,情感又

会被唤醒。这样的循环无疑会使体育粉丝们产生凝聚力和群体团结,让粉丝们感知到“自身是一名某球队或某体育明星的粉丝”这一身份,从而形成了对彼此身份、对群体组织的认同并不断深化。实质上,情感只是形成饭圈的成因之一,“饭圈”最核心的因素是认同,它操纵着粉丝的情感与行动^[3]。不需要刻意强调,个体就会自发、积极地参与到群体互动之中,而且随着仪式的推进,这种集体团结感与集体认同感会越来越强烈,甚至会在现实和虚拟生活中产生移情^[1]。正是这种强烈的身份认同,催生出了用来辨识身份以及携带情感的“圈内符号”。粉丝为了在脱离了仪式之后仍能保持身份和与圈子的联系,将情感能量储存到特殊的符号里,这种符号可以是文字、动作、口号、图片等等,只有饭圈内部的“饭”才可以辨识并从中获取到符号所含有情感,往往是一种身份的象征。如科比的粉丝通常对自己独特的称呼“科密”、穿戴有“24”数字或“小飞侠”符号的服饰等。“圈内符号”的产生,使得粉丝有了需要共同维护的“图腾”,不允许符号受到他人的冒犯,让粉丝们产生对于自身的规矩:即身为粉丝的责任与义务。粉丝们在生活中常常会用这些责任来要求自己与他人,形成了一种特有的“粉丝”行为规范,这也是仪式的结果之一——道德感,也是饭圈粉丝的共同特征。这种道德感主要表现为对圈子符号的尊敬和对圈外人攻击行为的警惕。群体认同、情感能量、圈内符号、道德感这四个互动仪式链的结果,也成为体育饭圈形成的标志。

3 新媒体下体育饭圈污名化成因

上文分析了体育饭圈中的互动仪式,可以看出情感这种非理性因素在体育饭圈中频频出现。正是这种非理性,使得饭圈粉丝的行为容易极端化、过激化,本身就容易产生不良影响。在泛污名化的大背景下,体育饭圈污名更是不可避免。在体育饭圈污名化过程中,具有传播迅速、影响力广泛等特点的发达现代新型媒体起到的作用不可忽视。从上文体育饭圈互动仪式链的三个要素出发,对体育饭圈污名化成因进行分析。

3.1 虚拟身体共在混淆饭圈界限

在互联网技术发达的当下,多种新型媒体的出现使得虚拟共在成为体育饭圈互动仪式的主流。虚拟共在虽然加速了体育饭圈规模的扩大,但是快速的扩张往往会导致粉丝质量的下降,原本只是相对松散的体育饭圈变得愈发混乱。得益于新媒体惊人的传播效果,体育圈内文化的输出以及“出征”,降低了进入饭圈的难度,制造新粉丝加入饭圈的同时,也产生了一批“伪粉丝”,这就让体育饭圈划清圈外人的“边界”变得模糊不清,

无法对参与仪式的粉丝进行区分。一些非真正粉丝的“伪球迷”“伪粉丝”也被吸纳进入饭圈之中，这些“伪粉丝”也能识别一部分圈子中的符号和其中的情感能量，但并不全面，往往只是为了凑热闹或者“吃瓜”而进入了饭圈。从而导致“伪粉丝”在饭圈中具有盲目性，容易跟风、遭到他人煽动，不自觉地成为一些恶性事件的帮凶。不仅如此，虚拟共在的模糊性还会被与本饭圈对立的其他圈子中的粉丝所利用。这些其他圈子的粉丝会假扮成是本饭圈的“圈内人”，攻击、抹黑其他圈子的粉丝或符号，主动拱火引战，从而毁坏本饭圈及粉丝的形象。例如，在微博等社交媒体中，其他星球的粉丝经常假扮詹姆斯的粉丝“詹密”攻击库里的粉丝，给“詹密”这个粉丝群体“招黑”，破坏詹姆斯粉丝的公众形象。久而久之，人们认为体育饭圈粉丝喜欢挑起争端，体育饭圈的公众形象遭到损害，饭圈的不良污名逐渐形成。

3.2 恶意情感连带引发粉丝冲突

情感连带作为互动仪式的重要环节，是互动仪式链得以循环的必要过程。在连带的过程中，随着感情的不断“加能”，粉丝的情感逐渐占据主导位置，对自身行为的控制大幅下降，很容易出现情绪化、过激化的非理性行为。体育项目的激烈竞争本身吸引的受众就是充满激情的，更容易出现过激行为。这种行为稍加引导，便可能转化为暴力攻击行为。正因情感连带中的非理性状态极易产生，使得不轨之人可以利用。他们往往通过一些媒体平台，发表一些攻击性言论，或者对一些体育明星争议性事件发表极端的观点，来带动有着相同情感的粉丝或者误导他人，引发争执甚至冲突。这些带有恶意的始作俑者往往分为两类：一类是“黑粉”。“黑粉”不是传统意义上的粉丝，而是基于利益对特定明星实施抹黑行为的群体。他们基于的并不一定是实际的经济利益，也可以是自身所喜爱的体育明星的形象、地位等。为了保护自己圈子内“偶像”的名利，而攻击、贬低其他明星。这样“一捧一踩”的行为，很容易就遭到其他圈子粉丝的厌恶，从而引发“网络骂战”。另一类是隐藏在圈子粉丝背后、通过炒作获利的“资本”。在新媒体时代，“流量”成为一种资本，掀起了“眼球经济”热潮。只要能引起粉丝们的注意，就能产生经济效益。因此，这些“资本”便不顾后果，通过购买“网络水军”或“职业黑粉”的服务，恶意“带节奏”，引发粉丝们的冲突，来维持自己所捧红的明星的热度和流量，从而从中牟利。在诸多的粉丝冲突事件背后，都可以看见这两类人的影子，他们利用粉丝情感，不顾社会影响，使得网络风气每况愈下，体育饭圈被视为污染源之一。在这样恶意的连带下，互动仪式的结果被扭曲，产生消

极的饭圈符号、情感，畸形的饭圈文化产生。

3.3 畸形圈内符号唤起负面情感

符号作为互动仪式的最终产物，携带了先前仪式中的情感。但蕴藏其中的情感不一定是正面的，圈内符号来源于群体认同，同样也来自群体的不认同，对其他事物的否定也包含其中。当粉丝们把愤怒、嘲讽、厌恶等负面情感通过特殊文字、图片、动作表达时，产生的符号大多是带有攻击、暴力、羞辱意味的畸形符号，这些畸形符号在万物互联的当下传播范围很广，以至于脱离了原本的“饭圈”。一些粉丝在圈内形成的道德感扭曲了其原本的社会道德和价值标准，不计使用这些符号的后果和影响。以武术圈为例，“马保国”粉丝以“混元形意太极拳”作为身份标签，产生了带有讽刺意义的“闪电五连鞭”“接化发”等武术套路符号，并被网友争相效仿。虽然只是娱乐之举，但是严重影响了传统武术在群众心中的形象。当圈内所崇拜的偶像被其他圈子的粉丝攻击时，这些畸形符号常被作为圈内粉丝反击的手段。这些畸形符号使用得越多，唤醒的负面感情就越强，一方面维护了圈内粉丝认为的“正义”，一方面激起了对立粉丝群体的不满，成为粉丝冲突升级的导火索。例如，在库里粉丝与詹姆斯粉丝的网络骂战中，曾多次出现“两手一推勒布朗詹”的字样，这是库里粉丝讽刺詹姆斯喜欢向裁判抱怨的行为，引起詹姆斯粉丝的一片声讨。这样的畸形“饭圈文化”，让体育饭圈粉丝被贴上“暴力”“没素质”“易怒”的标签。

4 新媒体下体育饭圈污名化的消解

4.1 明晰界限：规范体育饭圈圈层划分

饭圈之所以能称之为“圈”，是因为有明确的内部圈层划分和区分圈内外的边界，明确、规范体育饭圈的内外圈层划分是净化体育饭圈、破除体育饭圈污名的首要任务。在体育饭圈内部粉丝相对松散的大背景下，体育饭圈内部的组织机制需要向“老牌”文娱饭圈靠拢，形成严密的粉丝组织体制。各个体育饭圈头部应当明确圈内粉丝划分的基本结构，可以将粉丝的身份进一步细化为不同的角色，如摄影组、后勤组、应援组、传教组等。根据功能、权力的不同进行层级划分，这样既可以方便管理，又能够增加饭圈内部的凝聚力。

在虚拟在场盛行而产生大量“伪粉丝”的情境下，体育饭圈对于粉丝身份的认定更要加强。饭圈边界方面，各体育饭圈甄选粉丝的方式方法需要进一步完善，丰富辨别真伪粉丝的手段，这是饭圈的内部管理者、领导者所需要注意的。各个娱乐界的“老牌”饭圈拥有十分完善、健全的粉丝认证系统并对粉丝的身份进行区别，这种标

准通常是有成文规定的,一般通过连续签到达到一定时间、发表相关话题的帖子达到一定数量或者完成粉丝知识考试才能“入圈”。体育饭圈可以借鉴文娱饭圈的方法,结合体育领域实际情况,制定出完整的体育饭圈准入退出机制并落实,从而减少“伪粉丝”的加入,确保体育饭圈粉丝懂体育、爱体育、讲道德。

4.2 强化监管:打击饭圈恶意炒作行为

情感连带是互动仪式链中要素到结果的桥梁,情感连带越积极,产生的圈内符号、情感能量也就越正向。打击“恶意炒作”这种负面情感连带是治理体育饭圈污名,防止畸形饭圈文化侵蚀体育的关键。饭圈中的“黑粉”,大多是其他饭圈的粉丝。各个饭圈的领导者要明确赏罚奖惩,管好圈子成员,对圈内粉丝刻意引战、造谣抹黑、侮辱谩骂等行为严厉惩罚。同时,饭圈领导者大多是圈内的权威和意见领袖,对饭圈粉丝言行的影响十分显著,领导者自身也要遵循规则,为圈内粉丝树立榜样,带领粉丝脱离“黑粉”怪圈。各大网络平台也要加强审核,对不良言论及时删除、违规用户及时封禁;对于唯利是图的“水军”“职业黑粉”以及隐藏在背后的操纵者,以破坏良好社会风气、舆论环境为代价来换取个人利益,社会危害性大、影响性恶劣,更应该严惩。强化网络治理监管,联合各个网络平台,利用大数据保持对饭圈事件、饭圈粉丝的密切关注,及时遏制不良势头。完善网络相关法律条例,加大惩罚力度,必须要起到震慑作用,杀一儆百。“水军”“职业黑粉”只是“苍蝇”,不良“资本”才是“老虎”。只有追根溯源,铲除整条炒作“产业链”的同时,打击背后的不良“资本”,既抓“苍蝇”,又打“老虎”才能从根本上杜绝恶意炒作粉丝事件的发生,还体育饭圈风清气正。

4.3 引导教育:宣扬正确圈子文化符号

各圈子符号是每个体育饭圈的“图腾”,代表着不同的饭圈文化。一味地整治只消除了表面的病症,引导、促进体育饭圈生产出“正能量”的圈内符号才是根治体育饭圈污名病灶的药方。体育,本身就是积极向上、顽强拼搏、自强不息等诸多美好品质的“代言词”。发挥体育运动本身特质和功能,通过体育健儿们赛场的拼搏经历教育粉丝;将体育精神与树立社会主义核心价值观相结合,通过体育明星正面事迹感染粉丝。体育明星、圈内意见领袖要以身作则,主动承担社会责任,发挥教化作用,积极引导粉丝进行积极的文化再生产,情感连带积极了,饭圈生产出的符号也是正面的。同时,媒体、平台等社交媒体要与官方媒体联手,大力传播饭圈内部的积极文化符号。正确认识饭圈文化的两面性,发掘体育饭圈良好向上的一面。从疫情期间“众多饭圈粉丝募

集物资捐款驰援武汉”到“众多体育粉丝设立公益基金会”等,体育饭圈粉丝的公益行为也屡见不鲜,体育饭圈粉丝的身上具有热爱国家、乐于助人等优良美德,这些事迹的报道力度往往缺乏。宣扬正确圈子符号,树立体育饭圈正确价值观和道德准则,营造良好网络环境,潜移默化地改变体育粉丝言行,自觉抵制畸形饭圈文化,从而祛除污名化标签,达到正本清源的效果。

参考文献

- [1] 朱丹红,林旭东. 赛博仪式的狂欢:电竞赛事观赛群体的情感表达机制[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2023(5): 127-137.
- [2] 毛丹,王敬雅,陈佳俊. “饭圈”观察:组织特征与圈内外关系[J]. 社会学研究, 2021, 36(6): 90-112, 228.
- [3] 曾庆香. “饭圈”的认同逻辑:从个人到共同体[J]. 人民论坛·学术前沿, 2020(19): 14-23.
- [4] 曾一果. 从“圈地自萌”到“文化出圈”——社交媒体环境下“饭圈”文化的自我突破[J]. 人民论坛·学术前沿, 2020(19): 6-13.
- [5] 邓昕. 被遮蔽的情感之维:兰德尔·柯林斯互动仪式链理论诠释[J]. 新闻界, 2020(8): 40-47, 95.
- [6] 蒋真真. 互动仪式链视角下“饭圈文化”研究[J]. 青年记者, 2020(8): 24-25.
- [7] 吕鹏,张原. 青少年“饭圈文化”的社会学视角解读[J]. 中国青年研究, 2019(5): 64-72.
- [8] 吴迪,严三九. 网络亚文化群体的互动仪式链模型探究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016, 38(3): 17-20.
- [9] 潘曙雅,张煜祺. 虚拟在场:网络粉丝社群的互动仪式链[J]. 国际新闻界, 2014, 36(9): 35-46.
- [10] Randall Collins. Interaction Ritual Chains [M]. Princeton: Princeton University Press, 2014.
- [11] 张昱,杨彩云. 泛污名化:风险社会信任危机的一种表征[J]. 河北学刊, 2013, 33(2): 117-122.
- [12] 张乐,童星. 污名化:对突发事件后果的一种深度解析[J]. 社会科学研究, 2010(6): 101-105.
- [13] 张宝山,俞国良. 污名现象及其心理效应[J]. 心理科学进展, 2007(6): 993-1001.
- [14] 胡岑岑. 从“追星族”到“饭圈”——我国粉丝组织的“变”与“不变”[J]. 中国青年研究, 2020(2): 112-118, 57.
- [15] 欧文·戈夫曼. 污名:受损身份管理札记[M]. 宋立宏,译. 北京:商务印书馆, 2009.