

DOI: 10.12361/2705-0866-05-05-126866

“网红”现象对艺术类专科学生的 思想价值观影响探究

——以浙江横店影视职业学院为例

林志远 洪 彤

浙江横店影视职业学院, 中国·浙江 金华 322118

【摘 要】随着互联网的发展,“网红”一词已成为当下流行词语,越来越多青少年成为其受众群体。在大学期间,正处于价值观塑造的关键时期,此浪潮也在不断影响着艺术类专科学生的价值取向。艺术类专科学生本身富有个性,在面对扑面而来的“网红”浪潮是否能明辨是非、抵制乱象尤为重要。本文通过“网红”现象探究其对艺术类专科学生的价值观影响问题,分析不同专业学生的问卷调查,凝练影响因素,帮助艺术类专科学生在“网红”乱象下形塑正向价值观。

【关键词】“网红”; 艺术类专科学生; 价值观

The Influence of "online Celebrity" Phenomenon on the Ideological Values of Art College Students

—— Taking Zhejiang Hengdian Film and Television Vocational College as an Example

Zhiyuan Lin, Tong Hong

Zhejiang Hengdian Film and Television Vocational College, Jinhua, Zhejiang, China 322118.

[Abstract] With the development of the Internet, the word "online celebrity" has become a popular word, and more and more teenagers have become its audience. During college, it is in a critical period of shaping values, and this wave is constantly affecting the value orientation of art college students. Art college students are full of personality, so it is particularly important to distinguish right from wrong and resist chaos in the face of the "online celebrity" wave. Through the phenomenon of "online celebrity", this paper explores its influence on the values of art college students, analyzes the questionnaires of students of different majors, and condenses the influencing factors to help art college students shape positive values under the chaos of "online celebrity".

[Keywords] "Online celebrity"; Art college students; Sense of worth/values

“网红”是指通过网络途径走红的人,通过直播、网络视频等形式展示自我,对某个细分领域具有很强的价值引导性^[1]。当前“网红”现象成为社会浪潮,对艺术类专科学生的思维方式、道德观念、价值判断、行为习惯等诸多方面产生了巨大的冲击和影响^[2]。

目前,国外学者对“网红”现象相关性影响的研究较少,现有研究对“网红”现象整体持积极乐观的态度^[3]。国内学术界对“网红”现象的研究,多集中于“网红”经济^[4]、“网红”营销^[5]、“网红”品牌打造^[6];或从心理学^[7]、传播学^[8]、社会学^[9]等角度分析其走红原因及对大众的影响。虽然有大量期刊探讨“网红”,但对于其对艺术类专科学生价值观的影响研究却很少,针对此类学生思想价值

观影响的研究更是空缺。

1 调查情况

以问卷发放调查为主,加以个人访谈。问卷设计经该领域两名高级职称专家确定,包含基本情况和具体内容两个部分,共计27个问题。基本情况包括学生的性别、年级、专业;具体内容主要包括艺术类专科学生对“网红”的认知程度和价值取向,共设有18个问题,此外还设有6个开放性问题。本次调查主要侧重于浙江横店影视职业学院影视表演学院、影视制作学院、影视美术学院3个二级分院,通过问卷星数据软件进行数据分析。

1.1 问卷实施情况

2023年2月到3月间,实际共发放853份,回收833份,其

中有效回收801份,有效回收率为93.9%。此次调研以浙江横店影视职业学院艺术专业学生为研究对象,采用不记名的方式进行抽样调查。同时,为了更贴近学生实际情况,以访谈方式调查了各年龄段艺术类专科学学生12人。以上数据结果仅为本文研究提供参考依据,不代表整体情况。

表1.1 基本信息

类型	变量	人数(人)	结果(%)
性别	男	212	26.47
	女	589	73.53
年级	大一	480	59.93
	大二	310	38.70
	大三	11	1.37
专业	影视表演类	88	10.99
	影视制作类	429	53.56
	影视美术类	284	35.46

1.2 调查内容概况

1.2.1 艺术类专科学学生对“网红”现象的认知程度

在调查艺术类专科学学生对“网红”的关注度和了解途径中,19.35%的学生非常关注,“一般关注”的人数占39.08%,31.59%的学生偶尔关注,只有9.99%的学生从未关注或了解过网络红人。艺术类专科学学生了解“网红”的主要途径是通过各种短视频App,达到了90.01%。16.35%的学生则通过直播平台关注网络红人。此外,购物网站和社交软件的关注度也很高,分别占45.07%和46.32%。约有9.61%的学生通过其他途径关注相关信息。

被调查者普遍认为“网红”需要具备高颜值、高才艺和正能量等基本条件。73.28%的人较喜欢娱乐搞笑类“网红”,56.8%的人则更倾向于欣赏各领域才华横溢的主播“网红”,美妆时尚类网络红人的受欢迎程度达到了62.05%,知识教育类“网红”约占36.33%,竞技体育类则为26.97%,其它类“网红”则约占11.49%。

801名被调查者中,每天在关注“网红”上花费不到1小时的有442人;有76人花费2至3小时;有217人平均花费1至2小时;有66人至少花费3小时关注网络红人。

1.2.2 “网红”现象对艺术类专科学学生的价值选择影响

在艺术类专科学学生对“网红”现象的关注、态度和影响的调查中,68.54%的学生关注“网红”为追求娱乐消遣,32.83%的学生因无聊空虚而排遣时间,18.48%的人则是出于好奇心理关注;17.48%的人认为“网红”现象的普及弊大于利,18.1%的人则认为利大于弊,64.42%的学生则没有明确的看法;在被问及如何评价“网红”群体的道德素质问题时,12.36%的人认为“网红”总体的品行表现素质低下,8.24%的人赞扬“网红”群体总体素质高,约

79.4%的人认为“网红”群体总体素质表现一般。此外,约65.04%的艺术类专科学学生不同程度上购买了网红推荐的相关产品,其中约43.32%的人会理性购买,而约4.24%的人则因为被“网红”带货吸引等外在因素而频繁购买,偶尔购买的比例约为17.48%;最后,有45.95%的艺术类专科学学生在就业选择上受到“网红”影响,其中约38.83%的人表示在未来会考虑成为一名“网红”,有7.12%的同学表示对网红职业有很大倾向性。

1.3 调查结果分析

艺术类专科学学生对“网红”比较感兴趣,以展现创新、自由和轻松生活态度的娱乐型网红为主,且其对“网红”评价褒贬不一,存在对低俗网红群体支持的学生。

网络红人现象对其价值观有一定影响,包括道德判断、职业选择、审美倾向和消费观念等方面。这些现象一方面对他们产生了积极的示范作用,加强了他们对自我和世界的认识;另一方面也在不断冲击着艺术类专科学学生的身心健康。

网络红人现象传播的负面影响催生了青年亚文化,以及庞大的粉丝效应缩短了“网红”的成名周期。这些现象的负面效应传播带偏了舆论。在访谈阶段,艺术类专科学学生中“御宅族”的数量大量增加,他们沉迷于享受自己的幻想世界,窥探欲和内心的虚荣心已造成心理亚健康状态。

2 影响及原因分析

2.1 积极影响

(1) 拓宽文化知识视野:“网红”现象带来生动、综合、交互的文化类型,帮助艺术类专科学学生拓宽视野,充实精神世界,激发内在潜力和人生追求。

(2) 更新创业就业观念:互联网创业节约了资本,“网红”创业成功典范激发了内心对创新创业的热情,减轻前途焦虑感。

(3) 缓解心理精神压力:“网红”符合当代艺术类专科学学生的心理诉求,缓解压力,增加自信心及对未来生活的期望。

(4) 提升人际交往能力:网络社交是艺术类专科学学生人际交往的新渠道,“网红”带来自由自在、不拘形式的社交空间,拓宽交友范围,提升社交能力,满足获得独立空间、尊重个性的自我需求。

2.2 消极影响

(1) 套路炒作影响勤奋:网络红人的虚假成功套路和炒作方式,导致一些艺术类专科学学生沉迷于空想,产生不切实际的想法,放弃踏实求学、奋斗拼搏的知识求索道路,试图通过投机取巧、不劳而获的快速捷径获取成功。

(2) 虚假欺骗影响斗志: 一些成功的“网红”背后存在虚假和欺骗, 这种现象背后极大的负面隐患是对艺术类专科学子昂扬向上的整体精神风貌的影响, 导致他们丧失脚踏实地的斗志, 扭曲了在奋斗中实现成功的劳动价值认知。

(3) 审美偏离导致“唯外貌论”: 由于缺乏足够的社会经验, 一些年轻人的审美倾向被“网红脸”、“伪娘”等所影响, 导致他们的审美观偏向低俗, 更加注重外表而轻视内涵。

(4) 理想主义导致眼高手低: 受“网红”营造的理想生活影响, 一些学习艺术专业的学生, 由于过分追求环境优越、高薪高名, 放弃了艰苦奋斗、勤奋致富、职业平等的信仰。

2.3 原因分析

社会环境的多元化促成了“网红”现象的产生, 但同时也对艺术类专科学子的价值观产生了不同的影响。影响原因主要有以下几个方面:

(1) 政府监管法规尚待完善, 网络平台对于网络红人的不当过激言行采取了容忍、放纵的态度, 需要加强立法和具体的执行力度。

(2) 媒体需要客观、理性、公正地报道当前的“网红”现象, 坚守媒体人的新闻价值标准, 切勿丢失职业操守, 陷入“热度陷阱”之中。

(3) 网络红人的影响力扩大使部分商家企业看重他们某方面有待开发的商业价值, 部分“网红”选择剑走偏锋以凸显自己的独特, 但也有背弃社会责任和职业操守的问题。

(4) 当代艺术类专科学子个性鲜明, 对未知世界充满好奇, 但心理发育并未真正成熟, 需要审慎选择, 理性对待“网红”现象。

3 应对策略

(1) 政府净化“网红”生存环境, 包括完善相关网络安全法规建设、加强监管和实名制登记等。

(2) 媒体打造“主流网红”正能量形象, 包括遵守媒体行业的权威性、公信力和影响力、共同打造相关主体的“网红节”、追求高质量的内容输出。

(3) 高校强化“网红”舆情价值观教育, 包括介入并把控话语权、建立多渠道的思想反馈机制和搭建“正能量网红”高校宣传平台等。

(4) “网红”提升自身道德素养, 包括强化自身社会责任感、提高个人修养和文化品位并传达正能量。

(5) 艺术类专科学子加强自我教育, 包括确立崇高的

政治立场和信念、具备良好的媒介素养能力并学会理性的看待网络红人问题等。

4 总结与展望

本文探讨了“网红”现象对当代艺术类专科学子价值观的影响, 并提出了应对策略。针对“网红”现象存在的问题, 需要政府、媒体、“网红”群体和艺术类专科学子等不同主体层面出发, 提出实际有效的解决方法, 为艺术类专科学子打造一个健康向上、充满正能量、风清气正的绿色“网红”生态环境。同时, 本文也提出了一些具体的对策措施, 如政府完善相关网络安全法规建设、媒体打造“主流网红”正能量形象、高校强化“网红”舆情价值观教育、“网红”提升自身道德素养等。

在未来, 应该发挥“网红”现象的积极作用, 引导高校的价值观教育, 培养大学生的社会主义价值信仰和高尚的品德和行为习惯。同时, 应该帮助大学生保持理性思维, 自觉践行社会主义核心价值观, 在奋斗中不断前行, 培养新时代的优秀追梦人。然而, 本文仍有不足之处, 需要更深入地理解和完善数据结果, 同时也需要更进一步的实践。

参考文献:

- [1] 张帅. 网红经济学: 人格力量下的C2B商业逻辑[M]. 北京: 中国宇航出版社, 2017: 12—18.
- [2] 郝玲玲. “网红”现象对艺术类专科学子价值观影响研究[D]. 山西: 中北大学, 2020.
- [3] 丰树琪. 在华外国人自媒体博主社交网络传播现象研究[D]. 吉林大学, 2019.
- [4] 刘帅. 让“网红经济”红得更久[J]. 人民论坛, 2020(9): 50—51.
- [5] 邱重植. 基于KOL的网红营销研究[J]. 环球市场, 2020(20): 147—148.
- [6] 申怡. 消费者对网红品牌选择影响研究[J]. 消费导刊, 2017(20): 1.
- [7] 张明明. 网红品牌IP营销、消费心理及消费意愿的动态关系[J]. 商业经济研究, 2021(5): 83—85.
- [8] 王子立. “青菜姐姐”网络走红的传播学解读[J]. 新闻知识, 2014(6): 97—98.
- [9] 刘丽艳. 社会学视野下的“网红”现象解读与思考[J]. 长江丛刊, 2020(18): 21—22.

作者简介:

林志远(1994.9—), 男, 汉族, 山东东营人, 团总支书记/助教, 硕士研究生, 研究方向: 信息技术与思政教育。