

融媒体时代“网红”文化对大学生的影响及对策探究

杨玲飞

(嘉兴学院 浙江嘉兴 314001)

摘要:在融媒体盛行的时代,“网红”文化传播速度之快,而大学生作为网络的原住民,不可避免地受到“网红”文化的影响。“网红”文化鱼龙混杂,大学生又是价值观形成的关键时期,缺乏一定的辨别能力。高校作为培养大学生的成才之地,要认识到“网红”文化的积极影响和消极影响。面对消极影响,高校要加强政治思想教育,打造优质校园网红以及运营校园网络平台等,通过这些措施帮助大学生树立正确的价值观,更好地为社会添砖加瓦。

关键词:网红;大学生;融媒体

据第46次《中国互联网络发展状况统计报告》统计显示,截至2020年6月,我国网民规模达9.40亿。其中20-29岁者占到19.7%且人均手机APP数量达72个。^[1]由此可见,大学生是网民群体的主力军。在融媒体时代,大学生主要通过抖音、微博、快手等APP来关注“网红”动态。目前“网红”文化良莠不齐,无论是积极向上的内容抑或是消极低俗的内容都进入大学生的视野。大学生的自律和辨别能力普遍不高,观看自己喜欢的“网红”直播便会占用大量学习时间,消磨自己的斗志。

习近平总书记说“大学生的理想信念和人生航向,从一定意义上就代表了我们的民族、这个国家未来的走向。”大学时代正是大学生形成理想信念和人生航向的关键时期,高校如何帮助大学生正确看待“网红”文化是亟待解决的问题。

一、“网红”文化

(一)“网红”概念

“网红”即网络红人,是指在网络中因为某个事件或者某种行为被网民关注从而走红或持续输出专业知识而走红的人。^[2]在融媒体时代,很多“网红”与大学生的审美、审丑、娱乐、刺激、偷窥、臆想、品味及看客等心理相契合,深受大学生的喜爱。“网红”文化经历了文字、图片以及到现在的短视频时代,以融媒体为媒介在大学生之间迅速传播。

(二)“网红”特点

泛娱乐化。网红的泛娱乐化的首要表现就是在当前的互联网中只要具备话题性或者争议性,任何人都会有机会走红。^[3]在各种融媒体上随处可见各种搞笑、搞怪的视频,而那些传播正能量的视频相比较而言少之又少。那些搞笑、搞怪的视频往往更能吸引大学生的注意,在空闲时间总能见到大学生看搞笑视频开怀大笑的场面。大学生不仅爱看娱乐视频,也爱模仿、与朋友讨论这些娱乐视频。娱乐视频充斥着大学生的学习生活,大学生会潜移默化的成为娱乐的附属,最终成为娱乐至死的物种。

商业化。目前“网红”的套路,基本都是通过热点事件、搞笑等吸引眼球的视频获得大量粉丝。达到一定的粉丝数量便开始与商家合作,直播带货,吸引粉丝买单,获得大量利润。在融媒体时代,“网红”通过网民直播间打赏、送礼物等也可以变现获取利润。“网红”的超强变现能力使得各类资本竞相追逐,在经济因素的驱动之下,“网红”已然形成了完整的产业化链条。^[4]据大数据交易平台数据宝统计显示,号称2019年“带货一哥”李佳琦赚了将近2亿元,网红李子柒赚了1.6亿。^[5]

草根化。融媒体时代的“网红”成名不需要像明星一样精心包装和强大的运营团队,只需一个平台和吸引眼球的视频便能一炮而红。很多“网红”都是“草根”出生,和网民一样的普通人。“网红”发布的视频都是“接地气”,与网民之间有高度互动。这会让网民产生一种“逆袭”心理,觉得只要自己通过努力也可成为“网

红”。

二、“网红”文化对大学生的积极影响

(一)缓解学业压力,增添生活乐趣

施卫强等人在调查中发现,45.97%的大学生认为“网红”提供了形式多样有趣的日常休闲娱乐方式,在一定程度上丰富了大学生的业余生活。^[6]融媒体时代的“网红”文化有着传播速度快、时间短、娱乐性强等特点,受到大学生的追捧。大学生在一天枯燥乏味的学习之后,观看自己喜欢的“网红”视频来缓解学习压力。“网红”视频多种多样,有游戏类、美妆类、搞笑类等,大学生在休闲娱乐的同时也会掌握一些穿衣打扮、运动健身等方法。

(二)培养创新意识,提高创业能力

“网红”文化依托融媒体传播,各种新颖有创意的视频引发了大学生的奇思妙想。当前,我国政策鼓励大学生创新创业,各大高校都开设“互联网+”创业的课程并举办大学生创新创业的比赛。耳熟能详的饿了么的创始人是大学生张旭豪,他与同学一腔热情积极探索,遇到过困难也从未放弃。最终张旭豪成为饿了么董事长,并创下全球外卖平台单笔融资金额最高纪录。又如被大学生经常应用的超级课程表APP是由大学生余佳文所创立的。一开始,余佳文的超级课程表不被老师和同学们看好,但他依旧不停钻研。目前超级课程表已融合了国内近2000所高校的课程信息,用户已经超过了200万。这些创业“网红”的案例,会启发大学生的灵感,助力个人发展,为未来就业市场注入新的活力。

三、“网红”文化对大学生的消极影响

(一)扭曲消费观,想成奢靡之风

很多“网红”在融媒体上发布的各种视频,都是炫豪车、豪房以及各种奢侈品,拜金主义和消费主义弥漫着网络空间。拥有众多粉丝的“网红”会在直播间带货,推销各种时尚产品。大学生缺乏一定的辨别能力,喜欢盲目跟风,买“网红”所推销的产品。这种与网红相伴而生的网红经济,在其繁荣的同时也导致了消费主义的泛滥,这种消费主义所宣扬的过度消费观念会将大学生们引入非理性消费的歧途。^[7]很多大学生一旦形成非理性消费主义观,不顾自己的经济实力,买“网红”同款的奢侈品。这便使不法分子钻空子,让大学生“裸贷”。大学生的非理性消费主义观会使校园产生不良风气,不利于大学生传承中华民族勤俭节约的优良传统。

(二)误导义利观,拥有浮躁之气

近些年来功利主义盛行,西方拜金思想侵入弥漫不散,从诸多将个人利益凌驾于集体利益之上、盲目追从物质利益的网红身上便能窥其一二。^[8]融媒体上的许多“网红”是一夜成名,由默默无闻的普通人一跃成为万人仰慕的对象。他们没有经历过十年寒窗苦读才成名,出名和成功的付出与回报不成正比。这使得很多大学生趋之若鹜,产生“网红”可以逆袭,自己也行的心理。孙叶富等人通过调查发现更多的大学生希望在短时间成为网红占到69.8%。^[9]

这也说明很多受到“网红”影响的大学生急功近利,缺少脚踏实地和刻苦钻研的学习精神,都想要快速成名实现自己的目标。在电视剧《少年派》中,林妙妙迷恋上网络直播,不惜逃课去做主播挣钱。她觉得这么辛苦读书没有什么用,最后还不是去挣钱。而做网络主播挣钱有多又快,比读书强。很多大学生中心中都有这种“读书无用论”的观点。

“网红”挣钱的方式光鲜亮丽,生活丰富多彩。而普通人的生活就显得黯然失色。“网红”文化所传达的急功近利的观点,荼毒着大学生的思想,使大学生不能沉下心来读书学习,使校园形成浮躁的氛围。这样高校培养出的大学生不能肩负起社会的重任,不能成为祖国的栋梁。

(三) 拉低审美观, 形成低俗之风

融媒体时代的“网红”通常以博出位、秀下限来吸引网民的注意,获得大量粉丝关注。被称之为“网红脸”的标配是锥子脸、大眼睛、一字眉。这些庸俗的审美使得大学生形成畸形审美观,对美仅仅停留在表面,而忽略深层次的美。大学生为了追赶时尚潮流,喜欢网红发型、网红配饰以及网红衣服。不管这些网红物品是否适合自己,大学生都纷纷效仿,只为追求网红美。还有部分大学生为了让自己像“网红”一样的高颜值,不惜放弃上课学习时间,化妆拍照修图,非常注重自己的外表。这种畸形的审美观会使大学生看待美千篇一律,缺乏多元性,浮于表面,不利于大学生的身心发展。

四、应对“网红”文化消极影响的措施

(一) 加强政治思想教育, 提高辨别能力

面对“网红”文化的消极因素,高校应当加强大学生的思想政治教育,让大学生正确看待“网红”文化,学习“网红”的正能量并摒弃落后消极思想。高校可以将“网红”文化融入思政课中,开设相关课程。习近平总书记说:“思政课是落实立德树人根本任务的关键课程。”黎晓琳通过调查发现至于对大学生开设与“网红”相关的思想政治教育的方式倾向方面,64.95%的大学生认为开设公共课是最直接有效的方式。^[10]由此可见,高校通过开展“网红”思政课以及“网红”公共课程,将会提高大学生的政治思想素养,学会辨别“网红”中的丑与美。

为了更好地贴近大学生生活,将辨别“网红”文化的能力渗透到每位大学生心中。高校可以选取热点“网红”文化与专业课相结合,引入该事件让大学生讨论并发表自己的观点。高校教师应当积极引导大学生,发表积极向上的观点让大学生正确认识“网红”文化。

(二) 打造优质校园网红, 发挥榜样作用

高校应当利用融媒体“网红”文化效应,打造属于自己高校有特色的校园网红。例如嘉兴学院在新生季迎来了取得解放军大比武女枪手称号的沈梦可。在开学之前,沈梦可的事迹已经活跃在网络上,青春浙江、人民网等公众号纷纷发表有关沈梦可的文章。嘉兴学院将已产生“网红”效应的沈梦可学生打造成属于嘉院的“网红”,在各种学校公众号中讲述她的事迹,并邀请她作为新生代表在开学典礼上讲话。她的事迹传播了正能量,无形间宣传了主动参军报效祖国的光荣,鼓舞了大学生奋发学习。

高校也可以举办一年一度的“网红”学生和老师比赛,选取励志优秀的学生和老师作为校园网红。将这些校园网红通过校园公众号、微博、视频号等方式让大学生学习校园网红身上的精神和品质。达到一定的影响力时,并让校园网红成为意见领袖。意见领袖是指活跃在人际关系网络中,为他人提供信息、意见并对他人施加个人影响的人物,它的定义包含广泛,不止明星也可以是网红、企业家或者某一方面领域的专家等。^[11]这样当网络热点事件出现时,意见领袖及时发表积极向上的观点和看法,有利于大学生正确看待“网

红”文化。

(三) 运营校园网络平台, 传播正确言论

在网络快速发展的时代,高校应当运用好网络,利用融媒体传播正能量。但是胡芳等人通过调研发现,目前86%的高校尚未建立融媒体中心。^[12]目前大量良莠不齐的“网红”文化通过融媒体占据大学生的网络高地,作为高校更应当建立健全融媒体,通过融媒体发声占据网络高地。高校要学会将校报、广播等传统媒体与微信、微博等新媒体相结合,形成完整统一的融媒体。

高校要将思想教育线上与线下相结合,线上教育不受时间、地点的限制。高校应当在重要时间节点推送时事热点,多在各大网络平台上与大学生互动,这样更能及时动态地掌握大学生的思想并及时纠正不良思想。对于大学生志愿活动、暑期社会实践活动等在各种平台上发布,让大学生积极主动参加,丰富大学生的课余生活,展现大学生的青春风采。

五、小结

在融媒体时代,“网红”文化迅猛发展,在给大学生带来休闲娱乐的同时,也带来许多不利影响。高校应当肩负起培养有责任有担当的大学生的重任,积极应对“网红”文化的消极影响,助力大学生的成长。高校可以将“网红”文化纳入大学课程提高大学生的政治素养,选取校园优秀学生和教师起到先锋模范作用为其他大学生树立榜样,建立健全融媒体多于大学生交流互动等,通过这些方式让大学生形成正确的人生观、世界观和价值观,更好地为社会做出贡献。

参考文献:

- [1]陈昊,何国旭,邹育丞,等.融媒体时代高校立体宣传传播平台的建设思索[J].传媒论坛,2021,4(13):2.
 - [2]李婷.“网红”文化盛行下高校网络育人策略初探[J].湖北开放职业学院学报,2021,34(22):2.
 - [3]吴双.3.0时代网红现象对大学生的负面影响及对策[J].宁波教育学院学报,2018,20(4):4.
 - [4]许祥云,张茜.“网红”的发展逻辑及其负面效应的规避[J].湖北社会科学,2019(5):9.
 - [5]郑建芸.网红时代高校思想政治教育面临的挑战与对策[J].湖北开放职业学院学报,2020,33(15):3.
 - [6]施卫强,杨铭.基于“网红”现象影响下大学生思想政治教育研究[J].黑河学刊,2018(3):3.
 - [7]张甲田.网红与大学生价值观培育间的冲突与消解对策[J].大众文艺,2020(17):212-213.
 - [8]王敬峰.网红现象对大学生价值观的影响及对策分析[J].科学大众:科学教育,2019(8):2.
 - [9]孙业富,张志锋,孙雯.大学生视野中的“网红”负面透视及其对策探究[J].高教论坛,2018,10(10):125-128
 - [10]黎晓琳.大学生对“网红”现象的态度调查研究[J].科教文汇,2018(13):13-14.
 - [11]姚佳艺.融媒体背景下高校宣传思想文化工作的发展路径[J].兰州教育学院学报,2020,36(9):3.
 - [12]胡芳,刘义国,赵晓玉.高校宣传工作的融合之思,现实之困与转型之策[J].北京教育:高教版,2020(12):3.
- 基金项目:本文系嘉兴学院校级课题,“融媒体时代网红文化对大学生价值观教育的影响与对策研究”(编号:70122016)研究成果。
- 作者简介:杨玲飞,女,汉族,籍贯浙江台州,1983-06,工作单位:嘉兴学院,职称讲师,本科学历,研究方向:主要从事学生思想工作