

新媒体视域下体育“饭圈化”现象研究

陈晨

南京体育学院，江苏南京，210018；

摘要：体育“饭圈”化是体育发展模式转变的过程性呈现，也是新媒体视域下一种自组织模式的缩影。文章探讨饭圈文化外溢至体育界产生的各种网络表现，分析体育“饭圈化”形成过程中新媒体媒介所发挥的催化作用。研究发现，体育“饭圈化”在体育推广、文化认同方面具有一定积极价值，但同时“饭圈”的运作模式也给体育界带来焦点转移、非理性宣泄、侵犯隐私等一系列不良行为，影响体育竞技秩序，破坏体育精神。

关键词：新媒体视域；体育饭圈化；饭圈文化；粉丝群体

DOI：10.69979/3041-0673.24.11.006

引言

2024 年，各类体育赛事中粉丝不文明行为的涌现使得体育“饭圈化”现象成为社会舆论和政策关注的核心议题。国家体育总局在全国体育宣传文化工作会议上明确表示，将坚决抵制畸形的“饭圈文化”对体育界的影响，这一表态迅速引发了广泛的社会讨论。体育“饭圈化”现象指的是体育领域内粉丝群体对于体育明星的追捧行为，其特点与娱乐领域的“饭圈”文化相似，包括高度组织化的粉丝活动、情感投入以及对偶像的强烈个人崇拜。这一现象在新媒体时代尤为显著，社交媒体平台的兴起为体育明星与粉丝之间的互动提供了新的渠道，同时也催生了新的文化形态和社会问题。体育“饭圈化”作为体育领域中的新事物、新现象，在一定程度上给体育舆情治理、体育价值观培育与体育文化传播等方面带来了诸多变化与挑战，应如何审视、分析和应对体育“饭圈化”现象成为当下研究应有之义。

1 体育“饭圈化”的外在表征

随着娱乐圈虚构的明星“人设”逐渐崩塌，粉丝们开始将追星热情转移到体育圈中。体育明星们也从被动出圈转变为主动破圈，开始主动寻找与粉丝交流的机会，渴望与粉丝之间建立一定的联系，这也为体育粉丝完成追星活动奠定了基础。体育“饭圈化”现象在近年来逐渐显现，并对体育领域产生了多方面的影响。以下是体育“饭圈化”的三个外在表征：

1.1 粉丝组织化

粉丝们自发成立各种应援会、后援团等组织，通过制定规章制度、分工协作，共同为偶像加油助威、维护形象、参与商业活动。这些组织具有高度的凝聚力和执行力，能够在短时间内集结大量人力物力，形成强大的

舆论声势。以乒乓球运动员樊振东的粉丝组织“小胖的胖友们”为例，该组织通过统一的应援口号、服装和旗帜，在比赛中为樊振东加油助威，形成了一道独特的风景线。樊振东的粉丝们不仅在赛场上表现出极高的组织性和纪律性，还在社交媒体上积极互动，发布应援内容，增强粉丝之间的凝聚力和归属感。这种组织化的粉丝群体不仅在赛场上为偶像加油助威，还在日常生活中通过各种方式支持偶像，如购买代言产品、参与线下活动等。

1.2 社交媒体互动频繁化

粉丝们通过关注运动员的官方账号、参与话题讨论、发布应援内容等方式，与偶像保持紧密联系。点赞、评论、转发等互动行为不仅增强了粉丝的归属感和认同感，还扩大了体育明星的影响力。以篮球运动员易建联为例，他的社交媒体账号下，粉丝们积极留言、点赞和转发，分享易建联的比赛精彩瞬间和个人生活点滴，形成了活跃的互动氛围。易建联的粉丝们不仅在赛场上为他加油助威，还在社交媒体上通过各种方式表达对他的支持和喜爱。例如，易建联在 2024 年 10 月 21 日通过其推特账号发声辟谣，这一行为迅速引起了媒体和粉丝的高度关注，多位博主几乎实时转发，话题“#易建联辟谣”迅速蔓延开来，不同观点交织，形成了广泛的讨论。这种频繁的社交媒体互动不仅提升了易建联的知名度和影响力，还增强了粉丝之间的凝聚力和归属感。粉丝们通过点赞、评论和转发，积极参与到易建联的社交媒体活动中，形成了一个活跃的粉丝社区。

1.3 网络舆论极化

由于粉丝群体内部的高度一致性和排他性，当遇到不同意见或负面信息时，往往会出现集体抵制、谩骂甚至网络暴力的情况。这种群体极化现象不仅影响了网络

生态的健康发展，还对运动员的公众形象造成了损害。以 2023 年全国跳水锦标赛为例，全红婵在女子 10 米跳台决赛中获得亚军，陈芋汐夺冠。赛后，有观众在现场质疑裁判，认为裁判对全红婵的打分不公，这一行为迅速引发了网络上的广泛讨论，网络上出现了大量攻击陈芋汐的言论，甚至出现了对裁判的恶意诋毁和对全红婵的支持性言论。粉丝们往往只关注自己喜爱的运动员，对其他运动员或裁判的任何行为都持怀疑态度，甚至进行无端指责。这种行为不仅破坏了体育比赛的公平性和公正性，还对运动员的心理健康和职业生涯造成了严重威胁。

2 体育“饭圈化”的成因分析

体育“饭圈化”这一现象的出现不单单是粉丝群体的狂热追捧所造成的，其背后离不开社交媒体和商业资本的推波助澜。资本市场、粉丝群体和媒介生态三者共同作用导致体育“饭圈化”愈演愈烈。因而，下文将从这三个方面出发，分析体育“饭圈化”的成因。

2.1 泛娱乐化生态催变追星心态

随着短视频平台的蓬勃兴起，文化娱乐产业迎来了前所未有的繁荣，泛娱乐化趋势已然成为社会文化的新常态。这种趋势促使娱乐元素跨越传统行业界限，渗透至原本与娱乐无关的领域，为其赋予了娱乐特质。在泛娱乐化的语境下，“娱乐性”被奉为评价文化价值的关键尺度，即便是严肃的话题也常常被以娱乐化的方式呈现。如今，“趣味横生”的娱乐内容充斥着社会的每个角落，娱乐化的浪潮汹涌澎湃。在这样的生态背景下，大量商业资本纷纷涌入体育领域，使得与“体育娱乐”相关的信息成为媒体和营销号竞相追逐的热点。体育追星的焦点不再局限于运动员在赛场上的表现，而是延伸至运动员的日常生活细节。泛娱乐化现象促使粉丝的追星心态发生了显著转变，从最初因运动员卓越的竞技成绩而产生的“慕强励志”情感，演变为追求轻松娱乐、消遣时光的“娱乐偶像”心态。

2.2 社交媒体催化想象共同体

社交媒体的迅猛发展为粉丝群体开辟了表达观点和施展影响力的广阔空间。在互联网尚未普及的时代，信息传播的主导权主要集中在象征精英阶层的主流文化手中，而粉丝文化所代表的亚文化群体通常只能在自己的小圈子内自娱自乐。社交媒体的兴起打破了这种话语权力的平衡，使得小众群体的声音得到了前所未有的放大。借助社交媒体，粉丝群体的表达欲望得到了爆发

式的释放，并且能够在公共领域获得回应。体育粉丝们所投入真情实感撰写的“小作文”、制作的小视频等，在社交媒体平台上都能收获不同程度的点赞、转发和评论，从而让这些“为爱发电”的个体通过网络实现情感上的共鸣。“饭圈”内部在情感极化的推动下，逐渐营造出一种充满活力、热情洋溢的群体氛围。诞生于新媒体时代的“饭圈”，其成员之间自发形成了一种“圈内共识”，作为“粉籍”的标识，以此来“排除异己”，进而构建了一个以共同兴趣爱好为社交基础的“想象共同体”。

2.3 消费文化满足粉丝狂欢意愿

在 2016 年里约奥运会上，中国乒乓球队凯旋而归，受到了近千名球迷的热情迎接。此后，多个优势体育项目的运动员开始吸引越来越多的支持者，大量粉丝涌入体育领域。“饭圈女孩”被公认为是“最愿意为偶像消费的群体”，这种文化消费是积极主动的，粉丝们通过为运动员消费来构建自己的存在意义。在“饭圈”中，粉丝群体通过购买偶像代言的产品、周边商品、现场观赛以及参与线下应援等活动来建立身份认同，从而在社交媒体上营造一场“饭圈”内部的“集体狂欢”。这种专属“饭圈”的应援方式也被引入到体育圈中。消费文化满足了粉丝“花钱狂欢”的愿望，而商业资本在利益的驱动下，纷纷参与其中，成为娱乐的追随者，进一步推动粉丝群体陷入消费文化的集体狂欢之中。

3 体育“饭圈化”的影响探究

体育“饭圈化”现象在一定程度上提升了竞技体育项目的知名度和讨论热度，对小众体育项目的推广起到了积极作用。然而，这一现象所引发的非理性追星行为可能会对运动员的长期发展造成阻碍，同时也可能对粉丝群体自身产生负面影响，导致一些越轨行为的发生。

3.1 赛场焦点转移

在粉丝大量涌入体育圈之前，成为一名“体育迷”通常需要一定的门槛，即必须具备相应的体育知识。在那个时期，媒体和大众的关注焦点主要集中在体育赛事本身。然而，“饭圈”作为一种娱乐化的网络社群，将群体的关注焦点更多地转移到了赛场之外的体育偶像身上，导致与赛事无直接关联的话题频繁出现在社交媒体上。由于赛场外的追星活动几乎不需要任何门槛，体育运动员的“偶像化”风气趁虚而入，使得运动员的身材、恋情等花边新闻充斥着荧幕。此外，粉丝们过度“神化”偶像，使用夸张的赞美之词来拔高运动员的实力，

或者在运动员失利时,轻易指责其教练的训练方式,这些行为实际上对运动员的良性成长极为不利。这种聚焦于个人而非赛事的行为,不仅与体育精神背道而驰,还进一步强化了“饭圈”的排他性,助长了粉丝盲目、狭隘的偏执意识。

3.2 非理性情感宣泄

体育“饭圈化”受到批评与“饭圈”中粉丝的狂热行为密切相关。“做数据”“打投”“氪金”“控评”“站队”等行为被粉丝视为增强情感认同的方式,却也引发了一些不良后果。原因在于,体育“饭圈”的情感认同不仅源于对特定运动或运动员的喜爱,还在于共同对抗其他对立圈层所产生的互动。粉丝的情感体验不仅依赖于“饭圈”内部的交流,更在于与对立圈层的“反黑行动”,通过情感宣泄进一步巩固粉丝群体的身份认同。粉丝们如同战友,为了维护偶像的数据流量和声誉,团结一致,协同作战,共同抵制那些抹黑偶像的行为,从而强化了自身的身份认同。然而,这种情绪宣泄往往表现为非理性的狂热,对运动员个人及社会秩序构成潜在威胁。

3.3 破坏体育精神

体育“饭圈化”现象模糊了公共领域与私人空间的边界,使得运动员的赛场表现与私人生活被粉丝无差别地关注。粉丝通过直播、蹲守、跟踪等行为侵犯运动员隐私,干扰了他们的训练和生活秩序。运动员主要精力集中在体育训练上,训练场是他们提升技能的关键场所,需要全神贯注才能提高竞技水平。然而,粉丝不分时间和场合的蹲守行为严重影响了运动员的日常训练和比赛发挥。运动员私生活的关注度逐渐超过了他们在赛场上的表现,这不仅削弱了体育比赛的价值,更是对竞技体育精神的忽视和挑战。近年来,体育“饭圈”中出现了质疑裁判判罚、制造网络舆论压力、人肉搜索裁判信息等不理智行为,这些行为反映出部分粉丝在极端情绪的影响下,已经丧失了对体育精神的尊重。

4 结论

目前,体育“饭圈化”已成为一种难以逆转的社会现象,对当代青年的行为和思维产生了深远影响。单靠治理某一“饭圈”乱象已难以应对网络上层出不穷的新奇现象。尽管“饭圈”乱象的治理并非本文的核心议题,

但其探讨价值不容忽视,值得进一步深入研究。“饭圈化”所带来的负面效应,是将“饭圈”纳入网络治理乃至国家治理议程的关键因素,这主要表现在“饭圈”特有的话语体系、情感极化以及行为模式不断扩散,成为数字平台上的“通用逻辑”,进而侵蚀体育精神和体育规则。然而,对粉丝群体的行为不能简单地贴上“无脑”“盲从”的标签。尽管粉丝群体平均年龄较轻,但这并不意味着他们完全缺乏思考能力,其行为必须置于更广阔的社会语境中进行考量。例如,粉丝的“数据依赖症”是在平台算法技术诱导下逐渐加剧的,“饭圈化”似乎已成为网络社群与平台间的一种新关系形态,“饭圈”规则成为粉丝在数字平台上行动的一种指导原则。因此,要超越粉丝行为的表面现象,深入剖析体育“饭圈化”背后的社会问题,梳理“饭圈化”与市场转型、国家权力下放、商业资本之间的相互作用,才能真正理解“饭圈文化”与主流文化的互动关系,实现“饭圈”的自我治理,并有效降低“饭圈化”的负面影响。

参考文献

- [1]王浩明,周万鹏,岳冉冉,等.“饭圈”进入体育圈,影响几何?[N].新华每日电讯,2024-06-03(007).
 - [2]于英,倪荣璟.新媒体环境下体育追星“饭圈化”现象重审与引导——基于羽生结弦QQ粉丝群的网络民族志[J].东南传播,2024,(04):117-120.
 - [3]王湛清,刘鸣箐.镜像漩涡:饭圈叙事中明星人设流变与粉丝安利演化[J].新闻传播,2024,(03):41-43.
 - [4]孙迪,张译文,余小蓉.“饭圈经济”的成因剖析[J].经济研究导刊,2024,(01):77-79.
 - [5]郭子涵,李培锋.“饭圈文化”对新时代青年价值观的侵蚀及其消解之道[J].新西部,2023,(11):180-184.
 - [6]刘胜枝.饭圈文化中失范行为的表征与治理[J].人民论坛,2023,(21):66-69.
 - [7]黄子婷.新媒体语境下体育明星的媒介形象建构与传播[J].东南传播,2023,(10):14-18.
 - [8]许延威,李涛.新媒体时代体育“饭圈化”的省思与规约[J].湖北体育科技,2023,42(10):880-883.
- 作者简介:陈晨(1999—),女,汉族,江苏苏州,学生,硕士研究生,南京体育学院,网络与新媒体。