

关于未成年追星现象的几点思考

熊雨婷

四川音乐学院附中, 四川 成都
Email: 627914980@qq.com

收稿日期: 2020年12月8日; 录用日期: 2021年1月2日; 发布日期: 2021年1月11日

摘 要

本文围绕着未成年人追星的行为, 为了更好地了解追星现象, 简单描述了饭圈的特征、危害及成因。文章认为, 饭圈已经成为互联网上的畸形现象, 形成了封闭的信息茧房, 粉丝之间相互竞争, 浪费大量的时间、金钱。未成年人如果深陷其中, 很容易被控制思想和行为, 丧失独立思考能力。

关键词

未成年人, 追星, 饭圈

Thoughts on the Phenomenon of Underage Chasing Stars

Yuting Xiong

Sichuan Conservatory of Music Affiliated High School, Chengdu Sichuan
Email: 627914980@qq.com

Received: Dec. 8th, 2020; accepted: Jan. 2nd, 2021; published: Jan. 11th, 2021

Abstract

This article revolves around the star-chasing behavior of minors. In order to better understand the phenomenon of star-chasing, it briefly describes the characteristics, hazards and causes of the fans-circle. The article believes that the fans-circle has become an abnormal phenomenon on the Internet, forming a closed information cocoon room, and fans compete with each other, wasting a lot of time and money. If minors are caught in it, they can easily be controlled their thoughts and behaviors and lose the ability to think independently.

Keywords

Underage, Star-Chasing, Fans-Circle

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

当前，随着娱乐行业与互联网的深度结合，各种“顶级流量”、“爆款神剧”层出不穷，各种选秀节目、男团女团也占领了很大一部分网络空间。在这样的大潮下，对“流量”的无限追捧渐渐成为各种媒体、平台包括商家的常见手段，而其受众也从成年人逐渐向下，开始向未成年人扩散，并且已呈现出愈演愈烈之态。

“追星”到底追的是什么？未成年人为了追星做过些什么事？这些行为该如何评价？作为教师，我们该如何引导？这就是笔者思考的问题。

就目前而言，“追星”主要指的是追捧这些年大火的明星们，年龄一般不会超过40岁，集中在所谓的“85花”、“95花”以及各种“00后”少年少女团上。前者，大多是出道较久、具有一两部代表作的较为成熟的演员，主战场在电视或电影；后者，多为选秀节目出道的练习生，主要技能为唱跳，需要晚会、综艺等节目来曝光。

笔者主要讨论后者。

后者有一个专门的词来定义，被称作“爱豆”，意为偶像，是英文“idol”的音译，最初来源于日韩，是他们对本国年轻偶像的称呼。这类爱豆具有一些最基本的舞台能力，但最具吸引力的则是他们的“人设”，即“人物设定”，是其经纪公司为其设定的一些性格、爱好、能力、发展路线和预期受众。需要特别指出的是，这种“人设”并不一定与本人的真实情况相符合，所以必须小心经营，否则就会露出马脚、彻底崩塌，例如之前曾经爆出过的翟天临事件，就是“学霸”人设崩塌的典型。

偶像的价值主要在于利用人设来贩卖梦想、提供精神寄托，而其粉丝也从自发的关注、喜爱发展到了有一套完整的行为标准和评价体系的程度，从而诞生当今娱乐行业的怪胎——饭圈。

2. 饭圈的特征

饭圈，即“fans”（粉丝）的圈子，也称粉圈，是指因为喜欢某个偶像明星而聚集起来，形成了高度组织性、专业性的利益团体[1]。在饭圈之中，粉丝们逐渐形成了一套自己的规则和话术，具有高度的排他性，圈外人士很难理解他们的行为，俨然已自成一国。而大量初高中的未成年人也参与其中，这就不得不让人警惕——饭圈，究竟在干些什么？

1、建立封闭体系，打造信息茧房

饭圈是有组织的。几乎所有的经纪公司都有一个职位叫做“粉丝运营”，专门负责和粉丝对接，提供偶像的行程、动向，让粉丝能提前准备，打造声势。在这类“职业粉丝”之下，有“大粉”和“粉头”，即粉丝群体中的小头目，拥有一些渠道拿到偶像的第一手资料，具有一定的能力和号召力，还有“代拍”、“站姐”，专门负责天南地北地追逐偶像行程，给他们拍照修图，从而受到普通粉丝的追捧。他们以各自的社交媒体账号为阵地，发布各种消息，下文所提到的控评、反黑等行为，都有他们的引导。在他们

的指挥下，粉丝们展现出极其强悍的战斗力和组织性，可以说是令行禁止、指哪打哪，组织性强到令人害怕。

饭圈早已形成了从“职业粉丝-粉头-普通粉丝”的领导体系，在职业粉丝和粉头的指挥下，普通粉丝所知通通来自于此，所做通通听令于此，不再去接受外界的信息，不再听外界的声音，陷入“总有人想害我偶像”和“哥哥只有我们了”的幻想里，从而在封闭的信息茧房内自我感动，任人驱使。

此外，他们还将粉丝分为几个类别、三六九等，如死忠粉、路人粉、唯粉、cp粉、氪金粉等，完全自成体系，与外界完全割裂了。

2、打榜、控评、刷数据

第一眼看到这些词，是不是觉得很茫然，完全不知道是什么意思？这就是当下饭圈的常态。打榜，即在各种社交软件的排行榜上投票、送花、点赞等，以保证自己偶像的排名。控评，即“控制评论”，在偶像的微博下，其他人所发的与偶像有关的微博下使用统一的文案进行转发评论。这些文案一般都由大粉在各种QQ群、微信群内发布，其中一般会强调偶像的能力、成就，还会夹杂大量表情。普通粉丝听从大粉指挥，将文案复制粘贴反复发布、转发，整齐划一，转评赞的数字动辄成千上万，将正常的或是负面的评论全部淹没(见图1)。

以上两者就是刷数据的代表行为。在这个“大数据”时代，偶像需要转发评论点赞等数据来证明自己的号召力和商业价值，以获取更好的资源。而粉丝们为了让偶像发展得更好，就开始拼命地为了数据而努力，一些社交平台如新浪微博更是开发了名目繁多的榜单，如“明星势力榜”、“练习生榜”、“粉丝超话榜”等，还有一些专门的追星app如寻艺、爱豆等，通通都是粉丝们“做数据”的主战场。而为了数据好看，有的粉丝甚至有好几个甚至十几个账号，就为了给偶像多投几票，其中真假，可想而知。



Figure 1. The evaluation of idol groups R1SE

图 1. 偶像团体 R1SE 的粉丝控评

3、反黑、巡逻、出警

除了做数据之外，“反黑”也是粉丝的重要工作。“黑”相对于“粉”，是指不喜欢某个偶像明星、在社交媒体上对他(她)提出负面评价的人。巡逻是在社交媒体上搜索自己偶像的名字，寻找是否有负面评价；而出警就是针对这些负面评论进行反应，粉丝们或以评论、私信的形式要求对方删帖，更有甚者直接对对方发起人身攻击，进行网络暴力，逼迫他们闭嘴、消失。若对方不从，则拿起投诉、举报的武器，借助公权力打击异己、清扫“垃圾”。

其中，最值得警惕的是，这并不是个体的自发行为，而是早已形成一套固定流程的饭圈常态。巡逻的粉丝一旦发现有“黑帖”，就会由专门的“反黑站”、“反黑组”或者一些粉头的个人账号进行集中发布，号召普通粉丝进行投诉、举报。2020年2月底，因一篇名为《下坠》的同人文，肖战大粉“巴南区小兔赞比”号召举报文章及其发布平台 AO3 (见图 2)，导致 AO3 无法在中国大陆被访问，引起相关圈层的强烈抗议，由此引发所谓“227 事件”，使肖战的形象、影视、商业价值等断崖式下跌，就是饭圈肆意出警、利用公权力打压异己的典型例子[2]。



Figure 2. Xiao Zhan's fans report AO3

图 2. 肖战粉丝举报 AO3

4、氪金

氪金的意思就是为偶像花钱，包括且不限于买专辑、买周边、买他代言的产品等。在粉圈内部，氪金与否是一个人是否算得上粉丝的标准，所谓“不为他花钱还说什么爱他”，晒单成为了粉丝之间互证身份的方式，也成为向商家展现自己的购买力、以换取偶像更好的资源的方式。与之相对的“白嫖粉”，即没有花钱或者花钱极少的粉丝，在粉圈中是十分受鄙视的。

上述几种，是饭圈最具有代表性的行为。综上所述，我们不难发现，饭圈的行为出发点和唯一评判标准即是偶像本人，只要是为了偶像好的，那么就去做；反之，那就是“黑”，就应该被彻底消灭。

3. 饭圈的危害

在这些行为参与者里，除了职业粉丝和粉头外，大量的普通粉丝都是未成年人。他们的三观尚未建

立健全，极易受到外界的干扰，而当他们深入饭圈、被饭圈思维所裹挟之时，我们应该看到它所带来的危害：

1、任务打卡，浪费大量时间、金钱

随着网络的发达，互联网也早已成为追星行为的主战场。他们需要在微博超话签到、要在各种排行榜里送花、要转发评论偶像的微博、要去其他的 app 签到点赞，还要上广场巡逻反黑……如果遇到偶像有新的节目、代言宣传，那么就要跟着粉头的脚步去控评转发；如果出现对偶像不利的“黑料”、“黑热搜”，或者出现和别家艺人的争吵，那更是立刻进入“战争模式”，开始疯狂地控评、铺广场，即用赞美偶像的内容占领关键词，将不利内容给压下去，阻止别人看见(见图 3)。如此种种，哪一个不需要花费大量时间精力？未成年人的重点是学习科学文化知识，在当前的学业压力下，看书都来不及，怎么能耗费如此精力在这种虚无缥缈之事上？

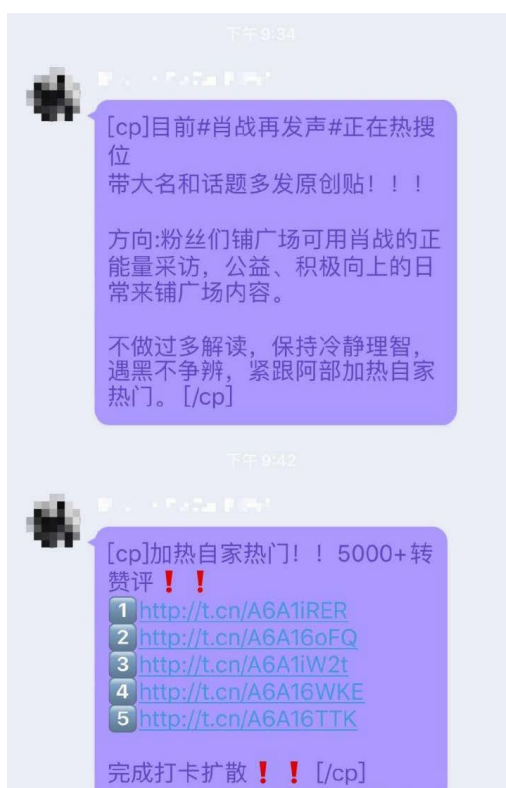


Figure 3. Xiao Zhan's fans assign evaluation tasks in QQ, the time is 9:34 pm and 9:42 pm

图 3. 肖战粉丝在 QQ 群内布置控评任务，系统显示时间为晚上 9:34 和 9:42

此外，氪金也是追星的重点。偶像有代言？那必须买！如果那些代言真的是生活所需，买了倒也无妨，但有些诸如歌曲(多为线上发行)、杂志(包括实体杂志和电子杂志)等物，被大量地重复购买，一个人买上十张、百张，甚至由后援会集资统一买上数千张！这种东西的重复购买显然超出了个人需求的范畴，纯粹是为了给偶像增加销量而已！未成年人本就没有生活来源，却将金钱花费在这种地方，这是一种怎样的消费观？会浪费掉父母多少的血汗钱？同时，一些粉丝后援会的集资行为动辄百万甚至千万，这些资金来源和使用是否合法合规？目前，有关部门在这一方的介入几乎是空白，有大量的未知领域需要被阳光照亮！

如果这一切行为属于自愿，还可以用“愿打愿挨”来解释的话，那么，粉头催促、逼迫学生、未成年大量重复购买，就绝对不能容忍。如下图所示，偶像肖战于2020年4月25日发布新歌《光点》，其后援会、粉头就开始拼命地催销量：只买一张自己听？那是假粉；买十张二十张？还不如路人；要一百张起步，还要咬牙买三百张(见图4、图5)！如此赤裸裸地逼迫粉丝尤其是未成年的、没有挣钱能力的学生粉丝做这种事，既无理，更无耻，难道还不足以引起社会的重视吗？



Figure 4. Xiao Zhan's fans promoted the importance of sales

图4. 肖战粉丝强调新歌销量的重要性



Figure 5. Xiao Zhan's fans urge sales for his new song

图5. 肖战粉丝为其新歌《光点》催销量、逼氪金

2、审美降级，丧失独立思考能力

美是人类共同的追求，优秀的影视作品也是现代人获取审美享受的重要途径。但是，在目前这个流量当道的时代，各种劣质的影视剧层出不穷，抠图、替身、配音，演员毫无演技，作品粗制滥造，大量

低分作品充斥大小荧幕，将国产影视水平拉低到了一个匪夷所思的境地。

然而，在这种情况下，部分粉丝却因为有自己的偶像的出演，无视粗劣的制作、崩坏的逻辑、生硬的演技，疯狂吹捧，把一些连及格都达不到的作品吹到传世经典的地位(见图6)，这是一种什么样的畸形审美？在这种如蝗虫一般的追捧大军里，未成年学生占了大部分，长此以往，他们还能拥有正常的审美能力，还能得到正常的审美享受吗？

热门回复



👍 29 🗨️ 炸

陈情令是到目前为止，中国电视剧编剧的顶点。我估计你是没有看懂，剧情复述都做不到吧？因为把剧情理清楚，需要看三遍。为什么说是顶点？立意，人物，细节，戏剧冲突性都无可挑剔。拿琅琊榜跟它比，其他方面不谈，立意这里，琅琊榜是一个复仇加所谓冤情得血的故事，陈情令说的是天道，正义和秩序与人性的关系，而且是建立在中国文化氛围里面的揭示，高下立判 // @

是的，陈情令确实就是演员好，剧情太一般，节奏和详略都一般

7小时前 · 回复



👍 27 🗨️ 炸

本人，纯肖战引流观看，除了一些重头戏，2倍速

7小时前 · 回复

Figure 6. Fans tout the online TV dramas “Chen Qing Ling” as “the apex of Chinese TV drama screenwriters”

图6. 粉丝将网剧《陈情令》吹捧为“中国电视剧编剧的顶点”

除了粉丝硬吹之外，那些偶像背后的资本强捧也在扰乱正常的影视规则，铺天盖地的营销号刷屏、各种网站的首页头条推荐……未成年人本就好奇心重，在这样的信息轰炸下，很难不受到影响。如此一来，未成年人的思维逐渐被其挟制，逐渐丧失独立思考、判断、选择的能力，成为追逐热点、人云亦云的机器！这与我们立德树人，培养有文化、有思想人才的教育理念相悖，所谓“百年大计，教育为本”，如果我们的学子都被这种粗劣的影视、无能的流量所蒙蔽双眼，那还谈什么科教兴国，还谈什么民族复兴？

习近平总书记反复强调，要树立我们自己的文化自信，除了传统的文学领域外，影视也是文化软实力的重要战场，对人们、尤其是未成年人有着潜移默化的深刻影响。他们需要正确的文化方向，应该知道什么是好的、什么是坏的，应该自己判断什么是匠心打磨、什么是粗制滥造，应该得到更好的文娱享受，这是全社会应该共同关注的问题。

3、视野封闭，形成“非此即彼”的二元化世界观

互联网的发展壮大，本应让人视野更开阔，达到“秀才不出门，便知天下事”的效果，对学生而言尤其重要，他们可以通过网络提升学习成绩、了解更多的课外知识，增长阅历。但是，一旦他们开始追星，陷入粉圈思维，很有可能就此封闭视野，只关心偶像的举动，只听从粉头的指令，对外界的生活置之不理，对外界的声音过耳不闻，一切都围着偶像转了。

更重要的是，前文所述中，“反黑”也是粉丝重要任务。而什么是“黑”呢？在粉圈思维里，只要不是喜欢偶像的粉，那就是黑——说他演技不好，是黑；说他造型不好，是黑；说这个剧情不好，还是黑！而“黑子”又从哪里来的呢？是真的观众在对自家偶像提出批评吗？绝对不是，在粉丝看来，一切不和谐的声音都来自“对家”，即竞争对手的粉丝，或者是收了钱的水军，是故意要害他家偶像的。粉圈思维的极端化，让一切中间地带消失殆尽，非此即彼，非粉即黑，无论是善意批评还是随口一说，都会成为“反黑”的对象。但这个世界的复杂的，是多元的，我们一直在教育学生要多角度思考，要学会包容与善良，拥有独立的人格与健全的思维，而一旦学生陷入饭圈，那所有的美好就都将毁于一旦，他们的世界观也会变得狭隘而偏激，正确的三观也就成了一句空话！

4、钳制舆论，损害他人自由

在不违法不违规的前提下，互联网用户本应畅所欲言，自由地展示生活、交流感悟、共享知识与技能，但是，随着粉圈的肆意发展，这一点被粗暴地践踏了，主要体现在两个方面：

其一，个人用户再也没有办法放心地谈论某某影视、某某明星，因为一不小心就会被粉丝巡逻到。如果是夸赞还好，一旦说了些负面言论，立刻就有粉丝前来出警反黑，轻则信息轰炸，重则人身攻击，要不然就是投诉举报，甚至连带整个网站、平台都会受到牵连，要么被打低分、要么被迫下架，人们言论自由彻底被挟制、被击毁。

其二，就是上文提到的资本营销。打开微博的时候，热门是某某剧；打开抖音的时候，推荐是某某流量；打开头条的时候，十条消息里一半是某某八卦；更别提打开爱奇艺、腾讯等视频网站，首页推荐是他、搜索推荐是他、排名推荐还是他……如此铺天盖地的信息轰炸，营销无孔不入，严重地影响了互联网用户的使用体验，将人们正常的娱乐、交流逼入角落，这是何其悲哀的事！

5、生造用词，破坏语言文字体系

不知道从什么时候开始，中文互联网上出现了大量的新词，包含着谐音、缩写等种种元素，例如几年前的“喜大普奔”，就是一个典型。时代变化带来语言的自我更新，这本不是坏事，但是，随着粉圈的发展，大批“圈外人”根本看不懂的词汇出现了。

“脂粉”，不是梳妆用的，而是“职业粉丝”的简写加谐音；“九漏鱼”，全称是“九年义务教育的漏网之鱼”；“u1s1”是“有一说一”的缩写混搭；“zqsg”是“真情实感”；“aws1”是“啊我死了”；还有“dbq”（“对不起”）、“kdl”（“嗑到了”）等等。除此以外，由于上文所提到的粉丝巡逻、出警的现象存在，就连偶像明星的名字都不能提了，全都要用拼音缩写来表示，以避免被粉丝搜索到，惹来无妄之灾[3]。

这种缩写现象，将一些正常的词汇用拼音缩写来表达，将正常的口语和书面语都给破坏了。而这种缩写的使用者大多为学生，在学校，他们学习规范的拼音和汉字，但转头一上网，就开始满屏地缩写、简化，甚至形成习惯，在日常的学习生活里都不自觉地使用了缩写，这样下去，会让学生最终形成怎样一种语言能力呢？同时，也给人增加了阅读难度，无形之中加强了”粉圈“内外的壁垒，作为粉圈独有的话术，也是它自成一体的明证。

6、唯流量论，建立错误价值取向

当今社会，娱乐至死，浮躁无比，偶像产业尤其野蛮生长。很多练习生都是从初高中的时候就离开了校园，日复一日地练习唱跳，以期有一天能够出道、走红、万众瞩目。故而，偶像们文化水平普遍不高，因此闹出的别字、错音也屡见不鲜。

互联网时代，学生本就受到了大量的外在诱惑，对课堂的兴趣和耐心受到了极大挑战。而此时，他们一看那些偶像们不用辛苦读书、不用考试，就能光鲜亮丽地站上舞台，会不会让他们产生“读书无用”

的想法？这对我们的学校教育，无疑不是一个正面的导向。

同时，人非圣贤，孰能无过，就算是万人追捧的偶像，也会有犯错的时候。但是，粉丝却不会接受偶像们有错，在他们心里，偶像一定是对的，所有的错误都是别有用心之人的误导和陷害。别说犯错了，就算犯法，粉丝们也有的是办法来“澄清”——比如郭敬明、于正，被法院白纸黑字判定了抄袭的他们，不认错、不道歉，如今仍堂而皇之地拍电影、当导师，粉丝无数，口口声声喊着“红的是他，所以抄袭又怎样”。直到2020年最后一天，在面临上百位编剧的联名抵制时，在国家下定决心整顿文娱产业的不良现象时，才发表了迟到15年的“道歉”。如此名为“道歉”实为“公关”或“洗白”的行为，竟然还有粉丝表示“会一直陪伴”——如此是非不分、黑白颠倒，完全与正确的价值观相悖，对涉世未深的青少年学生而言，无疑是有害的。

偶像作为公众人物，在享受由此带来的一切荣耀的同时，也必须承担相应的社会责任，尤其是对青少年的引导责任。当出现问题时，不面对、不解释、不道歉，而任由粉丝冲锋在前替他们“洗白”，这样的漠视自身社会责任的偶像，是失格的偶像[4]，未成年人追捧这样的偶像，又怎能建立正常的是非观呢？

以上，是饭圈危害的一小部分。由此我们不难发现，饭圈的体系相当完善，一旦进入，就很容易像误入传销一样被洗脑、被驯化，未成年人的成长不应该被饭圈所绑架，饭圈侵入校园，值得我们所有人警惕。

4. 饭圈的成因

那么，为什么如今的娱乐圈会产生饭圈这样一个畸形的怪物呢？

笔者以为，首先，这是由于未成年人的好奇心。他们对新鲜、热闹、好看的事物充满兴趣，很容易被舞台上发光发亮的偶像们吸引，被偶像们精心设计的人设所打动，成为粉丝，从而进入粉圈。

其次，是社交需要。粉圈里人多，又有一个共同爱好，很容易就打成一片。有一些在真实生活中无法对老师、同学、家长倾诉的话就有了渠道来表达，有些负面的情绪也有了方法来发泄，因为互联网交流的重要特征就是匿名，网络上发生的一切都很难对现实产生影响。所以，在没有足够能力自我调节内心的时候，通过粉圈这样一个团体获取温暖、抒发情绪，对青少年人而言，也是一种可行的方式。

其三，是判断力的缺乏。青少年本就还在成长中，心智不够健全、阅历不够丰富，他们很难自我判定自己到底在做些什么。在粉头的带领下，他们只知道有人要“黑”自家偶像，所以要上战场；自家偶像需要商业数据，所以就疯狂地转评赞；无形之中，他们被粉圈驯化成了做数据的机器，无从脱离。

最后，是资本营销。没有哪个爆红的偶像身后没有资本推波助澜，一些营销号不断地发布某个偶像、影视、综艺相关的文、图、视频[5]，一些代言商家也不计成本地投入大量广告，这一切都在潜移默化地对青少年产生影响，当好奇的他们开始关注这些八卦趣事的时候，他们就已半只脚踏入粉圈，入彀其中了。

唯一的偶像信仰、完整的组织体系、强悍的行动能力、自成一体的话术、发号施令的粉头、指哪打哪的粉丝……具有以上基本特征的粉圈，已经越来越不像单纯的“娱乐圈”的存在了，它们呈现出与乌克兰、与香港部分团体高度类似的形态，只不过一个是为了政治诉求，一个是为了偶像。但是，这样的体系一旦被复制、被有心人利用，会爆发出怎样的破坏力呢？这是一个值得深思的问题。

饭圈危害众多，亟待治理，但也并非一无是处。2020年初，在武汉疫情最艰难的那一段时间里，饭圈以其超强的行动力筹措物资，支援前线；2019年，在港独势力最为猖獗、外国网络上满目不堪之词的时候，饭圈自动地放下了各家爱豆的门户之见，集体成为“阿中哥哥”的粉丝，以他们最擅长的形式发

出自己的声音[6]；2017年，韩国萨德事件发酵，中韩网友在国外社交媒体掀起舆论战，“饭圈女孩”亦是主力军(见图7、图8)……

饭圈的能量如此巨大，似小儿有千斤之力，若任其自由生长，也许会成为一方恶霸；若被别有用心之人利用，则会沦为对方的打手；只有善加引导，将他们带向正确道路，让他们拥有正确的审美取向和价值观，才能凝聚人心和力量，使之成为中华民族复兴之路上的亮丽风景。



Figure 7. “Fans-circle Girl” making patriotic emoticons
图7. “饭圈女孩”制作爱国表情包

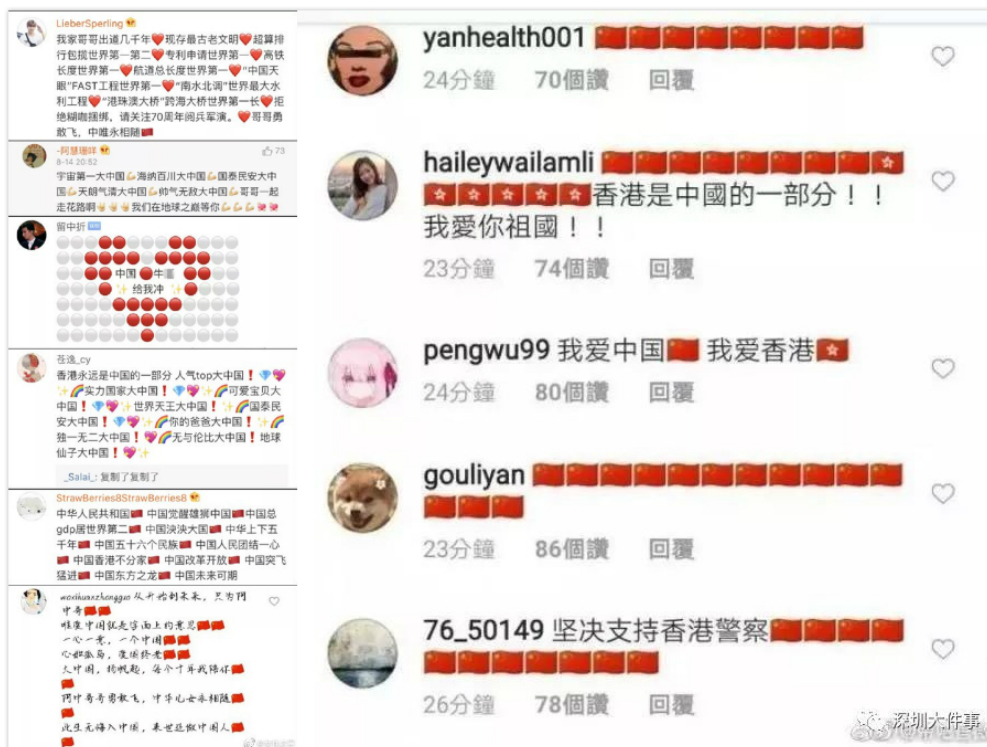


Figure 8. “Fans-circle Girl” uses emoticons on Weibo and Twitter to retort reviews for China
图8. “饭圈女孩”在微博、推特用表情包、颜文字等为中国控评

古语云：防患于未然。当前，饭圈还只是网络上的怪胎，但却已经将大量青少年裹挟在内，是成为偶像争夺资源的筹码，还是成为国家文化建设的助力，饭圈将来走向何方，还难以预料。作为教育工作者，我们应该保持关注、保持警惕，了解学生们所思所想，及时发现问题、解决问题；同时，也应与家长做好沟通，给予学生们足够的关心爱护；除了课内文化知识外，适当介绍、欣赏一些真正经典的影视作品，给他们带去良好的、正向的审美体验；当知晓他们已然踏入饭圈后，也应及时了解、干预，引导

学生辨别真正正能量的偶像，让他们在正确的道路前进。网络世界固然多姿多彩，现实生活更应该鲜活动人，让青少年拥有足够丰富的课内课外生活，增长知识、丰富阅历，不被网络上的种种信息迷惑，也是我们需要思考的重要课题。

参考文献

- [1] 中国日报网. 一入“饭圈”深似海 揭秘演唱会背后的粉丝狂欢[EB/OL]. 中国日报网, 2018-08-28.
- [2] 北戴河桃厂电影-黄瓜汽水. 肖战粉丝偷袭 AO3 始末[EB/OL]. bilibili 网, 2020-03-02.
- [3] 李红笛. 肖战事件: 是非曲直如何评说[N]. 检察日报, 2020-3-11.
- [4] 吴一兴. 肖战事件: 没有胜利者的战争[N]. 检察日报, 2020-3-11.
- [5] 王雅莉. 骂明星、怼饭圈、反垄断, 两会上的娱乐圈关键词[EB/OL]. 娱乐资本论, 2020-05-29.
- [6] 人民日报社. 饭圈出征! 帝吧出征! 是什么让年轻人一夜长大? [EB/OL]. 人民日报社, 2019-08-18.