

网络直播间健身群体的身份类型与建构逻辑

——基于“刘畊宏女孩”的网络民族志考察

王亮杰, 涂传飞

(福建师范大学 体育科学学院, 福建 福州 350117)

摘要: 基于“刘畊宏女孩”群体, 运用网络民族志的方法探讨了网络直播间健身群体的身份类型及其建构逻辑。研究表明: 网络直播间健身群体主要有两种身份类型, 即“元粉丝”和“新粉丝”构成的粉丝群体以及“纯在线学员”和“粉丝型学员”构成的学员群体。粉丝群体遵循偶像感知的身份建构逻辑, 其中, 情感性因素主导了“元粉丝”群体的身份建构过程, 情境性因素影响着“新粉丝”群体的身份建构; 学员群体遵循身体实践的身份建构逻辑, 其中, “纯在线学员”以教学互动的逻辑进行身份建构, “粉丝型学员”通过主观意识觉醒的过程来实现身份的建构。推动网络直播健身高质量发展, 一是在相关政策的执行中要注意区别对待; 二是引导在线健身群体合理选择学习对象; 三是规范化健身直播间的商业行为。

关键词: 刘畊宏女孩; 网络直播间; 健身群体; 身份类型; 身份建构逻辑; 网络民族志

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2023)04-0050-06

Identity type and construction logic of fitness groups in webcast room

——A web ethnography investigation based on "Liu Genghong Girls"

WANG Liangjie, TU Chuanfei

(School of Physical Education and Sport Science, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China)

Abstract: This paper explores the identity type and construction logic of the fitness group in webcast room based on the case of "Liu Genghong Girls" by using the method of web ethnography. The study shows that: there are two main identity types of webcast fitness groups, namely the fan groups consisting of "meta fans" and "new fans" and the student groups consisting of "pure online students" and "fan-based students". Fan groups follow the identity construction logic of idol perception, in which emotional factors dominate the identity construction process of the "meta fans" groups and situational factors influence the identity construction of the "new fans" groups. Student groups follow the identity construction logic of physical practice, and of them, the "pure online students" construct their identity through the logic of teaching interaction, while the "fan-based students" construct their identity through the process of subjective consciousness awakening. And then this paper discusses several enlightenment of promoting the high-quality development of webcast fitness: firstly, paying attention to differential treatment in the implementation of relevant policies; secondly, online fitness groups should be guided to reasonably choose their learning subjects; and thirdly, the commercial behaviour in webcast fitness room should be also standardized.

Keywords: Liu Genghong Girls; webcast room; fitness groups; identity type; identity construction logic; web ethnography

收稿日期: 2023-01-06

基金项目: 国家社会科学基金项目“新中国成立以来体育非物质文化遗产政策研究”(21BTY08); 福建省闽江学者特聘教授奖励计划资助; 福建师范大学宝琛高端人才项目资助。

作者简介: 王亮杰(1996-), 男, 助教, 硕士, 研究方向: 体育人类学。E-mail: 1141917347@qq.com 通信作者: 涂传飞

在《全民健身计划(2021—2025年)》和《体育强国建设纲要》等政策背景下,民众健身方式更加多元,居家健身成为众多健身人士的首选^[1]。国家体育总局也在《“十四五”体育发展规划》中鼓励“互联网+健身”发展模式的推广^[2]，“云健身”成为短视频、直播平台上的热门话题。一批平台主播通过直播健身的方式实现了粉丝积累,刘畊宏作为代表人物之一,其直播平台账号在一周时间内“涨粉”超千万^[3]。参与刘畊宏直播健身的群体被称为刘畊宏的粉丝或“刘畊宏女孩”,粉丝文化研究中将这种群体为支持偶像产生集体行动的现象称为粉丝参与^[4]。然而据笔者线上田野调查发现,不能简单地将“刘畊宏女孩”视为粉丝,并不是所有“刘畊宏女孩”将自身与刘畊宏的关系看作是“粉丝-偶像”关系,她们表现出了多重身份表达与多种形式的参与方式。那么,“刘畊宏女孩”包括几种类型的群体身份?这些不同类型的身份是如何建构起来的?对网络直播间健身群体不同类型身份的认识和建构逻辑分析,能够更好地推进全民健身战略带来哪些启发?

基于此,本研究将“刘畊宏女孩”作为研究对象,从参与主体的视角出发,运用网络民族志的研究方法探讨网络直播间健身群体内部身份的多样化及多重身份的建构逻辑。经验材料主要通过3种手段获得,一是参与式观察,通过加入刘畊宏平台直播间的方式来进入“网络田野”,并以此获得直播间健身的直接体验和了解。二是深度访谈,包括了线上结合线下的方式。访谈对象的选取依据为个体参与直播间的持续时长,根据参加刘畊宏直播间健身的时长和活跃度最终选取了30位“刘畊宏女孩”作为访谈对象。三是弹幕选取,直播间“弹幕”也是理解用户身份归属与行为逻辑的重要阵地^[5],本研究将直播间弹幕以及抖音短视频下方评论纳入材料的选取范围。

1 “刘畊宏女孩”的身份类型

“刘畊宏女孩”的线上健身行为看似是统一的集体行动,但背后表现出的是不同身份的网络用户群体通过不同的行动参与方式对自己身体的实践。通过对“刘畊宏女孩”行动参与方式的考察,发现其主要有元粉丝、新粉丝、纯在线学员和粉丝型学员等4种类型的群体身份,这种身份类型的划分并不是绝对的,直播间健身人群的身份类型也可能会随着参与时长的增加而发生变化,或者某个个体表现为多重身份类型。

1.1 身份类型一:元粉丝

约翰·菲斯克在《理解大众文化》一书中,将“粉丝”或“迷”定义为“过度的读者”,他们对文本的投

入是主动的、参与式的、狂热的、热烈的^[6]。“刘畊宏女孩”中存在一种具备参与式目的,且粉丝身份在此之前已经被建构起来的群体。他们在直播间通常表现出积极、热烈、主动的行为,这种行为背后也会伴有“刘畊宏是我的偶像”的认知。在刘畊宏开展直播健身活动之前,这部分粉丝群体就已经通过自身与明星关系认知的形成确定了自己“刘畊宏粉丝”的身份。

“几年前通过《超级演说家》真人秀节目认识的刘畊宏,他在节目里幽默风趣,而且颜值很高,从那个时候我就开始关注他的微博等社交账号,加入了他的粉丝团”。(受访用户TD)

“我其实是芒果TV真人秀节目《爸爸去哪儿》的综艺粉,那个时候就已经见识到了他的魅力”。(受访用户JSC)

以TD和JSC等为代表的“刘畊宏女孩”并非由于健身直播才开始关注的刘畊宏,在此之前就因为发现刘畊宏的某些特质而成为其早期的粉丝,即“元粉丝”。现如今跟着刘畊宏的直播进行健身的行为显然是一种粉丝实践行为。在她们看来自身和刘畊宏的关系是“粉丝-偶像”关系,她们跟着刘畊宏一起健身的主要目的是支持偶像。这种行为和“打榜”“加流量”“冲热搜”等粉丝集体行为具有共同的特点。加之直播平台的介入使粉丝和偶像能够异空间互动,发挥了平台可编程的,能够连接不同用户和组织的数字化构造特点^[7]。以此激发粉丝加入偶像直播间的动力,她们内心希望自己的偶像能够火起来,并且影响周围更多的人加入偶像直播间,为偶像积攒人气和流量。

1.2 身份类型二:新粉丝

在网络空间中,粉丝会通过有意识地塑造新自我和人际关系的方式建构新身份,并借由个体“某些明确的、标识性的自我特征,以及对自我特性的确认”形成身份认同^[8]。在对“刘畊宏女孩”的访谈中发现,这种根据个体行为而确定的群体身份会随着时间的推进而有所置换或变化。

“刚开始就是把他当作一位直播健身教学的老师。后来通过直播间发现刘教练是一个不抽烟、不喝酒、不打牌、爱运动的好榜样,从此开始就把刘教练当作是自己的偶像”。(受访用户SSH)

“有没有和我一样觉得刘老师很亲切,就像邻居家的大哥。以前是作为健身爱好者跟着刘教练健身,现在已经是刘教练的铁杆粉丝了”。(评论用户WSP)

WSP的这段评论引起了大家的共鸣,纷纷通过点赞和回复表示赞同。直播间的存在打破了粉丝与明星之间存在的实际时空和社交距离,“减肥”或者“塑形”为“新粉丝”身份的建构提供了一个初始目的。这类

群体的刘畊宏粉丝身份是从加入健身直播间之后才逐渐建构起来的。她们的身份从最初的“线上学员”转变为了“新粉丝”，而这个转变是通过参加直播间健身教学的途径来实现的。这类潜在粉丝群体在刘畊宏直播间发现了刘畊宏身上所具有的某些偶像气质，例如外貌形象、内在品质等因素，由此使自己认为的刘畊宏形象从“教练”转变为“偶像”，自身和刘畊宏的关系从“学员-教练”转变为“粉丝-偶像”，她们在刘畊宏直播间一起健身的行为也从在线教学变成了粉丝实践行为。这类群体在直播间中与刘畊宏“称兄道弟”，或将刘畊宏看作邻家哥哥，她们对粉丝实践的参与度和主动性进一步加深，通过参与式陪伴、共情移情等情感策略，与偶像之间形成了一种深层拟态的亲密关系^[9]。她们甚至还通过在直播间送礼物等消费方式为偶像的成长和发展保驾护航。

1.3 身份类型三：纯在线学员

“数据”成为了数字时代最为看重的特质，“做数据”也就成了一种重要的粉丝参与形式^[10]。而在“刘畊宏女孩”中存在一种群体身份，他们虽然为刘畊宏的“出圈”提供了“数据”贡献，但这种行为并不是作为粉丝身份的数字劳动过程。他们加入“刘畊宏女孩”群体的目的也不再是一种粉丝参与的意愿。

“我本来是个健身小白，对健身领域几乎是一片空白。最近我朋友的偶像刘畊宏因为直播健身操火了，我也跟着做了几天发现效果不错，现在几乎是每次打卡直播教学”。(受访用户 HYM)

“现在跟着刘畊宏一起健身就不怕坚持不了减肥了，我们自己建立了一个微信群，每次都互相监督打卡”。(受访用户 XY)

HYM 和 XY 为了通过运动达成减肥的目标也加入了“刘畊宏女孩”群体。从粉丝的定义来看，这类“刘畊宏女孩”群体没有对刘畊宏形成高度的偶像崇拜，也没有深度的情感卷入和符号消费行为，更没有形成深刻的群体心理认同^[11]。严格意义上来讲，她们不能够纳入刘畊宏的偶像粉丝群体范围，更多地是把跟着刘畊宏直播健身的行为看作是一种线上教学形式，她们和健身主播刘畊宏的关系在一定程度上是“学员-教练”关系。她们虽然加入了类粉丝组织的“刘畊宏女孩”健身群，但是这种社交群没有像粉丝组织一样有明确的成员关系和分工协作，也不具备群体意识及行动规范，更与主要依赖文化纽带、感情规训并接受商业资本介入的“饭圈”有所区别^[12]，只能看作是一种类粉丝组织。

1.4 身份类型四：粉丝型学员

直播平台本身开设的各种功能能够建构出一种粉

丝与明星亲密接触的假象，拉近两者之间存在的物理距离^[13]。“新粉丝”群体通过直播平台的这一功能实现了从学员到粉丝的身份转化。那么，是否也存在某类群体在健身直播间实现了身份从粉丝到学员的转化？带着这种疑问，笔者在调查与分析中发现该问题的答案是否定的。但是，调查材料显示“元粉丝”群体中存在着某类群体，他们的身份会随着行动场域的变化而有所改变。

“之前就在各个社交媒体平台关注着刘畊宏。最近他在微博发动态说要在抖音进行健身教学，我第一时间就加入了直播间。刚开始也是和其他老粉一样，帮偶像在朋友圈分享直播链接，同时也跟着刘畊宏一起跳健身舞。后来发现跳操的减肥效果还蛮好的，慢慢地就当偶像是自己的私人教练了，每天跟着教练按时完成运动打卡”。(受访用户 BD)

BD 在刘畊宏健身“出圈”之前就已经是刘畊宏的粉丝了，这类群体在参与直播间健身初期的身份是“元粉丝”。随着参与时长的增加，她们认为参与刘畊宏的健身直播只是一种线上的健身教学模式，不再是一种支持偶像的行为，她们的身份实现了从“元粉丝”到“在线学员”的转化。虽然她们在日常中的身份是粉丝，并且会在社交平台转发偶像直播间及为偶像积攒流量。但进入直播间后，他们的身份从粉丝变成了学员。这类粉丝随着场域的不同而转变身份，在他们看来刘畊宏的直播间是健身教学直播间而非偶像互动直播间，刘畊宏的直播间也变成了类似线上课堂的学习场域。虽然作为粉丝，一旦进入学习场域身份便自然成为了学员。而这类粉丝更倾向于在社交场域去显示自己的粉丝身份，所以朋友圈、微博、抖音等社交平台便成为了她们展示粉丝身份的常用空间。也可以认为她们在社交场域表现为“元粉丝”的身份，而进入直播间健身场域表现为“纯在线学员”身份。

2 网络直播间健身群体的身份建构逻辑

“刘畊宏女孩”的个案表明，网络直播间健身群体存在的4种身份类型实则分为两大群体，一是由“元粉丝”和“新粉丝”构成的粉丝群体；二是由“纯在线学员”和“粉丝型学员”构成的学员群体。社会学研究通常认为不同事件和行为背后具有相似的行为逻辑，指出个案中这些逻辑的一般形态是研究的目的所在^[14]。因此，试图进一步揭示这一类网络直播间健身群体中不同类型身份的身份建构逻辑。

2.1 偶像感知：粉丝群体的身份建构逻辑

1) 情感性因素主导“元粉丝”身份建构。

在健身直播“出圈”之前已经建构起粉丝身份的

“元粉丝”群体,将参加直播健身的行为看作类似为偶像“打榜”“增加流量”的粉丝实践。在粉丝文化研究中,媒介人物对受众的影响愈发重要,而明星或偶像崇拜被视作对媒体人物卷入度最深的类型,这种现象在青少年对偶像的依恋中表现得十分常见^[15]。“唱歌好听”“颜值高、身材好”“演技在线”“三观正、性格好”等明星外在形象和内在品质成为了刘畊宏“元粉丝群体”感知粉丝-偶像关系的重要影响因素。心理认同是偶像崇拜的核心问题,只有个人在其认知、情感以及个性发展上欣赏、接受偶像的外在形象、价值观、行为模式等,才能通过崇拜和模仿的方式实现粉丝实践行为。这也能够合理地解释刘畊宏“元粉丝群体”将加入直播间的行为看作是粉丝实践的观点。“欣赏偶像的容貌、身材等外貌性特征,知名度、生活方式等名利性特征与服装发型等流行性特征是明星崇拜类型的显著特点”^[16]。存在于“刘畊宏女孩”中的“元粉丝群体”正是通过偶像外貌性等特征强化了自身与偶像的联结关系,促使她们在得知偶像有新动向时采取了及时的跟进行动。

此外,也有部分粉丝是通过“跨粉都”的方式实现粉丝身份的建构。部分刘畊宏的“元粉丝”从周杰伦粉丝群体、综艺粉丝群体等“粉都”迁移而来。在这个“跨粉都”过程中,粉丝主体的心理满足感对粉丝-偶像关系的感知产生了重要的影响作用。在“跨粉都”中,粉丝个体流连于各个粉丝社群与媒介文本之间,而不同源流、不同特征的粉丝实践也会因此产生对话冲突^[17]。粉丝明星崇拜中的娱乐、从众与归属等心理动机是形成“跨粉都”行为的内在动力。虽然“元粉丝群体”是通过明星感知力,或是心理满足感对偶像建构粉丝身份,但这两种因素的作用点和内在机制不尽相同,同属于影响粉丝-偶像关系感知的情感因素。因此,影响粉丝-偶像关系感知的情感因素引导部分受众建构了“元粉丝”的群体身份,这部分粉丝群体加入网络直播间健身的现象被认为是粉丝参与。

2) 情境性因素影响“新粉丝”身份建构。

健身直播间被看作是一个线上的互动仪式,“房间”里面的用户获得稳定的成员身份,直播间群体的注意力能够快速集中在共同的事件或活动之中^[18]。群体成员可以通过在直播过程中发评论弹幕、询问主播问题、点赞以及送礼物等行为共享互动的情感和情绪体验。主播也可以通过回答用户问题、答谢礼物等形式与用户进行互动。参与互动的用户能够通过直播间这一“场域”获得情感与资本的交换,而这种交换吸引着用户参加下一次互动。情境性因素影响粉丝身份建构主要体现在两个方面。首先,健身直播间“新

粉丝”群体通过评论、点赞、送礼等提高关系卷入度的方式加强粉丝-明星关系感知,从而使自身实现“路人”到“粉丝”身份的转变。粉丝通过直播间关注偶像的实时动态,并与其发生互动,甚至深入参与偶像直播的内容选择、风格维护和事业走向,与詹金斯所提出的“参与式文化”相同^[19],这让粉丝感到偶像如同家人一样总是在场的。此外,社会影响度的程度也是决定刘畊宏“新粉丝群体”身份认同的重要影响因素。刘畊宏直播间中表达的家庭元素是推动“新粉丝群体”实现身份变化的动力来源之一。直播间夫妻二人的成员组成形式以及直播过程中对家庭话题发表的观点都透露出主播对家庭观念的理解。与西方粉丝“个人本位”不同,国内粉丝的明星崇拜行为受到家庭观念的影响较大,持守“家本位”的观念。刘畊宏的“新粉丝群体”在这种主流价值观念的影响下将偶像视为自己的家人,通过各种方式拉近自己与偶像的心理距离,建构与偶像的亲密关系,并履行一定的家庭角色的义务。“新粉丝群体”中的“CP粉”同样是受家庭观念这种社会影响度的影响所形成的。基于此,健身直播中的关系卷入度和社会影响度是“新粉丝”群体身份建构的两个关键因素,这两种情境性因素加强了直播间用户的粉丝-明星关系感知的力度。这使本来以健身为主要目的的用户身份从“学员”转变成为“粉丝”,这类粉丝群体加入直播间健身的行为也从在线教学转变为了粉丝实践。

2.2 身体实践:学员群体的身份建构逻辑

1) “纯在线学员”遵循教学互动的身份建构逻辑。

受到健康主义和个体化的影响,人们在消费主义的背景下愈发开始注意对身体的控制,关注身体的健康和外形^[20]。作为一项能够实现身体改造和管理的手段,健身运动自然被人们所接纳和实践。现实环境使在线健身成为普遍的健身方式、线上线下融合健身也将成为健身行业运营的基本模式。与传统被认为是通过监督者、规范化手段以及全景敞视空间实现对身体规训的健身房空间不同,居家健身的运动场所脱离了专业的空间规训机制,但“刘畊宏女孩”群体进行的在线健身不仅摆脱了场所的限制,并且能够获得免费专业教练的指导。“互联网+”的模式促进了健身多元主体发生效能聚变^[21],推进了健身运动的普及,各种运动穿戴设备以及软件、App的诞生让健身爱好者在日常中能够轻松获得专业的指导,并对自身运动形成数据监测。这种变化为健身在移动互联网时代中形成了一种新的规训,健身者通过技术的运用产生了一种积极的“自我规训”^[22]。软件健身与直播间健身都脱离了健身场所空间对运动的限制,但直播间健身能够

串联起一个以主播为中心的虚拟健身教室空间。并且在虚拟健身教室中,虚拟学员能够就健身相关的问题对教练发起提问。如在一次直播中,网友就健身期间饮食的问题向教练进行了提问:“刘教练,减脂的时候应该如何注意饮食的搭配?”而且很多学员在直播间通过发送弹幕的方式表示自己也有此方面的困惑,之后刘教练全面地为网友解答了这个疑问。因此,这种直播间关于主题内容的互动不仅包括学员和教练之间,在学员和学员之间同样会就某一主题形成激烈的讨论。刘畊宏直播间通过特定的健身场景和教学式互动搭建了一个在线学员的虚拟健身教室。刘畊宏作为主播以身体传播获得在场意义和彼此认同,而弹幕问答的互动行为则是“纯在线学员”群体人际关系的主要建构方式。这种通过即时传播、在线跟练和弹幕互动的网络健身空间,是网络健身爱好者群体借以表达自身价值、获得圈内认同和聚集文化群体的网络场所^[23]。

2) “粉丝型学员”遵循意识觉醒的身份建构逻辑。

“粉丝型学员”最初是以“元粉丝”的身份加入健身直播间的。作为健身新手群体,她们通过直播间了解了健身的功能,发现健身的习惯能够使健康信号回归、表达审美欲望、疏导焦虑情绪等益处,在实现了自我健身主体意识觉醒的同时,她们的身份也发生了相应的转化。福柯认为规训的权力已经分散在社会各处,形成了大量的微观中心^[24],健身等体育运动作为身体管理的重要手段之一,自然包括在规训权力的作用之中。相比健身者通过身体被凝视、身体等级化、身体指标化等外部规训机制^[25]进入健身大军。不同的是,健身直播间的“粉丝型学员”群体更多是自身主体意识的觉醒。这种意识觉醒也可以被理解为是一种内部规训机制,个体在成为“驯服的肉体”^[26]的同时还在不断将自我“问题化”,并且通过积极主动的方式对自身进行改造和管理。而直播间健身作为一种管理、改造身体的在线教学实践活动,是随着“粉丝型学员”们身体意识的觉醒而完成转化的。但在这个转换中,并没有发生“脱粉”情况,“粉丝型学员”群体离开直播间之后还是具有刘畊宏粉丝的身份。在身体意识觉醒之后,“粉丝型学员”群体开始积极地投入到健身活动之中,甚至也有参加刘畊宏直播之外的健身运动的情况出现。体育和健身意味着对它们所推迟的、保证的,且往往感受不到的利益的一种理性信仰^[27],“粉丝型学员”们用自己的身体践行着“痛并快乐”般的锻炼,实际上是在表达心中对健康身体和美好生活的向往。粉丝实践到健身在线教学形式的转换实则是“粉丝型学员”健康意识提高的产物,也是大家迸发出对美好生活的热情和渴望。而作为“刘畊宏女孩”群体

对健身直播间一次次的转发分享、一次次的创新模仿,甚至一次次的直接累瘫,她们的身体虽然受到技术与权力的规训,但她们选择在刘畊宏直播间“跳操”也是实现自我价值、联系外部世界与个体生命表达的一种方式。

3 对推动网络直播健身发展的启示

网络直播间健身群体的身份类型及建构逻辑为认识居家健身与“云健身”群体的身份提供了思考,从大量运动爱好者对健身场景的选择来看,类似“刘畊宏女孩”的网络直播间健身模式并非孤例。很多网络健身直播间或软件视频号中的参与者都存在着相同的群体身份类型,虽然选择不同平台、不同主播、不同健身方式的参与群体在身份类型的划分上各有特点。但总体上来看,以健身群体的参与动机来分析身份类型的情况下,大致表现为类似状况。基于此,本研究关于“刘畊宏女孩”身份建构的考察,可以在更大范围内了解“云健身”群体的身份类型与建构逻辑,以及这一逻辑对于推动全民健身发展提供的启示。

第一,在相关政策执行中要注意区别对待。短视频或直播平台的快速发展导致了“偶像泛化”与“万物皆可粉”时代的到来。居家健身在新时代下成为了多数健身者的选择,国家各级政府与体育部门也出台了相关的政策来鼓励和推进全民健身的实施。但是在政策的具体执行中,更多的情况下会使政策目标群体处于无差别对待状态^[28]。而通过本研究分析发现,具有相同行为的“在线健身”群体背后具有不同的实践动机和行为诉求。所以在政策的具体实施过程中,政策执行主体和相关部门应该关注到目标群体背后诉求不一致的现实,针对不同实践动机的群体采取不同的执行措施或设置不同的执行方案。

第二,引导在线健身群体合理选择学习对象。得益于研究方法的差别,本研究能够更加深入和细致地认识到群众体育领域内部的差异性,以此发现健身群体中也存在着粉丝身份的受众。从这部分粉丝的视角来看,参与网络直播间健身的行为就是粉丝支持偶像的一种实践行动。这意味着表面看似是在线健身的场景,实则是网络粉丝的群体性“追星”实景。而这种疯狂崇拜行为很容易出现个人意识被群体意识所裹挟的情况^[29],致使健身群体盲目地选择偶像式的学习对象,从而忽视该教学对象的专业知识与教学质量等关键性因素。所以,应该通过网络治理的途径来引导在线健身群体合理选择适合自身的学习对象,而不是只受偶像崇拜的因素来盲目跟随。也可以通过偶像发声的方式,采用直播间互动或者发布视频来引导线上健

身参与群体该如何合理选择学习对象。

第三,规范化健身直播间的商业行为。情感、经济和时间3个方面的超常付出是粉丝的共有重要特征,身份认同、消费行为和文本生产是粉丝参与的核心内容^[8]。当健身主播通过虚拟礼物与直播带货的方式开展线上商业行为时,作为粉丝的部分直播间受众会不可避免地通过消费的方式实现自己的“追星”诉求。在直播间购买健身用品以及送虚拟礼物的行为会被偶像崇拜的因素异化,亦如弗罗姆^[30]所说:“本来消费的意义在于给人一种更幸福、更令人满意的生活。但是现在,消费自身成了目的。”因此,政府和监管部门应该通过制定相关的政策来规范健身直播间的商业行为,避免偶像直播为在线健身带来各种“攀比消费”“拜金主义”“符号消费”等“饭圈并发症”。

参考文献:

- [1] 楚超. 国人健身呈现4个可喜变化[N]. 保健时报, 2022-08-11(016).
- [2] 国家体育总局. 体育总局关于印发《“十四五”体育发展规划》的通知[EB/OL]. (2021-10-25)[2022-11-20]. <https://www.sport.gov.cn/zfs/n4977/c23655706/content.html>
- [3] 赵语涵. 直播健身能否迎来新风口?[N]. 北京日报, 2022-04-25(008).
- [4] 潘妮妮. “私人利益”向“政治参与”转变的“粉丝路径”[J]. 探索与争鸣, 2021, 377(3): 124-131+179.
- [5] BAI Q, HU Q V, GE L, et al. Stories that big danmaku data can tell as a new media[J]. IEEE Access, 2019(99): 1.
- [6] 约翰·费斯克. 理解大众文化[M]. 王晓珏, 宋伟杰, 译. 北京: 中央编译出版社, 2001: 51.
- [7] VAN DIJCK J, POELL T, DE WAAL M. The platform society: Public values in a connective world[M]. Oxford: Oxford University Press, 2018: 4-5.
- [8] 杨思宇, 刘鸣箐. 粉丝文化研究简史: 历史脉络、理论梳理与趋势探析[J]. 传媒观察, 2019(6): 23-31.
- [9] 朱丽丽, 韩怡辰. 拟态亲密关系: 一项关于养成系偶像粉丝社群的新观察——以TFboys个案为例[J]. 当代传播, 2017(6): 72-76.
- [10] 庄曦, 董珊. 情感劳动中的共识制造与劳动剥削——基于微博明星粉丝数据组的分析[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学), 2019, 56(6): 32-42.
- [11] 朱丽丽. 网络迷群体文化研究的历史与现状[J]. 编辑学刊, 2012(1): 44-47.
- [12] 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.
- [13] 顾烨烨, 莫少群. 算法权力下的劳动控制——基于秀场主播劳动过程的研究[J]. 学习与实践, 2022, 464(10): 130-140.
- [14] 张静. 案例分析的目标: 从故事到知识[J]. 中国社会科学, 2018(8): 126-142+207.
- [15] 晏青, 付森会. 粉丝-明星关系感知的影响因素与作用机理: 基于混合方法的研究[J]. 国际新闻界, 2021, 43(10): 6-28.
- [16] 薛晓阳. 偶像教育: 教育理论的新概念[J]. 教育评论, 1997(1): 22-25.
- [17] 尹一伊. 从“跨粉都”到“饭圈”: 论中国网络粉丝实践的形成[J]. 电影艺术, 2021(6): 84-89.
- [18] 黄莹, 王茂林. 符号资本与情感能量: 互动仪式链视角下网络直播互动分析[J]. 传媒, 2017(8): 80-83.
- [19] 赵丽瑾, 侯倩. 跨媒体叙事与参与式文化生产: 融合文化语境下偶像明星的制造机制[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(12): 99-104.
- [20] 钟丽萍, 刘建武, 范成文, 等. 新冠肺炎疫情下在线健身的实践逻辑、发展态势与推进策略[J]. 武汉体育学院学报, 2020, 54(9): 34-41.
- [21] 冯振伟, 田丰. 全民健身智慧化的逻辑理路与实现进路[J]. 体育学刊, 2022, 29(6): 57-63.
- [22] 唐军, 谢子龙. 移动互联时代的规训与区分——对健身实践的社会学考察[J]. 社会学研究, 2019, 34(1): 29-56+242-243.
- [23] 张宁, 苏幼真. 网络直播间: 新部落的建构及其亚文化特征[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 39(10): 128-132.
- [24] 加里·古廷. 福柯[M]. 王育平, 译. 上海: 译林出版社, 2016: 85-90.
- [25] 高昕. 权力规训视域下的健身实践——以健身房为例[J]. 中国青年研究, 2019(12): 30-36+29.
- [26] 米歇尔·福柯. 规训与惩罚[M]. 刘北诚, 杨远婴, 译. 北京: 三联书店, 1999: 67-69.
- [27] 布迪厄. 区分: 判断力的社会批判[M]. 刘晖, 译. 北京: 商务印书馆, 2015: 20-26.
- [28] 邓大松, 徐芳. 当前中国社区健康教育的政策执行过程——基于史密斯模型的分析[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2012, 65(4): 5-12.
- [29] 张钧莉, 方明东. 迷失的狂欢: “饭圈文化”失范表征、成因及治理[J]. 当代青年研究, 2022, 377(2): 88-93.
- [30] 弗罗姆. 健全的社会[M]. 欧阳谦, 译. 上海: 上海译文出版社, 2011: 109.