

# 网红文化对大学生价值观的消极影响 及其应对策略

赵惜群, 范敬利

(湘潭大学 马克思主义学院, 湖南 湘潭 411105)

**摘要:** 网红文化是“网络红人”以互联网为媒介创造的一种网络亚文化,它一方面有助于推动大学生形成真善美的价值追求、引导大学生正确认识人生价值的评价与实现标准、增强大学生对社会主义核心价值观的自信;另一方面容易扭曲大学生的价值认知、干扰大学生的价值判断、妨碍大学生的价值选择、误导大学生的价值行为。鉴于此,应以网络素养教育为关键、以培育正面网红为主线、以网络平台监管为重点、以规范资本运作为抓手,共同应对网红文化对大学生价值观的消极影响。

**关键词:** 网红文化;大学生价值观;消极影响;应对策略

**中图分类号:** G641

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1674-5884(2021)06-0068-07

网红文化是一种新兴的网络流行文化,其对网民尤其是作为“数字原住民”的大学生价值观的影响日益凸显。习近平同志指出:“青年的价值取向决定了未来整个社会的价值取向,而青年又处在价值观形成和确立的时期,抓好这一时期的价值观养成十分重要。”<sup>[1]</sup><sup>172</sup>青年大学生是实现中华民族伟大复兴中国梦的生力军,其价值观的正确与否直接影响着国家的未来、民族的复兴。因此,探讨网红文化对大学生价值观的消极影响及其应对策略,对引导大学生养成正确的价值观,具有十分重要的理论价值和现实意义。

## 1 网红文化的内涵与外延

“要弄清楚一个概念的含义必须从内涵与外延两个方面着手。”<sup>[2]</sup>厘清网红文化的概念,亦需科学揭示其内涵,准确把握其外延。

### 1.1 网红文化的内涵

目前,学界关于网红文化内涵的界定,尚无定论。一是基于传播学视角,认为网红文化是一种媒

介文化,是伴随互联网技术的出现而兴起的一种文化形态,其“演进历程与互联网技术的发展迭代始终亦步亦趋”,并“天然地带有媒介技术变革的发展印记和特质”<sup>[3]</sup>。二是基于文化学视角,认为网红文化是一种亚文化,“是对‘网红’作为符号的事件、内容、议题观点、商品、广告、游戏等实际或虚拟的消费,是消费社会与网络虚拟空间的结合”<sup>[4]</sup>。三是基于综合视角,将网红文化看作“大众文化形态与经济模式形态”的“综合体”,并认为其本质是“一种现代意识的张扬,既包括文化启蒙的元素,也包括文化建构的元素”<sup>[5]</sup>。

实际上,网红文化有广义与狭义之分:前者泛指“网络红人”以互联网为媒介,在网络空间中进行的一切活动及其物质成果与精神成果的总和;后者特指“网络红人”进行的精神活动及其产物的总和。本文所探讨的是广义的网红文化。从起源上看,网红文化是借助互联网兴起的一种文化形态,是互联网发展到新媒体时代的产物,“正是新媒体时代信息发布平台和传播渠道的新特点,

收稿日期:2021-09-02

基金项目:湖南省教育厅资助科研重点项目(20A477);山西省哲学社会科学规划课题(2020YJ053)

作者简介:赵惜群(1966-),男,湖南汨罗人,教授,博士,博士生导师,主要从事网络思想政治教育研究。

形成了这一阶段‘网红’新的发展特点”<sup>[6]</sup>;从主体上看,网红文化是“网络红人”借助互联网创造的一种具有娱乐化、平民化、个性化、多元化等特征的文化形态,在一定程度上顺应了网络受众的物质与精神需求;从本质上看,网红文化是一种亚文化,“它们所包含的价值观和行为方式有别于主文化,在文化权力关系上处于从属的地位,在文化整体里占据次要的部分”<sup>[7]</sup>,是网络信息时代人的实践活动对象化的产物。概言之,网红文化是“网络红人”以互联网为媒介创造的一种网络亚文化,其产物包括“网红行为”“网红事件”“网红产品”“网红地点”等。

### 1.2 网红文化的外延

外延反映事物的边界或范围。“我们无法把文化所具有的具体的分子一一指陈出来,唯一的办法只能是根据其内涵来分门别类地列举其各个组成部分。”<sup>[2]</sup>因此,网红文化的外延可通过其类别划分进行揭示。从表现形式上看,网红文化包括网红物质文化与网红精神文化;从内容属性上看,网红文化包括政治主题型、经济主题型与文化主题型;从依存平台上看,网红文化包括桌面型与移动型;从传播载体上看,网红文化包括文本型、图片型、音频型、视频型与综合型;从价值取向上看,网红文化包括正面型、负面型与中立型。由于篇幅所限,本文主要从价值取向视角对网红文化的外延进行简要阐述。

从根本上说,网红文化的多元价值取向,源于亚文化与主文化之间的关系。对此,有学者从亚文化与主文化存在的差异程度着手,将亚文化分为两种:一是“与主文化根本利益一致的亚文化。在一定条件下,这种亚文化会被主导文化引导、收编”<sup>[8]</sup>;二是“与主文化存在根本矛盾的亚文化。如居于从属地位,在阶级社会中与统治阶级的文化相对立的被统治阶级的文化”<sup>[8]</sup>。但严格来说,亚文化除了与主文化呈现出融合与背离两种发展样态之外,其体系内部还存在着一个价值取向模糊、价值立场摇摆、价值情感复杂、价值态度暧昧的“灰色地带”。正如习近平同志所说:“思想舆论领域大致有三个地带。第一个是红色地带,主要是主流媒体和网上正面力量构成的,这是我们的主阵地,一定要守住,决不能丢了。第二个是黑色地带,主要是网上和社会上一些负面言论构成的,还包括各种敌对势力制造的舆论,这不是

主流,但其影响不可低估。第三个是灰色地带,处于红色地带和黑色地带之间。”<sup>[9]</sup><sup>52</sup>同理,亚文化在其性质上也可分为三个地带,即与主文化相向而行的“红色地带”、与主文化背道而驰的“黑色地带”以及处于两者之间的“灰色地带”。

由是观之,网红文化可根据价值取向的不同划分为正面型、负面型与中立型三种类型。所谓正面型网红文化,是指与社会主义核心价值观要求相一致的网红文化形态,它往往与主文化相向而行,弘扬主旋律、传播正能量。最具代表性的是“网红外交官”,他们凭借坚定的政治立场、精湛的专业知识、深厚的文化底蕴“游走”于网络空间,据理力争地回应他国质疑、坚定不移地讲好中国故事、理直气壮地传播中国声音,在传播网络正能量的同时营造了一个积极健康、向上向善、风清气正的网红文化生态,从而不断丰富与壮大网络主文化。所谓负面型网红文化,是指不符合社会主义核心价值观要求,并与之处于背离、对立、矛盾状态的网红文化形态,且因散播负能量而对社会进步与个人发展产生负面效应。诸如凤姐、芙蓉姐姐、MC天佑、莉哥、陈一发等“网络红人”所创造的文化产物,在其性质上往往背离主流价值导向,甚至存在反党、反社会主义的倾向。若任其肆意蔓延,便会对网络受众产生极大的负面影响,侵蚀其内在精神,误导其外在价值行为。所谓中立型网红文化,即是偏离主流价值取向并游离于价值红线之外的网红文化形态,具有模糊性、摇摆性与易变性等特点,处于正面型与负面型网红文化之间,或被“红化”、或被“黑化”。

## 2 网红文化对大学生价值观的消极影响

为客观真实地揭示网红文化对大学生价值观的影响,课题组采取线上线下相结合的调研方式,向各级各类在校大学生发放、回收有效问卷1330份,并对调研数据进行了认真的统计分析。结果显示,正面型网红文化有助于推动大学生形成真善美的价值追求、引导大学生正确认识人生价值的评价与实现标准、增强大学生对社会主义核心价值观的自信,中立型尤其是负面型网红文化对大学生的价值认知、价值判断、价值选择、价值行为的消极影响不容小觑。

### 2.1 扭曲大学生的价值认知

价值认知是价值主体对价值客体的内涵、特

征、地位等的感知、学习与总结。科学合理的价值认知有助于大学生把握社会主义核心价值观这一“最持久、最深层的力量”<sup>[1]168</sup>,从而内化为自身的精神追求、外化为自觉的价值行为。相反,中立型、负面型网红文化的滋生蔓延极易使大学生的价值认知发生扭曲,继而不断模糊其对主流价值的认知、消解其对主流价值的认同、阻碍其对主流价值的追求。当被问及“您如何看待王思聪等‘网络红人’在网络上的炫富行为?”时,选择“我个人觉得无所谓,和我没有太大关系”的大学生占比高达60.68%;而选择“我很羡慕他们,不用为了钱而奋力拼搏”者将近10%。由此可见,在中立型、负面型网红文化的干扰下,大学生极易出现价值认知偏移或混乱的局面,甚至形成错误的价值认知。

中立型尤其是负面型“网络红人”为获得更多粉丝关注,通常以恶搞、戏谑、炫富、夸张等方式展示自我,试图以此引起全民围观,营造一种全民狂欢的氛围。在此情形下,大学生容易沉迷于网红文化所产生的“视听盛宴”中,过分追求“感官刺激”,过度依赖“视觉表象”,从而在不知不觉中扭曲了价值认知。

## 2.2 干扰大学生的价值判断

价值判断是价值主体对价值客体有无价值以及价值大小的判定。客观真实的价值判断有助于大学生进行正确的价值选择。但现实情况是,中立型、负面型网红文化的生产、传播与消费,容易干扰大学生的价值判断。

一方面,混淆大学生的价值判断标准。当被问及“您认为判断正面型、中立型、负面型‘网络红人’的标准是什么”时,虽然超过60%的大学生选择“伦理道德素质的高低”“政策法规素质的高低”“是否符合社会主义核心价值观的要求”,但选择“粉丝量的多寡”“外表颜值的高低”“是否风趣幽默搞笑”“是否多才多艺”者分别为10.23%、10.30%、25.40%、18.5%。显然,重流量、轻质量,重颜值、轻素质,重娱乐、轻品位的中立型尤其是负面型网红文化的“熏陶”,混淆了大学生的价值判断标准,使其无法正确判断客体的价值。

另一方面,阻碍大学生的理性价值判断。“评价及其标准本身有时是理性的、有清醒意识的、合逻辑的,有时则是非理性的、潜意识或无意识的、情感化的形式。”<sup>[10]188</sup>理性的价值判断是生

成正确价值观的必然选择,但中立型、负面型网红文化常以“温水煮青蛙”的方式妨碍大学生的理性价值判断,致使其将不应当看作应当、不合理看作合理、不值得看作值得,混淆价值客体的应然与实然状态。调查显示,33.53%的大学生对“辛巴燕窝售假事件”做出了非理性的价值判断,其中,10.6%的大学生认为“追求经济利益无可厚非,挣到钱才是王道”;15.94%的大学生认为“网络平台监管不力,不应对辛巴进行处罚”;6.99%的大学生认为“未对消费者身心健康造成伤害,可以原谅”。“网红文化生成于资本竞技的风口”<sup>[5]</sup>,资本逻辑的束缚与驾驭往往使得“网络红人”在价值理性与工具理性之间徘徊,一旦价值理性缺席,崇尚工具理性的负能量“网络红人”便借助互联网的去中心化、虚拟性、隐匿性等特点,挑战道德底线、触碰法律红线、跨越价值基线而“红遍”网络空间。久而久之,价值观尚未形成的大学生便会被网红文化的逐利性所吸引,丧失应有的价值理性。

## 2.3 妨碍大学生的价值选择

价值判断是价值选择的基础,价值选择是价值判断的结果。一旦中立型、负面型网红文化干扰了大学生的价值判断,其价值选择也会随之偏离正确的航向,缺乏科学性与合理性,渐趋功利化与情感化。

一是使大学生的价值选择功利化。随着社会主义市场经济的纵深发展,功利主义不断地渗透到我国社会生活的各个领域。在此背景下,裹挟功利主义价值观的网红文化极易对大学生的价值选择产生影响,使其在处理个人利益与社会利益辩证关系时丧失理性,导致价值选择失衡、失当。当被问及“您喜欢下列哪些‘网络红人’”时,选择“戴建业”“Papi酱”“全红婵”“华春莹”等正能量“网络红人”的大学生占比依次为10.38%、29.85%、45.11%、59.85%。虽然绝大多数的大学生能够在复杂的网红文化环境中保持理智,做出正确的价值选择,但不容忽视的是,仍然有少部分大学生的价值选择趋向功利化。当被问及“您喜欢下列哪些‘网络红人’”时,3.53%的大学生选择“辛巴”;6.69%的大学生选择“王思聪”;17.22%的大学生选择“办公室小野(美食博主)”;8.2%的大学生选择“郭老师(土味主播)”。如果大学生经常沉溺于重个人利益、轻社会利益的负能量

网红文化的盛宴之中,当其面临选择冲突时,极易滑向功利主义的泥潭。

二是使大学生的价值选择情感化。所谓价值选择情感化,是指大学生在价值判断标准模糊的情况下,依据主观情感体验进行的价值选择活动,往往与非理性的价值判断存在内在同一性。当前,“网络红人”已成为网络社会中最具影响力的群体,他们长期活跃在网络空间,并凭借独特的个性深受大众尤其是大学生群体的喜爱。调查显示,12.26%的大学生是李佳琦等“网络红人”的“忠实粉丝”。不难看出,若长期沉浸于负能量网红文化所带来的“感官快乐”,正处于价值观形成发展期的大学生便会对其产生情感共鸣,以追求个人情感体验为目的,渴望与“网络红人”建立某种联系,并通过关注、点赞、评论等互动方式来寻求情感认同,成为他们的忠实支持者,进而导致其价值选择的情感化、情绪化,最终发展为价值选择“失能”。

#### 2.4 误导大学生的价值行为

价值行为是价值主体在社会实践活动中“体现出的价值观念和价值取向,它是人们价值观在行为上的体现”<sup>[11]</sup>。负能量网红文化在扭曲大学生的价值认知、干扰其价值判断、妨碍其价值选择的基础上,进一步误导其价值行为,导致其知行不一、行为失范。

第一,知行不一。所谓知行不一,是指“一个人在认知和判断上明确何为正当的、善的,但却在实际行为中反其道而行之,即价值认知与价值行为相悖逆”<sup>[12]</sup>。事实上,正确的价值观是价值认知与价值行为的协同一致,但由于大学生正处于价值观形成发展的关键期,一旦受到负能量网红文化的影响,其价值行为与价值认知之间就有可能出现一道“鸿沟”,呈现“知行相左”的样态。当被问及“当您在上网时无意中浏览到韩美娟(本名韩佩泉)发布的视频,您会怎么做”时,只有14.06%的大学生选择“内心非常抵触,选择直接过滤掉”,而绝大多数的大学生认为可以浏览观看,其中选择“觉得比较搞笑,会长期关注浏览”“觉得就是纯属娱乐,可偶尔看看”“感到有点厌恶,但刷到了就看看”的大学生占比依次为4.36%、60.6%、10.68%。可见,部分大学生虽然在价值认知、情感、判断上对负面型网络红人的言行“感到有点厌恶”,但在价值行为上却“刷到了就

看看”,从而陷入“明知故犯”、知行脱节的困境之中。

第二,行为失范。从某种意义上说,中立型,特别是负面型“网络红人”的价值行为往往与社会主义核心价值观的导向相悖,他们在经济利益的推动下挑战道德底线、法律底线,做出违法乱纪等行为,若任其长期存在于网络空间,极易诱使正处于价值观形成发展期的大学生效仿,并逐步固化为错误的行为习惯。调查显示,12.11%的大学生经常会模仿中立型、负面型“网络红人”的行为,而偶尔模仿的大学生占比则高达42.78%。显而易见,负能量网红文化的传播容易误导大学生的价值行为,使其出现“行而不知”的怪象,最终导致行为失范。

### 3 应对网红文化对大学生价值观消极影响的策略

当前,中立型与负面型网红文化对大学生价值观的消极影响日益凸显,不容忽视,需采取有力措施应对。具体而言,应以网红文化环境中影响大学生价值观的四大因素为着力点,由内而外、由微观到宏观加以系统施策。

#### 3.1 以网络素养教育为关键,引导大学生树立正确价值观

内因是事物发展变化的根据。大学生正确价值观的形成,关键在自身。因此,只有着力提升大学生网络素养,引导其“科学、依法、文明、理性用网”<sup>[13]</sup>,才能激活正确价值观形成的内生动力,进而促使其自觉抵制负能量网红文化的侵蚀。

首先,推进网络素养教育融入教材。教材是加强大学生网络素养教育的主要资源。为此,一要增强思想政治理论课教材的理论性,增加网络法律法规、网络道德规范、网络信息技术、网络心理健康等方面的相关理论知识,使大学生掌握基本的网络理论知识,提高网络认知能力;二要提升思想政治理论课教材的针对性,根据不同年级的大学生价值观形成发展特点与网络心理发展特征,编写其容易接受与理解的网络理论知识;三要注重思想政治理论课教材的生活化,将社会热点问题尤其是具有较大影响力的网红事件融入教材中,让理论贴近生活,从而引发大学生的思想共振与情感共鸣。

其次,推进网络素养教育进入课堂。习近平

同志强调,办好思政课,要用好课堂教学这个主渠道。可见,课堂教学是提升大学生网络素养水平的关键一环。一要开设网络素养教育选修课,将思政教育与素质教育相融合,运用多种方式方法普及网络素养相关知识,引导大学生不断提高媒介认知水平,树立正确网络价值观;二要充分运用网络信息技术开设大学生网络素养教育在线课堂,更新原有的教学理念,开创启发式教学,引导大学生主动“发现问题、分析问题、思考问题”<sup>[14]331</sup>,使其在学习与思考的过程中提高辩证思维能力,正确辨别正负“网络红人”,避免受到负能量网红文化的影响。

最后,推进网络素养教育深入人心。使大学生将网络素养知识内化于心、外化于行,是加强大学生网络素养教育的最终目的。其一,要提升教育者的共情力。马克思认为:“人作为对象性的、感性的存在物,是一个受动的存在物;因为它感到自己是受动的,所以是一个有激情的存在物。激情、热情是人强烈追求自己的对象的本质力量。”<sup>[15]211</sup>可见,情感是连接教育者与大学生的重要纽带。所以,教育者在进行网络素养教育时情怀要深,要从大学生的情感体验出发,以理服人、以情感人,以此达到“润物无声”的效果。其二,要提升话语的感染力。话语是一门艺术,运用恰当便会事半功倍。推进网络素养教育深入人心,必须提升话语的感染力,善用通俗易懂、生动活泼的话语表达方式,巧用典故、案例、小故事等,不断提高话语魅力,提升网络素养教育实效性。

### 3.2 以培育正面网红为主线,引领网红文化向上向善航向

正面网红是网红文化航向的引领者,是网络文明传播的示范者,是社会主义核心价值观的践行者。习近平同志指出:“要牢牢把握正确舆论导向,唱响主旋律,壮大正能量,做大做强主流思想舆论。”<sup>[14]312</sup>为此,壮大网红正能量,需积极培育正面网红,使其成为社会主义核心价值观的有力传播者,从而在一定程度上消除负能量网红文化对大学生价值观的消极影响。

一是要打造主流网红。所谓主流网红,是指主流媒体的记者、主持人、评论员等利用其职业特性成为弘扬主流价值、传播正能量的“网络红人”。2016年,南方报业传媒集团抢占媒体融合发展先机,精准把握时机,首次推出“南方名记”

培育工程,通过多环节为此工程选拔人才,进而将其打造成高素质主流网红。这一举措为媒体行业提供了借鉴。因此,人民网、新华网、央视网、光明网等主流媒体应因势利导,把握好网红文化发展的时度效,从树立媒介形象、凸显品牌特色、彰显人格魅力等方面入手,着力打造主流网红,不断提高其影响力与感染力,占据网络舆论引导的主阵地。

二是要打造名人网红。所谓名人网红,是指医学界、科学界、教育界、文艺界、企业界等名人借助网络媒介成为弘扬主流价值、传播正能量的“网络红人”。目前,我国已有钟南山、张文宏等医学界网红,全红婵、杨倩等体育界网红,董明珠、雷军等企业界网红,戴建业、张雪峰等教育界网红,但其数量相对较少。所以,应充分依托名人的知名度,将其打造成名人网红,传播中国声音、讲好中国故事、树立中国形象,壮大正能量“网络红人”队伍,从而使其成为弘扬和践行社会主义核心价值观的网络中坚力量。

### 3.3 以网络平台监管为重点,净化网红文化生产传播载体

网络平台不仅是网红文化生产与传播的主要载体,而且是“网络红人”与网络受众尤其是大学生互动沟通的桥梁。因此,消除网红文化对大学生价值观的消极影响,亟须在行政、技术、法律等层面下大功夫,加强对网络平台的综合监管。

第一,要以行政手段为先导,压实网络平台主体责任。网信办、市场监管部门、工商行政管理部门等应高度重视网红文化生态的优化,积极开展“网红”乱象整治专项行动,围绕广告宣传、付费打赏、直播互动等主要环节,进一步加大监管整治力度,对存在虚假宣传、夸大宣传、诱导消费的“网络红人”依法依规进行查处,推进实名制身份认证,提高网红准入门槛,严管微博、微信、抖音、快手、淘宝等网红集聚地。同时,政府相关部门可利用行政手段严格监督互联网企业的自检自查自纠,对其整改情况进行实时跟踪,对其整改结果进行公开报道,使其明确自身主体责任,做到“守土有责、守土负责、守土尽责”<sup>[16]18</sup>。

第二,要以法律手段为核心,完善网络平台规范体系。网红文化发展过程中形成的诸多乱象,与网络平台的非规范化运行密不可分。换言之,由于相应法律法规体系并不完善,网络平台在利

益驱动下往往能够钻过漏洞,在法律法规的灰色地带运行。目前,针对网络空间治理,我国已制定并发布了一系列法律法规,如《中华人民共和国网络安全法》等8部法律文件、《互联网信息服务管理办法》等11部行政法规、《网络信息内容生态治理规定》等15部部门规章,这为网络平台监管提供了重要的法律依据。但是,由于网络技术、文化与生态的快速迭代,新的法律漏洞在不断出现,这就要求相应的立法、执法、司法机制的迭代速度与之相匹配,及时将实践中已经验证的政策、办法、行规等措施上升为法律法规,力求做到依法办网、依法管网,避免网络平台成为“传播有害信息、造谣生事的平台”<sup>[14]306</sup>。

第三,要以技术手段为辅助,监测网络平台信息动态。以技治技,是净化网络平台环境的重要举措。一方面,可充分利用大数据、人工智能、区块链、云计算、AI等关键核心技术对网络平台的流动信息进行全方位、全天候的实时监测,通过数据监测、数据收集、数据分析等环节科学洞悉网红文化的发展走向,准确把握网络受众对网红文化的关注点,为网红文化治理方案的制定提供数据参考,实现精准施策;另一方面,应充分运用上述关键核心技术对微博、微信公众号、抖音、快手等网红文化的集散地进行重点监测,依托网络舆情预警技术对负能量网红文化进行分级预警,并利用过滤技术及时对负能量“网络红人”的账号进行禁言、注销,同时及时删除负面评论等信息。

### 3.4 以规范资本运作为抓手,促进网红文化产业健康发展

随着社会主义市场经济的快速发展,资本市场逐渐成为文化产业的“助推器”。资本持有者为实现经济利益的最大化,抢占网红文化发展先机,通过开展多种资本运作管理活动,催生出以“网红-平台-MCN-粉丝-商家”为核心的网红文化产业链。因此,要实现网红文化产业持续健康发展,必须以规范资本运作为抓手,找准切入点、把准着力点。

一是以严格审查为切入点,规范资本运作。投资与融资是推动网红文化产业发展的主要资本运作方式。2017年,艾瑞与微博联合发布的《中国网红经济发展洞察报告》对网红经济的投融资情况进行了详细分析,认为“在直播平台、社交媒体平台、短视频平台等网红经济承载平台迎来融

资热的同时,大量MCN机构和网红经济产业链中各环节也得到了投资机构的青睐。除IDG资本、经纬中国等大型投资机构外,中小投资机构也纷纷入局,抢夺产业链条中的新兴市场。”<sup>[17]</sup>在这种情形下,国家发改委、财政部、市场监管总局、中国人民银行等部门应以《反垄断法》《中共中央 国务院关于深化投融资体制改革的意见》等相关政策法规为指导,加大对网红文化投资、融资机构金融服务的审查力度,重点查清其资金来源与用途,实现对网红文化投融资机构的过滤与筛选,使不合格的机构退出市场,规范其投融资行为,从而在最大程度上规范网红文化产业链条中的资本运作,营造良好的投融资环境。

二是以社会效益为着力点,规范资本运作。习近平同志强调,在推进文化产业发展的过程中,要“把握好意识形态属性和产业属性、社会效益和经济效益的关系,始终坚持社会主义先进文化前进方向,始终把社会效益放在首位”<sup>[18]185</sup>。因此,网红文化投资、融资机构应以此为根本遵循,始终坚持经济效益和社会效益相统一,社会效益优先的原则,对所注资的网红及其团队、MCN机构等进行全方位、多角度考察,严格把关,将社会主义核心价值观作为筛选“网络红人”的标准,以资本力量推动正能量“网络红人”的发展壮大,使其成为社会主义核心价值观的传播者和弘扬者,避免资本沦为负能量网红文化的“帮凶”。

### 参考文献:

- [1] 习近平.习近平谈治国理政[M].北京:外文出版社,2014.
- [2] 黄楠森.论文化的内涵与外延[J].北京社会科学,1997(4):11-15.
- [3] 敖鹏.网红为什么这样红?——基于网红现象的解读和思考[J].当代传播,2016(4):40-44.
- [4] 马相彬.消费与狂欢:“网红”传播的文化解读[J].中国广播,2016(9):20-23.
- [5] 刘孝菊,侯梦晗.网红文化的价值困惑与价值自觉[J].思想政治教育研究,2019(2):141-144.
- [6] 黄楚新,商雅雯.试论新媒体时代的“网红”现象[J].教育传媒研究,2017(1):38-40.
- [7] 高丙中.主文化、亚文化、反文化与中国文化的变迁[J].社会学研究,1997(1):113-117.
- [8] 黄瑞玲.亚文化:概念及其变迁[J].国外理论动态,2013(3):44-49.

- [9] 中共中央党史和文献研究院.习近平关于网络强国论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2021.
- [10] 李德顺.价值论——一种主体性的研究(第三版)[M].北京:中国人民大学出版社,2013.
- [11] 王滨,韩红蕊.思想政治教育视阈下价值判断与价值行为的整合研究[J].思想政治教育研究,2016(5): 1-4.
- [12] 张晓霞,崔岐恩.价值行为中的知行不一现象及其消解研究[J].宁波大学学报(教育科学版),2020(6): 34-42.
- [13] 中国政府网.中共中央国务院印发《中长期青年发展规划(2016—2025年)》[EB/OL].(2017-04-13)[2021-09-02].[http://www.gov.cn/xinwen/2017-04/13/content\\_5185555.htm#1](http://www.gov.cn/xinwen/2017-04/13/content_5185555.htm#1).
- [14] 习近平.习近平谈治国理政(第三卷)[M].北京:外文出版社,2020.
- [15] 马克思恩格斯文集(第一卷)[M].北京:人民出版社,2009.
- [16] 习近平:论党的宣传思想工作[M].北京:中央文献出版社,2020.
- [17] 中国网红经济发展洞察报告[EB/OL].(2017-06)[2021-09-02].<http://report.iresearch.cn/wx/report.aspx?id=3009>.
- [18] 中共中央党史和文献研究院.习近平关于社会主义文化建设论述摘编[M].北京:中央文献出版社,2017.

## Negative Effects and Countermeasures of Internet Celebrity Culture on College Students' Viewpoints of Value

ZHAO Xiqun, FAN Jingli

(School of Marxism, Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

**Abstract:** Internet celebrity culture is the internet subculture which is created by internet celebrities with the internet as the media. On the one hand, internet celebrity culture is helpful for college students to shape the value pursuit of truth, goodness, and beauty, guide them to correctly understand the standards of the evaluation and realization of life value, and enhance their confidence in socialist core values. On the other hand, the culture may easily distort college students' value cognition, interfere with their value judgment, hinder their value choice, and mislead their value behavior. Therefore, it is necessary to take the internet literacy education as the key and the cultivation of positive internet celebrities as the main line, to focus on the online platform supervision, and start with the regulation of capital operation to eliminate the negative effects of internet celebrity culture on college students' viewpoint of value.

**Keywords:** internet celebrity culture; college students' viewpoints of value; negative effects; countermeasures

(责任校对 朱春花)