**粉丝文化，怎么“粉”是个关键**

**近年来，从网上“打榜”，到形成“粉丝经济”，再到策划自己的文化产品，以年轻人为主体的粉丝群体，早已不再是文化娱乐产业的被动接受者，而成为主动的参与者乃至生产者。**

**从电影到电视剧、从综艺节目到网络直播、从演唱会到见面会，多元多样的文化娱乐形式，以及网络技术的发展，让年轻粉丝拥有了更加开放的选择空间。而“追星”的方式，也从以往自下而上的仰慕，变为更加直接的接触；从以往多局限在私人空间和熟人圈子里的交流，变为粉丝之间以社交媒体为载体的、更加扁平化的互动。从这个意义上说，作为一种文化消费共同体，粉丝群体及其活动已经形成了一种新的媒介景观，丰富着我们时代的文化样态。**

**对于年轻人来说，“粉”什么、怎么“粉”就成为关键。据媒体报道，2018年微博上的娱乐明星粉丝年度累计总人次达到167亿。面对如此庞大的文化消费群体，这提示我们，对社会来说，要提高包容度，接纳和规范粉丝文化的发展，引导年轻人去追积极阳光、富有内涵的“星”；对粉丝群体来说，形成健康的粉丝文化，有赖于每个人用理性的行为、礼貌的举止、文明的语言要求自己。**

**给粉丝文化以正面引导，需要在深入了解这一群体的基础上，放大其积极的一面。有人指出，相较以往，今天的粉丝群体是一种“参与式”“陪伴式”的追星。对这一热情加以正面引导，有利于鼓舞年轻人通过对标偶像，增添“变成更好的自己”的动力。近年来，在各类粉丝群体中，粉丝们都表现出文明有序的自制力和良好的秩序感。在社会层面，从关爱听力障碍的儿童到改善贫困山区儿童的学习环境，从为城市的清洁工们送上免费午餐到捐赠爱心图书，粉丝们带来的正能量逐渐呈现和放大，得到了人们的认可。**

**“让‘爱豆’和我们一起变得更美好”。粉丝们的心声，也要求明星用更高的标准要求自己，真正成为年轻人在各方面的“偶像”。比如，鼓励粉丝多读书、读好书，使阅读成为越来越多年轻人的习惯；带动粉丝学习中华传统文化，使传统文化被年轻群体熟知和传播；带动粉丝参与到环保、公益等公共事业中去，让人们感受到充满温暖和阳光的粉丝群体力量，等等。期待更多粉丝借由共同喜爱的偶像聚集在一起，营造更多彩的娱乐景观、形成更丰富的文化生态。**