



网络红人低俗化现象批判

薛静华 薛深

摘要：伴随着网络直播的快速发展，网络红人低俗化现象日渐突出，搞怪猎奇的表演、粗俗下流的话语、淫秽色情的展示、虚伪荒诞的信息传递，令网络场域污秽不堪，严重影响社会群体心态，冲击社会主义主流价值观，污染网络生态环境，消解网络媒体公信力，诱发社会不法行为，增大社会治理难度。基于公共管理的视角，政府要深化收入分配制度改革，畅通阶层流动渠道，健全网络社会管理法律法规，完善媒介行业自律机制，培育公民健康社会心态，以充分释放网民自主治理的正能量，营造健康向上的网络生态氛围。

关键词：网络红人；低俗化；批判；治理

伴随着网络直播的快速发展，网络红人低俗化现象日渐突出。一批通过色情、暴力、封建迷信成名的网络红人，借助于微信、微博等网络媒介病毒式传播，严重污染了网络场域的生态环境，并不断向现实生活空间蔓延，严重干扰社会群体间的道德评判。评析这一社会现象，不仅可以从中国草根阶层对大众文化的创造和消费方面探寻，还可以从社会心态和价值理念等方面考量，以科学阐释其本质特征及社会危害，寻求有力的消解治理之策。

一、网络红人低俗化的现实表征

2006年5月，百度百科用户“陈墨BJ”创建“网络红人”这一词条，后被简称为“网红”。从初期的群体识别看，并没有低俗和高雅的网络红人之分。在其演化的进程中，“一些‘网红’摒弃了正确的内容定位、形象定位和价值定位，以‘红’牟利，因‘红’

骄横，恃‘红’而粗俗不堪，倚‘红’而飞扬跋扈”^[1]，逐步形成了低级、庸俗的发展态势，成为中国网络红人现象的新景观。

1. 搞怪猎奇的表演形式

每个时代，都有走在潮头的红人。在交通、传播并不发达时期，要成为名噪一时的一代红人，无疑需要主体实力的真实存在。而在当下发达的网络时代，这种情形被彻底颠覆，网络直播平台的低门槛、低成本给每个公民都提供了传播个人信息、制造社会影响的机会，使得人们展示自己有了无限的可能。有人凭借素质、能力、个性的张扬，借助于网络传播，快速赢得公众认可，成为家喻户晓的网络红人，但对于那些才貌平平、无一技之长、缺乏健康创意而又渴求一夜成名者，则难以寻觅到适合自己成名的正当路径。于是，这些主播们不是着眼于个人素质的提升，以个人实力来赢得他人的赞美，而是猎奇求怪、装疯恶搞，以噱头包装、戏谑夸张的方式祈盼为公众所知。如，

网名为“吃货 & 凤姐”的大妈在直播间表演了奇特无畏的“吃功”，先后吃了灯泡、面包虫、仙人掌、生猪蹄、金鱼、鱿鱼、黄鳝、生姜、辣椒面和满满芥末的泡面等多达十余种的千奇百怪的物品，成为“一个狂吃至死的物种”，竟满足了部分网民内心的愉悦，视频进一步被传播扩散开来而一度“成名”。

2. 粗俗下流的话语表达

网络红人博取声名的另一个惯用手段是无边界的粗口表达。他们主动迎合部分网民需要，粗口不断、脏话连篇，以显示其真实、随性、接地气，使得网络直播粗鄙语言无处不在，泛滥成灾，甚至有的网红不用脏话表达，反而遭到“不说脏话，还能红多久”的疑问。网络粗口有小到不带脏字的以暗示方式表达的隐骂，如“你的样子真的很棒哦！就跟个棒槌一个样”；有直接用污言秽语、泼妇骂街式的俗骂，甚至相约他方参与的旷日持久的网络对骂，如王小源与一个12岁男孩在网络直接播放对骂，满口污言秽语，低级裸露，竟然被多个网站转载，至今仍然在线；有的则将脏话编入其他古代经典故事或文献中，以顺口溜、诗词、口头禅等形式表现，如自称是“集美貌与才华于一身的心灵鸡汤教主”。2016年第一网红的“papi酱”，平均一次直播使用脏话多达10多次，对年轻人进行百般的嘲讽、挖苦、漫骂和毁损。

3. 淫秽色情的场景展示

网络色情一直是网络顽疾，它通过人体的敏感部位裸露或者人的性行为展现来满足部分网民的性猎奇心理，以吸引网民的观看浏览、打赏投资，进而达到网络成名的目的。作为网络红人成名的路径，这一实践始自于“木子美”的性体验写作，“妖妃娘娘”的裸照自我上传紧随其后，干露露母亲则直接将干露露浴室洗澡征婚视频上传，网络轰动效应不断升级。相应地，这些人物博得了“成名”的体验，也在一些年轻人中产生了负面的示范效应。随着网络直播的快速兴起，更多的人参与其中，网络色情日益泛滥。网络直播虽然不是专门的色情网站，不是专门赤裸裸地宣扬色情，一般是通过“打擦边球”挑逗网民情欲，但总有一定的网民为成名进一步放大尺度，刺激网民尤其是青少年参与的欲望，催生了直播平台涉黄的乱象。斗鱼、熊猫TV、虎牙直播、战旗TV、YY、六间房、龙珠直播等多家网络直播平台深陷其中，有王瑞儿故意露点炒作，“Jasper星培”为答谢网友支持竟要公开脱掉女友内衣，斗鱼主播甚至还进行“直播造人”，以迎合观众的视觉快感。

4. 虚诡荒诞的信息传递

网络红人除了惊艳的表演之外，还伴有雷人之语，以此更加广泛地圈粉。网络红人的雷语一部分是来自表演者博学多识基础上的横生妙语，这也是一些内涵网红赢得网民称道的根本原因，不少参与者试图通过个人表现达到这一吸粉目标。然而，“罗马不是一天建成的”，意图快速实现精妙语言的表达，往往造成一些人步入误区和歧途，将“新奇、恐怖、荒诞、刺激”理解成语言的精髓和魅力，将虚诡另类的消息藏匿在“戏化”的滥情表演之中，兜售隐私、狂爆猛料、抄袭名作、制造谣言，甚至不惜违法犯罪以最终达到“成名”目的。2005年开始混迹网络的秦火火，从一人网就通过制造网络谣言吸引网民。从2011年编造动车事故的谣言到2013年8月，先后制造了3000多条谣言。其中“动车事故2亿元天价赔偿”“杨澜从股市骗钱诈捐逃税”“李双江之子非亲生”等内容影响巨大，秦火火因此被网友冠以“谣王”。虽然秦火火终因寻衅滋事罪和非法经营罪被人民法院判刑，但依然没有引起所有“网红”的警醒，以身试法者仍大有人在。2017年3月，桃江县一中年男子竟然身着警服，散布查酒驾谣言。“网红”经常传递的另类信息还有封建迷信、个人隐私、生活资讯等，这些谣言虽然荒诞至极，但依然被以讹传讹，在一定范围内产生了连锁反应，给社会管理带来一定的混乱。

二、网络红人低俗化现象的社会危害

网络红人作为被社会关注的特殊群体，已成为社会价值生成的新的操盘手，其行为举止对社会造成的影响是广泛的。一旦网络红人走上了低俗，其一反传统的个性和表演将被以病毒式的快速传播，对整个社会机体产生的危害更加严重。

1. 影响社会群体心态，激化社会矛盾

社会心态是在一定时期的社会环境和文化影响下形成的，社会中多数成员表现出的普遍的、一致的心理特点和行为模式，并成为影响每个个体成员行为的模板^[2]。从思想与行动的关系分析，网络红人的表现形式是一种显性的行动实践，其本质内涵则是一种社会心理状态。低俗网络红人以自轻自贱为谋，以自甘堕落为乐，以成名谋利为最终指向，美丑不分、善恶不辨，甚至是“以丑为美”“以恶为善”，表征着这些网络红人在追求名利、实现人生价值等方面扭曲的思想观念。然而，客观的现实是一旦成为网络红人，

即拥有了较多的粉丝追捧,这些“红人”们就能够利用自己拥有的粉丝,通过拍摄广告片、参加商业演出或直接参与投资等,将知名度快速变现。一夜之间的走红,使一些“红人”身价倍增,年收入高达数千万元,并能赢得网民的进一步哄抬与追捧。随之而来的是网络红人生产、经营者,也因此赚得盆满钵满,成为“网红经济”的真正受益者,从而导致社会收入差距的进一步拉大。从网络红人本身的社会贡献分析,客观上他们不是社会财富真正的创造者,这就增大了部分社会成员的相对剥夺感。不仅如此,网络红人的利益获得,还体现在成为“红人”带来的身份地位的提升。因为成名,一夜之间完成了阶层的跨越,容易引发社会认同和归属感弱化,造成群体心态失衡、精神迷茫和价值扭曲的伦理精神危机。这些社会心态若不能较快得到协调和修复,将会沉积在各种社会群体和不同阶层的内心层面,逐渐成为部分社会成员滋生焦虑、浮躁、困顿、彷徨、仇恨等不良社会心态的根源。

2. 破坏网络生态环境,消解网络媒体公信力

网络红人的生成和传播主要是在网络媒体中进行的。作为媒介的网络媒体是社会的公器,不仅承担着信息传递、舆论承载的功能,更承担着传承文化、监测社会、引领价值等多种重要使命。从这一层面看,已经跃身成为影响范围巨大的第一媒体的网络媒体,理应承担更多的社会责任。然而,在低俗网红井喷式出场的态势下,一些媒体将“受众为王”作为媒体唯一的行动逻辑,毫无底线地迎合受众的各种需求,不仅没有主动把关,甚至完全被网络红人及相关生产经营者“绑架”,为其提供播放平台,有意无意地推送或者是“批判转载”网络红人相关信息,满足看客的偷窥、刺激、臆想心理,一方面扩大读者范围,另一方面也锁定顾客群,以提升其经济效益,使得网络红人充斥了网络空间的各个角落。从这个意义来说,网络媒体在网络红人低俗化问题上发挥了助纣为虐的作用,在一定程度上引发了网络场域中网络红人的传播失序。在这种情况下,网络场域中道德经纬也大大弱化,运行秩序变得杂乱无章,为不法分子及缺乏社会责任意识的网络推手打通了破坏网络生态环境的通道,使网络空间无时无刻不面临色情与恐怖的危险,导致人们失去对网络媒体的信任,极大地消解了其社会公信力。

3. 冲击社会主义主流价值观,危害青少年身心成长

从网络红人生成的路径观察,其实质是他们通过话语表达、形体表演等形式向观众展示一个具体的生

活场景,当观众在阅读完他们推送的文章、欣赏过他们精心设计的视频,顺其自然地进入其预设好的情境之中,从而被他们的价值观所导引。据《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2016年12月,我国网民规模达7.31亿^[3]。《2016上半年网红现象专题报告》数据进一步显示,每12个网民中至少有一个在关注网红,而这个庞大的人群中,25岁以下的年轻人占据了近90%^[4]。由此可见,各类网络红人对年轻人的辐射力与影响力。从这个角度分析,网络红人的传播直接关乎民族的未来。然而,在现实生活中的一些网红为了博得出名,搞怪、戏谑、无厘头的出场,暴力、无节操、“衣不蔽体”的呈现,以丑为美,以色情为筹码,以“圈钱效率”为标尺,从而将网民的目光汇聚于极端的拜金主义、利己主义、享乐主义、无政府主义。青少年时期是其人生观、世界观、价值观养成的关键时期,低俗网络红人在这个群体中不断施加负面影响,不仅稀释他们对社会业已形成的正确认知,从而忽视自身的社会责任,贪图安逸,意志消沉,更将导致他们人格异化,人生观错位,集体精神矮化、粗陋化,严重影响其身心健康成长与发展。

4. 诱发社会不法行为,增大社会治理难度

作为网络时代社会参与的另类符号,网络红人通过自身的行动在网络场域的文化博弈中凸现了自己的社会主体性,颠覆了社会既往的“造星机制”,俨然成为活跃在现实世界的耀眼明星,甚至成为一部分年轻人崇拜的偶像。应当看到,低俗网络红人急剧生发的背后逻辑是庞大的市场价值,这也是助推网络红人野蛮生长的根本动力所在。正是基于各种经济和利益的驱动,使得各种利益主体置形象、道德以及社会公序良俗于不顾,不断游走于灰色地带和法律边缘。然而,对于粉丝尤其是青少年来说,隐藏在表象后的逻辑并不为他们真正所见,网络红人的言行举止给他们带来更多的则是相互间的情绪感染。基于对偶像的崇拜,他们平日模仿自己喜爱的网络红人的着装、语言和行为,甚至将成为“他们”确立为自己的人生理想。实践中,低俗网络红人粗糙而野蛮的网络掘金方式,具煽动性而浅薄的伦理颠覆表演,对追随者的诱导作用已经在现实生活中清晰体现。很多社会底层青少年一切从个人实惠的角度出发,将“成名”与“价值”割裂,将道德和良知搁置和摒弃,致力于营造和装点物质化的未来,幻想走近路和捷径,实施盗窃、诈骗、淫乱等违法犯罪行为,严重危害社会安全和稳定。尤其是网络直播平台开通以来,一些网民不惜花

费巨额资金沉溺于对网络红人主播的追随，甚至不惜以身试法，给自己和家庭带来灾难。如，家住富阳的一个女子辛苦攒下13万“奶粉钱”，不足半年即被丈夫打赏女主播全部用光；一淘宝店主利用支付宝漏洞套取千万元，用来打赏网络主播花费达400余万……诸如此类的报道越来越多，这些都给现实社会的综合治理增添了许多难度。

三、网络红人低俗化现象的消解之策

低俗网络红人的流行，一再击碎道德和法律的底线，对现实社会和网络社会造成的负性影响是深刻的，政府及社会工作者必须给予更多的关注，从现实社会的问题解决入手，遏制网络红人低俗化，为公民构建一个健康和谐的精神家园。

1. 深化收入分配制度改革，畅通阶层流动通道

如前分析，收入差距过大造成阶层间相对剥夺感增强，影响人们的社会心态。事实上，改革开放30多年来，我国收入分配制度产生了巨大变革，收入差距一直呈现出持续扩大的趋势，收入分配公正性问题愈加严重。虽然我国政府在调节收入分配方面不断进行政策调整，出台了一些有利于提高底层群体收入的具体措施，但是一些导致收入差距增大的制度性、政策性因素并没能从根本上改变，收入分配的整体格局也没能从根本上进行扭转，阶层固化现象日益显现，人们向上流动通道日渐狭窄。网络红人的出现，在底层民众看来，是一个通过个人实力改变自己生活状态的可行性路径，这成就了部分底层群体向上层流动的希望。一些年轻人不惜自损声誉、自甘轻贱，以达成网络红人的目标，正折射出社会底层民众现实社会地位的焦虑心态。

作为广大人民群众根本利益最忠实的代表者，各级人民政府应当充分认识社会秩序的维系与中国梦想实现的密切关联，切实发挥政策的导向和引领作用，全面深化收入分配制度改革，畅通尤其是纵向阶层流动通道，舒缓阶层关系的紧张，让每个人都有“人生出彩的机会”：一是，通过提高税收等经济手段增大对收入分配的调控力度，有效缓解地区之间、社会成员之间收入分配差距拉大的趋势，以实现阶层利益的均衡。二是，通过加大对低收入和贫困地区转移支付的力度，调整公共权力资源配置，提高底层群体实际收入水平，增强其社会认同感和归属感。三是，通过健全适应低收入阶层经济状况的社会保障体系，减少社会保障水平的差距，提高弱势阶层的社会博弈能力。

四是，建立开放多元的社会流动渠道，特别是要为青少年的成长提供进位的平台保障和资源支持，让各类各阶层人才均有施展才华的舞台。

2. 完善媒介行业自律机制，优化网络沟通环境

微信、微博的广泛使用，为每个人搭建了自媒体平台，实现了传播模式由受众被动接受信息到大众共同生产、传播信息的重大变革。以此为标志，人类社会也真正步入了“大众传播时代”。在这样的时代背景下，“大众媒介是一种既可以为善服务，又可以为恶服务的强大工具；而总的说来，如果不加适当的控制，它为恶的可能性则更大”^[5]。如何发挥大众媒介“为善服务”？政府立法及网络信息的技术过滤虽然在一定范围内可以实现，但随着大众媒介的快速发展，政府的强力介入已难以完全实现对其全覆盖的治理。在网络场域中，主流媒介依然是群众最信任的媒介，它已不单纯是承载并传递信息的器具，更承担着文化传承、舆论引领的重要作用。然而，审视低俗网络红人井喷的现状，一些主流媒体不仅对现实生活中的低俗网络红人现象缺乏打击意识，反而因私利而沉溺于微传播的猎奇、刺激，与各类微媒体亦步亦趋、助纣为虐，造成对大众传媒引导和监督功能的丧失，从而进一步助推了网络红人低俗化现象的愈演愈烈。因此，消解低俗网络红人的负性社会影响，必须进一步唤醒主流媒介的责任意识和自律意识，自觉抵制劣质低俗负向的舆论资讯，切实发挥其社会公器责任。

强化媒介自律，要着力做好以下3个方面工作：一是要体现政府主导，规范媒介行业行为。要通过立法途径明确界定媒介行业的权力边界和范围，理清政府、网络运营企业、媒介、网民等各类主体之间的权责关系，从信息安全技术、网络应急响应、从业资格条件、从业人员行为标准等方面详细制定行业的自律规范，用清晰具体的行业行为要求明确媒介主体的底线和闸门，以指导、约束媒介及个人的行动。同时，要通过加强督查、严格执法，对传播虚假、色情、恐怖、暴力等信息的媒介予以严肃处罚，防止媒介为自身利益而盲目跟风、制造卖点，避免主流媒介被各类利益群体左右，从而迷失方向、放弃责任。二是加强媒介从业人员的思想道德建设，全面提升其职业道德水平和执业能力。通过组织相关法律法规的学习，明确法律责任和职业道德责任，增强信息辨析能力，提升审美情趣，自觉抵制各种低俗、媚俗、庸俗言行，自觉严格履行媒体人的社会责任。通过对网络编辑、网络记者、网络评论员等网络媒介从业人员的业务培训，提升其网络传播技术，增强其社会责任感，自觉



传播网络正能量,形成健康向上的网络舆论氛围。三是着力推动优质大众文化生产,提升主流文化产品供给力。政府要立足于“对社会负责、对人民负责”,积极引导网络文化生产经营单位和个人坚守正确的文化立场,“不以出位博眼球、不以低俗换点击”,建立公众悦纳的主流价值载体;要大力培植优秀大众文化品牌,增强健康、文明、理性的文化产品产出率,以有质量、有活力、有内涵、有品味的大众文化赢得网民青睐,用实力抵制、战胜颓废、落后的大众文化。

3. 培育公民健康社会心态,净化网民表达场域

网络红人现象的生成是网络技术发展的必然产物,社会公众理当以包容的心态予以面对。然而,低俗网络红人的生成,引发了部分网民为追求物质利益和个人欲望而追腥逐臭,造成了网民尤其是青少年网民思想观念、价值观念的混乱,逐步养成畸形的社会心态,必须予以高度重视并妥善加以解决。为此,政府及有关部门要在充分尊重网民自主表达权利的基础上,着力提升网民的自律能力,唤醒公众的网络共同体意识,通过网民的自我约束、自我监督、自我调控,最大限度地发挥爱网、护网的主体作用,推动网络场域中的主体自治;要让网民充分认识到,个人的网络行为犹如在巨型广场上表演,实时皆是现场直播、不间断转播,且观众没有界内界外,如果不遵守社会公德和法律规范,不仅个人的声誉扫地,也将污染网络环境,破坏网络生态,对社会、他人的影响都将难以挽回,每个公民都应当自觉担负网络场域中的公民责任,切实维护网络空间的安全和清朗。

增强网民的网络公民意识,促进网民养成自律自觉的行为习惯,要着力抓好3项工作:一是加强网络正向舆论引导,增强网络舆论公信力。政府要结合公民对大众文化的诉求,解放思想、求真务实,通过公民喜闻乐见的方式与公民开展良性的互动。如近期借助新媒体举办的寻找“最美乡村医生”“最美教师”等活动,与大众媒体一起宣传展现高尚道德情操的凡人善事,吸引了网民的参与,有效消除了公众对传统媒体的不信任心态,为公民网络共同体意识的生成提供了良好的社会环境。二是加强公众媒介素养教育,培养网民尤其是青年群体公共理性精神。要通过适当的途径让公众对传媒的职业规范有较为准确的了解,掌握网络空间的运行规律,帮助公民形成对网络媒体的正确认知,增强网民的审美能力、辨析能力和判断能力,对低俗网络红人的各类信息理性甄别、拒绝围观和二次传播,减少低俗网络红人的社会关注度;要

引导网民珍惜个人声誉、自尊自爱,文明参与网络活动和表达,自觉抵制庸俗、低俗、媚俗行为,维护网络理性与有序的生态环境。三是涵养公民积极健康的社会心态,促进社会群体心理和谐。要构建一个不同群体平等竞争的利益博弈机制,疏解社会成员阶层流动、经济收入等方面的心理压力,帮助底层收入群体正视社会阶层经济收入、生活方式等方面的差异,乐观面对社会生活中的挑战和困难。同时,要运用中华民族优秀传统文化中的优秀伦理思想,加强对网民的耻感教育,增强网民对网络低俗、庸俗、恶俗的鉴别力,主动抵制、拒绝成为低俗网络红人,自觉担负维护网络秩序的责任,营造健康向上的网络生态环境。

4. 健全网络社会管理法律法规,优化网络法治环境

低俗网络红人的出现作为一种亚文化现象,“不仅是互联网时代的媒体奇观,亦是媒体、商业与网民的一场文化‘共谋’”^[6]。随着传媒工具的进一步发展和传播范围的进一步扩大,这一现象将可能进一步演变,但在现实生活中仍将长期存在。正如其他社会现象发生初期一样,网络红人诞生的初期也难免会出现良莠不齐的混乱局面。一方面,人们对新事物本来就难以形成统一的思想认识,加之与经济利益的结盟,容易诱发人们仅从个人利益从事,并在利益面前迷失方向。另一方面,制度规范的生成总存在一定的滞后性,在规则生成之前,仅仅依靠利益主体的自律和自觉,难以发挥应有的调控作用。美国著名学者理查德·皮内洛曾断言:“网络空间言论自由和内容控制问题已无可争辩地成为初露端倪的信息时代最富有争议的道德问题”^[7]。低俗网络红人现象的规制正应如此,首先必须着眼于网络运行规章制度的建立和完善,通过导向鲜明的制度规范以及严格的监督执行,以构建抵制不良网络红人的“防火墙”。

《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》指出,要加强互联网领域立法,完善网络信息服务、网络安全保护、网络社会管理等方面的法律法规,依法规范网络行为。笔者认为,应着力在3个方面加以规范:一是要严格界定责任主体,它不仅包括意欲成为网络红人的个体,也应当包括着力于全球经济的网络红人孵化、培训及其他相关网络服务的组织和个人,制定明确严格的行业准入制度,对其进行严格的登记和审查,以强化其社会责任的落实与担当。二是要严格界定网络直播以及其他媒介传播的内容和形式,明确责任主体在价值导向、语言表达、肢体行为等方面的要求。同时,严格执行网络主播实名

登记制度和“黑名单”制度,对于格调低下、价值观念颓废,甚至涉及黄、毒、赌和封建迷信等相关内容者,均做出禁止性规定。三是明确处罚力度和处罚规则,对当事者的行为造成何种影响构成违法,以及应当承担法律责任的限度和方式,一旦相关责任主体逾越底线,及时对其予以准确的打击和惩罚,通过法治的手段形成震慑,以达成“网络公德、网络法纪”的共识,强化参与主体的认知、辨别和判断能力和理性

行为,实现对其正向的规引和型塑。■

[本文系2015年江苏省哲学社会科学规划项目“微信场域中的舆论生态研究”(15TQB002)的阶段性成果]

薛静华:江苏师范大学副教授

薛深:江苏师范大学研究员,硕士生导师

责任编辑/程旭辉

参考文献:

- [1] 敖成兵.多元时代共生衍创背景下的“网红”现象解读[J].中国青年研究,2016(11):5-11.
- [2] 王俊秀.中国社会心态:问题与建议[J].中国党政干部论坛,2011(5):43-46.
- [3] 喻思雯,张洋.《中国互联网络发展状况统计报告》发布我国网民达7.3亿[N].人民日报,2017-01-23(10).
- [4] 佚名.2016上半年网红现象专题分析报告[EB/OL].中商情报网,http://www.askci.com/news/hlw/20160718/17244043147.shtml,2016-07-18.
- [5] [美]罗伯特·K.默顿.社会理论和社会结构[M].唐少杰,齐心,译.南京:译林出版社,2006:78.
- [6] 张跖.重建主体性:对“网红”奇观的审视与反思[J].中国青年社会科学,2016(6):1-7.
- [7] [美]理查德·斯皮内洛.铁笼,还是乌托邦——网络空间的道德与法律[M].李伦,等,译.北京:北京大学出版社,2007:49.

(上接第46页)

沟通、交流、聚集和联络的方式,大胆探索和创新团组织建设和运行体系。一是要适应学生群体结构的变化特征和新的工作需要,创新体系,推动共青团内部组织结构和外部组织体系创新,打造一个组织体系合理、工作运行高效、机制体制灵活的“小团委”。同时,创新共青团外部组织体系,建立一个以共青团为核心,各类志愿者组织、青年自组织为外围组织的社团群,打造“大社团”,使团组织成为整合各类青年组织的核心,各类青年组织又成为吸纳青年的“磁铁”,借力实现对青年的全面覆盖。二是运用形象管理理论及CI(Corporate Identity)理论,从团的理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统三方面着手,提炼团的工作理念,塑造团的组织形象,制定团的工作标志,加强团的形象传播,不断塑造共青团富有时代气息、充满激情活力的鲜明组织形象,最大限度地提高共青团形象对内、对外的吸引力、影响力和辐射力。三是

建立共青团工作资源协同整合机制,准确分析团属资源总量和分布,科学评价团属资源的利用价值,从“政治供销”向“政治营销”转变,改变在资源配置和活动开展方面呈现出的居高临下的“供销”方式,通过政治影响力等各种有利条件,形成几项青年记得住、普惠式的服务项目,获得青年和青年组织的认同和支持。四是完善和健全团的组织制度,推进团内民主,全面从严治团,创新团员进步激励机制,增强团员荣誉感,培养团干部和团员青年的民主素质,形成积极进取的民主作风和服务青年的良好氛围,为广大青年创造一个想象力的驰骋空间和创造力的实现空间,努力为党赢得青年、赢得未来。■

李勇:西北师范大学团委书记,思想政治教育

专业博士研究生

责任编辑/杨守建

参考文献:

- [1] 斯蒂芬·P.罗宾斯(Stephen P.Robbins).组织行为学(第七版)[M].北京:人民大学出版社,1997:257.
- [2] 杨守建.共青团组织凝聚力研究[J].中国青年研究,2009(12):5-8.
- [3] 青研.建设一个有凝聚力的共青团组织是当前的首要任务[J].上海青年管理干部学院学报,2005(4):9-12.
- [4] 陈秋燕.大学校园文化建设的理性思考[J].教育评论,2004(4):43-45.