

粉丝低龄化带来困惑

从『小学生的世纪骂战』视频说起



文体社会

近日,网上一段名为“小学生的世纪骂战”的视频惊呆了成年人。视频中,那些奶声奶气、稚嫩青涩的小女孩为了各自崇拜的明星偶像竟然出言不逊,恶语伤人,其对骂语言之犀利、粗俗令人瞠目结舌……该视频流出当天,就以 3300 万的浏览量登顶网络热门话题榜。

用词不堪入耳

在该视频中,先是 TFBOYS 的小学生女粉丝指责 EXO,甚至用“低贱”“下流”来辱骂对方。由此引起 EXO 粉丝的激烈回应,双方粉丝在网上互相掐架、激烈争吵,用词不堪入耳。

这些脸上甚至还挂着可爱婴儿肥的低龄女孩,却以如此脏话展开骂战,所形成的反差令人感慨。对此,有网友说:“对这件事,家长应该检讨。教养、教育的偏差导致了骂战,实在太不懂得尊重别人了。”有网友质问道:“小孩子吵架,家长不站出来,听任下流的言辞横飞,谁来维护网络环境的稳定?!充满骂声的网络会给社会带来怎样的影响?”更多网友则表示,小小年纪就这么会骂人,丝毫不亚于成年人的粗俗骂街,真是三观尽毁。

暴露监护缺失

这些年来,粉丝间的激烈争吵甚至动手打架,其实时有发生,人们并不鲜见。去年七月,有网友拍到一组初中女生被扒光衣服遭群殴的照片,照片中,一名蓝白短袖的女孩被五六名女孩勒脖、踩头,被迫下跪,还被扒掉上衣。该网友称,事件原因非常简单,就是因被打女孩支持的明星偶像和其他女孩不一样。TFBOYS 和 EXO 的粉丝们还在网上展开对骂。这起初初中女生粉丝打架事件,释放出一种强烈信号:因为个人爱好的不同而排除异己,利用激烈手段甚至是暴力去改变别人喜好的行为正在校园中悄然抬头。这次出现的



马上评

小孩对骂 大人失职

近日,一场以小学生为主的粉丝骂战之所以引发众人关注,是因为这些正值豆蔻年华、本来纯洁稚嫩的女孩变得如此疯狂真是令人震惊。其实,这里折射出的一定是我们成人世界提供给她们的东西发生了偏差。不能仅仅批评这些小孩,更应反思我们的教育,如学校、家庭和整个社会的教育究竟哪个环节出了问题?

追星低龄化,对小学生的成长会有很大的负面影响。因为,她们面对自己迷恋的明星偶像,往往缺乏最基本的理性判断和独立思考,容易被极端情绪左右并被冲昏头脑。从这次“小学生的世纪骂战”所表现出来的激烈情绪和粗俗语言可以看出,这些

“小学生的世纪骂战”视频,显示出粉丝疯狂这一令人忧虑的势头有向小学生蔓延之势。

其实,小学生、初中生频频发生类似的粉丝冲突,手段和言辞之激烈令人惊讶。这里虽然表面看是学生的素质有问题,但女孩子们尤其是小学生毕竟是年幼无知,成人有监护的责任,这归根结底还是折射出了我们家庭教育和校园教育的缺失,人们不禁要问,在这种激烈骂战中,老师、家长哪去了?这些视频之所以能放在网上去广泛传播并掀起粉丝激烈骂战,这恐怕也暴露了我们网络自律和监管的缺失。保护未成年人,整个社会都有责任,千万不能给这种骂战提供平台。

关爱更加细致

青少年喜欢明星偶像,红火如日中天的偶像团体更会受到粉丝们的疯狂支持。TF-BOYS 是北京在 2013 年推出的男子组合,由

小学生为了自己迷恋的偶像,已极端到你不与我们持同一观点、喜欢同一偶像,你就是我们的“敌人”。这种极端心地狭隘,观点偏执,完全没有半点多元包容,彼此尊重,充斥着丧失理性的谩骂和泄愤。

遗憾的是,在一个互联网上泛娱乐化日益严重的时代,过度开发的“粉丝经济学”已波及到这些年幼无知的小学生,营造出种种并不适合于她们的偶像,让她们沉溺其中难以自拔。而学校、家庭、社会对孩子又疏于监护,网络平台也听之任之。由此,一场“小学生的世纪骂战”打响了,在这些未成年人激烈的骂声中,警醒的难道不该是监护失职的成人?

俞亮鑫

王俊凯、王源和易烊千玺 3 名成员组成;EXO 是韩国 2012 年推出的 12 人男子流行演唱团体。他们各自拥有自己的粉丝其实很正常。但粉丝低龄化很容易由于年幼无知而出现缺乏理智并走向疯狂。此时,家长和老师应该提醒孩子:你越骂别人的偶像,别人也同样越会骂你喜欢的偶像。这种骂战产生的后果,连你迷恋的明星偶像也并不喜欢。

记者看到过一张 EXO 和 TFBOYS 的合照很说明问题。这是去年这两个男团组合同台亮相于湖南卫视中秋晚会时拍摄的,两个组合在后台互送专辑、忙着合影,尽显两个组合一家亲的其乐融融。偶像们都能相互交朋友,粉丝为何不能做到彼此尊重呢?当然,孩子们长大后一定会后悔他们年少时无知,但我们的家长、老师为何不能尽早地提醒自己的孩子呢?网络时代,让我们对孩子的关爱更加细致到位些。

本报记者 俞亮鑫

单日入场人次达 8.1 万创历届之最

2015 ChinaJoy 闭幕

本报讯 (记者 孙佳音) 2015ChinaJoy 于昨日在上海浦东新国际博览中心闭幕。本届展会合计入场人次创历史新高,达 27.3 万人次,同比增长 9%。其中 8 月 1 日入场人次达 8.1 万,创历届 ChinaJoy 单日入场人次之最。夏日酷暑都无法阻挡游戏、动漫爱好者来 ChinaJoy 亲身感受“让快乐更简单”的狂欢。

展会规模历年之最

2015 年 ChinaJoy 总面积达到 12 万平方米,比去年扩大 20%,其中 B To C 展区 85000 平方米,B To B 展区 35000 平方米(比去年增加 1 万平方米)。参展企业超过 800 家,比去年增加 78%(2014 年 450 家),其中 B To B 展商 500 多家,B To C 展商 300 多家。现场全球范围内参展的游戏作品突破 3500 款,比 2014 年增长 3.5 倍。经初步统计,B to B 商务洽谈交易金额超 3.5 亿美元,同比增长 40%。本届 ChinaJoy 同期会议演讲嘉宾近 400 人,其中超过 40%的演讲人来自海外,是邀请海外演讲嘉宾最多的一届。

另外,此次展商中有 200 家来自海外,如:韩国、日本、新加坡、加拿大、英国、波兰等多个国家展团以及中国台湾、香港等地区展团组织的众多企业。韩国国家展团的规模更是有史以来最大的,300 多平方米的韩国国家馆,50 多个韩国游戏企业上百款韩国游戏产品现场首次曝光,其规模也远超韩国在美国 E3、科隆游戏展和日本东京电玩展上所设立的韩国展团的规模。

移动游戏领跑

2015ChinaJoy 发布了《2015 年 1~6 月中国游戏产业报告》。据统计,2015 年上半年,中国游戏市场实际销售收入达到 605.1 亿元人民币,同比增长 21.9%。受产品数量增加、重度移动游戏爆发、海外市场开拓加速等影响,中国移动游戏产业继续高速增长。今年上半年,移动游戏实际销售收入 209.3 亿元人民币,同比增长 67.2%。

同时,我国自主研发网络游戏海外市场规模高速增长。近年来,我国出现一批以出口为导向的游戏公司,海外出口增量偏重于网页游戏、移动游戏等更为轻量级的游戏。2015 年上半年,中国自主研发网络游戏市场销售收入达到 458.3 亿元人民币,同比增长 33.3%。经国家新闻出版广电总局批准出版的网络游戏达到 355 款,其中自主研发产品数量占 88.7%。同期海外市场实际销售收入达到 17.6 亿美元,同比增长 121.4%。

回归游戏本质

本届 ChinaJoy 的主题是“让快乐更简单”。展会通过跨界、智能、互动、体验等亮点,宣示数码互动娱乐产业“让快乐更简单”的不懈追求。随着组委会规范了 ShowGirl 的管理,许多展商纷纷加大了游戏展示、试玩的比重,并利用 ChinaJoy 这一国际平台,发布新作品,展开新合作。据悉,B to C 展览现场提供了 1500 台以上的体验机供玩家试玩,更有多台展台在现场展示最新的 VR 设备及游戏,如索尼展台的 PS4 虚拟现实眼镜产品,吸引了众多玩家排队试玩。此外,还有很多 VR 产品是首次在国内公开亮相。