

专访学者闫岩：

## “娱乐新闻小史”里的网红秘密

为什么一旦明星塌房，粉丝们既不愿相信，又开着一切雷达去搜索？网红逻辑对名人文化有何影响？学者闫岩的新作《娱乐新闻小史：从讲八卦到流行文化的诞生》，试图给出答案。



刘宗智 济南报道

## 什么是八卦

短视频平台的兴起，造就了一批普通人成名的神话。被称作“糙版李子柒”的张同学凭借流水账式的视频，短短两个月就涨粉1500万；前段时间在菏泽南站直播的郭有才，凭借翻唱经典老歌《诺言》一夜成名；一位在中国旅游的外国博主与妹妹对话时，语调魔性洗脑的“City不City啊？”成为热梗。

互联网时代，“眼看他起高楼，眼看他宴宾客，眼看他楼塌了”的进程被按下加速键，流量盛名之下，诸多现象都可以追溯到名人文化的起源。《娱乐新闻小史：从讲八卦到流行文化的诞生》提到，消费主义的盛行和数字技术，尤其是移动数字技术的进步拓展了人们对名人的消费潜力和消费时间，大量普通人借由真人秀或自媒体崛起，网红、博主、达人等“流量名人”逐渐活跃。所谓的名人不再依赖于天赋、能力或贡献，而是与“眼球经济”挂钩。

“流量名人”也为大众带来了源源不断的新看点和新八卦，从家长里短到围绕八卦产生的种种争论，无一不引人瞩目。“八卦是什么呢？八卦只是一个平常的、普遍的、不需要藏着掖着的人类行为。八卦是人性的一部分。人不需要以这种‘非恶’的人性为耻，也不应当追求对人性的完全‘净化’。本书研究八卦，就是为了将其祛魅化、祛魔化，从而提示读者从标签、思潮的裹挟之下‘脱嵌’，重新回到真实、琐碎而平常的人间烟火里，去认识一个普通的人类行为在社会关系中的位置、功能和价值。”闫岩表示。

## 一夜成名是“玄学”

《娱乐新闻小史：从讲八卦到流行文化的诞生》中提到，随着需求的增长，传统意义上的名人已经不足以满足市场需求，一种传统名人的廉价替代品——“平民名人”由此诞生。近日，南京一位经营店铺20多年的“10元咖啡阿姨”在短视频平台走红。在“南京有自己的阿嬷手作”的调侃下，无数网友慕名前来，一天内就卖出了四五百杯咖啡，有时候连开水都不够用。然而，所谓的阿姨版“手冲咖啡”，其实只是3袋最常见不过的速溶咖啡。流量来得快，去得也快。不久，便有网友发视频称南京“咖啡阿姨”的店“凉了”。

当下，从火遍全网到热度渐熄，“平民名人”的生命周期已经从“年、月”加速至“周、日”，甚至是小时。为何现在真人秀明星、网红等更新迭代的速度如此之快？在闫岩看来，网红会“红”，其实是一种“玄学”，“尽管存在算法和流量倾斜，但究竟普通人能否吃到这种泼天的富贵？怎样能踩中大众的痛点，进而成为热点？人们在互联网上倏忽来去，像飞鸟一样追逐。”

网红付出的是一种表演性劳动。网红通过各种对产业规范高度迎合的个体展演，实现自我商品化。与此同时，网红或者真人秀明星在诞生之初就包含了“计划性过气”。由于真人秀明星的普通性，他们往往没有卓越的天赋或成就，因此很难在娱乐业长久立足；由于其高度相似性，因此很容易被相互替代。

正是由于供求失衡，平民名人才作为传统名人的替代品出现，他们在本质上并不是耐用品而是快消品，是名人产业的“配饰”，仅有无足轻重的装饰作用。闫岩说：“不同的网红在市场上是占据着不同的生态位的，大部分网红设计出来就是一次性产品。”

## 明星为何频塌房

由于网红的类型数量众多，声势浩大，他们逐渐改写了明星制的行业标准，开始了向名人领域以及向社会领域的“殖民”。一方面明星让度隐私，延伸其娱乐性功能，

其八卦新闻在社交媒体平台公开或隐秘地流传，不断发酵热度。在此背景下，对于当代观众而言，年轻明星“塌房”也成为越来越常见的事情。

在《娱乐新闻小史：从讲八卦到流行文化的诞生》中，闫岩提到“名人本身就是一种商品”，克里斯·罗杰克将名人划分为三类：血统型，指由于血统或家族关系而获得关注的人，如皇室成员、星二代；成就型，指由于个人造诣或技艺而获得关注的人，如文学家、艺术家、体育健将；属性型，指由于媒体曝光而获得关注的人，如新闻主角、真人秀明星。这是目前名人研究中最常用的分类标准。“父母辈的传统名人主要属于第二类成就型，他们的业务能力过硬，当时的舆论环境也没有那么严苛，因此即使明星有所谓的‘塌房’，影响也不大。网红、当下的偶像都属于属性型，真实性是他们的核心资产。真实性维度一旦塌房之后，他的整个事业就崩盘了。”

网红逻辑向主流名人领域扩展的后果是明星退出公共领域，怯于承担社会责任功能，只以“独美”“专注自家”为安全线。他们不再为公共议题发声，而只在安全的社会问题如环保、慈善等方面蜻蜓点水地出现，或在自己的业务领域营造天赋、专业、勤奋、幽默等只与个人品质相关的个人形象。闫岩认为，“如果整个时代缺少文化的骨骼，缺少一种鲜明的气质，那么就会表现在社会文化和社会生产的方方面面。”

编辑：孔昕 美编：陈明丽

## 临沭县国有建设用地使用权出让公告

沭自然资规告字〔2024〕10号

经临沭县人民政府批准，临沭县自然资源和规划局决定挂牌出让1宗国有建设用地使用权，现就有关出让事项公告如下：

## 一、出让宗地基本情况和规划设计主要指标

宗地编号	土地坐落	出让面积 (m <sup>2</sup> )	土地用途	出让年限 (年)	规划条件	起始价 (万元)	加价幅度 (万元)	竞买保证金 (万元)
2024-21 (宗地代码 371329001015GB01010)	宗地四至为：东至山东格林汇能科技有限公司用地，南至临沭县华盛化工有限公司用地，蛟龙镇蛟龙村土地和临沭街道滨海村土地，西至临沭街道滨海村土地，北至道路	60580	工业用地	50	该宗土地为现状使用土地，如进行新的建设，须依法办理规划审批手续	5452.20	46	5452.20

备注：宗地出让范围内的原有不动产权证书(包括：土地证、房产证、林权证等)自本公告发布之日起废止。

## 二、申请人竞买资格要求

中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织(除法律法规政策等另有规定及列入临沂市土地市场诚信体系黑名单的外)，均可申请参加，可单独申请，也可联合申请。

## 三、竞买申请

本次挂牌出让的详细资料 and 具体要求，见挂牌出让文件。申请人可于2024年7月1日后登录临沂市公共资源电子交易系统获取出让文件，并按出让文件要求和系统提示填写竞买申请书。

申请人拟在竞得土地后成立新公司进行开发建设的，须在申请书中予以说明，并明确新公司的出资构成、成立时间等内容。

## 四、竞买保证金缴纳及报价时间

申请人缴纳竞买保证金的时间为：2024年7月1日上午9时至2024年7月29日下午4时，逾期不予受理。

申请人足额缴纳竞买保证金并经交易系统确认后，方为具有报价资格的竞买人，可在挂牌期内进行报价。

## 五、挂牌时间、竞价方式

本次国有建设用地使用权挂牌出让实行网上交易(不接受其他方式的申请)，按照价高者得原则确定竞得人。挂牌时间为：2024年7月21日上午9时至2024年7月31日上午9时。

挂牌时间截止时，如有多个竞买人报价，交易系统将转入询问期，询问

有报价的竞买人是否愿意继续竞价，有竞买人表示愿意继续竞价的，询问期结束后直接进行网上限时竞价(如确有特殊原因致使无法直接进入网上限时竞价的，将在临沂市公共资源交易网发布公告，择期进行)，确定竞得人。

## 六、资格审查

本次国有建设用地使用权网上挂牌出让实行竞买资格后置审查制度，竞得人应在网上交易系统向其发出《成交通知书》后3个工作日内，持下列材料到临沭县自然资源和规划局进行资格审查：

1.竞买申请书(自行登录系统下载打印并加盖公章)；

2.竞买资格确认书(自行登录系统下载打印并加盖公章)；

3.成交通知书(自行登录系统下载打印并加盖公章)；

4.营业执照副本及复印件；

5.出价记录；

6.法定代表人身份证明书；

7.授权委托书；

8.法定代表人(或代理人)身份证及复印件；

9.出让文件规定的其他材料。

## 七、其他需要公告的事项

(一)申请人应详细了解本次网上挂牌出让地块现状及所列条件，提交竞买申请即视同对本次网上挂牌出让地块现状及所列条件无异议并全面接受。

(二)本次国有建设用地使用权挂牌出让的事项如有变更，将发布变更公告，届时以变更公告为准。

## 八、注意事项

(一)申请人请在网页提示下使用网上交易系统，并慎重上传需提交的资料。如上传虚假或与竞买申请无关的资料扰乱网上交易活动的，申请人将被列入临沂市土地市场诚信体系黑名单。

(二)竞得人在网上交易系统向其发出《成交通知书》后3个工作日内按

照资格审查的要求提供有关材料。土地竞得人按上述要求提供材料或提交虚假材料的，资格审核通过后应签订《成交确认书》而不签订的，撤销竞买资格，没收20%的竞买保证金(最高不超过起始价的20%)，竞得结果无效，该宗国有建设用地使用权重新挂牌出让。

(三)参加限时竞价的竞买人需使用自备电脑登录交易系统参加限时竞价。为保证网上限时竞价的顺利进行，请按照《土地竞买人操作手册》要求设置网络环境。《操作手册》在临沂市公共资源交易网“办事指南”专栏，请认真阅读。)。

## 九、联系方式

临沭县自然资源和规划局  
地址：临沭县沭新东街32号  
咨询电话：0539-6219068  
联系人：王丽萍  
临沂市公共资源交易中心  
地址：北城新区北京路8号  
临沂市公共资源交易系统技术支持

电话：0539-8770063

临沭县自然资源和规划局  
2024年7月1日