

“鹅腿”狂欢的生成与连接逻辑 ——马莱茨克大众传播场模式深析

李紫妍

(同济大学艺术与传媒学院, 上海市嘉定区曹安公路 4800 号, 上海, 201800; 1666181005@qq.com)

摘要: 近日, 北京高校圈中, 一名叫做“鹅腿阿姨”的流动摊贩意外走红, 在互联网引起传播热潮。随即, 在上海高校圈中, 又出现一名叫“糖葫芦叔叔”的流动摊贩, 其出售的糖葫芦同样被众多高校学生哄抢。为什么高校流动摊贩会在一夜之间席卷社交网络, 引起高校学生的竞相追捧? 本文根据马莱茨克大众传播场模式, 试从传播者、讯息和接收者三方面对“鹅腿”事件进行深入解析, 以探究“鹅腿”事件如何通过身份认同、从众心理、游戏狂欢等方式迅速升温, 在虚拟空间中实现不同个体、群体甚至整个社会的连接与互动, 从而为洞察数字时代的流量传播因果链, 以及数字社会的文化生态与社会心理提供新的视角。

关键词: 鹅腿阿姨; 高校学生; 数字社会; 马莱茨克大众传播场模式

引言

研究背景

“鹅腿阿姨”是一位在北京高校卖烤鹅腿的流动小贩, 起初仅在人民大学周边活动, 因其老实本分的经营态度和诚信经营的品质, “鹅腿阿姨”的名气在高校圈内不断扩大。在北京多所知名高校学生的主动邀请下, 其活动范围也逐渐扩大, 最终成为众高校学生竞相争抢的对象。此事件在互联网范围内迅速走红, 引发了一波流量热潮。

“鹅腿阿姨”不仅仅是一位小贩, 更成为一种新型的“社交货币”, 最终演变为各高校大学生集体的“狂欢活动”。在高校圈内的鹅腿相关群聊中, “阿姨心已驻扎清华! 人大学子破大防!”、“清华大学真是混蛋”的表情包迅速传播。同时, “三校争夺鹅腿阿姨”等词条频繁登上热搜, 引起了广泛的关注。

相关概念界定

马莱茨克大众传播场模式

“个人的一切行为(包括心理活动)是随其本身所处的环境条件的变化而改变的”, 这是传播学奠基人之一库尔特·勒温用“场论”解释人的心理与行为关系之时提出的重要论断, 更是马莱茨克大众传播场模式的理论前提。

马莱茨克大众传播场模式(也称马莱茨克大众传播过程模式)是德国学者马莱茨克经过周密考虑而建立起来的模式, 该模式包含的理论有: 大众传播是一个心理学上非常复杂的社会过程, 其中更可能涉及到许多因素而不是单因素的解释; 无论是传播者还是接收者的行为, 都是在一定的‘社会场’中进行的, 在与社会的互动中显示其传播的性质和作用等。该模式在描述传播过程时, 将重点放在分析人即传播者和接收者受到的各种影响上。”其内容如图 1 所示:

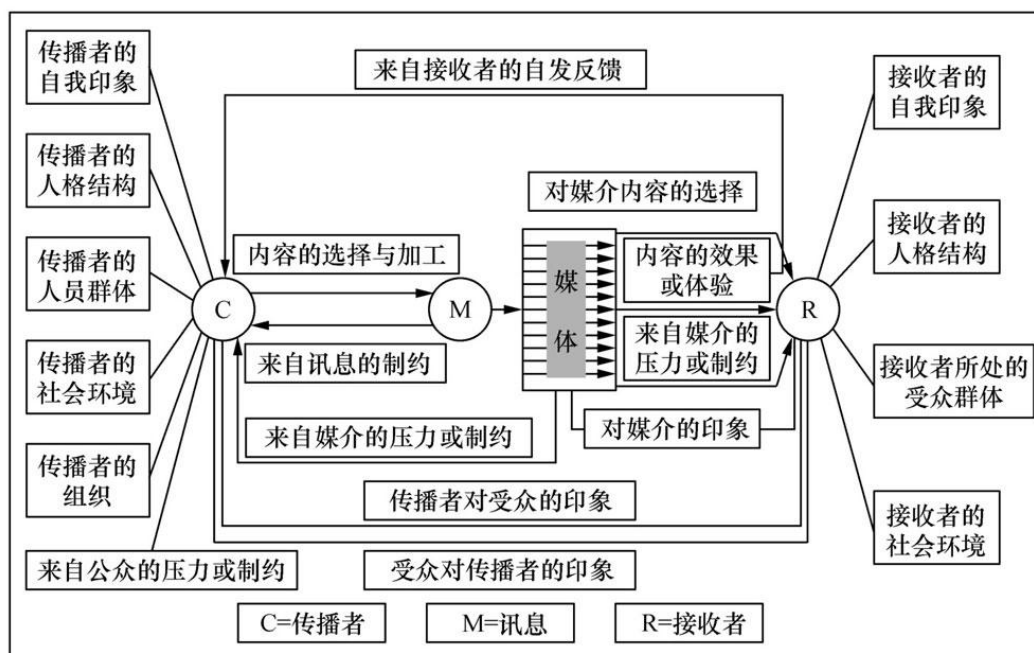


图 1 马莱茨克大众传播场模式图

在上述模式中，马莱茨克考虑到了 **C(传播者)**、**M(讯息)**、**媒介**、**R(接收者)**和**反馈**五大要素，并以它们以及它们之间的关系为基础构建了他的大众传播场模式。并且，在该模式中他列举了影响传播者行为的多种具体因素：（1）传播者的自我形象；（2）传播者的个性特征；（3）传播者工作的“组”；（4）传播者的社会环境；（5）组织中的传播者；（6）媒介内容的公开性所产生的压力与约束；（7）来自媒介的压力和约束；（8）来自讯息的压力或约束；（9）来自接受者自发性的反馈。由此可见，在具体信息的大众传播过程中，传播者讯息、媒介以及接受者之间的关系并非孤立。这一点对于我们理解为什么“鹅腿阿姨”事件会引发互联网热议有至关重要的作用。

1 传播者分析

1.1 从个人角度出发

1.1.1 优绩主义下的自我身份认同

“身份认同”即“Identity”，是关于“我是谁”和“我将去向哪里”的问题。“身份”是个人在社会中的位置，在广义上指个人在他人眼中的价值及重要性。[1]在传统社会中，个人的身份及其认同主要取决于性别、年龄、职业等结构性因素；而在现代社会，虚拟网络成为现代人身份认同建构的重要空间。

优绩主义(Meritocracy)是主导现代社会运行的一项基本原则：社会与经济的奖赏应当依据一个人的才能、努力和成就这些“优绩”来决定。人们在机会平等的条件下公平竞争，成绩优异者获胜。迈克尔·杨认为，数百年来，社会一直是两大原则——家族选择原则和择优选择原则——之间的战场[2]，他提出的优绩主义是一种与贵族特权相对立的制度。人们普遍认识到在商业、政府、教学或科学领域获得一个负责任的职位，仅仅是某人的侄子是不够的，教育和选拔专家运用科学原理筛选出未来的领导者，需要智力评级、资质、经验、申请和一定的能力才能获得地位。以前由血缘关系为基础的经济实力所定义的分层，现在得到了“完全排除”(equally excluding)的优绩的支持。在旧时代，血统的平等以及获得贵族俸禄和捐赠的前提是有“门第证明”，在贵族仍然保有社会权力的地方，这也是国家官职的任职资格前提。在今天，所谓“优绩”的评判标准已基本被学历证书取代而代之了，即就读高校就是能力和努力总和的直接体现。“鹅腿阿姨”事件中，参与的学校有北京大学、

清华大学和中国人民大学。这些都是中国高校中的佼佼者，其学生实力不言而喻。名校标签下同学的自我认同让他们愿意自发地参与这场话题讨论。

1.1.2 偏向含蓄的自我表达方式

含蓄这一文化特质，历来被汉民族所推崇，早已深深烙印在我国人民的骨子里。这种含蓄的态度追求委婉曲折，细化到表达方式上，即为不露骨、避免直接生硬的表达。正如唐代文学家韩愈在《题炭谷湫祠堂》诗中所言：“森沉固含蓄，本以储阴奸。”这种以含蓄为核心的文化特征，在中华文化的培育和熏陶下悄然植根，并得到广泛认同和接受。

而“鹅腿”事件，就恰恰为传播者打开了一个合适的情感出口。当这个热点事件的亲历者在外部社交平台上评论“鹅腿”事件时，他们往往会在评论的过程中“无意”地流露出自己的身份，如“本人是北大/清华/人大学生”。这种身份的显露在相对含蓄的中国文化中显得极为得体。毕竟过于直接的炫耀可能会被视为过于张扬，而避重就轻地显露自己的身份则会相对礼貌地完成自捧：我只是转发了身边的热点事件，“不小心”就被你发现了我“高材生”的身份。

这种相对隐晦的自捧行为正是一种含蓄的表达方式。通过在社交媒体上间接透露身份，传播者巧妙地在融入“鹅腿阿姨”事件热点话题的讨论的同时，低调而不失优雅地完成了对自我价值的认同。在这一过程中，含蓄的文化特质和社交媒体的结合，形成了一种有趣而巧妙的信息传递方式。

1.1.3 增长的社会联系渴望

关于“鹅腿阿姨”事件的爆火原因，有清华校友分析，一部分是源于鹅腿本身的稀缺性。本来同学们的夜宵选择只有桃李和玉树，外卖选择也不多，容易吃腻，而美味的烤鹅腿则给大家提供了新的选择。[3]

除此之外，多家媒体评论进一步强调了一个更为重要的原因：“鹅腿”风靡的背后，反映了大学生对社会联系的渴望。学生们追求与墙外的社会互动，希望能够在大学生活中经历更为丰富多彩的社交体验。特别是在后疫情时代，学生们更加强烈地期望打破校门的束缚，让社交活动能校园内外自由流动。这种心态反映了他们对传统大学生活的重新定义——不再仅仅局限于课堂和学术活动，而是将社会互动、文化体验和美食享受融入到大学时光中。这种对更广泛社会体验的追求，使得“鹅腿”成为了一个象征，代表着高校学生们对丰富多元社会生活的向往。

在后疫情时代，高校学生们渴望在现代大学中重新点燃人间烟火气，迎来更加开放、包容的社交环境。鹅腿的走红不仅是一种美食文化的传播，更是大学生群体对社交体验新方式的创新尝试。这种对社会连结的渴望，也在一定程度上反映了年轻一代对大学生活的新期许，他们渴望在校园中发现更多可能性，创造更加丰富多彩的大学记忆。

1.2 从群体角度出发

在过去四年，鹅腿阿姨的小摊一直不温不火，有时还会有卖剩的烤鹅腿。而在“鹅腿”事件爆火后，则出现了早上八点，群里预定鹅腿已经截止的火爆局面。这并不是因为烤鹅腿的实际价值产生了变化，而是“烤鹅腿很好吃”成为了一种**群体意识**。因此，许多原本对烤鹅腿“无感”的同学也蜂拥而至，他们的行为发生了根本的改变。

1.2.1 从众心理，诱发“鹅腿”竞争

从众心理，即个体因外部群体主观规范的作用，从而导致自我感知、评价、认知过程中体现出与社会大众和社会潮流方向相同的行为举止。受从众心理影响，大学生购买烤鹅腿的行为实际上是一种“随大流”的体现。一部分年轻人在这种心理的驱使下积极加入到购买鹅腿的队伍中。他们购买鹅腿，并不完全是出于实际需要，更多的是基于从众心理的无意识行为。由于高校学生群体的主观规范，他们的自我感知与评价过程受到了影响，从而会在潜意识中产生一些想法，如：“购买了鹅腿，我就与同学们合拍。”，“购买了鹅腿，我就与同学们完成了社交”等。诸如此类的想法，表明了他们已经被群体的行为干扰了判断，群体行为已经与他们的价值评判标准部分重合。

1.2.2 意见领袖，帮助“鹅腿”造势

意见领袖是指在人际传播网络中经常为他人提供信息，同时对他人施加影响的“活跃分子”，他们在大众传播效果的形成过程中起着重要的中介或过滤的作用。他们将信息扩散给受众，形成信息传递的两级传播。[4]“意见领袖”的特点是：他们在社交场合较为活跃；与受其影响者处于同一团体并有同样的爱好兴趣；通晓特定的问题并乐于接受和传播这方面的信息。

在“鹅腿”事件中，那些带头玩梗的同学就成为了鹅腿群聊中的意见领袖，在其带领下，其他学生也开始了在群里玩梗、“讨伐”其他学校的行为。



图 2 清华鹅腿群截图[5]

在“鹅腿”事件中，这些意见领袖在大学生群体中起着举足轻重的作用。他们一般只是群体中普通的一员，却有着更强的“网感”，即获悉、处理信息的能力和自我表现的能力，因而能左右群体中的各种决策和行为。鹅腿原本对许多同学来说并没有那么强的吸引力，意见领袖对接收到的信息进行过滤、加工：将“鹅腿”大战扩展到了清北人三校大战中，并将此观点传达给他所在的群体，影响群体成员。最终，他们在无形当中煽动情绪，说服大家参与争夺“鹅腿阿姨”、调侃其他学校的行动中。

1.2.3 高校群体认同感的填补

群体认同（group identity）是指群体成员把群体的目标、价值观以及行为准则作为自身的追求目标和行为标准，是个人社会认同的重要组成部分。[6]有学者认为，身份认同是个人在情感和价值意义上，将自己视作某个群体成员的认知。[7]在研究《疫情背景下群体认同对大学生幸福感的影响》研究中，陈思园指出由群体认同产生的社会联结与大学生幸福感的影响是正向显著的。可惜的是，由大类课程、自由选修造成许多高校学生“难以形成稳定同伴”、“到现在也只和室友比较熟悉”的情况。许多高校也尝试过举办诸如读书会、有趣的通识选修课等活动填补学生群体认同感的缺失，但始终收效甚微。一个很重要的原因是所需成本较高，参与活动需要耗时耗力。谢毫宜也在《新时代大学生网络空间价值共识凝聚的价值意蕴、风险挑战及应对策略》中指出当代大学生面临价值观念虚无化的困境[8]。“虚无主义古已有之，但在现代精神生活中暴露和蔓延开来的价值虚无主义却是一种较为典型的现代性现象[9]”当前我国正在进行广泛且深刻的变革价值观念存在新旧交替、多元并存、中西交杂的局面。这一局面强烈地冲击着人们的信心、信念和信仰，由此引发了精神生活方面

的危机，过去爆火的大学生“纸箱小狗”、“孔乙己脱不掉的长衫”就是最好的印证。而“鹅腿”事件将大家快速置身于同一语境中，目标简单明晰——争夺“鹅腿阿姨”。所需的只是转发几条相关的段子，在展现幽默感的同时也填补了群体认同感和价值观虚无的缺口。通过不断模仿和创作分享观点看法、参与群体互动讨论，从而获得群体归属感和认同感的满足，避免被网络“潮流”落下。

2 讯息分析

2.1 文本的强戏剧化属性，助推高速传播

针对“鹅腿”事件，媒体报道纷纷采用了戏剧性十足的引子，如“清北人三大高校吵起来了！我以为他们在搞学术，结果是在抢鹅腿？”、“给她一个鹅腿群，她能在清北一呼百应。”这些引语在报道中营造了轻松幽默的氛围，同时也凸显了“鹅腿”事件的天然的强戏剧性，给人以意外感。

在“鹅腿”事件中，不同顶尖高校学生之间的竞争与“烤鹅腿”的平凡产生了一场天然的强对比。这场竞争，将原本被视为学术殿堂的清华、北大和人大学子推上了烤鹅腿的竞技场。这种学术领域外的争夺，使得所谓的学术高手们在热衷争抢美味鹅腿的同时，也展现出了他们生活中崭新的一面，生活的烟火气自然而然地融入了顶级学霸们的日常。这一场景让我们看到了学霸们不同寻常的另一面，原本印象中高冷不可接近的学霸，不再仅仅是沉浸在学术研究的冷静理性，而是在美食的角逐中，展现出他们平凡而充满热情的一面。这种戏剧性的转折令人耳目一新，也让整个“鹅腿”事件更加生动有趣。

2.2 充当社交货币，人际交往的需要

最早提出“社交货币”概念的是法国社会学家布尔迪厄，他用社交货币来描述真实而潜在的资源，它源于社交网络和群体，同时存在于虚拟的网络与离线的现实。[10] 乔纳·伯格对社交货币作了深入研究，认为就像人们使用货币能买到商品或服务一样，使用社交货币能够收获更多好评和更积极的印象。社交货币是虚拟网络世界的一般等价物，可以理解为在社会交往中用于交换的物品，如具体的产品、技术工具、网络话题等。[11] “鹅腿”事件作为一个公共议题，能够以直接充当社交货币参与人际交往和社交情境的融入。同时，由于“鹅腿”事件娱乐调侃、诙谐幽默等特点，将其运用于人际交往与互动对话中，不仅能够轻松地开启一段话题，也能增强对话的趣味性、参与性和互动性，因此能够在交流互动中扮演一种调节会话气氛的辅助型角色。能够展示个人性格特点、传递友好的交流讯号，帮助人们打破与他人之间存在的界限和壁垒，从而拉近二者的心理距离，促进个体强关系的巩固和弱关系的建立与延伸。

3 接收者分析

3.1 参与传播游戏，实现群体狂欢

情感社会学理论指出，人际交往、互动的过程往往伴随着情感的唤醒、表达和传递。[12] 斯蒂芬逊也在1976年出版的《大众传播游戏理论》提出传播游戏理论，认为传播作为一种游戏而非信息，传播过程一切关乎快乐，快乐就好。[13] 从传播游戏理论的视野出发，传播就像一场游戏，而“鹅腿”事件就是众多游戏中的一种。“鹅腿”事件具备趣味、娱乐的游戏属性，而加入其中的网络流行语和热梗又符合现代人，尤其是青年群体调侃与戏谑化的表达习惯，个体带着获取参与快感的动机主动参与“鹅腿”事件的传播活动，并通过模仿或戏仿的形式进行自我表达和与他人互动，从而在传播过程中体验传播游戏所带来的快乐。

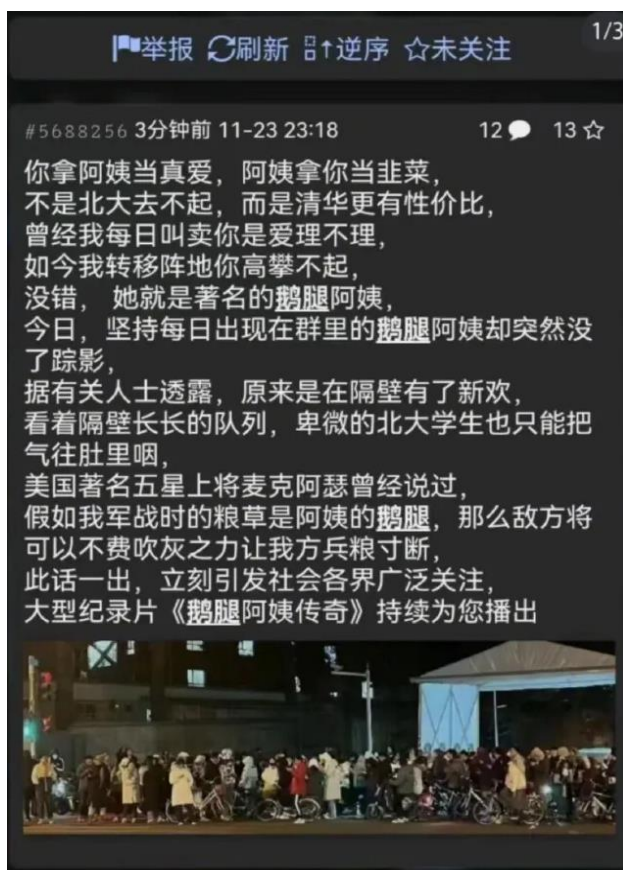


图 3 基于“鹅腿阿姨”的二创段子

“鹅腿”事件中出现的各种表情包在互联网中复制、流通、扩散，也可以视作是一种全民化、病毒式的狂欢。巴赫金曾在狂欢理论中提出，人们在现实生活中存在着两种生活，一种是日常的生活，另一种是狂欢式的生活，两种不同的生活会产生两种不同的世界感受。[14]在狂欢中，每个人都获得了充足的话语权，人们不再受到束缚，能亲昵地与自然相处，自由地发泄情感、尽情享乐。借助表情包中的图片和文字，大学生一边传达对“鹅腿阿姨”的喜爱，一边表达对友校的不满和嘲讽，在不同群体的加入过程中逐渐演化为一种全社会范围内的表情包式的情绪传播狂欢。“戏谑化满足”的快感驱动着大众展开二度创作、二次传播，借助互联网将个人话语释放和扩散开来，最终在网络空间共同的情绪氛围中获得认可，演变为社会范围内的集体“狂欢”。

3.2 接收者成为传播者，达成传播闭环

彭兰在文章《人人皆媒时代的困境与突围可能》中提到“社交化传播”。在互联网高速发展的今天，过去由专业媒体人主导的大众传播，已经扩展为全民参与的传播，我们进入了一个人人皆媒的时代。[15]如今，在商品营销中，通过社交媒体平台进行用户创作的传播，已经成为一种常见的发展趋势。在“鹅腿阿姨”事件中，社交网络成为信息传播的关键媒介，而独特的社交平台内的内容创新使得这一传播形成了一个闭环：接收者成为传播者，实现了传播的自我循环。

首先，清华大学官方公众号“清华小甜心”积极参与了这一传播过程，在其推文《姨姨，饿饿，腿腿》中进一步扩大了事件的影响力。这种官方推动与社交媒体平台上的学生互动相结合，使得“鹅腿阿姨”事件的传播群体从单一的学生群体扩展到更广泛的社交媒体平台中，产生了更大的社会影响。“网友”这个群体，开始参与了事件的讨论。

这一群体的参与，迅速成为这一传播闭环中的关键节点，网友们从学生群体中接收信息后，迅速对这一事件进行了内容创新。这种信息接收与内容创新的交织，推动了事件的病毒式传播，形成了一种社交化传播的链条，使得事件影响力不断扩大。

在此过程中，社交媒体平台上的网友们已经从信息的接收者转变为了信息的传播者，传播能力得到了质的增强，进而将“鹅腿”事件更为广泛迅速的传播，从而导致“鹅腿阿姨”事件的流量迅速膨胀，并最终成为了现象级的社会热点事件。

4 总结

本文主要围绕近期热点事件——“鹅腿阿姨”事件，基于马莱茨克大众传播场模式，对北京高校争夺“鹅腿阿姨”的事件进行分析与解读。

在“鹅腿阿姨”事件的传播过程中大众传播场的组成部分发生了如下进程的改变：

1. 由于自我认同、从众心理、以及日益增长的社交需求，最先接触鹅腿阿姨的高校学生以“意见领袖”的身份开始传播鹅腿事件，成为了此事件的第一批传播者。在他们的传播下，“鹅腿阿姨”在几所高校范围内迅速传播，成为了小范围的热点事件。在此过程中，传播者为部分北京顶尖高校的学生，接收者为更多同校学生。传播链条在一次次的传播场循环中不断扩大，将此事件推向北京高校圈，完成了流量的第一次增长。
2. 随着此事件流量在北京高校范围内的增长，各大高校的官媒开始注意此事件，他们作为新一轮传播链条的接收者接受讯息后，迅速加入了传播者的行列，成为了事件“破圈”的主要推动者。各高校官媒的加入，进一步扩大了事件的影响力。在此过程中，学生群体的主体传播地位遭到动摇，官媒成为了新一轮的主要传播者，将此事件的范围推向社会，接收者从学生群体扩大为了“网友”群体，标志着此事件完成破圈，流量得到进一步的膨胀。
3. 社交网络平台上的网友群体在接收此事件后，由于“鹅腿”事件的强戏剧性，各大网友纷纷参与信息传播，并对于此事件进行各种内容创新，赋予了这个事件新的社交价值。“鹅腿”事件成为了新的社交货币，在网络中迅速传播，导致了狂欢的开始。
4. 在此过程中，网友群体成为了新的传播者，将“鹅腿”事件以及其附带的各种价值传播给了更大的网络群体。同时，各大媒体的加入也促成了讯息的传播。至此，传播链条形成闭环，规模不断扩张，导致参与这场社交狂欢的人群呈指数级的增长，“鹅腿”事件的流量也迅速爆炸，最终成为了现象级的网络热点事件。

在这一过程中，流量正是通过传播链规模的扩张逐步实现增长，最后爆炸。至此，“鹅腿”事件本身的价值已不再是重点，而是作为一场社交狂欢的导火线，将狂欢的浪潮逐步扩大。在此流量的传播过程中，高校官媒向传播者身份转变的过程标志着流量迅速膨胀的开始，因为在这一步中，讯息的接受群体规模已经发生了本质性的扩大。而最终，在此传播链条中的传播者和接收者全部变成网友群体，并滚雪球似的扩大规模，标志着此事件彻底完成出圈，流量的指数级增长已经成为不可抗的结果。

流行事物的表现形式总是在发生变化，它一边反映也一边塑造着当代的流行文化，是人们态度、思想、心态的表达。[16]背后的社会心理和内在诉求却值得被正视。

未来，诸如此类的网络热点事件仍会借助互联网不断地出现、衍化、传播，为无数交流着的人们提供新的“社交货币”，成为不断更替的共享文化体验。对网络热点事件传播方式及其现象的研究，为洞察数字时代的新型交流方式以及数字社会生态提供一种新的视角，值得引起关注和重视。同时，对其带来的负面问题施予引导与规勉以营造积极和谐的网络氛围，也应是在数字时代探究此文化现象的题中应有之义。

5 参考文献

- [1] 吴茜. 符号·媒介·权力：网络流行语的青年身份认同建构[J]. 新疆社会科学, 2021(01): 133-139.

- [2] Young, M. The Rise of the Meritocracy (2nd ed.)[M]. Routledge, 1994. <https://doi.org/10.4324/9781315134642>.
- [3] 澎湃新闻. “鹅腿阿姨”凭什么让清华、北大、人大三校争抢? [EB/OL]. (2023-11). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25456100.
- [4] 潘莉莉. 传播学视角: 大学生思想政治教育中的逆反心理的消解——从马莱茨克大众传播场模式人手[J]. 知识经济, 2013(24): 159-161. DOI:10.15880/j.cnki.zsjj.2013.24.080.
- [5] 澎湃新闻. 清华和北大为了一只鹅腿抢疯了, 尊重, 祝福, 笑昏[EB/OL]. (2023-11-29). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_25459984.
- [6] 陈思园. 疫情背景下群体认同对大学生幸福感的影响: 社会联结与核心自我评价的链式中介作用[D]. 长江大学, 2023. DOI:10.26981/d.cnki.gjhsc.2023.001103.
- [7] Bourdieu, P. Outline of a Theory of Practice[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- [8] 谢毫宜. 新时代大学生网络空间价值共识凝聚的价值意蕴、风险挑战及应对策[J/OL]. 湖南社会科学, 2023(06): 144-153 [2023-12-19]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/43.1161.C.20231218.1333.034.html>.
- [9] 刘祥乐. 以马克思主义抵御价值虚无主义[N]. 中国社会科学报, 2018-12-11(5).
- [10] 崔珍. 微信朋友圈的自我呈现: “社交货币”理论的视角[D]. 南昌大学, 2016.
- [11] 宋素红, 杨立奇, 余冰玥. 社交货币化的身体呈现价值观——基于两性修图软件使用的访谈[J]. 教育传媒研究, 2020(03): 46-51.
- [12] 姚文苑. “Emoji 社交”: 视觉语言媒介的入场与数字交流方式重构——青年群体在微信中的 emoji 实践解析[J]. 新闻与传播评论, 2021, 74(03): 81-95.
- [13] Stephenson, W. The Play Theory of Mass Communication[M]. New Brunswick, New Jersey: The University of Chicago Press, 1967.
- [14] 巴赫金. 陀思妥耶夫斯基诗学问题[M]. 白春仁, 顾亚铃译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1988.
- [15] 彭兰. 人人皆媒时代的困境与突围可能[J]. 新闻与写作, 2017(11): 64-68.
- [16] Szablewicz, M. The ‘losers’ of China's internet: Memes as ‘structures of feeling’ for disillusioned young netizens[J]. China Information, 2014, 28(2): 259-275.