

銅鑼灣化身「姜濤灣」 情感需求滋生「飯圈」

追星熱潮

4月30日，粉絲為慶祝男團Mirror成員姜濤23歲生日，租下香港電車、LED廣告大屏、並開設慈善限定店等為其應援，在銅鑼灣聚集，從街頭至街尾。這種追星盛況自姜濤從《全民造星》出道至今，已經持續了3年。從香港到內地再到韓國和日本，這種現象並不鮮見，而在狂熱追星的背後，也許是「飯圈」文化折射出的都市人群的壓抑與孤獨。

大公報記者 文瑛

從姜濤香港後援會的Facebook主頁上可見，後援會自今年3月1日便開始了生日應援的集資籌劃，「像這種生日應援，通常早幾個月就會開始準備，四面八方的粉絲匯聚到一起，有錢的出錢有力的出力，目標是務必將排場搞足。其實與其說是愛豆（偶像，取英文idol發音）的生日，不如說是粉絲自己的節日。」有過多次追星經驗的白小姐告訴記者。

「養成」的滿足感

「這其實是一種想像共同體。」中國海洋大學新聞學專業講師劉佳認為，「粉絲在這裏獲得一種認同、一種成就感。」如姜濤的粉絲很多是跟隨姜濤，看着他從選秀一路走來，享受着把姜濤從一個普通人養成為大明星的過程。「明星成為和粉絲們榮辱與共的人，粉絲在追星的過程中獲得了心理上的滿足。」劉佳說。

除了養成的滿足感之外，粉絲在追星過程中還能獲得許多個性化的心理滿足。需要釋放母愛的粉絲可以成為明星的「媽媽粉」，需要獲得兩性滿足的粉絲可以成為明星的「女友粉」「男友粉」，甚至還有化身為異性、將男性偶像女性化並對其進行「男性凝視」的「泥塑粉」。

一張娃娃臉，加上平日裏乖巧的言行，讓姜濤吸引了一批將他當做兒子養的「媽媽粉」。白小姐認為，對於「媽媽粉」而言，最在意的往往是「仔仔」的德行是否善良、為人是否可親，至於業務水平、工作能力，則是次要，甚至適當的暴露一些能力上的不足，更容易引發「媽媽粉」的憐愛心理，會讓「媽媽粉」有一種被需要感，「仔仔努力就好，『媽媽』可以養你。」

至於「女友粉」，則是將明星當做男友去愛，滿足當下許多單身女性，或者對婚姻感到不滿的已婚女性在兩性上的需求。Facebook上，「我老婆嫁左比Mirror導致婚姻破裂關注組」的群組有30多萬成員，有成員分享自己的伴侶自從追星之後，購買了大量Mirror成員代言的產品和應援物，家中充斥着Mirror的痕跡，戲稱伴侶如同嫁給Mirror成員一般。另一位內地流量明星蔡徐坤的許多粉絲也是「女友粉」，粉絲不喜他和和其他年輕異性之間接觸，以至於在蔡徐坤演唱會上出

現了他抱着一個穿婚紗的假人跳舞的荒誕場面。

都市人的孤獨

然而不管是將愛豆當做兒子養還是當做男友愛，反映的都是當代都市人心理上的孤獨現狀。為了彌合這種孤獨的狀態，粉絲甘之如飴地奉上自己的時間與錢袋。一位來自北京的單身女性在分享自己追星的心路時寫道：「我一直覺得『偶像』與紙片人（指二次元人物）沒什麼區別，都是一種創造出來的人設去討你喜歡」，她提到愛豆可以成為她娛樂生活的重心，「每天、每周給我刺激，讓人天天想着你，神魂顛倒給你花4位數、5位數、6位數。」

此外，多數粉絲在消費的同時，也獲得了消費關係中的主體地位，進而對偶像進行「女性凝視」。然而當前還有另一種粉絲形態叫做「泥塑粉」：女性粉絲越過女性凝視，而將自己當做男性，將喜歡的男愛豆異化為女性，從而在精神上作為一個男性對愛豆進行「男性凝視」。他們會將男愛豆稱為「女兒」、「老婆」、「妹妹」。這些行為背後實際上是一種社會身份的重新構建，女性粉絲以此獲得在性別權力結構上逆轉的想像。

不過，無論是出於什麼樣的情感心理進行這種非常態的追星，粉絲所喜歡的都是這個偶像為其營造的一種情感假象，而不是更加雋永、也更具有精神價值的音樂或者影視作品本身。

早於香港飯圈文化內地也有許多的選秀愛豆、養成系偶像，當中很多人，如易烱千璽，已通過《少年的你》、《長津湖》等作品，轉型成為優秀的演員或歌手。在今年姜濤香港後援會的集資貼文上，寫着：「今次除了要再次創造姜濤灣外，更要衝出亞洲！」下面的評論一呼百應。只是，比起粉絲衝出亞洲，我們大概更希望這些藝人和作品能夠衝出香港，衝向更廣闊的世界。

今年姜濤的生日集資活動，分為香港應援和全球應援兩部分，粉絲為了獲得完整額周邊，必須在兩場應援中每人各出資500港元以上。而這樣的集資活動自其出道至今時有發生。

追星本無可厚非，但由此催生的病態消費往往讓人大跌眼鏡。從香港，到內地、韓國、日本，都將追星和消費捆綁在一起。「我會買偶像代言的（產品），很多時候是喜歡他的正能量、高顏值，欣賞其努力和付出。」身為一名粉絲，湯小姐告訴大公報記者，她在購買偶像代言產品時，依然是出於自身需要出發。其間，承載的是一份感情的寄託。

為了一份喜歡的情感，粉絲渴望與偶像建立某種聯繫，積極維護他們的名聲，為他們代言的產品「打榜」，如是就覺得是拉近了自己與「偶像」之間的



▲姜濤所到之處引發追星潮。



▲粉絲為慶祝男團Mirror成員姜濤23歲生日，在4月30日包起全線香港電車，讓市民免費乘搭。

▲姜濤後援會自今年3月便開始生日應援的集資籌劃。



▲內地粉絲在肖戰生日時包起上海環球雙子塔為他慶祝。



▲內地藝人蔡徐坤在演唱會上抱着一個穿婚紗的假人跳舞。

「清朗」之後 理性追星

氪金、打榜、互撕謾罵……粉絲的狂熱，加上資本的操控，使得飯圈亂象叢生。以往的飯圈產生了不少類似「私生飯」的「站姐」，他們瘋狂跟拍明星用車，無孔不入其生活細節，再將偷拍來的照片，高價賣出去，以此牟利。

不僅如此，飯圈眾人，為了給喜愛明星刷榜單，更不惜借錢購買其代言產品。「沒辦法，榜單每天都有更新，我不想看到哥哥的指數下跌，所以就積極掃貨。」「粉絲」一員施小姐如是說。

針對以上種種亂象，去年年中，內地網信辦開展「清朗·『飯圈』亂象整治」專項行動，重點打擊娛樂圈存在飯圈畸形文化現象，取消明星藝人「榜單」，並建立負面清單，禁止明星網上炒作緋聞，以及惡意製造

流量，發布不實爆料等。涵蓋的多項整治措施中均強調「進一步壓實網站平台訊息內容主體責任」，呼籲各平台自律。

「大家現在都恢復了理性追星，也意識到『私生飯』所拍攝的明星生活，是對其隱私權的不尊重。曾經硝煙遍佈的明星榜單也消失不見，真的鬆了一口氣，不必要再雷打不動守住一個虛擬榜單，追求一片虛假的繁榮。」提及行動成效，某偶像粉絲劉小姐道：「圈內呈現出一派天朗氣清好風光。」



▲內地藝人易烱千璽憑藉《少年的你》轉型成為優秀演員。

狂熱的「氪金」遊戲

距離。然而當這種由明星催生出的商品效應，越過了某個界限，或是被有心資本集團利用，就會成為一種甚是可怕的行徑。

新華社曾有一篇報道，以偶像養成類節目《創造營2021》為例，當中一名訓練生的粉絲只用6小時就集資了368萬元；內地選秀節目《青春有你》中，粉絲為了給「偶像」投票助力，造成大量的乳製品浪費。

粉絲之狂熱由此可見一斑。「打投、集資以及購買代言產品，都屬於明星的成績榜，也常常被視作我們身為『粉絲』的證明和入會門檻，想要加入其後援會需要投入更多。」曾多次為「偶像」打榜的唐小姐道：「為的都是喜歡的明星可以不落人後。」



▲內地粉絲為見偶像一面甚至將機場圍得水洩不通。

香港電車廣告參考費用

（單位：港元）

標誌性電車	3周	9萬
新型電車	3周	9.7萬
電車站	2周	6萬
電子屏	1周	3.5萬
巴士站廣告	1周	1.55萬
巴士站廣告（優選區域）	1周	3萬

（大公報整理）