互联网时代,脚步轻盈、脾性高冷的猫咪成为了社交新宠。“一日吸猫,终身戒猫,科学戒猫要趁早!”一句话戏谑地道出了年轻一代对猫难以割舍的狂热痴迷。然而并不是所有人都有现实养猫的条件,没有门槛的“云养猫”应运而生,很多人通过社交平台上养猫主人发出的图片与视频,实时关注猫咪成长,获得情感满足。

“云养猫”走红:你与幸福只差一只“猫”

□钟倩

跨进十月的门槛,秋雨连绵,寒气逼人,济南有种一夜入冬的感觉。阴冷难耐的天气里,朋友圈里的“铲屎官”似乎格外活跃,他们的贴心暖宝就是猫咪。女友小葵下班,被堵在路上,回到家中已是星星满天眨眼,人仰包翻的她顾不上吃饭,第一件事就是晒猫。自从和男友分手后,她就买了只暹罗猫,起名“沙琪玛”。每次听到她轻唤“沙琪玛”的时候,我就忍俊不禁。

一次,小葵带病在家加班做文案,上厕所的空当,回来键盘上一摊水迹,她两眼一黑,沙琪玛知道自己闯祸了,钻到床底下,千呼万唤也不出来。第二天她上班出门后,才灰溜溜出来觅食。朋友曾建议她给猫改名“安琪儿”,她回答说,“主子不同意呀,他已经习惯我叫他沙琪玛啦。”待周末休班,她在家给猫洗澡,然后各种拍拍拍,记录与猫咪嬉闹的美妙时光。

就像村上春树之彼得、朱天心之橘子,每个人的成长中倘若没有一只猫咪的陪伴,似乎就不完整。我记忆中最深刻的一只猫咪叫虎子,狐狸花纹,伶俐活泼,两只蓝色发光的眼睛,在暗夜里能够穿透所有障碍,抵达世界深处,后来它被送到乡下,我很是不舍。过去我们家住在筒子楼里,一楼住户几乎家家都养猫,他们的屋门虚掩着,或是专门在门上挖一个洞,称作“猫道”。上学放学的时候,我都会在此驻足,轻手轻脚,蹲下来唤猫咪,玩一会儿再回家。顾老师家养了一只猫、一只狗,刚开始猫狗天天厮杀,惊动四邻引发众怒,后来猫凭借强势攻击性坐上“老大”的宝座,我写完作业从二楼阳台往外探头,经常瞅见猫咪闭目养神,狗狗原地转圈,好像在值守,那场景很是好玩。

家中养猫,但凡有一个成员不喜欢,就很难成行。我听过的“猫之战”,不排除三种情形,结婚有娃的,没工夫养;经常出差的,父母不管;喜怒无常的,养猫几乎就是灾难。于是,有人就转移“主战场”。小区有个邻居乔姨,脑干出血,捡回一条命来,落个半身不遂,每天出来锻炼身体,必做的事就是喂流浪猫。两袋剩米饭,拌上菜汤、虾皮,或是一锅热腾腾的鸡肝。她在楼后面唤上几声,只见猫咪们踱着方步在屋顶上呼啦啦登场了,“我的孩子们,快吃吧,多吃点!”喂猫成为她的必修课,活动胳膊腿儿,最关键的是愉悦身心:“猫通人性,它们能听懂我的话。”有一段时间,她腿疼厉害,下不了楼,连续几天都听到窗外传来猫咪们的呼唤声,好像在叫她,她就命令儿子去喂猫。

不知何时起,“云养猫”成为流行的时尚。所谓“云养猫”,就是限于自身条件不方便养猫,从网络平台猫奴定期发布的图片与视频中,关注猫咪的成长与生活,寻找情感慰藉和日常乐趣。睡前逛朋友圈时,我总会看到女友桃子发布“云养猫”日记:“今天臭蛋又闯祸了,感觉它应该是遇上了情敌。它让我想起死去的小星球,心里是说不出的滋味。”“小星球”是她以前养过的一只波斯猫,相依相伴六年,去年过年时,小星球脖子上长了个肿瘤,送到宠物医院,手术中失血过多,最终没有抢救过来,永远地离开了她。这种别离的痛苦折磨着她的心,从此发誓再也不养猫了。如今,她的头像换成猫咪“臭蛋”的,关注猫咪博主,分享读书与电影,回忆与“小星球”的故事,人与猫宠的情谊为她的朋友圈增添诸多情趣。

“人和猫的故事,在每一个有爱的角落传播,像春阳的芬芳,夏阳的热烈,秋阳的静美,冬阳的柔暖。如果有一天早上醒来,发现猫不见了,我的整颗心都会空荡荡的,养猫与读书对我而言,就像我的两只手,相辅相成,编织出多彩的生活。”阅读村上春树的自传,当年刚开始写小说,他举债开店,过着斯巴达式的节俭生活,连一只闹钟都买不起,也没有暖气,寒夜中贴着猫咪而眠,是猫给予他以情感依赖和精神寄托。就像“云养猫”,望着柔柔可爱又萌态百变的猫咪,舔舔爪子,打打呼噜,不屑的眼神,高冷的范儿……被现实鞭子抽打得千疮百孔的心瞬间变软,那些负重、那些抱怨、那些疲累得到有效排解,在会心一笑与深夜刷屏中放空自己,重遇全新的自己。用一句话说,养的是猫,寻的是自己的初心。

【相关链接】

“云养猫”的“商业”文化

□朱思韵

“云养猫”不仅是猫奴们的“精神”文化,还发展成为“商业”文化,“以猫带货”成为新兴的产业经济。

微博上的猫咪宠物博主是较早一批的产业经济开拓者。例如拥有端午和妞妞(猫咪和狗狗的名字)的“回忆专用小马甲”是最早的宠物博主之一,如今坐拥粉丝2850多万,而新生代表情包代言猫“瓜皮的id酱”拥有316万粉丝,知名的美食视频节目《日食记》专门为出镜的猫主子开通了微博号“酥饼大人”,目前有401万粉丝。虽然在最初这些博主未必是打着成名赚钱的算盘分享宠物,但客观上说,这些博主成为大V之后,宠物成为一种广告资源和软文利器,粉丝们出于对宠物的喜爱对此并不十分反感,接受度颇高。

此外,在市场需求的刺激下,养猫相关的APP纷纷上线。曾经风靡一时的猫咪后院就是一款投喂猫咪,为其添置玩具、加盖房子的休闲游戏,不少睡眠辅助音效APP还在其应用中加入了猫咪打鼾、小猫轻唤、小猫喝奶等音效,帮助猫奴们更快入眠。

“云养猫”成为火热的社交产品,还借着互联网的东风、猫咪爆款的路径孕育了产业经济,可以被视为网络时代下新生流行文化的代表之一。

但有意思的是,在忠实的“云养猫”爱好者的自得其乐之外,还存在少数“被云养猫”的边缘受众以及因年龄跨度和上网习惯而对“云养猫”产生隔阂、毫不感冒的圈外人。前者反映的是流行文化的影响力,当其在固定社交圈内发展到一定参与度和讨论度时,它还升级成为一种社交资本和共同语言,代表着认同和凝聚力,“非我族类”的少数人可能出于被孤立的担忧选择从众,使自己也成为集体的一部分。但另一方面,流行文化也正受到圈外人的质疑,“云养猫”对他们而言是一种陌生而古怪的行为。在精神上,他们担心“云养猫”使人玩物丧志、精神空虚。而面临现实问题,他们更担心“云养猫”会加剧少子化的趋势,使人沉迷于与猫互动。“云养猫”带给用户的是一种私人的情感体验,而要不要选择猫作为伴侣也是用户的个人选择。在这种自主选择尚未涉及到他人福祉时,是否该用舆论的压力对这种自由进行干预或者“拨正”,不仅考验着新生的流行文化,也考验着这个社会对新文化的接受度和宽容度。

圈子

“养娃族”办起玩偶集市

□徐晓风

在国内的许多大城市里,有一群“养娃族”,他们喜欢自称“娃爹娃妈”,在线上“娃圈”里交流“养娃”经验,分享娃图,线上购买养娃的各种周边产品,还时不时举行线下“娃聚”。这里的“娃”并不是真的孩子,而是指BJD娃娃,一种特殊的可动人偶,即球型关节娃娃。近日,几位南京玩偶爱好者还自发举办了玩偶集市。

线上沟通“养娃”经验 线下聚会交流手艺

南京的“养娃族”其实并不是太多。但是,在玩偶集市的四十多个摊位前也挤满了闻风赶来的各类“养娃”爱好者,很多人甚至是拖着行李箱直接奔过来的,最远的娃娃爱好者来自东北、甘肃等地,他们都是从网上看到南京要办玩偶集市的消息就特地赶过来,是特别铁杆的“娃粉”。

摊主和游客以80后、90后居多,大多是女生,不少人甚至像抱孩子一样抱着自己养的“娃”到现场寻求心仪的配饰、妆面等等。还有个35岁的妈妈直接带着自己上幼儿园的孩子来到现场,希望能为自己的玩偶添一些新的配饰衣服等等。

现在的“养娃”爱好者基本是在线上交流,所以并不囿于地域。这些玩偶制作者和“养娃”爱好者们也会在全国各地举行线下聚会交流,以往多是在北京、上海、深圳等大城市。现今最大的玩偶市集要数俄罗斯的,每年在红场附近举办的玩偶市集吸引了世界各地的玩偶爱好者去淘宝和交流自己的“养娃”手艺。

头饰、公主鞋、团扇…… 娃娃都靠玩家巧手装扮

在集市出售的玩偶周边产品不下数百种,有的精细到甚至得用放大镜才能手工制作。还有玩家专门编制各种玩偶的头发,盘头、直发、欧式或者中式古典各种发型应有尽有。更有玩家用3D打印出栗子大小的球形挂件,再在这么小的“螺蛳壳里做道场”,点缀进去各种珍珠、亮片等等,甚至能做出雪夜、星空等主题。这里还有玩偶们精致华美的衣服、可爱的公主鞋、半个巴掌大小的手绘团扇、跟真品包包一样可以打开放东西的只有指甲盖大小的袖珍包包……

玩偶的周边也不仅仅是衣饰。一位网店店主“小米”不但有淘宝店,也有实体店,店里不光有玩偶娃娃和各种配饰,也负责场景的搭建,相当于给玩偶做个“家”,她还接过一些零售商家的橱窗布置订单,给商家们定做带有玩偶的场景橱窗,也十分漂亮。

集市出售一种只有巴掌大小的陶瓷人偶加上全套行头,售价要6800元左右,想给娃娃换一双类似于美瞳的漂亮眼睛,售价也在一双160元……玩偶这么贵?一些玩家说,其实“养娃”主要是个人爱好,大家都会量力而行。至于玩偶的衣服、配饰等等,很多玩家都倾向于自己手工制作,网上买来的原料很便宜,主要是得练手艺,比如自己给娃娃化妆、裁剪缝纫内衣外套甚至礼服等等。