

近日,粉丝为张杰捐款支付解约金一事引起媒体高度关注。张杰的粉丝会短短8天募集105万元捐款,折射出如今粉丝团体管理、运作的专业和严密。记者调查后发现,如今的专业粉丝几乎都训练有素,在粉丝团高层的管理下,他们有组织、有纪律、有分工、有规划,其活动能力十分惊人。

粉丝会是“传销机构”

本报记者 任磊磊

组织严密

金字塔式的结构

按照资深娱乐圈人士唐海威的说法,现在的粉丝团体是金字塔式的结构,“它们很像另一种形式的传销机构,有几个核心的高层管理者,然后逐级往下线扩展,最低级的粉丝权限最小,基本上只有听从安排的份儿。”专业粉丝不同于职业粉丝,职业粉丝说白了就是托儿,他们受雇于“粉头”,为明星们摇旗呐喊赚取佣金。而专业粉丝则是真心喜欢甚至是疯狂迷恋某位明星,抱着追星的态度,他们会从几个人发展成一个庞大的粉丝团体。国内粉丝团体规模化是在2005年李宇春、张靓颖那届的“超女”爆发的。从那时起,粉丝从单打独斗开始团体作战,由高层管理者组织,在幕后为明星策划一系列造势活动,在网上发动粉丝投票,到大街上为明星拉票等。也是从那时起,粉丝团体开始自己起昵称,例如李宇春的粉丝叫“玉

米”,张杰的粉丝叫“星星”,苏醒的叫“醒目”,何洁的叫“盒饭”,张靓颖的叫“凉粉”等。

唐海威告诉记者,粉丝团体大多会以贴吧和官网为活动根据地,他们在上面发表大量对明星的褒奖和感受。以杨幂的粉丝团为例,杨幂的官网最早是由一个粉丝发起的,后来随着杨幂的走红,其经纪公司与该名粉丝接洽,认证成了杨幂的官网。粉丝团体的高层一般和艺人公司或者艺人身边的人关系密切。每个月底,杨幂的经纪公司都会及时公布她下个月出席活动的通告,粉丝会开会商讨助阵活动,并在官网上发出通知。每次活动完毕,还会安排专门的粉丝上传活动照片和视频,进行活动总结。

门槛很高

成正式粉丝比找工作还难

粉丝团体组织非常严密,“散粉”想要加入粉丝会需要一定的条件,有的粉丝团体要求的条件非常苛刻。例如,在李宇春贴吧里,对“玉米”的定义是“玉米”不是口头上的喊爱,不是单纯地投票、顶顶帖,“玉米”说白了是消费李宇春作品的人。如何消费?买张专辑,下个彩铃,到电影院看场电影,在条件允许的情况下看场正价演唱会,就是这么简单。”有一位粉丝留言说,“知道‘玉米’是啥人简直太重要了,不进行打榜、下彩铃、买专辑,看李宇春的电影,请别称呼自己为‘玉米’。”要想成为粉丝,先决条件是为明星消费。唐海威对此的定义是,粉丝是建立在对明星情感基础上的客户。

粉丝团成员除了消费,还有很多义务和要遵守的规则。在韩庚贴吧里有一份“韩庚吧2011新人手册”,详述了成为“庚饭”要遵守的规定,连贴吧发帖都有很详细的规定,“不将韩庚与其他艺人作比较;不讨论媒体和娱乐

公司;与其他吧友好好相处;保护韩庚的形象和家人;靠近他的舞台,远离他的生活”。更细的方面还有“六大心理学效应建议你如何理智爱韩庚”,“网站留言技巧+心态”,甚至具体到“对韩庚不好的评论和新闻,不看,不评论,不传播”。而“散粉”如果有意成为正式成员,必须经历一年预备期,先进入到预备群,获得一个分区ID,然后用这个ID在贴吧内发够209帖(韩庚的生日是2月9日),才能有资格向分区负责人递送“升级”申请。要成为一个正式粉丝,比找一份工作还难。

会费惊人

运营费用高达上百万

入会难,入会后更难。粉丝入会后要遵守各种规章制度,那些高层粉丝俨然已经成了训练有素的公关高手。他们除了在网上为明星聚人气,“拉拢”媒体等,甚至还帮明星进行危机公关。记者在李宇春贴吧里看到,每月1日李宇春贴吧会发布一个“垃圾桶”,职能是帮李宇春删除负面新闻和帖子,也可以及时封贴吧里负面言论的ID。

杨幂粉丝会对专业粉丝的要求也很多:杨幂录制节目时手机必须静音;想拍照必须等到拍照环节,且必须关闪光灯;进出场必须排队不能一窝蜂;排队时垃圾不能随手扔;活动之后不能往前冲,要先等媒体做完采访等等。

当然,粉丝入会后,除了购买明星的专辑,付费下载作品及相关产品外,还需要一定的会费。例如,某超女的粉丝就曾经喊出口号“只要

为偶像购买200个Q币,便可以加入后援团”。一般粉丝会,会员每年固定要交30到40元的会费,用来做灯牌、海报等。韩庚的粉丝团贴吧在每年年初都要向全国的会员集资。每次筹到的五六万会费,用来搞活动、以韩庚名义做公益等。而有网友爆料,当年为了帮张杰交付解约金,张杰的粉丝在8天的时间里就募集了105万元的款项。

唐海威告诉记者,粉丝团体就像一个放大的传销机构一样,实际生活中遇到的事情粉丝团体里都有,当然也有粉丝出高价买职位的事情。“如果粉丝只是单纯追星谁也不管不着,但是一旦跟钱挂钩就会涉及到诸多问题。目前的粉丝团体基本上都会募集会费,有的粉丝团体涉及到的运营费用高达上百万,但是国内在这方面还缺少相应的法律监管。”



你的付出是否值得

本报记者 任磊磊

8天时间,张杰的粉丝就为他筹到了105万元的赎身费,成就了他实现巨星之梦的第一步,这是粉丝的力量更是粉丝的疯狂。其实,说到粉丝追星,身为娱记,总有一些想法不吐不快。

10日,记者跟随南京的“钢丝”(郭德纲粉丝的昵称)施先生经历了一次追星过程,虽然觉得寡淡如水,但这却是粉丝追星的常态。施先生是一家培训学校的数学老师,他几乎每个月都要在南京看四五场郭德纲的节目。10日下午1点,记者见到施先生的时候,他已经候场一个小时了。其实观众入场的时间是2点,为了与偶像近距离接触,他只得早到抢位,因为担心录节目时间太久,他还背了个特大号的水壶。施先生称,“钢丝”也有自己的会服,“每件40元,有时我们会穿统一的服装为老郭加油。”“每场节目目录的时间都挺长的,我最长的一次接连录了两天,真是累惨了,而且吃饭还要自己解决,但能与偶像近距离接触还是挺高兴的。”

其实,疯狂的粉丝记者也见过。去年,韩国偶像团体Super junior到浙江卫视录制节目,有不少粉丝是从南京、温州等地包大巴组团的,很多未入场的粉丝在外面焦躁不安,甚至有激进的粉丝下跪求票。还有粉丝甚至会包机组团追星。当年,陈升在国内开巡回演唱会,他每到一个地方都会有一些台湾粉丝助阵,带团的资深粉丝是台湾某大公司老板,他当初创业的原动力竟然是“为了可以更加自由地支配时间,不错过和陈升见面的机会”。

粉丝该如何追星,该把握怎样的度,这是摆在现实社会的一个命题。任何人都喜欢偶像的权利,但当你的喜爱被偶像用来谋利之时,是否该有所觉醒?正如业内人士所言,粉丝们在很多明星看来,无非是建立在感情基础上的忠实客户,他们的爱与付出只是明星们谋利的一个途径,当感情被金钱扭曲之时,我们有必要提醒粉丝:审视一下自己的付出是否值得。