

与鹿晗合影的邮筒火了,引发粉丝疯狂“朝拜”,偶像效应的魔力正一次次刷新着人们的认识。微博评论破吉尼斯纪录、打巨幅广告为偶像庆生、送豪车……旁观者将狂热追星族冠以“脑残粉”的称号,而他们却在自己创造的粉丝文化中自得其乐。在当下这个以“90后”、“00后”为主的庞大粉丝群体中,追星一族在发生着怎样的变化?

本报记者 刘雨涵

为和偶像握手10秒,78元一张的专辑成箱买 粉丝经济背后 是脑残还是情怀?

疯狂迷恋

有人送出跑车

有人在网上开骂战

被鹿晗发到微博上的邮筒最近成了上海最热闹的旅游景点,简单的一张合影让粉丝们甘愿排起300多米的长队,等候到凌晨3点,只求与偶像同款照片,这让不少人觉得不可思议。而在孟非主持的真人秀《四大名助》近期的节目中,又出现了因为Angelababy结婚而绝食7天的疯狂男粉丝。

如果再往前追忆,粉丝们令人咋舌的事还能列举一箩筐:集资百万为张杰从前东家“赎身”,在鹿晗单条微博下评论超过1300万破吉尼斯纪录,送华晨宇兰博基尼跑车,包下美国时代广场屏幕为王源庆祝生日,以张艺兴的名字为小行星命名……此外更不消说为看演唱会一掷千金,甚至因为偶像而时常引发的网络骂战。这让很多人觉得不可思议,这些粉丝到底怎么了?

与新闻中频频惊爆眼球的粉丝事件相比,理性的粉丝也大有人在。“邮筒这件事不过就是粉丝的情怀。”身为鹿晗山东粉丝微博群管理员之一的小茜认为邮筒合影并没有多么难以理解,她强调在排队合影的过程中粉丝们秩序井然,甚至特意让出了盲道,并没有干扰到交通,这正是理性的表现。在这个微博群的群规中,也强调要理智追星,“不扒鹿晗的私生活,给他一些安宁的生活。”粉丝追星,究竟是被传销化的娱乐狂欢,还是因相同爱好而集结的心灵交流?

线上线下抱团

应援文化兴起

有钱出钱有力出力

如果你以为追星还只是买专辑、看演唱会、追剧作,那么早就OUT了,现在应援文化正在成为粉丝追星的基本礼仪。TF家族山东后援会的副会长静静介绍说,应援分为线上和线下,线上应援主要是转发与偶像有关的各类信息,有时还包括偶像的代言产品,“TF代言的品牌商会把我们全国各地分会的负责人拉到一个群里,讨论微博转发的问题,我们的官代会与其互动,帮助扩散信息。”

此外,打榜投票也是线上应援的重要形式,“比如音乐V榜,东方音乐风云榜、QQ音乐榜等很多榜

单,排名需要看线上送花、转发数量、视听下载量等。送花会有一定花费,山东的粉丝一般年龄偏小,就做一些不太花费的活动,比如转发和视听下载。”

线下应援活动一般是粉丝以偶像为契机举行的各种聚会,比如TFBOYS出道周年、成员生日等。最近TF家族的刘志宏参演的电影《北京遇上西雅图2》即将上映,静静又在着手组织后援会的小伙伴们一起去影院包场看片。

小茜表示,粉丝们还会以偶像的名义做公益。“鹿晗就比较喜欢公益,所以我们会关注公益。”在鹿晗的生日季,粉丝们为云南西双版纳的小学捐书,还发起了“希望工程快乐足球”公益项目,为农村地区儿童筹集足球的设施装备,目标为14万元的筹款目前已经收到来自粉丝的43万捐款。

无条件烧钱

35元一张的选票

日本大叔投出6000张

作为当下炙手可热的少女偶像团体,SNH48受到了众多宅男的拥趸,购买了日本48Group运营模式的SNH48在国内创造了偶像养成的新概念,即偶像是通过粉丝的支持来培养的。SNH48山东应援会管理员肥马介绍说,他们在线上除了要转发与偶像有关的微博外,还要在A站、B站、斗鱼、腾讯等网站刷弹幕,以此增加偶像视频的热度。

为了自己喜欢的成员能在总选中拿到更好的名次,获得更多的发展机会,粉丝们会为35元一张的选票疯狂投入,有位喜欢成员鞠婧祎的日本大叔就为她投了6000多张选票,并表示“把小鞠作为女儿的感觉来应援”。肥马表示,大部分的粉丝还是比较克制的,“在沿海地区偶像文化比较发达,经济收入也比较高,相对投入会比较大。”

在粉丝圈里,有人将不为偶像花钱的粉丝叫“白嫖”,只在网上支持偶像的叫“屏幕饭”,而在SNH48的粉丝群里,运营方也会按照消费金额划分粉丝等级。“会有小丝瓜、银丝瓜、金丝瓜、白金瓜以及钻瓜,分别是消费满3000、8000、20000、60000和120000,在各种官方举行的活动上会有不同的优惠待遇。”SNH48还有一种独特产物就是握手券,每张握手券都是随EP而赠送,一张券大概能够与偶像握手交流10秒钟,“就跟咱们的签售一样,

现在国内一些新的偶像团体也在借鉴握手会的模式。”一张EP的售价为78元,而有的粉丝为了攒握手券甚至会成箱购买专辑。

已经在职场打拼十多年的小雯作为张惠妹的铁粉,她当年追星的疯狂程度一点也不亚于当下的“90后”、“00后”们。“基本阿妹开演唱会都会去,当年都是看VVIP的门票,票价都要一千多。

“有一次在上海我们翻墙进体育场,提前看前一晚上的彩排,有个粉丝不小心被割了好大的一个口子,哗哗地流血,但硬是撑着看完了几个小时的彩排,才去医院缝的针。”

家长被卷入

偶像活动

成粉丝家长亲子互动

面对孩子的追星,家长们的态度也变得更加开放,静静介绍说,TFBOYS的粉丝中大多是初中、高中生,后援会组织活动时粉丝有时还会带家长一起来参加,相当于亲子间的互动。“因为王源、千玺、小凯他们都是学霸,家长也会以他们为榜样鼓励自己的孩子好好学习。原来那个年代都觉得追星不是好孩子,现在的家长们都比较看得开了,自己的孩子因为喜欢TFBOYS去努力提高不也是件好事么。”

谈及喜欢偶像的原因,静静表示像自己这样的“姐姐粉”,是因为在偶像身上找到了自己未完成的梦,“他们出道的那几年正好碰上我们面临选择的那几年,比如在找工作的的时候会高不成低不就,而他们这么小就可以这么努力地去追自己的梦想,我们这么大就更有选择的权利和空间,为什么就不能做呢?”

“喜欢他让我努力想成为更好的自己。”小茜表示喜欢鹿晗给了自己强大的精神支持,“鹿晗的粉丝圈里有这么一句话,叫‘始于颜值,忠于性格’,他的能力就不用说了,唱歌、演戏、跳舞都非常好,见到别人永远都是90度鞠躬,用过的毛巾、纸巾都叠得整整齐齐的,永远都是两只手接东西递东西。”

虽然当下的娱乐化大潮汹涌,但肥马感觉偶像文化在国内还是比较受鄙视,“偶像文化的亚文化地位,与国民娱乐市场建设缺失有关,比如像游戏竞技行业需要引导,我觉得偶像文化也算是文化竞争力和国家软实力的一部分吧。”

星观念,在肯定他们追星和偶像崇拜的合理成分的同时,对其进行理性指导、适当介入,防止他们走入盲目崇拜、神化和迷信偶像的泥潭。还要引导青少年多学习身边普通人的榜样,在现实生活中给孩子们寻找精神的力量。“我们在搞活文化的同时也要有原则,大众文化需要主流文化的指导和精英文化的提升,三种文化相互支持是比较好的选择。” 本报记者 刘雨涵

粉丝经济因迷恋而消费

1 一个“网红邮筒”



新生代人气偶像鹿晗,没事儿在自己微博上发了一张与邮筒的合影。

一夜之间,竟然带动邮筒成为新网红,连每天扔进邮筒里的信件、明信片都数量激增。很多他的小粉丝争相与邮筒合影。



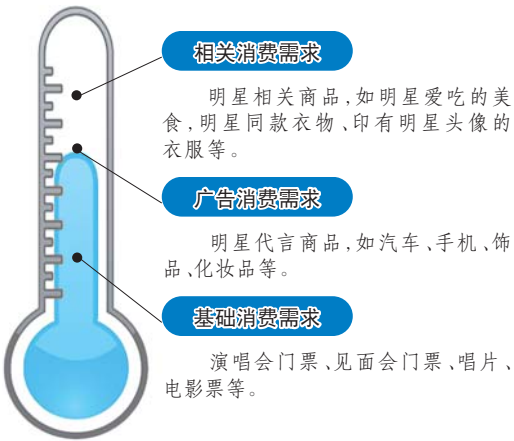
2 粉丝经济提供了一种全新营销模式

什么是粉丝经济?

架构在粉丝和被关注者之上的经营性创收行为。基于个人情感需求的粉丝贡献构成其主要价值源泉。



3 明星粉丝经济基于三级消费需求充分发掘明星效应



4 贴吧里的明星粉丝画像

