

争鸣

明星制、第三次消费升级、金融杠杆——

# 粉丝文化，重蹈覆辙还是涅槃

孙佳山

说粉丝文化在某些方面正刷新着我们对这个世界的认知，也许并不为过。其影响已经不仅仅局限在文化娱乐领域，而是正在向经济等多个领域扩散。因此，有必要来梳理当下粉丝文化的起源、演化及困境，因为这直接关系到以影视为代表的我国文化产业的下一阶段发展方向。移动互联网作为新媒体的放大效应，既可以放大粉丝文化的先进特征，同样也可以放大粉丝文化自身的缺陷。

明星的天价片酬，票房、收视率、点击率造假等影视业的乱象，正日益成为全社会关注的热点。随着以影视为代表的文化产业的快速发展，不少行业精英和粉丝文化等诸多新生事物，一时间泥沙俱下，呈现出了纷繁复杂的样貌。

前段时间，TFBoys成员的相继庆生，就一遍又一遍地刷新了我们对移动互联网时代的粉丝文化的想象。粉丝们不仅可以购买汽车、地铁、飞机的涂装广告，将偶像的照片高悬其上，将庆生的空间尽可能拓展；还可以为偶像买下整座的欧洲庄园，作为庆生礼物送给偶像。更让所有人的下巴都掉到地上的是，在该团体中一个成员的生日当天，粉丝们斥资用美国纽约时代广场的11块LED巨屏播放了他的庆生视频。

在某种意义上，说粉丝文化在某些方面正刷新着我们对这个世界的认知，也并不为过。因此，我们有必要通过以下三个关键词来梳理当下粉丝文化的起源、演化及困境，因为这直接关系到以影视为代表的我国文化产业的下一阶段发展方向。

第一个关键词是明星制。世界上第一个明星，是1905年美国好莱坞的弗洛伦斯·劳伦斯。在她的一个世纪里，作为现代文化娱乐工业体系的重要组成部分，明星制随着排山倒海般的全球化进程，开始在世界范围普及；尤其是随着电影、电视等现代传媒的爆炸式发展，几乎渗透到全社会的所有领域，对普通人的日常生活也产生了十分复杂、深远的影响。

然而，这种现代文化娱乐工业意义上的明星制，也有着自身不可克服的缺陷。由于在20世纪绝大部分时段，影视等现代传媒都属于稀缺资源，明星制具有高度的专业性、垄断性和排他性；普通人必须经过专业训练和个人机遇等多重意义上的极高的行业门槛，才有成为明星的可能。同时，也因为现代传媒的资源稀缺性，经常登上电影银幕、电视屏幕的明星，都或多或少地获得卡里斯玛意义的象征资本，乃至可以与宏大叙事相绑定，成为一个时代的文化符号。所以，20世纪传统明星制的最大缺陷就在于：一方面它导致明星与普通人在有着巨大的距离感，特别是具有较大影响力的明星，通常都会以高高在上的姿态出现；另一方面，也不可避免地造成了人为的行业垄断。

不过需要注意的是，尽管粉丝文化现象集中喷涌在新媒体领域，但新媒体并不是20世纪明星制被迭代的决定性因素。例如日本偶像组合AKB48从2005年到2010年，在尚处于移动互联网时代前夜的语境下，迅速从新人团体蜕变为日本国民偶像，就充分说明新旧媒体间并不存在想象中的绝对二元对立，文艺现象、时代心理都有着自身的发展规律和衍生逻辑。同理，即便没有作为新媒体的移动互联网时代的到来，我们的文化娱乐工业也早晚都要面对20世纪明星制的困境，何况今日这种困境正以“天价薪酬”等更为极致的形态出现——大明星在动辄领取8位数的“天价薪酬”的同时，甚至还能决定一部电影或者电视剧的投资人投资比例。在我国文化娱乐工业发展尚不均衡的现实语境下，20世纪式明星制的这种人为垄断就被进一步放大。

因而，通过各种渠道、途径，降低明星制的人为垄断门槛，为更多普



美国好莱坞的弗洛伦斯·劳伦斯，是世界上第一个明星。

通人提供成名机会，是不可逆的时代趋势。如果我们只是以新旧媒体间的二元对立来认识当下的文艺现象的话，不仅将遮蔽更为复杂的文艺发展规律，新媒体的放大作用也将不具有正面价值，反而会成为阻碍这个时代文艺健康发展的历史绊脚石。

第二个关键词是消费升级。第一次消费升级在改革开放之初，以手表、自行车、缝纫机这“三大件”为典型，代表了从解决温饱之后到轻工业产品的消费升级；第二次消费升级发生在上世纪80年代末、90年代初，冰箱、彩电、洗衣机这“新三大件”代表了家用电器消费的持续升温；而第三次消费升级则发生在当下，在住房、交通需求得到满足之后，文化、娱乐、健康等领域就被推到了这个时代的聚光灯下。也正是这样的历史机缘，当这第三次消费升级遇上移动互联网，新媒体巨大的放大效应，给我们的日常生活带来了山呼海啸式的变化，而其中的一个结果，就是在巨大的粉丝文化浪潮的推动之下，诞生了粉丝明星。

第三次消费升级也和90后、95后，新一代年轻人登上社会舞台息息相关。90后、95后，其成长过程开始逐步被互联网环境所完全覆盖，而且是接近美式“原子式”核心家庭的更为彻底的独生子女，他们的成长环境不仅同70后、80后有着很大差别——与启蒙时代以来的500年都拉开了足够大的距离。尼尔·波兹曼在其《童年的消逝》中认为，随着电视时代的到来，各种信息再次让儿童、青少年和成人共处在一个相同的文化环境，在启蒙时代由传统出版印刷物所构筑的儿童、青少年的文化空间被极大侵蚀，童年正在枯萎、消失。

而在移动互联网时代面前，电视的冲击力和影响力恐怕都不值得一提，儿童、青少年的媒介环境呈现出空前的复杂格局，他们都已经不屑于电视这种“大屏”媒介；但现实却并没有走向波兹曼的结论，前所未有的成长环境反而造就了他们独特的文化心理。他们不再青睐20世纪的“高大全”式的明星，而是着重强调明星的伴生性、成长性，喜欢真实的、有缺点的、能够一同“成长”的明星。可见，粉丝文化在近年来的突然爆发，并不是空穴来风，而是有着极为深层的脉络和原因。

第三个关键词是金融杠杆。当前我国的影视领域，正面临着无法忽视的产能过剩现状，每年有半数以上的影视作品难以出现在银幕、荧屏上，只有知名演员参与的影视剧集和综艺节目才可能有相对稳定的票房、收视率、点击率。这直接导致了全行业对知名演员的严重依赖，使大量三四线以及更多无名演员进一步丧失了成名机会，作为文化娱乐工业体系中关键生产要素的演员基础，已经出现了结构性塌方——这就给金融杠杆的进场提供了可乘之机，文化产业相对较小的行业规模，对于金融资本来说，更是轻车熟路。

所以我们可以看到，当下的一些影视作品已在某种程度上成为金融衍生工具。最极端的情况下，一部影视作品可能尚未面世，就已经提前收回成本，这种甜蜜的“允诺”自然受到了资本市场的追捧，但凡一部影视作品取得了票房、收视率、点击率的佳绩之后，相关投资方都在股票、理财等金融领域大快朵颐。眼下，粉丝文化同样正在受到在这个年代已经疯癫的金融杠杆的持续侵袭，从早前的微信打击公众号“刷”阅读量，到最近微博不再允许买“赞”，很多移动互联网时代的粉丝明星都褪去了先前耀眼的光环。金融杠杆疯狂撬动所带来的危害影响极其深远，因为移动互联网作为新媒体的放大效应，既可以放大粉丝文化的先进特征，同样也可以放大粉丝文化自身的缺陷。如果在粉丝文化中培育出的粉丝明星也受到金融杠杆操控的票房、收视率、点击率造假所绑架，那么显然不仅不能解决20世纪文化娱乐工业明星制的痼疾，反而还将重蹈覆辙。

粉丝文化的影响，不仅仅局限在文化娱乐领域，而是正在向经济等多重领域持续扩散。与上500年相比，新的历史的闸门，也只是刚刚开启。（作者系中国艺术研究院当代文艺批评中心主任）

本文组稿：钱好

创作谈

“70多年前，那个恪守着千年传统秩序、按着比时间慢半拍的节奏劳作的村落，竟然遭受过美国生活方式的突兀震荡。这样的震荡到底会留下什么样的痕迹？我，不，我是说我的脑子，就是在那时迈出了前往玉壶的第一步。”

本版用图均为本报资料图片



# 通往玉壶的路

张翎

玉壶地处浙江南部，曾归温州市瑞安县（现在的瑞安市）管辖，后又归属文成。玉壶很小，即使在绘制得最为精细的中国地图上，你也不会找到关于它的任何标注。对绝大部分人来说，它是一个陌生的地名。即使像我这样一个几乎可以用“地地道道”来形容的温州人，我也从未意识到它的存在——直到近年。在我极其有限的地理和行政建制知识结构里，我至今也没明白它到底该称为乡，还是镇，抑或是村。

通往玉壶的路程是兵分两路的，我的脑子是一路，我的脚是另一路，而我的脑子是先于我的脚抵达那里的。在一本由参与过秘密援华使命的美国退役海军军官书写的回忆录中，我偶然发现了玉壶的名字。我的心在那一瞬间停跳了几秒钟，我的震惊几乎无法用语言来描述。我完全没想到那个离温州市区只有130公里、当年闭塞到几乎与世隔绝的地方，曾经和那场惨烈的抗战有过如此密切的联系——它是中美特种技术合作所第八训练营的所在地。我说的那个“当年”，是指70多年前。

“70年是个什么概念？对一只采蜜季节的工蜂来说，是560多辈子；对一头犁田的水牛来说，可能是三生——假如它没有被过早屠宰的话；对一个人来说，几乎是整整一世；而在历史书籍里，大概只是几个段落。”（《劳燕》）。70年后的今天，中美合作所在抗战中所起的作用，终于在扑朔迷离的史料覆盖之下以理性和客观的姿态渐渐凸显——当然，这是另外一个话题。70多年前，那个恪守着千年传统秩序、按着比时间慢半拍的节奏劳作的村落，竟然遭受过美国生活方式的突兀震荡。这样的震荡到底会留下什么样的痕迹？我，不，我是说我的脑子，就是在那时迈出了前往玉壶的第一步。我开始在类似的史料中摸索着通往玉壶的路，慢慢地勾勒着玉壶山水田地居民生活的轮廓。随着时间的推移，这些轮廓渐渐清晰起来，等候着我的脚来印证，抑或是说，颠覆。

就在我发现玉壶这个名字的第二年，在一个阳光很好的初春早晨，我的脚终于尾随着我的脑子踏上了玉壶的土地。引领我的是一群关爱抗战老兵志愿队的队员，他们为我详尽地安排了一天的行程。那一带零散地居住着一些抗战老兵，都已年逾90，大多生活贫寒，有些子女甚至丝毫不知晓自己的父亲曾经浴血沙场。志愿队的义工们常年跋山涉水，千辛万苦地寻

找着这些人，倾倒着自己的时间精力腰包和情感，做着一些本该是另外一些人做的事，同时也在清减着本不该由他们担负的沉重良心。

我的朋友们事先安排了三位当年中美合作所训练营的老学员和我见面。我们在老兵的家中做客，坐在硬木板凳上喝茶聊天。在头顶垂挂下来的旧衣服、半空拉着的旧电线、屋角堆放的杂乱物件的重重包围之中，我尽可能地将自己的体积缩小，为同行的人留出空间。过道很窄，光线昏暗，围观的人把空气挤得很紧。我们的对话在断断续续地艰难地进行着，负疚和羞耻使得我有些口吃和呼吸不畅——捅开了结痂的创口摄取我所需的小小说灵感，我觉得我的行径无异于市井盗贼。

谈话在越来越多的围观者的注视之下失去了私密性，我发现我的专注度在渐渐流失。幸好，午餐的时间到了。简单的午餐之后，我们一行朝训练营旧址出发。就在我们准备离开餐馆时，一位老兵从口袋里掏出一张折叠得很平整的百元纸币——显然是一早就准备好了的，塞给做东的当地政府官员，算是午餐的费用。这位老兵家境极为贫寒，没有儿女，和久病的老妻相依为命，靠一小片临柑树林所结出的果实维生。他掏出钱来的时候，姿势挺直得几乎像在敬礼，目光中有一丝理所当然的执拗，让我无法不联想起70年前他所在的部队的军纪——一个人年轻时所经历的严苛模型，是可以被漫长的时间拉扯成行为惯性的。当然，没有人会接受那张被他捏出汗来的纸币。

通往旧址的山路和大多数江南农村的山路相似，弯弯曲曲的泥土小径，混杂着几级上下坡时派上用场的长条石板。我的脚步不由自主地放得很轻，因为我害怕碾碎70年前遗留的脚印。那会是什么样的脚印？美国教官的军靴？中国士兵的布鞋？乡村农人的草鞋？放牛娃子的赤脚？抑或是从驼峰航线运送过来的军犬的爪印？据说这里的孩子至今还能在路边捡到70年前打靶训练时飞落的子弹壳。记忆有生命，能活过一代又一代人。记忆也有神经，记忆能感受到疼。所以那天我的脚不敢放肆。

这一带的建筑物和所有中国城乡的建筑物一样，在近几十年里都遭受了无数轮的拆、改、建，早已面目全非。旧式平房和院落渐渐消失，取代它们的是些披着马赛克和灰泥面的矮楼。训练营的部分旧址还在，包括传闻中的美国教官宿舍，和由一块省文物保护单位所确定的中国学员宿

舍。传说中的美国教官宿舍是一座两层的砖楼——在当年它肯定只是平房，正面和侧面、底层和二层之间的不同砖质昭彰地显示着年代的断层。沿着后加的水泥板楼梯走入加盖的二楼楼房，狭窄的走廊两边是相接得很近的小房间。那排房间肯定没有见识过战争，只有底层老房墙面上已经开始风化的旧砖和砖缝之间顺着水迹蔓延生出的青苔，说不定在当年见过那几个也许叫约翰也许叫比尔也许叫史蒂夫的美国年轻人。楼很空，我没遇见任何人，只有栏杆上搭着的一条脏兮兮的被子，暗示着这里可能还住着人。

中国学员宿舍的旧址也经过了拆改，但大体原貌还在。岁月像风，看不见，看得见的只是风走过之后留下的痕迹。这座嘉庆年间建造的、当年在这一方当属首屈一指的深宅大院，如今很是老旧颓败了。三位老人都是第一次重回故地。其实，这三位老人中有一位也是第一次与他的战友们重聚，尽管他们的居住地相隔不远。当年的训练营都是就近招生，以避免方言造成的沟通阻隔。咫尺竟然演绎为天渊，现在是因为年事已高不爱走动的原因，而在先前却是因为惊魂未定的心境。我注意到了他们并没有询问这些年里彼此的境遇。也许是伤痛的记忆具有强悍的惯性，也许是当年铁一般的军纪在三分之二个世纪之后依旧顽强地保守着他们铁血青春的院门时，他们的脸上没有任何表情。那一刻，失态的是我。风抚过我的脸颊时我隐隐感觉到刺痒，拿手一抹，才醒悟那是泪水。

他们终于跨过了那道门楣，站到了院中。“那个常来这里的小姑娘阿红，不知现在怎么样？”片刻的沉默之后，一位老人说。有样东西在我的心中搅动了一下——那是作家的好奇心。这个“阿红”是谁？是他们的洗衣女？干杂活的小帮手？买菜送货的邻家女？她的到来曾经给这群由于承担秘密使命而几乎与世隔绝的年轻人带来过什么样的光亮和色彩？她如今还健在吗？她后来的命运如何？

那天我并没有找到答案。后来也没有。我只是惊诧70年堆积的厚实尘土，刨下去的第一个缺口竟然不是关于硝烟战场和死亡，而是关于一个年轻女子的。我想起了多年前一部电影的名字：“战争让女人走开。”其实，世上没有什么东西能让女人走开。灾难不能，病痛不能，战争也不能，因为女人是住在男人心里的。只要男人活着，男人还有心，女人是永远无法

真正离开的。

在那个晒晒着成菜萝卜条、堆满了柴捆杂物的院落里，三位老人的感官触角慢慢地打开了，开始穿透陌生物件的重重遮掩，丝丝缕缕地探寻着熟悉的旧迹。这是那个池塘吗，怎么这么小了？那是全体集合开饭的道坦（温州方言：院子里的空地）吗？那条楼梯还是老的吧，踩上去怎么有这么大的响声？那是我们打通铺的大房间吧？开队务会的那间屋子在哪里？……我听见他们在彼此询问探讨着，试图证实或推翻他人的猜测。此时的记忆里已经有了质地和纹理。

听见响动，院子里的居民纷纷从屋里走出来。一个上了年纪却依旧面色红润声如洪钟的男人冲出来，激动地拉住了一位老兵的手：“我记得，你们。我阿爸是给你们烧火煮饭的伙伙。那年我7岁。”他语无伦次地说。时光的轮子咔嚓一声停住了步子，一个7岁孩童的面容，在三位老人的目光中浮现出朦胧的轮廓。他们纹丝不动的脸上裂开了一条缝，有东西从里边丝丝地渗出——那是情绪的蛛丝马迹，我看见他们的皱纹松了。

从那个大院走出来，我们一行又探访了一位当年美国教官的帮厨、一名接受过美国军医的乳腺癌切除手术的妇人、几个美国教官住处附近的旧邻居——他们如今都已是耄耋老人。每个人都有自己的记忆，有的重合，有的相近，有的相互矛盾，却无一例外地生动。那天我的笔录既丰富多彩又杂乱无章，像漫天的飞尘。但我并不担忧。我知道假以时日，假以几段完整而放松的睡眠，这些飞尘将会逐渐落地，堆积成一些当时我尚无法预见的形状。

和三位老人们告别，已经是傍晚时分。太阳跟随了我们一天，已经渐渐显出倦意。老人们的脚步缓慢而坚实，穿着军绿色棉裤的背影有些佝偻，却依稀能看出支撑着身体的那根骨头。背心是志愿队的义工们赠送给他们的礼物，上面印着的“抗战老兵，民族脊梁”的字眼，随着他们身体的动作，在山野的余晖中忽高忽低地晃动。

就这样，我的脑子和脚兵分两路，经过许多迂回辗转，终于在那个风和日丽的春日汇合于玉壶。那两路兵马，在玉壶的乡野中留下了惊天动地的碰撞。那场碰撞到底留下了什么样的内伤，我身陷其间无从鉴别，大概只能在《劳燕》中寻找端倪。

（作者为知名作家，其最新长篇小说《劳燕》刊登于今年第二期《收获》杂志）

# 文学经典 IP 改编 应提倡经典正说和延续性多元开发

周斌

近年来，在影视剧创作领域，“IP改编热”的兴起是一个引人注目的现象，对此众说纷纭，观点不一。因此，如何正确看待“IP改编热”，特别是如何正确看待文学经典IP的改编与传播，乃是当下影视剧创作实践和理论批评应该切实关注和深入探讨的一个重要问题。

笔者认为，在文学经典IP的改编中，应提倡经典正说，努力保留和传递文学经典的美学价值和文化内涵。虽然当下的改编不再强调一定要忠实原著，但改编者还是要真正理解和把握好原著的创意和精华，并在改编中予以保存和深化。那种认为原著已经给予了较大影响，或已经拥有了较多“粉丝”，买了版权后无论如何改编的作品都会获得成功的看法和做法实际上是靠不住的。其次，要正确处理好看原著和改编作品在内容与形式等方面的不同要求。要按照影视剧创作的艺术法则对原著进行必要的删改和再创造，体现出改编者的艺术创新。应该看到，一些成功

的改编作品往往倾注了改编者的心血，体现了改编者在艺术上的创意和拓展。例如，获得了口碑与收视率双赢的电视剧《琅琊榜》，制片方和改编者在买下原著版权以后，曾花费了4年时间对原著进行艺术再创造，在人物性格、人物关系、人物的台词对话等方面都进行了精心打磨；同时，再加上拍摄时导演的准确把握和演员的精湛表演，从而使这部电视剧成为一部艺术品质优良的上乘之作。

其次，在文学经典IP的改编中，要避免碎片化的、傍经典式的改编。那种在改编时只保留经典原著的名头和某些人物、情节，其余的故事内容和人物形象完全另起炉灶，改编者对经典原著进行随心所欲的改造和演绎，使之与经典原著的思想主旨、文化内涵和美学价值有很大差异，甚至面目全非，这种碎片化的、傍经典式的、过度娱乐化的改编，一般来说很难再现经典原著的精华，是应该避免的。

在文学经典IP的改编中，有些投资者和制片方虽然愿意花大价钱买下改

编版权，但却不愿意多花时间和精力认真组织量认真进行具有创新性的艺术改编。为了能使改编作品迅速占领市场，赢得商业利润，他们往往会聘请一支编剧团队进行IP改编。由于时间急促，编剧们既没有深入理解和准确把握原著的创意与精华，也没有真正理清改编思路，就匆忙上马，快速拿出了改编剧本投入拍摄。这种做法既不符合艺术创作规律，也无法创作拍摄出高质量的好作品。一部成功的IP改编作品应该具有自己独到的艺术价值和审美价值，虽然它是从原著改编的，但是，除了要体现原著的创意和精华之外，其本身还应该有新的艺术创造，即要表现出改编者新的创意、独特的艺术追求和美学风格。那种没有创新的简单移植或随意转换，是无法成为成功的IP改编作品的。

文学经典的艺术魅力是长存的，诸如《西游记》《三国演义》《水浒传》《红楼梦》等古典文学名著，在不同历史阶段曾被不同的改编者先后从不同的角度和侧面改编成不同内容和风格的影

视剧，这种延续性的多次开发，不仅有效地扩大了文学经典的影响力，而且也延长了其美学生命力。同样，在美国好莱坞，一些受观众欢迎的动漫、故事片等作品，制作方和改编者往往会接二连三地拍摄续集，由此就构成了有影响的系列作品。这些作品的故事内容和主要角色也很快成为“经典IP”；而围绕此类“经典IP”则可以在不同领域进行多次开发，类似的经验也值得我们学习借鉴。当然，我们也有自己的“经典IP”，如《西游记》里的“孙悟空”即是其中之一。但是，这样的“经典IP”还太少，而且其延续性的多元开发也有待于进一步加强。

对于文学经典IP改编的影视剧、网络剧等，应该加强多元化的营销传播，不断扩大其影响，使之产生更大的影响。特别在对外传播方面，要进一步拓宽渠道、加强宣传，因为这是中华文化走出去的一个重要内容。

（作者为复旦大学中文系教授）  
本文组稿：周怡倩