

热点透视

饭圈集资为偶像“购买”成功？

——剖析粉丝为爱发电背后的资本与情感逻辑

李静

两档女团选秀节目《青春有你2》《创造营2020》渐次落下帷幕，而另外一档以女团模式呈现“30+”女性的《乘风破浪的姐姐》则正在热播中。一时间，全民选秀的潮头涌动。

以2018年为界标，《偶像练习生》《创造101》等节目直接推动了养成类偶像选拔模式大规模出圈。经过两年的反复发酵，这一模式的国民化程度越来越高，观众的辐射面、参与度远非往日能及。在娱乐产业中，高关注度意味着高回报。虽然上述节目各有巧思，但在基本架构与商业策略上可谓一脉相承，其中的关键之一，便是引入竞争淘汰机制，极力鼓动各位选手的粉丝群体出资，支持自家偶像成功出道，

也就出现了饭圈集资的热潮。所谓饭圈集资，是指粉丝个人或粉丝组织通过集资的方式为偶像投票、购买广告位、代言产品、专辑、生日礼物或是从事公益活动等。其实质，相当于以“众筹”的方式为偶像“购买”成功。

对于粉丝群体以外的人来说，集资的举动是疯狂且难解的。但对局内人来说，却有着强劲的内在动力，从中体验到难得的参与感与成就感。值得追问的是，这样的情感投入是如何发生的，又产生了什么影响？“集资”之举不仅关联着节目组、冠名商的商业变现、偶像的商业价值，更牵动着无数粉丝的“真情实感”。就这样，情感与资本互为表里，难以分割，也为我们提供了剖析当代文化的重要视角。

偶像与粉丝的“共同体”： 实则是一条从生产到消费的完整产业链

在现代娱乐产业体系下，偶像的生产、业已成为一条流水线，特定的人格形象成为了流水线上商品。更准确地讲，娱乐工业中的“偶像”专指形象阳光健康，在歌唱、表演或综艺等方面有一定专长的艺人。他们的职业性，体现在能够维持充满魅力的人设，进而赢得粉丝的喜爱。而粉丝也经常将自己的偶像称为“爱豆”。

目前为国内观众熟知的练习生制度、选秀模式等，乃是日韩娱乐工业的舶来品。这套体系与传统明星制度的核心区别之一，在于“养成”的概念。与高高在上的明星相比，偶像与普通人一样，都离不开刻苦练习的成长过程。因此，偶像与粉丝之间的距离感被大幅缩减，其中最具有代表的便是SNH48的“握手见面会”。通过“握手”这样的特权，粉丝获得了专属的亲密体验。亲密感与参与感，是偶像经济的重要环节。回顾国内流行的几档综艺选秀节目，它们分别这样称呼观众：“全民制作人”（《偶像练习生》，2018）、“女团创始人”（《创造101》，2018）、“青春制作人”（《青春有你2》，2020）等，无不在强调观众的主导地位。获取主导权的具体途径，便是通过充值平台会员、购

买产品等为选手投票，比如《青春有你2》的设置中，需要通过购买冠名商的牛奶来换取奶卡，参与投票。实际上，投票过程的信息公开度是极不透明的，因此会有一些节目组被质疑有“做票”的嫌疑，但这并未太过妨碍粉丝参与其间的快感。

正如网络文化研究著作《破壁书》中说的那样：“粉丝与爱豆之间的关系相当密切，且多数抱有‘爱豆的造神过程有我们一份’的想法，而爱豆也常被教导‘粉丝即上帝’的理念，违逆粉丝就意味着‘背叛’这一爱豆与粉丝组成的情感共同体。”情感共同体，实则是一条从生产到消费的完整产业链。偶像被当作一件标准产品生产和包装，而粉丝也被吸纳其中，以其消费能力驱动偶像经济的运转。

这里的吸纳，是自发的、强烈的以及全身心的。粉丝在这个“共同体”中移情与共情，或是在偶像身上看到与自己的相同之处，或是看到自己所缺失的部分，或是在偶像的成功中获得热血感与欣慰……这样的吸纳往往也是封闭的，而且被加入了太多的主观想象，无异于自我建造的“乌托邦”。局外人的不解甚至鄙视，都不会影响他们对自家爱豆的喜爱，反而是激发他们持续“助力”的动力所在。

情感驱动： 资本的逐利之旅，被包裹上温情脉脉的面纱

法国哲学家鲍德里亚认为，我们生活的每个地方，都处在审美光环之下，日常消费品总是与奢侈、奇异、美、浪漫等美好的词汇联系在一起，而它们原本用途或功能反倒不甚重要。消费活动日渐审美化，人们已经相当厌烦电视广告夸张、露骨的推销方式，却对审美化的、作用于情感、欲望与无意识的营销方式难以抗拒。

近年来的选秀综艺，无不以情感营销作为重点。粉圈内部围绕集资而展开的竞赛，正是资本所乐见的情感动员方式。它们的核心概念是“梦想”“青春”“独立”“自由”“不懈努力”等等。形形色色的靓丽俊女，各种各样的人格类型，与人形般的“迪士尼”并没有区别。《创造营2020》一开场，便是梦幻的城堡与游乐场、妹妹们的梦想，在想象之境起飞。偶像与粉丝之间不断互虐，才可以刺激投资行为，拉动消费增长，比如在选秀节目中，刻意呈现选手如何努力，却又遭遇各种坎坷，就可以成功地刺激粉丝为他/她投票、投资。

流量景观与数据民工： 以“爱”为名，却一次次触碰道德底线

在人们的观感中，明星与爱豆的区别在于是否拥有过硬的实力与作品。与前者充实饱满的“个性”相比，后者更接近于讨人喜爱的“符号”，其价值体现为粉丝的数量、黏性与购买力。而这一切都可以体现在数据上：无论是选秀节目的票数、粉丝集资榜的金额数，还是微博超话榜的排名、代言产品的销量，全部都可以被标注为精确的数字。数字，意味着全部的价值。明星观念与偶像观念的冲突，最为激烈地体现在2019年周杰伦与蔡徐坤两家粉丝在微博超话打榜，争夺榜单第一的事件中。该事件发生的动因便在于人们对于畸形造星体制下数据假象的不满。数据漂亮与实力优越，“面子”与“里子”，日渐分道扬镳。

为了打造傲人的数据景观与良好的偶像“表现”，粉丝们化身成勤恳的数据民工，每日按照琐碎繁杂的程序开展打榜投票等各种活动。显而易见的是，单打独斗的劳动效率很低，于是“集资”这样的形式应运而生，以便更明确地预估体量，更稳妥地为偶像换取成功。粉丝个人基于信任关系，将资金汇集到后援会或“粉头”手中，由他们来运筹帷幄（这其中隐藏着缺乏监管的灰色地带）。粉丝个人在这一

选秀节目中的妹妹们，在镜头滤镜下犹如初生嫩芽，惹人垂怜。她们泪眼缠绵地诉说着渴望——渴望被更多的人看到，而被打动的人们心甘情愿地掏出自己的腰包。

今时今日，资本比任何时候都期待“情感的神圣发作”，一旦“动情”，便是获利的契机，而且从未如此“体面”而又隐蔽。事实上，在资本运作的后台，依旧写着大大的“不许入内”。

集资热潮正是情感与资本双向驱动的典型。一个有趣的例证是，曾与虞书欣合作过的演员刘奕畅在其微博发布了为她购买的冠名商牛奶照片，照片中成箱的牛奶如同彩色城墙一般。刘奕畅所配的文字是：“做朋友最重要的就是讲义气。”朋友义气，唯有以经济行为表现，而粉丝与爱豆的“情感共同体”也只能以集资打投来维系。资本搭台，情感作戏，资本的逐利之旅，就这样再次戴上了温情脉脉的面纱，尽力吸纳更多路人“转粉”，加入到这场盛大的造梦游戏中。

“依附”行为中也收获了一定的归属感。

在数据至上的逻辑下，很难避免“作弊”可能性的发生。比如在选秀比赛中，如果某位练习生的粉丝群体购买力特别强，就可以一人投多票，即便该练习生的实力较弱，“德不配位”，也完全可以顺利出道。比如某选手就曾在节目中公开回应过排名质疑：“我粉丝给我投的，我就坐在那里。”在以“变现”为目标的选秀场上，没有人会拒绝这样的粉丝效应。一些争议也随之出现，比如，《青春有你2》成团出道的“THE9”，节目中刘雨昕的票数最高，因而是该团体的C位，但是在成团后的亮相中，却被粉丝质疑镜头不够多，对不起他们的“出钱出力”。还有粉丝质疑别人“偷换”了她的剧本，赢得了过多的曝光度。总之，如果衡量标准只有数据、镜头数、表演时长，各家粉丝群体为此的“集资竞赛”也就屡见不鲜了，甚至经常出现人身攻击、网络暴力等情况，对青少年粉丝的影响尤其负面。以“爱”为名，却难逃负面情绪的困扰、难以平衡的胜负欲与各种触碰道德底线的行为，这无疑是在当下急需应对的现实问题。

（作者为文学博士、中国艺术研究院助理研究员）



几档今年热门的选秀类综艺节目：《创造营2020》（左上）、《乘风破浪的姐姐》（左下）、《青春有你2》（右）
制图：李洁

“第三只眼”看文学

谁又不是秘密中人？

——看迟子建的长篇新作《烟火漫卷》

潘凯雄

庚子春，“新冠”肆虐之势尚未被完全扼制，禁足之时接到迟子建信，称其新长篇《烟火漫卷》已杀青。我一看这书名就开始犯嘀咕：咋就转到战争题材上去啦？直读到完全篇方知此“烟火”乃刘禹锡笔下“云间烟火是人家”这“烟火”而非元好问吟咏的“咸阳烟火洛阳尘”那“烟火”。再一想，这也不奇怪，迟子建的创作对这“人烟”意义上的“烟火”似乎也是情有独钟，在她的散文中就有《紫气中的烟火》和《到处人间烟火》这样的篇什，其上一部长篇小说《群山之巅》所描摹的其实也同样是缕缕“人烟”。再说用“漫卷”作为这部长篇标题的另外两字也真是十分贴切，一部《烟火漫卷》呈现的完全就是十足的哈尔滨“人烟”的随风翻卷。

说实话，刚进入对《烟火漫卷》的阅读时，还真有点替迟子建捏把汗。那篇篇悠悠、慢条斯理的叙述与描摹，虽从容细腻，但在时下这急吼吼、浅悠悠且时常冒出戾气的阅读氛围中能“Hold”得住吗？伴随着阅读的推进，这种担心不仅消失得荡然无存，反倒为作家那强大的艺术统摄力所折服。

“人烟”意义上的“烟火”出现在迟子建的笔下很容易被解读为“民间”与“底层”，当然不能简单地完全否认这种解读合理的一面，但同样不可否认的是这样一种解读更多的还是着眼于作品中人物的身份及生存境遇，于是很容易就出现了诸如“宫廷的烟火”“贵族的烟火”“民间的烟火”“底层的烟火”之类的切割。然而，身份和生存境遇终究都只是人物一种外在的、局部的标识，尽管这样的标识对人物成长、心理会有不小的影响，形成某些鲜明的印记，但这些人标识终究都不是人本意义上那个完整立体复杂的人。即便如这部《烟火漫卷》中的刘建国、于大卫、翁子安等一千人物，说他们来自民间与底层似也不是什么大谬，但又似乎少了点魂。绕了这一大圈，我无非想说明出现在迟子建笔下的“人间烟火”看上去是在着眼于民间与底层，骨子里则更是紧紧抓住人本意义上完整的人、大写的人在做文章。过去的《群山之巅》如此，这部《烟火漫卷》则表现得更甚，否则我们就无从理解作品中不少人物身上总是会偶尔出现一些看上去有那么点古怪、诡异乃至不合常理的行为或心理，无论是刘氏三兄妹，还是于大卫谢紫薇伉俪，抑或是生活在榆樱院中的芸芸众生概莫能外，正可谓应验了“谁又不是秘密中人”这句俗

话。而正是这些个人物看上去合逻辑或非逻辑的行为与心理共同编织起了他们生命的经纬以及他们所生活的这座都市之前世今生，这就使得作品的宽度得以大大的拓展。面对这些个人物及命运，迟子建的态度又很容易被解读为理解、同情和悲悯，而在我看来这是又一层皮相。没错，在作品中，迟子建对自己笔下的人物的确没有明显的臧否，呈现出的状态看上去确也多是一番同情直到不乏悲悯。但仔细一想，即便是贵为作家，如果仅仅只是一种居高临下的同情与悲悯姿态未必就一定是优秀作品或作家。一个优秀的作家如果仅仅只是止步于此当然不够，而成就一部优秀作品除此之外恐怕更需要的还要穿过那些“秘密中人”的背后进行“解密”：他们何以如此又何以走向明天？而在《烟火漫卷》中，我们所能体会到的迟子建对她笔下许多人物的姿态正是如此。刘建国兄妹在作品中各有一些行为的确有些超乎正常的行为逻辑，但看得出迟子建明显在努力用这种行为逻辑的非合理性进行修复。我想，这样的修复固然是情节设置合理的需要，更是对人的行为、人性的复杂、境遇对人的刺激等种种细微末节深入观察与研究的结果。而这样处理的结果就是不动声色地将个体的人和时代、地域、历史以及现实这些无从回避的社会元素巧妙地勾连起来，这显然就比一般意义上的所谓同情与悲悯要有厚度得多，诚如“作品提要”中提示的那样：这“浓郁的人间烟火，柔肠百结，气象万千。一座自然与现代、东方与西方交融的冰雪城市，一群形形色色笃定坚实的普通都市人，于‘烟火漫卷’中焕发着勃勃的生机。”

无论是作品宽度的拓展还是厚度的掘深，都离不开对作品艺术表现力的有效掌控。在《烟火漫卷》中，迟子建就成功地展示了自己强大的艺术统摄力。这部长篇新作的文本长度尚不足20万字，这在当下新出版的长篇小说中绝对属于体量娇小者，即便是扩充至30万字以内也还有足够的伸展空间，更何况这部作品先后出场之有名有姓有故事有命运的人物却多达20余人，每人平均不足万字，即便是用于戏码多一点点的刘建国、刘骄华、黄娥、翁子安等人物身上的大约也不过两三万字，不仅如此，作品叙事的整体基调又是那种舒缓柔和、从容自如的调调。尽管如此，迟子建依然惜字如金地娓娓道来。而从阅读效果来看，终卷之

时，作品中那些个有名有姓的身世命运以及承载起他们生活的那座都市的前世今生和地缘特色无不历历在目，这种艺术效果的取得迟子建当是颇费了一番思量。

不到20万字的篇幅被作者分成了上下两部。上部名为“谁来署名的早晨”，作品中的大小角儿穿过“烟火”依次登场亮相，言语不多、动作干练，他们身上那不经意“怪异处”影影绰绰地透出了这些可能都是一个有着不寻常故事、不凡命运的主儿，都有一段难以启齿或不忍示人的人生之密；果不其然，到了下部“谁来落幕的夜晚”，这些个角儿的故事与命运，以及这些个故事与命运背后的成因一个个波澜不惊地浮出水面，而其中诸如刘建国、于大卫、黄娥、翁子安等角色的命运其实还是蛮令人唏嘘不已的，而在他们身上又无不承载着时代、环境、责任与个性等种种因素的复杂交织。看上去这好像只是一种悬念的设置技巧，但如果仅仅是以此作为《烟火漫卷》的一种孤立的艺术手法则未免失之于浅表。我之所以认为迟子建在《烟火漫卷》中成功地展示了自己强大的艺术统摄力是因为她在这部作品中所表现出的那种从容自如和得心应手。为此，可以将这部新作与她的上一部长篇《群山之巅》简单地比较几句。我曾经自己生造了一个“环形链式”的概念来描述《群山之巅》的结构特点，以此达到一种将不同的时空自然巧妙地衔接起来的审美效果，而这次的《烟火漫卷》，迟子建采用的几乎就是中规中矩的最传统的长篇小说写作方式：一个以顺时态的线性叙事为主干，中间时而穿插一点倒叙、插叙之类似以补叙，而在叙述语言上则无非是典型的从容洗练、细腻自如的笔触。我在想，就是这样看上去没有任何“创新”的传统写作竟能获得如此强大的艺术统摄力，背后到底是一种什么样的力量在支撑？

围绕这个问题，我左思右想也找不出一个时尚的词汇来描述，于是干脆就用一个老土的说法概括吧，那就是“内功”二字。这个“内功”既包括作者对社会、历史、时代、生活、人物等文学创作诸元素的细致体察，也需要能够找到并得体的掌控与之最匹配的艺术表现形式，两者缺一不可。迟子建这部长篇新作之成功不仅是这种“内功”的一种完美展示，而且也由此再次证明了长篇小说之成功两向最质朴的“秘诀”：创作需踏实、创作需认真。

（作者为知名文艺评论家）