



本报记者 曹刚

小娜是白领,29岁,有稳定收入。作为“粉丝团”的“粉头”(“粉丝团”高层领导),她在业余时间征战全国,为偶像摇旗呐喊。上周末,“快乐男声”全国巡演上海站一落幕,她就赶往湖南株洲,参加下一场巡演。

慈善拍卖,其实是“粉丝”拼财力

一年前,小娜只是“散粉”(没加入任何组织的初级“粉丝”)。有空时,发短信投票,到“贴吧”凑凑热闹。一个偶然的机会,她参加了一次“粉丝”集体活动。“看到许多执着的‘粉丝’,熬夜做礼物,声嘶力竭地拉票,我特别感动,也想为偶像多做点事情。”渐渐地,小娜在网上越来越活跃。她认识了几个“粉头”,但离进入高层还差得很远。

转折点,是一次慈善拍卖活动,以及由此挑起的一场“粉丝”内战。

“那天,朋友拉我去开会,商量‘起义’推翻‘粉头’,因为她在慈善活动中严重失职,导致我们组织大丢面子。”在会上,小娜第一次听说,大多数明星慈善拍卖,看上去是偶像献爱心,其实是“粉丝”拼财力。

“有几个人愿意单独花几千元,买个帽子或一个毛绒玩具?大都是‘粉丝’集资拍下的。哪件拍品出价高,表示哪个明星人气高。”小娜介绍,在那次慈善拍卖中,她偶像的拍品成交价较低。“输给其他‘粉丝团’,明显是领导准备不足。”

“起义”很快成功,小娜平步青云,从“散粉”走进高层,当二把手。“之所以‘升官’,一方面是因为我的年龄较大,办事比较稳重;另一方面,我人缘好,和新老‘粉头’两个派系都没矛盾。”

当上“粉头”后,天天忙着开会

“我万万没想到,‘粉头’这么忙。”“升官”后,小娜开始了“小会天天有,大会三六九”的生活。

她介绍,大部分“粉丝”的年龄,集中在18岁到25岁。“这些小孩子比较幼稚,容易冲动,动不动就吵架,经常深更半夜打电话给我诉苦。我现在就像个政治家,‘大棒加胡萝卜’,到处游说;有时候又像居委会大妈,拼命调解各类矛盾。”

有很多问题,在网上越说越乱,还必须经常召集代表开会。“在现实生活中开一个小时会,比在网上叽



■ 许多“粉丝团”有统一的服装、旗帜和标志物

本报记者 周馨 摄

叽喳喳吵一天,更有效。”小娜的管理时间不长,经验倒积累了不少。

“前阵子,中层领导换届,个别被PK下来的人不服气,一声不吭地跑出去闹独立,很快成立新团体。每次偶像来上海,大家去接机送机,新团体和老团体碰面,互抢风头。”

新老团体的矛盾传到了偶像的耳朵里,小娜急了。“我们‘粉丝’是为偶像加油的,怎么能给他添麻烦呢?”她隔三差五地安抚新老团体,让他们团结起来,一致对外,别给偶像丢脸。

演唱会造势,提前一天抢地盘

除了调解“粉丝团”的内部矛盾,小娜还有不少“外事任务”。“每次偶像来开演唱会,都要和别的‘粉丝团’谈判、抢地盘、比人气……”

在演唱会现场造势,至少得提前一天过去。“如果去晚了,只好求人家让点地方。”谁家先到、人多,抢的地盘就大;谁家钱多,也占便宜,可以直接找布置场地的广告公司协商,买地盘;有的演唱会现场提供大屏幕,滚动播出“粉丝”信息,大家争抢,每条付费上千元。

先圈地,抢地盘;再挂旗子,吹

气球,用气球围场;不少人晚上直接在现场守夜,看道具、守地盘;还有人为了省钱,熬夜赶做灯牌、气球、花环等道具。

有的主办方考虑周到,召集各路“粉丝”开会,事先划定“势力范围”;有些欠考虑的,现场容易爆发“粉丝”冲突。“我们前阵子刚和人家‘掐’了一场。‘粉丝’动手,不打架,而是戳气球。”

小娜曾组织100个“粉丝”,熬了个通宵,10小时里吹出2万个气球。结果,两派“粉丝”一言不和,互相戳气球,10分钟戳破好几十个。

十几个“粉丝”一夜集资几十万元

疯狂投票、到全国各地追星,都离不开钱。“散粉”找到组织后,钱也凑到了一起。

“大家凑份子,钱多嗓门大。”小娜说,“这应该算集资,合不合法不清楚。反正在我们团,钱管得蛮严的,其他团体不好说。”

小娜介绍,每次集资前,“粉丝团”高层在网上公布一个临时账号,供大家汇款;或者直接由负责人收现金。出钱数额,完全自愿,少则几十元,多的上万元。“每人捐多少,集

资总额、活动经费、剩余数额,都由我统计,定期向大家公布。”

说到账目,小娜坦言,很难完全公开。“有些东西不能说,比如给投票公司的钱。”她透露,许多规模较大的“粉丝”组织,都在选秀期间请过专业的投票公司。“这类事都由最高层负责,因为有作假嫌疑,怕‘粉丝’反对,没法公开。”

有些“粉丝”团体的集资更混乱。“绝大多数组织没有成熟的制度规定,集资的透明度和公正性,只能依靠高层领导的个人信用。他们如果不清廉,集资就容易出问题。”小娜透露,在选秀的关键时刻,比如总决赛前夜,十几个“粉丝”一个晚上就能凑几十万元。“万一有人私吞,就麻烦了。”

几乎把所有业余时间给了“粉丝团”

“我和偶像握过几次手,并不奢望他认识我。”

“我去各地看演唱会,不是追星,主要是去旅游。”

“是我们‘粉丝’无私的银子和无尽的宠爱,缔造了明星。”

小娜反复强调,自己“是理性的‘粉丝’”。但提到家人和朋友时,她

【焦点链接】

粉丝众生相

有人丢工作

你可以称呼她“疯子”。

她不错过偶像的任何一项活动,比赛、演唱会、广告代言……腿骨折了,打上钢钉,绑上石膏,继续一路跟随,坐轮椅看演唱会。

为此,她丢失了工作,但她不在乎:“你可以不理解我歇斯底里的呐喊,也可以嘲笑我誓死捍卫偶像的痴情,但丝毫浇不灭我的热情。”

在朋友眼里,她是个伟大的“粉丝”;在其他人的眼里,她是个“疯子”。

有人再就业

你可以称呼她“职业粉丝”。

她起初联系各路“粉丝”,找人举海报、拿灯牌、喊口号;后来在网上炮制各类“花痴”文章,专门写文章诬蔑别人的偶像,抬高自己的偶像;最后与经纪公司接上了头,组织拉票会,与其他“粉丝团”沟通联谊,甚至充当半个经纪人的角色,找公司让明星代言等等。

乐此不疲的她,毅然辞职,到“粉丝界”再就业。

脸红了。

当上“粉头”后,她几乎把所有业余时间献给了“粉丝团”,每天回家还要“忙公务”。留给丈夫的时间少得可怜,只剩一句话“我回来了”。即便丈夫出差半个月回家,她还是只有一句话“你回来啦”。

大学同宿舍的闺中密友,只因为说了偶像一句“坏话”,她立刻翻脸,两人差点绝交。

也许意识到自己陷得太深,小娜最近决定,看完上海演唱会,主动让贤,做回“散粉”。但在演唱会结束当晚,她又抱着电话调解到半夜。

“人在江湖,身不由己啊。那些小孩太年轻了,什么事都做不好,交给他们我不放心。”她低声解释了两句,又眉飞色舞地问,“你有朋友想参加选秀吗?一天时间,我就能组织一套熟练的‘粉丝’班子。”

评论 07091110501



新民网互动平台:请访问 HD.XMNEXT.COM,在页面搜索框输入文章后编号即可参与互动。 调查:访问记者的博客 详细:获取更多信息 评论:发表评论 调查:参与投票 报道:提供新闻线索或与本文相关的信息 征集:征集新闻线索、征文等



Furniture China 2007

第十三届中国国际家具展览会

2007.9.12-15

上海新国际博览中心·上海科技馆·浦东展览馆

第二届世界家具大会同期亮相申城!

21个国家和地区

1760家参展企业



021-64371178

www.furnitureinchina.com

即将开幕