

從群眾心理學探討粉絲文化

「群眾的心理分析」期末報告

物理系109022214林婕柔

壹、前言

追星曾經少數人行為，即使有喜歡的藝人、運動員等，許多人也不會自稱粉絲或認為自己是一個粉絲，但漸漸地粉絲群體不再是社會中的少數，更出現粉絲經濟等現象。我曾經完全不懂追星的快樂，然而隨著擁有了自己的偶像，開始了解粉絲文化，才慢慢發現追星對自己也有所助益，可是也開始懷疑為什麼會有人因追星做出各種令人匪夷所思、不理智的行為呢？為什麼有很多人對追星抱持不支持的態度？因此在這一篇文章，我想去以群眾心理學去分析粉絲文化，探討偶像對粉絲產生的影響，思考粉絲與粉絲間的關係帶來的各種事件。

貳、粉絲文化簡介

粉絲一詞源於英文中的「fans」，fan在劍橋字典中意為迷，狂熱愛好者、熱烈崇拜者¹，是對運動、電影之類的支持者，而fans則是指有這種愛好的群體。近年來隨著娛樂產業的蓬勃發展，加上使資訊快速流通的網路，在各個領域中有優秀能力的人成為所謂的「明星」，粉絲文化也逐步進入大眾生活中。在這個產業鏈中，偶像負責創造完美「人物設定」，身上帶著各種美好的形容詞，粉絲則因為這些優點而成為粉絲，對偶像產生單方面的依賴，將感情投射在偶像之上。就如同百度百科上寫的：

偶像的成長之路也是粉絲的自我實現過程。²

偶像的完美形象能滿足觀眾的想像，是粉絲的領頭羊，一言一行都直接影響著此世代的青年人。

¹ 〈fan〉，《劍橋辭典網頁》，

<https://dictionary.cambridge.org/zht/%E8%A9%9E%E5%85%B8/%E8%8B%B1%E8%AA%9E-%E6%BC%A2%E8%AA%9E-%E7%B9%81%E9%AB%94/fan>

² 〈飯圈〉，《百度百科》，<https://baike.baidu.com/item/%E9%A5%AD%E5%9C%88/8627336>

一、從個體到群體

粉絲呈零星分布，經由觀看影視節目、體育競賽、音樂作品等自娛自樂，而隨著網絡、社群軟體的出現，粉絲能大範圍的認識許多有相同興趣的人，獲得心理上的歸屬感。此外，他們可能單純因想向他人分享自己喜歡的人，又或者在資本介入、「迷戀經濟³」的形成下，為了體現偶像的商業價值，讓偶像更出名、獲得更多資源，粉絲們在各種社群網站、評分網站等各處，從各個角度去討論一個藝人，發表自各處蒐集來的關於明星的資訊，形成話題，並且吸引更多的人加入討論。漸漸的追星不再只產生自我滿足，粉絲能與群體一同狂歡。

（一）粉絲的形成

起初，生活中，我們透過各種方式認識一個公眾人物後，可能產生良好第一印象，但第一印象是不足以使人變成粉絲的，通常是藉由正向第一印象使我們有興趣去認識這個人，就如同我們生活中認識一個新的朋友一樣。首先是產生好感，接著好感隨著進一步的了解變為更深的崇拜，這會使人主動有目的性的蒐集關於偶像的各種資料，而倘若在此過程中能接觸到更多偶像的正面訊息，此人就有可能成為一名粉絲。成為粉絲後便會積極的想更了解偶像的一切，想要藉由各種方法如穿戴偶像同款產品、培養和偶像相同的興趣等，從而變得與偶像更相似，最後在這種追逐偶像的過程中實現了自我認同，也變成了偶像的鐵桿粉絲。

（二）粉絲群體的多樣性

自教育部重編國語辭典修訂本中可以看到，偶像一詞最初為以土木金屬或其他材料所製的神佛塑像，後延伸比喻為崇拜對象⁴，因此除了大家熟知的歌迷、影迷、運動選手粉絲外，以宗教為例，慈濟成員亦可以解釋為佛祖、證嚴法師的粉絲，而近來更出現各種學術明星亦或作家明星，比方說物理學家史蒂芬·霍金，繪本作家幾米都有自己的粉絲群體。若將焦點放在我們每日的生活中，則如模範生、優良學生都可以說是師長鼓勵我們崇拜模仿的對象，當我們對自己說要向模範生學習、要變成和他一樣優秀的人時，本質上與粉絲的心態也是類似的。

³ 迷戀經濟原用於公司，由於使消費者迷戀品牌，透過在商品售價內加入品牌價值，最大化商品利潤。資料來源：莎莉·霍格斯黑德(2011)。《迷戀：如何讓你和你的品牌粉絲暴增》。北京：中華工商聯合出版社，P. 79。

⁴ 〈偶像〉，《教育部重編國語辭典修訂本網頁》，<http://dict.revised.moe.edu.tw/cgi-bin/cbdict/gswweb.cgi>

（三）現代偶像對粉絲的意義

上一小節中提到偶像起源於宗教，而這樣的偶像崇拜是表達一種崇敬，然對於現代年輕人，「偶像崇拜」更多是一種結合喜歡、認同、羨慕的情緒，與偶像的關係，不用擔心在真實社交中可能需要面對的壓力，又能滿足其達社交需求，體驗到在真實生活中難以體會到的社交成就感和快樂，對於尚未明白如何成熟有效進行社交的青年而言，崇拜偶像是比交朋友更安全的選擇。⁵

（四）後援會⁶與站子⁷

在蒐集偶像相關資訊時，粉絲間互相認識，此時，為了能更好的交流偶像訊息，更好的幫助自己的偶像，會成立粉絲團等以便聯繫。而隨著時間、通過網絡的召集，與過往零散的追星方式不同，現今的粉絲形成具有高聚合力、專業化組織分工的社群，他們聚集成立如後援會和站子等團體，可以與媒體、工作室、劇組、其他明星粉絲組織聯繫，以宣傳維護偶像的形象。如張靚穎的粉絲——「涼粉」通過網絡召集，組建五個部門：宣傳部、策劃部、財務部、組織監察部和長沙現場工作部。他們與明星工作室策劃、討論，共同起草、制定規則，起到規範粉絲的作用外，也組織粉絲們一起為偶像進行宣傳，讓粉絲有參與感、歸屬感，變成一個擁有完整結構的群體⁸。

又以朱一龍粉絲為例，各地粉絲後援會與一些「個站⁹」會在朱一龍參與公開活動時組織粉絲進行應援¹⁰，比方說準備小禮物和朱一龍周邊產品送給品牌公司代表和記者，也可能會備下豐盛茶點給辛苦的節目組、工作人員，使合作夥伴、媒體和節目組多照顧朱一龍外，也希望能讓他們對朱一龍留下好印象，建立友好的合作關係。另一方面，也藉由這樣的行為引起一些對朱一龍不是很瞭解的人對他的好奇心，進而變為新的粉絲。¹¹

⁵ 蔡馨沂(2012)。〈偶像崇拜在青少年同儕關係與自尊、歸屬需求之間的角色〉，新竹：國立交通大學教育研究所碩士學位論文，P. 13-17。

⁶ 源於台灣，利用傳播手段使藝人增加人氣，為明星提供背後援助。

⁷ 粉絲成立的明星官方微博，主要分為圖站和應援站。

⁸ 厲國剛（2010）。〈娛樂時代的「粉絲」文化解析〉。《新聞愛好者》，2010年2期，P.10-11。

⁹ 由粉絲創建、管理的小團體，人數約為1-4人等，主要追隨偶像的日常行程，為偶像拍照並分享給其他粉絲，同時也為偶像進行應援。

¹⁰ 應援一詞起源於日本，最早是指在演唱會時發送各種應援物如燈牌、螢光棒等，引導粉絲在台下隨著音樂節奏和台上明星藉由應援詞、應援動作等，按照一定節奏與台上明星互動的行為，而現在則引申為任何粉絲為偶像加油助威的行為。

¹¹ 王曉琳(2020)。〈基於互動儀式鏈的網絡粉絲社群行為研究——以朱一龍粉絲社群為例〉。中國南京：南京師範大學新聞與傳播碩士學位論文。

（五）後援會的階序結構

後援會如同一個粉絲自行創立公司組織一樣，擁有完整的階序結構，米爾葛蘭描述這樣的結構來自於我們與身具來的服從潛力，有組織性的團體可以藉由階序結構有效處理外在與內在的問題：對外有更強組織協調能力能更好的面對外在威脅，對內能經由清楚劃分成員地位，降低內部摩擦的發生¹²。「階序結構」詳細為：

階序是由無數模組構成的，每個模組包括一個上級與無數個下屬。而每個下屬也可能是上級，指揮下一層的下屬，以此類推，整個結構由一個個的模組連鎖而成。¹³

而粉絲為更好的為偶像服務，從一般粉絲都有的超話¹⁴等級，到發展成各大站子、大粉(有自身粉絲關注度的粉絲)的粉絲，自然而然的形成了有階級制度的後援組織。根據上述內容，我們可以簡單地對後援會的階序結構進行分析：垂直來看，粉絲依照忠誠度、奉獻度、活躍度作為標準，可以被粗略分為核心粉絲、普通粉絲、路人粉絲等；若依照水平分組則可以分為不同的工作部門，如為偶像控評、點讚的控評組、負責爭取資源和獎項的數據打投組、舉報對於偶像的不當言論的反黑組等，各部又由後援會進行總統籌，與明星工作室溝通¹⁵，而各組內有無數粉絲根據其發布的每日任務，為偶像進行有組織性、目標性的付出。整體來說，偶像為金字塔的頂端，往下是其官方組織如工作室或經紀公司等，再來是後援會及各大站子，在下移是所謂的大粉，最下層才是一般粉絲。

二、飯圈¹⁶、粉絲與應援

飯圈也是源於fan一詞，泛指更激進的粉絲，一群會付出奉獻更多的粉絲，網絡發展下，粉絲相較過去只能透過信件或見面會來表達對偶像的喜愛，現在可以

¹² 史丹利·米爾格蘭(2015)。〈服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？〉。台北市：經濟新潮社，P.218-228。

¹³ 史丹利·米爾格蘭(2015)。〈服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？〉。台北市：經濟新潮社，P. 218-228。

¹⁴ 超話全名為超級話題，是新浪微博的一項功能，是由有共同興趣的人組成的圈子，大多以明星超話為主，能增進明星與粉絲間的互動，但此功能的特殊之處為它具有等級制度，篩選參與者是否是真正熱愛此主題。

¹⁵ 業可賢(2021)。〈「飯圈」群體文化解析〉。《新聞研究導刊》，2021年5期，P.88-89。

¹⁶ 飯圈是粉絲圈的進階版，比一般粉絲群體有更強的專一性和組織紀律性，並有更強的群體意識。

通過社群網站如Facebook、Instagram、微博、Youtube、等向大眾分享自己的喜愛，以偶像的圖片、影視、音樂、體育影音作品等做為文本進行二次創作，甚至發展出各種縮寫等，而留言區和彈幕則可以營造一種自己和眾人在集體共同欣賞的感受，和眾人分享自己的想法，於此應運而生的是更完整的應援手法。

（一）成為粉絲和進入飯圈的差異

粉絲是否進行打榜、控評等行為不一定等於進入飯圈，進入飯圈的定義大多為會關注各大站子、聽從大粉的指示，每天完成其發布的各種打投、控評、簽到任務，與其他明星粉絲爭執、與他們認為對偶像不好的各種人爭執，不經思考的認為偶像一切都很完美。而粉絲在沒有進入飯圈的情況下也可能自發性的簽到、看到對偶像過於過分的言論會舉報、會進行偶像相關的二次創作、為自己喜歡的偶像的作品之類的投票評分，但差異在於前者是把偶像當作生活的中心，而後者有自己的生活目標。

（二）二次創作

包含多種形式，主要可分為三種：文字、圖片、影片、音樂。第一，文字，普遍方式為粉絲在社群軟體上吹捧自己的偶像，用不同方式誇讚，詞藻華麗、琅琅上口、誇張幽默，以令人印象深刻為目的。他們會在偶像的相關資料下在評論區留下這些誇讚，而非粉絲的人在看到這些花式稱讚時，也可能會因其幽默感，從而對這個偶像產生關注。例如用「貝加爾湖的漣漪」來形容演員朱一龍笑起來時的眼角紋；演員龔俊唱歌跑調被形容為「人間百靈鳥」；又比方說歌手劉宇寧跳舞四肢不協調，但坐著做動作很正常被稱為「上半身舞王」。此外，也會根據偶像本身或其飾演的角色，創作同人小說，也就是主角性格與真實的偶像性格、形象相似的文學作品，這樣的作品也很受粉絲群體青睞。

第二，圖片，主要是發表修圖後的偶像圖片或繪製偶像圖片，也有些會根據其影視作品、同人作品形象進行創作。這樣的行為可以真實的創造一個粉絲心中完美的偶像。

最後，影片，將偶像的照片、影片、音源進行二次創作，運用音樂和自己寫的劇本，把原本毫不相關的資料串連，這不僅需要粉絲對偶像的作品有足夠的了解，還需要有龐大的閱片量和耐心，能力好的剪輯者可以將本來不相關的內容剪輯成一部新的流暢的作品。除此之外，還有所謂的「合輯」，也就是把偶像的特

定影片剪輯在一起；也有「採點¹⁷」影片等。

（三）數據、打榜、簽到

打榜一詞最早出現在音樂圈，簡言之是透過買專輯、投票、重複搜索或撥放以提高搜索率、歌曲播放量等手段，幫助偶像作品的排行，接著以中國為例，蔓延到各種社群軟體，比如百度貼吧、微博超話等，粉絲通過每天上線簽到、發文為偶像各項數據，榜單排名的高低會間接影響偶像的商業價值，投資商會透過這些數據決定藝人的品牌價值，同時間這種榜單也可以向大眾推廣自家偶像。

此外，各平台也會給粉絲提供各種獎勵，例如滿3000人在一個軟體上連續千到七天就為偶像投放為期三天的LED廣告，粉絲能為愛發電，給偶像謀取直接的利益，更加強粉絲打榜的積極性。

（四）控評、反黑

控評主要目的為粉絲希望更好的向其他觀看者推薦自己的偶像，從而在與偶像相關的各文章中發表評論，並精心雕琢自己的評論使其獲得各多點讚，出現在評論中的較顯眼處，同時也點讚關於自家偶像的有利評論。

反黑則是透過舉報或忽略對偶像較負面的評論來使其消失在評論區前段，或者舉報發布關於偶像不實訊息、挑撥偶像與其他人關係的文章來到達最大化偶像優點以使更多其發人關注到自己偶像的目的。

（五）購買代言、周邊商品與此行為帶來的意義

對大多數粉絲而言，在購買自己日常所需用品時，會優先選擇自己偶像代言的商品，而對於狂熱粉絲而言，為向資本方證明自己偶像的商業價值，購買所有偶像代言商品，有些更是大量購買。

這樣的行為除了對偶像有益外，對粉絲而言，使用這些產品也代表著他本人的個人特色，向他人展現自己的喜好和個性甚至是價值觀，朱龍祥、陸洛在一篇關於偶像崇拜的文章中提到：「一是消費者運用商品表達自己的真正個性，另一則是消費者運用商品表達自己理想中的那種人的個性。¹⁸」也就是說攜帶或使用偶像相關產品也代表了粉絲心中希望自己成為的那個人，同時間也可以透過使用

¹⁷ 採點為根據配樂節奏來配上影片動作、對話，使畫面與音樂結合。

¹⁸ 朱龍祥、陸洛(2000)。〈流行歌曲歌迷偶像崇拜的心態與行為初探〉。《應用心理研究》，2000年第8期，P. 171-208。

者些產品，找到與自己有相同喜好的群體，建立歸屬感。

叁、粉絲文化的心理分析

人為什麼會去崇拜一個素未謀面的人呢？且為什麼會願意為此付出、奉獻自己大量的金錢、心力呢？在現代人生活步調快速，生活壓力極大的情況下，是什麼心理因素驅使他們去長時間付出，空出時間去幫偶像追夢呢？而成為粉絲到變的極端、做出非理性追星的行為又是經歷過什麼樣的心理變化呢？以下將以認同作用、特質論、情境論來分析粉絲心理。

一、認同作用

（一）用模仿來形塑自我：一般粉絲的形成

弗洛伊德簡單解釋認同作用為：「努力模仿被視作模範的人來塑造一個人的自己的自我。¹⁹」珀森在論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》一書中，分析了認同作用：

第一，認同作用是與對像情感聯繫的原初形式；第二，認同作用以退行的方式成為對力比多對象聯繫的一種替代，正像靠對象內向投射到自我那樣；第三，認同作用可能隨著對與某些個別人(他不是性本能的對象)分享的共同性質產生任何新感覺而出現的。這種共同性質愈是重要，這種部份的認同就可能變得愈成功，因而他可能代表新的聯繫的開端。²⁰

此外，他在書中對於自我與認同作用也進行解釋：

自我被劃分成兩半——其中的一半反對另一半。這另一半被內向投射所改變，它包含著自我之內的良心和批判能力，甚至在正常時刻對自我持批判態度——儘管決不是那麼無情和不公正。我們可以做出這樣的假設：在我們的自我中形成了某種這樣的能力：使自己從其餘的自我中分離出

¹⁹ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第七章 認同作用〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 144。

²⁰ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第七章 認同作用〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 146。

來，並與他們發生衝突。我們稱之為「自我理想」(ego ideal)，它是幼稚的自我從中享受自足的原始自戀的後續：它從環境的影響那裏逐漸收及環境施加給自我而自我又總是不能達到的各種要求。²¹

上述主要說明自我將某一人或形象視作模範後將其內攝，而一個人從一般的觀看者到變為粉絲通常是由於他們在偶像身上看到自己很欣賞的優點，大多是自己希望擁有的卻沒有自己所希望發展的那麼優秀的特質，例如長相、學識、體育能力、唱跳能力、品格、演技等。這也是許多社會價值觀中所認為的一個成功的人應該要有的能力。在國小時，有良好體育能力的人很容易成為群體的中心人物，這時候我們就很有可能崇拜體育健將；而隨著我們長大，課餘時光時常會被要求進行一些藝文表演，一般包含跳舞、唱歌、演戲等，此時我們就很有可能開始推崇歌手、演員等；此外，在生活中，長相一直都影響著我們，我們更容易去喜歡的好看的人，所以去喜歡長得非常好看的一人也就不是那麼的奇怪了；學識也是相同的，考試考得好的人大多都可以獲得更多稱讚，我們也都想要成為那樣的人，但這並不容易，因此開始景仰學識豐富的人；除了這些外在特質外，也可能因毅力等內在特質使人崇拜另一人。

在崇拜的過程中，粉絲將偶像視作自己的典範，將其進行內向投射，經過時間，變成自己自我中的一部份——自我理想，也就是把自己希望自己成為卻成為不了的样子，轉為他們自我理想中的一部份，監督他們的行為。

同時，弗洛伊德也對這種作用與群體的行為的關係進行描述：「群體成員之間的互相聯繫就屬於這類認同作用的性質——以共同性質為基礎。我們可以猜想，這種共同性質在於與領袖聯繫的性質。」²²這樣的情形在粉絲群體與偶像間可以輕易地觀察到，群體成員也就是粉絲的共同性質為對偶像的熱愛，以此為基礎，建立彼此間的聯繫，而此性質也與他們的領袖——偶像，有直接的聯繫。

(二) 愛與催眠：狂熱粉絲和飯圈粉絲的形成

狂熱粉絲在心理與一般粉絲也是有差異的，一般粉絲的敘述更多強調自己對偶像的崇敬之情，而狂熱粉絲更強調自己對其的愛，但這種對於一個幾乎永遠碰不到的人的愛和我們正常認知的愛是有一定的差別的，珀森在其書中這樣寫道：

²¹ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第七章 認同作用〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 148。

²² 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第七章 認同作用〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 146。

我們看到，對待對象和對待我們自己的自我是一樣的，以至於當我們處於愛的狀態時，相當的自戀力比多移到了該對象上。甚至在許多愛的選擇形式中，該對象起著代替我們自己的某種為達到的自我理想的作用，這是顯而易見的。我們愛它，是因為為了我們自己的自我所努力追求的完整性，我們現在願意以這種迂迴的方式作為取得滿足我們自戀的手段。²³

粉絲對偶像的愛，比起我們對家人朋友伴侶的愛，更像是在追逐一個完美的自己，為偶像瘋狂應援、打榜與其說是為了幫助偶像追逐夢想，不如說在這個過程中，自己也好像達成了那個自己沒有辦法達成的夢想，偶像的成功也是自己的成功。這樣的粉絲會認為要不是有我努力為偶像付出，偶像沒有辦法變得如此成功。如此說法雖然某種程度上是正確的，卻忽略了若偶像只有自己一個粉絲為它付出，或者說如果偶像沒有足夠能力，沒有辦法吸引這麼多粉絲為其付出，那他都是沒有辦法成功出名的。這樣的粉絲對偶像的愛本質上是為了滿足自己，是為了追求自己的完整性。

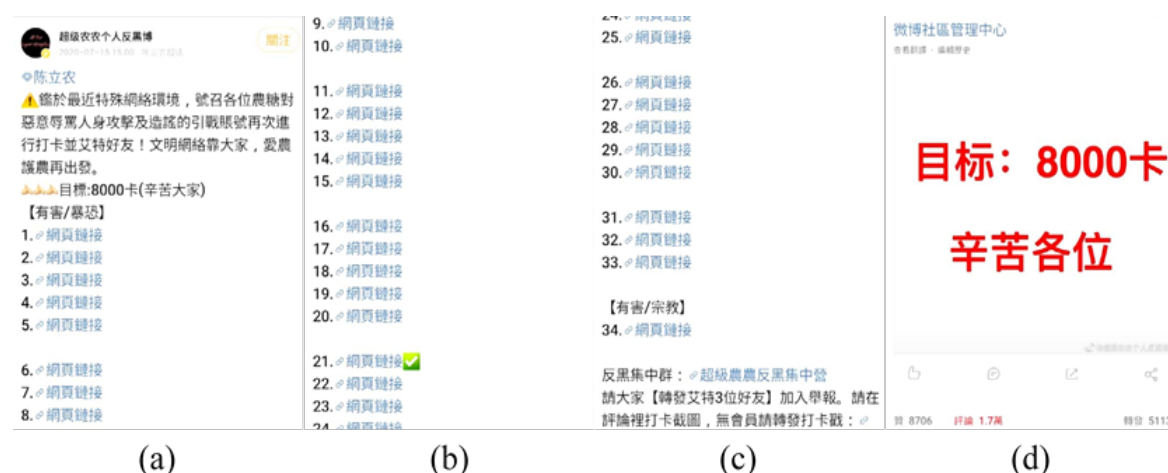
此外珀森也說到在不愉快與無法得到滿足的愛中：

自我變得愈益謙卑，對象則變得愈益高貴，直到他最後佔據自我的整個自愛，這樣，其自我犧牲就作為自然的後果而出現。可以這樣說，這個對象耗盡了這個自我。謙讓、限制自戀和自我傷害這些特點，出現在愛的每一場合。該對象被至於自我理想的地位上。²⁴

在粉絲與偶像的關係中，許多粉絲不經間便變得自卑，為偶像自我犧牲，省錢為偶像應援，買周邊、代言品，每天花大量時間進行打榜，為偶像偶然在社群網站上的發言而欣喜若狂。在這樣的情況下，偶像的特質不一定變為粉絲的自我理想，但站在比粉絲的道德良知——粉絲的超我還要高的位置，所以我們才會看到當有偶像做出不良行為時，部分粉絲不會離開。他的超我在此情況下應該要出現譴責這樣的行為，可是在粉絲心中的金字塔裡，偶像佔據在最高點，所以他們沒辦法去批評自己的偶像，只好告訴自己，這些都是假的，都是有人惡意抹黑，偶像一定是對的。

²³ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第八章 愛和催眠〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 153。

²⁴ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第八章 愛和催眠〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 153。



圖一、單日反黑工作量示意圖（由博主進行整理，而粉絲需要點進每一個連結舉報他們認為的惡意評價或文章。）²⁵

至於這樣的愛和認同作用的差異，珀森是這樣描述的：

在認同作用情況下，自我用對象的特性豐富自己，它把對象「內向投射」於自己，對象喪失或被放棄了；然後它在自我內部再次建立起來，仿效失去了的對象，自我本身又發生了部分的改變。而在愛的極端發展情況下，自我是貧乏的，它使自我屈從於對象，它用對象取代它自己最重要的部分；對象被保留，通過自我並以自我為代價出現了對對象的過度貫注。²⁶

因此根據他的解釋，我們可以這樣區分一般粉絲與狂熱粉絲：前者像是把偶像當作自己的導師，向其學習，隨著時間偶像變為其自我理想的一部份，也就是改變了自己；而後者則更像是捧著偶像，生活以偶像為中心轉，付出自己的所有。

二、特質因素

（一）逃避自由：權威性格²⁷

造成粉絲行為的心裡因素很大部份基於逃避自由，只是有程度上的差異，如

²⁵ 圖片來源：〈超級農農個人反黑博〉，《新浪微博》，

https://weibo.com/u/6313975583?profile_ftype=1&is_all=1#_0

²⁶ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第八章 愛和催眠〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 154。

²⁷ 形容具受虐傾向或施虐傾向的一種人格特徵。

同上文中提到的：「偶像的成長之路同時也是粉絲的自我實現歷程」粉絲與偶像的關係形成一種「次級連結」，而次級連結是在初級連結，也就是例如個體與家庭的連結，斷裂後產生，弗洛姆是如此說明的：

給予個人安全感的初始連結一旦斷裂，個人就以完全分離的個體去面對外在的世界它必須克服難以承受的孤獨與無力感，此時有兩種途徑可以選擇。第一，他可以發展「積極自由」。……另一種選項是「退卻」，也就是放棄他所擁有的自由，藉由消除自我與世界的鴻溝來克服孤獨的感受。第二種選項以個人尚未成為「獨立個體」之前的那種方式，將個人與世界再次結合起來，因為個人與世界的分離是無法逆轉的。因此，第二種方式只是讓個人暫時逃離一個無法忍受的痛苦處境，這種逃避帶有強迫性的特質，就好像在逃避極具威脅性的恐慌一樣，而且它的特徵是多多少少得放棄個性及自我的完整性。²⁸

至於粉絲大多是 12-32 歲的青年²⁹，剛離開校園、家庭，獲得自由，但也得到了孤獨感，他們因離開安全的依附而焦慮。接著他們需要在社會中尋找自己的一席之地，卻慢慢發現每次做出選擇要承擔的沉重責任、後果，因要承擔做決定的負擔，發現自己的渺小，夢想的遙不可及，此時就獲得了無力感。當現實自我和理想自我相差過遠時，青年容易產生敏感、自卑、迷茫等負面情緒。此時出現在他面前看似完美的偶像就是他最好的依賴對象，形象完美，透過幫助他追求他的夢想就好像也完成了自己的夢想，並且可以在粉絲群、後援會中獲得自我認同和歸屬感，隨之產生了權威性格。以下以介於 12-32 歲的大學生來進行討論。

1. 自卑感

自卑感可能因各種原因產生，例如前面提到的自己作主的負擔，又或者是在這個信息交替快速的世界，大學生發現自己沒辦法了解一切，跟不上時代的進步，這個過程自卑感也很容易產生。除此之外，父母的否定、金錢上的不充裕，都可能讓人潛意識中認為自己缺乏完成夢想的能力，進而產生自卑感。還有上文中提到的極端的愛，也會導致產生自卑感。

而自卑感在粉絲行為中最顯而易見的就是瘋狂誇讚偶像的行為，也就是成為一個藝人的「舔狗」，意即對偶像的意中瘋狂支持，由此更衍伸出「跪舔」，由這

²⁸ 埃里希·弗洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 163-167。

²⁹ 謝琰(2014)。〈淺析網絡時代的「粉絲文化」〉。《湖南工業職業技術學院學報》，2014 年 1 期，P. 47-48。

些詞彙都可以看出，粉絲把自己放在比偶像低很多的地位。此外，在飯圈中看到的消極的、過度狂熱的行為，過度吹捧明星的產品，超負荷的購買所有的周邊商品，瘋狂的為偶像打榜也是緣於自身的自卑，他們本身對明星的這項職業或者其演唱、舞蹈、演技，或者單純是明星的外表等有所嚮往，自己卻沒有辦法達成，因此透過種花式吹捧，證明自己偶像有多美好的同時，也能帶入自身，就好比自己也是那麼的優秀一樣。

2. 優越感

那既然有那麼多的自卑，優越感又從何而來？我認為主要是粉絲們在幫助偶像獲得成功時，彷彿自己也完成了一個目標，他們會覺得要不是有我們打榜、應援，偶像怎麼可能會變得如此成功？通過這種行為讓自己獲得心理上的優越感，卻忘記了若是藝人本身足夠優秀，像粉絲所認為的一樣優秀，則一般人也可以看到他的才華，肯定他的能力。另外，也有可能是來自喜歡上一個非常優秀的藝人，比方說成為一個演技非常厲害影帝的粉絲後，在網絡上發言就會覺得自己好像高人一等，似乎自己比那些流量明星的粉絲更有眼光、更有格調，可以肆意批評其他藝人與其粉絲，藉由藝人本身的優秀當成自身的優秀，居高臨下的去評價他人，藉此獲得優越感。

3. 成為某個整體的一部份

在離開家的依附後，變得自由卻也缺乏安全感、穩定的歸屬感，在此時有些人從與同儕間的對話、追求同樣的夢想、有同樣的興趣等，在朋友同學中獲得良性的歸屬感。然有部分人不一定能從日常生活中獲得這樣的歸屬感，但在追星時，好像自己也變成偶像的一部份，瘋狂的付出後，並且在粉絲群中認識與自己相似的人，在追星的過程中獲得歸屬感，如同一種邪教崇拜一樣，粉絲就是教眾，在彼此之間產生連結，與偶像單方面的產生「次級連結」，藉此來替代「初級連結」。

4. 粉絲的權威性格：受虐傾向

權威性格包含「施虐傾向」和「受虐傾向」，粉絲屬於受虐傾向。首先解釋權威性格中受虐傾向的定義：

在受虐傾向中，最常見的表現形式是自卑感、無力感與微不足道感。有這類情緒的人，他們一方面有意識的抱怨這些感受，希望加以擺脫，但某種無意識的力量卻驅使他們自覺卑微與不重要。他們的內心的負面感遠大於對自己缺點或弱點的真實認知(雖然他們通常會找理由自圓其

說)。他們傾向於貶損自己，使自己軟弱，而不願意掌控任何事情，習慣高度依賴外在如別人或大自然的力量。他們無法肯定自己，也不敢做自己想做的事，反而屈從於各種真正或被聲稱的命令。³⁰

受虐傾向都有著相同的目的：為了擺脫個人的自我，為了去除自我；換去話說，為了消除自由所帶來的重擔。這個目的很明顯存在於尋求依順某個超強的人或力量的那些受虐傾向中。³¹

因此，若要稱粉絲具有權威性格，且屬於受虐傾向，我們需先了解粉絲具有自卑感、無力感等，並且想要成為某個整體的一部份³²。在前三小節中，我已詳細敘述了此內容，他們高度依賴他人，也就是偶像這個較普通人優秀的人，透過屈從於他的命令，以達到逃避自由、去除自我的目的。他們的依賴會被粉絲們自行合理為對偶像的愛與忠貞；自卑感是由於自己知道自己很差勁，遠遠沒有偶像好；而所有生活上的苦難都是自己無法越過的，偶像給予的辛苦是沒有辦法避開的，是資本、市場逼迫偶像讓他們的付出。

遠距追星的粉絲可能一天花幾個小時在網絡上為偶像打榜、控評、反黑，再花幾小時為偶像修圖、畫畫、製作影片等，同時生活中努力節省花銷，把自己辛苦賺來的薪水花在買偶像的代言品、雜誌、專輯等；而對於更狂熱的追星者，他們可能會完全拋棄自我，每天追著偶像跑，甚至發展成他的職業。以下節錄一些粉絲具權威性格的發言：

「不得不承認那段時間是非常無憂無慮且開心的，因為整天關注偶吧所以不太會考慮現實生活中的問題和煩惱，就像自我麻醉一樣，告訴自己受挫了沒關係，反正投入到追星圈裡就能獲得開心，真真的精神麻藥啊……現在覺得這是最恐怖的一點。

缺點就是我的世界變小了，生活的重心從自身移到了偶吧身上，所以成績一落千丈，什麼正事都沒干成。我每天都在關心偶吧今天干了什麼？

³⁰ 埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 168。

³¹ 埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 177。

³² 藉由成為該力量的一環，感受它的強大與魅力，並分享這股力量與榮光。個人交付出獨立自我、放棄自由，但透過藉由參與此力量，得到安全感與尊嚴。資料來源：埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 180-181。

大家對他的評價如何？怎麼又有黑子了？我頂你個肺哦居然罵他你炸了…… 圈裡很亂，什麼奇葩都有，裡面各種亂事各種撕逼會讓整個人眼界變窄，終日關注那些雞毛蒜皮的是是非非會變得墮落。」³³

「需要我的支持，我覺得我了解他，我離他越來越近。投票，打榜，點贊，評論，轉發，我漸漸投入其中，一天大部分的閒時間甚至應該學習的時間用來刷偶像。我開始想要向身邊的人安利，不能忍受別人說偶像的不好。」³⁴

再討論到粉絲群體，粉絲群體又可以相當於一種受虐團體，弗洛姆曾提到：「個人若能找到滿足其受虐傾向的文化模式，那麼，他會發現自己與數百萬心有同感的人團結在一起，從而獲得安全感。」³⁵也就是說，青年人生活在這種具粉絲文化的世代，在粉絲文化已不再是少數的時候，這種文化就是他最容易找到的、可以滿足其逃避自由的文化模式，他在其中可與無數與他有相同情形的粉絲團結一心，進而獲得歸屬感與安全感。

除此之外，部分粉絲也具有施虐傾向，弗洛姆在敘述施虐傾向時寫道：「我為你付出這麼多，因此我有資格從你身上得到我想要的東西」，因此會有偶像不能戀愛的潛規則，會有粉絲在偶像宣布戀情時脫粉回踩，他們認為他們為偶像付出了這麼多，偶像是沒有資格去戀愛的。

5. 脫粉回踩與部分非粉絲者的權威性格：藉由反抗來順服

弗洛姆在探討權威性格時，曾提出一種關於「反抗」的權威性格類型：

這種人會不斷反抗任何權威，即使是對他有利而且毫無壓迫成分的權威也不例外。或者，這種人會對抗某些權威(尤其這些權威已經缺乏威力而讓人失望時)，但同時(或稍後)又順服於其他威力較大、更有指望、似乎滿足了他們的受虐是渴望的權威。

反抗的態度佔據了行為的核心，我們很容易相信他們的性格結構跟順從是受虐性格剛好相反，因為他們好像已最大程度的獨立性為訴求，去

³³ 水廬去(2016)，〈粉絲混飯圈會有什麼樣的經歷和體驗？〉，《知乎》，2016年10月7日，<https://www.zhihu.com/question/50691049>

³⁴ 匿名作者(2017)，〈粉絲混飯圈會有什麼樣的經歷和體驗？〉，《知乎》，2017年1月30日，<https://www.zhihu.com/question/50691049>

³⁵ 埃里希·弗洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 178。

反抗所有的權威。他們看上去就像基於內在力量與完整性，來對抗阻礙自由與獨立發展的各種勢力。然而，權威性格對於權威所展示出來的對抗實質上只是一種造反，目的在企圖肯定自己，克服自身的無力感，其實順服的渴求依然存在——不論是否有所自覺。³⁶

我們可以簡單將這種反抗式權威性格者分為兩種，一種為在他屈服的權威不再讓他仰望時，會對抗這個權威，然後再順從於其他權威；第二種為總是在反抗所有權威，透過這種反抗來逃避自由。

首先分析所謂的「脫粉回踩」，脫粉回踩表達某人原是另一人的粉絲，後來不再崇拜他、不再是他的粉絲後，對曾經的偶像發表惡意評論，大多在偶像有失格行為後發生。以流量藝人³⁷為例，粉絲可能因其正式承認情侶關係或對粉絲態度不佳等因素而離開；對於體育選手，則可能因人品不佳等原因失去粉絲。離開的粉絲中，部分會攻擊偶像對粉絲態度不佳、人品有問題、專業能力不好等，這樣的心理狀態屬於前段中的第一種反抗式權威性格，他們因權威讓人失望而對抗權威，對偶像惡言相向，並且通常這樣的粉絲在離開原偶像後，有相當大比例的人會成為另一個人的粉絲，因此即使他們目前沒有偶像，即使看到他們不斷批評自己的原偶像、批評自己當初眼光很不好，我們也不能武斷地認為這個人已經不再具權威性格或不再依靠次級連結了。

其次討論部分非粉絲者會嚴厲批評偶像，以藝人為例，部分人對流量明星特別不屑，瞧不起其粉絲，在這樣的藝人有新作品時，對其嚴格批評，發表言論如「某某某就是不夠好，要不是有粉絲，不然怎麼可能成為明星」，對藝人的粉絲攻擊道：「你們很腦殘，無腦支持偶像，你們稱讚偶像的作品不過是因為你們是粉絲，這個作品明明就很不好。」我們對流量明星作品品質處於業界中間水準被這類群體苛刻批評的情況進行討論，若把偶像和其粉絲視作娛樂圈中權威，則此群體的行為屬於前段中的第二種反抗式權威性格，透過反抗明星和粉絲這個權威群體的行為肯定自己眼光特別好，具有很好的品味，和大多數人不一樣，實際卻以這樣的行為克服自身無力感，逃避自由。

³⁶ 埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 193。

³⁷ 具眾多粉絲，且粉絲付出意願強，同時可能並沒有評價特別好的代表作的藝人，通常年輕、長相較好。

6. 偶像的權威性格：理性型權威或抑制型權威？

由於我們只能看到偶像刻意在媒體上呈現的形象，因此較難看出偶像是否具有權威性格。但在討論之前，一樣的我們需要先定義權威性格中的施虐傾向：

一是意圖使他人依賴自己，並對他人享有絕對且無限制的權力，就好像他人只是一個工具，如同「陶藝家手中的泥土」。另一種傾向是，不只有絕對掌控別人的衝動，還要剝削、利用、偷取他們的一切，將他們開膛剖肚，極盡所能榨取每一分每一毫，這種欲望的對象可以有形的東西，也可以是無形的東西(如情感或知識等)。第三種施虐傾向是使他人受苦，或想要看到他人受苦(包括身體或心靈上)，這種行為往往意欲積極的傷害、羞辱他人、使他人羞愧，或使他人處於尷尬或屈辱的情境中。

這類傾向往往以反向作用³⁸偽裝成對他人的過度的善意或關懷。有幾種常見的合理化方式如下：「我管你，是因為我知道甚麼才是對你最好的，而且為了你好，你應該聽我的，不要有意見。」或是「我是如此的完美又特別，因此當然有權利指望別人依賴我。」³⁹

就其外在形象而言，我認為他們本質上是符合權威性格中施虐傾向的，明星的工作特性、資本將粉絲黏著性視為商業價值的一部份，他們需要如此的形象來維持自己的價值。大多數偶像屬於第一和第二類施虐傾向，明星需要以各種手段讓粉絲依賴自己，同時需要讓其願意為自己瘋狂付出，也就是讓其自願被偶像掌控、利用、榨取自己的時間、金錢。而粉絲及他本人合理化的放是就與上述相似：「我的能力如此之好，你們應該喜歡我而不是喜歡其他人。」

然而，明星偶像與一般權威不同，介於「理性型權威」和「抑制型權威」之間，他們對於粉絲的依賴性，除了心理依附的需求之外，更多的是經濟層面的考量。也就是說，對明星偶像而言，失去粉絲很有可能就代表著失去一大部分自己的地位和收入，所以在對待自己的粉絲時，會與傳統的權威（父母、師長、教練、領袖等）有許多地方不盡相同。

老師在上課時，比較了「理性型權威」和「抑制型權威」之間的差別，前者

³⁸ 指個人的行為與動機相反，對下一是的需求採取了相反的反應。資料來源：埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 229。

³⁹ 埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 169-170。

是正面的，後者是負面的，如表一。

	理性型權威（正面）	抑制型權威（負面，權威性格）
權威的作用	優勢是為了幫助弱勢	優勢是為了剝削弱勢
動態發展	兩者差距越來越小 權威關係會消失	兩者差距不會改變，或越來越大 權威者地位穩固
心理狀態	愛、讚美、感激	怨恨、敵意 但會轉化為盲目崇拜
例子	父母、師長、教練、領袖等	奴隸主、專制領袖、慣老闆等

表一，比較「理性型權威」和「抑制型權威」⁴⁰

以下，我試圖參考老師在上表的比較，針對明星偶像的特徵，另外製作成比較的表格，用幾個不同層面來進行分析，如表二（虛線下為範例）：

	理性型權威	偶像	抑制型權威
權威作用	幫助對方	剝削 但也可能幫助對方	剝削對方
獲得連結	方式多元	以己方優點吸引對方	對方可能出於被迫或以己方優點吸引對方
	學生尋找補習班(自願、為求成績進步)、 父母孕育孩子	歌手用自己的歌唱實力吸引粉絲、運動選手以比賽成績吸引粉絲	購買黑奴或恐怖情人初期部展現自己的控制慾而是以自己的優點吸引對方
發表指令	直接發布或經引導後發布		直接下令 或合理化命令
	老師出作業、家長與孩子交流後要求其進行改變	透過工作室等單位向大粉溝通，再由大粉引導粉絲；或者粉絲觀察其他偶像粉絲行為後進行；偶像直接經社交軟體、媒體等方式說明要求	主人下達命令；恐怖情人會說是因為愛所以要求你

⁴⁰ 課程簡報：第 5-6 週 逃避自由

執行指令 遇困難的 解決方法	引導		強迫
	透過對話進行引導，告訴對方為何需要執行此指令	緩聲告訴粉絲為何需要他們執行此命令，同時可能會盡量營造一種輕鬆的氛圍	以暴力、語言威脅等方式強迫對方合作
指令未達成之處理	持續引導或者進行有限度的懲罰	持續引導或者視而不見	懲罰
	老師可能會出更多作業；家長對於年紀較小孩子可能會限制其某種權力(例如沒收手機一段時間)	繼續以上述方法勸導粉絲或者暫時視而不見、不再提起，但很可能隔一段時間，在合適時機再次提出	暴力、語言懲罰
動態發展	兩者差距會隨對象的成長而變得越來越小，最終權威關係會消弭	兩者差距固定或變得愈來愈大，少數時候對象可能會形成新的施虐方	兩者差距固定或變得愈來愈大，除非對象完全離去，權威者地位回愈來愈強大穩定
	隨著學生的進步學生可能會不再需要老師；孩子長大後可能與父母變的更像朋友	大多數粉絲基本上永遠只能是粉絲；少數情況如大粉，粉絲可能會成為其他粉絲的崇拜對象；或者變為新的偶像，例如偶像為知名游泳選手菲爾普斯的新加坡選手史庫林在奧運中擊敗偶像，成為其他人的偶像。	主人和下屬的權威關係除非下屬推翻主人不然只會愈來愈穩固
對方心理	愛、感激、讚美	愛、讚美、崇拜、感激，但有可能隨時間而變得平淡甚至變為怨恨、敵意	怨恨、敵意，對最後有可能轉化為盲目崇拜

表二、明星偶像在理性型權威和抑制型權威方面的異同處比較（自製）

從表二中可以發現，偶像在權威作用與抑制型權威較相似。在發表指令、命令執行遇到困難時，處理方式與理性型權威相同。而對於指令未達成時的處理上

與理性型權威相似。至於動態發展上與抑制型權威較為相似。最後討論到對方的心理則介於兩者之間，但比較偏向理智型權威。綜上所述，理論上偶像與粉絲間的關係與理性型權威較為相似，然而，最大的差異為理性型權威的最終目的是希望其對象成長，而偶像對粉絲大多是市場交易性質，他們的行為很可能並不是以讓粉絲成長為目的，甚至有些只是為了「維繫自己的完美偶像形象」而做到行為端正，因此，偶像與真正的理性型權威還是有著根本上的不同點。

（二）服從權威：代理人心態

首先要先進行解釋代理人心態：

代理人心態，意思是說，當人們認為自己是他人的代理人，負責為他人實現期望時，抱持的就是代理人心態。代理人心態與「自主」剛好是完全相反的兩個詞，自主指人指為實現自己的目的而行動。⁴¹

粉絲在進入後援會後，會出現服從行為，代理人心態就是產生服從行為必須要有主要態度。米爾葛蘭在階序結構中曾提到：「每個層級的構成分子都必須放棄一部份自我管控的能力，好讓上級構成分子取得控制權力。⁴²」，換句話說就是當個體成為系統的一部份時，成員需做出一些改變。粉絲對偶像產生次級連結，放棄部分自我，自願加入權威為偶像的組織，在過程中產生「代理人心態」，認為自己是在為偶像追求夢想(一種廣受認同的意識形態)，就是這種改變。這一節討論主要是進入飯圈的粉絲，而非一般粉絲。

1. 行為和心理特徵

完全轉變為代理人心態會需要經過一些過程，首先就是需要「改變自身立場」，米爾葛蘭在敘述電擊實驗相關結果時解釋道：

受試者會調整自身的立場，盡可能與權威的命令一致，至於學習者釋放的訊息則遭到消音，在心理上產生的影響甚微。

身為權威由於地位使然，手中掌握著生殺大權。……因此時時留意權威

⁴¹ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十章 為何服從——一段分析〉。台北市：經濟新潮社，P. 232-233。

⁴² 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十章 為何服從——一段分析〉。台北市：經濟新潮社，P. 218-228。

的說法，絕對是適切的選擇。⁴³

成為粉絲是「改變自身立場」的一種行為，加入粉絲群則可以使自身的立場變得跟權威也就是偶像一致。除了與偶像一致，許多粉絲還需要立場與大粉一致，大粉在飯圈在某種程度上也算是一種權威，若得罪大粉，可能會招致許多謾罵，但此部分已不需大幅度改變自身立場，因大粉明面上的立場一定也是與偶像幾乎一致的，然有些時候還是可以發現差異，例如大粉可能會引導粉絲辱罵其他明星的粉絲，雖然這和偶像的立場不一致，甚至會使有些粉絲感到不舒服，可是粉絲已經調整自己的立場，變得與大粉相同了，所以這些心中不同意自己去口出惡言的聲音會被忽略，讓自己能去執行大粉指示的任務。

此外，粉絲需要接受權威提供的「行動定義」，米爾葛蘭曾分析道：「只要能控制人們詮釋世界的方法，就能控制他們的行為。⁴⁴」要說服粉絲去自願的、打從心底認同的去為其付出，需先用一種粉絲接受的、正當的方式去詮釋他的行為，因此許多偶像都會加強渲染他進入娛樂圈的目的不是為了賺錢，而是為了追求夢想。在這樣的情形下，粉絲接受了幫偶像完成夢想這個崇高的、光榮的行動定義，自發性的去為偶像服務，希望能讓偶像在各方面更上層樓。

然後還有粉絲的「責任感的喪失」，這是轉變為代理人心態後，對人產生的最大影響：

人只對指揮他的權威負責，而不對權威下令的行為內容負責。道德感並未消失，只是換了一個焦點：下屬感到羞恥或自豪，完全取決於自己是否適當執行權威交代的行為。⁴⁵

也就是說，粉絲會認為在執行所有不理智行為時，包含所有發言、過度消費等，都是為了偶像，不是因為自己，是偶像驅使粉絲去執行這些行為的。因此粉絲們不會因辱罵他人、浪費金錢而感到不安的情況並不是因為他們道德感缺失，也不是如許多人批評的「腦殘」，而是他們的道德感焦點變為想要獲得偶像或是大粉的贊同，會讓他們感到羞恥的評斷機制不再是正常的道德感，而是恥於不能好好地完成偶像、大粉下達的指令。

最後肯定自我形象的來源只剩下權威這點，我認為僅透過網絡上的言行較難

⁴³ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 249-250。

⁴⁴ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 251。

⁴⁵ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 252。

確認，但不難看出粉絲是很希望能獲得偶像的認同的，他們瘋狂打榜、為偶像應援大多是源於希望提升自己的粉絲等級，希望偶像認為自己是最棒、最願意為他付出的粉絲。最後，藉由後援會發布命令來激發行動，例如之後在案件分析中會提到的選秀倒奶事件中就是為達成為偶像打榜這個要求，去執行一些瘋狂的行為。

2. 使人停留在代理人心態的「結合因素」

雖然上一小節解釋了粉絲因代理人心態而有了各種行為，但為什麼粉絲不會輕易離開偶像，不會從代理人心態中醒來呢？米爾葛蘭對此提出了「結合因素」，其中主要有以下幾點，第一有「行動的連續性質」：

行動的重複性迫使受試者產生結合的力量。當受試者不斷進行痛苦的電擊時，他必須合理化自己的行為；其中一種做法是持續電擊直到實驗結束為止。要是他中途中終止實驗，他將不得不對自己解釋：「到目前為止我做的是全是錯的，我因為認知到這一點所以才終止實驗。」反過來說，如果他繼續下去，那麼先前的行為就確保無誤。⁴⁶

因此粉絲的行動連續性質就很好理解了，首先，粉絲會認為若自己中途停下，不就代表自己是一個不專情的人，自己沒辦法持之以恆，自己對偶像的愛不夠深，比不上其他粉絲。另外一點，也是我個人認為最重要的一點，在追星過程中會遇到許多人的不認同，無論是來自於父母、朋友、長輩，還是網絡上的聲音，甚至是來自其他明星的粉絲的攻擊，如果自己現在停下，似乎表示那些人的反對是正確的，自己是錯的，追星是錯的，或者是自己的偶像並沒有那麼好，因此即使在追星的過程中，他們可能曾經覺得自己很傻，亦或是發現自己偶像犯了錯，粉絲也不會停止追星的行為。

第二是「情境的義務」：

一旦受試者提出並同意了情境的定義，那麼就不應該提出任何質疑。事實上，參與者要是否定已經獲得大家承認的定義，就是逾越道德。

禮儀最基本的面向其實與人際之間的交流內容無關，而是與人際之間呈現的結構關係如何維持有關。這些結構關係可能指平等關係，也可能指階序關係。當場合被定義成階序結構關係時，任何企圖改變既存階序結

⁴⁶ 史丹利·米爾葛蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 257-258。

構的嘗試，都會被視為於逾越道德，並且引發焦慮、羞恥、困窘與自我價值的減損。⁴⁷

情境的義務就是在說打破了社交場合中不能打破不成文的規矩、禮儀的義務。離開偶像、不再是他的粉絲，也就是脫粉，就是否定了粉絲群體承認的定義—愛自己的偶像，會最先面對到的就是來是其他粉絲的譴責，認為這個人不遵守陪偶像追逐夢想的承諾，不尊重與其他粉絲間的情誼，因此即使粉絲突然有了脫粉的想法，也會由於對這種譴責的害怕，或者因其他粉絲的勸告，放棄這種想法。此外，倘若過程中個人認為某大粉或後援會作法不當，提出反對，即是一種想要改變粉絲群體中階序結構的行為，會被其他人責難，會被說：「你又沒有某某大粉付出的多，成為偶像的粉絲的時間長，你有什麼資格提出異議？」因此反對的想法也會消失，使粉絲持續停留在代理人心態中，繼續為偶像付出、達成後援會交付的任務。

三、情境因素

以情境因素去探討人心理主要源於金巴多的「史丹佛監獄實驗」，在其書中對於讓情境發揮影響力的特質進行的幾點分析可以簡單分為：個人本身(角色分隔、角色過渡、角色的過錯與責任、認知失調對邪惡的合理化)、人於人之間(角色互動、匿名性及去個人化、去人性化：否定他者價值)、社會及系統(規定的形塑力量：一旦規定成真、社會認可的力量、現實的社會建構、系統的影響)⁴⁸，可以注意到是從由內至外的進行討論。而在此處由於前文中以對於粉絲個人心理進行詳細解釋，因此從青年之間的關係開始，討論到整個社會，以外在因子、考量社會客觀條件來看為什麼會成為粉絲，粉絲行為、粉絲文化的形成。

(一) 人際與同儕的影響

1. 模仿與跟風：粉絲在當代社會中已經不是少數族群，因此在朋友間互相影響下，例如朋友是A藝人的粉絲，那自己就也很容易也變成A的粉絲；又或者朋友都有自己的偶像，為了合群，自己也需要有一個偶像。

2. 社會認可與建立地位：在同儕間建立自己合群、關心娛樂產業的形象，可

⁴⁷ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 258-262。

⁴⁸ 菲利浦·金巴多(2014)。《路西法效應：在善惡的邊緣了解人性（修訂版）》，〈第十章 人格轉變的煉金術：史丹福監獄實驗的意涵〉。台北市：商周文化事業股份有限公司，P. 279-299。

以獲得同儕的認可。甚至可以透過和大多數人有共同偶像，比他人更了解這個偶像，來提高在群體中的權力地位。

3. 替代性願望的實現：社會環境下，外觀長相變成競爭力的一環，因此會去仰慕外貌姣好的藝人，把自己的內心願望投射在其中。另外，生活中，即使付出非常多，追求夢想非常困難，與其自己辛苦地去追夢，不如集結大家的力量，去為偶像追夢。並且，藉由偶像的成功，也可以宣洩自身平日累積的失敗挫折感。

（二）社會文化的影響

1. 流行文化與媒體傳播：粉絲行為不再像過去一樣那麼非主流，變得普遍。每個人自小藉由電視文化，了解各種職業備受矚目的人，幾乎所有人小時候都有過想要當明星的夢，因此長大後更容易去仰慕偶像。

2. 廣告代言與消費誘惑：各種產品多和明星有代言，生活中反正無論如何都需要買這些產品，不如買自己喜歡藝人代言的產品，進而品牌為了提高銷量，找流量高的藝人來代言，與前者形成一個惡性循環。

3. 社群軟體和網路的推波助瀾：網路和社群軟體的發達，除了使粉絲更容易了解偶像的較為私密的訊息之外，也可以加強粉絲與粉絲間的連結，使粉絲黏著性較過去更高。並且，透過網路傳播，現今是個「人人皆可成名」的時代，每個人都可以有成名的機會，都會有粉絲與關注度，網絡紅人的粉絲數量可能遠遠超過一般藝人，因此更加劇藝人對粉絲的需求。

4. 市場競爭策略：資本主義的消費市場，刻意強調要參考明星的粉絲戰鬥力、應援力度、排行榜名次，在這種競爭氛圍的渲染下，粉絲們為了讓自己欣賞的藝人提高知名度，不知不覺地強迫性進行打榜，久而久之養成慣性。此外，對於某些偶像（如體育選手）而言，由於需要資本方的贊助，粉絲數量也會影響資本方的考量，因此也需要近利用各種方法維持一定關注度，達到圈粉和吸引資金的目的。

5. 網路匿名性：網路的匿名性效應有顯著的作用。首先，使被批評追星的人有一個隱蔽的空間去關注、討論自己的偶像。其次在其之上的發言似乎不是自己了，更放大了粉絲間互相攻擊的強度。第三，使生活中很多可能並不是那麼成功的人在追星過程中獲得很多粉絲，優點為可以提升自己自信，然有更多人是愈發沉溺於網絡中，在現實生活中變得更難建立連結，有時還會因自己的網絡聲量而在網絡上輕視他人。

綜上所述，我認為如今粉絲經濟的蓬勃發展，韓流粉絲文化的進軍歐美，連體育選手都需要也粉絲、參加節目代言產品，不完全只是源於青年人對偶像的需

求，還有整個社會、資本的促使，整體形成一種惡性循環。總是有人在批評粉絲的付出不理智，但換個方式思考，過去的粉絲是不需如此的，只需要在偶像有新作品、有比賽時買票、買專輯支持就很足夠了，瘋狂粉絲都是少數。可是現在的情形卻是一樣都是希望自己的偶像變得更好，然需要用更極端的方法才能達成。在人的本性都是自利的情形下，若可以不用付出這麼多也能讓偶像成功，我相信沒有粉絲會不開心的，所以經過以上的分析，粉絲文化會漸漸演變為現在的樣貌，各方都有責任。

肆、案例解析

一、粉絲瘋狂購物行為：選秀節目倒奶事件

（一）案例簡介

由於愛奇藝推出的選秀綜藝節目《青春有你3》，節目中規定，若要為偶像投更多票，需購買贊助商蒙牛公司的「真果粒」牛奶，並掃描瓶蓋內的QR code，遂有粉絲大量購買此牛奶。可是因投票只需要瓶蓋，不需要牛奶，所以粉絲雇用大量工人，把牛奶倒掉留下瓶蓋，但在執行時，被拍下影片，引發大量關注。⁴⁹

（二）相關案件：朱一龍粉絲瘋狂購賣行為

以下為受訪者粉絲的原話⁵⁰：

「基本上朱一龍代言的東西我都買過，小到肯德基、水溶 C，大到手機、輕奢品牌。不過每樣我只會買一個，但像那些很有錢的粉絲會買很多，比如飲料、優酪乳這些他會買好幾大箱，雜誌就更不用說了，都是三位

⁴⁹ 〈青春有你3 | 粉絲為支持偶像大量牛奶倒溝渠 節目捱轟後責令暫停〉，《香港 01》，2016 年 5 月 8 日
<https://www.hk01.com/%E5%A4%A7%E5%9C%8B%E5%B0%8F%E4%BA%8B/622184/%E9%9D%92%E6%98%A5%E6%9C%89%E4%BD%A03-%E7%B2%89%E7%B5%B2%E7%82%BA%E6%94%AF%E6%8C%81%E5%81%B6%E5%83%8F%E5%A4%A7%E9%87%8F%E7%89%9B%E5%A5%B6%E5%80%92%E6%BA%9D%E6%B8%A0-%E7%AF%80%E7%9B%AE%E6%8D%B1%E8%BD%9F%E5%BE%8C%E8%B2%AC%E4%B8%A4%E6%9A%AB%E5%81%9C>

⁵⁰ 王曉琳(2020)。〈基於互動儀式鏈的網絡粉絲社群行為研究——以朱一龍粉絲社群為例〉。中國南京：南京師範大學新聞與傳播碩士學位論文。

數起步的買。他們不會全部自己用，可能會在微博上抽獎送人，吃的喝的也可以用來做公益。」

「我們通常買來他代言的商品就會拍照在微博上曬單，而且一定一定會@金主爸爸，這樣人家就會肯定他的商業價值，其他品牌商看到他帶貨能力這麼強就會考慮跟他合作。」

「我雖然會買，但不一定會用。有的真的很不好用，比如歐萊雅的紫熨斗眼霜，很難搽。但我還是會買，哪怕買來扔家裡，就為了銷量為了海報。人家都開玩笑說是買海報送產品，不是買產品送海報。朱一龍代言肯德基早餐的時候，海報是限量的，我為了搶海報，早上六點半就在店門口等著了，我本來以為這麼早應該不會有人吧，沒想到已經有很多人在等著了，真的太瘋狂了。」

（三）心理學分析

1. 受虐傾向

前文中提到弗洛姆認為受虐傾向的常見表達形式為自卑感、無力感等，此外，他也說到：

在更極端的例子中，人除了貶抑自身與順從於外力，還出現傷害自己、折磨自己的傾向。這種傾向可展現為許多不同的形式。我們發現有人沉迷於自我指責與自我批判，程度更甚於痛恨他們的敵人。⁵¹

在此案例中，有粉絲表示：「投票通道關閉前10分鐘瘋狂掃最後100張奶票的時候，手一邊抖，眼淚一邊掉。漏了任何一張奶票，她都會覺得對不起趙粵。」以上述概念進行分析，可以發現這顯然已不僅是一般受虐傾向，而是極端受虐：粉絲瘋狂付出，甚至為了付出不夠多而流淚，同時並不是少數情況，更狂張的是，粉絲瘋狂購物行為竟然還形成了一條產業鏈，出現「黃牛帶喝」、「黃牛奶票⁵²」這樣的荒誕產物。也有粉絲為了支持偶像，超負荷購買明星相關產品。以

⁵¹ 埃里希·弗洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 168。

⁵² 奶票是由於選秀節目的投票，共有三種投票方式，前兩種是通過某視頻軟體投票，第三種則為購買「奶票」，也就是節目冠名贊助商和節目組推出的「買奶送奶票」的活動，買越多就可以投越多票，沒有上限。根據統計，該節目優酪乳榜的前15名學員共計購買優酪乳總額約4874萬元。其中前兩名選手粉絲花在「奶票」上的優酪乳總額都超過了950萬元。由於

上的共同之處在於都對折磨自己樂在其中，自願花錢買罪受，而且在一場競賽中不去痛恨對手，反而批判自己付出不足，是一種極為明顯的受虐傾向。

2. 責任感喪失

以倒奶事件而言，引起巨大關注後，北京市廣播電視局責令暫停該綜藝的節目錄製，愛奇異公開致歉後，關閉《青春有你 3》所有助力通道，也就是以「奶票」進行投票的投票渠道，但對於產生這樣事件的權責區分，各界卻有不同意見。研究此處的粉絲心理，重要關鍵是確認責任感焦點，才能確認一個人是否陷入代理人心態，米爾格蘭提到：

當一個人為自己的行為負責時，肯定認為這些行為出於「自己」的決定。在我們的研究中，受試者對行為的態度剛好相反——亦即，他們認為這些行為是出於他人的決定。

超我的功能從評估行為的善惡，轉變為評估一個人在權威系統裡表現的優劣。⁵³

換句話說，個人認為自己行為的責任應由權威負責。而對於此事件，有粉絲回應：「爛規則為什麼要無辜粉絲來承受，我的錢難道是大風颳來的嗎？」⁵⁴因此可以看出部分粉絲並不認為他們行為的責任應該由自己承擔，但這裡的權威較為複雜，第一是創造規則的節目組和贊助商，粉絲認為他們的行為是因節目組規定，卻忽略了這樣的規則一開始只是為了讓觀眾在購買牛奶時傾向選擇贊助商品牌，而不是讓眾人浪費食物，但從這些留言看來他們並不把責任歸咎在自己身上。第二為偶像，粉絲的超我正常時應對浪費食物的行為發出譴責，然此案中超我的功能已轉變為評估自己在粉絲群體這樣一個權威系統中是否表現優異，自己是否對偶像忠誠，所以粉絲在浪費食物時並不認為自己有錯誤。

3. 規則的外化

「規則的外化」源於史丹佛監獄實驗的分析，金巴多解釋規則的外化為：

買來的飲料喝不完，所以代喝產業應運而生，鼎盛時期平均 18 元才能代喝 10 瓶。資料來源：〈中國「飯圈文化」：為明星癡狂，為國家瘋狂，被「割韭菜」也甘之如飴〉，《The News Lens 關鍵評論》，<https://www.thenewslens.com/article/137964>

⁵³ 史丹利·米爾格蘭(2015)。《服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？》，〈第十一章 服從的過程：將分析結果適用到實驗上〉。台北市：經濟新潮社，P. 253。

⁵⁴ 〈「倒奶事件」愛奇異深夜致歉 粉絲怒批要求退錢〉，《中時新聞網》，2021 年 5 月 7 號，<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20210507002908-260514?chdtv>

制定什麼是必須的、什麼是可接受的、可以得到報償的，一級甚麼是不可以被接受並因此會受懲罰的。當時間久了，規定逐漸有了自己的生命，開始不受控制，並擁有合法的威權。即使規定不再適用、變得含糊不清，或是因為規定執行者的任意詮釋而變化，規則仍屹立不搖。⁵⁵

也就是說，原本具正向用意的規則，隨時間變化，自身可能會傷人，也可能被他人變為傷人的武器。而接續上述，在此案件中也可以看到「規則的外化」，一開始僅是為了促進粉絲購買的規則，從第一個人想到可以將其變成一種投票資格生產鏈開始，漸漸變的扭曲，粉絲購買大量牛奶，浪費食物、請黃牛代喝，贊助商看到銷量的上升，便持續贊助這種節目，要求要有這種投票手段，演變成一種惡性循環。

粉絲的應援也可以看為一種粉圈的規則，一開始是為了促使粉絲的付出，卻變成粉絲購買許多不需要的產品，從上述朱一龍粉絲受訪資料⁵⁶可以看到，這種大量購買好的情況時可以做公益，可是更多時候是造成一種浪費。

二、肖戰事件

（一）案例簡介

同人文⁵⁷作家「迪迪出逃記」，在微博發佈同人文章《下墜》，在其中設定以一人肖戰為原型的主角「肖戰」為有性別認知障礙的髮廊妹，亦即「妓女」，而以藝人王一博為基礎的角色「王一博」則是愛上他的未成年高中生，由於文章描寫感情細膩，因此吸引不少讀者。且因評價不錯，2020年2月25-26日，在連載新的一章後，有同人圈知名畫手為此文章配圖，此圖亦獲得不錯的反響，轉發瞬間過萬，引起肖戰「唯粉⁵⁸」強烈不滿。

此後肖戰粉絲「來碗甜粥嗎」與「巴南區小兔贊比」首先譴責此文和其作者，稱其「淫穢色情」、「教壞未成年人」及「使肖戰本人的名譽受損」，呼籲其他

⁵⁵ 菲利普·金巴多(2014)。《路西法效應：在善惡的邊緣了解人性（修訂版）》，〈第十章 人格轉變的煉金術：史丹福監獄實驗的意涵〉。台北市：商周文化事業股份有限公司，P. 279。

⁵⁶ 本文第 11 頁，（二）相關案件——朱一龍粉絲瘋狂購買行為。

⁵⁷ 同人文為二次創作的一種，二次創作包括仿作、改編、引用並加以發揮等創作模式，並不是剽竊，而是明顯的以某個作品為基礎、世界觀來進行改編、仿作或延伸發展，甚至可以被視為引用的一種，但也是有可能會侵犯他人版權的。資料來源：〈二次創作〉，《維基百科》，<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E5%89%B5%E4%BD%9C>

⁵⁸ 唯粉是只喜歡一位藝人的粉絲，不喜歡藝人的 cp（cp 為藝人與其他藝人的組合的稱呼）或藝人所屬團體的成員。

粉絲一起進行舉報，並稱這次的行動不只是為肖戰粉絲爭取權益，而是為了所有被寫進同人文的受害藝人發聲，他們是在維護明星的名譽權。

由於中國政府對於色情、同性作品規定極嚴，因此在大量實名舉報下，Lofter⁵⁹大量文章、AO3⁶⁰百度貼吧、AO3官網、B站（Bilibili哩哩哩哩彈幕網）同性內容、Lofter其他同人文寫手內容被封鎖，創作者紛紛逃離網站，此現象造成歐美日韓創作動漫、同人、耽美等作品的創作者們的極度不滿，反對肖戰粉絲舉報創作平台，傷害到很多這些網站的其他用戶。

其他非粉絲群體紛紛對此行為進行反駁，首先，「巴南區小兔贊比」在舉報同人作者女化偶像的同時，自己本身就是一位女化男性明星的粉絲；其次，有很多肖戰粉絲自行創作關於偶像與粉絲的色情文學；最後，最諷刺的是令肖戰迅速吸引巨大數量粉絲的影視作品《陳情令》本身就是以耽美小說《魔道祖師》為基礎改編的作品。

事情發展到此境地，「巴南區小兔贊比」正式發表道歉聲明，刪除為此次舉報行動所發布的所有微博文章，並將頭像換成黑色，然在這樣道前舉動下，他卻在微博封面中放了一張圖片，上書：「我沒有錯」，引發眾怒。此事件更造成非肖戰粉絲者抵制肖戰，拒絕購買肖戰代言產品。此舉導致飲料「真果粒」下架肖戰代言產品，佳潔士(Crest)和歐蕾(Olay) 更換置頂微博的代言人，而後肖戰工作室發布道歉聲明。

在此事件後，肖戰4月25日發布新歌《光點》，被視為他在本次事件後的「正式復工」，粉絲為體現肖戰的商業價值，降低此事件對肖戰影響，證明肖戰商業價值，以達到幫助肖戰擺脫本次事件對齊的嚴重傷害，以新歌銷售額超過1億元作為目標，最後於三天內，4月28日達成。

（二）心理學分析

1. 殘酷超我

超我、本我、自我為弗洛伊德所提出的心理三大層面，本我代表本能慾望、超我以道德良知監督、自我居中協調，然超我作為監督方，若監督過於嚴格、帶有過多攻擊性，就會轉變為殘酷超我，弗洛伊德解釋道：

在自我中攻擊性被一部份自我所接受，自我把自己做為一個超我而和自

⁵⁹ LOFTER 為網易開發的輕博客服務，用戶主要為文藝青年、攝影師、插畫師。

⁶⁰ AO3 作品庫(Archive of Our Own)為一個存放原創及二創作品的非營利性開源儲存網站，由於網站的優秀策劃、組織與設計，吸引許多作家與讀者，該網站於 2019 年獲得雨果獎最佳相關作品。

我的其他方面對立起來，現在又以良心的形式，準備對自我實行同樣嚴厲的攻擊，這樣，自我就會享受到攻擊別人的快樂。⁶¹

良心確實是本能克制的原因，但是，後來這種關係顛倒過來了。於是，每一種本能刻意就成了良心的一種動力根源；每一次對本能滿足的新客制，都增加了他的嚴酷和偏執；假如我們祇能使本能克制和我們已經知道的良心的起源史更好地協調起來，我們就會做出下述矛盾地說明：良心是本能克制的結果，或者本能克制產生了良心，因此，就要求做出更多的本能克制。⁶²

簡而言之，殘酷超我就是變得過於嚴格、古板、失去彈性、不合理的超我，不再像過去進行理性的提醒，反而對自我或他人發起攻擊，常以「我是為了你好」、「我是為了大家好」為藉口，批評他人或懲罰他人。紀傑克更提出：

超我是淫穢的「夜間的」，這個法律作為陰影，必然地加強和補充「公共的」法則。⁶³

這樣的超我就如同一種不能見光的私刑條律，以老師為例，正常老師是用心教育引導學生，但被殘酷超我操控時，就有可能會洗腦、體罰學生。而這樣的情形有可能是由於外在的原因：初始選擇了一個過於嚴苛的典範，或因不願承擔社會失能的責任，將過錯責任歸咎於他人；亦可能來自內在原因，因自身的恐懼、過去的創傷等造成；或也許是最單純的，上述提到的，超我的攻擊性。

至於粉絲的超我，基本上透過上文的分析，我們可以推測除了受他本身過去產生的超我影響外，主要就是由將偶像視為典範，內向投射產生的超我。在此事件中肖戰粉絲認為此文侵犯肖戰，而肖戰已經成為他們的超我的一部份，因此在他們的心理上就好像自己的超我被侵犯了。這樣的超我平常可能可以督促他們向偶像學習，然一旦出現對偶像的負面言論或偶像發展不順，發展出殘酷超我的粉絲就會出現攻擊行為，可能攻擊自己，像是上一節中「倒奶事件」的粉絲因覺得自己對偶像付出不夠可能導致偶像在競賽中失利，而流淚、譴責自己；亦可能攻擊他人，如留言謾罵他人、或製作偶像競爭對象的遺像。

⁶¹ 弗洛伊德(2000)。《圖騰與禁忌：文明及其缺憾》，〈第七章〉。新北市：米娜貝爾出版公司，P. 304。

⁶² 弗洛伊德(2000)。《圖騰與禁忌：文明及其缺憾》，〈第七章〉。新北市：米娜貝爾出版公司，P. 308-309。

⁶³ 斯拉沃熱·齊澤克(2004)。《快感大轉移：婦女和因果性六論》，〈第三章 缺省的超我〉。江蘇省：江蘇人民出版社，P. 66-70。

而此事件中則更加明顯地展現出粉絲固執、僵化、變形的原則，堅持刻板的超我：同人文學是幾乎所有具關注度的公眾人物、藝文作品會有的產物，大多是作者出於對此對象的熱愛而寫出的作品，首先在現實中並不會真正影響偶像，其次他人可能因成功的同人作品而注意到原作，在此情況中也就是偶像，所以粉絲其實不需過度反對同人作品。可是此事件中，粉絲的超我認定只要不是對偶像進行正面描述的作品就是對偶像的污辱，因此展開攻擊。他們的攻擊性並非向內，而是向外：由「巴南區小兔贊比」帶領，對同人文學進行大量舉報，粉絲更在過程中合理化自己的行為為「為避免危害為成年人心理健康」、「是在為所有受害藝人發聲」，用帶有崇高道德的言論掩蓋他們真實的攻擊性。

2. 過剩服從

此事件中「巴南區小兔贊比」更教育其他粉絲：「強調色情文學危害未成年心理健康，不提維護偶像利益」、「必要時甚至可以扮演未成年人家長」，為避免導致眾怒，告誡其他人，舉報只能針對《下墜》，不要針對發文平臺⁶⁴。這樣的言論很明顯並不正確，但為什麼還是有很多粉絲服從了呢？在此要先了解服從的內涵，一般性的服從主要是被動地聽從外在主人的命令，服從者很有可能僅有外在贊同此行為，造成行為無法持久，需依靠權威者的維持。然此案明顯不是這樣的情況，而是「過剩服從」，弗洛伊德在討論到文明時曾提到：

對文化超我的道德標準，也可以提出完全相同的意義。文化超我也不太為人類的心理結構過於煩惱；它發佈一道命令，但絕不會過問，人們是否能服從它。

文明對所有的一旦並不與以考慮；它祇是向我們空談，戒律愈難以服從，服從戒律就愈值得稱讚。⁶⁵

在這樣的情形下，對於文明的超我認同度愈高，就愈容易服從於它的指令，發展成「過剩服從」，這樣的服從因內在超我與文明超我相似，所以在執行命令時，雖然表面上是聽從外在主人所下達的指令，可是也可以視為主動聽命於個體的內在超我，這樣的行為由於是真心相信領導者的理念，行為會持續較長一段時間，且往往執行者是可以辨認出自己的行為是否正確，即使不正確，他們還是會

⁶⁴ 王綺(2020)。〈飯圈「掐架」策略及效果分析——以「肖戰粉大戰同人粉」為例〉。長沙民政職業技術學院學報，2020年3期，P. 130-135。

⁶⁵ 弗洛伊德(2000)。《圖騰與禁忌：文明及其缺憾》，〈第八章〉。新北市：米娜貝爾出版公司，P. 326。

持續執行。

再對「巴南區小兔贊比」的言論進行分析，我們可以發現，他們是有意識的在遮掩自己真正的意圖，他們知道自已的行為具有不正當性，換句話說就是他們在認知到自己的行為是不良的情形下，但仍然如此執行。同時，大多數粉絲是心甘情願的去執行，在行動期間，無視其他人的評論，持續進行，由此可見他們的行為並不是被動地聽命於外在主人，而是主動聽命於內在超我，是真心相信領袖的崇高道德理念，也就是為偶像付出一切，偶像是世界上最美的人，是沒有汙點的。此外，在事件過後，大多數粉絲並沒有意識到，他們之所以會引發眾怒，主要原因並不只是他們在這次行動中的行為，還因為大多數人看不慣他們對於自己偶像不經思考的維護，不去顧慮到他們這種維護會不會影響到他人，所以粉絲們才會在此事件後依然大量購買肖戰新歌，使歌曲銷量大增、排名向前，卻導致排名系統失靈，一般聽眾沒辦法從這些數據中得知哪些歌曲更受大多數聽眾喜歡，好聽機率較大，僅能知道哪些歌手粉絲能力強，致使其他好聽、受眾廣的作品可能永遠難以出頭。所以我們可以說，這個「沖銷量」的行為更證明了他們行為的持久性。綜上所述，肖戰粉絲的行為並非一般的服從，而是過剩服從。

3. 受虐的合理化藉口

受虐傾向這個詞在正常人眼裡可能是非常詭異的，會認為擁有這個傾向的人是病態的，然而其實這種行為出現的並不是那麼少見，且出現時總會伴隨適度合理化的過程：

受虐式的依賴會被認為是對對方所展現的愛或忠貞，自卑感被視為是對自己缺點的充分認知，而讓自己受折磨的苦難，則被視為來自無法改變的環境因素。⁶⁶

再觀察以下肖戰的粉絲的發言：

「是你們的惡意和謾罵激起了我的保護欲／事到如今／不管他怎麼做／不關他怎麼說／你們都罵／我不代表別人，我謹代表我自己／你們的髒水潑的越猛烈／我就愛他愛的越深／脫粉算我輸」⁶⁷

⁶⁶ 埃里希·佛洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 169。

⁶⁷ 〈頂流粉絲迷惑發言：肖戰從 30 米摔下來沒哭，王一博一天工作 25 小時〉，《網易》，<https://www.163.com/dy/article/G54UAUE90537M2QN.html>

並有《經濟學人》雜誌發表的〈China's devoted, combative celebrity fan clubs〉中寫到，中國未成年網民中約有0.128億人參與了如發布誇讚言論、攻擊批評者及侮辱其他明星粉絲的應援活動，2000年後出生的粉絲中，有近15%的人每月為自己喜歡的明星花費至少5000元人民幣。⁶⁸

由上述資料，還有肖戰正式復出後的專輯銷量中可以觀察到，粉絲耽溺於痛苦感，認為自己無能為力，並且逃避自己的行為殘害了自己偶像的事實，對他人批評、甚至讓自己痛苦的言論樂在其中，有意識地享受各種痛苦或羞辱，認為自己是承認無法改變的環境——他人都在潑肖戰的髒水，而自己是在承受苦難。

4. 非典型替罪羊

替罪羊也就是代罪羔羊，描述一種集體迫害的暴力行為，是為了解決社會危機而進行的暴力行為，如納粹殺害猶太人等行為。而吉拉爾分析這樣的集體暴力具有以下四種範式：

第一類範式，即一種社會和文化危機的描寫，一種普遍的混亂；第二類範式，即「混亂者」的罪行；第三類範式，即這些被指控犯罪的嫌疑者是否具有被選定的特殊標記和「混亂」的自相矛盾的標誌；第四類範式，即暴力本身。⁶⁹

換言之，替罪羊類型的集體暴力須滿足以下條件：首先社會出現危機，接著人們將這個危機出現的原因歸咎在某一特定人物或群體，然後選擇受害者，最後對這個受害者施加暴力已改變危機。具有以上條件的事件我們就能歸類其屬於集體迫害。然觀此事件，肖戰粉絲並不無辜，這樣是否就不能稱之為集體迫害呢？吉拉爾對此問題以以下案例進行解釋：

一個黑人真的強姦了一位白人女性，他真的犯了罪，群情激憤，將他繩之以法。在詞語最明顯的意義上，集體暴力停止了其隨意性，它真的制裁了想制裁的罪行。人們可能想像，在這些情況下不存在迫害事實，它們與起訴書字面上的事實是兼容的，迫害者的表述不合理。它們顛倒黑白，社會大氣候與個人犯罪之間的關係被逆轉了。

⁶⁸ 〈China's devoted, combative celebrity fan clubs〉，《The Economist》，2020年7月2日，<https://www.economist.com/china/2020/07/02/chinas-devoted-combative-celebrity-fan-clubs>

⁶⁹ 勒內·吉拉爾(2004)。《替罪羊》，〈第三章 什麼是神話？〉。台北市：城邦文化事業股份有限公司臉譜出版，P. 55。

沒有在個人的微觀世界中看到總體的反應是模仿，而是在個人中尋找傷害他的根源與原因。不管是真是假，受害者的責任受到難以置信的誇大。

70

或者可以簡單的說，在這樣類型的替罪羊案例中，犯罪者的罪行與其受到的懲罰不成比例，黑人的確有錯，但因為是一個帶著黑人的身分去侵犯白人的罪犯，因此犯罪的責任被誇大。我們稱這樣類型的案例為非典型替罪羊。

現在再來了解一下這個案例，對於旁觀者及其他 AO3、Lofter 用戶而言，肖戰粉絲的行為嚴重影響他們的生活，但網站已經被禁止，喜歡的文章已經被下架，沒有辦法處理此危機，所以轉而攻擊肖戰。以下以集體暴力的範式進行解釋：

第一，社會、文化出現危機：對於此二網站使用者而言，AO3 被禁、Lofter 許多文章被下架；對於旁觀者而言，一群粉絲竟然能造成如此大影響，而且 AO3 被禁造成國際關注，他國社群網站上大多以為此網站被禁止是由於中國政府對言論自由的控制，抨擊中國政府，這群粉絲的行為丟臉丟到了國外，因此也產生憤怒情緒。

第二，歸咎於某人(群體)：都是因為肖戰粉絲的錯。吉拉爾描述受迫害群體大多為特別容易受迫害的階級，通常是社會中的少數派：

幾乎沒有一個社會不歧視——如果談小迫害的話——少數民族和所有不合群、獨特的小團體。⁷¹

而粉絲文化相較大眾文化小，同時飯圈的各種行為導致大多數人對粉絲群體懷抱敵意，因此在此事件爆發後，更加劇眾人認為粉絲行為不理智的想法，所以雖此案例的確是由於肖戰粉絲行為導致，可是他們放大了這些較小部分粉絲的罪行，上升到所有肖戰粉絲，甚至在網絡上用此事件為證據攻擊所有明星的粉絲行為都不理智。

第三，選擇受害者：粉絲群體太大，不知道要攻擊誰，但可以歸咎為肖戰並未控制好自己的粉絲，因此主要攻擊這肖戰與事件主導者「巴南區小兔贊比」。

第四，對其施加暴力以改變危機：希望透過抵制肖戰來警告其粉絲。

總而言之，將此案分類為非典型替罪羊的主要因為肖戰雖然並非導致這個事件的直接原因，但也要負部分責任。粉圈內偶像享受粉絲的打榜、應援，本就

⁷⁰ 勒內·吉拉爾(2004)。《替罪羊》，〈第二章 迫害的諸類範式〉。台北市：城邦文化事業股份有限公司臉譜出版，P. 51。

⁷¹ 勒內·吉拉爾(2004)。《替罪羊》，〈第二章 迫害的諸類範式〉。台北市：城邦文化事業股份有限公司臉譜出版，P. 48。

負擔引導粉絲的責任，然尚戰工作團隊並未做到。此外，尚戰工作室在為護尚戰權益時，總是速度非常快，可是在此事件中，時隔好幾日直到發現事情一發不可收拾，大多是產生負面輿論，才發文道歉。因此此事件中尚戰有錯，但受到的懲罰強度與其罪行並不符合，所以是非典型替罪羊。

三、鄭爽代孕事件

（一）案例簡介

大陸女藝人鄭爽與張恒於2018年公開戀情，期間因兩人的合夥關係、金錢糾紛，使張恒被批評吃軟飯、感情騙子，兩人於2019年宣布分手。此後鄭爽粉絲仍時常攻擊張恒，然張恒突然在微博發文，聲稱所有關於他詐騙、捲款潛逃到美國、躲避債主等的言論都是謠言，他本人之所以會長時間滯留於美國，是由於必須照顧並保護兩個年幼無辜的小生命。此後，網絡上爆出鄭爽和張恒孩子的出生證明，並有鄭爽及其父母與張恒方討論孩子問題，鄭爽方打算棄養小孩的錄音檔。此事件在網絡上引發軒然大波，引起眾怒。⁷²

對於此次事件，中國國家廣播電視總局刊物《廣電時評》發布文章批評其「規避法律，境外代孕，又意欲棄養，這樣的演員，私德有虧，其本人在廣播電視和網絡視聽上的社會公德示範作用不會積極正面。」⁷³「我們不會為醜聞劣跡者提供發生露臉的機會和平台。」⁷³

粉絲在此事件發生後的發言如下：



圖二 - 1、鄭爽粉絲言論⁷⁴

⁷² 〈鄭爽〉，《維基百科》，

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%83%91%E7%88%BD%E4%BB%A3%E5%AD%95%E5%BC%83%E5%85%BB%E9%A3%8E%E6%B3%A2>

⁷³ 資料來源：〈新浪娛樂〉，《新浪微博》，

https://weibo.com/entparazzi?profile_ftype=1&is_all=1&is_search=1&key_word=%E9%84%AD%E7%88%BD#_rnd1627238409072

⁷⁴ 圖片來源：〈鄭爽超話〉，《新浪微博超話社群》，

https://weibo.com/p/1008083445932c758292681a357fe012ba0c6a/super_index



圖二－2、鄭爽粉絲言論⁷⁵

（二）心理學分析

1. 受虐傾向與神奇救星

部分粉絲除了執行像前文所提到的各種粉絲付出，還會有代偶像受過的心，圖二中有粉絲說到：「要罵就來罵我」就是這類粉絲發言中的典範，即使得到很多批評、反諷，仍不改其志，對傷害、折磨自己樂在其中，同時認為一切都是他人的錯，是張恒人品不行，是廣大網友在潑髒水，鄭爽會這樣都是因為無法改變的環境因素。所以我們可以推斷這類粉絲較普通粉絲具有更深的受虐傾向。

而至於神奇救星，則是具有權威性格的人會依賴的一種特殊對象，弗洛姆描述其為：

他們(此處指權威性格者)希望從「他」那裡得到保護，希望受到「他」的照顧，同時讓「他」對他們自身行為導致的後果負起責任。

沒有任何明確的形象與那個勢力產生連結，它最重要的性質在於代表著某種功能，也就是保護與幫助個人、促進個人發展、陪伴在個人身邊，永遠不讓他孤單。⁷⁶

我們可以這樣解釋，具權威性格者把神奇救星視為一個從天而降的幫手，可

⁷⁵ 圖片來源：〈鄭爽超話〉，《新浪微博超話社群》，

https://weibo.com/p/1008083445932c758292681a357fe012ba0c6a/super_index

⁷⁶ 埃里希·弗洛姆(2015)。《逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼》，〈第五章 逃避機制〉。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化，P. 197-198。

以給他們關懷，解決他們的困難。在此案中，在央視已經進行表態時，還有粉絲寫到：「我等真相大白的時候」，這類型的粉絲不提出對自家偶像有利、有理有據的言論，而是期待會有天降的證據幫助鄭爽，像是期待一個「神奇救星」可以突然出現幫助其翻案，這也是權威性格當中受虐傾向的一種特徵。

2. 行動的連續性

行動的連續性是使人停留在代理人心態的重要結合因素，主要描述一個人在開始一連串具重複性的行為後，若因認為此行為是錯誤的而中途停止，則是對自己承認自己先前的這些行為都是錯誤的。因此，為避免自我譴責，此人會持續執行這樣的行為，以此讓自己認為自己所有行為都是正確的。在注意到因為已經喜歡鄭爽很長一斷時間，而無法斥責自己偶像、無法離開的粉絲，像是圖二中寫道：「我特別想放棄，可是我捨不得啊！鄭爽我已經喜歡你8年了啊。」這樣的粉絲會認為若自己此時放棄作鄭爽的粉絲，則自己過去的付出都白費了，更證明自己眼光不好，欣賞一個人品不好的人，竟然把她當作自己的模範，甚至她已經是自己的自我理想中的一部份了，亦證明自己似乎很差勁，對於粉絲本人是毀滅性的打擊。因此這類型的粉絲即使意識到鄭爽很可能是具有人品缺陷的，為了不去承認自己是錯誤的，只好持續當鄭爽的粉絲。

3. 自我理想

人將其認定的模範經由認同作用後變為自我理想的一部份，而弗洛伊德定義自我理想為：

在我們的自我中形成了某種這樣的能力：使自己從其餘的自我中分離出來，並與它們發生衝突。我們稱之為「自我理想」(ego ideal)按其功能我們把自我觀察、道德良心、夢的稽查以及壓抑的主要影響歸咎於自我理想。⁷⁷

因此我們可以說，自我理想和超我類似，對自我行稽查職責，而以粉絲而言，粉絲會將偶像視為典範，化為自身的自我理想。尤其特殊的地方為偶像是真實存在會隨時間改變的，而對於模仿、學習偶像的粉絲而言，一旦偶像做出不正確示範時，對於粉絲的打擊是毀滅性的，因此我們可以看到在此案中有一類型粉絲留言如：「我的光沒有了」、「她是我的精神支柱」，意即失去自己的領路人，凸顯

⁷⁷ 埃塞爾·S·珀森(2018)。《論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》》，〈第七章 認同作用〉。中國北京市：化學工業出版社，P. 148。

出粉絲是偶像為典範的情況。

4. 認知失調

認知失調是情境中人時常發生的情況，例如，劊子手因為工作的原因必須要傷害他人，認知失調的作用能使他的心理不會過度受到自我道德的譴責，金巴多對此現象解釋道：

行為與信念之間不一致，以及行動不是隨著恰當態度而產生，都是認知失調出現的條件。……差異程度愈大，達成調和的動機就越強，而人們也會期待看到越極端的改變。

一旦從事這類行為的正當理由減少，失調的效應卻會開始增強。……如果與信念不符的行為屬於公開行為，否認或修正都是不可能的。因此，改變的壓力會施加在認知失調方程式中較軟性的元素上，也就是屬於內在、私密的部分，亦即價值、態度、信念，甚至視知覺感受上。

做出違背信念的事情後，人們總是會提出「好的」理由為自己無可抵賴的作為辯解。……然人們對於自己在面臨失調時那股維持一致性的強烈動機，卻是亦點都不敏感的。⁷⁸

這樣的行為在此案中特別明顯，從前述的討論中，我們已經可以確定偶像，也就是鄭爽，對於其粉絲而言是一種權威，隱晦對粉絲下達維護自己偶像的任務，但這樣的任務在這次事件中對大多數人而言是違反自己的道德良知的：首先，代孕在中國是不合法的，其次棄養兒童犯法外也違反倫理，可是粉絲們在沒有確切有利證據的情形下，還是需要堅定不移的、用各種不同說法的為自己得偶像辯護，兩者拉扯下就產生認知失調的症狀。

他們在日常生活期間須保持正常的品格，對其他事情發表符合道德的評價，然一旦談到鄭爽，就需要瞬間進入粉絲這個角色，且此行為是公開的，因此只能改變自己的內在，這導致他們攻擊性愈加高漲，並且提出「正面」理由解釋自己的行為，如圖二上粉絲所留言的：「這十一年來她帶給我們很多的溫暖、快樂、和感動……」，也就是用她過去長時間的正面形象來合理自己如今依然相信她的行為；或「說你戀愛腦真TM是對的，從一開始就被認利用了，你被她毀了呀鄭

⁷⁸ 菲利普·金巴多(2014)。《路西法效應：在善惡的邊緣了解人性（修訂版）》，〈第十章 人格轉變的煉金術：史丹福監獄實驗的意涵〉。台北市：商周文化事業股份有限公司，P. 288-289。

爽」，則是將所有責任推到他方來保證鄭爽的正確性，從而肯定自己行為的合理性。而這樣的合理化，確保自己外在行為和內在思想是一致的過程，粉絲本人明顯沒有意識到的，所以可以說是一種認知失調情形。

5. 非典型替罪羊

在鄭爽代孕事件發生後，幾天後歌手華晨宇和張碧晨於微博承認未婚生子，接著又爆出演員張雨劍、吳倩隱婚生子，然同樣是偶像失格，其後的這兩起事件所造成的輿論遠不如前者激烈，這除了是因鄭爽觸碰到法律及倫理道德底線外，也是因鄭爽承擔了大部分輿論壓力。因其受到的懲罰程度與其犯下罪行需付出的代價並不是那麼符合，被當成殺雞儆猴的對象，同時使其他類似偶像失格案例並未受大如此大的抨擊，所以將此案分類為非典型替罪羊。以下用集體暴力的範式來進行分析：

第一，社會、文化出現危機：對於大多數人而言，受眾人吹捧的偶像並不符合大眾對其的想像，就好像一瞬間否定眾人的眼光；對於欣賞她的人、她的粉絲而言，由於他們將鄭爽當作自己的典範，因此更是超我層次上的打擊。

第二，歸咎於某人、選擇受害者：沒辦法承認是自己往日的放縱促成鄭爽肆無忌憚的行為，因此選擇鄭爽及張恒作為攻擊對象。

第三，對其施加暴力以改變危機：發言批評並用網絡暴力對待鄭爽，抵制她代言的商品，不去看她的作品，對其施加暴力以忽視自己當初看錯人、或者放縱鄭爽的行為。

四、粉絲的正面效益：斯庫林與菲爾普斯

（一）案例簡介

菲爾普斯是美國游泳選手，是史上獲得最多奧運獎牌的運動員，而斯庫林則是生長在新加坡，懷抱游泳夢、偶像為菲爾普斯的游泳選手。2008年，菲爾普斯已於2004年雅典奧運上拿下6面金牌，為準備北京奧運前往新加坡斯庫林所就讀的游泳學校進行訓練，當時年僅13歲的斯庫林第一次見到偶像，與偶像在泳池邊拍下合照。2012年，斯庫林在倫敦奧運預賽被淘汰，賽後菲爾普斯對他鼓勵道：「你還年輕，前路還有很長，這次的失利是個經驗，讓你好好繼續前行。」。2016年里約奧運，斯庫林在100公尺蝶泳賽中以50.39秒的佳績打敗了他的偶像菲爾普斯。賽後，斯庫林在採訪中道：「我自小就期許自己有朝一日能向他（菲爾普斯）一樣。」、「每當回想起過去8年來發生的一切，還是令人不可置信，我今日可

以有這樣的表現，有很大一部分是要歸功於菲爾普斯。他是我鼓勵自己不斷精益求精的動力（He's the reason I wanted to be a better swimmer）。」⁷⁹

（二）相關案件

以下收錄一些粉絲描述偶像對其正面效益的發言：

「你會從他身上看到閃光點，會讓你變得自律，變得更優秀。我從兩年前開始練書法，每週一篇，直到現在還堅持每週打卡。這是偶像的力量，他沒有號召你做什麼，但是你會自然而然想著把自己變得和他一樣。

他就像一束光，在你現實生活中遭遇不公、不如意的時候，他都能給你力量。所以出於保護和陪伴的心態。」——五一

「追星給我帶來的影響基本上是正面的，我會覺得愛豆這麼努力，我也要努力。還有一個非常實際的就是我要想追星就得有錢，得有一份相對穩定的工作。當時王源也說過，希望我們在過好自己生活的同時去喜歡他的音樂。」——方方

「高三那年，有一段時間很焦慮很迷茫，有次去他微博下面留言，他給了我非常正能量的回覆，我當時大受鼓舞，把那段回覆截圖打印出來，放到書桌上。那一年，每當學習很累很煩躁的時候，看到那句話就覺得又充滿了動力，因為一想到自己的偶像那麼優秀還在努力，就告訴自己，也要努力，希望有一天離他更近一步，以一個職業的身份採訪他。」——蘇栗⁸⁰

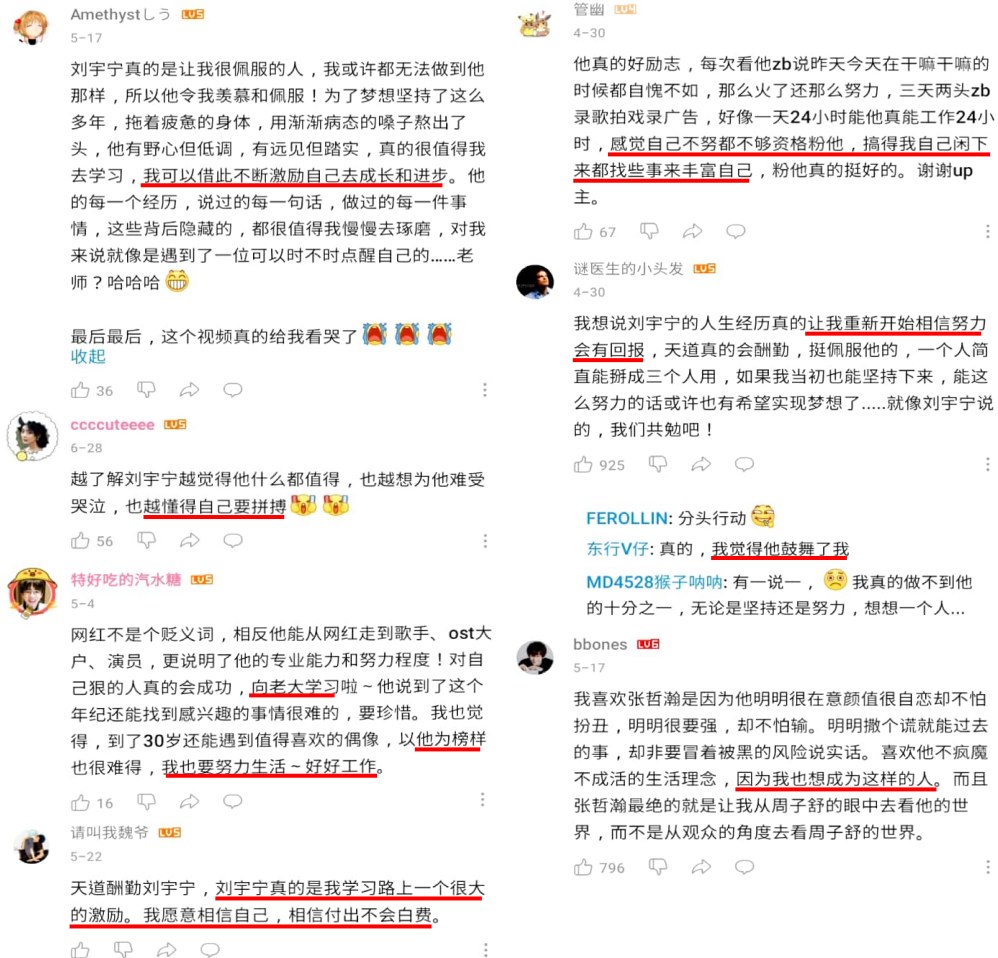
「正面的話，就如果身邊有一起追星的朋友，就會有點類似當榜樣吧！像我跟我國中同學就會一起去學舞之類的。喔~還有就會是個當作獎勵

⁷⁹ 〈【里約奧運】小男孩長大了 斯庫林的奧運金牌路〉，《上報》，2016年8月13日，https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=2225

〈新加坡泳將斯庫林攔截「飛魚」菲爾普斯的 23 金，小粉絲花了 8 年，打敗兒時偶像！〉，《CMoney 投資網誌》，2016年8月15日，<https://www.cmoney.tw/notes/note-detail.aspx?id=60941>

⁸⁰ 〈揭秘真實的“飯圈女孩”〉，《新浪香港》，2020年3月9日，<https://m.sina.com.hk/news/article/20200309/0/5/2/%E6%8F%AD%E7%A7%98%E7%9C%9F%E5%AF%A6%E7%9A%84%E9%A3%AF%E5%9C%88%E5%A5%B3%E5%AD%A9-11325342.html>

自己很好的動力，像如果我這次考多少分就可以買一張專輯之類的，然後就像打遊戲或追劇一樣，看了舒壓心情好。」——黃巧威⁸¹



圖三、偶像對粉絲正面效益之粉絲留言⁸²

(三) 心理學分析：

1. 認同作用與自我理想

我認為認同作用是促使眾人變成粉絲的重要因素，偶像由於具有許多讓粉絲欣賞的特點，粉絲本人希望具有的能力，因此被粉絲視作典範，向其模仿學習，過程中，偶像逐漸變成粉絲自我理向的一部份，監督他們的行為。斯庫林即是一個標準的例子：做為一個有野心的運動選手，希望自己能 and 菲爾普斯一樣優秀，

⁸¹ 受訪者回答

⁸² 圖片來源：〈【理娛】《長歌行》皓都最出圈？劉宇寧憑什麼？〉，《理魚打挺疼》，2021年4月30日，<https://www.bilibili.com/video/BV1w64y1172b>。右下末圖〈“十年硬漢無人知”？張哲漢是如何突破“老派”青年演員的事業重圍的？〉，《理魚打挺疼》，2021年5月14日，<https://www.bilibili.com/video/BV1LQ4y1o7rV?from=search&seid=14386448884355265995>

所以以菲爾普斯為自己的目標，向其學習，這就是認同作用的過程。接著菲爾普斯的形象融入他的自我理想，在日常生活中，如同他說的：「他是我鼓勵自己不斷精益求精的動力」，督促自己認真練習，最終自己也成為游泳健將。

至於在相關案例中的粉絲發言，我們可以注意到，往往粉絲因為偶像有一個自己想要擁有的優點，而注意到這個人，然後在更深入認識此人後，漸漸的視此人為自己的偶像。在成為偶像的粉絲後，會主動去尋找更多關於偶像的資料，經過這樣的流程，偶像的形象透過認同作用，真正被內攝轉為自己的自我理想，在日常生活中去模仿偶像的行為，時時提醒自己要向偶像看齊。基本上上述所有行為都是因偶像本人具有非常努力上進的形象，同時可能具有很好的興趣，因此粉絲會在日日觀看偶像相關訊息時，隨時提醒自己要更加努力。經過更長時間後，偶像這樣的優點已經被完全內向投射進自己的自我理想中，不需隨時看著偶像也會做出和偶像相同的行為。

2. 偶像與理性型權威

在上文中我們整理到偶像與粉絲間的關係和理性型權威最大差異主要為偶像永遠都會是偶像，粉絲幾乎只能一直仰望偶像，然在斯庫林的案例中，偶像原本如同他的精神導師般，引領他持續進步，但最後他超越了偶像，變成真正意義上的、像自己希望的，如同偶像一樣優秀的人。這樣的過程中兩人的關係就與理性型權威較為相似。第一，偶像對於他是一種幫助，透過展現自身的過人能力，委婉的引導粉絲做出改變，也就是總是保持努力，此外，在粉絲遇到挫折時，安慰、鼓勵粉絲，經過斯庫林本人的努力，兩人間的差距在一場又一場比賽後變得越來越近，最後在斯庫林獲得金牌後，兩人便為亦師亦友的關係，權威關係慢慢消失。同時，斯庫林對偶像菲爾普斯的感受主要為感激和讚美。

其次，討論到相關案例中的粉絲，粉絲的受虐性格在這樣的情況中，雖有負面效應，但也造成更多正面影響。粉絲因為無法承受真正的自由，因此尋找偶像建立次級連結，以逃避自由帶來的重擔、自身的無力感，但許多偶像除了會隱晦的要求粉絲去為其付出外，也時常在各大公開場合或社群媒體上，直接對粉絲表達希望粉絲要過好自己的生活，要努力上進等發言。如圖三中提到的藝人劉宇寧就曾上直播中提到，希望粉絲們好好讀書，並結合自身經歷，告訴粉絲：書讀的好雖然不一定能保證可以過得更好，可是能保證不會過的像他曾經一樣辛苦，但同時若讀不好也不必覺得過於沮喪，因為他本身也只有高職學歷，如今也過得非常好。這樣的引導對於尚為學生的粉絲而言，由於自己的權威性格，會對偶像言聽計從，可能因此變得更加認真努力，且若有部分學生處於叛逆期，不願聽從自己父母師長的教誨時，偶像能利用自身的權威性，使粉絲變得更好，即是粉絲的

權威性格的正面效益之一。雖然偶像與粉絲的關係大多不能像一般理性型權威如師生關係一樣隨時間兩者地位變得平等，但能發揮相似作用，幫助到粉絲，像前述粉絲文字中描述的，可能學會新技能——書法、跳舞、修圖、剪輯影片等，可能為了有足夠金錢追星而更努力工作，可能更努力學習，可能變得更自律，這樣的偶像作用與理性型權威會對其對象產生的效益也是相同的。

伍、結論

粉絲文化主要由於粉絲的認同作用、權威性格而形成，此外，依據情境論進行的分析，我們也發現整體環境造成粉絲愈來愈多，至於飯圈中則時常出現服從權威的情況。而造成粉絲不理性行為的心理，大多是由過深的權威性格引起，亦因飯圈中不符合道德的指令結合粉絲的服從權威、過剩服從導致。而經過這樣的討論，我認為正常的粉絲狀態對於多數人而言是有利的，由於能成為偶像的公眾人物多數在公眾面前具有優良人物形象，換言之，至少表面上一定帶有好的人格特徵，因此可以讓粉絲建立一個較符合社會倫理的自我理想，並在這樣自我理想監督下，變成更好的人。

另外，對於無法承受自由重量的人而言，尋找偶像作為其權威的壓力來源，也可能會為自身帶來一些努力向上的正面效益。可是，這一切的前提都是需要適量，並且在喜歡偶像的同時，盡力保持自己獨立思考的能力，才不容易會有不經思考、服從權威的情況產生。而在飯圈具有影響力的大粉、還有所有粉絲需隨時注意：是否由於過於喜歡自己的偶像而產生殘酷超我、認知失調的情況，隨時反思自己的行為還有其背後的心理，有必要時解構自己的超我，正視自己真正的問題。最後，針對偶像本人，雖然在資本消費市場的影響下，需要吸引粉絲為自己付出，但也要注意發揮自己的正面形象影響力，作為被模仿的典範，引導粉絲的自我學習和成長，提醒粉絲理性追星，不進行超出負荷的非理性付出。

最終，粉絲在經由依賴偶像，達成逃避自由的目的之後，若已藉由模仿偶像或各種方法建立較好的自我理想，應該積極嘗試脫離偶像，擺脫次級連結，與現實中的人建立真實關係，尋找真正的自由。

陸、參考資料

1. 莎莉·霍格斯黑德(2011)。迷戀：如何讓你和你的品牌粉絲暴增。北京：中華工商聯合出版社。
2. 史丹利·米爾格蘭(2015)。服從權威：有多少罪惡，假服從之名而行？台北市：經濟新潮社。
3. 埃塞爾·S·珀森(2018)。論弗洛伊德的《群體心理學與自我分析》。中國北京市：化學工業出版社。
4. 埃里希·佛洛姆(2015)。逃避自由：透視現代人最深的孤獨與恐懼。新北市：讀書共和國出版集團木馬文化。
5. 菲利普·金巴多(2014)。路西法效應：在善惡的邊緣了解人性（修訂版）。台北市：商周文化事業股份有限公司。
6. 弗洛伊德(2000)。圖騰與禁忌：文明及其缺憾。新北市：米娜貝爾出版公司。
7. 斯拉沃熱·齊澤克(2004)。快感大轉移：婦女和因果性六論。江蘇省：江蘇人民出版社。
8. 勒內·吉拉爾(2004)。替罪羊。台北市：城邦文化事業股份有限公司臉譜出版。
9. 蔡馨沂(2012)。偶像崇拜在青少年同儕關係與自尊、歸屬需求之間的角色。新竹：國立交通大學教育研究所碩士學位論文。
10. 厲國剛（2010）。娛樂時代的「粉絲」文化解析。新聞愛好者，(02)，10-11。
11. 王曉琳(2020)。基於互動儀式鏈的網絡粉絲社群行為研究——以朱一龍粉絲社群為例。中國南京：南京師範大學新聞與傳播碩士學位論文。
12. 業可賢(2021)。「飯圈」群體文化解析。新聞研究導刊，(05)，88-89。
13. 朱龍祥、陸洛(2000)。流行歌曲歌迷偶像崇拜的心態與行為初探。應用心理研究，(08)，171-208。
14. 謝琰(2014)。淺析網絡時代的「粉絲文化」。湖南工業職業技術學院學報，(01)，47-48。
15. 王綺(2020)。飯圈「掐架」策略及效果分析——以「肖戰粉大戰同人粉」為例。長沙民政職業技術學院學報，(03)，130-135。
16. 彥軍(2020)。「飯圈」是什麼圈。支部建設，(30)，54。
17. 楊緒明、龍巧宇、吉網芹(2021)。「飯圈」語詞及其文化特徵分析通

化師範學院學報，(05)，53-61。

18. 尚香鈺(2007)。網絡時代的「粉絲」狂歡——對後現代大眾文化fans群體的症候式分析。廣東廣播電視大學學報，(04)，105-108。

19. 李雷(2021)。粉絲批評的崛起——粉絲文藝批評的形態、策略與抵抗悖論。探索與爭鳴，(01)，86-94。

20. 鄭淑堃(2021)。流量造星與飯圈文化——基於文化工業理論。新聞研究導刊，(03)，89-90。

21. 施舜翔(2014)。粉絲文化的狂潮：1世代流行現象中的第三波英國入侵、後族裔政治與少女情慾革命。文化研究雙月報，(145)，18-39。

22. 曾慶香(2020)。「飯圈」的認同邏輯：從個人到共同體。人民論壇·學術前沿，(19)，14-23。

23. 王亞娜(2014)。粉絲行為、心理特徵及粉絲文化。青年記者，(08)，32-33。

24. 史欣鵬(2020)。心理分析視角下的飯圈文化。心理與健康，(08)，10-11。

25. 陶瑩瑩(2021)。個體心理學視角下對飯圈文化的探索——當代大學生思想意識的探究，(09)，148-149。

26. 盧紹清(2021)。飯圈文化中非理性追星行為的表現與心理成因分析。新聞文化建設，(04)，21-22。

27. 沈杰(1994)。追星熱——社會學與心理學的透視。百科知識，(03)，13-14。

28. 徐鈺嬌(2019)。新媒體環境下粉絲追星行為心理研究。新媒體研究，(05)，30-32。

29. 蔡騏、毛娜(2009)。社會心理學視野中的「粉絲」研究。湖南城市學院學報，(02)，58-62。

30. 丁珂玥(2020)。粉絲「打榜」社群的意義生產與集體行動邏輯--以TFBOYS“打榜群”為例。中國南京：南京大學新聞與傳播專業研究生畢業論文。

31. 賈巴春陽(2019)。微博上粉絲脫粉回踩偶像現象的心理學思考——以「陳學冬被脫粉回踩事件」為例。東南傳播，(12)，106-109。

32. 張巖靚(2019)。社交媒體時代明星粉絲群體消費行為探討。新媒體研究，(23)，124-126。

33. 趙暢(2019)。當代青少年偶像崇拜研究。中國青年社會科學，(06)，117-122。

34. 張少彤(2020)。傳播儀式觀視域下的粉絲控評現象研究。視聽，(08)，179-180。
35. 龐海音、萬成雲(2020)。異化的「飯圈」：當前流行文化的理論反思。江西社會科學，(08)，231-237。
36. 鄧敏、鐘力穎(2015)。角色轉換：粉絲行為的自我修正。青年記者，(20)，22-23。
37. 範雁南、王清平(2020)。論「飯圈」文化中的網絡暴力。安徽警官職業學院學報，(03)，116-120。
38. 周雪涵(2021)。偶像團綜類真人秀節目的觀察與反思。視聽，(06)，48-49。
39. 吳睿鵬(2021)。不可縱容「打投」亂象。人民公安報。
40. 張景怡(2021)。從馬斯洛需求層次理論視域探析國內選秀類綜藝節目。西部學刊，(05)，115-117。
41. 楊欣妍、陳瑞華(2021)。粉絲群體在微博的動員機制與互動儀式研究——以肖戰事件為例。東南傳播，(03)，110-112。
42. 任正雨(2021)。社交媒體時代粉絲文化的負面效應探析——以“肖戰粉絲事件”為例。視聽，(04)，122-123。
43. 知乎(2016)。〈粉絲混飯圈會有什麼樣的經歷和體驗？〉。知乎網頁，<https://www.zhihu.com/question/50691049>
44. 香港01(2016)。〈青春有你3 | 粉絲為支持偶像大量牛奶倒溝渠 節目捱轟後責令暫停〉。香港01網頁，<https://www.hk01.com/%E5%A4%A7%E5%9C%8B%E5%B0%8F%E4%BA%8B/622184/%E9%9D%92%E6%98%A5%E6%9C%89%E4%BD%A0-%E7%B2%89%E7%B5%B2%E7%82%BA%E6%94%AF%E6%8C%81%E5%81%B6%E5%83%8F%E5%A4%A7%E9%87%8F%E7%89%9B%E5%A5%B6%E5%80%92%E6%BA%9D%E6%B8%A0-%E7%AF%80%E7%9B%AE%E6%8D%B1%E8%BD%9F%E5%BE%8C%E8%B2%AC%E4%BB%A4%E6%9A%AB%E5%81%9C>
45. The News Lens關鍵評論(2020)。〈中國「飯圈文化」：為明星癡狂，為國家瘋狂，被「割韭菜」也甘之如飴〉。The News Lens關鍵評論網頁，<https://www.thenewslens.com/article/137964>
46. 中時新聞(2021)。〈「倒奶事件」愛奇異深夜致歉 粉絲怒批要求退錢〉，中時新聞網頁，<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20210507002908-260514?chdtv>

47. 江德斌(2021)。「倒奶投票」浪費食物應嚴懲。中國消費者報。
48. 孔德淇(2021)。將牛奶倒入水溝，誰縱容了粉絲的瘋狂？團結報。
49. 維基百科。〈肖戰事件〉。維基百科網頁，
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%82%96%E6%88%98%E4%BA%8B%E4%BB%B6>
50. 〈二次創作〉，《維基百科》，
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BA%8C%E6%AC%A1%E5%89%B5%E4%BD%9C>
51. 網易(2021)。〈頂流粉絲迷惑發言：肖戰從30米摔下來沒哭，王一博一天工作25小時〉，網易網頁，
<https://www.163.com/dy/article/G54UAUE90537M2QN.html>
52. The Economist(2020)。〈China's devoted, combative celebrity fan clubs.〉，The Economist's website, <https://www.economist.com/china/2020/07/02/chinas-devoted-combative-celebrity-fan-clubs>
53. 維基百科。〈鄭爽〉。維基百科網頁，
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%83%91%E7%88%BD%E4%BB%A3%E5%AD%95%E5%BC%83%E5%85%BB%E9%A3%8E%E6%B3%A2>
54. 上報(2016)。〈【里約奧運】小男孩長大了 斯庫林的奧運金牌路〉。上報網頁，https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=2225
55. CMoney投資網誌(2016)。〈新加坡泳將斯庫林攔截「飛魚」菲爾普斯的 23金，小粉絲花了8年，打敗兒時偶像！〉。CMoney投資網誌網頁，
<https://www.cmoney.tw/notes/note-detail.aspx?nid=60941>
56. 新浪香港(2020)。〈揭秘真實的“飯圈女孩”〉。新浪香港網頁，
<https://m.sina.com.hk/news/article/20200309/0/5/2/%E6%8F%AD%E7%A7%98%E7%9C%9F%E5%AF%A6%E7%9A%84%E9%A3%AF%E5%9C%88%E5%A5%B3%E5%AD%A9-11325342.html>
57. 三聯生活周刊(2019)。〈數據至上年代，粉絲狂熱打榜，刷數據已成產業，但明星榜單含金量究竟有幾何？〉，每日頭條網頁，<https://kknews.cc/zh-tw/entertainment/kl536zq.html>