

## Blockout 2024大浪来袭：苦难令粉丝震怒，红毯明星名流该上“数位断头台”？

愤怒粉丝们正发动一场场政变，试图颠覆那些红毯香槟的名流及其产业，这一次他们能成功吗？



2024年5月6日，纽约，亲巴勒斯坦示威者参加 Met Gala 附近的示威活动，一名警察从纪念碑上取下了一面巴勒斯坦国旗。摄：Eduardo Munoz/Reuters/达志影像

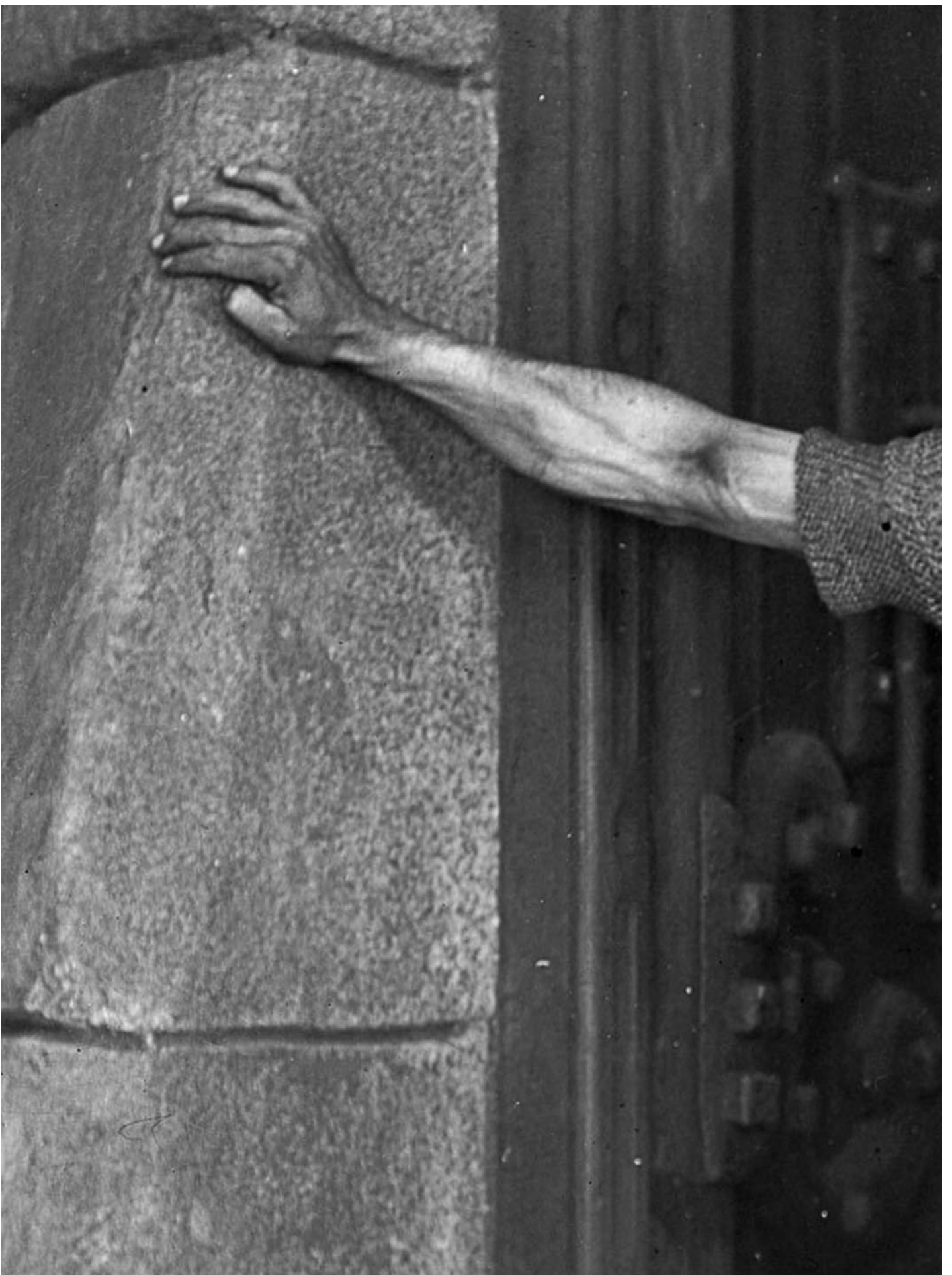
几个星期之前，纽约大都会艺术博物馆的年度盛会 Met Gala 慈善晚宴前的红地毯活动，擦枪走火地引爆了一场名为 Blockout 2024 的网路抵制活动，不只延烧到稍后坎城影展的红地毯上，甚至直到此时此刻仍继续冲击好莱坞明星甚至其他亚洲艺人的网路声量。

比如当天穿上 Maison Margiela 超细腰礼服现身 Met Gala 的实境秀 Kim Kardashian，在抵制活动开始1天内就喷掉300万粉丝。而根据 [blockout2024.org](https://blockout2024.org) 的即时监测，她的社群粉丝数量现在仍以每周16万人的速度持续掉粉。

这是一场以红地毯为场景的政变。

原本只能在台下敬拜偶像（或是透过转播或是网路社群远端敬拜）的粉丝，断然跳上舞台没收台上艺人的麦克风，理由是他们认为这些有声量的名流并未善尽道德义务对正在发生的加萨战争作出表态。当 Met Gala 举行的同一天，以色列扩大了对拉法的攻击，并要求巴勒斯坦人全面撤离拉法东部。而这些艺人选择的是穿上天价高级订制服参加晚宴，把声量留在马甲、连身裙、帽饰和钻石项链，而非几日前已被联合国粮食计划署官员宣布进入全面饥荒的北加萨走廊。

明星和粉丝间的亲密关系是怎么走到这步田地？



电影《罗宾汉》剧照。图：网上图片

## 圈粉创世纪——神说要有粉，就有了粉

大约100年前，更精确地说是102年前，好莱坞明星 Douglas Fairbanks 的电影《罗宾汉》（Robin Hood）在好莱坞的埃及戏院（Grauman's Egyptian），举行了电影史上第一场首映式。

1922年10月18日这一天同时还是洛杉矶的埃及戏院开幕日。首度跨足洛杉矶市场的旧金山电影院大亨 Sid Grauman 希望全世界的目光都聚焦这座可以容纳2000名观众的华丽电影宫殿之上。因此电影首映虽然预定晚上8点才开始，他提早整整一个小时让观众进到埃及戏院参观，并且还在演出中额外安排中场休息时段，由打扮成贝都因人的员工邀请观众走入庭院，细细鉴赏这座仿埃及卡纳克神殿的建筑，以便把壮观的耳语传播出去。

不过 Sid Grauman 知道自己的电影院要大发利市，还须攀附另外一种人为的壮观——好莱坞明星。

这就是为什么他选上了当时全世界最受欢迎的电影明星 Douglas Fairbanks 的新片成为埃及戏院的第一档节目。是这位电影院老板，而非任何好莱坞片厂大亨，建立了日后的电影首映式规格：他铺上了整个行业第一张红地毯迎接即将到来的明星，并在地毯上打上聚光灯，以确保这天晚上每个见证者都能将焦点精准聚焦在那一整排缓缓走进首映式现场的好莱坞名流。然后用力敬拜。

Sid Grauman 创造的圈粉仪式也写下了日后100年的行业基本逻辑——红地毯上的明星才是产品本体，而非稍后即将投射在银幕上的那些拷贝影像。粉丝是因为明星才掏钱出来和你交易。

Fan 这个英文字大约在17世纪末由 fanatic 简化而来，原意指的是宗教狂热者，只是后来延伸用在那些追逐名流（celebrity）的新狂热者身上。在摄影术和 iPhone 发明之前，要在视觉上传播或珍藏这些皇室贵族、畅销作家或是当红表演者形象的唯一方式是肖像画，或是将他们的头像直接印刷在钞票之上。稍后，电影院大亨 Sid Grauman 则将古典的追星形式转化成了他的下一家电影院——中国戏院（Chinese Theatre）——前的星光大道手印仪式之中，确保了即便明星老去、死去，还能继续照耀他家影院，成为永不熄灭的星光。

然而文字才是名流聚积影响力的力量源头。

19世纪报业因为轮转印刷机的问世迎来了第一个盛世。激烈竞争的小报争相报导上流名人花边吸客。原本需要时间酝酿的耳语，现在启动印刷机就能快速出报，瞬间放大了这些名流的影响力。



2024年5月6日，美国纽约市，Kim Kardashian在Met Gala上。摄：Andrew Kelly/Reuters/达志影像

下一次文字媒介革命是本世纪初的社群网路。不过，天外飞来的社群网路实际上砸烂了好莱坞明星的最高圣殿——奥斯卡颁奖典礼。由于 Facebook 等社群服务提供了与明星本人互动的直接管道，原本垄断了好莱坞明星喜怒哀乐唯一通路的奥斯卡颁奖典礼突然丢失了真实性的王冠（许多人直到现在都还坚信 Will Smith 掴掌事件是写好的脚本）。奥斯卡作为美国电视产业最重要节目的地位因此动摇，在收视率下滑的路上一去不返。

然而以图像为主的社群平台 Instagram 和随后崛起的短影音平台 TikTok 即时拯救了红地毯这个有百年历史的宗教仪式。粉丝、媒体甚至明星本人都在红地毯上殷切祈求能突破重围成为网路病毒传播素材的万分之一机会，使得没有屋顶（偶尔有雨遮）的红地毯完全取代奥斯卡，成为好莱坞的最后圣殿。

此前，好莱坞明星需像《拥抱艳阳天》（Monster's Ball）的 Halle Berry 那样握著奥斯卡奖座涕泪纵横、真情流露的桥段，才能达到事业高峰。4个月前，女星 Zendaya 靠著红地毯就达到了差可比拟的高峰。在《沙丘：第二部》（Dune: Part Two）[伦敦首映会的红地毯上](#)，她身上一袭几乎与电影风格完全无涉的 Roksanda Ilinčić 银色订制套装，只花几个小时就触发了巨大的社群连锁反应，并持续热议数日，成为电影宣传期的最高潮。壮观得简直无法直视的 Zendaya 因此僭越了她原本要宣传的电影本身，并再次确认了那个有百年历史的好莱坞法则——她，才是产品本体。

然而成也红地毯、败也红地毯，几个月后 Met Gala 红地毯上的 Zendaya 也成了 Blockout 2024 的抵制名单成员，导致她原本可观的社群追踪数量出现了幅度不小的下滑。

为什么向来低头顺服的粉丝，突然有了起身和神明对抗的神力？



《Star Wars》剧照。图：网上图片

## 粉丝的原力觉醒

几天前，Lucasfilm 总裁 Kathleen Kennedy 接受[纽约时报访问](#)时提到了 Star Wars 星战宇宙长期存在有毒的粉丝文化（toxic fandom）的议题：

最有名的例子是演出最近三部 Star Wars 星战电影的两位女演员 Daisy Ridley 和 Kelly Marie Tran 一直在网路上受到厌女倾向的星战粉骚扰甚至恶意攻击，后者甚至被迫在2018年删除自己的所有社群动态并关闭帐号，才能永远隔绝网路霸凌者的留言骚扰。Kathleen Kennedy 在访谈中还提到同样由女演员担纲的最新星战节目《侍者》（The Acolyte）甚至根本还没有开播就已经出现针对女主角的新一波攻击。

《猫女》（Catwoman）编剧 John Rogers 早在20年前就将这些粉丝**比做宗教的基本教义派**。他们极度缅怀男性主导一切的旧秩序，并抗拒最细微的改编，只要有丝毫变动就用力贬为“异端”。和《猫女》同年（2004年）诞生的社群平台 Facebook 帮助这些基本教义派更无远弗届地集结，成为社群文化中稳定存在的分支。

然而透过社群集结的不尽然只有负面的粉丝力量。

被称作 Swifties 的歌手 Taylor Swift 粉丝，在过去一年内以整个地球为场景，进行了一次烟火般盛大的武力展示。主要以十多岁的年轻少女为主的 Swifties 是社群网路的原生世代。她们在社群中集结、交换资讯、互相支持，并跳过主流社会原本的游戏规则，选择了自己的方式支持自己狂热敬拜的对象，催生了音乐史上票房收益最高的巡回演唱会记录。



2021年5月21日，首尔，韩国乐团 BTS 的成员在宣传活动中摆出姿势拍照。摄：Kim Hong-ji/Reuters/达志影像

Swifties 之前，已经有另一批年轻女性演练过如何透过社群网路集结粉丝，创造足以穿越语言文化和国界隔阂的社会影响力：

2020年，被称作 Army 的韩国偶像团体 BTS 粉丝在美国连续发动了两次社会影响力的展示。那年五月开始的 Black Lives Matter 街头运动引发了美国右派在网路上动员所谓 White Lives Matter 运动来抗衡。社群网路原生世代的 Army 立刻用了他们世代专属的方法消弭极右派正在集结的网路声量——

他们透过 Army 的网路社团紧急发起串连，鼓励各地的 BTS 粉丝在社群平台不断广发 BTS 的照片和演出片段，并在贴文中标上右派常用的标签如 #WhiteLivesMatter。此后任何想要在网际网路的汪洋中捞选 White Lives Matter 资讯的右派同党，都只能搜到满满的 BTS 劲歌热舞，而不是那些帮助他们集结的理念。

除此之外，Army 也挪用了 K-Pop 韩国粉丝经常采用的“公益应援”策略，在26小时内透过网路募集了100万美元支持 Black Lives Matter 运动。几个星期后，Army 还发动粉丝涌入美国总统 Donald Trump 的造势大会索票网站，并用“抢票但不出席”的方式来削弱这位美国右派共主的连任声势。

“政治归政治，艺术归艺术”的陈腔滥调对 BTS 粉丝并不构成阻力。他们的政治行动力与其说和艺人或他们的作品精神有所关联，更有关联的其实是粉丝自己的精神信仰。2000年后出生的他（她）们有与生俱来的开放性态度，更愿意学习新事物、新态度和新工具，理所当然地顺从社会固有的政治结构。对于美国共和、民主两党都左右为难的巴勒斯坦问题，这个新生代毫无障碍地选边站，并大声质疑他们的神明——红地毯上的明星们——为何不发挥自己的影响力。

或许更值得注意的是原力觉醒的他们，拔出的武器不是光剑或死光枪，而是 TikTok 或 Instagram 介面上的“封锁”（block）按钮。

封锁到底有什么好怕的？



2024年5月6日，纽约，一名示威者在 Met Gala 附近支持巴勒斯坦的示威活动中涂鸦。摄：Caitlin Ochs/Reuters/达志影像

## 玛丽王后的数位断头台

上帝照著神的形象创造了人。好莱坞则是照著欧洲皇室贵族的形象创造了他们的明星，让没有皇室名流可追的美国人从此有心之所向的新偶像。

其实早在英国小报放大皇室名流的影响力之前，有些英国皇室成员就已初步建立这种网红一般风行草偃的实力。17世纪从葡萄牙嫁来英国的凯萨琳王妃，用她嫁妆中的几盒茶叶来缓解她身在异乡的郁闷之情。有些英国人（多半是贵族）有幸能和王妃一起喝下午茶（就像红地毯上的第一线见证者）。有些英国人则连王妃的脸都没见过，只是因为疯传耳语就决定跟上这个新时尚（就像线上收看红地毯转播的粉丝）。本来在英国被当成药物、多数人根本就不知道好喝在哪里的红茶，此后成为英国人生活上、消费上和经济上永远无法分割的重要一部。

如果凯萨琳王妃算是第一个直播带货成功的 influencer 网红，1995年以来长期担任 Met Gala 活动主席的时尚女王 Anna Wintour 就是支配新大陆上的当代凯萨琳王妃们带货实力的超级经纪人。

以 Anna Wintour 本人为原型的电影《穿著Prada的恶魔》（The Devil Wears Prada）主角 Miranda Priestly（Meryl Streep 饰演）多年前就已充分地跟我们解释过，经过这群时尚菁英精心挑选的衣服和配件，会像蝴蝶效应一样影响千万人的消费和亿万美元的经济效益。红地毯之所以是好莱坞名流的圣殿，是因为圣殿的赞助商极度仰赖这个聚光灯带来的视觉焦点推销他们家的产品。

这正是为何 Blockout 2024 的发起者希望你按下“封锁”键，而非单纯地取消追踪或是把头转开。封锁会直接伤害赞助的商业体系，减少商品的曝光机会，也等于伤害这些拒绝表态的明星的收益。

这波 Blockout 2024 的导火线，其实是一则用上了电影梗的社群发文。一个 TikTok 用户在 Met Gala 活动后发出了一支短片（引发争议的 TikTok 用户 haleyybaylee 已经删除该短片，此处连结是另一个 NGO 组织引述该片段并评论的短片），在红地毯的盛况影片之中配上了电影《凡尔赛拜金女》（Marie Antoinette）中的经典对白：“让他们吃蛋糕吧”（Let them eat cake）。历史上的玛丽王后是否真的说这句名言已经难以查证，而她不知民间疾苦的态度倒是真正确确地成为日后在法国大革命期间死于断头台的原因之一。



《凡尔赛拜金女》剧照。图：影片截图

发出那支短片的TiToker用意并非警世，而是纯粹拿这些饿著肚子穿上小号服装的名流开玩笑。不幸的是这是一个欠缺历史敏感度和现实敏感度的低劣玩笑。幸运的是它最终还是帮助法国大革命和断头台的警世比喻浮上了水面。

1922年电影史上第一张红地毯上，我们以持续百年的敬拜赋予这些现代皇室名流足以扭转现实世界的影响力。他们始终善用影响力贩售他们演出的电影，也和其他行业结合用影响力贩售赞助商的衣服、鞋子、珠宝首饰等等产品。102年后，这些或许敬拜过 BTS 或 Taylor Swift 的年轻狂热者决定主动提醒他们敬拜的对象没有任何理由无视民间疾苦，他们有责任将这些影响力用在改进这个世界之上。

是的，BTS 和 Taylor Swift 也都在抵制名单中。这些 Army 和 Swifties 不只打算亲手拆除红地毯这个影响力的圣殿，甚至将自己的神明也送上数位断头台，斩断他们的影响力源头。

当然，现实并不是一部90分钟的好莱坞电影。Blockout 2024 的结局估计并不会是死星在壮丽的烟火中灰飞烟灭那样能够配上 John Williams 乐观爽朗配乐的故事线。但 Fandom 文化多年来单向敬拜偶像的百年传统确定要进入一个截然不同的章节。发起政变的粉丝会在一次又一次的失败当中学习，并继续侵略原本专属于皇室名流的那个舞台。

终有一天，他们会带上更强大、更先进的武器进入凡尔赛宫。

[# Taylor Swift](#) # [加萨](#) # [加沙](#) # [荷李活](#) # [Billie Eilish](#) # [好莱坞](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。