

評論 | 那藝娜「巡如演」：一個再次被酷兒群體擁抱的抽象文化

抽象作為一種時代情緒，也如火燃燒在心間。



編按：從2023年起，我們開始更多關注起中國互聯網上的抽象文化及網絡群組，它們一方面反映了審查狀態下的網絡文化和生態，一方面反映著年輕人的某些精神狀態和面向。而這些線上文化與線下發生互動時，有時是荒誕快樂，比如「完顏慧德」的抽象文化、社會搖；有時是傷痕，比如廁妹文化與墜樓女孩；有時是結盟與攻擊，比如激進男權群組；有時是被規訓的罪罰，比如海棠文化。

本文繼續在抽象文化的脈絡上進行探究，這種文化的鼻祖是孫笑川吧，他的粉絲通過「整活」羞辱取樂，鏤空偶像，令符號的趣味遠大於現實。後來我們看到，越來越多酷兒粉絲也開始擁抱這種文化，並結合了酷兒網絡 icon 文化自身的發展，減少了羞辱意味，反而將邊緣人群進行 queer-reading。抽象文化既有幽默趣味，也是中國某些消極現實的反映。曾經有「完顏慧德」，現在有那藝娜，本文即一窺那藝娜現象，誰在喜歡，為什麼？

如果你還不知道「前蘇聯留給世界的遺物」那藝娜是何許人，那你一定要去聽一下2023年紅遍大街小巷的神曲《愛如火》，兩年間播放量已經超過100億。

起初，那藝娜只是一名在抖音上頂着濾鏡☒裝俄羅斯人的54歲湖北農婦，帳號名叫@俄羅斯娜娜，沒想到一下就火了，她順勢講段子、賣貨，並開始演唱歌曲。她曾被平台以「仿冒虛假人設」為由關閉帳號，兩個月後以@大中國娜娜 回歸，雖然繼續使用特效，但不再模仿俄語，並且更多展示自己的真實身分和生活。漸漸地，她成為中國互聯網上的抽象樂子人，擁有許多的Z世代、零零後的酷兒粉絲。

今年5月底，已經以抽象網紅的身份被大眾所知的那藝娜，開啓了全國巡演之旅，目前已經在多個城市舉辦了十多場，每場都迅速售罄，結束後的簽售隊伍也都大排長龍。她的演唱會票價很便宜，最低99元，演出片段在各大短視頻平台走紅後，票價也被炒到翻倍。時尚雜誌《V》中文版還為她拍攝了一組時尚大片，同刊都是蔡依林、林俊杰等大牌明星。目前，那藝娜團隊還聲稱將開啓八場海外巡演，計劃中包括紐約等城市。

原本在《愛如火》的熱度逐漸消退後，那藝娜也和大多數抖音抽象網紅一樣看似銷聲匿跡，直到今年五月，「巡如演粉絲見面會」官方宣傳海報橫空出世，宣告著那藝娜並未退場。這張海報有飽和

度過高的配色、巨大的藝術字體「堅強笨女人」、海報上身穿紅裙昂首挺胸的那藝娜本人，以及故意把「巡演」寫成「巡如演」，可謂是將土味抽象發揮到了極致。就這樣，那藝娜華麗重返大眾視野，並且，在網絡上被戲稱為中國版Lady Gaga。

到底，誰在喜歡那藝娜，為什麼？



v

引發現象級熱度的抽象巡演

一開始，除了抽象愛好者，並沒有多少人關心那藝娜開巡迴演唱會這件事。直到5月23日的杭州場出現了假唱事故，那藝娜在台上演唱《蘋果香》，音響裏傳出的卻是童聲，現場觀眾立刻憤怒大喊「退票」、「圈錢」。但令人沒有想到的是，在下一場演出中，那藝娜主動帶着觀眾喊「退票」，喊滿一個八拍後直接進入壓軸熱門金曲《愛如火》。這即刻炒熱了現場氣氛，「退票梗」很快變成了那藝娜的專屬應援詞，並成為巡演出圈的契機。

很快，那藝娜的演出視頻切片出現在各大短視頻平台上，網友們紛紛調侃，「買票進去就為了喊一聲退票」，「觀眾不喊退票娜娜都不知道從哪進拍」。

也許是退票梗的出圈為那藝娜吸引了更多觀眾，也逐漸出現更多似乎是真情實感被演出氣氛圈粉的網友，但那藝娜本質上還是一個抽象網紅，不管真粉還是黑粉，網友們的二創都抽象十足——例如將已經年近六十的娜娜p成美豔的白人女性，為她編造「前蘇聯留給世界的遺物、帝國最嬌豔的玫瑰、蘇維埃最後的絕唱」的史詩級人物背景故事。幾乎在所有與那藝娜演出相關的短視頻評論區，都能看到網友們宛如自發應援般刷屏娜娜的蘇維埃故事。

六月上旬，那藝娜在華西都市報的採訪中提及假唱被喊退票事件時坦言，「其實當時心裏咯噔了一下，後來發現孩子們並不是對我有什麼惡意」。這也一定程度上解釋了她的演出為什麼會如此受歡迎——正如她開的其實不是演唱會，而是「巡如演粉絲見面會」，那些花錢買票的觀眾也都不是為聽歌而來，而是為了近距離觀賞娜娜重現「變如臉」等抽象名場面和現場的玩梗互動。那藝娜自己想必也清楚這一點，總是樂於配合觀眾一起玩梗，就像她在直播間裏說的，「想把演唱會玩成party你就來，娜姐不會讓你們失望！」

而在「抽象狂歡party」的演出效果背後，巡演團隊其實相當專業。根據音樂媒體《新聲Pro》的採訪，巡演主辦方是由幾個從事演出策劃的年輕人攢起來的，初衷只是「覺得這個想法很好玩」。聯繫上那藝娜的團隊後，對方也十分重視，還專門定製了一系列「女王範兒、Lady Gaga、碧昂斯那種」的演出服——結果是，人高馬大的娜娜穿着一套套借鑑了各大國際Diva著名造型的誇張演出服，在網友們的神級p圖裏成了帝國最嬌豔的玫瑰。

都是誰在為那藝娜捧場？這是許多人都想問的問題。至於這個問題的答案，也許我們可以從這次巡演的宣發中一窺究竟——在投放app開屏宣傳時，那藝娜團隊選擇了Blued，國內最著名的男同交友軟件，可以說是精準針對目標受眾。事實上，最初《愛如火》的火爆就離不開那藝娜以男同為主的粉絲自發推廣、二創，在她的視頻下面也頻頻可見「其實我真的素（是）直男」之類的自嘲。而在網上流傳的那藝娜演出視頻切片裏也可以看到，台下觀眾不僅男性佔多數，還有許多穿着打扮具有亞文化特色的觀眾。

甚至可以說，那藝娜很大程度是一個被性少數群體捧進大眾視野的網紅。到現在，《愛如火》已經以1.4億元的版稅收入排到了華語歌曲版稅收入第八名，排在其後的則是《七里香》和《明天會更好》。



娜娜的成名之路與背後的「抖音通訊錄後宮」

關於那藝娜和前蘇聯遺物的關係，還得從她的第一個互聯網身份說起。2022年年初，一個名為「俄羅斯娜娜」的抖音賬號橫空出世，擠進了「愛上中國的外國人」這一長盛不衰的流量賽道。

最初娜娜的人設是嫁到中國的俄羅斯兒媳，視頻和直播的內容除了表達對中國文化的熱愛、歌頌中俄友誼、放原聲帶假唱紅歌外，也會切中時事地談論一些「我們俄羅斯媳婦不收彩禮」之類的熱門話題，很明顯想要吸引是下沉的中老年受眾。巔峰時期，俄羅斯娜娜在抖音擁有將近兩百萬粉絲，還開通帶貨功能，賣出了不少號稱是俄羅斯進口的東北肉腸。但好景不長，誇張的美顏濾鏡和自帶大舌音的方言也沒能藏住俄羅斯娜娜皮下湖北鍾祥人的真實身份，她被央視通報批評，並以「在抖音以濫用平台道具、仿冒虛假人設」為由無限期封禁。

但娜娜沒有就這樣沉寂下去，沒過多久，她又用丈夫的身份註冊了新賬號「大中國娜娜」。這次，她在鏡頭裏展示出了自己真實的樣子——一個湖北小鎮的普通中年農婦，視頻內容也都是普通地分享鄉村生活日常。這樣的賬號在抖音多如牛毛，「大中國娜娜」也自然沒能從中脫穎而出。

即便如此，娜娜還是沒有放棄自己的網紅之路，甚至進一步拾起了自己的音樂夢，去參加了一個名為「星耀好聲音」的歌唱比賽，不僅花錢買到了晉級名額，還如願簽約公司獲得了新身份，「歌手」那藝娜，以及那首命運轉折點之歌《愛如火》。

《愛如火》在2022年11月最初發布時，其實並沒有激起多大水花，直到兩個月後才突然爆紅，因為那藝娜在一次直播中演唱了這首歌。而在直播間還發生了什麼，則要從娜娜的核心受眾，也就是互聯網男同群體，以及他們的「抽象屆純元」郭老師講起。

作為上古抽象網紅，同樣原本只是一個普通農婦的「郭老師」開始直播後，很快以滑稽口音的「郭語」、在鏡頭前真實大膽的言語行為以及和粉絲對罵的女王氣場走紅，在吸引了大批喜歡「看樂子」的性少數網友的同時也引發巨大爭議，最終以「低俗」為由被全網封殺。失去了樂子來源的網友們於是開始尋覓新寵，在這段時間裏，崛起了三夢奇緣、萬邦萬人迷以及完顏慧德等同赛道博主，那藝娜也是其中一員。

這些博主基本上都是生活在鄉鎮的中年婦女，有着誇張的口音或長相，以及與都市年輕人完全不同的思維方式，因此，她們只是普通地坐在直播鏡頭前和網友互動，就能產生許多讓網友直呼抽象的「樂子」。就連那藝娜曾經假扮俄羅斯人欺騙中老年粉絲的黑歷史，也成了她的梗的一部分。

那藝娜和《愛如火》的崛起，就是因為2022年底她與三夢奇緣和萬邦萬人迷在直播間發生的一場罵戰，史稱「通訊錄圈第三次世界大戰」（註：通訊錄為同性戀諧音），或「谷愛凌大戰楊冪袁婭維」——值得一提的是，這場罵戰發生的原因，只是一個男同網友為了「看樂子」在幾個人中挑撥離間。在這場充滿了人身攻擊的罵戰中，那藝娜輸出力度不敵另外兩位，引起了觀眾的憐愛，順勢為她贏得了更多擁躉（依舊以男同性戀為主），正是這批網友開始自發地傳播《愛如火》，製作各種二創視頻，令其逐漸出圈。

那艺娜



爱如火

LOVE
IS FIRE

《愛如火》之後，那藝娜也繼續發行歌曲，如《恨如冰》、《美麗笨女人》等，但都沒能復刻《愛如火》的成功，反倒是讓粉絲們創造了「x如x」的新梗，比如說她唱歌「牛如叫」，這次的「巡如演粉絲見面會」的名稱也來源於此。直到今年年初，她又發布新單曲《誰能給我愛》，這首歌的旋律、編曲和MV都堪稱制作精良，配上那藝娜獨特的粗曠音色以及她抽象網紅的身份，產生了極大的反差感，也成功讓娜娜再度翻紅，並開啓了巡如演之路。

當然，那藝娜和以上提及的所有抽象網紅一樣，如果說最初的性少數群體粉絲與她們的互動更多還是沒有惡意的玩梗和看樂子，那麼在獲得更多流量與大眾關注後，便會不可避免地面臨嘲諷、羞辱和獵奇性的凝視。那藝娜、三夢奇緣和郭老師最初也只是普通的底層婦女，她們原本所熟悉的世界與由城市年輕人所主導的互聯網世界有着天壤之別。當她們被動地進入性少數抽象文化圈乃至更主流的視野中，她們的不適應、不協調當然會逐漸顯露，也會影響輿論場對她們的評價。

早在「俄羅斯娜娜」時期，就有網友質疑她是男性還是女性，到「大中國娜娜」時期，由於她用丈夫的身份註冊後認證顯示是男性，加上那藝娜本人身材高大、聲音渾厚，也有很多網友對她的性別感到迷惑。一開始娜娜會耐心回答，問的人多了之後逐漸變得不耐煩。不過到後來，可能是逐漸摸索到了流量規則，也可能是習慣了這些嘲諷，那藝娜也越發鬆弛，還會和網友一起玩梗，比如自稱「男女混血」，類似的回應不僅為她博得了更多性少數人群的好感，也讓她的梗得到更多二創和傳播的機會。

可以看到，互聯網男同或者說性少數群體遴選「樂子對象」的標準始終有着微妙的一致性，或許可以將其概括為「不被主流認可的底層中年婦女」，而這一人群與性少數群體有同一個特點，就是都屬於具有異質性的社會邊緣人群。事實上，抖音裏無數沒有被流量選中的中年農村女性，她們在視頻裏使用誇張的美顏特效、拙劣地學習短視頻流量規則，試圖在疲憊瑣碎的日常生活之外表達自我、尋求認同，卻只能招致主流社會的嘲笑。那藝娜只是其中相對有特色和被選中的一個。

也許正是這種反差與邊緣會令她們被男同群體選中——將一個完全不符合主流審美乃至主流價值觀的普通農婦推到網紅的位置，這本身不就是最抽象的事情嗎？



從淋淋到娜娜：解構主流，也解構邊緣

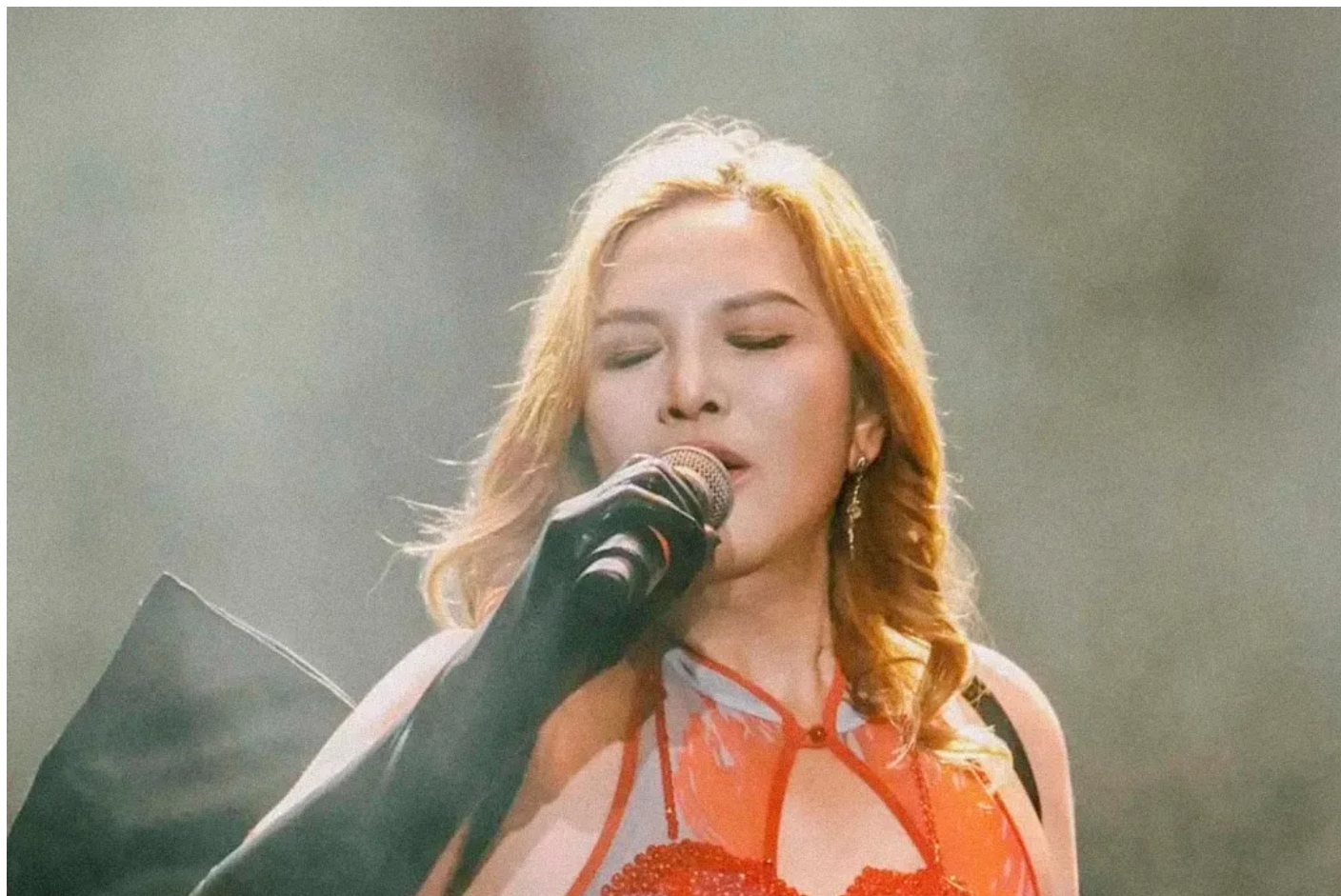
當然，抽象文化並不是性少數群體的專屬，早在郭老師出現之前，就已經存在一大批快手土味網紅和活躍於孫笑川吧的「狗粉絲」。這類抽象博主及其擁躉往往熱衷於「整活兒」，有着誇張的肢體動作和豐富的面部表情，將羞辱他人作為「抽象」的一部分。這類抽象文化比起「男同之選」的抽象博主們具有更強的表演性，與梗主本人幾乎是完全脫節，並且會依靠辱罵等手段來製造荒誕感，從而達成抽象的目的。

反觀郭老師、那藝娜等博主，在被推上網紅的位置前，她們似乎都無意於「抽象」，只是展現自己真實的狀態，反而是作為觀看者的性少數群體發現了她們身上與主流社會格格不入的部分，並以幽默的方式將其解構為一種「抽象」。

換句話說，是酷兒粉絲們「發明」了那藝娜：每出現一張新的帝國玫瑰高p圖，那藝娜的形象就又完整了一分。類似「發明抽象」的方式可以追溯到互聯網男同社群早期的「淋文化」。最初的「淋文化」主要是對蔡依林及其粉絲的惡搞和嘲諷，含有大量性羞辱的成分，而在蔡依林直接回應多年以來受負面評價影響、並多次公開為性少數發聲後，許多嘲諷她的網友轉變看法，再度講起「淋語」時也從惡搞變成了調侃，並逐漸認可了蔡依林酷兒icon的身份。

而新一代「草根酷兒icon」郭老師、那藝娜等人同樣也都經歷了這樣一個從被嘲弄到被喜愛的過程。當我詢問身邊對娜娜有好感的朋友時，ta們都提到了「生命力」和「真實」這兩個關鍵詞，覺得娜娜好有活力，和粉絲的互動也很直爽大方。無獨有偶，另一個將郭老師視為白月光的男同朋友告訴我，喜歡郭子是「因為她有一種千瘡百孔但仍向天長鳴的破碎美」。在年輕人都疲憊不堪、不想內卷只想躺平的當下，「生命力」似乎已經變得稀缺，這時，一場可以玩梗喊退票隨便發瘋的演出如何能具有極大吸引力，就也不足為奇了。

不得不承認的是，即使這些農村婦女是被動地來到了網紅的位置，僅僅是她們的存在被看見，已經是一種對社會成見的挑戰。只是這種挑戰被包裹在「抽象」的外殼下，很難產生多大的力量。說到底「發明網紅」的網友們初衷應該也並不是想挑戰什麼，畢竟抽象文化的要義就在於消解一切，包括挑戰權威和權威本身。對於在社會結構中處於弱勢地位的酷兒群體來說，「解構主流」顯然是比「反抗主流」更加輕易的。而從另一個層面來講，中國社會已經從文化、制度等多個層面上為酷兒群體設置了一套牢不可破的枷鎖，當個體難以打破結構施加給自己的枷鎖時，那將這個枷鎖解構為笑話便是為數不多的選擇之一。



從「淋語」到「郭語」，酷兒網友們面對此類「偶像」的態度完全不同於傳統的「粉絲」，或者說在這裏，作為「粉絲」的網友才是核心，他們會主動去發現被排擠在主流之外的「偶像」（被黑十年的蔡依林、農村婦女郭老師、扮演俄羅斯人的那藝娜），用諷刺的方式去解構ta們身上的異質性，並將其放大為「抽象」。在這個過程中，很難說是否有人在乎過「偶像」本人的感受，或者說，「偶像」是誰並不重要，愛看樂子的酷兒網友們需要的只是一個空白的邊緣人符號——因為空白才能隨意塗抹創造，因為邊緣才能在與主流秩序的衝撞中產生「抽象」感。

來自湖北鍾祥的娜娜就是這樣被一步步塗抹成了以卡戴珊同款造型登上時尚雜誌的Lady Nana。這場大型戲仿狂歡進行到現在已經越發荒誕，也越發顯出其諷刺意味——原本是用來表達不滿的喊

「退票」變成一種應援，原本屬於鍾祥方言的大舌音被關聯上蘇俄情。那藝娜帶着身上殘留的泥土氣味闖進娛樂工業體系，她與這套體系格格不入卻能意外收穫熱度，這本身就是對精英秩序的嘲諷。

另一方面，隨着熱度不斷增加，也有越來越多酷兒群體以外的網友加入到這場遊戲裏，搞笑博主模仿她、音樂博主翻唱她、美妝博主仿妝她，在這些抽象、消解的方式背後，本質仍是發泄對當下主流生活秩序的不滿——儘管在發泄之後依然只能回到秩序中，等待下一個用於發泄的抽象符號出現。

我們無法否定這種發泄方式的消極性，但它也絕不是僅用一句簡單的「娛樂至死」就能概括的現象——在中國這樣一個愈發密不透風的高壓社會環境裏，「娛樂」已經不夠了，更多人需要的是「發瘋」、是用過度參與的方式投身於消費體系。當娜娜在台上問出「我們在哪」，台下整齊高呼「莫斯科」時，這幕荒誕劇的導演早就是每一位觀看者，伴隨着她牛如叫的歌聲，抽象作為一種時代情緒，也如火燃燒在心間。