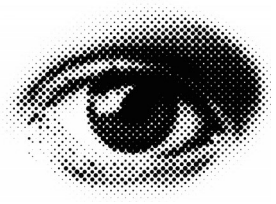
事件回眸



最近,中国乒乓球队“地表最强12人”队内直通赛正式开打,如今这支网红球队的一举一动都格外引人关注,马龙、张继科成为了众多网友心目中不可撼动的男神。直通赛期间,即便知道无法进场馆看张继科比赛,“蝌蚪”们仍如约聚集在场馆门口,只为在张继科从门口出来到上车这短短10米的距离“陪他一会儿”。里约奥运会后,张继科的粉丝时有惊人举动:买下整版报纸为其庆生、花费上百万元购买门票助威……最近,甚至有粉丝为张继科购买下了两个星星的命名权。

本版评论只代表个人观点,不代表本报观点或立场。

这样表达爱 总有一天你的“爱豆”也会难以承受

最近,惊闻“蝌蚪”们(张继科的粉丝)又干出了一件大事,继集体花170多万元赴深圳看自己的偶像打“地表最强12人”国乒直通赛后,更有“蝌蚪”为他花钱买下了两颗星星的命名权,虽然该消息的真假无从考证,但至少能说明现在张继科在年轻人之中的吸引力和号召力。

追星无可厚非,有自己喜欢的偶像更是一件再正常不过的事情,不过用这样的形式来表达自己对偶像的喜爱之情,笔者并不敢苟同。明星,特别是体育明星,吸引人的地方应该是在竞技场上表现出来的高超技巧或者是自己坚忍不拔的意志品质,而不是自己俊俏的外表。显然,从“蝌蚪”们的反应来看,大多数人都不是因为张继科的球技好。这点从比赛现场粉丝们不分场合的呼喊助威就可以看出,但凡是一个真正的乒乓球爱好者,是知道什么时候该加油,什么时候该安静观战的。

必须承认,中国乒乓球队因为自身强大的实力,多年来屹立世界乒坛而不倒,不光在国内,在世界范围内也有着无数的粉丝。而一批又一批人才的不断涌现,更是中国乒乓球队始终保持世界霸主地位的根本。而且如今的队伍里,不管是张继科、马龙,还是刘诗雯、丁宁,都属于实力与外表双向发展的选手,加上当下年轻人对体育明星的颜值要求越来越高,那些水平高、长得靓的运动员自然也更受欢迎。

但凡事都有一个度,一旦超过了这个度,好事也会变质。其实不光是张继科,很多中国乒乓球队,甚至是其他体育明星不止一次在各种场合呼吁粉丝们要理智追星,用“让人可以接受的方式”去表达自己的情感。不知道是粉丝们的爱确实泛滥到难以言状,还是这些明星的吸引力确实太大,盲目的追星依然存在。不过可以预见的是,这样去表达自己的爱,只会让你们的“爱豆”难以承受。

(奚 源)

让偶像沦为“玩偶” 极端粉丝就是罪魁祸首

什么是偶像?广义上来说就是仰慕的对象,狭义上来说就是受青少年疯狂迷恋的当红明星。不过,在古代“偶像”原本是指一种为人所供奉的雕塑品,带有宗教甚至迷信色彩。所以“偶像”最早就是一种被人为崇高化了的“木偶人像”,而许多“信徒”不过是临时抱佛脚,别说虔诚,连尊重都谈不上。

以张继科的粉丝“蝌蚪”为例,就可以管中窥豹,让极端化了的偶像崇拜,原形毕露。作为国乒“地表最强12人”中最红的“男神”,张继科也拥有最疯狂的粉丝,死缠烂打、围追堵截,买下整版报纸为其庆生、花费上百万购买门票助威,为张继科买下星星命名权……本来中国体育明星受追捧是一件好事,总比天天迷“欧巴”要好,但若过度极端化,则会适得其反。

有些“蝌蚪”并不是真的崇拜张继科,甚至根本不懂得尊重张继科,张继科在他们眼中并不是一个正常人,而是被物化了的“玩偶”——曾经有一次张继科被蜂拥的粉丝挤倒在地,扭伤了脚踝,起身后怒怼“肇事者”,结果他的所谓“粉丝”居然欣喜若狂地欢呼“我的科科跟我互动了,我好幸福啊”,顿时让张继科傻了眼,分不清对方到底是粉、是黑。

张继科的遭遇并不是个案,体育明星的“私生饭”五花八门。疯狂跟踪、变态尾随,放肆地侵占明星的私人空间,这种心理就好像把自己的“偶像”当成宠物一样,表面上是膜拜,骨子里其实是控制,他们喜欢的不是“偶像”本人,而是以此人为载体或原形,强行脑补想象出来的完美模型,满足自己在空虚现实生活中无法得到的一种感觉。这种极端行为不仅会伤害偶像本人,也会让粉丝陷入不可自拔的困境,浪费钱、浪费精力、虚度光阴……每一个人都应该有自己的生活,与其将自己的精神完全寄托在偶像张继科身上,还不如自己多运动、打打乒乓球,过一种有益身心、健康向上的生活方式。

(薛 原)

迷妹太多?再来几车都不嫌多

张继科的脚伤让迷妹们歇斯底里,粉丝们的尖叫和呐喊更让陪伴过国乒寂寞的老粉丝们颇感不适,一群老资格的爱好者忧心忡忡:这是要革了乒乓国球的命啊!

省省吧,这才哪跟哪啊!看看人家英格兰美利坚,球星们24小时的吃喝拉撒都有小报记者全程追踪,这样的待遇对国球来说,还远远没到应有的市场地位。

首先,千万别担心迷妹太多会影响队员状态。这帮人从小封闭式训练磨练出来,什么干扰模式没练过?以为这么多年不败之师是白给的?退一步说,现场的呐喊此起彼伏才是真正模拟赛场的应有现状,真的静悄悄一点声音没有和原来的训练赛有什么区别?连这点分贝的尖叫都承受不了,今后还能为国出征,顶着全场嘘声和倒彩和对手真刀真枪的拼一把?未免太低估运动员的心理承受能力了。

再说了,支持率高并不代表水平最高,甚至不能代表当前水平最高,在国乒这种随便拉出一个到世界上都能争冠军的队里,粉丝多不多和比赛结果如何并没有什么关系,咱还真不能把他当回事,队员也不会把场面的分贝当成胜利的保障。比如里约奥运会,“蝌蚪”们的疯狂没有帮助张继科赢下马龙,这次“地表最强十二人”呐喊也没给张继科的脚伤减轻点负担不是。最终决定比赛的,还得靠实力。

别说队员们只是把这种加油当做私下的笑谈,看看场边乐得合不拢嘴的刘国梁孔令辉,还有场下感慨的蔡振华,老资格的前辈们心里多半想着:要是哥当年有这样的市场环境,凭哥的球技和颜值,尖叫的分贝肯定不比这少!

迷妹们疯狂的尖叫和呐喊让一些老资格的爱好者认为这种追星会让真正的粉丝敬而远之,实属多虑。君不见迷妹们对偶像的战绩辉煌如数家珍,甚至爱屋及乌转接到偶像的队友和对手的实力和状态身上,这种执着,可一点不比每天下场打球的爱好者低。更何况,难道安安静静看球的球迷是真爱粉,那些自带背景音乐的新生代粉丝就不是吗?

像乒乓球这样的国球运动,之前多少年乒超联赛经营惨淡,世乒赛办到二线城市还得靠赠票撑场面,那才叫凄凉。现在队内打个出征预选赛场面火爆得惊动大批主流媒体,票价卖得直逼演唱会,这才是国球应有的排场。不说这些粉丝有多少会打乒乓球,就冲这股追星的劲,国球氛围只会越来越火。国家队十几年下来变着法的炒作营销,终于捧出了这么几个网红,还都一表人才德艺双馨,这不好好捧成中国体育的优质偶像,想啥呢?真要我是管理者,这样的运动员给我来一打!这样的迷妹,多来几车都不嫌多!

(吴雨辰)

粉丝效应或成国乒发展助推器

“粉丝”这个词语最早流行在娱乐圈,很多时候这个词会带来些负面消息,但中国娱乐圈、体育圈发展到如今,若是少了粉丝这一环,势必会走到相当尴尬的境地。

日前,泳坛帅哥宁泽涛迎来24岁生日,迷妹们为他包下纽约时代广场的电子屏幕,宁泽涛也因此成了因生日而亮相时代广场的中国体坛第一人;国乒“地表最强12人赛”继续在深圳进行,此前把场内外围得水泄不通的迷妹们,因张继科退赛集体撤离,一夜之间赛场空出了一大半。不得不说,粉丝效应让更多人关注起了中国运动项目。

如果词语有情感,那粉丝这个词从一定程度上来说是带有感性色彩的名词。经济学上说,最理想的个体是“理性经济人”,既每一个市场主体都是理性的,并且理性地参与市场交易。但是,如果所有人都是理性的,那庞大的粉丝经济怎么会形成。毕竟粉丝效应就是利用粉丝们非理性的情感因素,从粉丝的情感出发,为品牌和偶像增值情感资本,从而尽可能地带来更多的附加值。

国乒主教练刘国梁深知其中的道理,除了严厉的主教练这一身份,刘国梁还是微博上的“网红”,不靠颜值,不靠出格的言论,他能坐拥124万粉丝靠的就是实力。他与弟子们的互动时常会成为体育新闻的头条,而他一次队内训话的视频,点击量已达千万级。但加入到亿万网民的行列的他当然不是为了在消遣这么简单,他的本意是通过粉丝效应,继续推动乒乓球的发展。

这不,从上海一场普通的乒乓球超级联赛的票房就可见一斑。当日是上海与山东的比赛,许多女性球迷是专程来看马龙的,比赛时间定在下午4点,但不到3点全场已经坐满。她们拿着海报和横幅,不遗余力地为偶像加油。这上座率在原来的乒乓球超级联赛上都不敢想。

有粉丝就有关注,有关注自然会有话题,对于国乒来说这是一次腾飞的好机会,毕竟不是每一项体育运动都有机会圈粉,如何利用这一波强势的粉丝效应,引导球迷、开拓市场,这是留给主管部门、运营方亟待解决的课题。

(沈梦雪)