

# 首爾林花圈行動：一次偶像退圈引發東西之爭

男團RIIZE成員洪承漢退團與否除了爆發首爾的玩樂式抗議，還引來東亞和海外粉絲大激鬥



RIIZE

韓國作家韓江獲得諾貝爾文學獎的當天，韓國的X趨勢還有另外三條熱門話題。

男團RIIZE成員洪承漢本已退隊，近期再宣布重返組合，這個動向引發了粉絲的怒火，成百上千的吊唁花籃由要求他退隊的韓國粉絲送去到經紀公司樓下，公司所在的首爾林甚至被戲稱爲「首爾陵」，偶像的星途花路變成「冥府之路」。

洪承漢是SM娛樂旗下新人男團RIIZE的出道成員之一，在未正式出道前，便因與女友的親密照片被洩露而引起爭議。這樣的負面新聞被認為是一種反向炒作，通常隨着藝人人氣的提升，便會在粉絲的幫忙澄清下，逐漸被公衆忘記，RIIZE粉絲在初期也顯示出了寬容的態度。

2023年11月，出道2個月後的他再次流出街頭抽菸的短片及一段言論具有爭議的直播錄屏。中日韓粉絲普遍的質疑，這兩件事雖不構成嚴重道德瑕疵，但其言行顯然違背了Kpop偶像「乖巧」的傳統公衆形象，在輿論的巨大壓力下，SM娛樂最終宣佈遵照洪承漢的意願暫停演藝活動。

## 與諾貝爾文學獎並列趨勢的上千個花圈

在此之後，RIIZE以六人形式開展巡演人氣攀升，但洪的去向遲遲未公布。洪承漢的粉絲常年包下首爾林地鐵站外的一幅廣告，貼滿了支持和期待他回歸的便利貼。海外粉絲（以美國及東南亞為主）並不認同「吸菸，愛吐槽和有過女友」應該變成被雪藏的罪證，一直不間斷地抗議，幾乎每一場海外演出都會在現場組織喊「Riize is 7」的口號向公司施壓。





## RIIZE

經歷十個月的協商，SM娛樂在10月11日發布洪承漢的手信宣佈歸隊。此舉引發了粉絲群體之間的劇烈分歧，許多韓國粉絲對這一決定表示極度失望，「Seunghan OUT」，「RIIZE以6人活動」隨即登上韓國X趨勢。2.5T和3.5T示威卡車迅速到達現場，載著滾動播放粉絲抗議標語的屏幕，或通過車載廣播播放訴求。就在當天下午六點左右的時候，第一批以白色菊花紮成的七個花籃被擺放在SM的曠野大廈門前，粉絲們隨後非常有組織地申請了警方的報備，公司無法擅自清除。

事件並未就此平息，海外粉絲指責公司屈服於「送花圈」助長霸凌行為，發起了對RIIZE專輯和周邊的抵制退貨，並到各Kpop團體的社交媒體帳號及官方粉絲俱樂部刷屏，要求重視海外粉絲的訴求與貢獻。一位新人男團成員的去留，意外成為了東西方粉絲交戰的背景。

此舉立刻引起更多粉絲模仿，據韓國媒體KNN報道，當晚僅僅以個人名義購買送到SM的花圈有近千個，並且不斷增加，許多花卉公司都因為訂單激增供不應求，通知需要暫緩配送，而通過集資訂購的花圈方陣原定要下一個工作日才能送到，抗議規模還將不斷擴大。

## 粉絲玩樂式抗議

花圈行動中，除了花圈數量空前，粉絲還將花圈上的「輓聯」當作標語創作的載體，使用了很多「流行梗」，讓「花圈」這一具有強烈的民俗意味的殯葬用品，所蘊涵的傳統禁忌性和嚴肅性得到了一定程度的消解，增添了玩樂性質，這一現象是韓國當代年輕人參與社會運動或各類集會時的獨特精神風貌。例如，在一年一度的“延高戰”（韓國延世大學與高麗大學之間的體育校際年度錦標賽）中，大學生們也使用Kpop熱門曲的歌詞和網絡熱梗來製作宣戰橫幅，Kpop文化與社運文化相互浸染。

因成員的變更向公司提出抗議，這種舉動是與Kpop粉絲文化伴生的傳統，通常抗議形式分為：在社交媒體發起話題，在各種平台（如發送郵件或公開信）發起請願，以及在演出現場或公司進行線下抗議。過去SM公司也多次遭遇過粉絲線下示威的衝擊，如要求EXO成員金鐘大退隊，和要求NCT DREAM廢除畢業制成員固定等。但在公司樓下的集會形式，通常只能達成十幾人至幾十人的規模，首爾的冬天非常寒冷，靜坐示威多數只能在一個下午之內短暫進行，並不能形成長期持續有效的抗議。

近幾年，粉絲開始尋求更有效率，能引起更多關注的方案。「卡車示威」興起於2019年，在新冠疫情大流行期間，由於線下集會受到諸多限制，這種形式逐漸成為粉絲們表達訴求的主流方式之一。卡車示威指的是kpop粉絲近年常採用的維權方式之一，通過募資等形式一起租借帶有LED屏幕和廣播設備的2.5T或3.5T卡車，停靠在演出場地或著所屬社辦公樓附近，通過螢幕滾動播放想要向公司表達的訴求。



有新聞記載的第一次Kpop示威車行動，是2020年1月YG娛樂的男團WINNER的粉絲在YG門口進行的，由於粉絲在2018年起持續地向公司發送郵件，但始終沒有得到回覆，於是使用卡車將「活躍活動」等訴求直接打在了屏幕上。隨後示威車被體育界也廣泛採用，2020年11月，粉絲為了表示對Faker所在的電競戰隊T1外籍教練的不滿，也開起了卡車。

2023年5月，卡車行動被亞洲其他國家的粉絲廣泛注意到並且積極加入。男團ENHYPEN的粉絲將卡車停在HYBE公司外，向旗下廠牌BELIFT LAB強烈抗議偶像新歌的編舞動作與女伴舞互動過於親密，要求公司修改編舞，卡車字幕寫着「讓等待的粉絲們變成傻瓜的BELIFT LAB」等指責，抗議形式和措辭的娛樂化吸引了更多社交媒體的傳播。

正如韓國大眾文化評論家鄭德賢所言，K-POP已經不再是局限於製作公司單方面包裝藝人，而是演變成了與粉絲共同參與的結構。隨着K-POP近年來的快速發展，粉絲文化也在與時俱進地尋求創新和變化，以實現更有效的溝通方式。

即使有些網民認為她們小題大做，但由於長期權力不對等下的溝通不暢，粉絲們與經紀公司積累了很多不信任，「花錢花時間看自己喜歡的偶像在台上和其他女生調情」的心情進一步激化矛盾，通過集體行動強烈地表達出來。此後幾乎所有的粉絲抗議活動都會「卡車先行」，也在文案上不斷發揮創意，粉絲示威的標語通常都會變成社交媒體上的話題。



Aespa 7 7

中國的粉絲也很快掌握了卡車示威的策略，熟練地通過中介向韓國的卡車公司下單，2024年Aespa的中國粉絲成功地通過示威，要求公司把原訂於7月7日（中日戰爭紀念日之一）的日本演唱會延期。她們也開始把這套抗議技巧帶入內娛實踐，例如在時代峰峻的第三代男團出道之後，不滿意番位的幾家粉絲紛紛在重慶時代峰峻所在的長江國際寫字樓周邊開卡車環遊，但在中國語境下，官方顯然對類似事件更為敏感，粉絲的卡車停在路邊的時間過長就會立刻遭遇驅趕。

送花圈的習俗在2024年逐漸流行起來。7月31日，女團NewJeans粉絲們將數個殯葬花圈送給母公司HYBE的代表方時赫，抗議其在與廠牌ADOR代表閔熙珍的糾紛中，屢次犧牲成員的利益，並且存在長期不公正對待。

到3個月後的洪承漢事件中，粉絲送上的花圈呈數百倍增加，即使很多人認為：粉絲的抗議意見，並不能干擾公司的決策方向，做這些是沒用的，但一直緊密關注事件進展的RIIZE粉絲@海上公墓園並不贊同：「雖然我和放花圈的人她們不一定有同一個立場，我也不喜歡花圈帶有的詛咒含義，但是我會讚揚這些敢去做任何的反抗形式的人。我知道世界上的這些社會運動不成功的是大多數，你的意見表達了之後不被聆聽的是大多數，上面做決策不願意撤回的是大多數。我們永遠都是那個比

較弱小的群體，但是弱小群體再小也有發聲的資格，再小也有凝聚起來去做相似的行動，引發更大的輿論聲量的空間。」

Kpop團體中的某位成員被爆出醜聞後，被韓國本土的粉絲要求退團，這樣的先例屢見不鮮。過去這種習慣被一些學者認為是東亞社會強調集體榮譽的價值觀，給東亞粉絲群養成的「原生家庭」般的影響。演唱會現場的整齊劃一的「應援棒文化」也是其中一種體現，粉絲社群習慣通過追星的共同身分，尋求集體認同感。當團體與粉絲的形象一榮俱榮一損俱損時，只有剔除了污點成員，粉絲才能持續以輕鬆的心情追星，而不會因為團內有醜聞成員，而遭到其他粉絲圈的嘲笑。

「污點」的範圍涉及較廣，「戀愛之罪」首當其衝，偶像的戀情會對粉絲建立的與偶像間的親密關係想像造成衝擊，同時也需要成員注重形象管理，謹言慎行，不要發表違背主流意識形態的觀點冒犯到任何群體，形成了獨特的一套Kpop偶像的倫理要求。這種「滅人欲」的規訓常常引發社會討論，有人難以理解，也有人認為偶像選擇在個人意志上退讓，成為符合各種觀念的最大公約數，來維持對粉絲群體的尊重。

長期以來，Kpop團體的成員需要盡可能保持健康美麗，沒有緋聞，團隊融洽，性觀念保守及政治中立的形象，幾乎是Kpop文化的共識，也被認為是經紀公司，成員和粉絲之間的默契。

而這種習俗，隨著Kpop在歐美市場高歌猛進十年之後，漸漸發生了變化。

## Kpop西進時失落的東亞本土

2021年8月，NCT的香港成員黃旭熙被三位中韓粉絲連續爆出「私聯睡粉」的醜聞，人氣一落千丈，立刻暫停活動反省。當日起要求其退團的呼聲，就在中韓互聯網蔓延，即使在他2023年宣布退出NCT，2024年Solo出道後，中韓粉絲的抵制也並未停止。他的新歌在韓國音源榜Melon上首小時點讚僅43個，但同期發行的，他的前團隊NCT成員金道英的solo曲點讚首小時破萬。「塌房」後的黃旭熙，在中國的Kpop粉絲圈可以說是人人喊打，粉絲製作了大量帶有羞辱意味的梗圖，許多人即使想要關注他的消息，也會為了「政治正確」表示自己只是在看「動物表演」。



| NCT

這樣中韓持有共識的局面，與英文世界截然相反。黃旭熙回歸的新聞直播中，實時的英文評論一直在鼓勵和歡迎他的復出，在官咖和Instagram的評論區也能看到使用中英文的粉絲互相討論，對是否要原諒他持完全相反的態度。他最終取消了自己故鄉香港站的巡演，僅保留了東南亞場。

同時，西方Kpop粉絲的一些主流政治意識，與東亞粉絲的觀念互不相同，過去也發生過多次小摩擦。在2024年初，以色列與哈馬斯的衝突引發了海外K-POP粉絲群體的行動，許多支持巴勒斯坦的粉絲，呼籲抵制公開提及支持以色列的品牌如星巴克和麥當勞的Kpop藝人。



據她們發布的藝人名單，包括全昭彌（Somi）、BLACKPINK的Jennie、Aespa的所有成員等，因為社交媒體上有喝星巴克咖啡的照片，都被號召一同抵制，她們的評論區被佔領：「血腥咖啡」，「請你道歉」，「星巴克是支持以色列的品牌，喝它就是無知的行爲，等於你在支持屠殺」。她們不斷建議自己喜歡的Kpop藝人公開發表對以色列的譴責，但幾乎沒有Kpop藝人特別發表觀點或就此道歉。

其中最嚴重的兩起抵制事件是，NCT的金道英因成爲麥當勞公益活動的“幸運漢堡”大使，連累全團二十多位成員集體遭到了海外粉絲組織的Instagram和X帳號脫粉，看熱鬧的中國粉絲還每日更新成員們帳號的脫粉數據比拼。而5月，NCT又再次和韓國星巴克推出一系列為期兩個月的聯名周邊，脫粉事件再次上演，正在軍隊服役的成員李泰容因在動態中短暫發表支持和平的言論，被視為反對這次合作，僅失去了679,813名粉絲，而沒有表態的李馬克的粉絲數則減少了988,000。

激烈的大規模脫粉，要求亞洲偶像和自己站到同一條和平戰線的行為，並沒有獲得東方粉絲的共情，韓國粉絲對海外粉絲的「情感勒索」感到非常不快，反覆澄清星巴克在2023年就已經退出其在韓國的合資企業，並將股權全數出售給新世界集團（Shinsegae Group）旗下的零售貿易買得（E-Mart），和新加坡的主權財富基金GIC共同經營，韓國的星巴克不存在支持血腥戰爭的立場。

而中文網絡裏很多粉絲的態度甚至是嘲諷，她們認為一向專輯購買量比較少的海外粉絲，卻可以在美巡歐巡得到更好待遇，還喜歡在社交媒體「道德綁架」，中文粉絲感到厭煩，NCT的粉絲@珉詩瑰綻櫻無所謂地表示：「側面反應人氣排名，活粉越多掉得越快」，當合作結束後，7月NCT的關注數又立即回升，她們嘲笑得更厲害，「洋妞不花錢，就愛搞這一套，並且立場也並不堅定。」

## 被當作女性與亞洲崛起的勝利

兩套不同的對待偶像的觀念，在首爾林的花圈現場，衝突也一觸即發。有中國粉絲在花圈前拍攝Dance Challenge，這條短視頻被轉發到Tiktok後，她遭遇了數百萬海外粉絲的聲討。現場說英文的外國粉絲撕毀花圈，大罵韓國粉絲使用傷害性的詞語攻擊洪承漢是霸凌行動，也有本地粉絲暴力撕毀洪承漢的廣告大屏上的便利貼還擊。

事件發酵三天之後，抗議情緒不降反升，即使RIIZE成員朴元彬在官咖發出長文為事件降溫，希望幫助粉絲接納洪承漢的回歸，然而卻起到反效果。朴元彬的中國粉絲非常憤怒，以「公司推人氣成員出來為爭議脫罪」為由，兩小時之內完成了一百個花圈和多輛卡車的集資，準備在4至6小時之內送達現場。

花圈到達前，SM再次發布公告，一封洪承漢的退團手寫信，讓爭議告一段落。中韓網的粉絲集體慶祝自己的主張終於得到了重視：「經此一役，我現在真的強得可怕」，並自費清理了現場花圈，還未送達的也一併銷毀。

在X上，韓國粉絲@muse\_at非常驕傲地宣稱此次洪承漢退隊的成功抗議標誌著「女性人權得不到尊重的Kpop產業的最弱者——女性粉絲可以聯合起來」，「那些曾將女性消費者的購買力視為痴迷追求或盲目喜愛的業內人士，現在必須更加注重她們的需求」，「讓擁有絕對優勢的Kpop界的男性學會了恐懼，女人取得了成就」，「應該被視為行業革命」。



RIIZE

這種看法將抗議目標從一個個體，提升到女性意識與父權結構的對抗，不僅在X上收穫大量點讚，也在搬運到微博後得到普遍支持，更為送花圈的集體行動賦予了一層英雄主義色彩。

更響亮的勝利宣言是「贏了西方」，東亞粉絲對偶像產業的共識讓她們自動形成了同盟，對抗的他者正好是總在挑戰她們邏輯的「養牛」，作為「洋妞」諧音，「養牛」這個新流行起來的詞語，承載了一年年積累起的限韓令下的中文互聯網對Kpop「西方優待」的怨氣。

Kpop團體在歐美被稱之為「更媚粉」，曾多次引起東亞粉絲的不滿。NCT127在2019年的美國巡演途中，與偶遇的白人粉絲親密合影，就遭到了韓國粉絲的聲討，2024年的米蘭時裝周上，Enhypen在秀場外和粉絲熱情擊掌互動也造成一大批粉絲破防脫粉：「我們要花幾萬塊等十幾個小時才能得到的，別人站在那裡就得到了，覺得自己好可笑。」

花圈行動中，韓國粉絲在請願書裡明確地寫出：「請公司不要被虛幻的歐美市場的影響力蒙蔽，重視市場貢獻更多的中日韓粉絲要求退隊的呼聲。」

「她們現在當自己打贏東亞崛起之戰了，」海上公墓園說：「這是我第一次在文本裏看到點名中日韓三個國家作為Kpop正統，所以我覺得它背後蘊藏著一套東西方價值衝突的小邏輯在裡面。我也看了英文報導，洪承漢這種私生活問題，放在西方人眼裡可能真不算什麼，許多叛逆行為是被鼓勵的，但對於東亞的消費者而言，它包含了整個Kpop對偶像有所制約的習俗的傳承。這是兩種完全不同的世界觀的衝突，當衝突兩端分別代表著東西方時，又會引發民族情緒上的衝突。反而會加重我們亞洲女生，把抵抗西方觀念對自己的侵蝕，作為一種捍衛自己的傳統文化和主體性的策略。」

@小試管在Bilibili分享了更為極端的對抗心態：「看到一種觀點，洋妞其實是在通過這種和中日韓粉絲對着幹的方式對中日韓粉進行霸凌，洪這個位置是誰並不重要，讓中日韓粉不痛快就行了，本質是一種隱形的種族歧視。」

在本土粉絲的眼中，中日韓是最主流的市場，和其他海外二級市場有差別。「微博評論區對Riize is 7的仇恨態度不僅是對洪承漢的討厭，更多是她們不滿洋妞滿口正確的口號，花一杯咖啡的成本，就可以得到更好的追星體驗，但最後更多的銷量票房成績卻還是要東亞人來買單。所以7所代表的不僅僅是RIIZE的活動型態，而是亞洲利益被侵害的一個體現，洋妞喊口號的姿態越強勢，東亞粉絲對7人組就越痛恨，上升到了民族意識和東西對抗的層面，集體行動就更宏大更具有合法性了。這次讓RIIZE保持了六人而不是七人，象徵著拒絕向（不認同我們這套愛豆系統的）西方屈服的一場勝利，是對Kpop現在為了闖美而輕視亞洲的本末倒置思路的一種反抗。洪承漢退了，她們就像成為了自己的民族英雄，」海上公墓園理解這種心情，但她並不認為洪退隊是一個HE結局，她作為RIIZE成員鄭成燦和朴元彬的粉絲，非常擔憂依舊留在組合中的成員未來海外發展的處境：



「RIIZE11月底要來洛杉磯參加MAMA頒獎禮，群組裏其他組合的粉絲都在嘲諷Briize（RIIZE粉絲名）說，我們到時候要代表亞洲和喊Riize is 7的洋妞在線下打架。我覺得花圈行動是一場東亞主流意識造成的多數人暴政，這個結果符合她們的利益，她們現在爽了，但引發了另一端意識形態的極度反撲。現在海外粉絲以霸凌為名，要求各國代購平台停售RIIZE的產品，要反証洋人沒花錢這個觀點是錯的，這件事還遠遠沒有停止。」

## 「洋妞」無法理解的「亞女」追星法則

退團的消息被視為SM對花圈示威的妥協，徹底點燃了海外粉絲的怒火，很快#SM支持霸凌#的話題，在X世界趨勢登頂第一，並在全球十七個國家上榜。爭議並未以洪承漢的悄然離場告終，首爾林站呼喚他歸來的地鐵廣告依舊亮著燈，便利貼開始成倍的增加，為了防止留言被再次破壞，並非亞洲面孔的粉絲在廣告牌旁邊輪流值班。10月19日起海外粉絲在首爾林及洛杉磯Ktown，陸續發起線下示威活動，新一輪的卡車停在了曠野大廈門口，要求正視已經具有規模的海外市場對K-pop的貢獻。



10月28日，來首爾看NCT成員鄭在玹的單人演唱會的@翻滾的巧克力，來SM的周邊店逛街，憑吊花圈已經被洪承漢粉絲的橙色聲援花籃取代，當她把照片傳出去，不清楚事情進展的朋友還問怎麼花圈是彩色的，「我跟她說這是盼漢歸的首爾林之春」，海外粉絲籌集的宣揚RII7Z的易拉寶上還印有30個國家的國旗，翻滾的巧克力看到「外國情侶和國旗合照的時候，我聽到韓國的初中生正在痛罵洪承漢。」

英文世界的海外粉絲更有影響力的反抗行動發生在社交媒體，她們發揮自己最擅長的技能，「Riize is 7」的留言幾乎席捲了所有Kpop團體和平台的官方賬號的評論區，包括與Riize完全無關的ZEROBASEONE，TXT，BoA等歌手的帳號。在官咖平台WeVerse裏，每一個團體的版面都有類似的留言，即使被其他團體的粉絲屢次勸阻，刷屏還在繼續。BoA發文稱自己沒辦法左右SM的決定，希望不要再被無關的留言騷擾。

@沈騰要做辣妹非常反對刷屏:「她們覺得愛豆戀愛是自由的。因☒談戀愛才讓他退團，她們感覺所謂的自由受到了攻擊。她們其實甚至都不認識這個人，也一樣聲討着讓他歸隊，可是她們在意整個圈嗎？如果哪一天無所謂愛豆談戀愛的話，那這個圈才完了。」

X上#JUSTICEFORSEUNGHAN#的話題下有很多目標為2000至5000美金的募資項目，將繼續投入示威，部分海外粉絲號召在MAMA頒獎禮停止為RIIZE投票，她們積極地向各國的Kpop產品經銷商發郵件，要求他們下架或者退款RIIZE的專輯及周邊產品。目前已經有新加坡，德國，美國的多家

KPOP售賣商宣佈停止銷售RIIZE商品，包括其中一間此前負責SM娛樂包括NCT在內多個團體的北美巡演的合作夥伴。

面對霸凌指責，中國粉絲普遍並不買帳，「她們只關注不花錢，掉了關注又怎樣，就像新房子失去了甲醛」，「洋妞抵制，那不如正好不要闖美了，反正在美國也不紅。還不如做好自己的本土市場。」的觀點反而更多，@島崎755認為從粉絲的處境出發，花圈非送不可：「一些路人以及洪承漢粉絲認為送花圈及抗議的行爲太過激，是對其霸凌，影響了他的人生，也有很多善良的六椅粉（支持RIIZE六人組的粉絲）在自我反思。但我想說的是粉絲的呼聲是很渺小的，本來就在與公司對弈的天平中屬於弱勢的一方，只有將所有的砝碼一腳踩到底才能讓天平微微傾斜，洪承漢要爲他的行爲和人生負責任，我也會對我抵制的行爲負責任，所以面對路人譴責的過程中，我承認可能給予了他很大的惡意。但我不後悔所做的一切，可能要抱歉有些話傷害了他，但我仍然還是會再次追隨自己的想法。」

罷買專輯周邊還波及到了其他SM公司的團體。「她們還要求連Aespa一起抵制，這不荒謬嗎？就因為Aespa是SM在海外賣得最好的團體，她們覺得東亞人霸凌了一個無辜的人，她們就可以霸凌更多無辜的人以暴制暴嗎？為什麼洋人總要別人按她們的意思來啊？」海上公墓園對越來越聲勢浩大的抵制行動感到不安，在北美的她特意走訪了Ktown的幾家音像店，確認了RIIZE的產品還在正常售賣，主流的銷售渠道沒有受到明顯的干擾才放下心來：「確實也在店裡看到Staff寫了支持洪承漢和7人的標語，這是她們的主流民意可以理解，但是似乎還沒有因此就和六人組不共戴天。或許在MAMA不得不面對那個口號，現在RIIZE的中國團站也組織了在LA MAMA發放手幅支持6人型態的組合現狀，不過口號也並不是Riize is 6，還是很不願製造衝突的，所以希望大家線下都是體面人吧。」

海外生活經驗更豐富的中國留學生粉絲更加具體地描述了與「洋妞」一起追星時感受到的文化隔閡：「我在reddit上和B站交叉衝浪，體會非常明顯，我覺得（東西衝突）這一點被討論得遠遠不夠，」@姑且把名字改一改說，「在這次抗議潮裡我自己第一次看到本土粉絲明確指出本土和歐美觀點存在不可彌合的分歧。東亞和歐美粉絲的觀點不一樣，尤其是和親密關繫、性、身材規訓相關的話題，東亞粉絲看似規訓更多，但是放在東亞背景下這並不是保守態度的延續，而是對偶像職業倫理的要求。無論日式偶像還是韓式偶像，把工作賦予的魅力轉化爲給私生活牟利的籌碼，本來就不該被容許。歐美粉絲不能理解，新自由主義的剝削離他們太遠了，其文化批判意識也遠不足以跨文化理解愛豆，只會重複一些cliche，反而見到一些淺薄的視覺符號就高潮。這不是東西方文化的問題。偶像在文化生活裡的位置不一樣，和粉絲的情感關繫不一樣，製作模式、勞動者本人對其藝術人格的貢獻程度都不一樣，拿粉絲錢的商業模式也不一樣——對性自由、親密關繫的觀念衝突只是微不足道的一部分。講英語的一些粉絲僅僅因爲文化上的優越感，就否認了前述的一切不同，把偶像庸俗化爲一個大明星，我不能接受，並必須說這些人山豬吃不了細糠。」

長期在美國生活，並對粉絲文化學科研究有興趣的邦尼認為，歐美粉絲的追星思路相對更「簡單」，她們對愛豆的道德要求更低，因為她們的種族身分決定了她們離東亞粉絲文化裡所熟悉的「夢女」身份更遙遠：「我體感從很多方面歐美粉絲就是一直不買帳愛豆作爲一種東亞特供職業賽道的，她們追Kpop和追The Weeknd之類的流行歌手本質上是用的同一個消費模式，並且先入爲主地覺得東亞粉絲對愛豆parasocial affect這個層面的情感是不健康的，愛豆販賣illusional image，各種互動和男友人設也是病態的行業模式，就應該只看藝人的業務/作品/技能這樣。但這裡可能有種族的因素在，比如東亞女當然會做愛豆夢女，因爲愛豆是真的會找亞女談戀愛睡覺啊！但其他人種女性對東亞男的性幻想就…現實層面上說更單方面/沒可能，畢竟和洋妞搞對象的愛豆幾乎沒有。」





RIIZE

## 在多數人暴政裡被擠壓的空間

雖然要求公司再次撤回退隊決定並不現實，但海外粉絲不斷為洪承漢聲援的消息的出現，讓身在中國，只能被積壓在「花圈妹」中間的洪承漢粉絲悲憤的心情，得到一點點安慰和緩解。比如在十個月的等待中，曾多次使用塔羅牌來占卜洪承漢歸隊日期的@鹽，短時間內經歷大起大落大喜大悲，讓她非常疲憊，「折騰了一禮拜，我停了好久的體重都破平台期了。」她幾乎屏蔽掉了微博上所有的關鍵詞，只去X上看關於洪承漢正面積極的信息。

「其實不在意緋聞的亞洲粉絲也有很多，甚至在不在意都是很私人化的」，鹽說她如果有休假也要去首爾林參加支持洪承漢的示威，「花圈已經傷害了我和跟我觀點一致的人，花圈妹用這麼可怕的手段把我們所有人逼得以淚洗面，現在她們鳴金收兵了，痛苦轉移到了別的地方，不會憑空消失。都是洩憤，她們洩完不準別人洩，這不合理吧。可怕的事情發生之後，不就是會有可怕的反饋嗎？」

面對花圈事件裡被廣泛使用的「打垮西方打垮男權」的英雄敘事，鹽覺得非常傷心：「大家覺得很理直氣壯，是因爲覺得他有男性這個身份，所以傷害不了他什麼，沒有人覺得自己在欺負人，因爲不覺得他是弱者。但其實男愛豆在這種事情上的處境類似女人，他們很輕易就會被摧毀，相比一個在職場的普通男人的處境更脆弱，這件事對女人的好處是很有限的。並且它實現的方式對個體是很殘忍的。洪承漢被退團了，那些因爲莫名其妙的爭議被折磨的女愛豆也不會處境變好，我甚至可以預見，將來送花圈這種行爲對會普遍被施加在女愛豆身上。韓國現在就是個情緒尤其濃烈和尖銳的地方，他們本來也是大國之間的衝突緩衝地帶，他們處在內戰的邊緣，所以民眾情緒很激烈。尤其Kpop是個指向全球化目標的行業，它就是會被很多文化衝突掃射到，或者成爲文化衝突的戰場，就像烏克蘭是歐美和俄羅斯的戰場一樣。」

「我們鹽現在的情緒就像被打爆了的烏克蘭，有人拿227和花圈事件聯繫起來，我覺得不太一樣，227是舉報為主，利用公權力謀私，本質上是和威權下的審查制度的共謀，花圈又是警察局備案又是大量佔領公共空間，是另一套民主社會的社運抗議的邏輯，只是它的激烈程度已經徹底無視了無法反對它的弱勢群體，比如單純地喜歡洪承漢的人完全被裹挾著，根本沒辦法申冤，本質屬於民主社會下無法避免的多數人暴政，所以還是很不一樣的。」海上公墓園作為鹽的好友，從積極幫助她聲援洪承漢，到不得不擔心起自擔的處境，反覆搖擺的立場讓她的表達陷入了兩難，「洪承漢這個人身上，怎麼也沒有道理背負得了對抗西方和對抗父權社會這麼大的兩重歷史使命吧？要說這些粉絲群體事件有什麼像的，就是都不給對方留協商空間，都只想最有效率地實現多數人的目標，於是就手起刀落害人。但是一個事件結束之後，戰場和失落的心情是要粉絲們自己收拾的，他進進出出

一場，搞得幫他說話的我們元彬裏外不是人，其他成員像我們成燦什麼都沒做錯過，還要被一起抵制。

「MAMA今年第一次在北美辦，主辦方在USC的講座上還很驕傲地宣布場地選的是奧斯卡頒獎的劇場，我本來想漂漂亮亮地穿小禮服去拍拍照，看喜歡的人拿獎，結果一上網每天烏煙瘴氣，洪承漢的粉絲要罵我們欺負人，別團的粉絲拿我們當笑話玩梗，還要面對線下可能出現的洋人的價值觀騎臉，我好久沒有覺得這麼委屈了。」