

# 兩位中年媽媽加入“飯圈”之後

媽媽開始追星，陳笙和宋影第一時間表示理解，她們覺得，已是中年的母親有了自己喜愛的事情做，是心態上的年輕。

但她們後來發現，兩位媽媽的追星行為漸漸變得近乎“狂熱”，盯偶像最新動態、加入粉絲群、刷榜做任務、為偶像花錢“打投”、超量買偶像代言產品……

在媽媽變味的追星行為中，陳笙和宋影瞥見了“飯圈”的瘋狂。

宋影覺得媽媽越來越不像是“為了自己”追星，常常疲于做任務，迫于“飯圈”壓力買沒必要的東西；陳笙則說，媽媽追星影響到了家裏的正常生活，一次源起于媽媽偶像的矛盾爆發後，她離家出走，之後父母也因關係不和分居。

宋影將媽媽追星“打投”的經歷發在網上後，在網上引起了爭論，用她的話說，是和“飯圈”進行了一場交鋒。她也得以有機會與媽媽進行了一次長談，達成和解。

陳笙和宋影媽媽追星的故事，或許只是“飯圈”亂象中的縮影，而相關部門的治理正不斷加碼。繼今年6月15日開展為期2個月的“清朗·‘飯圈’亂象整治”專項行動後，8月27日，中央網信辦發布通知，提出規範粉絲群體賬號，嚴禁呈現互撕信息，不得誘導粉絲消費，規範應援集資行為等措。

## 【以下是陳笙和宋影的口述】

陳笙：一開始還替媽媽高興，後來感覺她被“洗腦”了

我媽媽四十多歲，閒暇時會用手機看看小說、電視劇，日子過得也算平淡。2019年，媽媽追了一部電視劇，兩名主演深深吸引了她，她看完電視劇，繼續關注兩名演員。

媽媽以前不用微博、抖音、B站這些App，為了追星，她先下載了抖音，主動去搜一些相關的視頻，後來抖音也會給她自動推薦。媽媽之前和我聊過，抖音裏和偶像有關的視頻她都盡數看完，後來大數據推薦的內容也都看過，但這些還是不能滿足媽媽的追星需求。

她開始玩微博，也會和我講在微博上看到的內容，雖然我不追星，也不怎麼懂，但她和我講的時候我都聽得津津有味。

媽媽在微博上看的內容更多更雜，她和我分享討論過，她關注了一些同屬性的CP粉（注：喜歡兩個明星，且喜歡並期待兩個人互動的粉絲），會翻看微博熱搜、粉絲發言，甚至是“私生視頻”（注：喜歡跟蹤、偷窺、偷拍偶像的粉絲拍攝的視頻）。在我的印象中，媽媽不喜歡“唯粉”（注：祇喜歡一個人，部分“唯粉”不喜歡自己偶像和其他人有關聯），講起“唯粉”時還常常很生氣。在她口中，“唯粉”總會“罵我們”。

我一開始并不了解追星族的日常，但後來媽媽講的多了，也懂了七七八八，我開始知道媽媽所處的“圈子”——“飯圈”，是粉絲們因

為相似的追星愛好，聚集在一起形成的圈子，大家有自己的活動區域。建群討論，分享偶像信息，一致對外。

媽媽年輕的時候不追星，多年來一直將重心放在家庭上，爸爸常年在外工作，我和弟弟都在讀書，家裏常常祇有她一個人。如今，她能將注意力更多放在偶像身上，聊天的時候有着那種油然而生向外散發的愉悅感，我能感受到媽媽對追星的熱愛，我覺得她是找到真正喜歡的事情做，誇她很時髦。

但當生活中多了追星的內容，家庭的平衡也被打破。

媽媽其實是我的繼母，我十歲前是爺爺奶奶帶大的，上了中學也一直住校。我和媽媽之間的交流不算很多，平時我和父母弟弟四個人在家裏，也都是各自待在自己房裏，這些年媽媽對我都很好，我一直把她當親媽。

去年3月開始，媽媽漸漸買一些偶像代言的產品，她自己不吃，一般祇是把包裝上的照片留下來，我和弟弟就因此收到很多零食。其實在我的印象中，媽媽會過日子，為了追星，買些偶像產品，我覺得也無可厚非。

新冠疫情爆發後，我和弟弟就一直待在家，媽媽和我的聊天內容從以前的生活瑣事、未來規劃、人生哲理等等轉向了追星和偶像。我知道媽媽加入了粉絲群，她讓家人幫忙做“數據”，把手機屏保設置成偶像照片，常刷微博看熱搜，看粉絲拍的偶像視頻。

在我們的聊天裏，她和我說她的偶像們打拚十分不易。媽媽從不吝誇獎偶像，對偶像的優秀之處總是大加讚賞，覺得網上很多人對偶像惡語相向、十分過分，時不時還會對其他明星做一些評價，罵罵“黑粉”。

雖然聽媽媽講了很多，但我其實不感興趣，完全是出于支持她分享心情的想法，每次都會默默聽，基本不發表自己的觀點。

媽媽對追星的熱愛也不局限于和我分享，可以說得上是“逢人安利”。我弟弟學習成績一般，媽媽就鼓勵他去職高學自己偶像那個專業，我不確定弟弟是否真的喜歡這個專業。

偶像對媽媽的影響越來越大，大到對我的家庭生活產生了實質的影響。媽媽偶爾會借她的偶像來貶低我，“考公沒用，讀書沒用，人家隨便設計東西就能賺幾十萬。”

我對媽媽的這些想法不太認同。有一次媽媽告訴我要“以他們為榜樣”，我當時實在沒忍住，就反駁了媽媽，媽媽聽後顯得格外激動和生氣，“xxx又沒有違法亂紀，怎麼不能做你的偶像！”

這次吵架中，我最生氣的是她說了過分話，讓我“滾出這個家，不要回來！”

我事後想過，自己當時不該說那句反駁的話，我以為媽媽祇是

時處在氣頭上，怎麼可能真的把女兒趕出家門。吵架後媽媽就出了門，我想着媽媽也許是去冷靜了一下，可她再回家後，還是格外堅決地讓我“滾”，還說別再回來。

我很快收拾好行李離開了家，在北京找到工作住了下來。其實以往寒暑假我都會去實習或者旅游，在家的時間不會太長。2020年疫情是我在家最長的一段日子，沒想到會以這樣的方式結尾。

今年暑假我回家的時候，我父母已經分居了。現在家裏各處佈滿媽媽偶像的照片、代言產品，據我所知，爸媽是從去年下半年開始分居的，兩個人經常吵架。我們家有三間臥室，原本父母一間，我和弟弟各一間。我和弟弟不在家時爸爸睡在我們倆屋裏，如果我和弟弟都回去了，爸爸就在沙發上湊合。

我不太願意用“洗腦”來概括媽媽改變的原因，但實在找不到更合適的詞了。

面對現如今家裏的這些變化，我不敢說完全是媽媽追星引起的，但至少是個重要原因。

## 宋影：追星有沒有帶來更多的快樂？媽媽沒有回答

我媽媽50歲出頭，平時有自己的工作，我和爸爸也都上班，在家時間不算太長。2018年底的時候，媽媽喜歡上一個明星，我不是很清楚媽媽因為什麼開始追星，祇記得從那時起，媽媽會認真地聽那個明星唱歌、看他直播、回顧他過往的影視作品。

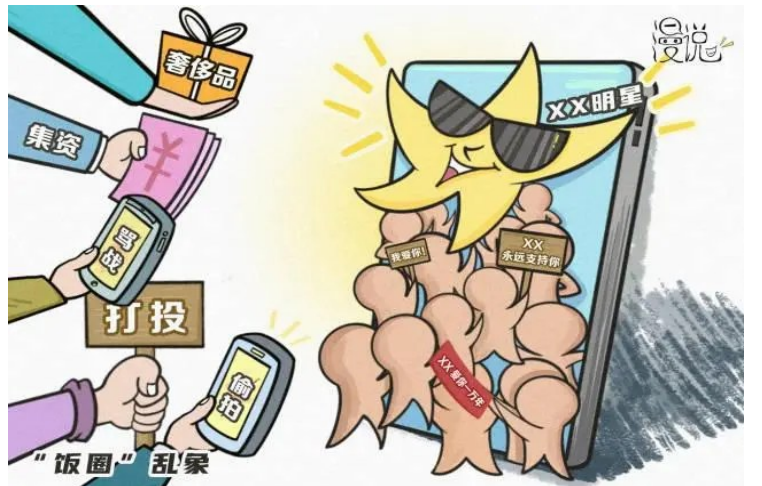
現在差不多三年過去，媽媽還是在追他，以前她空閒時會和朋友出去旅游、逛街、跳廣場舞，現在已經很少了。我有時候還開玩笑說：“媽媽實在是個長情的粉絲。”

媽媽追星的過程和大部分年輕女孩沒什麼區別，以前她是不會用微博的，但追星之初她就下載了微博。一邊將偶像過往的作品翻出來看，一邊時刻關注偶像的最新信息。後來線上追星已經不能滿足媽媽的熱情，她也開始參加線下活動。

之前我以為，接機（注：指明星飛到某座城市後，粉絲去機場見偶像）是專屬於年輕人的一個活動，但媽媽打破了我的固有印象，她和其他幾名真“媽媽粉”一起接過好幾次機。

我一直想，如果媽媽的偶像開演唱會，我肯定得努力買票帶她去現場看，可惜偶像之前開演唱會的時候，媽媽還沒有去線下的打算，這兩年想去了，媽媽的偶像却一直沒有開演唱會。我祇帶她去過一次迪士尼的線下活動，那次應該是媽媽難得在公開的活動中親眼見到她的偶像。

一年多前媽媽加了一些粉絲群，群裏要求粉絲每天完成固定的任務，做完後要在群裏打卡。任務種類頗多，線上任務包括打榜、投票、“反黑”等（注：反黑是指粉絲通



過多種方式幫助偶像減少黑料，增加正面內容）。偶像出了雜誌代言，我媽媽也會去買，這也被算作“數據任務”。

我記得媽媽剛接觸到這些東西時，每天都會花兩三個小時來完成任務，有時回家晚了媽媽還會有點着急地抱怨兩句：“今天任務還沒做呢。”

我是慢慢注意到媽媽的變化的，她的追星模式不像以前那麼單純了，我不知道這種做任務的方式能不能帶給她新的快樂，但從我的角度看，這更像是在完成領導交給自己的任務。

剛開始做數據的時候，媽媽祇會在自己手機上做數據，偶爾借我和爸爸的手機做，逢年過節也會拿親友的手機一起幫忙。但最近，媽媽已經在“做數據任務”這件事上花錢，也就是很多人知道的“打投”。

我以前多多少少和媽媽聊過“打投”的問題，我自己覺得這種方式沒有必要，我希望媽媽不要在這種事情上多浪費時間，但無論是半開玩笑提起還是認真地勸說，媽媽都不會正面回答我，轉頭又繼續去做任務了。

我有時候也在想，她是不是真的像網上說的，受到了“飯圈PUA”的影響？（注：指飯圈內部其他人以愛的名義勸說或要求其他粉絲為偶像奉獻一切）現在想來或多或少是有的吧。

偶然有一次我和媽媽坐在沙發上看電視，當時媽媽正好玩手機，我就瞥到了她手機裏的內容：是群裏其他粉絲正在鼓勵大家去多買偶像代言產品衝銷量，這個現象我一直都有所耳聞，也聽說過“買一衝三”這種詞，大概可以理解為：能力範圍內可以買一本雜誌，但為了更好的銷量成績，粉絲之間會相互鼓勵，讓大家咬咬牙衝三本。

我從不會反對媽媽花錢買想要的東西，但如果媽媽祇想買一本雜誌，却受到其他人的影響，或者因為銷量數據自我施壓，去買三本甚至更多，我是難以認同的。我希望媽媽追星可以“為自己而追”。

最讓我不能理解的是媽媽在“打投”上不斷地花錢，前一陣她在自己手機上花了錢，又借了家裏人

的號繼續花，當時她沒有支付成功，我就阻止她繼續付款了，至于之前媽媽為打投花了多少錢，我就不得而知了。

我怕媽媽在“飯圈”的誘惑中越陷越深，但實在找不到合適的方式來勸她，無奈之下，我向一個網絡大V投稿了媽媽追星打投的事情，希望網友幫忙提些建議，可以讓媽媽早日“醒來”，卻沒想到這次投稿引起了巨大的爭議，甚至上了熱搜。

在這份投稿中，我除了講述媽媽花錢打投的追星經歷，還提到她因偶像代言買了一臺800元的咖啡機，這臺機子至今在家裏落灰。

“媽媽花自己的錢買喜歡的東西，有什麼不可以？”一些“飯圈”網友質疑我。

我沒想到投稿會引發如此大的討論。在買咖啡機之前，媽媽也買過偶像代言的牙膏、飲料、零食等，但媽媽以前買代言品前會進行甄別，買的東西都是家裏需要的，可咖啡機却真的不需要。

舉個例子：我前一陣沒打招呼給父母買了一臺自動掃地機，東西送到家後，爸媽嘮叨了許久，他們認為我是在“浪費錢”。在家裏，祇要有人買了不實用的東西，其他人都會說上幾句，我對媽媽買這臺咖啡機的不認可也是如此。

這次投稿讓我與“飯圈”文化在網上進行了“交鋒”，這是最沒想到的，我收到一些謾罵，也收到一些鼓勵和建議。我還是認為媽媽受到了一些群體文化的操縱，我希望媽媽不要受制于這種規則，希望媽媽不要在“沒意義”的事情上浪費時間和精力。

我投稿當天就把投稿的事情告訴了媽媽，她聽到後並沒有覺得生氣，祇是認為我有點衝動。但也正是因為投稿事情的緣故，我和媽媽有機會坐下來好好聊了聊，我們一起談了四個多小時，關於追星，我們達成了一致：星繼續追，代言雜誌繼續買，數據任務不做了。

在這次談話中，我試圖問媽媽，做數據、買更多代言，有沒有帶來更多的快樂？但媽媽沒有回答。

（陳笙、宋影均為化名）

# 27年歷史，被譽為“教培黃埔軍校”，這家教培機構宣布倒閉

8月31日，成立27年、曾被譽為“教培黃埔軍校”的巨人教育宣布倒閉。據“巨人教育”官方公眾號公告，巨人學校由于經營困難，秋季將無法繼續向學員提供教學服務。作為一家27年歷史的培訓學校，我們對不能履行對大家的承諾深表歉意和遺憾，由于多種原因，我們也對可能無法滿足家長的退費要求深深自責。本着對家長、學生負責的態度，我們聯系了許多優秀的培訓機構提供課程，也通過第三方機構協調了許多資源，希望用這些課程和資源幫助巨人的學員轉化未消耗的學費，減少家長們的損失，希望能得到大家的諒解。

感謝中國民辦教育協會協調行業內機構對巨人的幫助，感謝高

思教育、童程童美、核桃編程、溢米輔導等機構出于社會責任感向巨人學員伸出的援手，感謝“萌圈圈”為巨人學員提供的多樣化轉化選擇，我們衷心希望通過我們的努力和社會各界的援助能夠讓巨人的學員和家長得到一個妥善的安排。

巨人的核心管理團隊會繼續堅守，處理好學員家長的問題，由于人手不足，我們無法在原有校區安排線下諮詢，但已經採取了多種方式接待家長，保證家長可以聯系上我們，也請大家充分考慮我們給大家提供的選擇，盡可能減少您的損失。

## 具體辦理轉課的方式如下：

1、巨人學員轉課至高思教育

繼續上課

巨人教育和高思教育友好協商達成一致：高思教育秋季班課程全部班型都向巨人班課學員開放，高思教育公益承接巨人班課學員2021年秋季未消耗的4次課，並保證享有高思班課學員同等優質服務。截止9月2日前，巨人學校會逐一與學員電話溝通轉課意向，並協助願意轉至高思繼續上課的學員簽訂轉課三方協議。家長也可自行撥打010-82862419預約簽訂協議的時間。（接聽時間：周一至周五上午09:00-12:00，下午13:00-17:00）

2、巨人學員轉課至核桃編程或童程童美等教育機構繼續上課

巨人教育和核桃編程、童程童美等教育機構友好協商，以上兩個教育機構願意公益承接巨人班課學員。

願意轉至核桃編程、童程童美上編程類的素質課程的家長可撥打010-82862419預約簽訂協議的時間。（接聽時間：周一至周五上午09:00-12:00，下午13:00-17:00）

## 3、個性化（1對1）學員解決方案

巨人相關負責人正在積極與其他正規機構溝通，力求妥善安置學生，讓學生繼續在正規機構上課。目前，已經與溢米一對一線上輔導機構建立了合作，巨人個性化員工在和每位家長聯系溝通轉課事宜。如果家長着急，也可以撥

打88448888找巨人個性化值班老師詢問登記。

## 4、委托第三方轉課方案

巨人學校委托第三方公司北京萌圈圈科技有限責任公司整合資源，洽談接收機構，陸續為巨人學校學員提供個性化轉課方案。目前“萌圈圈”根據巨人校區及學員屬性已累計組建37個在線服務社群。社群進入方法請各位巨人學員查看手機短信記錄。為避免短信過濾，巨人後臺近期將保持每天兩次短信群發的社群進群提示。“萌圈圈”將圍繞校區地點，孩子年齡等持續進行資源整合工作，最大限度降低家長損失。并將于近日陸續公布轉課方案。