

“郑爽公益屋”关停： 被质疑的粉丝公益

“

今年初,成立仅4个多月的郑爽卫星公益屋(以下简称‘郑爽公益屋’)在微博上宣布,向环卫工人赠送150份公益大礼包将是公益屋最后一个项目,从此‘江湖再见’。

猝然关停的原因源自演员郑爽引发的‘代孕弃养’风波。

2021年年初,郑爽因境外代孕并曾打算弃养引发舆论哗然。事件持续发酵,郑爽粉丝成立的郑爽公益屋遭到了网友群起而攻之,最终宣布停站。

‘没想到做公益也会被网络暴力对待,只因我们之前是郑爽粉丝。’做公益的粉丝在告别通告中表达了委屈。但有业内人士认为,这一现象并不意外,明星的影响力往往是一把双刃剑,带来传播效应的同时,也存在巨大的风险。

近年来,以明星粉丝为名筹办公益活动渐成‘饭圈’潮流。中国扶贫基金会发布的《2019年度中国演艺明星公益观察报告》(以下简称‘明星公益报告’)中,发现越来越多的明星粉丝参与公益活动,粉丝公益团队也有了组织化和专业化的趋势,但公众对于以明星为名的公益活动抱有更高的期望和要求。

是公益活动,还是明星活动,明星(粉丝)公益在大众眼中界限模糊,不得不面对公益影响力与风险并存的尴尬处境。



郑爽公益屋宣布关站

愤然关停的“公益屋”

2020年9月5日,郑爽公益屋宣布开站,以郑爽的名义助力公益事业。公益屋主要由郑爽的粉丝打理,郑爽粉丝与其他“饭圈”群体类似,但相对来说,活跃度较高,甚至比有些粉丝群体拥有更强的执行力。开站前,8月9日,郑爽曾在微博中“晒”出粉丝以其名义开展公益行动的证书,称“总说要给你们最好的,却发现最好的是你们……”

运作时间不到半年,郑爽公益屋已发布十多个公益项目。根据其官方微博统计,这些公益项目主要是捐赠善款和物资以及扶贫促销:向一所小学捐赠“郑爽健康体育室”;向四川的三户困难家庭捐款6000元,解决饮水安全的问题;帮助大山里的农民卖冰糖橙,向留守儿童赠送运动装备等。

这些努力,很快得到了相关方的认可。2020年11月5日,郑爽公益站被授予“流浪猫狗公益宣传大使”称号;12月因帮助销售冰糖橙逾10000斤,被当地老

农们称为“助农小卫星”,获得环保公益助农行动证书和村委会的感谢信。2021年1月6日,旧衣回收平台“飞蚂蚁环保”还为郑爽及其公益屋颁发“最佳人气奖”。

但“代孕弃养”事件让郑爽公益屋一下跌入谷底,被网友质疑“用公益洗白”,称其“脑残粉”。随后,郑爽公益屋宣布公益将是粉丝个人行为,和郑爽划清界限,但依然遭到网友的嘲讽。

伴随着华鼎奖取消郑爽荣誉称号、Prada品牌方终止与郑爽的合作……最终,郑爽公益屋以“前郑爽粉丝”的名义发布微博,宣布停站,表示“不再做公益”。有人在微博下评论,认为真正的公益不应当被外界的言论所影响,公益屋负责人回应:“既然公益都收获不了快乐,甚至还要被追着骂,那我为什么不吃喝玩乐?”

微博账号@郑爽卫星公益屋在网友攻击下改名为个人账号@明天只会是自己的,并一再宣布关站。

目的复杂的“粉丝公益”

为什么要做公益?来自不

同领域的粉丝们有不同的答案,但多数是为了明星,“帮助偶像提升社会影响力”“积极参与与偶像的号召”“给偶像送生日礼物”等。

《2019年度中国演艺明星公益观察报告》发现,国内明星公益分为三种,明星个人行为、明星和基金会、企业等合作以及明星的粉丝团队以明星的名义参与公益项目。其中,以明星名义进行的粉丝公益大致有四种形式,一种是响应明星发出的公益号召,一种是以明星名义进行捐赠或与NGO合作公益,郑爽粉丝站就是这种类型。也有自发组织中短期的公益项目,有些粉丝站会将公益项目作为生日礼物送给明星。

比较专业的是为明星设立公益基金。据“明星公益报告”统计,截至2019年12月31日,国内约有19个明星粉丝专项基金。

多位采访对象告诉南方周末,目前,明星“饭圈”中,粉丝以明星的名义做公益很常见的,几乎成为“饭圈”文化的“标准配置”。粉丝多数都认为自己对明星有“任务”,其“任务”主要是维护明星的社会知名度,提升明星的商业价值。

为此,做公益成为“做任务”的一个很好的途径。

“散粉”李月不知道大家为什么要做公益,“不过整个‘饭圈’都在做,后援会和公益站都在宣传,自己就跟着做了”。李月认为,大部分粉丝参与公益都是出于“从众”心理。

读大一的时候,杨兰曾参加学校的青年志愿者协会,对公益有着浓厚的兴趣。成为追星的粉丝后,她发现明星后援会也会组织公益活动,随后乐于以偶像名义做公益。

某男星的“粉丝”张艺白向南方周末透露,自己的偶像以“耽改剧”(从耽美小说改编的影视剧)出名,但公众印象也停留在此,粉丝们希望明星能够以更正面的形象出现在公众视野当中。“哥哥喜欢公益,所以我们也跟着做公益。看到我们做公益,他也会开心啊!”张艺白说。

而处于粉丝结构中心的“大粉”目的性更强。他们往往是“粉丝公益”活动的组织者,考虑更多的是“资本”的原因。

“只有这样,‘金主爸爸’才会给我们家(明星)更多的资源”。运营某明星后援会的小刘认为公益活动是饭圈中各粉丝团的竞争项目之一,“一定要有公益数据,还是好看的数据”。对那些“带流量”的项目,粉丝们往往更努力,更积极。

在种种初心各异的公益活动中,粉丝组织的明星公益也呈现了形形色色的表现,也有

人质疑他们做公益“动机不纯”。此次郑爽事件中,攻击公益屋的网友们在质疑他们做公益的目的,甚至有人直接谩骂:“这样的人也配做公益?”“郑爽粉丝快走开。”

“粉丝公益”的必要性

爱乐融聆听计划发起人王丽娟是国内粉丝公益的践行者,她与国内七百多家粉丝团体都合作过公益项目。在她看来,社会组织与明星、粉丝公益合作的初衷是通过明星的影响力,动员大众参与公益行动。

但“饭圈”文化下,“粉丝公益”很快呈现出和传统公益不同的特征。

比如,有网友指责,公益本来是做好事不留名,但粉丝们把公益变成了“为名声做好事”。但某公益机构总干事般若指出,“留名”本身无可厚非,是捐赠人的合理诉求,“明星公益、粉丝公益希望留名,企业公益也是一样的”。但他认为,公益行为不能作为公关手段。

据王丽娟观察,粉丝公益的目的性很明确,粉丝团队做公益的形式像是“采购”社会服务,在选择公益项目时通常会“货比三家”。“他们会明确告诉你目标,要做什么类型的项目,捐赠数额有多少。”粉丝公益的捐款比较稳定而持续,“这是一个重要优势”。

王丽娟发现,这两年,粉丝团体更加熟悉公益领域的运作模式。有些团队逐渐走上了组织化、专业化的轨道。“有时候,粉丝团体比我们合作的有些娱乐公司还专业,非常有秩序”,小到文案措辞、图片打码,大到项目选择,粉丝公益团队俨然形成了自己的工作方式和流程。

但身为公益项目的负责人,王丽娟对和明星及其粉丝进行公益合作一直保持谨慎。她发现,一些中小型社会组织看到粉丝公益所带来的收益,盲目跟风,“却没有考虑到背后的风险”。郑爽事件发生后,一些社会组织默默地删掉了与其合作项目的宣传文案。般若认为,这种做法也是因为许多社会组织没有应对舆情危机的能力,面对舆论浪潮,容易陷入进退两难的境地,进而影响品牌形象。

但多位受访者向南方周末表示,粉丝公益的存在有其必要性。王丽娟特别强调,“不能因为某一件事、一个身份去抹杀掉公益本身的意义”。她认为,在“人人公益”时代,人人都可以参与公益,关键在于如何让粉丝公益在社会中发挥更大的价值,“这一点还需要社会与公益组织的共同引导”。(据《南方周末》,文中李月、杨兰为化名)



郑爽微博晒出的公益项目捐赠证书