

虛擬社群傳播粉絲文化的領導模式

陳以慕
中正大學博士生
chenimoe@hotmail.com

連雅慧
中正大學教授
bmayhl@ccu.edu.tw

艾昌瑞
中正大學副教授
bmacra@ccu.edu.tw

摘要

虛擬社群吸引一群有共同興趣的人聚集在網路上，其自由進出的特性突顯成員的信任關係，更直接衝擊到社群的經營與存續。本研究使用俗民誌方法紀錄某韓劇的「迷」聚集在粉絲社群，以多對多的方式互動，傳播社群共同喜愛的電視劇。敘說劇情與文本對話讓成員之間不斷發生領導者與追隨者交換的關係，持續吸引潛隱的粉絲加入成為社群成員，逐漸凝聚出專屬於該社群的粉絲次文化，最後集結成為有效能的任務團隊，不僅銜接、延續到實體的經濟社會，也寫下社群發展的軌跡。更重要的是社群的互動、分享的心理理念與互助互信的價值觀，成為虛擬社群有效領導的指標。

關鍵詞：虛擬社群、粉絲文化、領導者與追隨者交換關係。

1. 前言

越來越吸引人投入的網際網路，改變人類的日常生活，也寫下網路使用行為的發展軌跡。網路業者單向提供資訊服務的階段，超連結的瀏覽動線牢牢抓住使用者的注意力，人類專注在網路而渾然忘我，稱為神迷(flow)狀態，延續到網路的長尾效應，形成多對多(many-to-many)的傳播以及多樣化的非主流媒體，虛擬通路與小眾市場相應而生(Hoffman and Novak,1996)，新商機獲得越來越多的市佔率，主流媒體甚至爭相報導。近期，社交網站 SNS(social network sites)與服務獲得業界與學術界的關注，視虛擬社群(virtual community)為網際網路的新時代來臨。

依照網路外部性(externality)的原理，虛擬社群的價值不在於網路平臺，而在於外部使用者(連結)的數量。最早為人稱道的虛擬社群是 Linux，協同開發「開放原始碼」軟體，造就 Google Inc.、Facebook 等網際網路的新王國，蔚為連結經濟的新風潮。基於質性研究對文化議題的敏銳洞察力，本研究認為虛擬社群的次文化及其內涵，為社群的價值觀與理念，深入人心，支撐此無償、鬆散的虛擬社群，並支持社群的存續與發展。

因為粉絲社群的成員相互傳播粉絲文化，即為集體而公開的「互助」行為(Liebess & Katz, 1993)，因此本研究選定韓劇的粉絲社群為研究場域，研究者參與田野調查，以共同參與的韓劇迷為研究對象，紀錄社群凝聚人氣的動力，以領導效能做為評估社群價值的指標。研究目的除了瞭解促動新成員的成因以外，嘗試以聚眾的角度，描述粉絲透過電腦仲介，聚集在虛擬世界溝通與互動的行為，參與活動形成一有系統的互動關係，即為本研究擬描述的「領導者與追隨者交換」(LMX, Leader-Member Exchange)的模型。最後引導出專屬於該虛擬社群的核心價值觀與理念，將更能瞭解社群的吸引力(或約束力)，以及社群成員高度涉入或中斷脫離的原因。

2. 文獻回顧

社群之所以形成係基於共同興趣的一群人，Rheingold(1993)定義虛擬社群：「透過網際網路的仲介，聚集許多使用者在網路上面持續的進行公眾討論以及情感的交流，進而在電腦虛擬空間當中形成以電腦為單位的社群。」Rheingold(1993)認為虛

擬社群是一種新型的社會組織，並有四種特質：1.表達的自由；2.缺乏集中的控制；3.多對多的傳播；4.成員出自於自願的行為。

謝佳凌(2001)認為加入社群的「迷」，其粉絲身分與一般閱讀人不同，行為表現具備「辨識性」與「生產性」。辨識性強調明顯高出一般人的專注與喜好，生產性指「迷」對劇情、文本的再製能力。一群相同喜好的韓劇「迷」，透過網路在虛擬社群暢所欲言，對討論的劇情、角色、演員有共通的詮釋，形同將文本再製，即為社群之次文化產物(Fiske, 199?)，Baym(2000)將此類社群提升歸為實踐社群(Community of Practice)。本研究從善如流，把高涉入的社群成員稱為「實踐者」，高再製能力者為領導的角色，稱為「貢獻者」。

綜合楊堤雅(2000)、謝佳凌(2001)、鄔榮霖(2002)等人的定義，本研究將虛擬社群的成員分為五種角色：1.「貢獻者」受到成員的敬重與信賴，具有高度的文本再製的能力，對虛擬社群有很大的貢獻；2.「實踐者」具行動力的高涉入族群，參與互動程度高，是主要的意見呼應者，兼具多重的角色功能；3.「潛隱者」被動地搜尋資訊，在社群裡屬於沉默的一群，但有成為其他角色的潛力；4.「經營者」係吧務管理者，努力提升內容與討論的質量，意圖增加社群成員數、參與率以及成員對貼吧的滿意度；5.「踢館者」持反對意見急於在表達，以正社群的視聽或持其他意圖。鄔榮霖(2002)從「經營者」的角度認為，把「潛隱者」變成「貢獻者」以及「實踐者」，增加社群成員數，對虛擬社群的績效有實質的助益。眾多研究指出，虛擬社群最寶貴的資產是「領導者」、「實踐者」、「潛隱者」與「經營者」之間的互動關係，黃卉怡(2002)指出信任增強成員之間的接納度並直接拉長了社群黏度。羅家德(1999)直指成員之間的信任與忠誠，將匯集網際網路的使用人口在此停留駐足，累積眾多使用者的資料與交易紀錄，將成為社群網站最大的價值來源(鄔榮霖，2002)。

研究 Linux 領導者與領導效能的文獻

Fleming & Waguespac(2007)、O' Mahony & Bechky(2008)發現，虛擬社群的領導者需有軟體的創始能力且具備值得信任的特質。唯有有能力又得到追隨者信任的領導者，方能吸引真正頂尖的程式設計師，無償地貢獻時間與技術為社群測試、編修軟體。因為軟體開發的核心理念，不能受到商業利益的幹擾，超然獨立的領導者才能影響程式設計師群起追隨、仿效，共同為軟體精進的目標努力，開發軟體的立場得到確保以後，加入 Linux 的人數與人員素質都能提高，即為虛擬社群的核心價值觀與持續發展的動力。

不管是 Linux 或是傳播偶像、戲劇與作品為宗旨的粉絲社群，成員自由進出的特性與企業組織的雇用關係不同。Hardy & Clegg(1996)提及，缺乏正式職權時從關係得來的非正式影響力，如參考權與專家權等等，權力的基礎建立在信任關係。

Crowston, Heckman, Annabi & Masango(2005)的概念性文章認為，社群活動過程合法性、主流思想與共用的心智模式突現(emergent)，即為領導機制在發揮功能。O' Mahony & Bechky(2008)也證明社群的經營必須推派領導者，作為虛擬社群與外界(包括虛擬世界與實體的經濟社會)溝通的表徵，領導者的角色扮演如 LMX 模型的預測，領導者與追隨者不斷交換，直到確認彼此的關係為止(Dansereau, Graen & Haga, 1975)。依照 LMX 的生命週期說，一連串的敘說與對話測試之後，多對多的社會化歷程讓社群成員接納對方，相信彼此的關係互利與互惠，進而認同社群成員的身份(Graen & Scandura, 1987; Graen & Uhl-Bien, 1991)。追隨者記憶並內化領導者建立的核心理念與價值觀，不斷對新加入社群的成員提及、覆誦以及闡明，社會化的機制回饋、強化的效果及於社群全體，形成凝聚社群的次文化，即為有效的領導。

3. 研究方法

本研究採用俗民誌(ethnography)為研究方法，並依照 Web Studies 一書的建議，把網路生活視為研究進行的場域，研究者

親身參與實踐，把 LMX 理論與人類在虛擬社群的生活經驗更緊密地結合。俗民誌方法係研究者進入研究場域，經由觀察、對話等親身的經驗，對場域當中日常發生的行為或是事件，有系統地加以記錄、整理成文字資料，以質性研究的編碼原則、設法去歸納搜集得到的資料，分析這些人、事、物特殊的行為組型，把研究者對該現象的瞭解、詮釋與說明寫成一部描述場域的故事，並進一步深究行為背後的意義與價值。

俗民誌不只是一個誌(故事)，也是一個過程，特別適合用來描述人類的生活、社會與文化，Campbell & Gregor(2004)在介紹俗民誌法時定義文化為信仰、價值跟態度，用來建構行為的組型。尤其在特定的人類社群，稱之為文化者，係組成份子的多數共用、外在行為演繹出來的、實質的、內涵的或可指稱的思考方式，容許以某種特定的方式呈現，至少要足夠與其他社群區辨，而由組成份子視域融合地共用著(D'Andrade & Strass, 1992)。最後，超越時間跟空間的距離，文化還能夠傳遞給新加入的成員，而仍然存在著某些的恆久遠。

因此採用俗民誌的研究方法，由同樣粉絲心情與心態的研究者，透過對百度貼吧情境的厚實描述，來探詢社群的偶像經驗與文化再造，忠實呈現成員崇拜偶像的網民生活、並給與意義。

研究進行以前研究者潛隱在「百度貼吧」3年，只瀏覽不發言也無網路ID，為虛擬社群「潛隱者」的身份。選定百度的平臺是因為百度在中國點閱率約70%，遠高於Google Inc.的30%。其中，韓國文化產品的貼吧蓬勃發展、深入中國網民的生活，三年來，百度貼吧以令人驚訝的速度累積優質的翻譯人才，幾乎不存在語言隔閡，片源、音源、照片、訪談等來源通暢，差3個小時就與韓國同步，卓然形成龐大力量的粉絲社群，在百度總能找到時下最快的資訊、最優質的資源，對百度的瞭解越深、依賴越大。

選定研究對象後，立即註冊網路ID「開放社群」深入場域，參與某韓劇迷社群近6

個月，積極發言扮演「實踐者」的身份，追隨「明月隨波千萬裡」(網路ID)所寫的劇評與其他「實踐者」共同進行多對多的互動。基於研究目的搜集社群的資料，總共分析51,972筆發言(目前已超出87,649筆)，超過500個ID(2010年底超出938個ID)，使用這些ID日常(網路)生活的語言，紀錄「明月樓」傳播粉絲文化的重要部份(陳向明, 2005)，包括成員的身份、重要的儀式、偏好的角色與劇情、ID與ID之間親疏遠近的關係，把文本歸納出一些共同的文化模式，使研究的結果真實，同時也包含研究者對虛擬社群生活的體驗。

這500個ID是明月樓的「實踐者」，共同成為「明月隨波千萬裡」的追隨者，「明月隨波千萬裡」是主要的「貢獻者」，再製文本劇評提供給社群成員進行多對多的討論，因此讓文本的意義不僅是在觀看時協商，同時在對話中決定「迷」的身分，吸引或是催化「潛隱者」轉變成為「實踐者」，而「實踐者」轉化為「貢獻者」，認同網路社群的身份也認同網路社群的次文化。

表 1 虛擬社群的組成

(網路社群)身分	粉絲文化的傳播	社群角色	網路ID
	吧務管理人員	經營者	毛毛看劇評等
領導者	具有生產性的迷	貢獻者	明月隨波千萬裡
內團體的追隨者	具有辨識性的迷	實踐者	開放社群等
外團體潛在追隨者	一般的閱讀人	潛隱者	匿名、IP
	持反對意見者	踢館者	

4. 研究結果

粉絲社群最現實的地方就是他們也不知道自己對藝人的熱愛，能不能夠稱得過今年，「過得一年是一年」。「泰美感情絮記」以劇評樓的定位在「原來是美男啊」貼吧立足，經過206天，在2010年6月27日早上06:22樓主寫下了三個字「劇評終」，雖然早知道這一刻終究會來臨，要從字面上的意思去想像「明月樓」的未來，心裡

還是很忐忑。演藝圈的生態起起伏伏，有些藝人突然爆紅、萬人追捧，或下一個瞬間人氣潰散、被粉絲遺忘，而一座蓋了51972樓的劇評樓，今後沒有了明月的劇評，節奏應該怎麼走？（註記：仍然持續向前走直到此時此刻！）

在劇評完成的這一天，很多發表在明月樓的感謝辭與感想，已經不再大大贅言劇評有多麼出眾、多麼得好，也沒有太多篇幅在討論泰美的感情修成正果，更多的是對樓主的肯定、對眾親的表白、對這些朋友們的眷戀跟相互約定。對我而言，明月樓這51972層、數不清的ID，至今仍讓我動容，一如當初激勵我去明月樓敲門的動機，怯怯的第一聲問候：「大家好，...，我是新面孔『開放社群』」於39640樓，2010年4月24日早上1:30，第一個回應我是在39641樓，「只為美男」：「歡迎新同學~~開放社群~~」。然後放男主角的照片，「晚安~~」於2010年4月24日早上2:01。當然，開放社群還受到很多ID的歡迎，後來，我們(500個ID)在明月樓裡一起經歷了好多事，劇評終的51974樓，明月說於2010年06月27日06:31：

這幢樓是一輛不斷前行的列車，路上不斷有人上車，也會陸續有人下車，不必為離開的人傷感，因為他們尋找到人生中更大的快樂，只要帶著一顆真心，只要珍惜當下的每一天。

請容許我用領導統禦的理論「領導者與追隨者交換的模式」，來描述我們之間的關係與專屬於明月樓的次文化。

4.1、「粉絲文化」：

「粉絲」來自英文Fans，意為「迷」。Damoguyun(2007)認為，粉絲文化主要表現在五個方面：1.首先是粉絲群體的團隊精神；2.其次是粉絲們那種喜歡就勇敢表達出來並鮮明支持的率真精神；3.粉絲積極主動、甘於付出的奉獻精神；4.粉絲與喜愛對象患難與共的忠誠精神以及5.粉絲面對壓力和困難，敢於挑戰和奮爭的精神。

貼吧這樣的虛擬社區為粉絲的聚集提供了一個快速、定向性強的管道，粉絲很容易找到與他興趣相同的「粉絲」，相互分享所追捧的

明星的資訊，從文字、圖片到音訊、視頻，網路資訊，擴展了粉絲間資訊交換的種類，增強了資訊交換的頻率。貼吧提供的關於某個明星的資訊的集中度，也往往是其他地方不能比擬的。而且粉絲們發佈的更多是有助於塑造明星正面形象的資訊，即使是負面資訊，他們也往往會做出正面解讀。雖然在貼吧也會出現很多與粉絲的價值取向不一致的資訊，但是選擇性注意、理解與記憶等心理，會使粉絲們忽略那些資訊的存在，集中的正面資訊對於激勵粉絲們的專一追求和狂熱精神，起到了重要的作用。粉絲間會形成相互鼓勵、相互激發的效應，使更多的人堅定自己的追求。貼吧中的互動，可以使更多人確認自我追求的價值，產生更強的追求動力。個體追求之間的互動，也會醞釀出粉絲群體的共同追求，和這個群體特有的文化特徵，反過來群體文化又進一步引導著粉絲個體的行為。在組織粉絲團體活動方面，貼吧無疑也是一個重要的平臺，貼吧提供的交流環境，為粉絲群體的形成以及相應的群體活動的開展，提供了一個基本的平臺。而粉絲文化正是在這個基礎上形成的。

大部份的人在初步接觸網絡的階段，大都以高級查詢工具來看待之，包括潛在「原來是美男啊」吧裡，看「泰美感情絮記」劇評的萬年潛水員，或是在「東方神起」吧裡，專事搜括成員照片與消息的粉絲，不同於實地參與網絡社群的行為。社群參與須實地在貼吧發言，針對某作者的特定標題，於某年某月某日幾點幾分在第幾層樓所做的回覆，由貼吧紀錄發言者ID與發言內容，稱之為回復或是回貼。亦即，貼吧的資訊是公開的，是兩個真實的人使用虛擬社群的ID在對話。

4.1.1、符號：ID與頭像。每個ID都代表某個人在網絡虛擬社群當中的身份，ID的名稱可以判斷粉絲的身份，有些ID的藝人色彩鮮明，例如「命中註定只戀允」(ID)，很容易聯想到是允浩的粉絲，出現在明月樓的機率不高，「懂」字輩的ID經常出現「張根碩吧」，出現在明月樓的話，多半是為了男主角張根碩，而專為明月樓申請的ID則是「月」字輩大宗，出現在明月樓的機率就很高。每個ID自由選用的頭像，更加具有辨識的效果，頭像隨著ID的心情換來換去，不像ID「凡走過、必留下痕跡」，例如「追劇太痛苦」(ID)的頭像是

尹恩惠，在 2010 年 07 月 17 日「追劇太痛苦」總共換了三次頭像，都是尹恩惠，各式各樣的服裝、髮型與化妝、造型，代表「追劇太痛苦」對尹恩惠的認識與瞭解已經超越了普通的劇迷，不僅認得出這個千變萬化的女演員，還進一步搜集尹恩惠的作品，甚至是照片。相同的，明月樓的頭像以男主角黃泰京的劇照最多，代表在劇評的 206 天期間，明月樓眾親對男角色的喜愛與認同，希望能把黃泰京納入自己網絡身份的一部份。如同下圖所示：



圖 1 經常出現在明月樓的頭像

4.1.2、專屬於明月樓使用的語言：明月樓眾 ID 互動頻繁，慢慢形成一種專屬於明月樓的行為模式，即稱為明月樓的「次文化」。雖然屬於百度貼吧粉絲文化的一部份，仍然跟百度貼吧(一般)的粉絲文化有差別。所謂「明月樓次文化」有如下的定義：「只有在明月樓裡的我們，才聽得懂的語言、看得懂的符號，以及相互之間表情達意的固定模式。」因為，「我們有共同的記憶」，熟悉人跟人之間、ID 與 ID 之間溝通的語言，知道對方使用的符號有哪些意義，更能夠體察在 ID 與頭像背後，這個人的細微變化。而這些互動的模式與過程專屬於明月樓，如果是外人、或剛加入明月樓的新人，瞭解程度就沒有這麼精確。「大君」這個辭彙在明月樓具有特殊的意義。

小蟬(Linchan123)的發言，經常會有來自五湖四海、四面八方的眾親回應：

小蟬是要將大君進行到底咩?
小蟬...你的...大君...真的...不是...故意的麼

或許會有人以為小蟬是「李昌輝大君」

的超級粉絲，其實不是這樣的！52680 樓，只為美男，2010 年 07 月 01 日 11:16：
大君起源于對園丁(qin102)這個錯字大君的膜拜，所以現在演變成了有錯字了就叫『大君』了。」

丁丁大君經典語錄回顧如下，39865 樓，qin102，2010 年 04 月 25 日 11:37：
早上看了母雞的新加坡 fm，聯想到臺灣，北京的，突然有點審美疲勞了。。話說話說，我正奔在通往偽雞精的路上哪。。。唉，我想愛他(母雞)，可他老人家，做的愛，讓我愛不起來鬱悶死。。。中午吃雞肉，吃都吃不下去了，母雞你讓我咋辦？

52758 樓，溫暖善良，2010 年 07 月 01 日 18:28：
園丁某次說歡迎誰誰加入錯字大君！她本來要說的是錯字大軍的，又錯字，哈哈

如果不是我在明月樓插科打諢過一陣子，恐怕還是需要二當家(溫暖善良)跟四堂主(只為美男)的指點，才能夠明白何以為大君。當然，文化的表像以及深層的內在，也豐富了明月樓的內涵，有如一張圖畫或照片的前景、中景與背景，讓視覺有拉近、拉遠的目不暇給的整體感。園丁大君與小蟬大君著實為明月樓的一大特色，這現象在表面上，是錯字與勘誤的互動經驗，對明月樓的氣氛、氛圍或氣場來講，「qin102」跟「linchan123」這兩個 ID 是可愛的、是亮點、是提神醒腦的利器，值得拍照、留念與膜拜，為虛擬的社群增添一些屬於人跟人之間的氣息，而不只是文字與文字的堆砌。

列出一個小蟬天外飛來的創舉，並非勘誤，而是把焦點放在小蟬與其他社群成員的親密關係，試圖重現「linchan123」這個 ID 帶給明月樓、許多許多的歡樂。

【事件一】這位幸運上他的粉絲也挺雷人的麼。。。 (linchan123, 51119 樓)

【勘誤】上他 = 上臺(linchan123, 51120 樓)

【二當家的反應 1.】小蟬...你的...大君...真的...不是...故意的麼(溫暖, 51122 樓)

【眾親的反應 2.】我說張吧怎麼這麼激動，原來如此.....(Linda, 51123 樓)

【眾親的反應 3.】哇...一刷新就看見小蟬扔下的這個重磅炸彈...不不...原子彈，絕對是今天樓裡的頭條亮點，留爪紀念是必須的...(萍蹤, 51127 樓)

【眾親的反應 4.】亮點亮的我清醒了，小蟬

夠直接，好！（原來是飄飄啊，51128 樓）

【眾親的反應 5.】Linda，你今天的畫外音配得實在是太絕啦！（小胖，51129 樓）。對眾親的反應 4 做出回復：笑而不語~~~~~（小胖，51130 樓）。

【眾親的反應 6.】對眾親的反應 3-5：拍照留念(weichijia1988，51131 樓)

【四堂主的反應 7.】小蟬的錯字很好，很BH，熱贊~~~~（美男，51132 樓）

明月樓的三當家(園丁，qin102)，也是前朝的大君，復讀了【事件一】、【勘誤】，並認同四堂主的意見之後，在 2010 年 06 月 21 日 18:50，51134 樓，說了：

果然是江山代有人才出啊====我不擔心了，後繼有人也。

明月樓的大君稱謂正式移交給小蟬。新大君一腳踹走園丁榮升大君寶座，接受眾人的膜拜之後，風采依然。

【事件二】開放，好長好吃的總結 再次膜拜你(linchan123，52576 樓)

【二當家的反應】小蟬是要將大君進行到底咩？(溫暖，52577 樓)

【認錯】你不說 我還真沒發現(linchan123，52586 樓)

【事件三】我想不起我緊摟的具體時間了，(linchan123，53234 樓)

【毛毛的反應】小蟬，將大君進行到底！第一句就如此彪悍，我慫ing(毛毛，53240 樓)

【認錯】啊 我難得說這麼長的話 一開頭就大君了，誰快來接我大君的班吶~~~(linchan123，53246 樓)

4.1.3、專屬於明月樓的「雞精、蛋粉」次文化：明月樓最有名的次文化是 2010 年 03 月 02 日左右，關於「雞精、蛋粉」的粉絲身份的濫觴。「母雞是小張，他的每個角色是他下的『蛋』，那麼蛋粉就是蛋的粉絲，也就是迷戀他塑造出來的角色的粉絲。比如我並不迷戀小張，但我迷戀泰京，我就是泰京這個蛋的粉絲，簡稱『蛋粉』。」(明月，44054 樓，2010 年 05 月 15 日 12:11) 小張指張根碩，而他演過的每個角色都是他下的雞蛋，依照角色的外形、個性，眾 ID 討論出計有下列幾種(22181 樓，只為美男，2010 年 03 月 02 日 17:36 整理)：

恩浩(黃真伊)：白煮蛋-----白白的，嫩嫩的，從外在到內心都那麼純粹。

泰京(原來是美男啊)：炸蛋-----外表看似堅硬，但咬開被炸脆的外皮，內在還是純粹柔嫩的。

昌輝(快刀洪吉童)：茶葉蛋-----表面貌似已經被浸染，實則內部還有著嫩嫩的黃(LINDA)。

皮爾森(黎泰院殺人事件)：皮蛋-----表面和內裡都帶著陰暗的顏色，透過帶著松花紋的蛋白，似乎能看到內心，但又被遮掩著看不清。(溫暖)

峰泉(外星人之泉)：荷包蛋-----把蛋白蛋黃統統攤開在大家面前，一眼能望透的感覺。而且是用不粘鍋煎的，沒什麼油水(美男)

俊秀(寶貝和我)：感蛋-----鹹蛋的感覺應該是光用眼睛看，沒有改變，但本質是變了，用嘴才能品嚐出來。而俊秀這一角色到最後雖然還是高中生外表，但內心成熟起來了，能負責任了，有了質的飛躍。

「雞精」關注的是演員本身，即藝人張根碩(明月所指稱的『小張』)，與「蛋粉」關注母雞張根碩下的「蛋」是有基本上的不同。Linda，22346 樓，2010 年 03 月 03 日 11:43)：

我昨天晚上認真客觀的分析了下自己：首先，可以確定的是我絕對不是雞蛋粉。相比他的那些角色，我更加關注他本人。對我而言，小張(張根碩)絕對是個特例，看過無數偶像劇/韓劇的我，還是第一次跳出片子本身來關注演員本人。...我喜歡聽他說話的聲音...，喜歡他的大嬉笑，看他抽抽我能開心，喜歡看他的文字...其實在我心裡，還是把他當成一個好朋友來看待，象生活中一樣聽朋友講開心的事情，聽朋友發牢騷，和朋友一起發抽大笑，只是他永遠不知道有我這個人的存在而已。

而樓主明月喜愛黃泰京這個「炸蛋」的角色，是張根碩「母雞」下的「蛋」的粉絲，但是在明月寫劇評的過程，經由與眾 ID 互動，從不同的觀點、更深入地瞭解張根碩本人以及其張演員的身份，疑似邁向「雞精」的康莊大道，但是明月本人對於「雞精」身份並不認同，明月隨波千萬裡，26625 樓，2010 年 03 月 18 日 12:08：

小張的夜店事件出來，我記得樓裡溫暖還是美男說過，這一事件是鑒定你是真雞精還是偽雞精的試金石。如果你真的喜歡他，就像 JEREMY 說過的一句話：“無論他怎樣，我會忍，因為我喜歡他。”一個理性的粉絲肯定會包容不成熟的他，陪伴遇到坎坷的他，期待他能破繭而出，如自己想像地那樣像一顆熠熠生輝的巨星吸引所有人讚歎的目光。從這個角度來說，我真的不是雞精。但我完全理解並敬佩這些真正的粉絲們，她們不求付出地守候著自己所欣賞人，處處為他考慮，奉上自己最真誠的祝福與期待。...在這個樓裡的真雞精與偽雞精們，聚到一起的動因都

是因為小張的“蛋”，是對“蛋”的喜歡，所以讓我們在求同存異的前提下，理性地對待任何自己喜歡的還是不喜歡的人或事，坦然的心態面對一切。

4.2、追隨者在社群中的自我實現：

在明月樓裡，總能夠找到意見相同以及意見相反的 ID，跟我的這個 ID「開放社群」在明月樓裡打筆仗。累積 206 天蓋出來活生生的 51972 層樓，是一個個 ID 的真情交流，是一次次反覆的對談，開放社群也在這裡實現自我，寫了生平的第一個劇評。當我用研究者的身份反思時發現，開放社群會被吸引、進入明月樓，有很大部份是因為跟明月樓主同屬男主控，而進入明月樓成為內團體的成員之一。

所謂內團體係指常期而穩定地出現在明月樓的成員，具有平均程度以上的活動力，與其他 ID 互動累積成為個人(ID)的聲譽，並為其他內團體成員(ID)接受，共有、共用一些專屬於明月樓的共識、信念與價值觀，並且獲得普遍認同的 ID。

明月樓前後出現的 ID 超過 1000 個，相對於內團體則謂外團體，通常是指潛水參與明月樓的「潛隱者」，或許對明月樓有正面的情感但從來不發言，直到有一天實在憋不住，就把心裡蓄積的話語寫成一大篇文章。網路用語稱類似事件為「潛水者冒泡」，或者訴說對樓主的崇拜與喜愛，或者感謝內團體成員，舒發潛水時的快樂與痛苦，並說在這幾百天的時間裡：「我一直跟你們在一起...」。

所不同的是明月隨波千萬裡在「原來是美男啊」貼吧開始發表劇評：「☆」『091204 劇評』這是神的旨義——泰美感情繫記」初期，有些 ID 會來明月樓裡踢館，對幾個性質相似的劇評樓大放厥詞地評比。Jiantianpang 大約同期於 2009 年 12 月 23 日 14:32 開樓：「☆」『091204 劇評』泰美之終極篇」，因為幾乎是同一個主題，這兩個劇評經常被放在一起檢視，「踢館者」最經常的用語多半是：「兩個樓主都寫得很好，.....」。從字裡行間可以看出「踢館者」有明顯的偏好，應該屬於某個貼吧、

某個樓的內團體成員，效忠某個藝人或某劇的特定角色、甚至是某個樓主，其次文化的色彩非常濃厚。

這些外來的 ID，往往因為明月樓對特定角色、特定演員的批評，明顯表現出不滿的情緒。比較重大的發難在女主角，這在明月樓的初期以及後期比較明顯，尤其初期，內團體的成員還不是很明朗，勢力也還不穩固，究竟這些反對意見是內團體的種子或是「踢館者」？通常需要花一點時間跟精神解釋、說明。明月樓的內團體理所當然地覺得「踢館者」的情緒莫名其妙，一來基於劇本或是劇情的討論，並無意涉及到演員的人身攻擊，二來開放的粉絲社群雖然吸引外團體(相同偏好)的粉絲聚集，也不能避免反對意見者來自自己的地盤上撒野。面對本質上、立場上、動機上不同的 ID，明月樓顯然不是一鬆散組織，或許不穩定，但明月樓的文化是開放的，在這個樓裡面有一句話奉為主臬，來自伏爾泰，26625 樓 2010 年 03 月 18 日 12:08，明月隨波千萬裡：

所以讓我們在求同存異的前提下，理性地對待任何自己喜歡的還是不喜歡的人或事，坦然的心態面對一切。伏爾泰說過：『我可以不同意你說的話，但我誓死捍衛你說話的權利。』與大家共勉。

就這樣，看似毫無章法的開放社群，自然生成一股無形的力量，存在於內團體成員的心間，平時或許沒有察覺，在遇上有異議、不具名的 IP，還是願意尊稱「裸奔者」為「數位親」，並極力教化之，期盼有一天或許能成為「實踐者」的種子，驅動粉絲文化的傳播。ID 與 ID 之間的敘說與對話都是影響力，影響社群成長與發展，因而對明月樓的整體產生意義。

「毛毛看劇評」進了明月樓之後，一開始對於明月給女主角朴信惠的評價是有點火氣的，毛毛覺得明月不應該說女主角的演技有欠火候，對於自己才剛剛喜歡上的女主角居然被明月這樣「批評」，心裡有點不爽！37779 樓，2010 年 04 月 17 日 01:24：

我很賭氣地想：看你的劇評能寫成什麼樣！於是，我便帶著這樣的心情繼續追文。原來

我守在樓裡的初衷是要否定明月的更文，現在想來我覺得當初自己好偏激。但一篇一篇看下來，我不得不承認樓主的文字，於是「明月」這個稱呼我開始放在了心上。明月讓我喜歡的不是嘩眾取寵的枯燥文字，也不是無厘頭的搞笑觀後感，而是她細膩理智的劇情評論以及細心到令我折服的觀察力！

我從研究者與內團體成員兩個角度來看，「泰美感情絮記」寫作過程的艱難與困苦，突顯明月樓主的熱情與負責，那些外來的關愛與質疑的眼神，在虛擬世界坦誠「相見」以後，最後幫睿智的樓主加分。不吝分享與讚美的明月真是值得信賴呀！同樣在 37779 樓，2010 年 04 月 17 日 01:24 的毛毛：

明月在火熱的八卦心下，永遠保持著一顆清醒的頭腦和理智的思維，明月在樓裡的發言總是那麼有說服力，我跟著這樣的樓主覺得好安心，甚至有些依賴明月。我真的很喜歡明月，我完完全全是純明月粉，我絲毫不想掩飾對明月的崇拜！

我(開放社群)在 46261 樓問說：「明月大人，起這樓走過春、夏、秋、冬，你有溫暖的敏銳、熱情相伴，還有毛毛的蕙質、婉致相隨，夫復何求？你好幸福呀...明月大人，不感動嗎？」，得到的回覆是很有愛的一段文字，在 46291 樓，2010 年 05 月 26 日 21:09：

其實，我很為毛毛感動。想當初，是她第一個執著的爬樓，對每一個有感想的地方嚴謹細緻地表達自己的觀點，真是給我們耳目一新的感覺。但可愛的她卻抱著不登頂不往最後看的決心，(哈哈，讓我就做不到)。所以當時我們都熱切地隔樓呼喚毛毛早日登頂。從登頂到現在，毛毛的作業一直是我最期待的作業之一，品質相當的高，毛毛也是用自己的心在感受劇中人特別是美女的情感變化，所以她能從獨特的視角捕捉到我忽略或思考不夠深入全面的地方加以闡述，是對劇評的最好補充，更難能可貴的是，印象中只有一次因為實在無感沒有寫評論，幾乎次次不拉。如果沒有開放所說的蕙質，她怎麼能有如此深的感觸，如此真切的文字呢？

如同一般觀眾一樣，毛毛看到一齣喜歡的韓劇，覺得回味無窮、意猶未盡，到網絡上逛逛，毛毛踏入明月樓，實現那個從來沒有想像過的自我。37779 樓，2010 年 04 月 17 日 01:24，毛毛：

至今回憶起進明月樓這件事仍覺得是天大的緣分！因為美男劇，我鬼迷心竅般地想起百

度還有貼吧這個工具。以前不是沒有 HC 過電視劇，但從來沒有想過在看完之後還要尋求一種什麼，也許是精神上的寄託，也許更多的是不願接受這部劇結束的事實。鬼使神差般，我仍清晰記得當初打開貼吧主頁，往搜索框裡輸入《是美男啊》這幾個字的心情，我想，也許不會搜索到吧？奇跡般的是，跳出了《原來是美男啊》吧，隨意點進一個帖子，發現講的確是這部劇，於是開始毫無目的地掃視著滿頁面的標題。……於是就非常偶然地進了明月樓……

對毛毛而言明月是個什麼樣的樓主，「一個好的樓主」，來自 52860 樓：

以我的文筆，開樓估計是不可能的。如果以後還能遇到一個好的樓主和我喜歡的作品，那麼，我想我依然只會是個積極發表劇情探討的人。

我不知道是不是有機會看到毛毛兩年後在百度貼吧開劇評樓！或許，毛毛關注的是如何幫助(劇中的女主角)高美女跳脫宿命，「成功地擺脫毛毛不喜歡的、但是高美女命中註定的男主角」，重新掌握女性的人生。但專屬於明月跟毛毛之間的師徒關係在確立之後竟離奇地成為一次契機。百度貼吧除了紀錄毛毛那稚嫩而可愛的青蔥歲月，努力過的軌跡更是歷歷在眼前，同時，百度貼吧也寫下明月樓的傳奇故事，映襯百度貼吧今日的榮景。

「RICH75919」(ID)在明月樓從「蛋粉」成功轉變成為「雞精」身份。RICH 原本關注的是黃泰京這個角色，明月的劇評深入心中之後，RICH 開始關注演員本身，逐漸從「蛋粉」的角色，探觸到「雞精」的領域。(RICH75919，32592 樓，2010 年 03 月 31 日 12:31)：

我想我從迷泰京蛋進化到雞精這個地步，明月的功勞一大把，明月對泰京的越詳細分析，我就對蛋的來源越感興趣，對蛋的來源知道的越詳細，就越發對母雞產生好感，進而越發想瞭解母雞的一切，從而更多的好感。。。如此迴圈下去，就這樣瘋了。

明月樓是開放式的粉絲團體，不管是「雞精」或是「蛋粉」都同樣因為喜歡泰京而相聚。在這裡，「RICH75919」這個「蛋粉」，有機會與「登樓觀月 220」(ID)與「TYTY」(ID) 交流，把「雞精」的種子

深植到「RICH75919」心中，RICH 最後認同了自己是「雞精」的身份(32596 樓，2010 年 03 月 31 日 12:38)：

對了，除了明月外，登月和 tyty 的功勞也大大的，她們是明月雞精培養所最深藏不露的員工，發功的時候都是旁敲側擊，刀光劍影藏於無形，讓我一而再再而三的点頭如搗蒜 and 恍然大悟母雞之光輝而又真實的形象，一天一覺醒來突然發現已成雞精。

明月(32595 樓)也覺得好奇、驚訝：「為毛我還沒進化成功，你就先我一步成為了雞精捏？」在當下，明月自己為自己的疑惑解答：「其實你和母雞的氣場更合，更容易感受到吸引。」53 天以後，在 43345 樓，2010 年 05 月 13 日 12:28，明月茅塞頓開認同了「RICH75919」是「雞精」的身份，並懂得欣賞，不只欣賞、終於懂得何以會有「雞精」存在這個世界上，就如同明月的劇評讓登月與毛毛對泰美感情的發展茅塞頓開一樣！領導者與追隨者交換角色，相互完成對對方的認同。

富月(RICH75919 的暱稱)是一個對小張深度瞭解的雞精，在精神上有共鳴（最起码在音樂、思想上），欣賞他的容貌、衣著品味，認可他的演技的追求及對表演的癡狂，用理性寬廣的視角理解包容他的言行。知道經歷坎坷的打磨真正的玉石才能散發出溫潤耀眼的光澤，經歷住考驗的演員才有著更長久的藝術魅力。這樣的喜歡與欣賞才會歷久彌新！看來，仰望、守候不足以揣摩富月面對小張的心情。深刻的體會，充分的瞭解，平等的關注，不僅在小張春風得意時錦上添花；更能在他落寞的時候雪中送炭。——這才是真金不怕火煉的真雞精富月的真實寫照！所以，你可以稱得上是他的知音。哈哈，富月，你千萬不要讓我失望，我看好你哦，我已對你進行蓋棺定論式地高度評價，你一定要高舉 HC 的大旗，在小張知音的道路上堅定不移地走下去，能撐一年是一年！

我很慶幸自己以研究者的身份再次進入明月樓，而仍然在勉懷著這一切。雖然劇評終之後「登樓觀月 220」很快、很徹底地下車了，當我拜讀她的歷史發言時，我知道她是大功臣、大舵手、明月背後的推手，那個成就了劇評樓，也成就了明月樓粉絲文化的領袖，22334 樓，2010 年 03 月 03 日 11:30，「登樓觀月 220」：

本人是近期成為禽類研究中心的研究人員。成為母雞粉，不是研究人員的本職

工作。研究帶來的樂趣，遠大於成為母雞粉的樂趣。你見過研究人員把研究物件當偶像的嗎？對，當真正的飯必須把物件當偶像一樣的存在。喜歡是當然的。可是我喜歡的東西太多了。都去當飯？吃不消。我的娛樂特點是只要對某事物有興趣，就盡量研究透徹。例如對韓國電影一段癡迷，就要盡量把片子買齊。還要把導演都瞭解。但是熱點轉移的也快。反正是為了娛樂，為了精神世界的充實。都老想現實，感覺那樣活的太累。喜歡，研究，感覺有樂趣，並不癡迷，就是我現在的狀態。他只是上網娛樂的一部分。而且只是近期的一部分。

這段話裡面我理解到，登月證實了「開放式的虛擬社群」之所以存在，是因為它在領導的效能方面，超越了正式公司組織的強制權與懲罰權，反而更吸引相同氣場的優秀人才，只為了更精益求精的互動與撞擊。

4.3、虛擬社群的領導動力：

「參與」為「虛擬社群」的真正核心，而這些參與 ID 所信奉的理念是「虛擬社群」繁榮發展的動力來源與至高無上的指導原則。

4.3.1 「參與」是虛擬社群發展的動力：

以「登樓觀月 220」的例子來講，她對於自己的粉絲身份，能夠認同的基礎不在於張根碩本身，也不在於張根碩的演藝事業，更不是張根碩所演繹的黃泰京或者是李昌輝，而是「登樓觀月 220」基於哪些原因、哪些事件、哪些證據以及哪些她個人的偏好，認同自己的粉絲身份。這樣的一個粉絲丟到粉絲社群裡面，確實是一顆種子，而明月樓以「開放的虛擬社群」之型態，得到了「登樓觀月 220」這顆高品質的種子，開始孕育專屬於明月樓的粉絲文化，我不敢說我從明月或者是從登月那裡，學到了多少有關於張根碩或者是黃泰京的事情，但是我敢說我從明月與登月的互動當中，理解了很多 ID 與 ID 之間的、特殊的交互作用。

Funcharlie(ID)認為泡在「明月樓」的

日子，是一段明月的文字影響追隨者的歷程，在明月樓當中能感受明月教授嚴謹、細緻、溫暖、寬容而又淡定的內心。在此歷程中，感謝明月教授觀劇的仔細、細心地思考、發現問題，找出各式各樣的「引爆點」，引發眾親集體思考、產生火花四射的碰撞，藉此提升明月樓團隊每位追隨者與明月樓整體的投入與努力。

「明月樓」的樓主「明月隨波千萬裡」於 2010 年 07 月 01 日 00:42 說(52622 樓)：

基於「劇評『探討』」這個宗旨，如果沒有質疑、就無法求新，沒有交流，那只能拘囿在一方小天地中自娛自樂。能引發每位樓親的大思考，更深入地剖析人物性格及劇情，才能回饋每位樓親在明月樓用心、用腦地交流，這一點，無論我(明月)也好，還是溫暖也好，都是不約而同所堅持的。因為失去這個，這座樓就失去它原本的份量。

2009 年 12 月 07 日溫暖不經意間驚喜的發現，居然有一座劇評樓是認識的人開的，而且一看文字的文風就喜歡，看著很舒服。對溫暖而言，當初隻因為看到認識的人(ID)開樓，所以他進來了、留到最後：「最初的想法只是看看劇評分析、看看其他觀劇者的感想，想要從中獲得共鳴。..不經意間驚喜的發現(一座劇評樓)，.....不過這些都不是最重要的，最重要的是從(2009 年)12 月 07 日到現在，我從沒有離開過，發自真心的喜歡這座樓。」(來自 52127 樓)。溫暖認為，與其說是因為認識明月，倒不如說一切「順其自然、水到渠成」(來自 52767 樓)，「還有一個更重要的因素，我真心的喜歡這座樓，它對我來說，是溫暖的家，是疲累時可以停靠的港灣。」(同樣來自 52767 樓)

而 Funcharlie 被強大的氣場吸引，進入明月與溫暖聯手打造起來的明月樓，留下腳印，他感受到的暖風，係：

每天跟我們互動、聊天的溫暖，可以用怎樣的名稱來形容、衡量二當家所表現出來的領導行為呢，文筆真是有限....實在想不出應該怎樣形容那種感覺.... 就是(開放社群從書本上抄下來補充的智慧、知識、專業技能、支配性、自信、精力充沛、抗壓性、正值與誠實、成熟度兼具的)....真的很溫暖。

明月樓從此容納百川，不自我設限，更不斷地、為了各個 ID 的屬性改變原本的

風貌，除了劇評的主旨之外提供各種輔助的功能。每天在明月樓的情報站、收容所、音樂廳、八卦間、武術房、後花園跟坐堂神醫的診所，總看得到來自五湖四海的親聊得熱火朝天，這裡有最體恤人心的讀者，這裡總有人當你最好的導引，這裡總有達人帶來最新、最有趣的資訊。劇評結束了呢！這棟樓，雖然大家看似魚自在暢遊，樓內絕大多數都樂意遵循明月教授的指導性原則，自動約束、尊重管事的二當家、三當家，然後相互關懷、鼓勵、打氣，直到劇評結束之後，齊心秉持著「明月依舊，我心永恆」的信念！

明月很慶幸、感謝這一路以來，不需要為了人氣高、低憂心。

4.3.2 社群成員互為主體的領導者：明月

本身的魅力，來自於對劇評的熱情以及追求理想的意念，同時會提供給「溫暖善良」【ID】個別的關懷以及激發。一開始他們是互為主體的領導者，不斷發生領導者與追隨者的角色交換，直到彼此確立關係為止。

剛開始開樓的那一個月，明月也很惶恐，她的惶恐來自劇評本身，來樓裡的 ID 有善意、也有惡意，開放的粉絲社群就是這樣，沒有辦法預期誰(ID)會出現、來者(ID)是何方神聖。終於，明月跟溫暖確認了彼此(還沒有確認彼此的關係)，他們共同經歷過 K 摩天大樓的薰陶，熟悉運作模式，擁有共同的價值觀，所以明月跟溫暖談開了，當時的明月(52622 樓，2010 年 07 月 01 日 00:42)：

工作壓力挺大的，只能下班後寫，每晚發一小段，面對漫長的十六集，很怕自己由激情與衝動開的頭，最後喪失殆盡，半途而廢。

雙方知道彼此對自己的意義以後，非正式的約定開始了，畢竟曾在同一幢大樓裡探討過(唯一的一幢)，這算是一種潛移默化的認知吧，所以他們投入劇評、相互配合，為了聆聽多方的意見，在 2009 年的耶誕節、元旦過年，以及無數個寒冷的冬日夜晚，透過網路的虛擬社群，結集共同氣場的同好，凝聚的力量如明月說：(52622

樓，2010年07月01日00:42)：

其實用樓裡以前常用的說法就是：氣場問題，似乎跟性格、經歷、認識，密不可分。無法強求，也無法屈就。

亦如溫暖說(52791樓，2010年07月01日22:15)：

嗯，氣場，就是氣場，其實在進樓之前，我對氣場這個詞只是知曉而已，並沒有怎麼運用過，但在樓裡呆的時間越久，越發覺得氣場真是個神奇的東西，有些人甚至不需要說太多話，就可以感受到氣場是對的，呵呵。

為什麼「☆『091204劇評』這是神的旨義——泰美感情絮記」要開在是「百度貼吧」，而不是「天涯」或「人人網」呢。天涯稱百度為「韓度」，韓流的粉絲文化與百度貼吧繁榮發展、相互幫襯。明月在青澀的年代，也曾是韓劇 my girl 貼吧的追隨者，因為迷上男主角薛功燦，因緣巧合、進入「【劇情流水帳】關於裕玲功燦情感的發展」樓。如同明月所說，樓主「kyosyk」(ID)的操作，是她唯一熟悉的手法，也因為長期耳濡目染，明月動手嘗試寫劇評，如果說K大是「師」、明月是「徒」，那麼，這種師徒關係不僅成就了「流水帳」樓，也成就了「明月隨波千萬裡」，更是兩年之後「☆『091204劇評』這是神的旨義——泰美感情絮記」的淵源。明月有能力寫劇評，也有熱情去表達自己的想法跟看法(53674樓，2010年07月08日22:40)：

後來索性就在帖吧到處逛看劇評，有的寫得很好，有的劇評對泰京的評價，美女心理的分析跟我理解的不一樣，甚至完全想反，下面贊同之聲不絕於耳。當時回過頭，把劇重新看了一遍，覺得編劇用了很大的心思，演員對黃泰京的塑造者也花了功夫，越看越有意思。...讓我有許多話要說，張演員實在是演得太好了。越發堅定了把自己的看法寫出來的想法。

或許，每個人都帶著自己習慣的透鏡去看這個世界，用我們視之為理所當然的「框架」，去瞭解、去說明並詮釋所看到的現象，好像有些懂、又好像不是很懂，如果沒有跟其他的人(透鏡)撞擊，也或許就一輩子懵懵懂懂。透過明月的文字，很多ID發現，劇中的人物「原來是這樣...，所以他怎麼樣...」，這些個「原來」都是明月樓

所追求的永恆、所堅持的自我超越。對我而言，明月樓的人氣有意義！一來，吸引我進入明月樓；二來，「孟婆的粥」在明月樓的1488樓留下腳印，供後人我(「開放社群」)瞻仰，讓我學到：「劇評就是在作剝洋蔥的動作」；三來，「yanji606」也在836樓留下腳印，「開放社群」學到：「劇評就是在嘗試找出摸刺蝟小肚皮的方法」；最後我認識了「毛毛看劇評」。如果說K大是「師」，激勵明月動手寫劇評，明月是K大的「徒」，那麼，這種師徒關係相承的美事代代延續，有朝一日應該能看到「毛毛看劇評」(ID)開樓，到時候毛毛該叫K大一聲「師祖」了吧！這就是因緣際會了！

4.3.3 明月樓出劇評書的任務團隊：



圖 2 明月樓的出書任務

1. 第一次的劇評書。2010年04月17日張根碩亞洲巡迴FM北京站，明月樓有人提出把劇評整理起來，作為一份禮物送給張根碩，「就用這個來向張演員致敬吧！」2010年05月02日15:24「明月隨波千萬裡」(ID)在她的百度空間寫著，這彩打的「世間只有兩本的成品書」問世的緣由：

關於這個禮物，在這裡要感謝很多人。首先是感謝蘋果，當知道樓裡有人提出把寫的劇評集結成書送給小張時，蘋果自告奮勇，全權負責，設計封面、裝訂，全是由她一手操辦。蘋果真是很有心，她二話不說地做了兩本，一本帶到北京，一本快遞給了我，說一定要讓我留個念。當從快遞那兒拿到那本書的時候。說實話，一點都沒有激動，異乎尋常地冷靜。我捧著厚厚重重的一本書，坐在車裡看著它發呆。...回家把它放在書架的一角，感覺一切都太不真實。

明月文中提到的蘋果是「兒子也紮蘋

果頭」(ID)，早在 774 樓就出現、並且一直都在(明月樓)，2009 年 12 月 18 日那天 10:18，蘋果終於忍不住啦：

天天潛水看明月親的劇評，每次都熱血澎湃啊！你咋就這麼有才呢？實在忍不住註冊了個號，進來頂貼！發表俺對你的崇拜之心！實在是超喜歡泰京的蘋果頭，天天在家琢磨著讓兒子也紮，結果被兒子鄙視，心痛啊！於是乎，先起個註冊號，過過癮再說！！

第一次彩打的劇評書由美男與溫暖、園丁協助文書處理的部份，主要是劇評的文字與圖片整理，特別商請專家 Hannah，把部分內容及給張演員的話譯成韓文，再加上「yaya_lidan」(「百度張根碩貼吧」的翻譯組成員)幫忙，第一本彩打的劇評書由金大叔經紀人代張根碩收下。明月樓核心的內團體成員有一個成功的經驗，成為後來「正式」劇評書的固定班底，演變成完整的「劇評書任務團隊」。

2.製作正式劇評書的計畫與實施。「張演員，我們允許你接見我們——北京 FM 後記整理」專文刊載後，彩打的劇評書在明月樓眾 ID 的心湖投下一顆石頭，是一個里程碑，也是一個心動的時刻，毛毛說不管多少錢都想要擁有這樣的一本書，萍蹤的頭像本來就是那彩打書的照片，滅滅像小孩一樣耍賴逼明月當天作決定。終於在 2010 年 08 月 13 日 11:56，正式劇評書排版完成，蘋果寫在 60863 樓：

一直以來，對所有的美文都有種想捧在手心裡的感觉。因為只有那樣，我才能感受到作者沉甸甸的心意，以及一個字一個標點符號累積而成的努力。...北京 FM 時送去的，對我而言，那不是一本書，只是一個半成品，想不到大家都覺得精緻，這越發挑起我一定要為明月樓做一個與眾不同的，屬於我們明月樓屬於明月的一個作品出來。

2010 年 05 月 02 日 15:24 百度空間，對「明月隨波千萬里」而言，第一本彩打書：

...在付出的過程中早就得到了快樂。...聚集在明月樓裡，無數個日日夜夜的最好歷史佐證，讓它成為真實的存在吧！...若干年後憑藉這書，在心頭漾起一絲記憶的喜悅、狂熱、開心、欣慰、難過、疲憊....還有幸福

68 天以後全部劇評完成，第一集到第

十六集的劇評集結成冊，應該就是完整的一本劇評書，明月在 2010 年 07 月 08 日 21:04 的 53653 樓，這樣寫著：

說心裡話，這三十萬字的劇評，可以說是自己心血，也可以說是眾人探討的成果，智慧的結晶，共同走過的路的見證，對自己曾經癡狂的一段紀念。如果能匯在一起成為一本書，沉甸甸的抱在手裡，的確是一件美事。

為了眾 ID 的期待以及明月的「沉甸甸」情節，展開「製作正式劇評書」的計畫。在明月樓經常是這樣，為了一些很感動的片刻，去付出千萬倍的時間與精神，只因為想要把好東西分享出來，當心意呈現在其他 ID 眼前，很少有不驚訝的，反應兩極：覺得備受禮遇、受寵若驚、想做一點什麼來回饋或表達感謝，或者是覺得不可思議、無法置信、想再多問一點什麼來確認自己的～呢～幸運。

「製作正式劇評書」的任務團隊延續先前的架構，但是介面更多、複雜度更高、遇到的困難也越多：(1).文字校對和梳理大約有三十多萬個字，由明月負責，於 2010 年 07 月 15 日明月與蘋果校稿到二、三點，早上卻發現電腦出問題，校好的稿都前功盡棄，要重新來(54916 樓)；(2).圖片約有 700 多張，初期由明月負責，與負責排版的蘋果溝通後，遵照專業意見、全部重新截高清的大圖，排版中期的截圖任務則由溫暖負責；(3).排版設計由蘋果負責，蘋果用她個人的人情，請托「暗送秋波」(蘋果給專業人士起的網名)義務幫忙，排版後的二校、三校則由明月、溫暖、蘋果與美男負責；(4).排版稿則由這幾個核心成員輪流審閱，或是發圖稿與明月樓的眾親討論，再進一步把意見跟要求回饋給蘋果與「暗送秋波」；(5).排版結束之後劇評書的頁數與內容確認，由蘋果負責接洽廠商，請願意承包的印刷廠報價，也是衝著蘋果的面子，印刷廠很「阿沙力」、給出很優惠的價格；(6).書款支付與實體書的交付，這部份是本任務最困難的部份，也是「製作正式劇評書」任務團隊最大的挑戰，因為成品發送與款項的收入(書款)、支出(廠商請款)，並不是虛擬社群的功能，而是經濟社會的交易活動。

經由「製作正式劇評書」這件事，明月樓內、外團體的隔閡突破，內團體與外團體的關係更直接，甚至普及到、影響到一般的社會大眾，屆時，明月樓將不只是「心靈的休憩站」，而是存在於經濟社會、可獨立進行交易的經濟體，或者稱為「組織」、「主體」，正在進行有意識的集體行動。

明月樓研究的主旨雖然是「原來是美男啊」，不是「原來是美男啊」演員的粉絲也都是歡迎的，成員對於彼此的喜好也不須多加詮釋，只願意分享。2010年08月13日 11:56，60863樓蘋果：

明月文開篇把我拉進來後，使我沉迷至今。因為明月樓裡除了明月文，還有眾位性格迥異但卻一路走來相濡以沫的樓親。

網路的世界就是這樣，從來不知道這個ID背後，是一個什麼樣的人在操控，也因此人與人之間的信任與承諾，在虛擬的世界裡更重要。明月樓雖然自恃祥和的氣氛並樂意容納百川，但我所瞭解的明月樓，更珍視眾多ID之間的相互信任與共識，不能得到信任的ID，不能真正成為內團體的一份子。

這樣的界線在「製作正式劇評書」的計畫實施之後，面臨到更大的考驗。人與人之間的猜疑與心防很正常，尤其在網路的世界也確實是有必要的，相信任何人都是如此認為。令人意外的是透過出書的任務，明月樓把「相互信任與共識」，從內團體推移到外團體以及廣大的社會大眾，過程當然是艱辛的，惡意ID來踢館的事件也沒有停止，不過蘋果混網的大智慧般值得仰望與鼓掌，2010年08月13日 11:56，60863樓：

突然將所有的檔傳出去以後，人閑了下來。得瑟地在幾個吧裡發完圖後，不知道要做些啥了，就開始胡思亂想起來。蘋果頭媽媽雖然豪爽，但蘋果頭媽媽絕對是屬於不擅言辭的人，追星很久了。在各種各樣的吧裡也呆過混過，網路是個神奇的東西，它會讓你交到很好的朋友，哪怕你們此生未曾見面，但是，那份文字裡流動的氣場讓你們念念不忘；網路也會讓你無端添堵。這是，看你用何種心情去面對了，會生氣，會難過，但是，事情過後，請相信，用一顆真心對任何事情，不要去求任何回報，那你會開心很多。

2010年07月08日 21:04「明月隨波千萬里」的樓主文告，啟動「製作正式劇評書」，內文是這樣寫著的，在53653樓：

美事付諸實際的行動，會碰到很多問題。... 從我內心的角度，我也希望有本書成為一個紀念，大家想要書，我想也是出於對美男劇，對劇評，對我們共同經歷過的一段美好時光的紀念。我真心地希望每一個需要書的人是真心地喜歡和珍惜，而不是出於湊熱鬧。我也不想因為涉及到錢的問題而使原本和諧溫馨的樓裡變得有猜疑和不信任。這些問題很尖銳，但是必須是要先說出來的，如果大家都出於信任和內心真實的期盼，那麼成書的問題才真正地提上計事日程。

2010年08月12日 17:42「明月隨波千萬里」在60742樓寫著：

現在劇評書也進入了正式的訂購階段，感謝大家的支持和信任，一天工夫就訂了那麼多本。出書本來是樓裡自娛自樂的事情，現在不得不越做越大。因為總價一定，書價和總量是成反比的。我想這一點大家都是共識的，所以很多樓親主動地到各個吧去宣傳，減輕我的壓力，真是非常感謝。這裡，真的要再次感謝蘋果，她這一路的辛勞，用自己的人情請朋友幫忙設計版面，用了將近一個月時間，全部是免費的義務勞動；因為跟印刷廠的經理比較熟悉，所以對方免了我們的紙張費用，只算製版費和印刷費。一本書單價95元，單看的確是挺貴的，但是A4大小，304頁的全彩印刷，封面做成UV凹凸質感。200本的小成本印量，大家也可以比對一下價格，到底值不值這個價。今天突然這樣說，我是不希望蘋果受到一點點委屈，讓別人誤以為她用這個賺錢了。在這裡我想向大家保證，我們不管怎麼做肯定不會用這個賺錢，是想盡可能地減輕大家的負擔。讓明月樓的一切從始至終成為一段純淨的美好的回憶。如果訂購人數超過200，我們還會按具體價格退款。希望大家能相信我們！

這段話很有意義，從幾個地方解析出書任務團隊：(1).組織結構完備：研發功能部門專職研究、發展劇評書的內容，生產功能部門專職排版設計、與印刷廠溝通，行銷功能部門專職劇評書在各貼吧的推廣促銷，業務功能部門專職在前臺接單與收款，並跟管理功能單位一起配合財務運轉，後臺的管理單位則負全責，概括承受所有配合廠商的作業；(2).每個功能別都有明月的積極參與，使不同功能別的溝通也相當順暢，並且，明月開始扮演發言人的角色，讓劇評書的行銷得以順利地推展；

(3).更重要的，明月把明月樓的核心價值：「相互信任與共識」推向更廣大的區塊——外圍團體以及大眾；(4).負責業務功能的「只為美男」，扮演很好的服務介面，「正式劇評書」任務得以順利完成，前臺作業的功勞不可抹滅，美男與「weichijia1988」、「歪歪_J」、「毛毛看劇評」、「減了你減了你」攜手，織就綿密的服務網，共同來處理繁瑣的訂書、確認收款、下訂單、通知出貨的一連串作業。

5. 結論

伴隨著百度貼吧的開放社群模式，明月貼在「原來是美男啊」吧裡的「泰美感情扎記」，將原本只是平面文字的劇評，創造了不平凡的視野與深度，它也許並不直接與「原來是美男啊」的劇情有關，(泰京、美女)心情再現式的細膩描寫反而吸引吧友的目光。在戲劇的熱度漸漸退燒的情況下，這樣的開放式互動平臺，成為新世代的閱讀方式，只要有人駐足觀賞，虛擬社群就有存在的生命力。不可諱言地，參與這項討論運動的吧友，大部分是自稱雞精、蛋粉的族群，通過閱讀文字劇評裡透露出來的玄機，蜿蜒生出一種惺惺相惜的文化情感，進而藉著討論的行為豐富了自己的文化內涵以及對於幸福生活的想像。

在非正式的虛擬社群，領導者得以使用的工具不同於公司組織，可能有參考權、專家權以及不甚明朗的合法權，但是並沒有強制性的懲罰權，當然更沒有報償權。而維繫明月樓的存在與發展，必然有些力量在規範樓主與 ID 以及 ID 與 ID 之間的授受、進退與份際，讓彼此之間的相依、相隨與相伴，雖然不是正式的領導者與追隨者關係，仍然以禮相待、以愛相繫，最後成就了彼此。

從眾 ID 們自主的發言，陳述他們來明月樓的意願，以及他們來明月樓以後，這段網絡生活實現了哪些從來沒想像過的自我，歸納出簡單而關鍵的三個重點：1.明月樓對於分析「黃泰京」這個角色，懷抱著高瞻遠矚的理念，內化成為對劇評的永恆

信仰；2.完成「泰美感情扎記」的歷程中，雖然有時間、空間的考驗，明月與眾 ID 仍然堅持卓越的品質，永無止境地追求自我超越；以及 3.為了這些信仰與堅持，明月與眾 ID 自願、無償地付出，持續不懈地努力著。

文本資料證實這三點並不是一開始就在，亦即，並非理所當然、天生就有的，過程中各種難以想像的艱難與困苦一直都在，時間、人力與物力缺乏，領導者的熱情與負責，也更激勵追隨者自發自動的奉獻精神。

文獻上列舉虛擬社群可使用裝備、代幣、身份升級、聲譽等等，激勵、吸引線上遊戲的玩家參與，一般貼吧、論壇則有系統地保留點閱次數與會員人數，作為人氣的指標。例如同一齣戲劇或主題，同時有不同的數個百度貼吧，參與的 ID 要選擇在哪個貼吧發貼，也完全是自由選擇，所以參與的 ID 與貼吧等同於是魚幫水、水幫魚，主要的人氣指標還是看參與 ID 的品質來決定貼吧的規模。吧務管理一般都相當自由、開放，讓每個 ID 都可以參與貼吧，在這樣的平臺與環境之下，貼吧紀錄每個 ID 的粉絲數、關注數以及開貼的點閱數、轉貼收藏數等等，這些客觀的資料，某種程度累積特定 ID 的聲譽，但是根據我的觀察，還有一些更重要的東西無法衡量，卻真實存在，其中最重要的是信任、認同以及內化的意識形態。

明月樓形塑專屬的粉絲文化，而這股潛移默化的力量大致源于「明月隨波千萬里」，她領導不同屬性的 ID，包括劇評 ID、「雞精、蛋粉」ID、專事「水樓」的 ID 以及各種「大君」的 ID，朝共同的方向推移，逐漸形成一個有生命體而且富彈性的共同體，在此定義為虛擬的組織：「明月樓內團體各個 ID，有意識地協調活動、形成的一個系統，產生了互惠、互助的關係，建構理想的虛擬社群。」

內團體成員長此以往形成專屬於明月樓的次文化，而被明月樓的所有 ID 用來互相約束，或是自主性地服膺，是明月樓內團體所有成員共用且傳承的意義體系，也

管理與支配明月樓組織內的成員。專屬於明月樓的粉絲文化以下列四種方式具體呈現：(1)、象徵，在明月樓出沒的頭像或是ID，把劇評樓的目標與事件的意義傳達給其他人，尤其是「潛隱者」等最重要的外團體成員，成為社群發展的潛力；(2)、語言，只有在明月樓混過的ID才聽得懂的話，因為我們有共同的記憶才能體會真正的涵義，產生共鳴而發出會心的微笑；(3)、故事，以「櫻桃退敵」、「蘋果去見她的菜」、「萍蹤登頂」、「八點半過後的數字親」、「一個有意境的女人」等真實故事為基礎，重複傳述明月樓獨特的價值觀，有時會經過潤色，讓明月樓的逸聞趣事傳頌更廣、更有吸引力；(4)、英雄事蹟，指的是可以將明月樓的價值觀具體貫徹的人，最明顯的標竿是從來沒有一天離開明月樓的二當家溫暖，或是誤打誤撞進入明月樓、成為毛半圓、成為採花毛，晉升為毛小吧主，正邁開大步往「K大徒孫」前行的英雄事蹟；以及(5)、儀式與典禮，不論是明月樓主逢年過節時發的文告、感謝辭，或是眾親自主性發動的半年慶或慶生活動，計畫已久或臨時發動的告白儀式與典禮，都在明月樓的版面上留下歷史性的軌跡。

而「明月隨波千萬里」在明月樓居領導者的角色，這樣的地位並非來自貼吧，而是因為明月在七個方面，領導了明月樓次文化的形成，把無形的價值觀(Values)、信念(Beliefs)與假設前提(Assumptions)，深植到各個ID的心中，這些核心假設內化到明月樓內團體的思考與行為方式，形成一股力量，眾志成城、無堅不摧。領導者地位形成的七大基礎經歸納為：(1)、明月平常對於劇評的情節不僅要求精確，更要求遣辭用字的適切、得體，精益求精的認真態度，在美男劇的細節方面發揮得淋漓盡致；(2)、長期以來，明月在樓內的發言內容嚴謹，情緒穩定，顯見冷靜與理智自持的個性；(3)、自我期許要盡責、要完成任務的毅力，非一般人所能望其項背，於虛擬社群當中顯現則更顯得異軍突起；(4)、從開樓寫劇評一路到出劇評書，高瞻遠矚的視野經常描繪出美好的遠景，令人

嚮往，更重要的是實現遠景的過程，展現出堅韌的執行力，值得信賴與仰望；(5)、歷史的發言資料與發文時間紀錄明月對於劇評與明月樓的投入，她專注於推敲劇情，深夜經常埋首在文字堆中，節慶或傳統的大日子，不會忘記跟明月樓的眾親隔空相互取暖，這樣的人具有領導的魅力，激發眾人齊起仿效與追隨的熱情；(6)、知人善任；以及(7)、良好的溝通能力，不論來自五湖四海的各家言論，各種專長、背景ID，明月都能很快掌握住重點，即使有不同的取向，明月也能很感性地尊重對方的領域。在溝通的過程，明月的影響力不斷在擴大，後期、尤其是出書階段最明顯，經由與排版、印刷、快遞的負責人溝通，統整出一套有系統的運作模式，同時讓明月樓的虛擬組織有「a、共同的目標；b、有協調的能力」，把出書的任務加以「c、分工」，適當授與「d、職權」給內團體成員，透過內團體成員築成的介面，把對「原來是美男啊」劇的熱情，經由劇評書推廣到外團體，順利地「e、控制」出書目標的完成，更重要的是在運用排版、印刷、快遞的外來資源時，明月樓有效率地運轉。

參考文獻

- [1]曾慧文，*韓劇迷收看韓劇後對韓劇及韓國文化的認知及態度之研究*，台灣大學國際企業學系未出版碩士論文，2007。
- [2]陳向明，*社會科學質的研究*，2005。
- [3]黃卉怡，*影響網際網路虛擬社群成員間信任取得之因素*，中正大學未出版碩士論文，2002。
- [4]楊堤雅，*網際網路虛擬社群成員之角色與溝通互動之探討*，中正大學未出版碩士論文，2000。
- [5]鄔榮霖，*虛擬社群使用者互動過程之初探*，輔仁大學心理學系未出版碩士論文，2002。
- [6]謝佳凌，*電視劇迷在虛擬社群中的交談意義*，政治大學廣播電視學系未出版碩士論文，2001。

- [7] damoguyun, 社區研究之百度貼吧: “粉絲文化”的催化劑, 2007。
- [8] Campbell M. & Gregor, F., Mapping Social Relations: A Primer in Doing Institutional Ethnography, Walnut Creek, CA : AltaMira Press, 2004.
- [9] Crowston, K., Heckman, R., Annabi H. & Masango, C., A Structural Perspective on Leadership in Free/Libre Open Source Software teams, 2005.
- [10] D'Andrade, R. G. & Strauss, C., *Human Motives and Cultural Models*, Cambridge, 1992.
- [11] Dansereau Jr., F., Graen, G., and Haga, W.J., A Vertical Dyad Linkage Approach to Leadership within Formal Organizations: A Longitudinal Investigation of the Role Making Process, *Organizational Behavior and Human Performance*, 1975, 13, pp. 46-77.
- [12] Fleming, L. & Waguespack, D. M., Brokerage, Boundary Spanning, and Leadership in Open Innovation Community, *Organization Science*, 2007, 18(2), pp.165-180.
- [13] Fiske, J., The Cultural Economy of Fandom, In Lewis, L.A.(Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, 1992, pp. 30-49.
- [14] Graen, G. & Scandura, T., Toward a Psychology of Dyadic Organizing. In B. M. Staw & L. L. Cummings(Eds.), *Research in organizational behavior*, 1987, 9, pp.175-208. Greenwich, CT: JAI Press.
- [15] Graen, G., & Uhl-Bien, M., The Transformation of Professionals into Self-managing and Partially Self-designing Contributors: Toward a Theory of Leadership-making. *Journal of Management Systems*, 1991, 3(3), pp. 49-54.
- [16] Hardy, C. & Clegg, S. R., Some Dare Call it Power. In Clegg, S. R. & Hardy, C. (ed.), *Studying Organization*, 1996, pp. 368-387.
- [17] Horsley, R. & Gauntlett D., *Web. Studies*, 2000.
- [18] Hoffman, D. L. & Novak, T. P., Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations, *The Journal of Marketing*, 60(3), 1996, pp. 50-68.
- [19] Liebes T. & Katz, E, The Export of Meaning: Cross-cultural Readings of Dallas, Oxford University Press, 1993.
- [20] Mole, C., Mulcahy, M., O'Donnell, K., and Gupta, A., Making Real Sense of Virtual Communities, 1999.
<http://www.pricewaterhousecoopers.com>
- [21] O' Mahony, S. & Bechky, B. A., Boundary Organizations : Enabling Collaboration among Unexpected Allies, *Administrative Science Quarterly*, 2008, 53(3), pp. 422-459.
- [22] Rheingold, H, The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier, MIT Press, 1993.