

國立政治大學新聞研究所碩士論文

指導教授：蔡 琰 博士

初探韓流下的偶像神話敘事——以
Super Junior 與 E.L.F.的想像關係與情感
認同為例

An Exploratory Study of the Imaginational
Relationship and Affection between Super Junior
and E.L.F.

研究生：梅衍儂 撰

中華民國一百零二年二月

謝辭

還沒寫完論文以前，最先想好的就是謝辭，寫完論文後，拖到最後的也是謝辭，這證明不管是論文還是謝辭都沒什麼難寫的，難的是堅定不移（！）的懶散。

臧老師說如果我謝辭第一個沒寫他，今年過年就不煮帝王蟹給我吃。好吧！這本論文的生成真的是臧師一腳促成的，感謝老師把我踹去蔡師研究室，讓我徬徨了多年（嗯？）的 idea 找到穩定的舵手，即使遭遇大風大浪也（歪七扭八的）堅定航行。我永遠記得蔡師接下（這倒楣的）任務時向我說：「讓我陪你走完這段路吧！」嗚嗚嗚嗚，我想這輩子除了（不知在哪的）老公之外，說要陪我走段路的人就只有蔡師惹。

也因為蔡師如此輕鬆卻不失研究態度的風格，和我（懶惰又不知廉恥）的個性如同兩塊橡皮糖啪一聲死死地緊密在一起，讓我（原本就很逍遙）的研究所生涯過得如魚得水。事實上，已經不知多少位老師、同學、學長姊弟妹對我說「從來沒看過有人唸研究所／寫論文過得這麼開心的」是啊，在買完淘寶、吃完（臧師出錢的）大餐，猛然才想到論文進度的我們，嘻嘻哈哈地就到了最後訂正文獻格式的步驟。感謝叉子和政大張東健亞維老師，忍受我口沫橫飛的迷妹自述，給予我如何持續愛東海的甜蜜建議，謝謝你們♥

當然，如果不感謝東海就對不起這篇（以迷妹精神貫徹的）論文了。感謝東海成為我動筆的契機，其實我只是想證明迷妹不是笨蛋，不是只會瘋狂跟車、噴錢、衝演唱會、傻傻喊著應援口號的肖丌。我想證明，東海可以成為我每天生活的材料之一，可以當我想像的男友，可以讓我暫時寄託某部分的情感，他也可以讓我從研究所畢業，甚至讓我幸運地實現把興趣變成工作的夢想。

동해야~고마워!사랑해!

同時，也要感謝所有迷妹的鼎力相助，願意與我分享你們內心深層的秘密，不畏他人眼光的大肆講述對歐巴們的愛。感謝詩穎跟黃雯婷從高中開始容忍我的一切，無論是迷妹或課業都少不了算上你們一份；感謝研究群劬貞老師、煜

麟學長、癸齡、芮琪、莉莉、小直人學長、璿琇、大馬、曉安、芹妤等所有學長姊弟妹，謝謝你們在每次我（胡言亂語的）報告後給予的建議和投入，讓我不畏恥笑地堅持完成這部愛的大作；感謝臭三八溝，如果不是溝堅持只愛始源、特哥、淫赫的專情，我想我永遠也找不到這本論文的靈感；感謝臭三八袁，研究所生涯只要有 you，我無所畏懼（生命中難以名狀之條狀物）；感謝臭三八一一，當我落入（難得的）失落情緒時，只要聽你老生常談的廢話連篇，就讓我感到前途光明；感謝臭三八胚替，從你身上我學會這輩子受用無窮的臭臉和殺氣（以及方季韋笑容）；感謝臭三八駱駝，打開了我人生另一片視野（十分鐘和後面），我以這本論文發誓，不久之後將換我主講；感謝臭三八芋宙，有 you 我就安心了，因為我知道我不會是墊底的那個，你是我看過比我還髒、吵、並且毫無邏輯的人；感謝韓妻夥伴 MOMO，從學韓文到參加演講比賽、從追李先生到金先生橫刀奪愛、從師大夜市掃貨手到成為上班族，我們兩個莫名其妙的境遇就算吃上三天三夜的麻辣鍋也說不完；感謝心靈夥伴宛儀，血拚夥伴奕萱，繞我宣洩情緒和諸多工作抱怨；感謝一路陪伴的佑佑，無論何時想起你，即使你身在另一個城市無法即刻見面，仍能讓我的心感到平靜安定。感謝五根手指頭雞、涼、符、P，追根究底是你們重燃起我沉寂已久的迷妹血液，儘管那些男人已經老的老、走的走、禿的禿（嗚嗚嗚嗚）。

最後當然要感謝 S♥NE 爸爸和 V. I. P. 媽媽，每天跟我搶電視看少女時代並且提供金援讓我安然度過開心逛淘寶追日貨的每一天（親親抱抱）；還有肥豬姐姐，每天和我一起做鄭多燕讓我寫論文的時候意外從大豬變成小豬，並且持續朝人的路邁進。感謝天、感謝地（還珠格格主題曲來著），我終於滾出政大了，我畢業惹！！！！

摘要

近年韓國偶像風潮襲捲亞洲，本研究目的以 **Super Junior** 與其歌迷 **E.L.F.** 共創的文本內容（包含初級偶像文本、次級偶像文本和迷文本）為例，探究其如何塑造雙方的想像關係與情感認同，描繪偶像文本的特色、內涵與故事，以及想像與情感的關係。

透過文獻回顧，將迷定義為「在某段特定時間，特別為某些文本內容所吸引並產生互動，具有相當程度之認同與涉入的閱聽人」並發現迷的認同與想像來自對偶像的情感。偶像文本依循神話敘事發展情境，使迷在原有的經驗上建立新的意象，並進一步引發迷的生產行為（迷文本）。

本研究經由文本分析法，了解 **Super Junior** 偶像文本以及 **E.L.F.** 的應援活動內涵；透過深入訪談剖析 **E.L.F.** 的想像和情感世界，並藉由研究者曾參與 **Super Junior** 偶像文本的經驗，補充文本原貌。

本研究結果歸納如下：**Super Junior** 初級偶像文本分為誕生、考驗和成型三個階段，是一沒有結局且不斷交織、循環、反饋、相互參照的過程。其次，**Super Junior** 次級偶像文本則由演唱會舞台敘事為代表，與 **E.L.F.** 的情感形成七項對應階段。

最後，**E.L.F.** 與 **Super Junior** 的關係能夠透過 **Super Junior** 偶像文本建立，**E.L.F.** 不再是 **Super Junior** 的從屬文本，**E.L.F.** 不僅接收、消費偶像文本，也是 **Super Junior** 偶像文本的創造者，其情感結構從矛盾、憧憬到參與；生產行為則是 **E.L.F.** 對 **Super Junior** 表達情感的方式，亦是取得 **Super Junior** 偶像文本的參與位置的手段。

關鍵字：Super Junior、E.L.F.、偶像、迷、想像關係、情感認同、神話、敘事

Abstract

In recent years, “Korean Wave” is more and more popular in Asia. Korean pop music, referred to as “K-pop”, has played a significant role in the Korean wave. The important fact of fan culture between Super Junior and E.L.F (the name of Super Junior fans) needs to be discovered that Super Junior and E.L.F create text which builds the imaginal relationship and affection between them.

As revealed in literature review, the imaginal relationship and affection come from the narrative form and structure of myth. This study uses contextual analysis, in-depth interviews and observational survey to collect Super Junior history and E.L.F “ouen”(cheer) actions. Through the research and the understanding of the context from Super Junior and E.L.F, this study tries to construct a new method of new narrative in idol area.

There are three conclusions can be addressed as follow: First of all, Super Junior primary text is a three-stage process. Secondly, Super Junior secondary text can be described as a seven-stage process which is responded by affection of E.L.F.. Finally, Super Junior tertiary text is the way that both Super Junior and E.L.F use to build up the imaginal relationship and affection between them.

Keywords: Super Junior, E.L.F., idol, fan, imaginal relationship, affection, myth, narrative

論文目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 我們相愛——研究緣起	2
第二節 怎麼會如此真實——研究背景、動機與目的	3
一、 建立想像關係	4
二、 偶像神話互動下的迷文本	6
第三節 小結	8
第二章 文獻探討.....	10
第一節 過度的閱聽人——「迷」與迷文化.....	10
一、 定義「迷」	10
二、 迷之過度性——自我填補的閱聽人	11
三、 迷之情感與認同	13
第二節 迷與偶像的想像世界	15
一、 想像	15
二、 想像與情感的融合	16
第三節 迷與偶像共創的偶像文本	19
一、 定義偶像文本	19
二、 偶像文本的共創者	20
第四節 神話敘事	22
一、 神話	22
二、 英雄神話敘事與偶像	24
第五節 小結	27

第三章 研究方法.....	28
第一節 研究取徑	28
一、 文本分析法	29
二、 深度訪談法	30
三、 觀察法	31
第二節 研究對象	31
一、 韓流的中心	31
二、 永遠的守護者	34
第三節 研究設計	35
一、 研究樣本	35
二、 訪談大綱設計	38
第四章 Super Junior 偶像文本分析.....	41
第一節 初級偶像文本——Super Junior 之英雄神話敘事.....	41
一、 Super Junior 的精神象徵.....	42
(一) 寶藍色	42
(二) 13 人	43
二、 遺落又重聚的 13 顆星星	47
(一) 誕生	48
1. 過人的毅力	48
(1) 利特.....	48
(2) 韓庚.....	49
2. 被棄的絕望與困乏的生活	52
(1) 晟敏.....	52
(2) 藝聲、神童、銀赫.....	53
3. 親情的缺失	55

	(二)	考驗	56
	1.	歷劫歸來的英雄	57
	(1)	希澈.....	57
	(2)	圭賢.....	58
	2.	背叛出走的血親	61
	(1)	強仁.....	61
	(2)	韓庚.....	68
	(三)	成型	70
	1.	成就	71
	(1)	征服亞洲 締造紀錄.....	71
	(2)	前進歐洲 躍上國際.....	74
	2.	失敗	76
三、		小結	80
第二節		次級偶像文本——Super Junior 之舞台敘事.....	82
一、		Super Junior 演唱會敘事分析.....	82
	(一)	開場	82
	1.	寶藍現身	82
	2.	經典快歌	86
	(二)	表演與互動	87
	1.	自我介紹	87
	2.	個人表演與子團及來賓合作舞台	89
	3.	Song for E.L.F.....	91
	(三)	結尾	95
	1.	再度熱歌與第一次謝幕	95
	2.	安可曲與第二次謝幕	96
二、		小結	97

第三節	第三級偶像文本——迷文本	99
一、	永遠堅強的後盾	99
二、	迷文本分析	101
	(一) 舞台應援	102
	1. 歌曲口號應援	102
	2. 顏色應援	106
	3. 訊息應援	108
	(二) 祝賀應援	112
	1. 宣傳應援	112
	2. 代替善行應援	115
	3. 食物應援	117
三、	小結	117
第四節	迷與偶像的想像關係	119
一、	E.L.F.對 Super Junior 的情感結構	119
	(一) 由個人經驗出發的矛盾情感	119
	(二) 初步憧憬情感	122
	(三) 進入參與情感	123
二、	E.L.F.引發之想像與情感認同的類型及屬性.....	127
三、	E.L.F.生產行為之意義.....	129
四、	小結	132
第五章	結論.....	133
第一節	研究發現與討論.....	133
一、	Super Junior 偶像文本具體內容	133
	(一) 建立 E.L.F.情感與想像關係的 Super Junior 偶像神話敘事 模式	133

(二)	持續加溫 E.L.F.情感的 Super Junior 舞台敘事模式	134
(三)	作為偶像文本的共創者的 E.L.F.....	136
二、	Super Junior 與 E.L.F.想像關係與情感認同之運作模式	136
(一)	從矛盾、憧憬到參與的 E.L.F.之情感結構.....	136
(二)	表達情感並取得參與位置的生產行為	137
第二節	研究限制、建議與討論	138
一、	研究限制	138
二、	未來研究建議	138
(一)	偶像與迷和新科技的關係	138
(二)	敘事與迷之間的互動	138
三、	討論	139
參考書目	141
附錄		
【附錄一】	SS3 演唱會現場觀賞守則	149
【附錄二】	Super Junior 及子團成員列表.....	152
【附錄三】	Super Junior 成員入選練習生與培訓時間	154

圖目錄

【圖 1】「迷」之概念組成.....	11
【圖 2】英雄神話發展模式.....	25
【圖 3】初級偶像文本之英雄發展模式.....	26
【圖 4】Super Junior 偶像文本與英雄神話發展模式之對應.....	35
【圖 5】E.L.F.以布條海報靜坐抗議.....	46
【圖 6】韓庚戴面具演出.....	52
【圖 7】希澈車禍新聞報導.....	58
【圖 8】圭賢車禍新聞報導.....	60
【圖 9】新聞報導之車禍現場.....	60
【圖 10】圭賢送醫時傷勢嚴重.....	61
【圖 11】強仁因酒後鬥毆事件至警局接受調查.....	63
【圖 12】強仁以跪地大禮對 E.L.F.表達感謝與歉意.....	66
【圖 13】強仁以 3D 影像現身三巡舞台.....	67
【圖 14】菲律賓受刑人集體跳《SORRY, SORRY》.....	71
【圖 15】2011 年 6 月 1 日東海於 twitter 感謝台灣 E.L.F.所創的紀錄.....	74
【圖 16】2012 年 7 月 9 日藝聲透過 twitter 感謝台灣 E.L.F.更新紀錄.....	74
【圖 17】CNN 專訪利特和始源談論 Super Junior 的成功故事.....	76
【圖 18】宣布大賞得獎者時，Super Junior 向得獎者起立鼓掌.....	77
【圖 19】宣布大賞得獎者後，利特忍不住情緒哭泣.....	78
【圖 20】銀赫於台下哭泣，希澈給與擁抱安慰.....	78
【圖 21】2010 年 12 月 9 日銀赫 twittwe 更新「為什麼哭了呢...」.....	78
【圖 22】2010 年 12 月 9 日希澈 twittwe 更新.....	79
【圖 23】2010 年 12 月 9 日晟敏 twittwe 更新.....	79
【圖 24】Super Junior 英雄神話敘事模式之初級偶像文本分析結果.....	81

【圖 25】一巡開場影片	84
【圖 26】二巡開場影片	84
【圖 27】三巡開場影片	85
【圖 28】四巡開場影片	85
【圖 29】三巡開場由東海張開雙臂由圓形舞台飛出.....	86
【圖 30】二巡自我介紹依照每位團員的特色編排.....	88
【圖 31】三巡自我介紹每位團員各自以某一國家或族群之特色為扮相.....	88
【圖 32】成員的個人舞台與子團舞台.....	90
【圖 33】成員反串舞台.....	90
【圖 34】一巡由 E.L.F.演唱《Marry U》一歌，成員感動落淚.....	92
【圖 35】Super Junior 四巡台北站邀請 E.L.F.並教簡單的手勢動作同樂	96
【圖 36】四巡台北站時，Super Junior 於安可後的 Talk 時間玩心大起	97
【圖 37】Super Junior 演唱會舞台敘事流程圖	98
【圖 38】《Mr. Simple》歌詞與應援教學對照.....	103
【圖 39】《Don't Don》間奏的口號應援為「守護 13 位」	103
【圖 40】《BONAMANA》間奏依年齡的人名口號應援.....	104
【圖 41】《太完美》應援口號.....	105
【圖 42】E.L.F.揮舞寶藍色氣球和螢光棒為 Super Junior 應援	107
【圖 43】東海照下二巡台北站的寶藍海上傳至 CY	107
【圖 44】2012 年 2 月 5 日 Super Junior 四巡台北站終場的彩帶海.....	108
【圖 45】二巡的螢光排字「ELF♥SJ」	110
【圖 46】Super Junior 看見 E.L.F.排字應援時的反應	110
【圖 47】螢光排字「ELF♥SJ」和成員自我介紹時的紙板排字	111
【圖 48】三巡的紙板排字.....	111
【圖 49】《Dream Concert》的布條應援.....	113
【圖 50】台灣 E.L.F.為祝賀子團 K.R.Y 出道四週年和 Super Junior 出道五週年的	

公車宣傳應援	114
【圖 51】台灣 E.L.F.為祝賀 Super Junior 出道六週年的電視牆影片宣傳應援 .	114
【圖 52】台灣 E.L.F.為祝賀 Super Junior 出道六週年施放飛船應援	115
【圖 53】韓國 Galleria 百貨公司電視牆祝賀應援.....	115
【圖 54】祝賀 Super Junior 六輯發行及圭賢舞台劇的米花籃應援	116
【圖 55】多樣且裝飾豐富的食物應援.....	118
【圖 56】東海將食物應援與工作人員分享.....	118
【圖 57】E.L.F.之情感架構.....	126
【圖 58】Super Junior 演唱會舞台敘事流程與 E.L.F.情感對應分析	135

表目錄

【表 1】本研究偶像文本類型.....	19
【表 2】本研究分析之偶像文本.....	30
【表 3】本研究分析之 Super Junior 偶像文本對照	36
【表 4】受訪者列表.....	37
【表 5】訪談大綱.....	39

初探韓流下的偶像神話敘事——以 Super Junior 與 E.L.F.的想像關係與情感 認同為例

第一章 緒論

「利特¹曾經在他的 cyworld²上說過，『世界上最悲哀的愛情關係、就是歌手與歌迷。』因為歌手總是說自己好愛歌迷、但並不會真的愛上歌迷。

悲哀的是，歌迷往往都是真的愛上那位歌手，卻也苦無機會能夠停留在他身邊哪怕是一分鐘也好。

你唯一真正有機會和偶像在同一個空間裡正大光明的被關在一起、就是買票進場去聽他的演唱會。一定已經從很多地方看到過有人告訴你了：『有生之年，你一定要去看一場自己偶像的演唱會。』

你要進去那個烏漆抹黑的會場、和好多跟你一樣愛他們的人站坐在一起，揮舞著螢光棒、直直的盯著舞台上，豎起耳朵聆聽、扯著嗓子尖叫。

那個時候你就真的會感受到，偶像和你，『你們彼此相愛』。³

¹為韓國男子演藝團體 Super Junior 的隊長。

²簡稱 CY，成立於 1999 年，屬 SKcommunication 公司，是韓國知名的線上虛擬社區，可無限上傳照片及發表網誌。該社群網站擁有 1800 萬會員，約佔韓國總人口三分之一，其中九成的使用人口分佈於 20 至 29 歲的青年族群。

³C 妞（2011 年 1 月 25 日）。有生之年，演唱會。【部落格文字資料】。節取自 <http://www.wretch.cc/blog/kpopgrape/16796510>。

第一節 我們相愛——研究緣起

與偶像相愛，一直認為是理所當然的兩情相悅。

小時候，房間牆上掛著姊姊心愛的劉德華巨幅海報，每天看著偶像帥氣的外表、英挺的身姿，時空交錯般地和「他」身處在同一個房間，總覺得好幸福。然而，想要看到活蹦亂跳的偶像，只能透過有線電視頻道每天重複播放的港片，或是娛樂新聞的海外消息片段，否則大多時候只能看著偶像的照片「睹物思人」，感嘆偶像與自己的距離實在太遠，遠得好似不存在。

儘管年紀稍長，較能自由支配時間和金錢，但礙於偶像訊息獲知不易，無法確知偶像行程或花絮消息，因此以購買偶像商品（專輯、寫真書、照片、海報等）或加入歌迷後援會為主要接觸偶像的方式，尚未與偶像產生實質互動。高中時期轉為喜歡日本偶像團體，由於地理接近性的差異，日本偶像比起港星更難觸及；加上日本經紀公司對藝人肖像權相當重視，因此除了偶爾國際娛樂版面的一隅，其餘能夠獲知日本偶像消息的管道可說少之又少，遑論與偶像間接或直接的互動。偶像，依舊遙不可及。

然而，當日本經紀公司忙著塑造偶像神秘感時，開放而又親切的韓國偶像挾帶新媒介科技入侵閱聽人市場。2001年韓劇《火花》竄燒全台，其後《藍色生死戀》、《冬季戀歌》、《大長今》承接韓劇文化風潮，至近期《原來是美男》、《秘密花園》、《最佳愛情》使韓流持續發熱。有別於日劇明星的距離感，韓劇偶像頻繁來台宣傳，使迷接觸偶像的機會大為增加；記者會、見面會之景況大幅攻占娛樂新聞版面，並藉由 YouTube、土豆網等新媒介科技發展，釋出豐富完整的影音資源，偶像多樣的面貌隨之揭開。當看到「黃泰慶」⁴在台灣記者會上擺出經典的噘嘴表情，或是聽見「獨孤真」⁵用中文說出「你好」時，偶像似乎不再只是

⁴為韓劇《原來是美男》男主角，由韓國明星張根碩飾演。

⁵為韓劇《最佳愛情》男主角，由韓國明星車勝元飾演。

如夢似幻地出現在電視螢幕，而是現實生活的真實存在。

於是，親耳聽見偶像說出「我愛你」，那瞬間，感覺就像真的戀愛了。

第二節 怎麼會如此真實——研究背景、動機與目的

過去迷與偶像關係的研究，多從迷的消費行為和收視行為觀察與偶像的關係，包含認同、崇拜、迷戀以及療癒等（劉韋伶，2009；林桂英，2007；饒怡雲，2005；李佩真，1997）；而研究偶像文本（如偶像劇、歌曲、形象）以品牌建構、文化創意產業、行銷策略、經濟效益與文化接近性為主（黃美儒，2010；李育倩，2009；柯尹喬，2009；鄭嘉揚，2003）；對迷文本（如同人誌）的研究則著重於迷產製文本時的愉悅經驗和行為特質（葉原榮，2009；張立嵐，2006），或文本背後的文化意涵（鄭青青，2009；邱雯祺，2008）；對於迷文本、偶像文本和迷與偶像的想像關係三者的關聯，則少有研究。因此，本研究目的在於探究偶像文本的內容，並從中檢視迷如何以及何以想像與偶像的關係。

Fiske(1989)將文本區分為：「初級文本」(primary text)（偶像本身）、「次級(secondary text)文本」(偶像衍生商品)、「第三級文本」(tertiary text)（迷的生產行為），⁶第三級文本亦以「迷文本」稱之。文獻對於迷文本和偶像文本的內容及文化面向各有所究，但討論迷與偶像和迷文本及偶像文本的關係，則少之又少。本研究因此好奇初級偶像文本、次級偶像文本和迷文本的內涵，以及三者的互動過程，亦即從此三類文本中，了解迷與偶像想像關係的來源和形成。

本研究所指之「想像關係」，是以表演者和觀賞者的相對位置為前提，換句話說，是迷與偶像無法實際相識相知的情況下，所發展的非姻緣或血親關係。從經濟面向而言，迷與偶像最顯而易見的關係為消費者及產製端的得利者；然而除此之外，迷與偶像之間的關係相當曖昧，根據研究者的觀察，迷對於偶像的情感，

⁶本研究以應援活動作為迷文本代表（見第四章第三節）。

遠遠超越替代或移轉等消費意義，這層超越消費關係的情感，建立在某種個人投射的想像關係之上。因此，本研究欲透過探究偶像文本的內容，從中檢視迷與偶像的想像關係。

一、 建立想像關係

Jenkins(1992)認為迷是忠實的「熱愛者」(devotee)；Jenson(1992)則指出「迷」是「狂熱的」(fanatic)，是「著了迷的個人」(the obsessed individual)或「歇斯底里的群眾」(the hysterical crowd)。在對某事物如此迷戀的「迷」眼中，偶像如何由夢幻成真實？首先，偶像必須平民化。此處「平民化」之意，非指透過作品刻意形塑親民的外貌和個性，而是將偶像真實的個人生活展開在迷觸手可及之處，顯露其人性的一面，以拉近與迷的距離，如偶像時常透過部落格發表近況及抒發心情，使迷能夠即時回應，甚至與偶像發展對話。此外，偶像也會使用特定的通訊服務（如 UFO）⁷回覆迷的訊息。由於部落格及 UFO 多由偶像本人經營，不同於以往後援會網站或官方網站的代理者管理性質，迷因而能藉此與偶像產生一來一往的實質互動。近幾年，twitter⁸及微博⁹等微網誌的出現更打破部落格及 UFO 使用者語言和地區的限制，並結合行動裝置（如智慧型手機），使偶像能即時簡短地發表近況，與迷的互動更加頻繁而豐富。

舉例而言，韓國偶像明星使用 twitter 的情況相當普遍，¹⁰彼此之間也會利用

⁷為 UFO Town 簡稱，由韓國手機服務公司 Danal co 建立，是透過網路和手機發送簡訊給偶像的服務。藉由可隨身攜帶的 UFO 專用顯示器，偶像能即時看到歌迷發送的訊息並回覆，並提供 24 小時中韓文直譯服務。

⁸Twitter 由 Odeo 公司於 2006 年 7 月開發，提供社交網路及微網誌服務。用戶可經由 SMS、即時通訊、電子郵件、Twitter 網站或 Twitter 第三方應用釋出更新（稱為 tweets），單次更新最多可輸入 140 字。

⁹微博譯自 MicroBlog，由新浪網提供平台服務，亦名「新浪微博」，性質與 twitter 類似，提供微網誌服務。

¹⁰《TOP 20 Korean Celebrities with The Most Twitter Followers till May 2011!》（無日期）。取自 <http://www.dkpopnews.net/2011/06/info-top-20-korean-celebrities-with.html>。

twitter 聯絡感情。¹¹偶像 twitter 的隱私設定多為公開，因此迷能夠直接看到偶像間的互動狀態，甚至從連繫的軌跡掌握偶像的交友關係。偶像在社群網站的行動，讓迷發掘偶像的「人性面」，尤其年輕偶像的用字遣詞或使用媒介科技的習性與時下年輕人相似，顯現其真實性與親切感，迷與偶像的距離因而縮短。

無論是偶像宣傳或演藝活動的行程、作品的廣布、心情的抒發或日常生活的記錄，這些原本視為「最高機密」的資訊大量釋出，透過媒介科技快速而開放地流動於迷群之中。多方的訊息管道、透明的行程內容、爆量的偶像資訊襲向迷群，使得迷擁有足夠的訊息推測偶像的發展和行動。偶像不再是遙不可及的神聖標的，而儼然是迷生活中會關心、能互動、甚至能夠左右其行為的「朋友」。迷的位置從熱愛、崇拜者，漸漸轉變為後台在場的旁觀者，甚至是偶像演出的參與者。如在迷抒發的文本中，時常可見迷字字句句訴說偶像舞台下的辛苦和努力：

她們永遠不會忘記微笑，儘管前一晚通宵工作還生著病。

她們永遠不會忘記微笑，即使她們彩排到半夜才得以休息。

她們永遠不會忘記微笑，即使她們無法休息而是要直接飛到另一個國家繼續工作。

她們永遠不會忘記 90 度鞠躬，因為她們懂得感激。

她們是少女時代，是 SONE¹²想要守護一輩子的孩子們¹³

類似內容的文本中，迷的口吻仿若曾參與其中，並親眼見到偶像不為一般大眾所知的一面。事實上，迷的確是某種程度的親眼所見，如前所述，偶像的資訊比起從前更為開放且多樣，如近年韓國經紀公司在影音平台公開偶像培訓時期的

¹¹ 《Super Junior 成員是網民？ 東海帶起 Twitter 熱》（2010 年 5 月 3 日）。取自 http://weneews.nownews.com/news/17/news_17178.htm。

¹² SONE 為少女時代的歌迷名稱。

¹³ RSI（2010 年 11 月 8 日）〈Kissingyoon X Sunny's Song X 巧妍 聯合發佈〉。取自台大 PTT 實業坊 SNSD 板。

試鏡畫面和評比過程，甚至製作偶像出道歷程的紀錄電影，增加偶像的可親度和迷的同理心；同時，公開偶像成名之路的珍貴畫面，亦滿足迷的好奇心和歷程的參與感，感受偶像與自己的親密程度，以及發現身為「迷」所能涉入偶像生活的程度和掌握訊息的權力，型塑偶像與自身為朋友或親人般的想像關係。迷和偶像並非是真的「朋友」，而是透過某些特定的互動，發展一種「想像的朋友關係」，尤其迷親身接觸偶像後，認為偶像是朋友的感覺會更強烈（李佩真，1998）。

訊息量的多寡的確是迷與偶像發展想像關係的因素之一，然而，更重要的是雙方堅定的忠誠基礎及不可抹滅的情感關係，因為再豐富的訊息、再頻繁的互動、再親近的距離，若無情感為基礎，一切無味得如例行公事。迷與偶像的想像關係必須適時適地互饋，以增加心靈的親密感。究竟，迷與偶像如何形塑彼此的關係？

二、 偶像神話互動下的迷文本

迷與偶像的想像關係，緊緊牽動著彼此的言行舉止。2011年三月，韓國偶像團體 Super Junior 在台北小巨蛋舉行第三次亞洲巡迴演唱會(SUPER JUNIOR The 3rd Asia Tour SUPER SHOW 3 In Taipei)的觀賞守則，不禁令人感到好奇，迷與偶像之間情感的強大程度，似乎已經超過以往所認知的抽象概念：

手燈或螢光棒的顏色務必是藍色。如非購買官方生產的手燈、或者是使用第三代的手燈，都請檢查一下顏色是否正常。……若工作人員發現手燈顏色非藍色，將有權請您關閉該手燈。¹⁴

該規定並非基於安全秩序或侵權等違法考量，主辦單位卻特別明文以示，具

¹⁴全文詳見【附錄一】《SS3 演唱會現場觀賞守則》。(2011年3月3日)。取自 http://www.superdome.com.tw/news-content.asp?f_no=425。

研究者的觀察，歌迷相當認同該守則，並於演唱會現場自發檢查週遭歌迷的螢光棒是否符合規定。事實上，使用顏色標明我群與他者的例子，除了演唱會，亦顯見於球賽、選舉等場合，但以顏色作為標記，大多僅止「潛規則」的分際。類似上述例子由官方單位將潛規則實塑為明確規範，並得以依則處理違規情事，則相當罕見。這是否表示，迷與偶像之間擁有某種共同意象所形成的連結，這層連結促使迷和偶像產生互動，並展開一段想像關係，其強韌超越消費關係，並獲得群體認同，使之具體化為效則？否則何以實質生活而言並不認識的兩個個體，能夠於同一場域、藉由雙方某些特定的符號表現，準確地解讀彼此的情感？

因而，偶像文本的傳播敘事模式顯得相當關鍵，它引導迷如何進入想像空間，以及鋪敘迷進入想像的情境。Campbell(1995)認為，當一個人成為他人生活中的偶像，便進入視為神話的領域（朱侃如譯，1995）。偶像文本是迷與偶像共創的神話，迷親身參與其中，並從觀賞神話的客體轉變成偶像文本中的要角，透過各種生產行動確立神話世界的新身分。

Jenson(1992)認為，迷會密集地投入與偶像之間的想像關係。這樣的想像關係大多為迷單向的認知，迷接收偶像資訊後的個人情感抒發（日誌）、小說、或影像等迷文本，如與自己的對話或個人嗜好，僅存在個人的幻想空間，且較少與人分享，最多僅在迷間交流。李佩真（1998）指出，迷所創作的文本雖然在迷與偶像間彰顯出「互動」的關係，但這些文本主要在迷群中流通，因此互動關係僅表現在迷的組織之間。偶像本身是迷創造文本的依據和靈感來源，並不參與迷文本。

然而，從上述演場會僅能攜帶藍色螢光棒的規定來看，藍色是該偶像的象徵性符號之一，暫且不論顏色的由來是否為經紀公司的商業手法，就迷和偶像的關係而言，藍色是雙方的默契，亦是兩者的緊密連結，當偶像看到台下一片藍色景象，便能確認迷的忠誠。這是否表示迷與偶像間的關係，從以往的個人幻想，轉變為有所互動的想像關係：

東海一開場便吊鋼絲出場，台下粉絲尖叫聲震天價響，其他成員化身帥氣白馬王子登場。台灣粉絲很有默契皆拿著他們的代表色——寶藍色——螢光棒，舞台下一片藍色燈海，也把 SJ 逗得笑不停。成員圭賢用中文說：「你們是我的太完美（音近台灣妹）。」始源也用中文說：「大家好，非常高興見到你們。」¹⁵

以迷在演唱會的參與表現（手持寶藍色螢光棒）而言，迷的表現文本的確能被偶像接收，偶像據此與迷互動，迷文本得以持續延伸擴展。此種互動式的想像關係，是由偶像與迷共同生產的文本，且文本的來源是雙方的、循環的。迷與偶像的想像關係即是以此共創的文本為基礎，發展對自我身分的想像，其間經過某段心理歷程，一旦迷確立自己在想像關係中的位置，便對該身分產生認同。

迷與偶像是想像關係下「共創文本」的生產者，雙方任意從初級偶像文本、次級偶像文本以及迷文本中挑選生產來源，比如偶像本身的表現行為、言論，或身上的服裝配件，以及演唱會、歌迷見面會、音樂節目等次級偶像文本，使之成為迷奉為圭臬的象徵性符號，迷與偶像由此產生特定默契，形成相當豐富的互動，並經由雙方的詮釋賦予特殊意義，在展演平台中反覆呈現和強調，迷與偶像便能以該文本發展獨具意義且通曉由來的對話；而迷交流互動時（包含實際生活經驗和網路場域），亦憑藉該文本展開行動，甚至藉由迷文本的再生產，擴展相關文本，後又透過迷親身參與的場合，或是媒介科技的互動，將新產出的文本回饋至偶像，以形成共創文本並強化想像關係。如此循環不已，增加彼此關係的韌度，締結迷與偶像的連結歸屬。

第三節 小結

近年韓國偶像風潮襲捲亞洲，台灣首當其衝，除了連年舉辦的台韓友好演唱

¹⁵陳穎（2011年3月12日）。〈SJ 耍帥 連唱3天《SORRY》捲款1億台幣〉，《蘋果日報》，娛樂 C21 版。

會，台韓偶像合作的影視作品更不在少數，如八大電視台製作偶像劇《華麗的挑戰》，即與 Super Junior 成員東海及始源合作演出；而電視頻道播送韓國綜藝、音樂節目的數量及種類之多亦不在話下；¹⁶韓國偶像團體 Super Junior 的子團 Super Junior-M¹⁷甚至於 2011 年 5 月來台展開為期三個月的短期居留，學習與體驗在地文化、增進與台灣歌迷之交流。因此，研究韓國偶像與迷之間的文本內容（包含初級偶像文本、次級偶像文本和迷文本）有其獨特性。根據上述，迷與偶像透過初級偶像文本和次級偶像文本使雙方產生第三級偶像文本，形成某特殊意義；此特殊意義形成迷與偶像的想像關係，並引發迷的自我認同。因此本研究主要目的在描繪偶像文本（包含初級偶像文本、次級偶像文本和迷文本）的特色、內涵與故事，包含偶像文本中迷與偶像的想像關係，以及迷在此關係中的身分認同，同時為迷與偶像的關係提出進一步的分析討論。



¹⁶見【附錄二】《韓國節目在台播出頻道與名稱總表》。

¹⁷為打入華語市場，Super Junior 成立子團體 Super Junior-M，M 即從“Mandarin”而來。

第二章 文獻探討

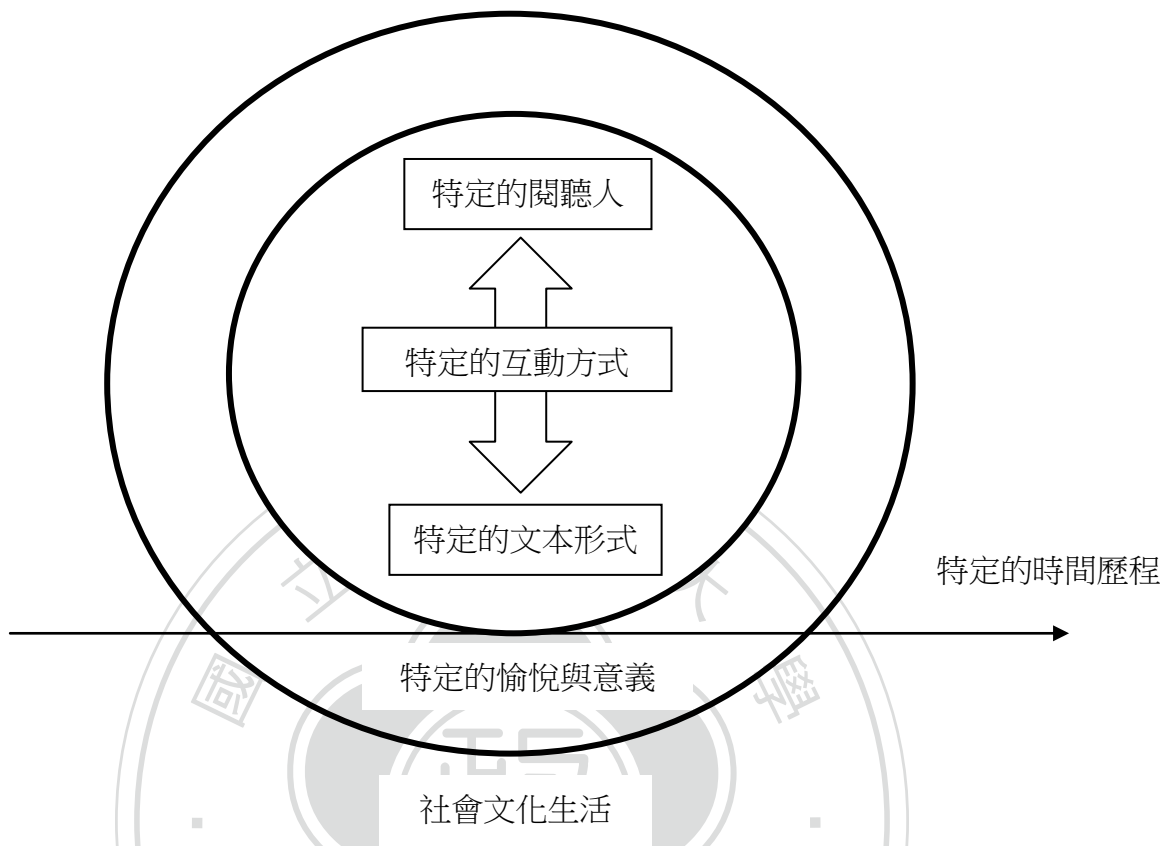
第一節 過度的閱聽人——「迷」與迷文化

一、 定義「迷」

根據 Jenkins(1992)，「迷」(fan)一詞來自 fanatic (狂熱的)的縮寫，字根源自拉丁文 fanaticus，原意指全心全意投入宗教者或神職人員(temple servant)。牛津字典將之定義為對宗教以特定的過度形式(excessive forms)信仰與崇拜(worship)，而後指稱任何「過度的或錯誤的熱情」(excessive and mistaken enthusiasm)，大多為批判、反對的負面看法。而早在 19 世紀的新聞中，fan 一詞指某些專業運動隊伍的跟隨者(followers)；其後，「迷」擴展為某些觀看者(spectator)，即使未實際參與跟隨者的行動，但只要對運動或商業娛樂活動充滿忠實的熱愛(devotee)，皆可稱之為「迷」(簡妙如，1996)。

Fiske(1989)以「讀者的主動性」說明「迷」因鍾情某訊息而積極與文本互動的行為；而 Jenkins(1992)將忠實的「熱愛者」(devotee)通稱為「迷」；Jenson(1992)指出「迷」是「狂熱的」(fanatic)，並區分為「著了迷的個人」(the obsessed individual)和「歇斯底里的群眾」(the hysterical crowd)。McQuail(1994)則定義「迷」：「對特定的作者、導演或內容的類型感興趣，或為獨特的人格特質、文化或智識品味所吸引的閱聽人」。簡妙如(1996)綜合多位學者的看法，歸結「迷」的重點概念：1. 特定的閱聽人。2. 特定的文本形式。3. 特定的互動方式。4. 特定的時間歷程。5. 特定的文化現象意涵。前三項分別指「迷」、偶像文本(包含初級、次級和第三級)以及迷各種熱情參與的行為。特定的時間歷程是著迷現象發生的歷史情境和持續的長短；特定的文化現象意涵則是指該現象所隱含的個人意義(簡妙如，1996)。因此，「在某段特定時間，特別為某些文本內容所吸引並產生互動，具有

相當程度之認同與涉入的閱聽人」，即是「迷」的形貌（見下方【圖 1】）。



【圖 1】「迷」之概念組成¹⁸

二、迷之過度性——自我填補的閱聽人

任何人看到美好的事物都會產生喜悅的心理，當事物的某一特質投合所好，便會「喜歡」某事物，但「喜歡」和「迷」之間仍隔著一段距離，比如某人說「我喜歡籃球」和「我迷籃球、我是籃球迷」是截然不同的表述，由此可知人們心中普遍認為「迷」和一般人之間具有行為、情感上的差異。「迷」之所以為「迷」，在於其所呈現的一種「更為……」的程度，此種「過度」(excess)正是辨認「迷」的重要特質，如簡妙如(1996)所言，若沒有某種「過度性」，不一定會成為「迷」。

¹⁸資料來源：《過度的閱聽人：「迷」之初探》，簡妙如，1996，中正大學電訊傳播所碩士論文，頁 16。

因此，「過度」似乎是討論「迷」的重點之一。

許多學者以「過度的閱聽人」形容迷，如 Fiske(1989)描述迷就是「最明顯、最容易辨認的閱聽人」，因為從一位迷的「過度」表現便可知其與普通人的差異。

「迷」對於文本的「主動涉入」(involvement)與「認同」(identification)程度較為深入，是以純粹喜歡同一種類(kind)文本的閱聽人未必可以「迷」稱之，換句話說，迷與非迷的判定在於著迷的程度(degree)，而非所述文本的種類(kind) (吳姿嫻，2008)。Grossberg(1992)認為迷對特定的人、事、物具有強烈情緒、行為、熱情的過度反應；Jenkins(1992)亦以「生產性」說明「迷」的過度性特質：一群重視自身創造力與主觀意識的「迷」，這種過度的閱聽人將文本素材加以挪用並重製(rework)，進而建立自己個別的文化。

簡妙如(1996)整合重學者說法，將迷的「過度性」行為加以區分成兩個面向：外在行為的過度及內在反應的過度，前者指可清楚辨別的迷之積極行為，後者則是指涉迷之心理層面；外在行為的過度包括 Fiske(1989)所指迷之「生產性行為」(productive practices)、Jenkins(1992)所言「組織迷的社群」以及 Jenson(1992)所認為迷「密集投入想像的關係」三項。其中，前兩項是指迷將所述文本的原始形貌擴展、變型，並實踐於自身生活，其豐沛的創作力展現在參與的組織活動(如同人誌活動)、「迷」群間相互交談的言語(如 BBS、論壇等)以及「迷」的創作(如同人誌作品、cosplay)等。

Grossberg(1992)探討「迷」的情感表達指出，閱聽人之於文本的關係為主動且具生產性。文本本身無法挾帶任何意義及情感，必須經過閱聽人主動的詮釋，在這之中，閱聽人不僅僅是了解文本涵義，更能連結個體自身的生活、經驗及需要(張立嵐，2007)。Jenkins(1992)針對「Star Trek 迷」的社群研究發現，迷在自己所生產的次文本中，構築理想世界，所以迷不僅是熱情的追隨者，更是不斷追求新文本、創造新意義的創作者。而「密集投入想像的關係」特性則說明迷之所以被突顯，在於其充分發揮、參與所述文本的「開放性」(openness)：使迷能自由連結各種想像關係，有如 Jenson(1992)形容「著了迷的個人」(the obsessed

indivisual)。這樣的「著迷」引發迷對原始文本「再詮釋、再現與再生產」，衍生出自創文本，以填補原始文本未交代的動機和結果（簡妙如，1996）。

三、 迷之情感與認同

是什麼驅動迷的外在過度行為？相對於外在行為，「內在過度反應」充分作為迷各種積極行為的動機。簡妙如（1996）認為，迷的內在過度反應就是對所述文本的「區辨」與「認同」。根據 Fiske(1989)，迷的區辨(discrimination)是指迷特別在乎某些獨特之處，比如所述文本與非所述文本、迷與非迷之間的他我之分，並涉及情感認同。如喜愛韓國偶像的迷群，能夠輕易辨別韓國偶像的特質，並認定其與眾不同之處，進而認同自身著迷的情感，與其他文本作為區別。

Grossberg(1992)認為「迷」的認同和區辨來自閱聽人情感的感知(affective sensibility)。相同的事物或許有客觀上等值的意義和愉悅，但依據每個人對該事物的主觀情感不同，意義和愉悅始有程度之分。簡妙如（1996）指出，認同是情感與感知的結合，情感讓我們在感知的事物中，標明特別關心的相異處，使我們重新排列事物的重要順序，並將世界區分為「我們」與「他人」，以建構自己的認同。而所謂「認同」，是指個體認知自己本身與他人或其他群體、理念、凝聚方式等，是否擁有某種共同的起源或分享的特質；同時，從參與建構的觀點而言，認同也是經驗(experience)。如 Frith(1996)認為認同是一種特殊經驗的方式，並非特指某樣東西，而是一個社會過程、一種互動的形式。由此可知，認同是一動態的過程，使閱聽眾透過自身經驗，置身於某種想像的文化敘事體系，再次體驗並強化曾有過的情感和認知。對迷而言，偶像是「自戀式的認同」，藉由模仿和想像，迷更貼近心目中的理想主體（黃佳筠，2010）。

而迷和偶像的認同關係為何？張智雅（2000）整理各學者的說法，認為迷透過以下幾種方式實踐對偶像的認同關係：1.消費商品：消費的意義包含行為本身及其代表的符號象徵，迷將對偶像的情感轉移至具偶像符徵的商品上。如對韓國

偶像迷來說，他們購買偶像的週邊商品不僅顯示對該物的喜好，更彰顯對偶像的認同。2.參與相關活動：如演唱會、見面會，或是迷間交流等各式因為認同而實踐的行為。3.相關文本的自我創作：任何從初級和次及偶像文本衍生的作品，如心情抒發、同人誌、音樂、影片等，其成品亦屬於自我認同的一環。

由此可知，迷為了尋求對偶像的認同，與原始文本發展新的關係。迷帶著一種強烈的情緒投入文本，迷與文本貼近，並不是為了被文本佔有，而是佔有文本（吳彥明，2006）。唯有將所述文本融入情感意義，並深入參與其中，迷才能充分進入文本，甚至成為文本，在這樣的關係下，可視迷為一種文化創造力或遊戲(play)，如此的迷型式使其得以遊走於幻想與真實、現實與想像、自我與他者之間（Hills, 2002；朱華瑄譯，2009）。因此，下一節將從想像的本質探討迷的想像從何而來、迷何以想像、又為何想像？在認同中扮演重要角色的「情感」，和想像的關係又為何？



第二節 迷與偶像的想像世界

一、 想像

韋伯字典定義「想像」(imagination):「理解某事的能力,從某些片段或是表面,來感知整合的全體」;廣義的「想像」概念包含眾多(社會)實質條件,或是對某種意識的認識,或對某種可能性的推測,亦是說故事的來源;具體而言,想像是將過去之抽象知識、模糊情感或印象轉而表現在具體且特殊形式的能力(蔡琰、臧國仁,2008)。

但「想像」往往超越對現實的理解,當我們說一個人的想像力很豐富時,通常也認可其「加油添醋」的敘事能力。想像之所以不同於現實描繪,即在於其兼具補充、修改的功能,如組織心理學者Weick整理三個「想像」特質:再現了缺席的事物、整合了實際經驗與理想的目標、填補並延伸了不完整的經驗;就此三特質來說,想像與經驗相關(蔡琰、臧國仁,2008)。十七世紀哲學家Hobbes在其著作《Answer to D'Avenant》解析詩的幻想力(亦可稱想像力,Hobbes並未將兩者加以區分)時,即發現想像與經驗的關係:「時間和教育產生經驗;經驗產生記憶;記憶產生判斷力和幻想力;判斷力產生力量和結構,而幻想力則產生詩篇的裝飾品。」(Breet,1969;陳梅英譯,1981,頁50)。胡寶林(1986)亦在《繪畫與視覺想像力》一書中亦提及,想像力豐富的人不只擁有高超的整合再現能力,而且經驗意象寬廣。

「想像」對於人類活動的重要性不言而喻。Osborn(1961)認為想像是人類智力的原動力,並認為想像是創造力的一種,是能夠預測、孕育與產生觀念的能力(師範譯,2004)。許多學者將想像與創造力視為一體,顯見想像是以經驗作為背景,從其「無中生有」的能力。Sartre(1948)指出想像是一種變幻莫測的活動,是「注定要造就出人的思想對象的妖術」(李一鳴譯,1990)。人無法由過去經驗或是未來行動得到所渴求的事物,唯有透過想像才能獲得。戲劇學家蕭伯納指出

想像之作用：有想像力之後便產生創造力，因為有所期乃有所想，有所想乃有所為，有所為最終才能有所成（蔡琰、臧國仁，2008）。

然而想像是否等同於「幻想」(fancy)？胡寶林（1986）認為，想像包括聯想和幻想的刺激。但以本質而言，「想像」不同於主觀的天馬行空幻想或綺夢，想像是指在原有感性形象的基礎上創造新形象的心理過程（朱幼棣，1997）而幻想(fancy)乃是將現實元素編造成小說或非真實故事的能力，撰寫虛構小說或創作非現實故事時更依賴幻想與奇想（蔡琰、臧國仁，2008）。胡寶林也對想像進一步闡述：「好的聯想不應如天馬行空的散漫，聯想應該能具綜合、接近、類似或擬人、託物、隱喻。」有時聯想會失落於「胡思亂想」，演變成幻想；幻想是一種對無限事物追求的慾望，是脫離現實、超越現實、自我滿足的方式；幻想多數不依賴經驗，完全是如同尋寶般的新經驗（胡寶林，1986）。

綜合上述，想像具備以下面向：1. 想像的內容始終源於現實，並統合內在經驗。2. 想像以經驗為素材並賦予結構與形式（蔡琰、臧國仁，2008）。3. 像是主觀經驗的延伸。

二、想像與情感的融合

想像以各種型態出現，有的漫無止境，有的毫無用處；有的稍有創造性，有的確具價值。總的來說，想像分為兩大類：一類屬於自動的意識出現，也可以自動消失，包括幻覺、狂妄、虐待狂等類似的變態心理疾病，此為「非創造性想像」；另一類是可以由我們駕馭的「創造性想像」。如設身想像(vicarious imagination)，此類想像常應用在生活之中，如「同情」是想像對方的處境而設身處地為別人著想（Osborn, 1961；師範譯，2004）。生理學家季拉德(R.W. Gerard)亦定義創造性想像為「產生新觀念或新見解的心理活動。」（Osborn, 1961；師範譯，2004）。從藝術創作的角度來看，創造性影像是藝術家創作過程中的想像，是創作者脫離眼前事物，在情感的驅動下回憶起種種形象，並徹底改造的想像(滕守堯，1987)。

創造性想像的基礎是無數次的感知、大量觀察和豐富的經驗，但這些卻不是創造性想像的最大動力，因為創造性想像並非以記憶圖像恢復和複製為目的，而是體驗各種情感。滕守堯(1987)指出，即便豐富的記憶形象能夠使人充分地抓住和利用微不足道的暗示線索和時機，但若無情感作為中介和動力，想像活動也僅僅是「無源之水、無本之木」。這樣的情感，並非個人即時或偶然產生的自然情感，而是經過深刻體驗、細膩了解和不斷沉思後認識的人類情感（滕守堯，1987）。

于永順和劉雪清（2003）在〈情感——審美想像的動力〉一文中指出，創造性想像的所有形式都包含情感因素，想像活動始終離不開情感的伴隨，因為想像並不是漫無邊際、無憑無據的，它必須以情感為動力，真切、誠摯的情感體驗常常能喚起無窮無盡的聯想，俾使想像活動保持活躍狀態。何以情感在想像的世界裡位居如此重要的地位？因為情感是主體對客觀事物是否符合需要的體驗、判斷及態度，是人對現實特有的反應形式（于永順、劉雪清，2003）。情感的湧動能明確地表現內心感受的強烈，往往成為激發其它心理活動的誘因。

于永順和劉雪清更進一步地將情感和想像的關係以火山的噴發狀態描繪兩者的流動和黏著：「情感的萌動啟動想像的火山，想像根據審美情感的想望捕捉能夠承載愛與恨的載體。當生活或作品的某一點觸動主體情感的興奮點，它就會顯出不可遏止的狀態。」（于永順、劉雪清，2003，頁 60）。如此一來，激越奔騰的想像便能再現記憶，並依此構思和創造，情感是想像的發源地，想像從情感中湧出。在激情的推波助瀾下，想像不斷深化，因而某些特殊意義（如隱喻、象徵和神話因素）只有在情感參與其中的反應裡才能真正確立和昇揚（于永順、劉雪清，2003）。

由此可知，迷與偶像的想像關係是由迷涉入偶像文本的主觀經驗發展，迷將過去對偶像的知識、印象和記憶轉型成具體的意象，藉由豐沛的情感延伸偶像與迷之間未知、卻能自由填補的關係，再現了缺席的回憶、整合了實際經驗與理想的目標：想像的情感關係。這樣的想像有別於空穴來風的幻想，因為其建立在原有的基礎上，迷保留了偶像文本中原有的背景和經驗，並從其中創造新的形象，

一如上所述，迷能想像從未感知過或實際上不存在的事物，但想像的內容始終源於偶像經驗的客觀現實。而迷和偶像的主觀經驗所指為何？迷作為想像關係的基礎發源地為何？下一節將討論偶像文本的內容，即迷與偶像的主觀經驗和想像來源。



第三節 迷與偶像共創的偶像文本

一、 定義偶像文本

根據 Fiske(1989)對文本分類的觀點，可區分為「初級文本」、「次級文本」以及「第三級文本」。「初級文本」指流行文本本身或現象，如偶像明星或影視節目；「次級文本」是「初級文本」衍生而出的相關文本，如偶像的評論、刊物等；「第三級文本」則是指觀賞者因「初級文本」和「次級文本」所引發迷的行為反應，如談論、投書、創作等任何個人或集體生產的行為。偶像人物既視為文本的一種，本研究援引 Fiske 的分類，將偶像文本區分為：一、「初級偶像文本」，包含偶像本身、個人特質與歷程；二、「次級偶像文本」，如行銷策略、專輯、演唱會、音樂錄影帶等任何形式之演出；三、「第三級偶像文本」，即迷對初級偶像文本和次級偶像文本的行為反應，如迷的創作文本和應援¹⁹行為等。由此可知，迷與偶像的主觀經驗來自偶像文本，更是所有想像關係的發源地。在本研究中，第三級偶像文本亦以「迷文本」稱之。綜合上述，本研究的文本類型整理如下方【表 1】：

【表 1】本研究偶像文本類型²⁰

偶像文本分類	內容
初級偶像文本	偶像、偶像特質、偶像歷程
次級偶像文本	行銷策略、專輯、演唱會、音樂錄影帶、 任何形式之演出
第三級偶像文本（迷文本）	迷的創作文本、應援行為

¹⁹「應援」兩字來自日文「応援団」(おうえんだん；發音 oendan)，意指加油、打氣。

²⁰資料來源：資料來源：本研究整理。

本研究將第三級偶像文本視為迷文本，而何以迷的各種行動是偶像文本的類別之一？偶像文本除了偶像本身及其衍生商品，是否也涵括迷和偶像的互動？如演唱會、見面會等場合的對話和反應，應屬於偶像文本之一，因偶像的舞台表演既為一種展演文本，迷與偶像的互動行為亦是表演的一部分，並成為、甚至完整了偶像景觀(spectacle)？²¹包括「作為主體的觀看」(偶像)與「作為被展示觀看的客體」(迷)。下段將繼續說明迷與偶像共創文本的關係。

二、 偶像文本的共創者

過去的研究中，提及偶像文本與迷的關係時，皆以「偶像本身」和偶像衍生商品定義偶像文本，包括偶像的音樂、圖像、戲劇等展演(張振鴻，2011；莊幃婷，2011)。換句話說，初級偶像文本和次級偶像文本便足以代表偶像文本，而第三級偶像文本(即觀賞者對初級和次級偶像文本的反應)，總是成為單獨的「迷」研究，認為第三級偶像文本是由迷全權扮演、創作、經歷的結果，是「歌迷自我創作與偶像相關的作品」(張智雅，2000)。但是，迷文本何以不是偶像文本的一部分？特別是偶像本身與迷有所互動，並據此創造想像關係，此文本內容涉及迷、偶像、及兩者的情感關係，理應成為偶像文本的內涵之一。當迷受到初級和次級偶像文本的感召引發第三級偶像文本，這何嘗不是在製造下一次偶像與迷互動的來源呢？李佩真(1998)指出，迷與偶像的關係能夠透過偶像文本建立，這樣的關係由於迷的文本創作，使得迷不再是偶像的從屬文本，兩者的關係提升至平等，因為迷不僅接收、消費偶像文本，也是偶像文本的創造者。換句話說，迷是偶像文本的共創者，迷自己就是偶像文本的一部分。

迷與偶像文本的關係，除了消費者的身分，更是參與者的角色，對於如演唱

²¹Abercrombie & Longhurst(1998)將 spectacle 解釋為「看被看」與「觀看凝視公開展示」，張玉佩(2004)將之翻譯為「觀展」。

會這類共與場域的偶像文本而言，迷與偶像是共同的創造者（李佩真，1998）。迷在演唱會中揮舞同一顏色的螢光棒、在歌曲對應的時間點整齊劃一地吶喊口號、穿相同顏色的衣服宣示其迷的身分，這些應援行動隱含了迷與偶像之間的想像關係，除了從迷的特性和迷文化的角度，更能從行動的「統一性」解讀其文本意義：這是一種共創的默契和潛則，這些行動聚集在一起，形成偶像文本的新景觀。因此，偶像文本可以說是迷與偶像共創的內容，而內容依循何種敘事情境，使迷融入想像並將情感深深投入其中？接下來將討論偶像文本的敘事模式。



第四節 神話敘事

一、 神話

Campbell & Moyers(1995)從字典定義神話：神話是關於神的故事；神話的定義是追尋人生的意義，亦是體驗人生的意義（Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，1995）。而根據 May(1991)《哭喊神話》一書，神話是一種將無意義的社會變成有意義的方式，是賦予人類存在重要性的敘事模式。那麼什麼／誰是神？由意識而言，「神」是一種引發動機的力量或一套價值系統的人格化表現，兩者同時在人類生活及宇宙中起作用，不僅隱喻人類心靈層面的潛力，也是賦予人類生命和宇宙萬事萬物活力的力量（Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，1995）。人類生活脫離不了神話，因為所有生活上的行為都是神話的儀式，人將自己日常生活中發生的事物和神話故事連結，因此能逐步預期生命各個階段將發生的事件。神話對於人類社會貢獻良多，首先，May(1991)認為神話提供個人存在的意義及認同感，回答了「我是誰」這個問題；其次，神話讓人充滿社群感，並忠誠所屬，如尼采所言：「我們對神話的巨大渴求，是一種對社群的渴求。沒有神話的人，是一個沒有家的人。」（Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，2003）同時，神話支撐個人的道德價值，使人理解社會互動的基本信念、價值觀和行為的關係，降低對世界的不確定感，是我們與未知世界交流的方式。正如同 Campbell & Moyers(1995)所言，神話的功能之一是成為一個特定社會秩序的支柱及根據。神話為社會塑造典範，提供人們模仿的對象，建立行動的方針，並且具備處理文化內部、文化和文化之間衝突的能力；此外，神話強化既存結構：作為單純的神話消費者，人們視神話為事實，鮮少質疑神話建構的優勢意義系統，僅分享神話製造的社會幻覺，沒有抵抗的能力（梁欣如，1993）。

神話分為兩類：第一類神話中，人和本性、大自然有關，人是大自然的一部分；第二類屬於社會學的解釋範疇，人只和特定的社團發生關係，人並非僅是一

個自然狀態的人，更是特定族群的一份子 (Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，1995)。Campbell & Moyers(1995)指出，每個人都必須在神話中找到和自身相關的層面，以成為身處某特定社群的秩序及根據，神話必定與特定社群有關，某些神祇只對某特定社群有意義。在社群之中，神話的角色是集體的夢，而夢是個人的神話，是個人支撐意識的深沉、隱密、無意識基礎的經驗；若個人的神話和社群的夢相同，人便能和社會取得和諧 (Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，1995)。

由此可知，同樣的神話並非適用所有族群，神話的價值在於特定社群中之特殊意義，此社群共享神話所隱含的各種象徵及符號。而神話隱含的意義何以融入人類情感？人類活動和文明形式中，存在一種「多樣性中的統一」(unity in the manifold)，如藝術給我們直覺的統一，科學給我們思想的統一；而神話之所以能形成我們生活的某種意識，在於神話帶給我們情感的統一 (范進、楊君游、柯錦華，1992)。

Cassirer(1946)認為神話不僅由理智而生，更深深地孕育自人類的情感。神話是情感的表達，而這種表達超越情感本身，轉化為一種想像。想像是神話的轉化，這樣的轉化可使情感以「作品」的姿態永久保留，而非僅存在於當下情感的紓解。因此，神話提供「比空氣更長久的時光」(momentum aere perennius) (范進、楊君游、柯錦華，1992)。神話是情感的聯結，如同一族群裡的規律 (無論是法規還是禁忌) 都並非是因果的經驗關係，而是彼此關係的強度及深度的憑藉。

綜合上述，迷身處特定迷族群，共享偶像文本所形成的各種神話。在迷的世界中，偶像就是迷的神，賦予迷群意義和依存的秩序，以及迷個別存在的認同感和歸屬感，偶像神話是迷賴以維生的事實，迷毫無質疑或抵抗之力。換句話說，迷選擇偶像神話作為行動範疇時，便已默認偶像神話的結構，全盤接收結構中的位置，分享其製造的社群幻覺。這樣的幻覺帶給迷統一的情感，並共同分享，使情感得以永久保存，彼此的關係因而更加強韌深廣。

偶像神話的敘事模式是迷陷入想像關係的關鍵，神話並非憑訊息的客體而是

以說出訊息的方式定義。而本研究的目的之一即在探討偶像文本的敘事模式，因此，在了解神話之於迷的意義後，必須進一步釐清神話敘事與偶像的關係。

二、 英雄神話敘事與偶像

「敘事」，是在時間序列中展現的故事，而故事是人認識自己和世界最重要的方法（蔡琰，2000）。Bennett & Edelman 認為，故事是人類表情達意最通常的用法；而「人類是說故事的動物」(story telling animal)（簡淳怡，2009）。敘事透過分享故事，建立人類社會的共同性，提供社會揚善阻惡的道德準則。以神話的方法敘事，與古代未有文字前的口述文化(oral culture)類似：在口述文化時代，由於敘事的傳播受限於人的記憶，因此呈現的方式通常有公式可循。其中，英雄故事是神話敘事最常見的模型。換句話說，神話敘事依賴同一個型態的敘事邏輯，即鬆散但具有順時性(chronological)的英雄模式（梁欣如，1993）。

根據 May(1991)的論述，英雄是本土(homeland)神話的象徵，是社群的最高目標，社群成員將所有事物的最高標準投射在他們身上。一個社群不能沒有英雄，因為英雄是社群的靈魂。英雄故事的存在有其必要：為了讓人們在社會中找到自己的理想、勇氣與智慧。社會必須設法讓其成員有英雄感，同時渴求英雄作為人格的典範、行動的標準，以及血肉相連的倫理；英雄，是活動的神話（May, 1991；朱侃如譯，2003）。英雄故事是神話敘事的核心，當英雄達成超越正常範圍的成就與經驗，便成為歌頌的詩篇。

根據《大不列顛百科全書》，神話大致分為：1.起源神話，包括宇宙、創世、末世和毀滅、風俗習慣、死亡等起源。2.英雄人物神話，冒險和歷劫歸來的磨難。3.救世主和至福千年的神話。4.時間和永恆的神話。5.天意和命運的神話。6.再生和復活的神話。7.記憶和忘卻的神話。8.上帝和天神的神話（張淑玲，2009）。其中，英雄人物神話的發展模式（見【圖 2】，頁 25）與偶像發展的歷程最為接近，因此時常使用英雄神話的故事原型描繪偶像文本。張淑玲（2009）認為，無論中

方或西方，英雄神話之形塑皆歷經誕生、考驗、成型三階段；其中包含英雄不凡的出身（奇蹟、貧困、遭棄）、艱險的歷程和最終的悲劇結果，或是無人可超越的成就。

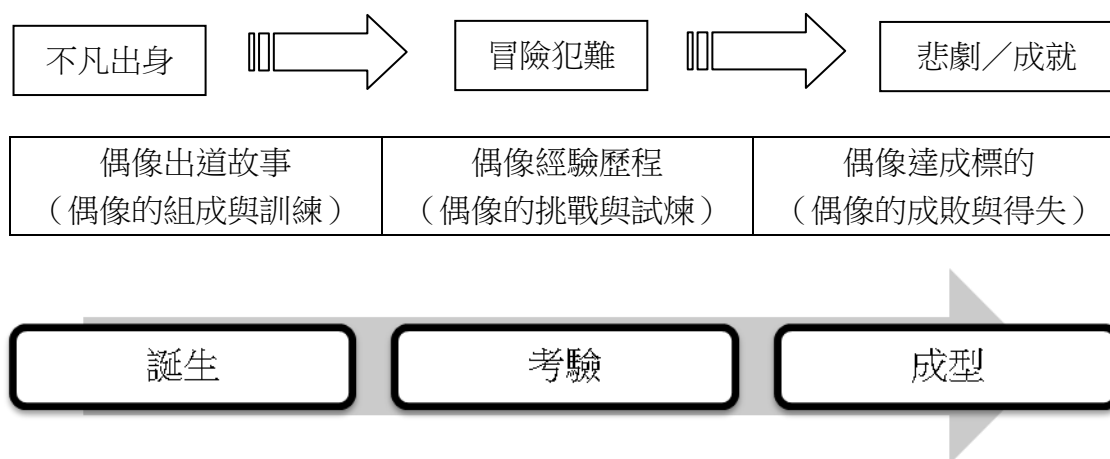


【圖 2】英雄神話發展模式²²

英雄神話原型常現於各種文本，Campbell & Moyers(1995)認為電影具有神奇的魔力，電影中的角色與我們所在的世界平行，意即他們與我們同時存在於世界，螢幕所見的並非扮演該角色之演員本身，而是以多重姿態的出現的「神」（Campbell & Moyers, 1995；朱侃如譯，2003）。換句話說，演員透過多重角色的扮演，使得被電影塑造出來的「他」出現在現實生活中。偶像既為一種文本，我們可以將偶像文本與電影的神話性質概一而論：舞台上的偶像並不是偶像本身的真實面貌，而是與迷群的想像關係中，應運而生的「神」；「神」不僅存在於舞台，角色的意義更超出螢幕，對迷而言，偶像的「神跡」遍佈生活，台面與台下的界線早已模糊。

若依英雄神話的發展模式，初級偶像文本（偶像自身、偶像特質、偶像歷程）可分述如下頁【圖 3】：

²²資料來源：本研究整理（參考自張淑玲，2009）。



【圖 3】初級偶像文本之英雄發展模式²³

現代經驗裡，人們時常拼造或結合各種神話形式，並創造新的想像和扣連，在新的事件中賦予神話色彩和傳說故事，除了建造新的自我認同，也給予心靈上的依靠。偶像的英雄發展模式便由此衍生，偶像的出道過程猶如英雄誕生，萬中選一的機會如同天神賦予英雄的命運，從被棄、窮困及突出的堅忍毅力等機緣造就奇蹟；正式成為偶像藝人後，需面臨新生英雄的磨難：先來者的欺壓、證明己身能力之重擔和各項舞台的挑戰等；而後，偶像達成某標的（如難以匹敵的銷售數字）成為傳說，塑造其英雄價值和苦盡甘來的平衡結局，或者因不敵邪惡勢力而犧牲，成為某種從苦難中孕育出來的力量（劉勇強，1991）。

神話中的英雄並非所向無敵，英雄必須有弱點，才能接近凡人世界，偶像神話更是如此，偶像的神話世界必須挪出迷的參與空間，如英雄神話故事中的邪惡力量、貴人、協助者、特殊能力者等角色，分別由偶像身邊的人物擔任，而迷的身份價值恰如其分地扮演英雄的守護者、力量來源甚或為犧牲者。

神話敘事中的英雄模式是偶像文本的投射藍圖，迷是在偶像世界生活的社群，在這個世界裡，相似於神話的偶像故事使迷得以找到生存的依恃。因此，偶像特質與經歷可沿用英雄發展模式之誕生、考驗和成型等階段，並挪借神話故事

²³資料來源：本研究整理。

中的人物之象徵意義，套入迷於偶像文本裡的角色，使迷與偶像的想像關係更加深化。

第五節 小結

綜合本章，首先將迷定義為「在某段特定時間，特別為某些文本內容所吸引並產生互動，具有相當程度之認同與涉入的閱聽人」。初步了解迷的特質後，聚焦於迷的「過度性」(excessive)，發現迷的過度性包含外在行為的想像與生產，以及內在反應的情感與認同。迷的認同來自對事物不同程度的意義和愉悅，在這之中，情感是我們感知的重要元素；而迷的想像亦不脫情感的融合，使迷在原有的經驗上建立新的意象。由此可知，迷對偶像的想像與認同是出自情感的作用，並進一步引發迷的生產性行為。

其次，藉由 Fiske(1989)對文本的分類定義，清楚劃分了偶像文本的三種層級，並了解想像的發源為何。其中，研究者好奇的是，究竟迷本身是否也是偶像文本？依照前述所論，迷充滿對偶像的想像和認同，那麼對迷而言，是否認為自己的行為是偶像展演的一部分？若是，則能將迷視為偶像文本的共創者和參與者之一；若否，則迷如何看待自身的生產性行為？另外，作為情感與想像的源頭，偶像文本的實質內涵，可從其所使用的情境看出英雄神話敘事的原型。因此，本研究擬將偶像文本置於英雄神話發展模式（見【圖 2】，頁 25）檢視其具體內容。

因此，綜覽上述討論，本研究提出兩項研究問題：

研究問題一：作為想像與情感認同之源頭，偶像文本的具體內涵為何？其敘事模式之公式與類型為何？

研究問題二：以迷的位置而言，迷如何看待與偶像的關係？此問題包括：

1. 迷對偶像有哪些情感結構？引發了何種想像與情感認同？
2. 迷對自身的生產性行為有何看法？其意義為何？

第三章 研究方法

本研究目的為探究偶像文本的內容，並從中檢視迷如何以及何以想像與偶像的關係。因此將透過描繪偶像文本（包含初級偶像文本、次級偶像文本和迷文本）的特色、內涵與故事，以及探討偶像文本中迷與偶像的想像關係，剖析迷在此關係中的情感認同。

依照本研究目的，進一步延伸兩項研究問題：

研究問題一：作為想像與情感認同之源頭，偶像文本的具體內涵為何？其敘事模式之公式與類型為何？

研究問題二：以迷的位置而言，迷如何看待與偶像的關係？此問題包括：

- (一) 迷對偶像有哪些情感結構？引發了何種想像與情感認同？
- (二) 迷對自身的生產性行為有何看法？其意義為何？

第一節 研究取徑

根據本研究的研究目的與研究問題，將採用質性研究法(Qualitative Research)。質性研究以詮釋學、符號互動論與現象學等作為理論典範。Schleiermacher認為詮釋學乃是「再經驗」(re-experience)作者的心智過程，作品與作者的獨特性必需(須)置於作者的生活以及其他作者與作品的脈絡中理解(畢恆達，1996)。詮釋學理論的建立並非只是從下而上，而是在對話的過程中由研究者和研究對象共同建構而成(畢恆達，1996)。相對於量化研究，質性研究立基於研究者與被研究之間的互動觀察上，從研究者的角度檢視事件的發生(Bryman, 1994)。質性研究並不存在「完全客觀和中立」，而是「相互主體性」；亦不強調規格化、一致性等樣板化的資料蒐集方式，而是較為開放、彈性，因為質性研究者認為資料並非獨立於研究者而存在，其研究對象無法被簡化為單純的

各別變項，更無法去除社會文化脈絡、以真空方式斷言變項與變項間的因果關係。因此，需要透過各種資料蒐集的途徑，以解碼和詮釋的方式，深入探究人們的生活、故事、語言、行為等各種情境。以多元、創造等方式，以及研究者不斷地自我省思，以了解整個情境的關係脈絡（林東泰，2008）。

本研究分為兩部分，首先，運用第二章文獻探討之第四節「英雄神話發展模式」（見【圖 3】，頁 26）作為對照藍本，用以分析與研究問題一相關之偶像文本，探究其文本結構與敘事模式具體內涵。其次，研究問題二之迷對偶像關係的內在情感與認同，則屬心理認知層面，因此將選擇深度訪談法探究迷的內在情感，並以觀察法詳實記錄迷的生產性行為，試圖描繪迷的想像脈絡。

一、 文本分析法

文本分析是將一文學作品拆解，觀察其部份之間如何拼湊相合在一起 (seeing how the parts fit together) (游美惠，1993)。文本的內容必須被視為「一個具有意義的整體」，分析就像其他解讀行為一樣，必然涉及詮釋（游美惠，1993）。

本研究將以文本分析法剖析偶像文本之敘事公式與類型。蔡琰（2000）認為，文本之「類型」與「公式」是敘事創作的的基本原始模式，不僅幫助創作者寫作，閱聽眾在解讀和認識電視劇作品時，也透「類型」與「公式」了解作品的意義。黃新生（1992）認為，人們會注意公式性結構的故事，並且從一再重複的劇情結構、同類型的角色以及幾乎可以預期的結局中，牽引出自體性的幻覺，這種幻覺可以暫時讓人們從現實生活中抽離。

因此，本研究依文獻整理之 Fiske 的文本分類（【表 1】，頁 19），選定所欲分析的偶像文本（見下頁【表 2】）。

【表 2】本研究分析之偶像文本²⁴

偶像文本分類	偶像文本內容
初級偶像文本	偶像之組成、偶像特質、偶像歷程
次級偶像文本	演唱會
第三級偶像文本（迷文本）	迷之應援行為

二、 深度訪談法

深度訪談法是一對一的訪問，可提供受訪者的意見、價值觀、動機、回憶、經驗和感受等寶貴資料，並可使受訪者對敏感的問題提供較為精確的答案，同時觀察受訪者的非語言反應（黃振家譯，2006）。畢恆達(1996)指出受訪者在談論較私密的情感與生命經驗時，需要時間醞釀才能讓真實的心裡想法慢慢傾巢而出：

談話往往是需要情境的，人有時需要時間慢慢進入情感的世界。情緒是要醞釀的，就像水庫在蓄水，水越積越多，只等待水閘的門打開，感情就會宣洩而下。（畢恆達，1996:40）

訪談並非只是簡單的一問一答，而是一種交談行動、一種雙向的互動，是受訪者與訪談者共同建構意義的過程，它不是挖掘訪談之前就已經存在的客觀事實，而是在互動過程中創造新的意義（畢恆達，1996）。而訪談的分析，應理解其訪談的情境以及現象的社會文化脈絡。

因此，為了獲知迷對偶像關係的看法，研究者將以深度訪談的方式，了解迷的情感和想像的原貌。由於情感涉及個人較為私密的層面，因此研究者將從自身

²⁴資料來源：本研究整理。

參與偶像活動的經驗切入，藉此拉近與受訪者的距離。本研究採半結構式訪談法，使受訪者能在開放的問題之中自由表達想法；以本研究的研究問題作為訪談大綱的主線，並根據訪談的具體情況調整程序與內容，以掌握更多的資料（陳向明，2002）。

三、 觀察法

觀察法係指在自然的情境或控制的情境下，根據既定的研究目的，對現象或個體的行為做有計劃與有系統的觀察，並依觀察的記錄，對現象或個體的行為做客觀性解釋的一種研究（郭生玉，1991；黃光雄、簡茂發，1991）。觀察法最大的特點是能直接至現場觀察事件，不必透過受訪者的轉述。因此，藉由研究者曾參與偶像文本的經驗，能更完整地記錄迷與偶像的互動內容，並補充其未見之處。

第二節 研究對象

一、 韓流的中心

美國有線電視新聞網 CNN 在 2010 年 12 月 31 日「韓國將成為東洋的好萊塢」的報導中提及：「韓流的中心就是 Super Junior！」並表示 Super Junior 無論是音樂、電影、戲劇及遊戲方面，皆在亞洲的年輕人當中引起迴響。²⁵事實上，Super Junior 的世界舞台，得從「韓流」說起。根據韓國官方機構「韓國觀光公社」(KOREA TOURISM ORGANIZATION)解釋「韓流」一詞，「韓流」肇始於二十世紀晚期兩岸引進韓劇所帶起的收視風潮，進而帶動音樂、電影、電玩和時尚等韓國流行事物，並在亞洲各地受到廣泛歡迎（汪佩蓉，2004）。以台灣而言，自 2001 年《火花》一劇成功打開韓流大門，各家電視台爭相引進韓劇，造就車

²⁵mjoymtae@PTT_SJ 翻譯。(2010 年 12 月 31 日)。《Daum 新聞網》。

仁表、李英愛、宋承憲、宋慧喬、裴勇俊等多位韓星在台的高人氣，屢創高收視率和話題的韓劇儼然是韓流的重要推手，更是「第一波」韓流的重心，儘管韓劇的類型因應近幾年閱聽人的喜好而有所轉變（莊幃婷，2011），韓劇所引領的韓流至今仍持續發熱。於此同時，2009年「新韓流」（莊幃婷，2011）的崛起則帶領韓國流行文化進入另一高峰。

新一波韓流可說是從一遍”sorry”聲竄起：十幾位搓著手、不斷重複同一句歌詞的男孩——Super Junior，以節奏分明的舞曲、易上口的中毒性歌詞、簡單易學的招牌舞步，在全世界形成一股模仿風潮。以一曲《SORRY, SORRY》快速打開在台灣的知名度，亦帶動隨後少女時代《Gee》、《說出你的願望》以及 Wonder Girls《Nobody》等歌曲在台灣的高度風行，掀起新韓流的高潮；同時，綜藝節目的模仿秀和網路高點閱率的改編 MV 加深了人們對 Super Junior 的印象與好奇；在尚未分清長相和人數的同時，早已經陷入這波 sorry 浪潮。

Super Junior 為韓國演藝經紀公司 SM Entertainment 旗下的男子演藝團體，簡稱 SJ 或 SUJU，2005 年 11 月 6 日於韓國 SBS 電視台所製播的音樂節目《人氣歌謠》（인기가요，台灣譯名：《韓國人氣歌謠》）出道，成員時為利特、希澈、韓庚、藝聲、強仁、神童、銀赫、晟敏、東海、始源、厲旭、起範共 12 位，其中韓庚為中國籍；2006 年 5 月再加入一位團員圭賢，Super Junior 自此確立為 13 名成員。其後團員韓庚因解約²⁶而離隊；另外兩位團員強仁和起範亦因行為不當²⁷以及個人演藝生涯規劃²⁸而暫停參與 Super Junior 的演藝活動，因此自 2009 年

²⁶2009 年 12 月 21 日，韓庚向首爾中央地方法院請求判決與 SM Entertainment 的《專屬合同》無效，原因是收入分配不公及工作過密導致過勞。2010 年 12 月 21 日首爾中央地方法院民事合議 30 部判決韓庚勝訴，（維基百科）取自

http://zh.wikipedia.org/wiki/Super_Junior-K.R.Y.#Super_Junior-K.R.Y。

²⁷2009 年 9 月 16 日，強仁涉嫌在首爾市江南區論岬洞與他人酒後鬥毆；2009 年 10 月 16 日，又發生酒駕肇事逃逸情事，直至 2010 年 7 月 5 日入伍前，未參與 Super Junior 任何演藝活動。

²⁸基於個人興趣與生涯規劃，起範專注於戲劇活動，因此自 2009 年開始，並未參與 Super Junior 任何活動，但於 2010 年 1 月 15 日新聞報導中表示「從來沒有想過要退出 Super Junior」。〈2010 年 10 月 18 日〉。〈金起範 「誰說我退出 Super Junior」〉，《韓國中央日報中文網》，取自

9 月起，Super Junior 以 10 人身分活動。²⁹

在台灣的音樂排行榜上，Super Junior 屢創佳績：《SORRY, SORRY》一曲蟬聯《KKBOX 數位音樂風雲榜日韓榜》36 週冠軍（總計奪得 38 週冠軍），其後第四張專輯《美人啊》(BONAMANA)更創下 63 週有史以來蟬聯冠軍的最長紀錄，而第五張專輯《Mr. Simple》延續攻占 37 週冠軍，截至 2012 年九月，Super Junior 已經連續居座 121 週冠軍；另外，亦獲《2010 Yahoo! Asia Buzz Awards（台灣）海外演唱團體獎》。2010 年 2 月，Super Junior 首次在台灣舉辦演唱會³⁰，歌迷搶票盛況可見其在台灣受歡迎的程度；³¹此後，2011 年的第三次³²以及 2012 年的第四次³³亞洲巡迴演唱會，更是一票難求³⁴。

Super Junior 是橫跨唱歌、舞蹈、主持、戲劇等多項藝能的多方位演藝團體，SM Entertainment 對於如此龐大的偶像組合，竭盡所能地開發其各種發展的可能，除了依照各團員的特質和才能發配不同的演藝活動，其中最特別之處在於成立 Super Junior 活動下的子團體，包含 Super Junior 三位主唱所組合、專攻 R&B 情歌的”Super Junior-K.R.Y”、充滿活力的詼諧韓國傳統音樂”Super Junior-T”、主打華語市場的”Super Junior-M”、以現代輕快舞曲為主的青春歡樂氣息”Super Junior-Happy”、以及復古曲風團體”Super Junior-Donghae & Eunhyuk”（詳見【附錄二】Super Junior 及子團成員列表）。自 2005 年至今，持續活躍於韓國、日本、中國、香港、台灣、馬來西亞、新加坡、泰國等亞洲國家，在歐美及中南美洲國家亦擁有高人氣³⁵，除多次在韓國獲得歌曲大獎，也在 2008 年進入華語流行音

http://chinese.joins.com/big5/article.do?method=detail&art_id=37454。

²⁹團員希澈於 2011 年 9 月 1 日入伍，自此 Super Junior 以 9 人身分活動。

³⁰為《SUPER JUNIOR The 2nd Asia Tour SUPER SHOW 2 In Taipei》。

³¹江芷稜（2009 年 12 月 12 日）。〈Super Junior 門票秒殺 協調再加場〉，《聯合報》，C3 版星火線。

³²為《SUPER JUNIOR The 3rd Asia Tour SUPER SHOW 3 In Taipei》。

³³為《SUPER JUNIOR The 4th Asia Tour SUPER SHOW 4 In Taipei》。

³⁴王郁惠（2011 年 1 月 9 日）。〈粉絲超額搶票 SJ 門票瞬殺〉，《聯合報》，C3 版星火線。／鄭宜熏（2012 年 1 月 2 日）。〈SJ 開唱搶翻天 3 萬張票秒殺〉，《自由時報》，D05 國際娛樂版。

³⁵陳穎（2011 年 6 月 13 日）。〈SJ 挾《Sorry, Sorry》紅到歐洲 巴黎吸金 4600 萬〉，《蘋果日報》，

樂界後，³⁶屢次於中國、馬來西亞等地獲得獎項，並入圍台灣第 21 屆金曲獎流行類最佳演唱組合(Super Junior-M)，擔任第 18 屆及 20 屆金曲獎外國表演嘉賓。

二、 永遠的守護者

「喜愛 Super Junior 的各位，我們稱之為 E.L.F.。

我們之間有能認出彼此的特別暗號對吧？

Pearl sapphire blue。

站在舞台上，當盡是寶藍色氣球海洋映入眼簾時，於是『我們有了永遠堅強的後盾』的感動便油然而生」³⁷

E.L.F.([elf])，為 Ever Lasting Friends 縮寫，意指永遠的朋友，由 Super Junior 隊長利特所命名，指稱 Super Junior 的歌迷。單就英文字面義而言，”E.L.F.”為「精靈」之意，因此部分歌迷亦自稱「妖精」。歌迷擁有個別的稱呼這樣特殊是韓國偶像常見的迷文化，和其獨特的包裝手法有關：每個團體或歌手定位其自身特質的同時，也訂下專屬的代表顏色或物品，並以各種來由為迷命名以區分他我。如韓國偶像東方神起的代表色和歌迷名稱為珊瑚紅／仙后、少女時代為玫瑰粉／Sone、BIGBANG 的代表物則是頭巾和皇冠手燈，歌迷名稱為 V.I.P。

Super Junior 的代表顏色為寶藍色(sapphire blue)，歌迷則統稱為 E.L.F.。這類名稱和以往為方便指認的稱呼，如「華仔迷」(劉德華)、「mei 迷」(張惠妹)或「五迷」(五月天)等，有某種意義上的相異之處。就研究者的觀察，被指稱為 E.L.F.時，迷間的互動和行為除了依據迷本身的身分，更附加 E.L.F.群體作為的

娛樂 C11 版。

³⁶Super Junior-M 於 2008 年 4 月 23 日發行首張正規專輯《迷 (Me)》，正式進入華語唱片界。

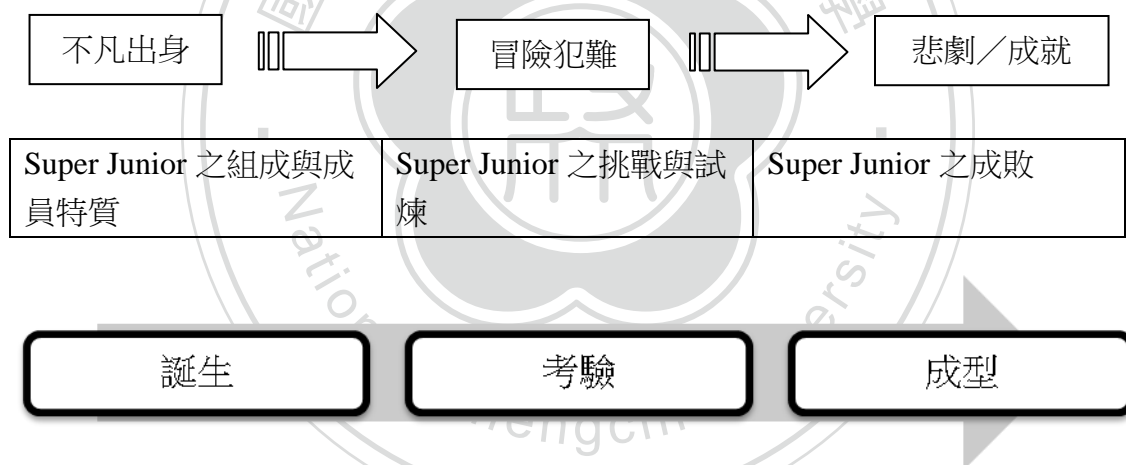
³⁷Super Junior(2010 年 2 月 20 日)。「10220 SJ Super Show 2 IN 台北」影片 給 E.L.F 的話。【SUPER JUNIOR The 2nd Asia Tour SUPER SHOW 2 In Taipei】。節取自 <http://www.youtube.com/watch?v=h7PqgvZoFK8&feature=related>。

經歷和使命感，這份支持偶像「責無旁貸」的使命感從何而來，以及如何形成，且是否存在於 Super Junior 之間的想像關係，則是本研究欲探討的結果之一。

第三節 研究設計

一、 研究樣本

藉由分析韓國偶像 Super Junior 的偶像文本，運用第二章文獻探討之第四節「英雄神話發展模式」作為對照藍本，了解其文本結構與敘事模式是否對應【圖 3】（頁 26）（見下方【圖 4】）。



【圖 4】 Super Junior 偶像文本與英雄神話發展模式之對應³⁸

其次，依循 Fiske 之文本分類，本研究將分析之 Super Junior 偶像文本對照如下頁【表 3】。

³⁸資料來源：本研究整理。

【表 3】本研究分析之 Super Junior 偶像文本對照³⁹

偶像文本分類	Super Junior 偶像文本
初級偶像文本	Super Junior 之組成、成員特質、重大經歷
次級偶像文本	Super Junior 第一次到第四次亞洲巡迴演唱會之曲目、影片及對話
第三級偶像文本（迷文本）	E.L.F.主要應援活動（舞台應援、祝賀應援）

由於次級偶像文本涵蓋範圍過於寬廣，衡量研究者時間與能力之限制，本研究以演唱會作為次級偶像文本的分析內容，並以已發行之演唱會 DVD 作為主要研究文本。由於演唱會涵括偶像舞台表演、具偶像故事意象之串場影片，亦是偶像與迷互動場域中最長之時間交流，因此以演唱會作為次級偶像文本，較能完整分析其敘事結構。然而經紀公司礙於成本考量，在巡迴演唱會中僅選定單一場次製錄 DVD，為盡分析之全面性，將輔以研究者個人參與之經驗，以及 YouTube、土豆網、優酷網等三個影音平台上，以 Super Junior 為關鍵字所能搜尋到之所有影片作為觀察補充資料。此外須特別強調，演唱會為巡迴性質，因此於各國演出時會隨該地的風土民情而對演唱會內容有所刪減，本研究以演唱會的首站作為演唱會腳本的基準，研究者的經驗及補充版本皆以該場版本為主（非限於第一場，而是第一場場曲目之版本），其餘新增橋段之演唱會版本，則非本次研究內容。

而第三級偶像文本則取樣迷常見的各式應援活動，包含偶像在舞台上與迷相互對應的歌曲應援、迷在演唱會自發性安排的排字應援、和慶祝偶像成就或階段性任務完成的活動應援。由於應援幾乎出現在所有偶像的表演，特別是歌曲應援，只要有偶像的演唱舞台，迷無論人數多寡，都會進行歌曲應援，因此本研究

³⁹資料來源：本研究整理。

依照初級偶像文本所描繪的重大經歷，以及特殊意義之表演舞台，依序選定迷的應援活動以分析之。

質性研究者 Patton 指出，一般來說，質性研究的樣本很少，有時甚至為單一個案，但需要是有深度的立意抽樣（轉引自胡幼慧，1996）。因此，依據本研究問題二，將選擇涉入 Super Junior 偶像文本程度較高之 E.L.F.為研究對象。E.L.F.之身分判定須符合「持續一年以上固定每天瀏覽 Super Junior 最新消息，對 Super Junior 有深刻情感並認同其表演」之定義；而涉入程度為：1.曾參與 Super Junior 任一公開表演的應援活動。2.曾私下或公開發表對 Super Junior 各項活動、成員、紀念日的心得。符合以上兩項行為的 E.L.F.，即為本研究的訪談對象。

本研究採取滾雪球抽樣法選擇訪談對象，Babbie(2005)指出，滾雪球是由每個已知位置的研究對象提供其他研究對象的累積過程，雖然代表性令人質疑，但具備探索性目的。

【表 4】受訪者列表

編號	受訪者	年齡	職業	性別	參與 Super Junior 演唱會次數
1	佳穎	25	設計師	女	二巡 1 場、三巡 3 場、四巡 4 場，共 7 場
2	牛奶	23	商	女	二巡 1 場、三巡 3 場、四巡 4 場，共 7 場
3	阿蘇	32	商	女	二巡 1 場、三巡 3 場、四巡 4 場，共 7 場
4	MOMO	28	研究生	女	二巡 1 場、三巡 2 場、四巡 1 場，共 4 場
5	詩穎	26	社福人員	女	二巡 1 場、三巡 3 場、四巡 1 場，共 5 場

6	Penny	26	網路業	女	二巡 1 場、三巡 3 場、四巡 2 場，共 6 場
---	-------	----	-----	---	-------------------------------

二、 訪談大綱設計

本研究採「半結構訪談」，相對於結構式問卷的一致化，非結構式問卷往往因人或情境的不同而異。在研究者事先設定的主題下，讓受訪者依主題的引導自由發表意見，訪談者則可視當時的情況增減問題。因此於訪談前擬定訪談大綱，但非一定依照問題順序訪問，而視研究者與受訪者之互動，隨時調整問題內容，保有彈性修改的空間。根據本研究問題二，套入本研究對象，則為：以迷的位置而言，E.L.F.如何看待與 Super Junior 的關係？以及兩子題：

1. E.L.F.對 Super Junior 有哪些情感結構？引發了何種想像與情感認同？其類型和屬性為何？

2. E.L.F.對自身的生產性行為有何看法？其意義為何？

本研究情感結構之操作型定義分為尋找與自身相同特質、欲證明自身存在、對偶像的愛與付出之關懷；想像類別則為身分階級、依靠、守護、力量、犧牲等意象；情感屬性則以愛情、友情、親情為基準，由此延伸迷自身定義之情感。

訪談大綱分為三部分（見【表 5】，頁 39）：第一部分為 E.L.F.的內在情感認同，先從喜歡 Super Junior 的最初情境切入，建立與受訪者的關係；其次，根據文獻，「認同」是個體認知本身與他人擁有某種共同的起源或分享的特質，且由情感與感知結合，因此將詢問 Super Junior 的特質是否與 E.L.F.有共同之處，以檢視其情感認同。

第二部分為 E.L.F.對 Super Junior 的外在想像關係，文獻指出想像源於主觀經驗，因而先請 E.L.F.陳述兩者間的實質互動，詢問其與 E.L.F.預期的關係是否有落差，若是，則 E.L.F.接下來的行動是否符合心理學者 Weick 所言之「想像」特質：再現缺席的事物、整合實際經驗與理想目標、填補並延伸不完整的經驗（引

自蔡琰、臧國仁，2008)，由此描繪建立想像關係的過程和原因。訪談第三部分則是探討外在生產行為對 E.L.F.的意義，以及 E.L.F.是否預期 Super Junior 對於生產行為的反應，以分析想像關係帶給 E.L.F.的影響。本研究於正式訪談前，先以研究者身邊符合研究條件的 E.L.F.測試問題，以修正訪談問題，最終訪談大綱如下表：

【表 5】訪談大綱

次序與研究目的、問題	訪談問題	追加問題（視情況而定）
第一部分：描繪迷的情感認同／E.L.F.對 Super Junior 有哪些情感結構？（尋找與自身相同特質、欲證明自身存在、愛、關懷）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 你是在何種契機下喜歡上 SJ 的？決定成為 E.L.F.的關鍵是什麼？ 2. 你認為 SJ 是什麼樣的偶像？他們有什麼特質？ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 你認為自己成為 E.L.F.的資格是什麼？ 2. SJ 哪一部分最打動你？你是否有相同的經驗和想法？ 3. SJ 曾經讓你感動落淚的瞬間？
第二部份：描繪迷的想像關係／引發了何種想像與情感認同？（身分階級、依靠、守護、力量、犧牲）其類型和屬性為何？（愛情、友情、親情）	<ol style="list-style-type: none"> 3. 你曾經跟 SJ 有過實質互動嗎？ 4. 你覺得 SJ 跟你是什麼關係？你希望是什麼關係？ 5. 請說明 SJ 對於你的意義？ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 你看過 SJ 出道前的影片嗎？你有什麼感想？ 2. 你有固定關注 SJ 成員的 twitter 或其他形式的日記嗎？你覺得這是他本人經營的嗎？你會去回應嗎？他有回覆過你嗎？你覺得是本人回的嗎？ 3. 你覺得 SJ 怎麼看待 E.L.F.？ E.L.F.對他們的意義是什麼？
第三部分：探究生產行為之意義／E.L.F.對自身的生產性行為有何	<ol style="list-style-type: none"> 6. 你創作過與 SJ 相關的東西嗎？有哪些類型？創作的動機為何？ 7. 請敘述你參與的應 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 你有沒有曾經對應援活動提出點子？ 2. 你覺得應援對 SJ 有什麼意義？如果沒有應援，SJ 的表演是否有所差別？

<p>看法？其意義為何？</p>	<p>援活動中，印象最深刻的經驗。</p> <p>8. 當你參加演唱會的時候，你是否期待應援活動的效果？你是否期待SJ的反應？你希望他們有什麼反應？</p>	
------------------	--	--

本研究蒐集訪談資料時，以錄音記錄內容，再轉為文字記錄以便分析。依照受訪者的談話內容，抽離共同的動機與意識，歸為同一類目以濃縮、歸類、概念化、並引證及導出結論；而為求研究詳實，將完整呈現受訪者言詞，不多加修飾，僅於語焉不詳處補充研究者所認知的意思。



第四章 Super Junior 偶像文本分析

本研究分析分為兩部分，第一部分為 Super Junior 偶像文本分析，根據 Fiske 之文本分類，依序分析 Super Junior 初級偶像文本、次級偶像文本及第三級偶像文本（迷文本），藉由分析 Super Junior 初級偶像文本的文本結構和敘事模式，以及拆解 Super Junior 次級偶像文本的內容，進一步理解第三級偶像文本，即 E.L.F. 的回應與 Super Junior 間的互動形式。第二部分為分析 E.L.F. 的深度訪談內容，以剖析其對 Super Junior 的情感想像與認同，以及對其生產性行為的看法。

第一節 初級偶像文本——Super Junior 之英雄神話敘事

「一朝之留，一夕之戀，一言之情，一語之緣。一瞬，幻化千年。

時間在看不透的斑點裡，滴答滴答，一如往常地沏上了濃香的花茶。半躺在慢慢搖曳的藤椅上，閉上眼，腦海裡一陣一陣閃過記憶深處的故事片段，嘴角上揚。相信嗎，已然白髮蒼蒼，腳步蹣跚，仍會有那一點點的叫作回憶的東西，藏在神聖而最不容侵犯的地方。

你，找到了嗎？」⁴⁰

⁴⁰SJ 寶藍閣留言區(2010)。

一、 Super Junior的精神象徵

(一) 寶藍色

Campbell & Moyers(1995)指出，神話讓人充滿社群感，並成為特定社群的秩序與根據（朱侃如譯，1995）。神話的形成由制定架構起始，讓所有人物、事件、規範都能清楚地定義在這範疇之中，彼此跳動交錯，展開故事的軸線。Super Junior 的故事始於「寶藍色」(sapphire blue)。⁴¹Super Junior 的神話敘事中，時常將海洋的寬廣無際、包容萬物、深隱神秘，以及天空的自由自在、投向光明等特點，作為該敘事領域（國度）的型態，同時也給予居住在這個國度的「子民」得以發揮特點的共同舞台，如：

Super Junior 是 E.L.F.寶藍色的天空；E.L.F.是 Super Junior 寶藍色的大地，只有在一起才是全世界。⁴²

如果全世界拋棄了 SJ，那麼，E.L.F.會背叛全世界。⁴³

寶藍色沒有覆蓋全世界之前，Super Junior 不會停下腳步。⁴⁴

梁欣如（1993）認為敘事的邏輯依賴某種型態。敘事的框架既形成後，其中

⁴¹韓國偶像有一相當特別之處，即多數歌手和團體皆有專屬的代表顏色，如早期偶像團體 H.O.T. 以白色作為象徵、神話為橘色；Super Junior 則是以寶藍色作為號召，顏色由經紀公司訂定。Super Junior 的偶像文本裡，寶藍色的意義遠超越其所指稱的色彩，它是一種團體力量的象徵，力量之強大足以凝聚眾人的意念形成群體，成為國度的基本模型。

⁴²資料來源：<http://hi.baidu.com/hjcutaalvsfnszr/item/ebf0438c5f3a055ee53d1994>。

⁴³同上。

⁴⁴利特曾對 E.L.F.說過這句話，第一次說出的時間無法確認，但利特於 2011 年 4 月 3 日在 twitter 說過類似的言論「直到寶藍色氣球的光芒覆蓋全世界的那天」。

的規範亦需明確地定義，以成為敘事的中心旨意及萬物運作的依歸。因而，具備鞏固一國信念、維繫子民情感的「神話」便應運而生。Bascom William（朝戈金等譯，2006）認為神話是發生於遙遠的過去的真实可信的事情，主要角色並非經常是人類，但卻常具有人類的特性，講述神的活動及愛情事件、家庭關係、友情與仇恨、勝利與失敗。神話具有傳達社群的核心概念和加強社群間的連結的功能，使其團結一心，對抗可能的危機。因此，寶藍色可以說是 Super Junior 與 E.L.F. 的社群裡最重要的神話背景。

（二） 13 人

作為一個偶像組合，Super Junior 原先定位為「階段性任務」的計劃，⁴⁵也就是依循日本偶像團體早安少女組的團員汰換模式，每一到兩年加入新成員以更替舊成員。Super Junior 於 2005 年出道時，為當時世界上人數最多的偶像男子團體，⁴⁶普遍而言，世界各國的男子偶像團體人數為 6 到 7 位，Super Junior 卻多達 13 位，除了增加辨識的困難，眾多的人數也造成歌曲分配並提高舞蹈編排的難度。⁴⁷

成員人數眾多不僅是 Super Junior 最大的特色之一，亦成為遭受攻擊的砲口之一。⁴⁸因此成員數在 Super Junior 的英雄神話敘事裡代表凝聚向心力，「13」這個符號不單指成員的數量，更代表 Super Junior 成軍故事背後團結的力量和情感

⁴⁵Super Junior 在 2005 年出道團名為 Super Junior'05，意即每年成員將有所變動。

⁴⁶Super Junior 出道時的話題之一便是龐大的成員人數，即便出道三年多後，推出在全世界打響知名度的成名曲《SORRY, SORRY》，成員的人數始終是矚目的焦點。

⁴⁷然而，在《SORRY, SORRY》一曲的表演中，整齊劃一的舞步，搭配每位成員接唱的完美走位，足能突顯各自的風格及專長；隨著輕快且極富韻律的歌曲，每個段落各自形成舞蹈小組，等到副歌一起，整體配合卻又十分協調，堪稱是大型組合的詮釋風範。

⁴⁸由於人多，無論是台上的演出或台下的言行舉止，出錯的機率比其他團體高出許多；同時，身為韓國最大演藝公司旗下的核心藝人，以及近年在全世界引領韓流的指標人物，樹大招風的結果，使得 Super Junior 的一舉一動皆容易被放大檢視。

相依的精神：

Super Junior 在 2005 年以 12 位成員的陣容出道（是時團名為 Super Junior'05），按照原本運作期待，於隔年五月加入一位新團員，當時即引發部分 E.L.F.不滿，⁴⁹但成軍未滿一年，Super Junior 尚未出現亮眼成績，同時根據研究者的觀察，E.L.F.的凝聚力也仍在成型階段，因此第 13 位成員的加入在混沌的情感雛型下暫被接受。只是，即便是在未完全成型的情感關係中，新加入的成員仍受到其他成員有意無意的冷落，仿若局外人。⁵⁰直到 2006 年 6 月 25 日，Super Junior 以《U》一曲第一次獲得音樂節目排名第一（採計 60%數位音源銷量、5%專輯銷量、5%節目人氣投票、20%世界搜索量、10%放送次數），出道以來遭受的質疑和努力才終於受到平反與回報，團員對自我的不確定感和組合的不安至此稍獲緩解，第 13 位成員也首次感受為團員和 E.L.F.接納的真實感，成為 Super Junior 真正的一份子。

我的練習生生涯沒有很長，練了兩三個月就成為 Super Junior 出道了……，其實我也能理解，原本 12 位成員就已經很多了，還要加上我變成 13 位，（成員）對我的不友善也是意料中的事……。我們初期的《Twins》和《Miracle》兩首歌都沒有拿到第一名，在《U》這張單曲的時候終於拿到第一名了，成員都非常激動，在舞台上哭得很慘，我看到這樣的情景，心情也很激動，畢竟這是我實現當歌手的夢想以來，第一次拿到的獎。但我突然想到，如果我也哭的話，會不會有人覺得「他也沒做什麼，有什麼資格哭？」於是我硬是把眼眶裡的淚水忍住了。

下了舞台回到休息室，成員的心情還是難以平復，我看著他們哭，我也好想跟著一起哭，但我不敢，告訴自己要一定要忍著。突然，利特哥哭著哭著看到我，

⁴⁹陳秋雁（2010 年 8 月 19 日）〈韓國天團 Super Junior 奎賢出車禍 險赴黃泉 昏迷 4 天〉。取自 <http://stars.zaobao.com/pages10/superjunior100819.shtml>。

⁵⁰盧怡瑟（2011 年 8 月 31 日）〈Super Junior 圭賢自曝辛酸往事 曾遭利特責難〉。取自 <http://www.koreastardaily.com/tc/news/10726>。

對我說「圭賢啊，你也辛苦了！」然後緊緊地抱住我，這一瞬間我所有的委屈都湧上心頭「沒錯，我好辛苦啊！」我一邊說著一邊也抱著利特哥大哭了起來，從那一刻開始，我才真正感受到我是 Super Junior 的一員。⁵¹

第 13 位成員圭賢與 12 位成員共同經歷了 Super Junior 出道以來的首次成功，曾數次為難他的隊長利特，終於肯定圭賢的努力和融為一體的精神，而 E.L.F. 也開始全心全意地接納圭賢。至此，Super Junior 由 13 位成員組成的信念確立，儘管這只是他們的演藝成績的小小里程碑，卻是建立 Super Junior 本身與 E.L.F. 情感的重要起點，13 位缺一不可的神話，成為 E.L.F. 的強烈執著。

2007 年 9 月 20 日 Super Junior 推出第二張正規專輯《Don't Don》，當 E.L.F. 看到 MV 中出現 Super Junior 13 位成員以外的第十四張陌生臉孔時，⁵²Super Junior 將加入第十四位新成員的謠言甚囂塵上，並隨即引起 E.L.F. 的強烈反彈。與反對圭賢加入的情況不同的是，Super Junior 13 位的中心意念已在 E.L.F. 心中根深柢固，和 13 位成員共同經歷的事件（見下節）和情感也遠深過圭賢加入時的混沌狀況，因而若要延續 Super Junior 組成之時設定的汰舊更新機制，則完全不為 E.L.F. 所接受。2007 年 10 月 24 日，E.L.F. 經過多日的討論，決定採取行動，在 SM Entertainment 公司門前靜坐示威，並高舉抗議布條和海報，表明不願 Super Junior 成員變動的立場（見下頁【圖 5】）。⁵³

⁵¹圭賢（2011 年 8 月 30 日播出）。老么的委屈。《強心臟第九 13 集》。

⁵²在《Don't Don》MV 中出現的新臉孔為當時還是 SM 公司練習生的 Henry（後以 Super Junior-M 的成員身分於 2008 年出道），在 MV 中以小提琴演奏歌曲間奏，出現秒數約為 20 秒。

⁵³13 姨 KT 私人公寓譯（2007 年 10 月 24 日）。SM：沒有發表過 SUPERJ UNIOR 是正規組合。《YONHAPNEWS》。



【圖 5】E.L.F.以布條海報靜坐抗議⁵⁴

E.L.F.以”only 13”口號最為號召，堅持守護唯一認可的 13 位成員陣容，不容許任何外在力量加以改變；更以「 $13 \pm 1 = 0$ 」的符號象徵，表示 Super Junior 13 位成員的不可變動性，任何一位成員的增減都將使 Super Junior 這個名字所指稱的團體失去意義。在強烈的抗議和反彈之下，SM Entertainment 終於讓步並且承諾保持 Super Junior 13 位成員的完整性，⁵⁵在回應 E.L.F.的聲明中強調「Super Junior 是利特、希澈、韓庚、藝聲、強仁、神童、晟敏、銀赫、東海、始源、厲旭、起範、圭賢組成的 13 人團體」，成員亦表明「Super Junior 是由利特開始到圭賢結束」⁵⁶的忠誠態度。

⁵⁴2007 年 10 月 24 日 E.L.F 於 SM 經紀公司大門前抗議，要求保障 Super Junior 13 位成員陣容的完整。資料來源：<http://se7enchoi.wordpress.com/category/super-junior/page/158/>。

⁵⁵百度百科〈only13〉。取自 <http://baike.baidu.com/view/1637041.htm>。

⁵⁶此話是依據 Super Junior 團員年齡大小排序，意指 Super Junior 是由最年長的利特一直到年紀最小的圭賢一共 13 個人共同組合而成，不會讓任何人加入或離開。後亦將此句話改為「Super Junior 是由利特開始到 E.L.F 結束」，意謂在 Super Junior 的背後有廣大歌迷的支持，此次”only 13”的抗

透過官方認證再次確立 Super Junior 13 人的完整與必然，與眾不同的成員人數不再是 Super Junior 的累贅或話柄，而是 E.L.F. 運用自身的力量，成功守護 Super Junior 的功績，13 人的 Super Junior 是一種忠誠的驕傲，是一項默契的證明，更是一段鞏固情感的經歷，使 13 人成軍的由來成為 Super Junior 敘事框架中的核心思想。

二、 遺落又重聚的 13 顆星星

Super Junior 神話敘事的基本模型已經鑄造完成，身為故事的主角，Super Junior 如何從現實生活中的展演轉移到此一新的敘事領域中，並透過舞台演出及個人特質連結敘事內容，成為神話主角呢？首先，延續上述「寶藍色」(sapphire blue)的敘事基調，在 Super Junior 的敘事架構中，自然界的物質時常作為喻依，象徵 Super Junior 成員精神的永恆，以及與迷之間相互羈絆的定律，同時也突顯偶像的英雄高度和神秘感，以及命定的戲劇感。在 Super Junior 的歌曲或是成員的日記中，都能見到類似的隱喻：

要我為妳摘下夜幕中的星星嗎？

數數看 一顆、兩顆、三顆？

我們是原本散落四處如今重新聚合的 13 顆星星⁵⁷

在 13 顆星星當中 最不擅長表達自己感情的這顆星星

只能將這份感情藏在自己的心中...自己的想像中

只能在遠處...遠遠地望著那位少女

因為它只能這麼做⁵⁸

議事件，使 Super Junior 的 13 位成員與 E.L.F 的情感緊緊相繫。

⁵⁷取自 Super Junior 正規五輯《Mr. Simple》之《Superman》一曲。

透過【圖 4】(頁 35)，則能更完整地描述 Super Junior 現實生活與神話敘事的移轉過程，以下將從(一)誕生(二)考驗(三)成型等階段，整理 Super Junior 的英雄神話敘事內涵。

(一) 誕生

Super Junior 由利特、希澈、韓庚、藝聲、強仁、神童、晟敏、銀赫、東海、始源、厲旭、起範、圭賢所組成，成為 Super Junior 成員前，分別歷經四個月到六年不等的練習生時期。⁵⁹英雄的出身往往不凡，而這樣的「不凡」在 Super Junior 身上並非指天賦異稟的才氣或是一蹴可幾的運氣，相反地，其所遭遇的是忍受凡人無法承擔的痛苦和訓練，或是受到某些事物殘缺的煎熬。Super Junior 13 位成員中，依據特質較為顯著的成員，分別就 1. 驚人的毅力 2. 被棄的絕望與困乏的生活 3. 親情的缺失，依序分析英雄神話的誕生。

1. 過人的毅力

(1) 利特

過人的毅力是英雄神話故事中，最常被讚頌的英雄特質之一。毅力有別於先天的特殊能力，是堅強意志的表現，能夠提高眾人對英雄的接受度和認同感。因其強調付出與收穫的對應價值，合理化「英雄之所以為英雄」的成就，成為激勵人心的例子。May(1991)認為英雄故事帶給世人的意義：英雄故事必須存在，人們才能在社會中實踐理想與勇氣。Super Junior 的隊長利特在多數演藝圈前後輩以及工作人員眼中，之所以成為受人敬佩的藝人，在於他作為引領世界韓流 Super

⁵⁸取自 Super Junior 成員希澈 2007 年 2 月 25 日 CY《星星戀愛時》。

⁵⁹見【附錄四】Super Junior 成員入選練習生與培訓時間。

Junior 的一員，恰如其分地扮演隊長一角，堪稱偶像團體中最稱職的隊長。⁶⁰利特尤為人津津樂道的刻苦精神，可從他忍受五年不見天日的練習生生涯看出，在同輩甚至是後輩先一步有了耀眼的成績和出道機會時，依舊按耐等待，持續在自己的崗位上努力。

練習生時期，不管是下雨天或下雪天，我總是咬緊牙根在練習。但是，挫折卻是接踵而來，比我晚進來的人都出道了，嘴巴上講沒關係，但心裡……其實舉著雙手在吶喊「不應該是這樣的！」聽到父母或親戚間的議論紛紛，更令我難過，當練習生的時間愈來愈長，常常都會聽到背後的閒言閒語，每當此時，眼淚總是忍不住的落下來。

有一句話是這樣的：努力和時間，是不會背叛生命的。目前為止所有的努力，所花費的時間，只會留給我們光明的未來。

現在，才是開始。我是 Super Junior 的隊長，利特。⁶¹

對於多數韓國偶像而言，練習生時期是一段必經的艱辛過程，利特的經歷或許並不特別；然而，他的過人之處在於長時間的毅力和耐心，長達六年的培訓期，使得即便是習以為常的生活練習，在時間的拉鋸下都變得困難，利特過人的抗壓性和沉著的毅力與定性，足以顯現作為 Super Junior 領袖的特質，帶領成員突破困境，成為精神象徵。

(2) 韓庚

除了利特，Super Junior 的中國成員韓庚，出道前的境遇亦是英雄擁有過人

⁶⁰金民成（2011 年 11 月 7 日）。〈藝能心臟利特 被稱為新一代 MC 的理由〉，《Mydaily》。取自 <http://i.imgur.com/G5F1t.jpg>。

⁶¹廣播節目（2006 年 11 月 5 日）。〈我們是 Super Junior 利特篇〉，《我們的快樂年輕歲月》。取自台大批踢踢實業坊 Super Junior 板。

毅力的完美演繹。身為一位外國人，在韓國民族意識高漲的團結社會風氣中，離鄉背井的韓庚必須與一群同樣懷抱明星夢想的人競爭未知的機會。然而，舞技超群的韓庚以 Super Junior 團員身分出道時，即是 Super Junior 的領舞團員之一，擔負帶領全團舞蹈的重責大任，能有這樣的能耐，是一千八百多個艱辛的日子換來的。

韓庚從千分之一的機會中，被選拔為練習生，⁶²在沒有熟識的朋友、沒有足夠的旅費、也沒有任何韓文的學習經驗的情況下，依舊憑著一股展現能力的慾望和對夢想懷抱的決心，在陌生的環境中接受困難的訓練與挑戰，在人生的不熟且語言不通的情況下，韓庚獨自承受孤獨的辛酸與迷茫。五年的培訓期間經歷的苦痛，以及剛出道時面臨的殘酷現實，皆是英雄過人毅力的最佳寫照：

（連續練舞 20 小時）這是我自己的要求，因為出道之前就有編好的舞蹈和歌，都必須要練，為了將來最完美的演出而準備。……（手臂練到骨折）當時我也不知到哪裡受傷，只是在做伏地挺身的時候覺得胳膊很疼，到醫院一照，才知道是骨折了，但醫生說這大約是兩個月前骨折的，它已經自己長回來了，不過，也長歪了。

……（剛出道時面臨外國藝人僅能簽約三家電視台，其他未簽約的電視台不能露臉之情況）因為當時我是公司第一個從外國來的藝人，所以公司也不知道是什麼樣的一個程序。因此公司當時就說『你從今天結束後，在韓國不能演出了』。那時候一聽，我馬上就哭了，自己對自己說『完了，這才剛剛開始，就又把封殺掉了，就不能讓我演出了』。所以之後的那場演出，我就當它是在韓國的最後一場演出，我一定要盡全力，要所有韓國的歌迷知道有我一個韓庚在舞台上，給他們留一個深刻的印象。」⁶³

⁶²韓庚當時參加《H.O.T. China》的選拔活動，參加者共計 3000 人，僅韓庚一人入選。資料來源：<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E5%BA%9A>。

⁶³Jinlongyi (2009 年 7 月 8 日)。〈韓庚：我在韓國的日子〉，韓國新網論壇。

甫出道就面臨無法露臉的窘境，對於好不容易能站上舞台的韓庚來說，相當難堪且痛苦；然而，不願因缺陣而導致隊形大亂的他，最終選擇戴上面具上場。⁶⁴ 戴著面具的韓庚只能為維持舞蹈的完整而參與表演，即便是輪到自己負責的歌詞，也由其他成員替代而無法在鏡頭前完成演唱。對於曝光率極度重要的新人而言，十二位成員各自分配而得的鏡頭已經不多，韓庚卻只能以舞者或是影子般的身分出現在一晃而逝的畫面角落（見【圖 6】，頁 52）。即便受到肉體及精神的折磨，韓庚並未放棄當歌手的夢想，突顯其堅強的意志，這段艱辛的經歷，再次印證了 Super Junior 誕生的不凡出身。



⁶⁴資料來源：http://www.ce.cn/kjwh/ylmb/ylsj/200708/30/t20070830_12731263_2.shtml。



【圖 6】韓庚戴面具演出⁶⁵

2. 被棄的絕望與困乏的生活

(1) 晟敏

Super Junior 的組成並不是費盡心思策畫的結果，即便成員皆為各類比賽脫穎而出的優勝者，但成團的初衷與現在的發展大相逕庭。Super Junior 最初存在的意義並非某項努力的競爭目標或獎勵榮譽，如前所述，該團體的組成是為了將藝人往前推進的一項過渡計劃。在尚未組成 Super Junior 前，成員各自發展的演

⁶⁵Super Junior 剛出道時韓庚為符合韓國針對外國藝人出演的規定，戴面具上台演出(上圖為 2005 年 11 月 19 日於 KM. Show Music Tank 的表演舞台，下圖為同一節目 2006 年 1 月 7 日的演出活動。)資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=NdWRQnkB0WY>；<http://www.youtube.com/watch?v=yCmHLzhhKhg>，本研究編輯。

藝階段不一，有的人先一步以演員、模特兒、或主持人的身分出道，有的人則是在準備期間被分配至「可能」即將出道的團體；也就是說，Super Junior 並不是精挑細選而組成的完美團體，而是浩瀚宇宙間隨著各自的軌道運行卻又偶然相遇的 13 顆星星，有的星星甚至曾因被棄而一度黯淡：

（練習生活）就這樣過了兩年，公司把我、俊秀和銀赫放在一起，當時打算讓我們組成三人的形式出道，我們每天都很努力的練習，一起坐最後一班車回家，那時真的是我人生很好玩、也最幸福的日子。我們以男子三人組的姿態一起錄音、拍攝專輯封面，但到了最後一刻，公司覺得還是不行，便把俊秀轉到東方神起⁶⁶出道，成為「細亞俊秀」。我和銀赫有種被遺棄的感覺，我非常灰心，一度停止練習，甚至有「就這樣放棄（當歌手）吧」的念頭。⁶⁷

(2) 藝聲、神童、銀赫

如同多數的英雄故事，許多英雄誕生時便跟隨著缺陷，使未來的成功之路走得更加艱辛與難得。Super Junior 誕生前，成員各自也因某些欠缺而倍受煎熬。從現實面而言，資源的缺乏是最主要的情況，部分成員家境難以負擔生活，進入演藝公司當練習生反而是不得已的出路：

我不走這條路（當歌手）的話好像也沒有其他選擇了，因為我繳不起大學學費。⁶⁸

⁶⁶東方神起為韓國五人男子團體，與 Super Junior 同樣隸屬於 SM Entertainment。由鄭允浩、沈昌珉、金在中、朴有天、金俊秀五人於 2003 年組成，2004 年 2 月 6 日以單曲《HUG》正式出道。

⁶⁷晟敏（台灣上映時間 2012 年 5 月 25 日）。〈晟敏訪談〉，《IAM. -SM 家族青春傳記電影》。本研究翻譯。

⁶⁸藝聲（台灣上映時間 2012 年 5 月 25 日）。〈藝聲訪談〉，《IAM. -SM 家族青春傳記電影》。本研究翻譯。

雖然進入演藝公司並不同能夠出道成為藝人，但面對更令人無力的無法獲得大學教育的現實，使成員藝聲不得不選擇賭上大半的青春時光，為自己爭取這得來不易的資源。同樣地，成員神童從小困頓的家庭環境，也讓他立志努力練習，希望將來能幫助父母改變生活：

其實要說夢想的話，我的夢想就是賺很多錢，小時候家徒四壁，住在約兩坪大的房間裡，大概只能容納一個人躺下的空間，我和爸爸一起住在那裡，地上放個墊子，完全沒有走路的空間，衣服也全部掛在上方，一進家門就只是個房間。

69

與神童的情況類似，窘迫的家境讓銀赫想要努力為家人爭取較佳的生活品質：

我小時候住在沒有廁所的房子裡，因為家裡沒有廁所，離家裡大概兩三百公尺遠的有火車站，會去那裡上廁所，常常搬家，居無定所；家裡環境很困難，但我從來沒有不滿，只是很不想看到父母疲於生計的樣子，也不想媽媽辛苦的工作，希望她能在家裡舒舒服服的待著……⁷⁰

困乏的生活讓藝聲、神童和銀赫選擇走上歌手一途，將改變生活的希望寄託在不甚明朗的未來中。從以上引述的訪談中可知，如此的選擇對他們來說就像是一場賭注，未來的成敗誰也沒有把握，貧困的出身迫使他們不得不往前走，踏上英雄未知的旅程。

⁶⁹神童（2012年7月20日）。〈神童訪談〉，《Super Junior 明星人生劇場》。本研究翻譯。

⁷⁰銀赫（2012年7月17日）。〈銀赫訪談〉，《Super Junior 明星人生劇場》。本研究翻譯。

3. 親情的缺失

物資的缺乏尚能由將來的成就彌補，然而成員東海所遭遇的的缺失，卻是一輩子無法重來的傷痛。2006年8月8日，東海的父親對抗病魔多年，在這一天撒手人寰。Super Junior 出道未滿一年，正逢積極拓展活動、面臨市場考驗，並最需要家人支持的時期，失去至親無疑是對東海最大的打擊，與父親感情深厚的他，⁷¹甚至因為繁忙的工作而未能見到父親最後一面，即使往後 Super Junior 的人氣扶搖直上，擁有世界級的偶像地位，但對東海來說，越成功的事業帶來的是越沉落的心酸：

爸爸說：「你去當歌手吧！」「歌手？為什麼？」我說。

爸爸說：「我原來的夢想是當歌手，你代替我實現這個夢想吧！」

他在我們出道後、得到第一名的前一兩週過世了，爸爸看到我們在電視上的表演其實沒有幾次。一想到爸爸……眼淚就會掉下來。我們得獎的時候，其他成員都打電話（給父母），我的手機裡也有爸爸的電話號碼，雖然現在沒有在用了……但每當年末、我的生日、還有我們得獎的時候，看著那個電話號碼，我真的很想聽聽爸爸的聲音，這也是我最羨慕其他成員的地方。⁷²

對大多數人而言理所當然的父愛，在想要再一次感受溫暖聲音的東海眼中，是遙不可及的願望。東海的父親在 Super Junior 的人氣剛起步時過世，以現今 Super Junior 對世界的韓流影響力而言，東海的父親來不及見到 Super Junior 的成功，致使往後無論 Super Junior 或東海個人的演藝版圖有多麼令人欽羨的發展，在東海的訪談中都隱隱憋屈一股遺憾。對父親情感的渴望，是任何成就無法彌補

⁷¹東海與父親的深厚情感，詳見《Showbiz Extra Super Junior Monologues》東海專訪。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=vSfYKz3fAOk>。

⁷²東海（2012年4月27日）。〈東海訪談〉，《MBC 韓流傳奇之夢—Super Junior 特輯》。本研究翻譯。

的天性，親情的缺陷，是 **Super Junior** 英雄模式的出身中，最殘酷的「不凡」。

利特和韓庚的過人毅力、晟敏被拋棄的委屈、藝聲、神童和銀赫困頓的家庭生活，以及東海親情的缺失，這些初時的艱難狀況，與現在的成功對比之下，更加突顯英雄的不凡出身。在如此的困境中能夠重新站起，正符合世人對英雄角色的期待；英雄功成名就前的所有不平與失望，在榮耀映照的那一刻得到平反，無論是磕磕絆絆的成軍過程或歷經拋棄的絕望和失落，都再一次體現了英雄榮耀之前的沉寂。

（二）考驗

偶像英雄神話的敘事文本中，儘管情節安排、人物設定和結構鋪陳與神話敘事相似，然而偶像文本無時不刻地改變，隨著偶像每分每秒的言行增加、剔除、循環某些敘事內容，因此，偶像英雄神話的敘事模式並非遵循一般故事常見的固定開頭（「有一天」、「很久很久以前」）、連續的情節（起、承、轉）及完整的結局（合）。偶像神話敘事是一開放的文本，迷可以在任何時間任意揀選某段敘事，延伸至片段式的文本創作，成為偶像文本的再延續（迷文本／第三級偶像文本）。

在這些再延續的文本中，不同的敘事片段可共享同樣的開頭，由創作者擷取任一偶像文本的內容作結。以下偶像文本內容之去時間性，以及多重詮釋、排序、拼貼之特性；因而研究者將提供 **Super Junior** 主要經歷的事件作為撰寫本研究的主軸，而未依現實生活時序編排英雄故事之情節發展。

每個英雄人物的誕生必定跟隨命運般的魔咒。身為敘事文本中的主體，**Super Junior** 的英雄冒險之旅一路走來危機重重，這一點從 **E.L.F.** 以守護作為號召、生產大量的文本內容（見第三節）便可印證，而究竟 **E.L.F.** 所謂的「守護」，其所對抗的力量為何？這股力量可包含內部的隱藏勢力⁷³和外在的攻擊行為，⁷⁴以及

⁷³SM Entertainment 引人爭議的經營模式一直是迷眼中的焦點。作為韓國最大的娛樂經紀公司，SM Entertainment 擁有的各種造星資源不在話下，從基本的打造藝人造型、風格、舞蹈、音樂等

以下論述 1. 歷劫歸來的英雄 2. 背叛出走的血親。Super Junior 歷劫歸來的歷程及遭受背叛的兄弟情感，不僅在整個 Super Junior 的英雄神話敘事中佔據重要的位置，也深深影響 E.L.F.與 Super Junior 的關係。

1. 歷劫歸來的英雄

(1) 希澈

2006 年 8 月 10 日，結束電視劇拍攝的成員希澈，在弔祭東海父親後的回程發生車禍事故（見【圖 7】，頁 58），造成大腿、腳踝、骨盆嚴重骨折，於股骨和膝蓋植入鋼釘治療，直至 2008 年取出，至今腿部仍無法表演較激烈的舞蹈動作。

創作團隊，到電視台、通路、品牌、行銷等人脈資源，皆是該公司坐大的原因，在這樣強大的資源下，相比其它經紀公司，藝人自然掌握更多演出機會，成果也較他人更為豐碩；然而勢力廣大的另一面，便顯得藝人的弱勢與受控。SM Entertainment 在歌迷的眼中評價十分兩極，當中最為人詬病的便是與藝人的不平等合約以及不甚人道的管理方式，雖然兩者都未受到證實，也無法追溯消息來源，僅能臆測其來自於迷之間以訛傳訛的小道消息，從而引發繪聲繪影的刻板印象。但自 SM Entertainment 成立以來，旗下的偶像團體多在出道後五年內遭受解散或各自出走的命運，如男子團體 H.O.T、東方神起、女子團體 S.E.S。這樣的「巧合」和屢次藝人的合約紛爭，已足夠讓迷想像其背後龐大的運作機制，暗藏著一股難以對抗的邪惡勢力，從前人經驗來看，這股勢力如同詛咒般的枷鎖，無論成軍的過程多麼艱辛、曾擁有多麼強大的號召盛況，都逃不開分離的結局。

⁷⁴外在的攻擊行為主要來自韓國的反迷(anti-fans)文化。anti，英文原意指「反對」，anti-fans 起源於韓國，專指反對特定藝人並進行攻擊的觀眾群。換言之，即是為了反對某個藝人而建立的組織，常見的攻擊行為包含在網絡上散布謠言中傷藝人、直接或間接恐嚇、傷害藝人，甚至造成藝人生命上的威脅。此類反明星組織是韓國演藝圈的特有現象，目標對象以當紅藝人為主，是韓國的演藝生態中普遍的現象。在韓國 anti-fans 文化如此盛行之下，Super Junior 遭受 anti-fans 攻擊的事件屢見不鮮，除較為輕微的網路謾罵，成員與 anti-fans 直接接觸的攻擊亦有所例，如以電話、簡訊辱罵騷擾，甚或在簽名會、表演現場等公開場合，以行動攻擊成員，造成車輛損壞及數名成員受傷，也曾刻意在東海父親的喪禮上高聲慶賀。Anti-fans 像「壞人」一樣的存在，讓 Super Junior 生活不得安寧，E.L.F.身為「守護者」，自然地挺身而出，如同捍衛寶物的戰士一般，在迷文本中一再宣揚守護 Super Junior 的決心和信念，強調肩負的身分責任，不容許外在事物侵犯絲毫。

8月10日凌晨，在車上突然醒來，感覺腿沒辦法動，然後感覺全身都在痛，精神也迷迷糊糊的，我第一次有這種感覺，因為怕自己昏過去，我用力咬住舌頭，後來被送到附近的醫院時，先縫了舌頭。……公司的人都來了，問我感覺怎麼樣，我比平時還要開朗地說「沒什麼，我一點兒事都沒有。」……不想這麼多人為我擔心，我硬著頭皮笑給大家看，跟他們說話。……醫生說大腿和膝蓋有、三四處骨折，需要3個月才能康復。腳腕的傷需要6個月到一年才能恢復。我說：「哇，要那麼久啊……那時候大家都會忘了我的。」我一直在笑，一直笑，突然聽到有人跟我說「希澈，你別哭。」……我在哭，眼淚不斷地往下流。⁷⁵



【圖 7】希澈車禍新聞報導⁷⁶

(2) 圭賢

車禍的厄運一波接著一波，2007年4月19日，Super Junior 成員利特、神童、

⁷⁵希澈（2006年8月23日）。《希澈CY》。

⁷⁶新聞標題為「金希澈因為交通事故暫停一切活動」。資料來源：
http://v.youku.com/v_show/id_XMTYwNzAxMDA=.html。

銀赫、圭賢凌晨結束通告返回宿舍途中，因車子爆胎導致翻車意外（見【圖 8】及【圖 9】，頁 60）。神童和銀赫受到輕微擦傷，利特則遭玻璃碎片傷及左眼、背、臉及腰部，共縫 150 針，圭賢傷勢最為嚴重，六根肋骨斷裂，並插入肺部造成氣胸，大腿、骨盆等多處骨折，送醫時陷入昏迷（見【圖 10】，頁 61），住進加護病房期間一度休克病危：

……（車禍發生）當時我閉著眼睛聽音樂，突然「砰、砰、砰」接著「逼——」的緊急煞車聲音，一陣天旋地轉，我就失去意識了。再睜開眼，我發現我趴在馬路上，想著「發生什麼事了」，隨後看見車翻倒在遠處，我才知道原來出車禍了。當時我有些意識不清，迷迷糊糊的坐了起來，突然間，我過去所經歷的事情一一浮現在眼前，小學入學的時候、和家人出去玩的時候、第一次登上舞台的時候，就像電影一樣放映著，我恍然明白「原來這就是要死了啊」……。

……當時斷掉的肋骨刺進肺部了，醫生們把我的父母還有公司的人叫過去說：「這個孩子現在就快死了，必須要從喉嚨切開進行手術，但即使動了手術，也只有百分之二十的成功率。」但我的父親說：「這孩子是要唱歌的孩子，是歌手，唱歌是他的夢想，如果從喉嚨動手術，就算保住了性命，但你叫他怎麼活下去？」醫生非常不能理解，他說「孩子就要死了，唱歌有那麼重要嗎？一定要動手術！」兩個人僵持不下，最後一位醫術十分高明的醫生出現，決定以另一種手術方式救我，以保住我的喉嚨。

……（四天後）醒來我才知道這些事，聽到的時候痛哭失聲，因為父親其實非常反對我當歌手，他總是說老師的兒子怎麼能當歌手這麼不像話，如此反對的父親，卻在我失去意識的時候守護了我的夢想。⁷⁷

儘管醫生建議圭賢接受氣管切除手術以安裝人工呼吸器，圭賢的父親卻認為

⁷⁷圭賢（韓國播出時間 2010 年 7 月 13 日）。〈圭賢—重生〉，《強心臟》。本研究翻譯。

一旦同意手術，不啻奪走了他的生命意義，在父親的堅持下，最終找到替代方案，守護了兒子的夢想。住院 78 天後，圭賢終於出院，並於 2007 年 9 月 21 日再次回到舞台上。⁷⁸圭賢成功地從死神手中奪回生命，並奇蹟般地度過生命意義的危機，康復後依舊擁有完整的嗓音，如此戲劇化的結果，為 Super Junior 的英雄歷劫增添了許多神秘色彩。



【圖 8】圭賢車禍新聞報導⁷⁹



【圖 9】新聞報導之車禍現場⁸⁰

⁷⁸為 2007 年 9 月 21 日與 Super Junior 全體成員共同於《Music Bank》表演《Don't Don》一曲。對 E.L.F.而言，從意外發生時的震驚難過、病危時的煎熬心情，到最後能再次看見圭賢站在舞台上與其他成員共同演出，彷彿作了一場惡夢，差一點失去 Super Junior 成員的恐懼，即使多年後回想起，仍讓許多 E.L.F.膽顫心驚，甚至不願回憶起曾瀕臨死亡的那些噩耗。

⁷⁹右上方標題為「Super Junior 翻車 六人受傷」。資料來源：〈圭賢—重生〉，韓國綜藝節目《強心臟》片段。

⁸⁰上兩排文字為畫面字幕翻譯，最下方白色文字為記者旁白翻譯。資料來源：〈圭賢—重生〉，韓



【圖 10】圭賢送醫時傷勢嚴重⁸¹

SM Entertainment 的合約爭議疑慮（見註 73，頁 56）、anti-fans 無所不在的惡意傷害（見註 74，頁 57）、希澈和圭賢等四人的車禍事件，讓 Super Junior 無論是人身安全或精神層面的團隊歸屬感皆持續暴露於危機之中，⁸²如此險難的事件經歷，如同神話故事中冒險犯難的英雄，成員歷劫歸來的重生。

2. 背叛出走的血親

(1) 強仁

「我用我們曾經的四年，去紀念我一去不返的青春
我用不再有你的未來，去留戀我無法放棄的眷戀
不說對不起

因為，我選擇放棄你，守護你的兄弟。」⁸³

國綜藝節目《強心臟》片段。

⁸¹資料來源：<http://ppt.cc/tgy->；<http://ppt.cc/~2R7>，本研究編輯。

⁸²也因而 E.L.F.有了相對的守護概念：購買專輯、衝音源銷量、消費周邊商品等次級偶像文本。根據研究者觀察，在各種投票、計算銷量、統計人氣的排行活動中，E.L.F.會以此作為「守護」的行動，證明 Super Junior 的演藝地位與影響力；或以抗議、靜坐、連署等作為展現維護 Super Junior 權益的行動，其動機便在於使 Super Junior 能夠穩定且不受外在威脅地發展。關於 E.L.F.的守護行動，見第三節——第三級偶像文本（迷文本）分析。

⁸³SJ 寶藍閣留言區(2010)。根據研究者觀察，讓 E.L.F.最引以為傲的，不是以韓流帝王之姿站在

Super Junior 深厚的革命情感來自於練習生時期的朝夕相處，從青澀的少年時期直至今日邁向而立之年，點滴的兄弟情感累積成如親人般的親密；在成員抒發心情的字裡行間或日常行動中，處處能感受到他們對彼此的重視與感情：

東海：和其他的團體相比，我們認識的時間要長得多，和（利特）哥、藝聲哥、強仁哥大概都認識五六年了吧！我們也曾吵架，但因為對彼此的個性太了解了，都會互相包容。

銀赫：……因為（演藝）工作的關係，也不能常常跟朋友見面，幾乎都是和成員在一起，所以非常親近，就像家人一樣，如果分開的話，一定會很傷心，成員對我來說非常重要。

晟敏：我從小歷經許多團體生活，但我覺得現在和 Super Junior 在一起是最開心的，我們都不是外人，雖然會吵架、會看不順眼對方的行為，但那只是一瞬間的事情。那瞬間我會想到，前面有哥哥們帶領，後面有弟弟們跟隨我的腳步，我的周圍總是有大家的陪伴，對於一直在我身邊的大家，我想說聲謝謝。⁸⁴

與比親手足還要親近的兄弟一起達到前所未有的高度，分享灑下汗水和眼淚之後換來的榮耀，每一次的光榮成績都更加深他們對彼此的信任和肯定；每一次的爭執冷戰都留下了體諒和瞭解的痕跡。即便 Super Junior 和 E.L.F. 內心都十分清楚，13 個人的神話並非永遠，分離如猛獸隨時在身側虎視眈眈，公司的政策、市場的考驗，以及在考驗他們的情感和對 E.L.F. 「永遠 13 個人」的承諾；然而，當分離的可能一步步入侵 Super Junior 和 E.L.F. 的國度時，令人難以置信的是，分離的危機並非來自外在因素，13 個人內部的失誤與分歧早一

世界的高峰，也不是締造難以超越的銷售數字及排行榜成績，而是以 13 人之多的型態，無畏起初外界不看好的聲浪、無懼前輩歷經的波瀾，13 個人始終維持最初的心情，一路相互扶持、彼此激勵。

⁸⁴Super Junior（韓國播出時間 2006 年 1 月 24 日）。《Super Junior Show Ep8》。本研究翻譯。

步讓 Super Junior 的完美陣容支離破碎。

2009 年 9 月 16 日凌晨三時，成員強仁在夜店與兩名酒客發生衝突，演變成鬥毆事件，雖然警方調查後表示強仁原無意惹事，因對方不斷挑釁及動手，強仁才回手反擊，而強仁也在事後聲明：「我身為公眾人物，卻發生這種事，很對不起大家，以後絕對不再犯。」⁸⁵但涉及鬥毆一事不僅毀損形象，更為歌迷做了最壞的示範，也是 Super Junior 成軍四年來，首次出現嚴重的負面新聞（見下方【圖 11】）。



【圖 11】強仁因酒後鬥毆事件至警局接受調查⁸⁶

相隔不到一個月，強仁再度捲入負面新聞。2009 年 10 月 16 日凌晨三時，強仁酒後駕車並以四十公里的速度撞上前方等待紅燈的兩輛車，幸未造成傷亡；強仁當下並未下車察看即離開事發現場，直至上午八時五十分至警局自首，接受酒測後函送法辦，並且吊銷駕照。⁸⁷事後強仁及 SM Entertainment 公開道歉，仍無法抵擋韓國社會輿論的批評，因此 SM Entertainment 決定暫停強仁所有演藝工

⁸⁵資料來源：<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/entertainment/20090922/31959087/>。

⁸⁶資料來源：<http://movie.runsky.com/RKnews/htmlnews/20090922/10256145405.0.html>。

⁸⁷資料來源：<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/entertainment/20091017/32023105/>。

作，中止參與 Super Junior 當時進行中的亞洲巡迴演唱會及 2010 年新專輯所有宣傳活動，並於 2010 年 5 月宣布將於 7 月入伍，暫時脫離 Super Junior。⁸⁸

強仁一個月內連續的脫序行為，使 Super Junior 好不容易建立起來的事業可能毀於一旦，加上當時 Super Junior 正因《SORRY, SORRY》一曲而開始成為世界注目的焦點，強仁的脫軌演出令團體形象一度蒙上陰影；此外，強仁初犯時不知悔改，持續犯錯，令其他成員傷透了心，甚至感覺遭受背叛：

老實說，我們都很愛他，所以當第一次（酒後鬥毆）事情爆發出來時，我們無條件地支持他，也打電話給他表達關心，認為難免會有這樣的情況（與人不快）；但一個月後又發生事情，我們也是人，心態也會跟著轉變，強仁跟我們說出（酒駕肇事）後，我們有一種被背叛的感覺，但稍微冷靜後，仔細想想，能支持他、保護他的只有我們成員了……。⁸⁹

而強仁對自己更是難以原諒，在 2010 年 5 月 4 日於網站留言給 E.L.F.，為事發以來，首次較為直接且清楚的言論：

大家好，我是強仁，過得好嗎？如同大家知道，我正處於自肅時期，……對一直支持我愛護我的各位，我要低頭跟你們說對不起。我正在反省，對於我周圍珍貴的東西，為什麼（我）就那樣忽視了呢？⁹⁰

同時，Super Junior 的四輯《BONAMANA》repackage 版中，收錄了銀赫和

⁸⁸當時 Super Junior 第二次亞洲巡迴演唱會之香港站、上海站、曼谷站、南京站、北京站、台北站、馬來西亞站、菲律賓站皆取消強仁的演出；Super Junior 2010 年發行之四輯《BONAMANA》與 2011 發行之五輯《Mr. Simple》強仁皆未參與，直至強仁 2012 年 4 月 16 日退伍，始重新參與 Super Junior 活動，以六輯《Sexy, Free & Single》作為復出第一步。

⁸⁹利特（韓國播出時間 2010 年 9 月 23 日）。〈中秋特輯〉，《黃金漁場 Radio Star》。本研究翻譯。

⁹⁰僅擷取部分留言。

東海作詞作曲，強仁與團員合唱的《A Short Journey》，這首歌是強仁於四輯中唯一參與的作品，歌詞內容不僅是成員想對強仁說的話，也是強仁入伍前想留給 E.L.F.的感謝：

曾愛過你的心，曾注視著你的雙眼，依然在這裡。

Oh baby say good-bye，Oh 只是暫時 good-bye，「再見」這句話我暫時不說。

……只是短暫的遠行，抹去心裡的傷痕，時間慢慢流逝，等到再見面的那天，我會告訴你，我有多麼想你。

……（過去）十分愚蠢、十分任性的我，連那樣都包容的你，是多麼珍貴的存在。

……我一定會回來，回到我原本的位置，站在我所想念的你身邊，請等待。

91

在 Super Junior 2010 年 5 月 23 日於首爾奧林匹克公園舉辦的 Fan Meeting 上，強仁突然現身，為事發以來首次於 Super Junior 公開活動中與 E.L.F.見面，強仁再度為自己的行為致歉，並約定服役之後必重返崗位：

現在看到成員以《美人啊》活動著，真的很開心 也讓我覺得我們好像還在
一起，從特哥到圭賢結束，雖然現在韓庚哥和起範不在……。

成員對我來說，就像家人一樣，無可取代的珍貴，是一生都要感謝的家人，……我真的很想再看到大家，我入伍不是為了逃避，我只是想讓大家看到我像個男人的樣子，我很快就會回來，然後像以前一樣，我們 13 個人……請大家等我，為了你們而成就的 13 人、為了守護 Super Junior，我會努力，會好好地回來的，真的謝謝大家，請大家多多保重……。

⁹¹節取自《A Short Journey》一曲。本研究翻譯。

即便強仁再三地犯錯，成員仍選擇包容與原諒，因正如強仁所言，他們之間的情感已經超越一般共事的同僚關係，是如同家人般的存在；如此的堅定並不同不分是非地包庇強仁，而是對於他勇於承擔過錯的自白和入伍的決定給予高度肯定。2010年7月5日強仁入伍當天，成員和 E.L.F. 集合送行，而強仁也跪地行大禮，表達對 E.L.F. 的感謝與歉意（見下方【圖 12】）。



【圖 12】強仁以跪地大禮對 E.L.F. 表達感謝與歉意⁹²

強仁在 Super Junior 第二次亞洲巡迴演唱會首爾站後，其餘各國場次的演出部分因捲入鬥毆及酒駕事件而取消，但在 2010 年開跑的 Super Junior 第三次亞洲巡迴演唱會中，正在服役的強仁並未缺席，而是以另一種形式參與演出（見下頁【圖 13】）。

⁹²強仁入伍當天成員與 E.L.F. 一同至現場送行。資料來源：

http://sj-market.com/bbs/zboard.php?id=data&page=1&sn1=&divpage=4&sn=on&ss=on&sc=on&select_arrange=headnum&desc=asc&no=18914。



【圖 13】強仁以 3D 影像現身三巡舞台⁹³

從事發的聲明、半年後的歌迷網站留言、成員合作的專屬歌曲，以及編排演唱會的參與，種種的行動可見強仁的暫時離隊對 E.L.F. 至為重要，從強仁發生不良事件的後續成員與 E.L.F. 依舊送行表達支持的行動，足以顯示 Super Junior 與 E.L.F. 之間遠遠超越了一般偶像與迷的消費、喜愛、迷戀等關係，而是無法割捨的整體，共同創造並歷經的革命情感。⁹⁴ 一時踏入歧途的強仁在接受應有的處分及付出對應的代價後歸隊，以更加謹慎的態度面對好不容易再次接納他的 SM entertainment、成員、及 E.L.F.，也算是風波平息後的圓滿結局。然而，13 顆星星中，有一顆終究仍離開了共同的航道，至今無法返航。

⁹³Super Junior 第三次亞洲巡迴演唱會中，以 3D 浮空投影方式讓強仁的影像出現在舞台上，並與成員互動演出（圖為晟敏吹奏法國號之意象與強仁接觸）。資料來源：

<http://www.youtube.com/watch?v=qXeuPc38SUI>。

⁹⁴這是第一次 Super Junior 成員與 E.L.F. 面臨可能分離的危機，更是再一次歷經的情感考驗；這不單單是一位脫序團員的處理流程，也不見以往偶像團體發生狀況時，採取撇清甚至切割的行為，成員和 E.L.F. 毫無嫌隙地徹底將強仁當作家人、朋友、或是一種帶著特殊情感的守候關係，讓雙方了解永遠的守護和陪伴，表達抱歉及體諒的立場，而不是剔除不良素行的成員後，就能斬斷毒瘤般地不留念，自顧前程繼續開拓事業。

(2) 韓庚

2009 年 12 月 21 日，成員韓庚向首爾中央地方法院請求判決與 SM entertainment 的合約無效，稱解約原因是基於收入分配不公及工作過密導致過勞，並公開合約內不公平條約，包括無理延長合約時間、無條件接受公司安排工作、及苛刻的利潤分配條件等等。⁹⁵

韓庚解約事出突然，消息釋出時一度認為誤傳，因為當時韓庚正帶領 Super Junior 子團 Super Junior-M 在台灣活動，直至 12 月 19 日仍前往高雄參加第 53 屆亞太影展，擔任表演及頒獎嘉賓，毫無任何跡象顯示其解約的行動。⁹⁶合約訴訟期間，韓庚暫停參與 Super Junior 及 Super Junior-M 的演藝活動；直到 2011 年 9 月 27 日，韓庚與 SM entertainment 近兩年的纏訟終於結束，在兩方達成協議下，韓庚撤訴，訴訟終結，同時也意味著韓庚正式宣布脫離 Super Junior，展開個人活動。⁹⁷

白紙黑字的協議判決無法道盡韓庚離去的意義，韓庚對於解約一事十分低調，至頭至尾僅以「交給律師全權處理」帶過，直到判決確定後，在偶然的專訪中才約略提及離隊的想法和原因，相對 Super Junior 幾次在節目或訪問裡的柔性喊話（見下段），利特再三強調：「你的位置隨時為你留著。」⁹⁸韓庚的沉默反而

⁹⁵資料來源：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E5%BA%9A#.E8.A7.A3.E7.B4.84.E9.A2.A8.E6.B3.A2>。

⁹⁶此事讓當時正逢強仁神隱傷痛的 E.L.F.措手不及，除了和強仁事件一樣的震驚、難過、失望，更多的不解與憤怒排山倒海而來，因為此舉與強仁非自願的犯錯行為不同，先前毫無徵兆、事發無所回應、事後淡然解釋，彷彿是一場策畫已久的背叛行動。

⁹⁷韓庚出走讓許多 E.L.F.無法諒解，儘管隊長利特在韓庚離隊後數次在公開場合表示 Super Junior 永遠是 13 個人的團體（意即認為韓庚永遠是 Super Junior 的一員），但為數不少的 E.L.F.仍將韓庚視為獨立於 Super Junior 的藝人歌手，各大 Super Junior 後援站及討論區（如台大 PTT 實業坊）將韓庚獨立於外，其相關演藝消息、作品、討論，皆變成「他板事務」，如此切割的行為，足以說明韓庚與 Super Junior 的演藝路，正式分道揚鑣。

⁹⁸資料來源：<http://www.koreastardaily.com/tc/photo/2658>。

無法受到諒解。⁹⁹

神童：韓庚哥走了之後，我有一天看到新聞寫說，成員都不照顧他，我聽了很傷心，曾經一起玩、一起喝酒的哥哥卻這麼說……。

利特：如果有任何問題或困難，和成員一起商量看看，我們會試著理解他的痛苦並給予最大的幫助，但所有的成員都不知道他原來有這些想法，……完全沒有任何徵兆，我們都嚇了一大跳……韓庚的位子會一直空著的，我的夢想是在入伍之前 13 個人都到齊，一起站在舞台上。

銀赫：（無論是非對錯）我現在只有想見韓庚哥的心情。¹⁰⁰

成員節目上的言談表達對於韓庚仍是不捨多過責備。2012 年 Soul Music Awards 的頒獎典禮上，Super Junior 獲得年度大賞，利特發表感言時提及：

……以及現在正在看電視的，沒有到场的四位成員，¹⁰¹想對你們說，很想你們，很愛你們……

而韓庚於雜誌專訪時表示：

不想拿我的精力對付過去的事，沒有必要。我也不在乎被人罵忘恩負義、狼心狗肺，這些對我來說都無所謂，既然已經走到這一步，我就往前看，不顧一切

⁹⁹E.L.F.認為他默認自己的無情無義，並將利益置於兄弟情誼之前，遑論顧及對 E.L.F.的情感，因而感到背叛與難過。

¹⁰⁰利特、神童、銀赫（韓國播出時間 2010 年 9 月 23 日）。〈中秋特輯〉，《黃金漁場 Radio Star》。本研究翻譯。

¹⁰¹這四位未出席的成員分別是正在軍中服役的希澈和強仁、專注於戲劇發展的起範，以及已經離隊的韓庚。

地往前走。儘管我現在官司纏身，但和成員的感情還在，現在都還會有聯繫，畢竟我們是一起成長起來的。其實，如果法律允許的話，我也希望可以回到韓國，和 SJ 的所有成員再次同台演出。¹⁰²

韓庚的選擇並無對錯，和成員間的感情也只有當事人才能明白，經歷許多爭執謾罵，E.L.F.仍各自抱持立場。¹⁰³無論如何，韓庚離隊一事無庸置疑地帶給成員和 E.L.F.極大的情感考驗，Super Junior 的英雄神話敘事也因此產生巨大的轉折。從希澈和圭賢的車禍，到強仁和韓庚的脫軌，在在考驗 Super Junior 的英雄資格，這些災禍事件中依舊堅定信念的他們，終於即將面臨最後的成敗論定。

(三) 成型

論及韓流，Super Junior 的名字很難不提起，除了身為韓流的代表人物之一，若說 Super Junior 是韓流的指標也不為過。Super Junior 是紅遍全亞洲、甚至全世界知曉的韓流偶像，在全世界偶像人物中佔舉足輕重的地位；其受到世界關注的程度，從成員始源的 twitter 是韓國史上第一位最早突破一百萬的藝人和 Super Junior 推特使用量統計曾位居世界第一可見一斑，¹⁰⁴韓國媒體甚至將 Super Junior 譽為「讓大韓民國被 60 億人聽見的移動品牌」。¹⁰⁵以下就 1. 成就 (1) 征服亞洲

¹⁰²孫銳 (2010 年 11 月 5 日)。「韓庚專訪：我不在乎被人罵忘恩負義狼心狗肺」，《南方都市報》。

¹⁰³多數 E.L.F.持惋惜並祝福的立場，期待他總有一天歸隊，或至少與 Super Junior 能有合作演出的機會；部分 E.L.F.則始終無法諒解韓庚形同叛徒的行為，認為曾經愛護他的心被踐踏，比起理性地分析並體諒韓庚對於未來演藝生涯的規劃，他們無法接受的是曾經以為的永遠竟如此輕易摧毀，在核心信仰崩塌之下，誓言守護的心變成利刃，轉而攻擊自己，如此的諷刺讓傷痕累累的心不堪負荷，再也沒有原諒的勇氣。

¹⁰⁴2010 年 6 月 6 日美國著名社會媒體專業博客“Mashable”統計，5 月 29 日到 6 月 4 日該週，Super Junior 的推特使用量為“TOP 10 Twitter Trends This Week”的第一名，第二名至第五名依序為以色列突襲救援船、底特律老虎隊投手 Gallarraga 的誤判、美國南部海岸原油洩漏、和美國童星 Gary Coleman 逝世。

¹⁰⁵新聞來源：

締造紀錄 (2) 前進歐洲躍上國際 及 2.失敗，描寫 Super Junior 的成型階段。

1. 成就

(1) 征服亞洲 締造紀錄

Super Junior 從 2006 年開始，以第二輯《U》奪得韓國音樂節目多次第一並獲得多項大小獎項，人氣雖逐漸高漲但知名度並未廣及海外，曾於 2007 年受邀台灣第十八屆金曲獎擔任表演嘉賓，然而當時台灣閱聽眾對 Super Junior 仍非常陌生；直到 2009 年《SORRY, SORRY》一曲一炮而紅，該年 Super Junior 第二次來台擔任金曲獎表演嘉賓，引起大量關注，並開始在台灣累積超高人氣。

Super Junior 的成功是從《SORRY, SORRY》一曲開始，其爆紅的程度已不單單是大街小巷充斥、男女老少朗朗上口、影視媒體淪陷的現象，而是提高了 Super Junior 在全世界的能見度，進而引起第二波韓流群起。¹⁰⁶菲律賓監獄甚至以教導受刑人《SORRY, SORRY》舞蹈作為休閒活動。(見下方【圖 14】)。



【圖 14】菲律賓受刑人集體跳《SORRY, SORRY》¹⁰⁷

<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=dlfdywjsjf&logNo=150112597647&beginTime=0&jumpingVid=&from=search&redirect=Log&widgetTypeCall=true>。本研究翻譯。

¹⁰⁶本研究將第一波韓流定位為 2001 年起韓劇所帶領（詳見本研究第三章第二節，頁 34）。

¹⁰⁷資料來源：http://www.youtube.com/watch?v=43TO_OPj-8。

《SORRY, SORRY》讓 Super Junior 初嚐一夕聞名的滋味，可以說是出道以來最成功的一首歌，E.L.F.人數也在此時期大幅成長，往後的人氣和曲風褒貶，皆以此為基準。此曲不僅在奪下韓國 Hanteo¹⁰⁸日、周、年銷售排行榜第一，也連續數周橫掃音樂節目第一位；2009 年年末，Super Junior 在素有韓國葛萊美獎之稱的金唱片大賞中，一舉奪下唱片本賞和唱片大賞的最高殊榮；在台灣，則佔領 G-Music 東洋榜、國際榜第一，總榜第二，及台灣五大音樂韓國榜第一的位子。

承繼《SORRY, SORRY》的成功，Super Junior 四輯《BONAMANA》在眾人矚目下誕生，各界高度關注，期望此曲能延續《SORRY, SORRY》所創下的超高人氣與記錄。《BONAMANA》的表現沒讓人失望，發行僅五天即銷售七萬張，一週內銷售超過十萬張，不僅登上銷量榜首，甚至打破最短時間內專輯銷售量的紀錄，並一度登上全球銷售量第七名的地位；總計專輯三種版本銷量一共突破三十四萬張，為 2010 年韓國樂壇銷售第一的專輯，並延續《SORRY, SORRY》的氣勢，再一次橫掃韓國 Hanteo 日、周、年專輯排行榜第一、台灣 G-Music 東洋榜及外語榜第一、菲律賓 Astroplus/Astrovision 排行榜第一，及香港 HMV 日韓排行榜第一。

Super Junior 的五輯《Mr. Simple》和六輯《Sexy, Free & Single》依舊表現優異，分別以累積銷售五十萬張¹⁰⁹與發行一個月銷售突破三十三萬張並連續三周蟬聯冠軍的紀錄；與此同時，自 2008 年開始隨著專輯發行，每年舉辦的 Super Junior 亞洲巡迴演唱會《Super Junior The Asia Tour SUPER SHOW》¹¹⁰也持續在亞洲各地展開前所未見的盛況。從第一年的曼谷、上海等地，逐漸跨至台北、馬來西亞、新加坡、菲律賓、東京、雅加達、越南，甚至在四巡時加入巴黎站，所到之處無

¹⁰⁸韓國 Hanteo 為統計韓國唱片銷售的網站，自 1994 年起致力於收集各方數據以成為韓國唱片最大的資料庫，其排行榜具一定權威性及可信度。

¹⁰⁹根據韓國 GAON 排行榜自 2011 年 8 月發行起，統計至 2010 年 3 月。

¹¹⁰演唱會名稱隨 2009 年到 2012 年分別為《Super Junior The Asia Tour SUPER SHOW 2》、

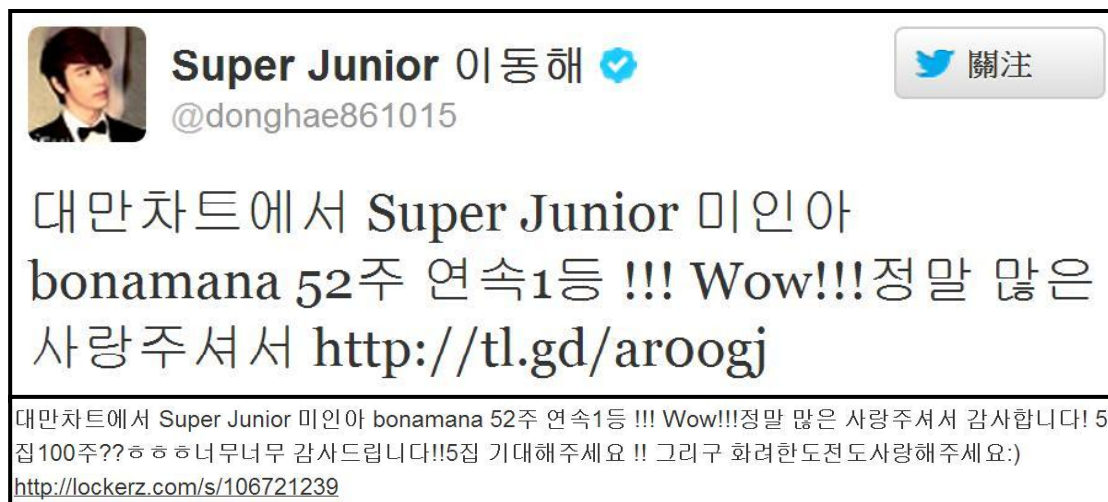
《Super Junior The Asia Tour SUPER SHOW 3》、和《Super Junior The Asia Tour SUPER SHOW 4》，簡稱「二巡」、「三巡」和「四巡」，本研究皆以此稱之。

不引起萬人空巷之景況，創下驚人的門票秒殺紀錄，一巡到三巡總計超過五十萬人次觀賞，2012年四巡台北站時，更打破外國藝人來台開場最多的紀錄。¹¹¹

在台灣，Super Junior 的音樂排行榜記錄十分出奇，堪稱 Super Junior 最輝煌的榮耀之一也不為過。根據台灣《KKBOX》線上音樂韓樂排行榜，《SORRY, SORRY》於2009年4月到9月，蟬聯36週冠軍；更令人驚訝的是 Super Junior 四輯《BONAMANA》自2010年5月發行，隨即盤踞冠軍寶座長達六十三週（2010年5月31日至2011年8月13日）；而將《BONAMANA》踢下冠軍位子的是 Super Junior 五輯《Mr. Simple》，自2011年8月起持續佔領第一王位達四十六週（2011年8月14日至2012年6月30日），直至隔年6月，《Mr. Simple》再由 Super Junior 六輯《Sexy, Free & Single》順利接棒，穩居十二週冠軍（2012年7月1日至2012年9月22日），總計 Super Junior 在台灣〈KKBOX〉連續一百二十一週冠軍，橫跨三張專輯、共兩年又四個月的紀錄，至今無人能敵。對於此項紀錄，Super Junior 也於 twitter 發表對 E.L.F. 的感謝之意（見【圖 15】、【圖 16】，頁 74）：

¹¹¹Super Junior 四巡演唱會台北站，自2012年2月2日到5日，連續四天共四場，打破外國藝人來台開唱最多場的紀錄。資料來源：

<http://tw.news.yahoo.com/sj%E6%BF%95%E8%BA%AB%E8%AC%9D%E7%B2%89%E7%B5%B2-%E6%9C%80%E7%B5%82%E5%A0%B4270%E5%88%86%E9%90%98%E5%89%B5%E8%A8%98%E9%8C%84.html>。



【圖 15】2011 年 6 月 1 日東海於 twitter 感謝台灣 E.L.F.所創的紀錄¹¹²



【圖 16】2012 年 7 月 9 日藝聲透過 twitter 感謝台灣 E.L.F.更新紀錄¹¹³

(2) 前進歐洲 躍上國際

一般而言，偶像團體除了在本土獲得高人氣，在鄰近國家享有高人氣也並非難事，如同華人歌手在亞洲華人圈中因為語言、地域、文化關係而有一定的群眾，

¹¹²中文翻譯為「在台灣的 Chart 上 Super Junior 的美人啊 BONAMANA 連續 52 週第一名!!! Wow!!! 真的給予我們很多關愛，非常感謝！五輯會達到一百週嗎？哈哈，非常非常感謝！！請期待五輯！！還有也請多多支持『華麗的挑戰』:)」。資料來源：
<http://twitter.com/donghae861015/status/75931801893347328>，本研究翻譯。

¹¹³中文翻譯為「從美人啊..到 Mr. Simple 再到 Sexy, Free & Single..在台灣的 chart 上連續 110 週第一名！！難以置信 謝謝 ELF^^」。資料來源：
<https://twitter.com/shfly3424/status/222515308294963200>，本研究翻譯。

因此 Super Junior 在亞洲得到相當程度的注目實屬意料中事，並非韓國偶像團體中的特例；然而，對於在國際市場上一直以來較弱勢的亞洲國家來說，打入西洋市場猶如登天般困難。Super Junior 的過人成就之一便在於走出亞洲，讓歐美國家見識到他們引領的這一波韓流風潮，進一步擴展至全世界。

Super Junior 至今舉辦四次亞洲巡迴演唱會，如其名，皆將目標群眾定位在亞洲，但四巡時因逐漸高漲的人氣，耐不住巴黎歌迷的殷殷期盼，特地在亞洲巡迴中添增了一場巴黎站，為第一個在法國舉辦單獨演唱會的韓國團體，法國記者 Le Monde 對此表示：「(Super Junior 演唱會)能那麼輕易就將五六千人的場地塞爆，非常驚人，除了美國和英國團體，很少有外國團體能做到。」¹¹⁴ 由此可見 Super Junior 在巴黎的人氣。

此外，隨著 SM Entertainment 進行的世界巡迴家族演唱會《SM Town》，¹¹⁵ Super Junior 足跡跨及洛杉磯和巴黎等地，所到之處皆引起群眾熱烈歡迎，見證他們的超高人氣和舞台魅力，更可說為亞洲偶像前進歐美市場的佳績。¹¹⁶

CNN 更在 2010 年 10 月 8 日以《Talk Asia》為題，專訪隊長利特和始源（見【圖 17，頁 76】），提及 Super Junior 作為在亞洲韓流代表人物，其受歡迎的傳播程度，利特表示：「我認為我們正在向全世界擴散這股韓流勢力，多虧網路，使得不光是亞洲，甚至是美國、歐洲等全世界的人都在關注我們，顯示他們對韓國文化、韓流及 Super Junior 的音樂有極高的興趣。」¹¹⁷

¹¹⁴法國記者 Le Monde (2012 年 4 月 27 日)。
〈記者訪談〉。《Super Junior 明星人生劇場》。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=oRzEoshkwXM>。

¹¹⁵為 SM Entertainment 旗下所有歌手共同演出的演唱會，包括 BoA、東方神起、Super Junior、少女時代、SHINee、f(x)等當紅歌手及團體。

¹¹⁶中天新聞 (2011 年 6 月 12 日)。
〈韓風吹向歐洲！ SJ、少女時代攻佔巴黎〉。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=oVFMtIKbcL0>。

¹¹⁷利特 (2010 年 12 月 8 日)。
〈利特訪談〉。《CNN Talk Asia》。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=upVCiIB4kpM>。



【圖 17】CNN 專訪利特（左二）和始源（左一）談論 Super Junior 的成功故事¹¹⁸

Super Junior 的成就從亞洲開始，逐步締造紀錄向頂端邁進。以《SORRY,SORRY》一曲引起世界注意，首先征服亞洲，隨後接續的《BONAMANA》和《Mr. Simple》讓他們持續在亞洲以外的地方發光發熱，一舉前進歐洲及美國，在世界各地造成一股韓流熱潮，目前仍活躍於全球娛樂圈。到此，Super Junior 完成了英雄神話敘事中的最後一階段——英雄成型。¹¹⁹

2. 失敗

相對在國際上嶄露光芒、創造前所未有的成功，失敗在每一次榮耀的暗流中虎視眈眈。2010 年 12 月 9 日韓國金唱片頒獎典禮上，眾所期待的壓軸年度大賞由呼聲最高的 Super Junior、少女時代、SHINee 等眾多傑出團體角逐。由於金唱片大賞是韓國音樂界的指標成就，2009 年以《SORRY, SORRY》拿下該獎的 Super

¹¹⁸資料來源：<http://gb.cri.cn/27564/2010/12/08/4945s3082382.htm>。

¹¹⁹成為具高度的韓流團體後，Super Junior 並未因此自滿而停下腳步，反而充分運用自身的知名度和影響力投身公益活動，藉此引起世人對公益事件的關注。Super Junior 的成就不以高知名度和驚人的專輯銷量為滿足，而是懷著感激的心情，了解自己在社會上的定位和責任，盡力完成社會公益之事為標的，此種作為更能代表 Super Junior 難能可貴的成就之一，如參與 MTV EXIT「反人口販運」演唱會義演（見 <http://www.youtube.com/watch?v=koJ5ie8eUX0&feature=relmfu>）。

Junior 原本期望 2010 年能以《BONAMANA》蟬聯大賞，卻出現相當意外的翻轉結果。

此獎項的計算方式包含該年唱片銷售量、數位音源下載量、觀眾投票等。在精算各方數據之下，Super Junior 奪獎十拿九穩，對於這勝券在握的一刻，Super Junior 顯得老神在在，沒想到在得獎宣布的那一刻，竟由他人拿下該獎項，儘管在宣布得獎者的那一瞬間，電視畫面裡的 Super Junior 面帶微笑、保持風度地和獲獎者擁抱道賀（見下方【圖 18】），但 E.L.F 私攝的影片 (fancam) 和成員當天更新的 twitter 中，卻洩漏了他們難過自責的真實心情（見【圖 19】、【圖 20】、【圖 21】，頁 78；及【圖 22】、【圖 23】，頁 79）。¹²⁰

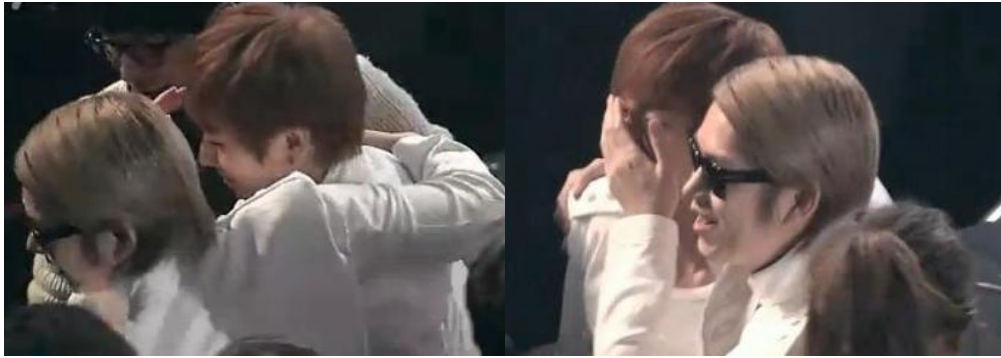


【圖 18】宣布大賞得獎者時，Super Junior（著白西裝）向得獎者起立鼓掌¹²¹

¹²⁰這樣的結果也讓 E.L.F.既痛心又憤怒，認為作業不公，要求主辦方公開解釋。同時也對於自己失守於 Super Junior 的紀錄而自責不已。儘管充滿無奈、不解與難以釋懷的情緒，歷經這一次的挫折與失敗，Super Junior 和 E.L.F 只能暫放下滿腹的疑惑繼續前進，同時也自省在高度和掌聲下所浸養的高傲，檢討自己原本謙卑的心靈在過快的豐碩成果餵養下逐漸沉溺的心態。

¹²¹照片自右：東海、圭賢、神童、藝聲、利特、厲旭、希澈、始源。

資料來源：<http://www.m1905.com/news/20101210/407981.shtml>。



【圖 19】宣布大賞得獎者後，利特忍不住情緒哭泣¹²²



【圖 20】銀赫（面向鏡頭者）於台下哭泣，希澈給與擁抱安慰¹²³



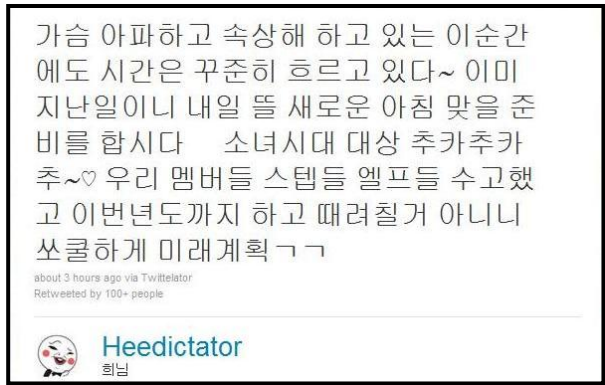
【圖 21】2010 年 12 月 9 日銀赫 twittwe 更新「為什麼哭了呢...」¹²⁴

¹²²希澈（戴墨鏡者）一面安慰一面為利特掩飾面容離開。資料來源：
http://v.youku.com/v_show/id_XMjI4NjUxNzEy.html，本研究編輯。

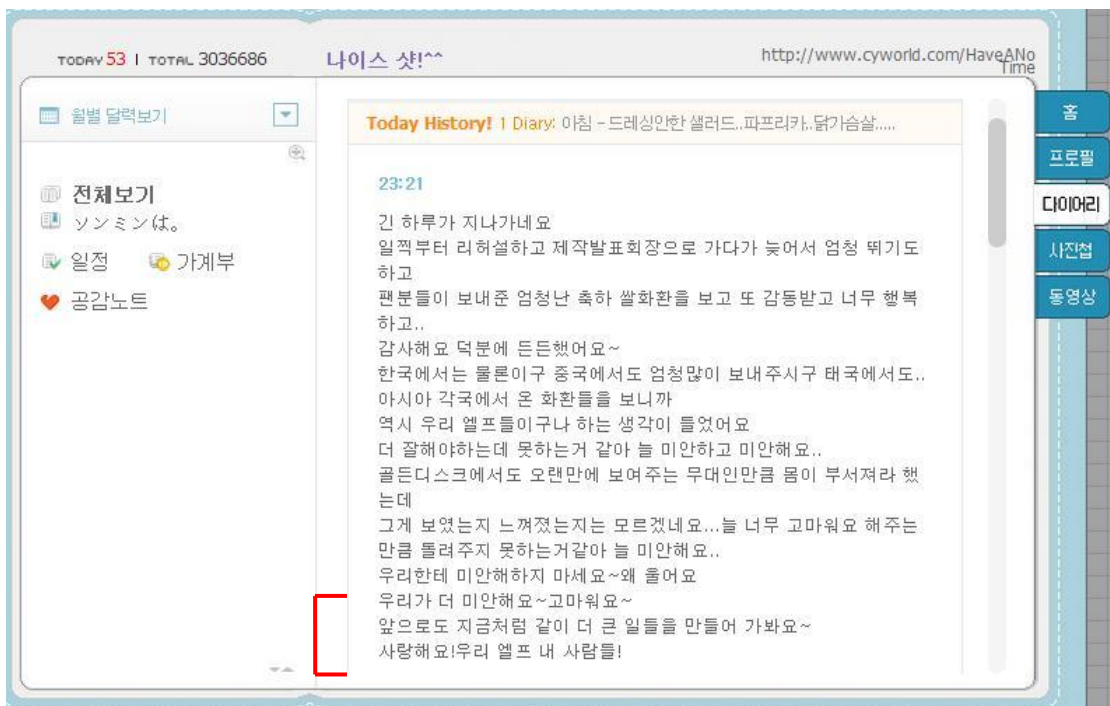
¹²³【圖 19】、【圖 20】兩張照片與【圖 18】形成強烈對比，另【圖 20】中背對者為厲旭。資料來源：
<http://www.youtube.com/watch?v=z67y-xzzyXQ>。

¹²⁴E.L.F.認為是指他在金唱片大賞時的情緒表現。

資料來源：<http://twitter.com/AllRiseSilver/status/12867226516332545>，本研究翻譯。



【圖 22】2010 年 12 月 9 日希澈 twittwe 更新¹²⁵



【圖 23】2010 年 12 月 9 日晟敏 twittwe 更新¹²⁶

¹²⁵中文翻譯為「心痛和傷心的瞬間，會隨著時間慢慢渡過的~（未得獎）已經是過去的事了，為了迎接嶄新的明天好好準備吧，少女時代得獎恭喜恭喜恭~♡我們成員、工作人員、E.L.F.都辛苦了，今年到此為止吧，計畫 so cool 的未來，呵呵。」資料來源：

<http://www.ptt.cc/bbs/SuperJunior/M.1291906316.A.B90.html>（原始推特已刪除，研究者以當時截圖編輯），本研究翻譯。

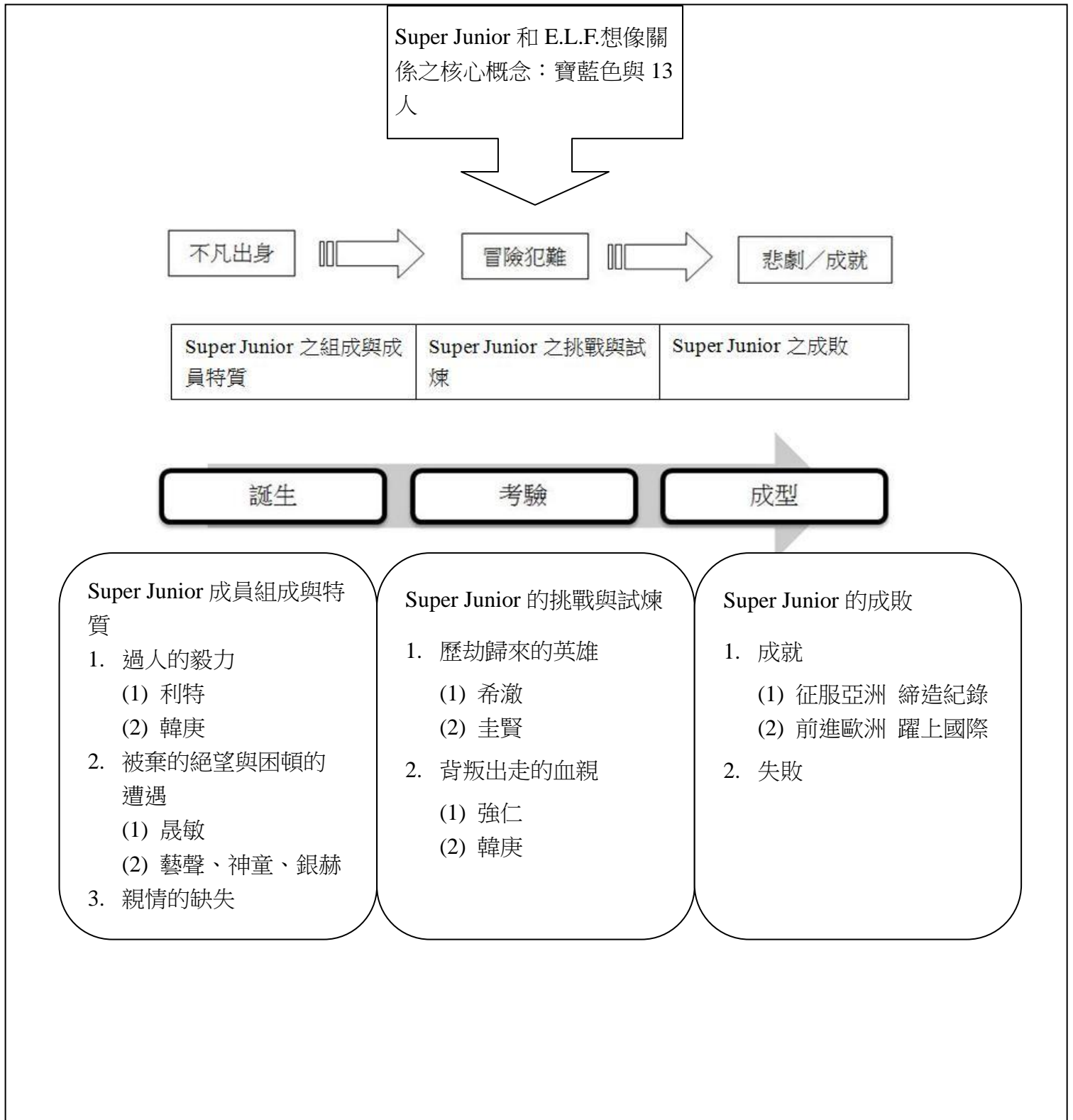
¹²⁶紅線部分中文翻譯為「不要跟我們說對不起，為什麼哭了呢？我們才更對不起你們~謝謝你們~以後也像現在一樣，一起做更厲害的事吧~我愛你們！我們 E.L.F 我的愛！」。資料來源：

http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=59754940，本研究翻譯。

三、 小結

Super Junior 一路走來伴隨著許多困境、榮耀、失敗、離別、教訓和成就，這些情節每分每秒在他們身上不斷循環，造就了這樣一個充滿戲劇張力且持續上演、沒有盡頭的故事。如前所述，迷或偶像本身所創造的文本並沒有結局，而是一不斷交織、循環、反饋、相互參照的過程，每一次事件都能自成一種文本，而每一種文本都能從中擷取片段，作為另一個故事的開端。就偶像文本的層次而言，寶藍色符號和 13 個主體的忠誠是 Super Junior 和 E.L.F.想像關係的核心概念，透過各種歷經事件逐步將故事串連而成，隨著 Super Junior 至今持續的演藝發展，將加入更多新事件、新角色，以及更多零散的文本碎片。

總結本節，以【圖 4】(頁 35)之對照圖為藍本，與 Super Junior 的誕生、考驗及成型等經歷對應，整理如下頁【圖 24】，因此驗證 Super Junior 初級偶像文本符合本研究依據張淑玲(2009)整理之英雄發展模式【圖 4】。



【圖 24】 Super Junior 英雄神話敘事模式之初級偶像文本分析結果

第二節 次級偶像文本——Super Junior 之舞台敘事

本章第一節已初步了解 Super Junior 的神話敘事，接下來在本節當中，將繼續探討本研究最感興趣之處，即究竟是如何的文本內容，會讓 E.L.F.如此深陷其中，並進一步引發與 Super Junior 的想像關係。如同本研究整理滕守堯(1987)、于永順、劉雪清(2003)以及 Weick(2008)等文獻所述，迷與偶像的想像關係是由迷涉入偶像文本的主觀經驗發展而成，因此探究 Super Junior 的次級偶像文本內容能深入了解 Super Junior 在如此浩瀚的想像世界中，如何賦予 E.L.F.明確的範疇和統一的定義，讓雙方的情感提升至頂點，又營造何種氛圍，讓所有人包括自身都深深投入這樣的情感漩渦中。本研究將 Super Junior 次級偶像文本以結構（一）開場（二）表演與互動（三）結束，分析其敘事內容。

一、 Super Junior 演唱會敘事分析

（一）開場

1. 寶藍現身

投入演唱會的關鍵在於開場時營造的故事感，因此演唱會的開場影片佔舉足輕重的地位。¹²⁷Super Junior 一巡到四巡的主軸相當淺顯易懂，皆基植於從外星球而來的美麗天使（或其他物種），降臨地球帶來一片驚艷的光芒，暗示 Super Junior 擁有非常人的能力和特性。

如一巡影片中，Super Junior 以黑色帽兜掩面，出現在頂樓邊緣，搭配節奏鏗鏘有力的背景音樂，從高樓一躍而下，霎時轉化為翱翔天際的美麗老鷹，拍動著巨大翅膀降落在演唱會場館以拉開序幕（見【圖 25】，頁 84）；二巡從宇宙的

¹²⁷這是讓 E.L.F.進入 Super Junior 世界的重要背景，故事開頭所設定的情境，必須讓 E.L.F.感覺「我們都是故事裡的人」。

碰撞運轉，轉接至充滿孩童笑聲與玩樂的日常街道以營造愉悅氣氛，但緩慢的迴聲和世人的慢動作以及一閃而逝的宇宙畫面暗示逐步接近的不凡，最終 Super Junior 從四面八方降臨帶來開端（見【圖 26】，頁 84）；三巡以夜晚燈火通明的高樓城市為背景，由數點星光幻化成人的 Super Junior 以巨大身形遊走在這夜晚的城市之中，一探這未知的地球（見【圖 27】，頁 85）；四巡則是將場景移至海底世界，水面下特有的音波迴盪，配合現場 E.L.F.揮動的寶藍色螢光棒讓人彷彿置身海底，藉著身上飄散的絲綢衣物半裸的上身；看不清的面孔，帶著模糊、不明確的緊張感，更加提高對演唱會的期待與興奮；場景一跳，數到藍色光束穿梭城市間，最終化身為帶著巨大的翅膀的 Super Junior 現身，仿若天使降臨，照耀夜晚的城市（見【圖 28】，頁 85）。

開場影片意味演唱會的開始，興奮、期待、不安和緊張交雜，而開場影片的目的在於將這些情緒重重堆聚，等畫面一結束，隨及將情緒轉接至現場從舞台上出現的 Super Junior 本人身上，製造精彩的開場氣氛並宣告正式進入演唱會。¹²⁸

¹²⁸另外，開場時除了投入影片內容並進入演唱會情境，E.L.F.也與此時彼此確認在場歌迷是否「合格」，意即遵守此場域的「E.L.F.規則」，最基本為手中的螢光棒必須是「正統」的寶藍色，以官方出版的螢光棒為主，若是自行向場邊攤販購買，必須確保螢光棒不會「變質變色」，否則小則受到其他 E.L.F.的提醒，大則主辦單位有權請違反者關閉或請出場外（見【附錄一】），以避免出現任何不屬於 Super Junior 的符號；此認定 E.L.F.忠誠行為的行動亦表示其團結和前規則的力量，若「非我族類」企圖破壞規矩，將當場受到制止。

如在三巡的開場影片接續現場東海以垂吊之姿從中央大型圓柱舞台升起，展臂面仰天的姿態延續影片中的降臨意象（見【圖 29】，頁 86），此時 E.L.F.順應背景音樂的節奏，整齊地前後舞動著寶藍色螢光棒，齊聲高喊其名「이동해」（李東海），透過對成員臉孔的熟悉度（即便在遠方的座位依舊能即刻辨認）、知道其韓文名字的發音（在此指首爾站以外的表演地）以及呼喊名字的應援方式，初步確認彼此的忠誠身分，並為作為後續共體感的開端。



【圖 25】一巡開場影片¹²⁹



【圖 26】二巡開場影片¹³⁰

¹²⁹Super Junior 從頂樓一躍而下，幻化為老鷹飛入場館，再化為人形進入演唱會現場。

資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=z8xyODxjS84>，本研究編輯。

¹³⁰Super Junior 以外星球碰撞之姿降臨至地球日常街道。

資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=jmgOjJANiE4>，本研究編輯。



【圖 27】三巡開場影片¹³¹



【圖 28】四巡開場影片¹³²

¹³¹由點點螢光化身的 Super Junior 在夜晚的城市中探尋。

資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=HNnpjPuj9w>，本研究編輯。

¹³²Super Junior 從水底世界幻化為擁有巨大翅膀的天使。

資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=qrkznhcNRfs&feature=plcp>，本研究編輯。



【圖 29】三巡開場由東海張開雙臂由圓形舞台飛出¹³³

2. 經典快歌

開場後緊接著是一連串的經典舞曲，將現場氣氛沸騰至最高點；Super Junior 每年的亞洲巡迴演唱會理所當然地以該年的專輯歌曲為編排主題，而歷年的膾炙人口歌曲為輔，因此在演唱會的第一階段快歌組曲中，以該年專輯的主打歌或副主打歌搭配過去專輯的幾首「大歌」，讓現場氣氛到達第一個高潮。這些主打歌太過耳熟能詳，因而多重新編曲和舞蹈以增加新意。¹³⁴

依據一巡到四巡的曲目表，此階段的歌曲包含早期的熱門主打《Don't Don》、《Twins》和《A Man in Love》，搭配該年所發行的專輯主打，編排成一連串毫無喘息空間的激烈舞蹈和演唱，間或穿插 Super Junior 的微電影意象影片。¹³⁵ 如一巡的此階段的串場影片便是 Super Junior 受困賭場，各成員另闢單獨鏡頭拍攝神乎奇技的飛躍、跳躍、旋身等武打動作。對 E.L.F.而言則沒有空白的等待期，

¹³³全場齊聲呼喊其名「이동해」（李東海；發音：i-dong-hae）。

資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=kvi9jCkY334>。

¹³⁴正因為是經典歌曲串連，許多過去的回憶在這時悄悄地再度確認 E.L.F.的身分：合拍的應援口號（見下節）、發音正確的成員名、接續節奏的頓點，合格的 E.L.F.總能一字不漏地完美接唱。

¹³⁵所謂微電影意象，即是沒有故事的開頭與結尾，僅抽取敘事中的片段，如賭場鬥毆的武打戲、起床梳洗的性感都會風格、運動場上的團結合作等等，這類內容的串場影片在 Super Junior 的演唱會上十分常見，除了頂替舞台撤換、成員換衣的時間，也讓 E.L.F.就微電影的意象對 Super Junior 延伸更多想像。

只有目不暇給的表演。勁歌熱舞表演完畢，進入下一階段之前，通常接續一首較慢節奏的歌讓 **Super Junior** 稍微喘息，也給 **E.L.F.** 一個稍稍平復情緒的時間。

（二）表演與互動

1. 自我介紹

自我介紹是演唱會中 **Super Junior** 和 **E.L.F.** 第一次的對話時間，一巡時 13 位成員一字排開，逐一報上自己的名字向 **E.L.F.** 問好，雖然 **E.L.F.** 十分熱情，但對第一次舉辦個人演唱會的 **Super Junior** 而言，說話時仍略顯緊張生硬；二巡時的自我介紹將個人特色編排入內，雖然仍一字排開，但介紹每位成員時已進展為搭配不同的音效、自創有趣的舞步以及後方大螢幕依據個人特色所取的外號，如「13 億的奇蹟——韓庚」、「雕塑美男——始源」、「甜南瓜——晟敏」等（見【圖 30】，頁 88），比起一巡顯得活潑生動許多，有趣的是有些外號的由來是成員自己取的，有些則是接收 **E.L.F.** 對他們的暱稱，從研究者現場的觀察來看，這樣的編排方式能夠引起 **E.L.F.** 熱烈的共鳴。

三巡則是在自我介紹時增加新橋段，由各成員扮成世界各國人種，以特殊的造型登場（見【圖 31】，頁 88），比起一巡和二巡增添更多趣味及話題；四巡自我介紹雖然和一巡一樣，免除了情節的安排和成員特色介紹，只單純地和 **E.L.F.** 閒聊般輕鬆地打招呼，但和一巡相比，**Super Junior** 已消除更多緊張和不安。¹³⁶

¹³⁶或許是舞台經驗豐富許多，亦更可能是和 **E.L.F.** 逐漸熟稔，明白 **E.L.F.** 甚至比 **Super Junior** 更了解成員，在這屬於自己的場子中，閒話家常般的問候是 **Super Junior** 與 **E.L.F.** 情感與默契的最佳證明。



【圖 30】二巡自我介紹依照每位團員的特色編排¹³⁷



【圖 31】三巡自我介紹每位團員各自以某一國家或族群之特色為扮相¹³⁸

¹³⁷資料來源：http://www.youtube.com/watch?v=rfCy_S98j5M&feature=related，本研究編輯。

¹³⁸資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=aUkLuOq5i0g&feature=plcp>，本研究編輯。

2. 個人表演與子團及來賓合作舞台

自我介紹結束之後，接下來延續輕鬆的氣氛，由兩到三首節奏輕快、但不如開場那麼激烈的曲目為一組，將 E.L.F.和 Super Junior 開場後持續高亢的情緒先穩定下來，以迎接緊接在後的 SOLO 舞台。在這一小段輕鬆抒情的曲目中，Super Junior 不像開場時熱烈地跳著群舞，而是即興發揮各種扭腰、擺臀的姿勢，或和搖滾區的 E.L.F.及成員互動。許多能夠窺知成員性格的有趣 fancam，即是來自於這種親暱的小互動。

這陣輕妙的曲目過後，成員輪番上陣的 SOLO 表演讓剛才稍稍平復情緒的 E.L.F.情感再度掀起浪濤，但這時的情感不似開場的激動高昂，而是一種細細品味的享受。¹³⁹於是，當以外貌和身材聞名的始源掛上吉他、用溫柔的嗓音唱出重新編曲的讚美詩歌，當以撒嬌和裝可愛見長的晟敏與女舞者性感合舞（見【圖 32】，90）、當平常善於搞笑主持的利特深情地彈奏美妙音符，都讓 E.L.F.備感新鮮，彷彿重新認識每位成員。¹⁴⁰

此外，此階段尚有子團舞台、特別來賓合作舞台以及成員特別舞台，如走復古風格的 Super Junior-T 演唱韓國傳統舊調，誇張俗氣的服裝搭配逗趣的演出，E.L.F.隨著音樂一同歡樂；而專攻抒情歌曲的 Super Junior-K.R.Y 一出場，以能鎮住全場沸騰情緒的完美合音吸引 E.L.F.的掌聲；最令人期待的成員反串演出或與同公司藝人的合作表演，更是掀翻演唱會場館的屋頂，驚豔俗麗的妝髮總讓 E.L.F.回味無窮。這些小組舞台隨現場情況不同，交錯在 SOLO 表演的次序之中，實難以明確劃分區段，僅能說明此階段交織歡樂、輕鬆與沉靜後的驚喜，E.L.F.的情緒在高低起伏中流轉，轉換得相當頻繁快速，正是為下一階段的重頭戲準備。

¹³⁹因為平時 Super Junior 團體活動中，並非能將每一位成員的才藝完全展露，唯有在演唱會的 SOLO 表演裡，才能夠看見成員的另一面貌；因此，根據每位成員的意願和特長，或單獨演出、或小組合作，呈現各自獨具風貌的一面，往往帶給 E.L.F.更多的驚喜與感動。

¹⁴⁰作為 E.L.F.，懂得欣賞並珍惜 Super Junior 的不同面貌就說明對他們的情感，不是單就外表或一首一炮而紅的樂曲，而是真正愛上他們的每個面貌、每段回憶，及每種性格。



【圖 32】成員的個人舞台與子團舞台¹⁴¹



【圖 33】成員反串舞台¹⁴²

¹⁴¹由左到右、上到下分別為始源、晟敏、利特的個人舞台；右下角為子團 Super junior-T 的韓國傳統歌謠表演。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=E3UiRXC1pNA&feature=plcp>，<http://www.youtube.com/watch?v=okYRmEYn0d0>，<http://www.youtube.com/watch?v=G0epQqs8PBk&feature=fvwrel>，<http://www.youtube.com/watch?v=V4nTIx7J5ZE>，本研究編輯。

¹⁴²左起為東海、神童、銀赫裝扮女裝表演碧昂絲《Single ladies》；最右邊為希澈扮演 Lady Gaga。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=Ys-Qx4wuJo>。

3. Song for E.L.F.

演唱會的最高潮莫過於此橋段，也就是 Super Junior 和 E.L.F.的第二次交談時間，透過獻給 E.L.F.的一首歌，Super Junior 表達無論多少次都道不盡的感謝和愛，若說這是 Super Junior 對 E.L.F.的告白歌曲也不為過，同時，這也是 E.L.F. 搭配歌曲意境所設計的應援時間點，以排字應援回應 Super Junior 的對話，表達內心的感動。¹⁴³

在演唱給 E.L.F.的歌曲之前會先播放一段影片，內容關於 Super Junior 和 E.L.F.的回憶，包括 Super Junior 每一個重要的得獎時刻、遇到困難而落淚的時候、對自己失望難過的時候，儘管 E.L.F.出現的畫面不多，但藉由 Super Junior 的種種遭遇，映襯 E.L.F.無論福禍風雨，一路陪伴在 Super Junior 身邊支持他們的意象。一巡時尚未規劃明確的 song for E.L.F.時間，Super Junior 於中場 Talk 直接面對面向 E.L.F.要求唱《Marry U》一曲：

……我有一個請求，我很想知道喜歡我們歌曲的歌迷在演唱會上跟我們一起哼唱是甚麼感覺……一直以來都是我們唱《Marry U》給你們聽，現在我們想聽大家一起唱……請帶著真的很想跟我們結婚的心情來唱好不好？¹⁴⁴

¹⁴³由於憶及曾一同分享的喜悅和經歷的苦難，E.L.F.往往在這時感觸甚深而落淚，而 Super Junior 則是因 E.L.F.的應援驚喜感動不已，雙方在此時仿佛到達某種心靈相通的境界；在黑暗的觀眾席和絢麗的舞台之間，強烈的情感交流讓在場者皆能深刻感受，Super Junior 和 E.L.F.的情感關係在每滴眼淚中閃耀著溫暖的光芒。雖然此刻氣氛不如前段的勁歌熱舞高亢，但就 E.L.F.與 Super Junior 的情感關係而言，這是整場演唱會最滿溢的時刻，彼此相愛的氛圍達到最高潮。本研究以研究者親身參與觀察之台北站為主要描敘內容，排字應援並非出現於每一場演唱會中，而是台北站獨特的巧思與創意。

¹⁴⁴此段由利特和強仁接續說出，在此擷取部分合併為完整段落。

說完，輕柔的幾個音符響起，E.L.F.隨即整齊劃一地唱出《Marry U》，連同萬人齊唱難以抓準節拍的 Rap 也相當完美地唸出。Super Junior 各自分散坐在舞台上，巡視每位 E.L.F.的臉孔，像是要把每張臉龐深印在腦海中，或閉眼聆聽、或跟隨歌詞微動唇形、或目光凝視，晶瑩的淚珠在 E.L.F.一曲結束時終於忍不住掉下，全員起身向著觀眾席鞠躬（見下方【圖 34】）。再不必過多的言語，雙方的表情顯露彼此都能了解相互感謝的心情；此時音樂漸大，Super Junior 拿起麥克風接唱副歌，與同樣也感動落淚的 E.L.F.一齊合唱，氣氛攀升至頂端。



【圖 34】一巡由 E.L.F.演唱《Marry U》一歌，成員感動落淚¹⁴⁵

在二巡 Super Junior 錄製給 E.L.F.影片中，未過多修飾的詞句中可看出他們對 E.L.F.的真摯情感：

我們已經相愛四年了吧？¹⁴⁶四年之間我們的成員數變動了、¹⁴⁷年齡也增長

¹⁴⁵資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=aUKLuOq5i0g&feature=plcp>。

¹⁴⁶二巡演唱會為 2009 年起跑，以 Super Junior 出道日 2005 年 11 月 6 日算起為四年。

¹⁴⁷指 2006 年加入圭賢。

了、外貌也有變化、長大了吧?但沒有變的是什麼呢?熱情?友情?比起那些，是我們對大家的不變的心意。

現在在這裡，有從我們還是練習生時就開始支持我們的人、有看過我們初次登台後成為我們歌迷的人，當然一定也有今天第一次看到我們的人。但是無論何時何地與我們結緣，支持我們的心才是最重要的，對於在場的每位朋友有難以言喻的感激之情，真的很想跟每一位握手問候。

喜愛 Super Junior 的各位，我們稱之為 E.L.F.！雖然名字、年紀、長相、所在地都不一樣，但是珍惜和喜愛 Super Junior 的心都是一樣的，這些，我們都很清楚，我們也是，無論四年前還是現在，時刻掛念著你們的心不變。

我們之間有能認出彼此的特別暗號對吧？那就是我們氣球的顏色 Pearl Sapphire Blue，站在舞台上，當盡是寶藍色氣球海洋映入眼簾的時候，我們擁有永遠堅強後盾的感動油然而生，讓我們如此感動，給我們這般大禮的 E.L.F.，真心感謝大家，我們愛你們。

2005 年 11 月 6 日的出道舞台是我們最緊張最害怕的地方，而就在今天 2009 年 7 月¹⁴⁸大家現在看到的這個舞台，成為了比任何時候都更愉快、更興奮、更期待、是讓 Super Junior 成為真正的 Super Junior、也是我們在這世界上最愛的地方，今天我們要把最幸福的時光作為禮物送給大家，一直支持我們的各位，我們愛你們，我們是為了 E.L.F.而存在的 Super Junior！¹⁴⁹

三巡則以 Super Junior 的日常生活為影片主軸，所搭配的背景音樂歌詞為：

This song is dedicated to the world's biggest fan club

The ELF, my girls, my angels

¹⁴⁸為首爾站日期，本句後來依據不同場次的日期更改。

¹⁴⁹內容擷取自二巡給 E.L.F.的影片，原內容為 Super Junior 十二位成員（起範未參與二巡）每人接續一句串連而成，本研究編輯後為一完整段落。

我們幾年前初次相見時 就一見鍾情
Baby 不管我在何處 你都如影隨行
一句我愛你能證明的太多
當我痛苦或感到無法支撐下去的時候 只有你留在我身邊
Baby baby baby baby baby 我們絕對不要分開
Oh my lady lady lady lady lady 我真的很愛你
Shawty shawty shawty shawty shawty 只有你 選擇了我
哪怕是我的眼淚或小小的微笑 知道嗎？都是因為你的牽動
「因為操煩你害我一下子變老這麼多」不要說這種話
「不管如何 這世界上再找不到比你更美麗的人」也不要說這種話
I don't know why you keep staying with me 對不起 我不足的地方太多了 可是請
相信我 我會 一定會更努力的
如果我說「沒有你活不下去」聽起來太虛偽了 但除了這句話 我還能怎麼做才能
讓你了解我的心意呢？
我們也會爭吵 也會說恨死對方了 但我的心你是知道的啊！
我們一起吃喝玩樂、一起哭、一起笑 交織成那些美好的日子
為了不讓我倒下 一直在我身邊相信我、守護我 真的謝謝你¹⁵⁰

由歌詞可看出此歌以戀人的關係比喻 Super Junior 和 E.L.F.之間只有彼此、但無法真正觸及的相愛關係，將雙方的想像互動推至頂端，也讓 E.L.F.擁有足以說服自己支持 Super Junior 的理由：我們相愛著，且情感的深度持續推進。以局外人的眼光來看，或許過分天真且荒誕，但對 E.L.F.而言，這樣的愛並非虛無飄渺，也不盡然是幻想，而是將抽象的現實情感轉化為具體言行的結果，但在言行

¹⁵⁰此歌為 2011 年三巡時 song fo E.L.F.的背景音樂，收錄在 2012 年六輯《Sexy, Free & Single》中，歌曲名稱為《From U》。

之中又充滿抽象的想像過程，唯有身處其中的人才能真正將這種隱隱約約的情感化為真實，並且化為信念，持續所有的支持行為和與日俱增的情感。

（三）結尾

1. 再度熱歌與第一次謝幕

Song for E.L.F.結束後，順著上漲的情緒，接連上場的熱歌將 E.L.F.重新拉回炙熱的現場。這一階段的風格可與開場時的第一次高潮相比，為演唱會的結束準備。¹⁵¹此部分是「正規」¹⁵²演唱會的第一次謝幕，所有未盡的曲目在此一併出籠，因此可說是整唱會中曲目較為龐雜無序的一段；¹⁵³正因是尾聲，E.L.F.和 Super Junior 也不再矜持或怯場，成員間、成員與 E.L.F.間、甚至是不相識的 E.L.F.與 E.L.F.之間，互動皆十分頻繁，如四巡台北站在《You&I》一曲時，Super Junior 親身教導 E.L.F.簡單的手勢一起同樂（見【圖 35】，頁 96）。

在最後約兩、三首歌演唱之前，尚有一段第三次的對話時間，在這個空檔裡，成員會就演唱會中的應援、今日的感想、以及感謝之情，再一次對 E.L.F.抒發；而唱完最後一首歌時，Super Junior 會先於主舞台謝幕，隨後整場燈光轉亮，如同電影散場般宣告演出結束，成員離開舞台，此為第一次謝幕，依照演唱會文化，安可曲將於十分鐘後開始。¹⁵⁴

¹⁵¹同樣也是再一次考驗 E.L.F.對歌曲應援的熟稔度，再次證明 E.L.F.的責任與義務。

¹⁵²「正規」一詞是相對於演唱會的「安可」曲目而言。

¹⁵³同時 E.L.F.也意識這是演唱會的尾聲，因此情緒相當亢奮，把握所剩不多的機會與成員互動。

¹⁵⁴Super Junior 巡迴演唱會台北站時，E.L.F.於此空檔特別安排了應援，像是三巡齊聲合唱《Marry U》和四巡拍掌喊「Su Ju 대박」，中文直譯為「Super Junior 大發」，有厲害、了不起的意思。主在表達 E.L.F.並非將安可曲目視為理所當然，而是給予 Super Junior 的鼓勵和感謝；也意味該場演唱會並非建立在演出時間和票價是否符合經濟效益之上，Super Junior 和 E.L.F.的情感維繫才是雙方最重要的收穫，演唱會的意義遠遠超越一場售票表演，更多的是雙方透過相見、互動、談話，更加了解對方、實現情感，進而相愛的一個過程。



【圖 35】Super Junior 四巡台北站邀請 E.L.F.並教簡單的手勢動作同樂¹⁵⁵

2. 安可曲與第二次謝幕

燈光再度轉暗，朦朧灰暗間舞台上熟悉的人影再次出現；觀眾席上，原本嘈雜的聲音頓時團結地齊聲歡呼，E.L.F.手上的螢光棒在黑暗中依舊閃亮著寶藍色的光芒，畫著美麗的弧線再次迎接換裝後重新登場的 Super Junior。安可曲大多以歡樂的氣氛為主，E.L.F.把握最後的時光與 Super Junior 創造更多美好的回憶；熱鬧過後，Super Junior 此時第四次與 E.L.F.對話，把所有的不捨心情和讚揚再次道盡，儘管千言萬語也無法說清雙方的付出與感動，僅以所能描述的詞句表達無比珍惜短暫同處的開心與未能延續相聚時間的遺憾。

此外，依照現場狀況和各國的 E.L.F.反應，Super Junior 的即興演出和對話內容也有所調整；有時以當地語言極盡逗趣，有時則是誇張的肢體動作（見【圖 36】，頁 97），這便是每場演唱會獨一無二的珍貴之處。最後一首安可曲同時也是整場演唱會的最後一個表演，通常為抒情歌曲，整場演唱會在依依不捨的聲線中完美結束。最後，Super Junior 再次謝幕，此時的謝幕連同舞者、後台工作人

¹⁵⁵資料來源：http://www.youtube.com/watch?v=K_3dGgSt-oc&feature=related。

員一齊站在舞台上鞠躬，感謝所有人包括 E.L.F.的付出讓這場演唱會得以順利完成。¹⁵⁶



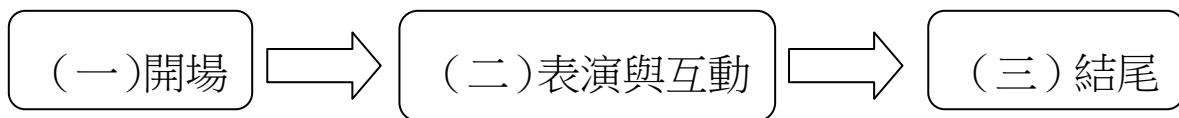
【圖 36】四巡台北站時，Super Junior 於安可後的 Talk 時間玩心大起¹⁵⁷

二、 小結

根據 Super Junior 演唱會的曲目編排分析，以及研究者親身參與二巡、三巡和四巡的觀察，演唱會由（一）開場（二）表演與互動（三）結尾，組成寶藍現身、經典快歌、自我介紹、個人表演與子團及來賓合作舞台、Song for E.L.F.、再度熱歌與第一次謝幕、安可曲與第二次謝幕等七個階段。Super Junior 的演唱會舞台敘事階段如下頁【圖 37】表示：

¹⁵⁶儘管不捨，但彼此明白這已是最後的時刻，在身影沒入舞台側邊黑幕後、E.L.F.踏出場館的那一步，就必須回復遙遠的物理距離。儘管如此，E.L.F.深深明白與 Super Junior 的心永遠緊靠在一起，每當回想起演唱會上彼此的回應和互動，便能再次體會當時的感動與驕傲，雙方藉由美好的經歷與回憶延續情感關係。

¹⁵⁷資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=mcbWRabAezc&feature=related>。



1. 寶藍現身	2. 經典快歌	1. 自我介紹	2. 個人表演與子團 及來賓合作舞台	3. Song for E.L.F.	1. 再度熱歌 與第一次 謝幕	2. 安可曲 與第二次謝 幕
---------	---------	---------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------

【圖 37】Super Junior 演唱會舞台敘事流程圖¹⁵⁸



¹⁵⁸資料來源：本研究整理。

”안녕하세요! 우리는 슈퍼주니어 에요!” (「大家好，我們是 Super Junior!」)

“우리는 엘프 에요! (「我們是 E.L.F. !」) ¹⁵⁹

一、永遠堅強的後盾

「有一種叫做 E.L.F. 的物種，物種屬科為精靈科，分布於世界各大洲，其中以亞洲居多，物種壽命自 2005 年 11 月 06 日被發現以來至永遠，習性常出沒於 Super Junior 成員出現的任何角落及 Super Junior 個大論壇等地，出現時常披寶藍色皮膚，永遠以 Super Junior only 13 作為最終信念，傳說自 2005 年 11 月 06 日以來始終未維護世界和平和家族成員的身心健康。」¹⁶⁰

E.L.F. 是 Super Junior 對 fans 的稱呼，廣義來說，只要是喜愛、支持 Super Junior 的迷，皆能稱為 E.L.F.；狹義而言，迷群存在一種身分認定的潛規則，主要將一般閱聽眾和真正的 fans 區隔，惟有達成某些行為和支持某種信念的迷才有「資格」成為 E.L.F.。在 Super Junior 偶像文本裡，E.L.F. 是文本的產製者，也是身在其中的主體，意即 E.L.F. 將自我與偶像書寫至同一文本之中，取得文本中的一席。何以一向被認為獨立於偶像之外、各自發展文本的迷，從接收偶像文本轉變為參與其中的主體？對於跨越文本轉變，可從偶像與迷之間最原始而單純的支持關係觀察起。

¹⁵⁹ Super Junior 和大眾問好的固定口號為「大家好，我們是 Super Junior！」，講完時台下的 E.L.F. 會接上「我們是 E.L.F.！」的口號，表示 E.L.F. 永遠在 Super Junior 身旁支持。這樣的模式已成為 Super Junior 和 E.L.F. 之間特有的默契之一，以致 Super Junior 每次說完口號後都會習慣停下一到兩秒等待 E.L.F. 喊出口號。

¹⁶⁰ 節錄自 <http://baike.baidu.com/view/1086737.htm>。

李廣均(2002)指出，名字是人類社會為避免錯認而衍生的識別他我的標記，隨著社群結構的改變，名字的不再單純是識別標記，而承載了複雜的社會及文化意義。由此可知，命名是主體對自我最初步的認知，當主體獲得一個不同於過去經驗的新符號時，便產生嶄新的自我特性、行為及身分的想像，同時隨著名稱的肯認，「被賦予」的情感油然而生，無形中建立了偶像和迷的上下位階及相互期待的義務與責任關係。韓國演藝歌手為其歌迷命名的獨特模式，暫不論是否為所屬經紀公司的經營策略，如此做法確實給予迷一想像的身分，該身分依附偶像而生，使迷將自我身分的認同從原本的生活位置轉移至與偶像連結的場域，在實際的經驗（如演唱會、歌迷見面會、綜藝節目）和網路社群的交流裡，也使用新身分活動，並認同自己是該群體中的一員；而與其它偶像迷群相會的場合，便以這樣的新身分區隔我群與他者，其因來自歸屬於某處的感動，並感受到身為某個大群體的一部分，儘管實際情況並未真正發生過。

於是，E.L.F.就是 Super Junior，Super Junior 就是 E.L.F.，此處所指不以外貌、性別、身分或行為判定，而是以偶像文本的主體和產製的角色而論。當 Super Junior 獲得榮耀時，E.L.F.感同身受並引以為傲；遭遇挫折或分離危機時則顯露與 Super Junior 同樣低落的心情，甚至將角色重疊成為當事人，如在言詞中以「我們」為主語，指稱 Super Junior 和自己的綜合體，這樣的表現並非能夠以欣賞、喜愛或崇拜等迷的一般行為解釋，和 Super Junior 體會相同的心情也非能以臆測或同理心一詞能蔽之；同樣地，當 E.L.F.受到委屈，Super Junior 責無旁貸地第一時間出面，如強仁因鬥毆及酒駕事件暫別演藝時，直接面對 E.L.F.解釋並認錯行大禮，這不僅僅是偶像對迷錯誤示範的交代，對 E.L.F.而言，更是一個違背 13 個人忠誠承諾的道歉，與再相見的約定，由此看出兩者不只在物質上相互依靠，也是密不可分的心靈關係。

根據研究者以三年六個月的時間觀察台灣 E.L.F.主要活動的網路場域《台大 PTT 實業坊 Super Junior 板》，以及親身參與二巡、三巡和四巡台北站共七場活動，發現 E.L.F.此種想像的新身分並非完全取代舊有的身分認同，它以共存的方

式存在於個人的經驗世界；值得注意的是，新身分是抽象的概念，迷需要一具體的意象實踐此概念，並建立一個能夠輕易遵循的特性和實際的行為，而非只是將信念灌注在想像之上。因此迷自然而然地衍生新身分的形象，比如部分 E.L.F.將身分直譯為「妖精」，創作型體和樣貌，並將世人普遍認知的妖精形象與迷的行為連結，如守護、相伴、犧牲、永恆等情節，並可變動、互換、重疊。在迷文本中，E.L.F.可擷取任何一身分特性與現實世界的事件連結。E.L.F.如何在迷文本(第三級偶像文本)中對應自我角色，將於第四節「迷與偶像的想像關係」中繼續探討。

二、迷文本分析

本研究以應援活動作為迷文本代表，包含舞台應援、祝賀應援、以及食物應援，在 E.L.F.自發性的應援之中，往往能得到 Super Junior 良好的回應，無論是面對面的互動或是透過社群網路表達感謝之意，應援活動大都能讓雙方的關係更加緊密，同時，這是 E.L.F.能參與 Super Junior 文本最直接、效果最好且最能展現團結的方式，因此應援活動總是源源不絕地持續下去，不僅滿足 Super Junior 的人氣表現，更滿足 E.L.F.對自我的存在感。

「應援」兩字來自日文「応援団」(おうえんだん)，意指加油、打氣，在大型會場或競賽等活動中，以特定顏色或符號表達明顯的立場，如運動比賽裡，經常可見以顏色、吉祥物、或是標誌等靜態符號劃分我者與他者，並且輔以動態的口號或歌曲凝聚群體的共同感與統一性；同樣地，在演藝文化中，應援是偶像與迷建立關係的重要方式，亦是整體表演的一部分。

而需特別注意的是討論 E.L.F.文本的前提：研究者的觀察，成為 E.L.F.的同時，自然地承繼韓國歌迷的應援文化，包括應援的語言、模式及不成文的風俗習慣，以至於 Super Junior 在任何國家活動時，能延續 E.L.F.的應援統一性，因此本研究以具備 E.L.F.身分作為分析應援行為的標準，一併分析各種應援活動的內

涵，而非以不同國家、性別、文化、年齡區分 E.L.F.的應援行動。

(一) 舞台應援

迷參與偶像表演，乍聽之下似乎難以執行，但每一場 Super Junior 的表演，E.L.F.皆佔有相當分量的演出，此種演出並非指在舞台上合作的歌舞表演，而是台下的迷群透過應援行為表達對偶像的支持，其強烈的存在感讓台上的偶像能據此與之互動，使表演更加豐富，這些舞台應援的內容包含歌曲口號應援、顏色應援以及訊息應援。

1. 歌曲口號應援

歌曲口號應援是最簡單並容易彰顯迷身分的方式，也是迷的「基本功」，往往能以此區辨迷的忠誠度和身分。與單純的加油聲或呼喊、尖叫不同，口號應援有一定的順序和台詞，配合歌曲節奏準確地錯落在前奏、間奏、結尾以及句間空檔之中；其內容多為重複原歌詞詞尾、依照年齡次序呼喊成員人名（本名）、搭配歌曲韻律的團體與歌曲名稱、依據歌曲發行時期而特定的支持口號或配合原歌詞的對應口號（見【圖 38】、【圖 39】，頁 103；【圖 40】頁 104）。由於眾人齊聲呼喊，聲勢浩大，無論是台上的偶像或其他觀眾皆能清楚聽見，往往有壯大聲勢、表現團結的氣勢之感，特別是在偶像睽違一段時間的復出舞台(come back stage)，整齊劃一的歌曲口號應援總能達到為偶像壯勢鼓舞之目的。¹⁶¹

¹⁶¹韓國歌手的主要宣傳舞台為四家電視台分別於周四、周五、周六、周日的現場音樂節目：Mnet《M!Countdown》、KBS《Music Bank》、MBC《Show!音樂中心》以及 SBS《人氣歌謠》，並開放現場歌迷入場觀賞，口號應援因而成為重要的人氣指標；口號的內容通常在歌曲音源揭露當天便由各大後援會共同整理，並隨即將說明示範廣為傳布，讓參與偶像第一天宣傳之音樂節目的歌迷能跟上口號應援，以達最大的聲勢效果。

Because You Naughty, Naughty Hey! Mr. Simple Because You Naughty, Naughty
 (슈.퍼.주.니.어. 미.스.터.심.플. 슈.퍼.주.니.어. 미.스.터.심.플.) 때레때때때~ 슈주 간대
 (Su.per.Ju.ni.or. Mi.s.ter. Sim.ple. Su.per.Ju.ni.or. Mi.s.ter. Sim.ple.) (SuJu Kanda 蘇啾 刊打)

세상이 내 맘대로 안 된다고 화만 내면 안 돼 그럴 필요 없지 (조규현) (ChoKyuHyun 曹圭賢)
 걱정도 팔자다 작은 일에 너무 연연하지 말자 몸에 좋지 않아 (최시원) (ChoiSiWon 崔始源)

성적이 좋았다가 나빴다가 그런 거지 뭐 흥! 실적이 올랐다가 떨어졌다 그런 때도 있지 (김희철) (KimHeeChul 金希澈)
 어쩌면 괜찮아 쉬어 가는 것도 좋아 모든 것이 때, 때, 때, 때, 때가 있는 거니까 (이동해) (LeeDongHae 李東海)

그대가 남자라면 친굴 만나 술 한 잔에 떨어버리고 (Alright!) Alright (Alright!)
 (김종운) (KimJongWoon 金鐘雲)

그대가 여자라면 친굴 만나 수다 떨어 날려버리고 (Alright!) Alright, Alright!
 (김려욱) (KimRyeoWook 金屬旭)

봐라 Mr. Simple, Simple 그대는 그대는 그대로 멋져 (meotjyeo 摸秋)
 봐라 Miss Simple, Simple 그대는 그대로 예뻐 (S J Call!)
 봐라 Mr. Simple, Simple 그대는 그대는 그대로 멋져 (meotjyeo 摸秋)
 봐라 Miss Simple, Simple 그대는 그대로 예뻐 (S J Call!)

【圖 38】《Mr. Simple》歌詞與應援教學對照¹⁶²



【圖 39】《Don't Don》間奏的口號應援為「守護 13 位」。¹⁶³

¹⁶²黑字為歌詞、藍字為間奏時必須喊出的口號、灰字為羅馬音譯、橘字為須和歌詞同時唱出的口號。資料來源：<http://kpopn.com/2011/08/05/76740/>。

¹⁶³於長達 26 秒的間奏持續依節奏喊 12 次（黃色字體上排為韓文，下排為中文諧音；此為應援教學影片）；這首歌發行時因傳聞將增減 Super Junior 團員引發爭議，並使 E.L.F.展開抗議活動（見頁 47），因此以「守護 13 位」作為此歌曲的應援口號。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=q6cT9ExAT8U>，本研究翻譯。



【圖 40】《BONAMANA》間奏依年齡的人名口號應援。¹⁶⁴

¹⁶⁴資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=3nimSU3-lps>。

並非偶像所有的歌曲皆有口號應援，通常主打歌及後續曲（專輯改版後的主打歌）才有此「殊榮」；但演唱會上的某些特別歌曲，會因偶像與歌迷的良好互動而發展特別應援口號；同時，同一首歌曲的口號保留變動的可能，隨著歌曲改編、現場氣氛、團員狀況等，皆會視情況而改變口號內容。如 Super Junior 成名曲《SORRY, SORRY》因後續發展 REMIX 版本，口號因而隨之修改；或是希澈當兵前最後一個公開表演時，E.L.F.將該場演出的歌曲《Mr. Simple》前奏應援口號從「Super Junior Mr. Simple」（重複兩次）改為「我們愛你金希澈、我們等你金希澈」。¹⁶⁵另外，雖然口號應援的皆以韓文發音為主，但 Super Junior 子團 Super Junior-M 的歌曲，因目標設定在華語市場，所發行之中文歌曲則以中文應援為主，2011 年 2 月的《太完美》一曲，除了人名和團名仍以韓文發音，其餘口號則以中文發音應援，並從中加入類似「對話」性質的應援口號：



【圖 41】《太完美》應援口號¹⁶⁶

¹⁶⁵後再將版本改為「我們愛你 Super Junior、永遠在一起 Super Junior E.L.F.」（皆以韓文發音）。

¹⁶⁶除了間奏的口號應援（左）（韓文發音，白字為韓文、黃字為羅馬拼音、藍色為音譯），亦加入對話式的應援（右）（中文發音），原歌詞「跟我說你愛我」搭配應援口號「我愛你」；原歌詞「跟

2. 顏色應援

提及應援，Super Junior 的代表——寶藍色，就不能缺席，它除了是 Super Junior 敘事的核心，也是應援活動中不可或缺的象徵，它存在於各種形式的應援活動之中（見【圖 42】、【圖 43】，頁 107；【圖 44】，頁 108）。¹⁶⁷以使用價值而言，寶藍色可增加 Super Junior 和 E.L.F.之間的互動，確認雙方的默契並建立關係。至於寶藍色所寄託的顯示物品，則是便於攜帶使用的、並能夠明顯突出顏色的氣球和螢光棒；¹⁶⁸另外，Super Junior 二巡、三巡及四巡台北站的最後一天，¹⁶⁹E.L.F.特別以寶藍彩帶海應援，¹⁷⁰可說是世界各地 E.L.F.中的創舉。

我說你想我」搭配應援口號「我想你」。資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=gPnSoxycoVc>，本研究編輯。

¹⁶⁷在不同團體及偶像輪番出現的表演場域中，數大而統一的色彩是劃分我族與他者並彰顯氣勢的最佳選擇，使舞台上的 Super Junior 能夠在一片黑壓壓的觀眾群中，藉由色彩輕易辨認 E.L.F.的位置，如此一來即便身在陌生的環境中，熟悉的 E.L.F.使之充滿安全感，消除原先的緊張與猶疑，而 E.L.F.則能透過與他者的區辨，再一次形塑自我認同。

¹⁶⁸除了方便實用，當 E.L.F.人手一顆寶藍色的氣球，賣力地揮舞著圓滾滾又富有彈力的球體時，稍稍紛亂的動態樣貌顯得既活潑又可愛；而螢光棒則是能在暗處發亮，隨著歌曲節奏整齊劃一的律動非常顯眼而美麗，因而有「寶藍海」之稱，同時也能依據發光的特性安排不同的顏色變換應援造型（見下段《訊息應援分析》，頁 108）。

¹⁶⁹二巡、三巡、四巡台北站分別為期兩天、三天、四天。二巡為 2010 年 2 月 20、21 日；三巡為 2011 年 3 月 11 日、12、13 日；四巡為 2012 年 2 月 2 日、3 日、4 日、5 日。

¹⁷⁰彩帶海的概念類似運動比賽奪冠時所拋出的慶賀彩帶，象徵圓滿勝利。在 Super Junior 演唱會的最終曲（不包含安可曲目）的最後一句歌詞，E.L.F.手持彩帶，拋向天空，霎時間數千條寶藍絲線交織成一幅美麗的浪潮，蔚為美麗壯觀，同時也象徵 Super Junior 該次台北站演唱會全部圓滿結束，每一條彩帶都帶著感謝與不捨，深深蘊含 E.L.F.的情感。



【圖 42】E.L.F.揮舞寶藍色氣球和螢光棒為 Super Junior 應援¹⁷¹



【圖 43】東海照下二巡台北站的寶藍海上傳至 CY¹⁷²

¹⁷¹Super Junior 也會以寶藍色氣球作為象徵（左上），於演唱會橋段中加入寶藍色氣球；E.L.F.隨著歌曲節奏揮動螢光棒（左下）。資料來源：<http://angel7128.blog124.fc2.com/blog-entry-119.html>；<http://international13.pixnet.net/album/photo/19732272-%E5%AF%B6%E8%97%8D%E6%B0%A3%E7%90%83%E6%B5%B7>，本研究編輯。

¹⁷²中文翻譯為「這就是 E.L.F.!! 沒有他們就不行!!! 全世界的 E.L.F....沒有辦法不愛他



【圖 44】2012 年 2 月 5 日 Super Junior 四巡台北站終場的彩帶海¹⁷³

3. 訊息應援

偶像在舞台上透過手勢、表情、語言等方式傳遞訊息給歌迷，表達感謝或回應歌迷的支持，而同樣地，迷也能藉由台下的應援行為回應偶像。這類應援行為不僅是單純的以口語訊息回應，而是利用演唱場域的舞台場地和座位配置設計圖型和文字，以多種顏色的字板、螢光棒和手幅（小張海報），在某個特定的橋段的一齊舉起，完成驚人且壯觀的訊息應援，讓偶像在舞台上一眼即可看出其中的訊息，往往達到絕佳的視覺效果。¹⁷⁴

在 Super Junior 二巡、三巡及四巡的台北站時，E.L.F.皆規劃了一系列的排字和手幅等訊息應援，這類的應援活動相當耗費人力、物力及時間，為了在場萬人

們！！寶藍色之所以成為我最愛的顏色，就是因為 E.L.F.演唱會場地...沒辦法照到另一邊.... π π 總之是最棒的！！」資料來源：

http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=62000821，本研究翻譯。

¹⁷³，E.L.F.於最後一首歌《命運線》拋出寶藍色彩帶，慶賀演唱會全部圓滿結束，形成相當漂亮而溫馨的彩帶海。資料來源：<http://ext.pimg.tw/j010427/1328451467-1095114929.jpg>。

¹⁷⁴雖然主要目的皆在於傳遞訊息，但訊息應援比平常在偶像的社群網站留言或寄送件來得更更有臨場感，不僅能直接將訊息傳達給偶像，確保偶像確實接收，也能直接看到偶像最真實的反應，既有實質功能又能增添表演的趣味，讓偶像又驚又喜（見【圖 46】，頁 110）。

皆能配合此項應援，E.L.F.以組織的形式串連整個應援活動，並早於數個月前推演，於各大後援組織網站公告及說明，以確保每一位 E.L.F.都能了解活動與操作方式，並在確切的時間點執行。¹⁷⁵

以 Super Junior 演唱會的台北站為例，2010 年 2 月 21 日 Super Junior 二巡台北站終場，E.L.F.於《Shining Star》一曲以黃色螢光棒排出「ELF♥SJ」字體，表達對 Super Junior 的感激與愛（見【圖 45】，頁 110），成員看見排字反應激動，甚至感動落淚（見【圖 46】，頁 110）；2011 年 3 月 11 日到 13 日 Super Junior 三巡台北站，E.L.F.三天分別於不同的時間點安排多樣的排字應援，包含第一天在成員自我介紹時依照座位區劃分，以紅白紙板排出「특／희／성／강／동／민／♥／혁／해／원／려／범／규」12 位成員縮名（見【圖 47】，頁 111）、¹⁷⁶在《真心》一曲以黃色螢光棒排出「ELF♥SJ」；第二天於《No Other》一曲以黃色螢光棒排出「Only SJ」、同樣於《真心》一曲以紅白紙板排出「슈주 아시아 최고 아이돌」(Su Ju 亞洲最強偶像)；第三天則在《BONAMANA》和《A Man in Love》兩首歌，以紅白紙板排出「미인아 41 주 1 위 축하해」(美人啊 41 週第一名祝賀)（見【圖 48】，頁 111）、¹⁷⁷並再一次於《真心》一曲以黃色螢光棒排出「♥My SJ ♥」。

而四巡時，除了因二巡成員感動的反應而成為經典的「ELF♥SJ」，增加更

¹⁷⁵排字的內容包含祝賀 Super Junior 創造的紀錄、成員姓名、以及 Super Junior 曾對 E.L.F.的承諾，這一類的內容往往讓雙方沉浸在建立的想像關係裡，特別是在演唱會全場一心，Super Junior 和 E.L.F.屬於彼此的場域，在歌曲及氣氛的催化下，E.L.F.更能感受與 Super Junior 的心緊緊一起；若再加上當下時局的變換，如成員離隊、遭遇挫折等情事，配合演唱會橋段撩撥情緒的過往片段，在回憶的渲染之下情緒攀升至頂點，雙方的情感因而進入想像的高潮。

¹⁷⁶名字縮寫排序按照年齡由大至小，中文意即「(利特)特／(希澈)希／、(藝聲)聲／(強仁)強／(神童)童／(晟敏)敏／(銀赫)赫／(東海)海／(始源)源／(厲旭)厲／(起範)範／(圭賢)圭」，當時韓庚已離隊，故未排其名。

¹⁷⁷時逢《BONAMANA》連續第 41 週於 KKBOX 韓樂排行榜第一名。

多訊息內容，包含黃色螢光棒排字「우리의 슈퍼맨」(我們的 superman)、
 「영원한 친구」(永遠的朋友)等，以及紅白紙板排字 SJ + ELF = NO.1、
 「슈퍼주니어 세계의 한류중심」(Super Junior 是世界韓流的中心)
 、以及利特曾給 E.L.F.的承諾「End...가아닌...And」(不是 End...而是 And)
 (見【圖 48】，頁 111)，豐富多變的訊息應援及特別的景觀，讓此次應援在媒體
 報導中留下紀錄。¹⁷⁸



【圖 45】二巡的螢光排字「ELF♥SJ」¹⁷⁹



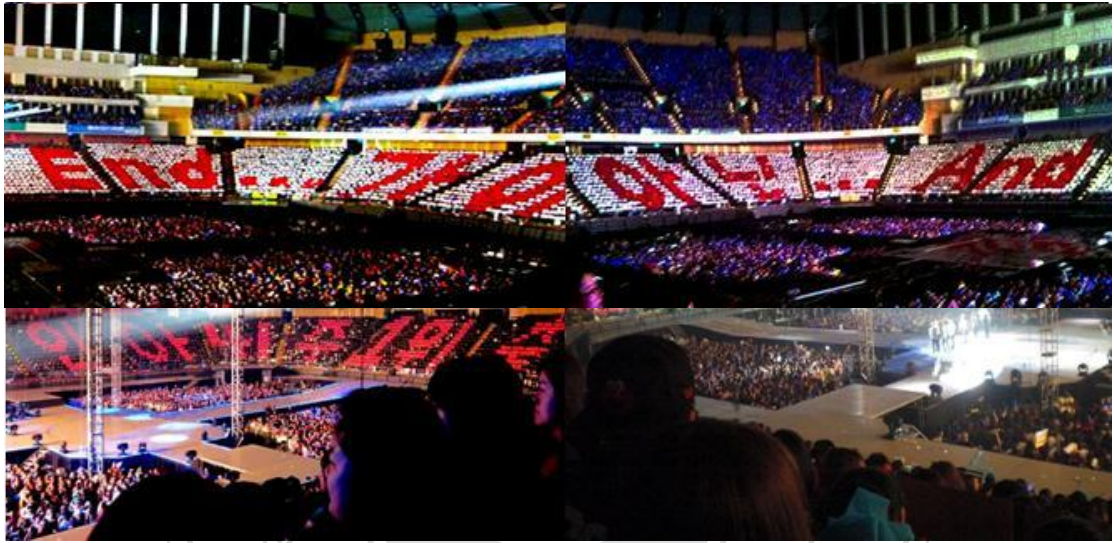
【圖 46】Super Junior 看見 E.L.F.排字應援時的反應¹⁸⁰

¹⁷⁸黃安柏、李起君(2011年3月14日)台灣粉絲全力應援 SJ 演唱會感動落幕。《yam 蕃薯藤新聞》。資料來源：<http://history.n.yam.com/yam/entertain/201103/20110314450705.html>。

¹⁷⁹資料來源：<http://ppt.cc/8JdN>，本研究編輯。



【圖 47】 螢光排字「ELF♥SJ」（左）和成員自我介紹時的紙板排字（右）¹⁸¹



【圖 48】 三巡的紙板排字¹⁸²

¹⁸⁰東海（上四張）、利特（下左兩張）看見二巡排字應援時驚喜落淚，利特並以長達八秒的鞠躬回應；晟敏（下右兩張）則是在空中寫出排字內容「ELF♥SJ」回應。資料來源：

<http://www.youtube.com/watch?v=8e93spH7Nlc&feature=relmfu>；

<http://www.youtube.com/watch?v=7hnMo1H55-E>；

http://www.youtube.com/watch?v=F1Yw_5QISNY&feature=related，本研究編輯。

¹⁸¹資料來源：<http://home.gamer.com.tw/creationDetail.php?sn=1523559>，本研究編輯。

¹⁸²「미인아 41 주 1 위 축하해」（美人啊 41 週第一名祝賀）

（上兩張）和四巡的紙板排字「End...가아닌...And」（不是 End...而是 And）（下兩張）。資料來源：<http://home.gamer.com.tw/creationDetail.php?sn=1523559>，本研究編輯。

(二) 祝賀應援

祝賀應援包含預祝及恭賀偶像達成某項標所舉辦的特別活動，除了為偶像加油打氣，更多時候是為了讓「另一個世界」的非我族類展示偶像之偉，附帶宣揚偶像已經足夠響亮的知名度；另一方面，祝賀應援常出現在大型拼盤演唱會，比拼人氣之外，亦有讓競爭對手與惡意的旁觀者知難而退之意。相對動態的舞台應援，宣傳應援屬於較為靜態的景像，且較少與偶像形成即時互動，即便偶像事前或之後意識到這類活動的進行，也僅止非同步的回應。因此，宣傳應援的意義更存在於迷與迷間의交流和展現團結精神，是一加強迷間情感關係的應援活動。

1. 宣傳應援

舉凡所有偶像的活動，舉凡演唱會、專輯銷售、歌舞劇演出等，都會以巨大橫幅、廣告、看板、或特殊場地舉辦宣傳應援，內容多為偶像團名與巨型照片，或以兩種對比色彩清楚表明應援的文字圖樣，力求簡單而明確傳達支持心意。2008、2009 和 2010 年的韓國大型拼盤演唱會《Dream Concert》，Super Junior 的應援布條高掛場內（見【圖 49】，頁 113），巨大的字體和圖像與火爆人氣成正比。

183

其次，Super Junior 前往他國活動時，因無法確切掌握在該國的知名度，當地的 E.L.F. 會藉由宣傳應援為 Super Junior 先「鋪路」以「接風」，讓 Super Junior 即使身處陌生的環境，也能感受 E.L.F. 無所不在。E.L.F. 多以大眾能見度高的物體作為宣傳應援的工具，如 2010 年子團 K.R.Y 出道四週年和 Super Junior 出道

¹⁸³在這樣的拼盤演唱會中，E.L.F. 的角色顯得特別重要，因為那是 Super Junior 面臨與眾多團體對抗時，足以安定軍心的重要力量，也因此應援的內容和為追求舞台效果或傳達崇拜喜愛的訊息應援有些不同，多為「E.L.F. 在這裡」或是「Super Junior 是 E.L.F. 的責任」，在這類場合特別需要如此的精神喊話以凝聚一體，面對大型表演的挑戰，並表達 Super Junior 和 E.L.F. 相互扶持、互為後盾的情感。

五週年，E.L.F.以公車車體作為宣傳看板（見【圖 50】，頁 114），在車水馬龍的街道上，人來人往皆能看見巨型的標題和成員照片；2011 年 3 月到 5 月間，Super Junior-M 至台灣 longstay 宣傳，E.L.F.集資買下電視牆廣告於特定時段強力播送 Super Junior-M 出道三週年的宣傳廣告；而於台北西門町、台中益民商圈、高雄漢神巨蛋三地的大樓電視牆，播放 Super Junior 出道六週年的宣傳應援（見【圖 51】，頁 114）；另外，2011 年 11 月 5 日，E.L.F.同樣為祝賀 Super Junior 出道六週年，以祝賀飛船懸掛於台北市信義區四四南村的廣場，宣傳 Super Junior 值得紀念的一天（見【圖 52】，頁 115）。2010 年 5 月 5 日，一位 E.L.F.幸運獲得韓國 Galleria 百貨公司大獎，能夠於百貨公司的戶外大型電視牆上自由播放內容，E.L.F.便將此機會給予當時 Super Junior 正逢宣傳期之四輯《BONAMANA》的應援，在電視牆打上「今年五月！SJ 四輯大發！」，東海甚至特地前往該地與之合照（見【圖 53】，頁 115）。



【圖 49】《Dream Concert》的布條應援¹⁸⁴

¹⁸⁴左上紅圈中文意思為「Su Ju 加油」；右下紅圈中文意思為「我要你李赫宰」，李赫宰為銀赫本名。左下為起範的巨型布條照片，中文意思為「起範啊，有好好吃飯吧？」。資料來源：

<http://blog.udn.com/aegi/1942559>。



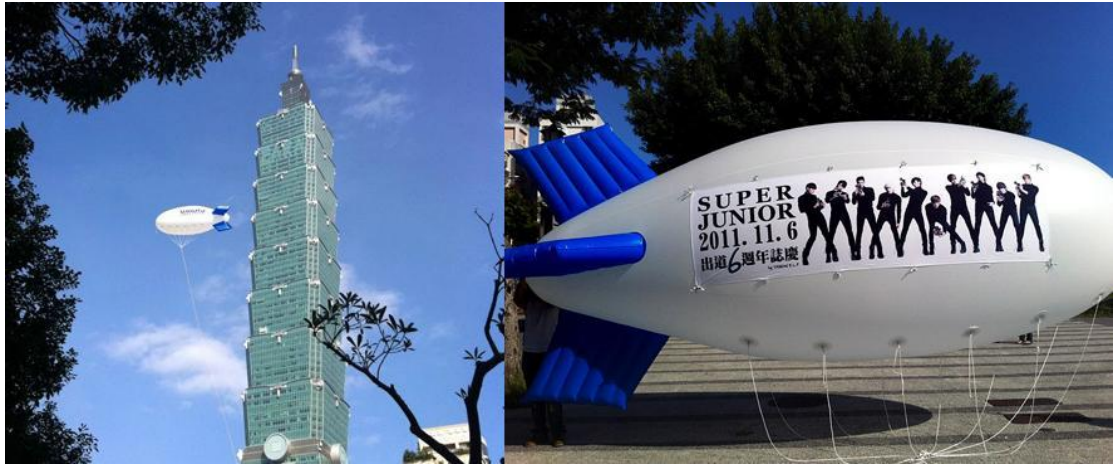
【圖 50】台灣 E.L.F.為祝賀子團 K.R.Y 出道四週年（右）和 Super Junior 出道五週年（左）的公車宣傳應援¹⁸⁵



【圖 51】台灣 E.L.F.為祝賀 Super Junior 出道六週年的電視牆影片宣傳應援¹⁸⁶

¹⁸⁵資料來源：<http://ptt.cc/6p8J>，本研究編輯。

¹⁸⁶圖為高雄漢神巨蛋外電視牆，資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=IZJFTb5Sb8w>。



【圖 52】台灣 E.L.F. 為祝賀 Super Junior 出道六週年施放飛船應援¹⁸⁷



【圖 53】韓國 Galleria 百貨公司電視牆祝賀應援¹⁸⁸

2. 代替善行應援

這類宣傳應援是將對偶像的心意化為實際的公益行動，就韓國文化而言，在一般祝賀的禮數中，其中一項是為贈送是由數包白米推疊而成的花籃（樣貌類似台灣的啤酒塔），加以文字、照片、國旗等裝飾，簡稱為「米花籃」。米花籃通常

¹⁸⁷資料來源：<http://ppt.cc/xQ4V>，本研究編輯。

¹⁸⁸資料來源：<http://ppt.cc/vEF->，本研究編輯。

直接擺放在偶像活動的會場門口，一字排開十分壯觀（見【圖 54】，頁 116）。特別的是，這類的應援物的用途和上述的口號、文字、照片多了環保與愛心，通常這些物資在事後會交由相關單位以偶像的名義捐贈至所需機構，為偶像累積良好名聲和善行，代替偶像行善，因而稱之為代替善行應援。這類的宣傳應援因偶像時常的呼籲和鼓勵，使迷為偶像替代的善行持續不斷，也讓世人稍稍沖淡了對迷的瘋狂、盲目、不理性等負面形象。

另外像是公益募款、捐贈物資、從事志工服務等行為，也是代替善行應援的一種，如在成員生日時，E.L.F.以 Super Junior 的名義捐贈金錢和物資至所需單位，並將受贈機構的收據、感謝函或證書寄還給 Super Junior 作為祝賀禮物，既能得到 Super Junior 的認同，也能將金錢及愛擴展至極具意義的行動之上，為 Super Junior 累積善行，成為另一種特別的宣傳應援景觀。



【圖 54】祝賀 Super Junior 六輯發行（左）及圭賢舞台劇（右）的米花籃應援¹⁸⁹

¹⁸⁹資料來源：<http://ppt.cc/qGs9>，本研究編輯。

3. 食物應援

若說舞台應援和祝賀應援目的在於維繫偶像的外在人氣，那麼食物應援則是兼顧偶像的身體健康。食物應援時常出現在演唱會前、拍戲期間，代表預祝成功及祝福、期望的心意。E.L.F.送上精緻兼具營養的餐點供 Super Junior 享用，並加上特製的造型貼紙、旗子、圖案等裝飾，既精巧又能感受誠意（見【圖 55】，頁 118）。¹⁹⁰食物應援包含該地的知名飯店餐點、道地小吃、特色甜點，更令人驚奇的是特屬該地的零食飲料，讓 Super Junior 能沾染一些當地 E.L.F.的生活氣息，如此便能更加真切感受到原本遠在韓國的他們，是如何真實的和 E.L.F.踩在同一個國度的土地，與他們近在咫尺。

不僅如此，食物應援的功能尚能延伸至 Super Junior 與身邊工作人員的關係。E.L.F.並非單單顧及 Super Junior 的飲食，就連其身邊人員皆「愛烏及屋」地一併打理，如同「賢內助」般，為 Super Junior 「打點」一切，通常食物應援的份量也會包含偶像身邊所有的工作人員（見【圖 56】，頁 118）。¹⁹¹

三、 小結

由應援活動一探迷文本具體內容以及其所帶給 Super Junior 和 E.L.F.的意義，從呼喊歌曲口號、製造整齊劃一的顏色和壯觀的排字等舞台應援，到設計各種宣傳影音、舉辦各項善款捐贈等祝賀應援，以及顧及 Super Junior 內外身心的食物應援，發現 Super Junior 在 E.L.F.心中的位置遠遠超越一般愛慕、崇敬的情

¹⁹⁰Super Junior 至台灣演出期間，幾乎一抵達飯店，就能同時收到 E.L.F.精心準備的食物應援，儘管主辦單位已將 Super Junior 的食宿準備得十分周全，但就意義上來說，E.L.F.的食物應援蘊含對 Super Junior 滿滿的打氣和感謝，並希望他們在異地也能感受到隨侍在側的 E.L.F.溫暖。

¹⁹¹E.L.F.如此周到的禮數，無非是希望能讓 Super Junior 工作時無後顧之憂。因此龐大的食物應援數量絕非過份充裕的剩餘，而是為 Super Junior 做足裡外功夫，讓辛苦的工作人員皆能共同享受。

感；對內給予滿溢的溫暖和鼓勵，對外則打點工作關係，惟恐 Super Junior 受到任何委屈，彷彿是親密的親人或朋友。E.L.F和 Super Junior 的想像情感關係，下節將繼續探討。



【圖 55】多樣且裝飾豐富的食物應援¹⁹²



【圖 56】東海將食物應援與工作人員分享¹⁹³

¹⁹²資料來源：<http://www.youtube.com/watch?v=xmEspyaapXw>，本研究編輯。

¹⁹³資料來源：<http://www.koreastardaily.com/tc/news/18620>。

第四節 迷與偶像的想像關係

在如此豐富的應援文本中，E.L.F.究竟將自身的角色定於何位？為何個人的情感能引發自覺，將自我身分擴充解釋為 Super Junior 的守護者，並且與 Super Junior 承擔所有的成敗；E.L.F.又是如何看待 Super Junior 的敘事內容（本研究之初級與次級偶像文本）？

根據本研究問題二：E.L.F.如何看待與 Super Junior 的關係？以及兩子題：

1. E.L.F.對 Super Junior 有哪些情感結構？引發了何種想像與情感認同？其類型和屬性為何？

2. E.L.F.對自身的生產性行為有何看法？其意義為何？

以下將從 E.L.F.對 Super Junior 的情感認同著眼，進一步確認的情感的類型和屬性，最後針對 E.L.F.對自我生產的應援行為有何詮釋，了解 E.L.F.於 Super Junior 偶像文本中所處的位置。

一、 E.L.F.對 Super Junior 的情感結構

（一） 由個人經驗出發的矛盾情感

我在三輯《SORRY, SORRY》時被 MV 吸引了，因為質感非常之好，沒有看過這樣的方式、服裝、手法，其實那時候還不知道他們是誰，只是視覺上吸引我，後來發現是 Super Junior 之後，我就先譏笑他們了。因為其實他們剛出道的時候我就知道這個團體，我知道他們人很多，而且有點想要走傑尼斯¹⁹⁴這種路線發展，我本來對他們很感冒，加上全民最大黨又在模仿他們，變成我們班都在笑他

¹⁹⁴為日本大型男偶像經紀公司，偶像風格偏向柔美、斯文氣息。

們這個風潮，可是到金曲獎之後，我的情感就慢慢轉變了。(佳穎)

其實我一開始是以嘲笑的心態在看他們，是我姐姐先喜歡上的，她就強迫我選一個喜歡，我一開始選韓庚，過一個禮拜覺得圭賢比較好。(牛奶)

當時《SORRY, SORRY》這首歌在大街小巷上都聽得到，所以我注意到這首歌，但真正吸引我注意的是看到 Super Junior 2009 年來金曲獎表演，但當時只是以一個單純的表演看。(詩穎)

我是金曲獎之後認識他們的，但一開始覺得怎麼那麼多人，分都分不清楚，之後朋友常 PO 他們的歌和影片，說他們的歌不錯聽，才漸漸認識他們。(Penny)

受訪者多從《SORRY, SORRY》開始注意 Super Junior，而該曲發行同年(2009) Super Junior 來台擔任金曲獎嘉賓則加深認識他們的慾望。由於 Super Junior 無論外貌（以偶像身材標準來看不符資格的神童）、曲風、或是最令人第一眼注意到的團員數，都與過去對偶像認知的個人經驗有所差異，起初以嘲弄、模仿的方式作為與他人聊天的話題。

持續觀察一段時間後，漸漸產生了矛盾的心態，發現 Super Junior 除了上述起初令人難以接受的特色，更包含了許多以往偶像缺乏的特殊之處，如偶像的真實性、與歌迷頻繁的互動、隨手可得的影音資源等等。

一開始並不認識這個團體，只是覺得他們現場的互動很可愛，是很真實的，覺得他們好像真的很親民。韓國藝人的私下影片很容易找得到，在 YouTube 或土豆網都有，資源太隨手可得了。(阿蘇)

他們的實境節目像是《Full House》，¹⁹⁵這些鏡頭會讓我覺得他們很像我們一般人，他們在節目上表現出來的打鬧、言談的方式，會讓我覺得好像是我生活中的朋友，因為我跟我朋友也是這樣子的，所以我會覺得他們跟我們非常接近。(詩穎)

綜藝節目幫我了解他們每個人的個性、團體的風格，還有行事作風。我覺得 twitter 是很可怕的工具，因為這會產生假想的社會距離，讓我產生幻覺，覺得我好像跟你是朋友，但其實根本就不是啊，我回覆他的語氣都會變得好像是他朋友。(MOMO)

像《人體探險隊》、¹⁹⁶《至親筆記》，¹⁹⁷慢慢的越來越了解他們，跟其他藝人都不一樣，很生活化，作風也很大膽，呈現他們非常自然的一面，好像會在你生活中出現的朋友。(Penny)

我會去回應東海的 twitter，因為我很怕沒人回應他，或是他覺得沒人回應他，我怕他會覺得難過！雖然我不是東海也不認識他，可是我會以我喜歡他們的立場去想像他的感受。(佳穎)

從 Super Junior 過去的綜藝節目、訪談、活動時的 fancam 以及經營的 twitter 等，各種在網路上能輕易取得的影音資料，讓無論何時開始認識他們的 E.L.F.能隨時跟上 Super Junior 的個性和歷史，只需熬夜幾晚就可以對他們瞭若指掌，並且掌握足夠的線索證明其真實性，也說明認識 Super Junior 時間的先後和長短並非是成為 E.L.F.的門檻，時間差距可以透過大量的影音資源彌補未來得及參與的

¹⁹⁵為 2006 年 Super Junior 與外國人共同生活的實境節目。

¹⁹⁶為 2007 年到 2008 年 Super Junior 以各種科學方式實驗生活謠言的綜藝節目。

¹⁹⁷為韓國綜藝節目，內容為讓偶像團體的成員消除不和，Super Junior 於 2009 年應邀該節目。

時刻。同時，E.L.F.也從這些作品中發現 Super Junior 的真實感與親民程度超越對偶像的既定印象，這樣的感覺拉近了彼此的心靈距離，如文獻所說，偶像如平常人般的自然互動讓迷擁有足夠的訊息涉入偶像的生活，這樣的特性讓迷逐漸混淆了偶像與朋友的界線，迷的位置從台下的崇拜者轉變為後台的旁觀者，感受偶像與自己的親密程度，發展一種「想像的朋友關係」。而此種類似朋友的情感，其實是源自於對 Super Junior 某項精神的憧憬。

（二） 初步憧憬情感

我覺得他們不管是做自己的事情還是團體的事情都很認真，很努力的完成工作，透過私下拍的影片可以看得到他們的用心，像幕後花絮那些都是很真實地呈現他們的想法。（詩穎）

我會很喜歡他們是因為我覺得他們剛開始成立的時候是一個不被看好的團體，但他們一起努力到現在的樣子我很喜歡。利特說過，他們每一張專輯都要當成是最後一張來做，我覺得這種精神很感動。（阿蘇）

Super Junior 也是熬了一段時間才出頭，因為經紀公司本身太強，公司裡有很多有名的前輩，跟東方神起比起來，他們簡直就是瑕疵品。他們不是每個人都一百分，但加起來可以發揮很大的綜效。（MOMO）

我很佩服他們有夢想也很堅持自我，我覺得人有夢想是很了不起的事情，但要不要實現就是另一件事了。當我遇到困難時這會變成我突破的動力，我現在對未來沒有什麼憧憬，但會因為他們而開始對未來有希望，能實現夢想真的很了不起。（牛奶）

開始瞭解 Super Junior 後，他們努力不懈和堅持到底的精神深深吸引 E.L.F.，這些精神在演藝作品中或是其他 E.L.F.的轉述中一一呈現。無論刻意或無意的展露，E.L.F.總是能抓取其中的蛛絲馬跡，加上自身對演藝圈生態的觀察和對於經紀公司政策的推論，形成對 Super Junior 的詮釋。這樣的詮釋當中隱含個人對該精神憧憬的情感結構，期望自己也能成為這樣的人；但在這僅為最外層的情感，認識 Super Junior 越深，則越能往情感核心探究。

(三) 進入參與情感

有一次在《強心臟》¹⁹⁸希澈說他不是很有仔細的人，很多事情都是靠利特幫他圓場。你說他假也無所謂，但他在客觀的標準裡面來講，是一個很好的隊長，他會想盡辦法讓自己的團體曝光，取得好名稱好印象，你可以說他是很有目的的在做這些事，但這世界就是這樣。

像他們去上《出發吧！夢之隊》，¹⁹⁹利特的意圖很明顯就是他今天所做所為就是絕對不會讓我們 Super Junior 區居第二位或表現不好，他在做任何事的時候就是會把隊長的角色比重大於個人，很容易把團體的名聲背負在身上，這個精神是我很肯定的，我會覺得你能做到這樣，你成功是應得的。(MOMO)

透過成員間的談話，讓 E.L.F.從側面了解他們真實的個性，這樣的角往往比從本人人口中獲知訊息更能襯托出真實的一面，也看出 E.L.F.對 Super Junior 的情感由一開始表演的吸引，漸漸轉移至個性、兄弟之間的情誼，以及與 E.L.F.間的互動：

我很喜歡看到他們彼此的兄弟之情，尤其是利特跟銀赫，他們好像隨時都一

¹⁹⁸為韓國談話性綜藝節目，利特、神童及銀赫為該節目固定班底，希澈於 2010 年受邀至該節目。

¹⁹⁹為韓國體育競賽型綜藝節目，2010 年 Super Junior 7 位成員（加上該節目固定班底銀赫為 8 位）受邀至該節目。

定要在一起，利特一個眼神，銀赫就馬上知道要幹嘛。2010 年金唱片沒有得獎，利特把本來要講的得獎感言的小抄偷偷塞回袖子，我一看到眼淚就掉下來。我覺得那是一場騙局，對我們來說很不公平，我難過了好幾天。(牛奶)

圭賢在強心臟有說，他剛開始進去利特對他不好，他在台上忍著沒有哭，²⁰⁰我看了覺得很不忍，很感動。希澈去當兵的時候，利特哭得要死，我從來不會懷疑他們的情感是假的。(阿蘇)

《人體探險隊》眼淚那一集他們講很內心的世界時，²⁰¹還有看到圭賢車禍的畫片，配合歌迷做的影片，配的音樂和文字，讓我覺得歐巴²⁰²活下來了，真的非常感謝。(詩穎)

強仁當兵或是他們遇到什麼挫折的時候，我們陪他們一起度過，那種心情，我都會很激動很興奮，覺得我們是一體的，不管發生什麼事，我們都陪著他們，不會離開。前年的金唱片大獎被黑掉，利特哭了，希澈安慰他，這種私底下的情誼都讓我很感動。(Penny)

透過進一步陳述，可看出 E.L.F.對 Super Junior 的情感漸漸進入核心，並設想成員的感覺，甚至自我套入其中；E.L.F.以「當事者」的方式觀看 Super Junior 的展演，包含舞台上的表演和舞台之外的情感表現，覺得自己和他們為一體，參與 Super Junior 的所有經歷，共同面對挫折與挑戰，賦予自己在這個偶像文本中

²⁰⁰見本研究第四章第一節之一(頁 45)。

²⁰¹《人體探險隊》第八集主題為「測試眼淚」，為了收集眼淚樣本，以最愛哭的銀赫和厲旭為目標，其餘成員以「神童單飛、Super Junior 面臨解散」為題串通，演出激烈爭吵的戲碼，成功讓銀赫和厲旭流下眼淚，同時也意外讓 Super Junior 說出對於成員情誼的真正想法，以及彼此關愛、包容，並堅持永遠一起走下去的心情。

²⁰²韓文「哥哥」之意，為女生稱呼較親近的年長男性(有無血緣關係皆可)之專屬用詞。

的活動位置，這些感受在 E.L.F.與 Super Junior 共同參與的次級偶像文本中（演唱會）更加深刻：

四巡的時候在《Our Love》排字²⁰³的時候我哭了，我那時一直盯著利特看，我看到他哭了，我覺得他們有感覺到歌迷的愛。（牛奶）

我記得二巡時，東海和利特都哭了，我想應該是他們覺得付出有得到歌迷的回應，看到他們哭，我也會想哭。（詩穎）

希澈在台北站三巡的時候跑出來的時候，他哭的時候我的眼淚也自動的掉了出來。他的眼眶泛紅，抱著利特哭了。我完全能體會當時他的心情，身為花瓣²⁰⁴的我，那一瞬間就哭了。看演唱會的時候，和他們的對話，還有演唱會上的應援，那種群體的互動感，我覺得他就像是在對我本人講話。（Penny）

我曾經有一瞬間覺得全世界只剩下我跟他，就是二巡東海哭的時候，很難忘很感動，我覺得很多事情沒有當下感動，是沒辦法形容的。（佳穎）

我第一次去演唱會看到寶藍海的時候很感動，這是我們的驕傲。二巡呈現出來的感情是最真實的，所以東海哭的時候真的蠻感動的，他真的是看到排字了，沒有想到他第一次來，大家這麼有系統有規劃的呈現，也驚訝自己有這麼高的知名度，台灣的 E.L.F.都在默默的支持我們，所以我也有哭。（MOMO）

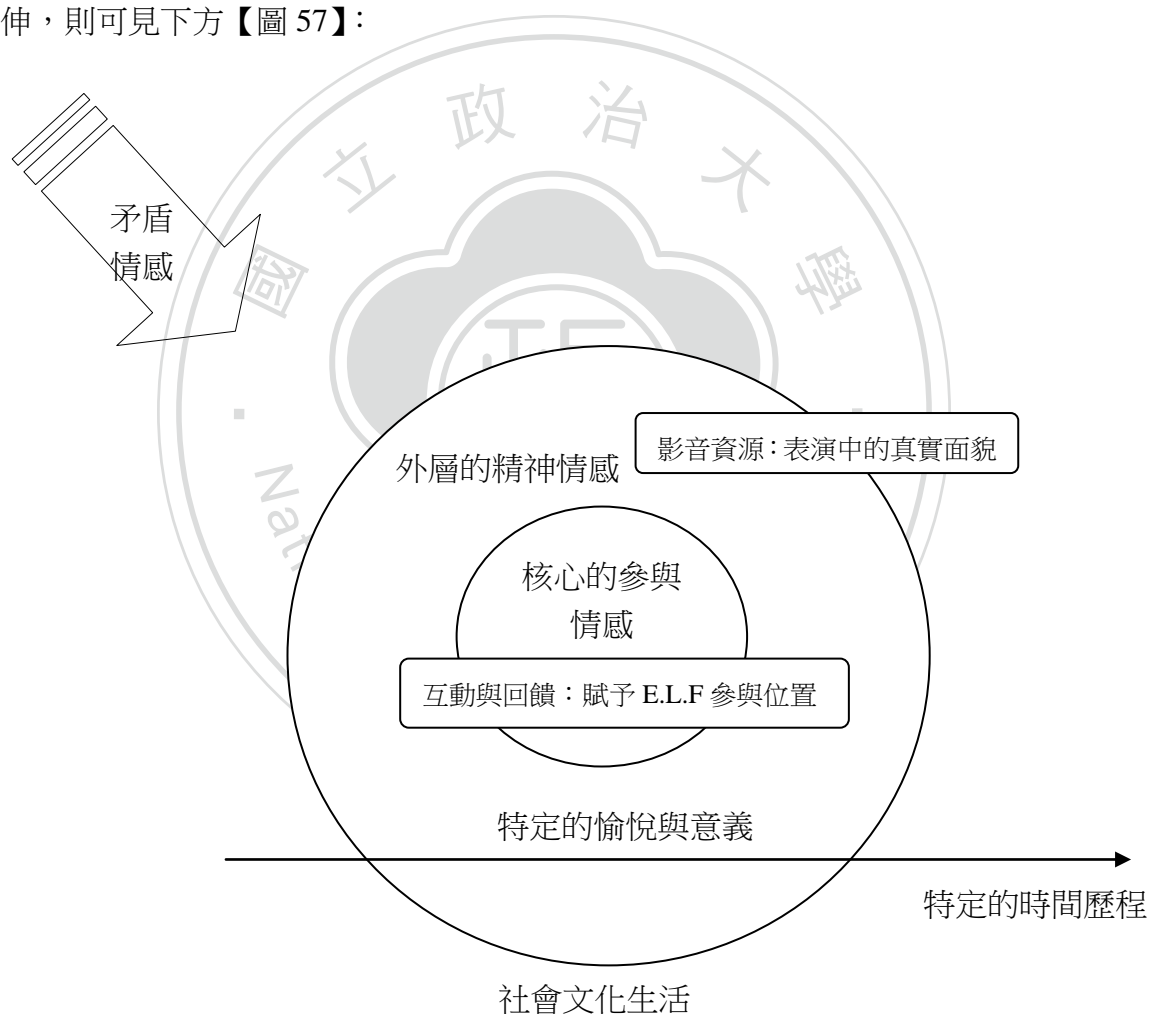
因此能夠推論：從第一眼認識到成為 E.L.F.、從局外人到局內人甚至是（設

²⁰³指 2012 年演唱會台北站的排字應援。

²⁰⁴希澈是 Super Junior 中行事風格相當特異的成員之一，在尚未出道前，便將支持他的人取名為「花瓣」，其原由是他曾將自己比喻為花，需要仰賴花瓣的支持才能存活，而花瓣也不能沒有花獨活，以此比喻他和迷之間相互依賴的重要關係。

想的) 當事者，經歷起初帶著個人經驗所產生的矛盾情感，從而透過大量的影音資源發現 Super Junior 表演中的真實面貌，了解 Super Junior 的各種精神，如領導能力和過人的堅持與毅力，形成外層的精神憧憬情感；因引發了更多探究的慾望而快速轉化為 E.L.F.，真切地體驗 Super Junior 在與 E.L.F.專屬的場域(演唱會)裡，給予 E.L.F.的回饋和位置，最終進入核心的參與情感。

此情感結構隨著時間歷程不斷演變，帶給 E.L.F.或「預備 E.L.F.」(即將成為的 E.L.F.) 特定的愉悅和意義，以簡妙如迷之概念組成(見【圖 1】，頁 11) 延伸，則可見下方【圖 57】：



【圖 57】E.L.F.之情感架構。²⁰⁵

²⁰⁵資料來源：本研究整理(參考自簡妙如，1996)。

二、 E.L.F.引發之想像與情感認同的類型及屬性

希澈出來那時，全場不管是不是花瓣都在呼喚他，那種全場一起的感覺，真的有我們是一家人的感覺。當他們喊「我們是 Super Junior」，我們回應「我們是 E.L.F.」，²⁰⁶那一瞬間，我們真的是一體的。(Penny)

當大家一起喊應援口號時，就會覺得我們是一體的，在為了某個事情堅持。
(MOMO)

在演唱會等次級偶像文本中，Super Junior 和 E.L.F.的互動以及 E.L.F.自行生產的第三級偶像文本，讓 E.L.F.產生「一體感」，此種一體感本質上與「想像的共同體」類似；也就是 Hills(2002)所說，在迷的情感和認同裡，透過參與建構的經驗，引發共同起源或分享的特質。在此共同體當中，迷融入情感意義，深入參與文本，並能明確指出自己的情感屬性與類型：

我覺得我和 Super Junior 是朋友的關係，因為我們相處就像朋友，朋友走得比較長，不像愛人總會有結束的一天。他們每年來開演唱會，就好像每年的聚會又到了，是沒有壓力的愛他們的方式。他們對我的意義很深。我們也像他們的家人，他們表現得好，就是給我們最大的回饋。(Penny)

看 Super Junior 的得獎片段還有現場表演的時候，我會有媽媽的心態，很有以他們為榮的感覺，覺得我兒子怎麼長這麼帥，我很真心的為這群人感到驕傲，就好像是「這是我們支持的人」或「我們家 SJ」這種說法。(MOMO)

²⁰⁶見附註 155。

以《KKBOX》一百週來說，²⁰⁷這真的是很難超越的紀錄，我覺得是歌迷在守護偶像，可是事實上，他們做很多事情，讓我們可以繼續愛他們，反而是他們在守護我們。(牛奶)

喜歡一個偶像就是要相信他，是他們在守護我吧！他們可以帶給我們開心，同樣我們也可以給他們開心，這種互動讓雙方都很感動。(阿蘇)

SJ 覺得我們很重要，因為每次都不會忘記感謝我們，我覺得歌迷給他們的不只是歌手與歌迷支持的關係，更多的是加油和應援那些精神上繼續前進的動力，所以我們就像他們的家人一樣。(詩穎)

E.L.F.對 Super Junior 的情感類型分別為朋友或親人的情感，這樣的情感化為某種內在動機，引發守護、力量、依靠之情感屬性成，為 E.L.F.各種生產行為的驅動力；而此想像關係的原因包含期望長久的關係、認同自我的價值、以及獲得自身的愉悅。想像關係藉由與 Super Junior 的互動逐漸成形，並非是毫無依據的幻想，如胡寶林(1986)指出想像是基於原有的感性形象所創造的新形象之心理過程。想像關係是 E.L.F.對 Super Junior 大量的觀察和豐富的經驗以及體驗各種情感之後的產物，讓具體的意象填補了 Super Junior 和 E.L.F.之間的情感。

此外，想像關係雖然出自於 E.L.F.，但 E.L.F.的想像範疇並不侷限自身，而是擴及 Super Junior 的想法，認為想像關係是一種「雙方皆然」的結果。根據研究者的觀察，E.L.F.提及「Super Junior 如何看待 E.L.F.」的想像情感時，是相當理所當然的陳述，而非臆測，其因可能來自於 Super Junior 與 E.L.F.互動的行動線索，或是純粹出自於自身情感的想像。無論事實是否如此，可以確定的是，由 E.L.F.自發的想像關係已經從自身延伸至 Super Junior，此種情感可說是由想像他

²⁰⁷見本研究第四章第一節之三(頁74)。

人與自身共同建立而成的想像關係。

三、 E.L.F.生產行為之意義

E.L.F.的生產行為以應援行動中之舞台應援（本研究第四章第三節之一）為代表，對此 E.L.F.的看法包括：

一起突然排字，²⁰⁸會覺得愛他們變得好簡單喔！那種沒有說好一起的情況大家一起為了愛的人可以這麼團結，令我很感動。（佳穎）

我很享受在應援很大聲這件事情，很驕傲很滿足。（牛奶）

我非常期待應援，我很想要聽到他們稱讚我們，也很期待他們透過這個跟我們對話，告訴他們這是我們自己想的，很驕傲，很團結。有時候雖然拍子不對，或是配合得有點凌亂，可是印象很深刻，很有趣，大家一起努力的感覺。（Penny）

排「ELF♥SJ」時有成員說：「挖，好漂亮！」被他們稱讚的感覺非常棒。有一次利特問我們今天排什麼字，二樓的 E.L.F.瞬間排好，那種感動非常強烈。他們如果讚嘆或是哭了，都是我們的成就之一。（詩穎）

二巡的時候讓我印象很深刻，丟彩帶氣氛很棒，是台灣獨一無二的，也是韓星來台灣開演唱會第一次這麼有規模的應援，讓我覺得很棒！（MOMO）

E.L.F.首先將這樣的行為聯想為表現 E.L.F.對 Super Junior 的愛，並認為應援

²⁰⁸「突然排字」指的是當時排字應援已經結束（字板已收起），利特於演唱會中斷的談話時間向 E.L.F.確認排字的內容，E.L.F.在未指揮的情況下於極短的時間內重新排定字型，相當壯觀且驚人。

行為所隱含的支持意義能確實為 Super Junior 接收，進而引發雙方的互動，使第三級偶像文本（迷文本）得以持續擴展。演唱會的共創偶像文本再度強化想像關係，同時也增強 E.L.F.之間的連結，使之體認自身所處為同一個神話敘事的社群裡，共享同樣的制度和目標。

May(1991)指出，神話提供個人存在的意義和認同感，回答了「我是誰」的問題。在演唱會場域裡，E.L.F.的應援行為不僅建立了此特定社群的秩序和行動方針，也找到自身與他人相關的結構。換句話說，Super Junior 的偶像神話敘事是 E.L.F.集體的夢，也是每一個 E.L.F.個體所相信的神話，在這個社群裡的經驗關係中，應援行為是彼此關係強度和深度的憑藉。

同時，E.L.F.將應援行為所形成的互動和回饋，視為一種成就，如同 E.L.F.的一項「資產」，若讓 Super Junior 感動落淚或是能存在於紀錄中（如 Super Junior 個人的推特，包含文字及照片），便達成了某項終極目標。另外，Super Junior 和 E.L.F.的情感關係之強烈，使 E.L.F.以文字保存當下的情緒，表示這樣的情感是能夠保存的，彷彿置入一真空的時間膠囊裡，將當時的感動與情感凍結，不只可以回憶，還能與日俱增，隨時提取便能再次受到當時的感動：

我很想記錄當下的心情，如演唱會，我想要把握這一刻，如果之後回去看，可以馬上回到那一刻。（牛奶）

我每次他們的現場表演，就會記錄當時的感動和感覺，現在回頭看就會覺得每一場都好特別，好有意義，每次看感覺都不一樣。（Penny）

至於應援行為本身的意義，E.L.F.則多認為應援行為雖由 E.L.F.發起，但其意義與 Super Junior 共享，甚至是作為支持他們內心情感的力量而生：

我覺得表達內心的感覺有差別，像沒有排字，互動就不會那麼多，就是一場

例行公事，一場商業的表演，有應援就變成更親近的。(牛奶)

銀赫曾經有說，他們只要上舞台，就是會聽到歌迷的應援，當他們沒有聽到時，會很失落很奇怪，這表示我們的應援是給他們的支持，這跟尖叫是不一樣的，歌曲的應援是一種默契的表現。(詩穎)

有應援才會覺得這個表演是完整的，像這次回歸在《M! Countdown》只開放 10 個人進場，²⁰⁹我非常 care，因為迷之間一定會互相比較，當他們發現台下沒有應援聲的時候，會讓他們覺得很孤單，我不想讓他們有這種不安全感。如果台下有我們，就是一種跟家人見面，跟家人玩、互動，是享受在表演裡。(Penny)

應援行為是 E.L.F.和 Super Junior 的默契，更準確地來說，在 Super Junior 英雄神話敘事裡，應援行為是約定俗成的規約，E.L.F.的角色便是完成到場應援的任務，層次已經超越一般群眾見到明星的新鮮和興奮，此心理與前所述 E.L.F.與的 Super Junior 想像關係密不可分，充分展現友情和親情的守護概念，亦為 E.L.F.存在的意義之一。

值得注意的是，透過幾場人為或場地因素造成應援不足的經驗，E.L.F.漸漸發現，應援行為讓 Super Junior 的表演更加完整，此發現恰能對應本研究的提問：本研究於文獻探討第三節「迷與偶像共創的偶像文本」之二指出，偶像與迷有所互動，並據此創造想像關係，此內容涉及迷、偶像及兩者之間的情感關係，因此，何以迷文本不能是偶像文本的一種？本研究將第三級偶像文本（迷文本）歸入偶像文本中一併探討，目的在於印證迷文本即為偶像文本之一，藉由 E.L.F.對應援行為的詮釋，再次證明由初級和次級偶像文本所召喚的第三級偶像文本，就是下一次偶像與迷互動的來源，換句話說，迷文本其本質為偶像文本之一。

²⁰⁹Super Junior 2012 年 7 月 5 日於 Mnet 電視台的《M! Countdown》音樂節目上表演回歸舞台，因舞台設計之故，場地僅能容納少數人站立，因此現場僅開放 10 到 20 位 E.L.F.入場。

四、 小結

本節針對研究問題二「E.L.F.如何看待與 Super Junior 的關係？」訪談六位 E.L.F.，以研究問題二延伸的兩子題「E.L.F.對 Super Junior 有哪些情感結構？引發了何種想像與情感認同？其類型和屬性為何？」、「E.L.F.對自身的生產性行為有何看法？其意義為何？」擬定訪談大綱（見【表 4】），分別描繪 E.L.F.對 Super Junior 的情感認同、想像關係，以及對生產性行為的詮釋。

訪談結果發現，E.L.F.對 Super Junior 的情感結構隨著特定的時間歷程，由個人經驗出發的矛盾情感出發，透過大量豐富的影音資源獲悉 E.L.F.所認為 Super Junior 的「真實面貌」，因而進入外層的精神憧憬情感；最後透過與 Super Junior 的互動與回饋，獲得 Super Junior 偶像文本中的參與位置，成為核心的參與情感，為個人帶來特定的愉悅意義（見【圖 57】，頁 133）。

其次，E.L.F.對 Super Junior 的情感類型分別為朋友或親人的情感，而屬性則包括守護、力量、依靠等情感，進而引發想像關係，其原因包含期望長久的關係、認同自我的價值、以及獲得自身的愉悅。最後，E.L.F.將生產性行為（第三級偶像文本之應援行為）解讀為對 Super Junior 表達情感的方式，也是搭起雙方互動的橋樑，更是 E.L.F.取得 Super Junior 偶像文本的參與位置之關鍵；此外，E.L.F.也認為應援行為使 Super Junior 的表演更加完整。因此，印證了本研究的研究立場：初級和次級偶像文本所召喚的第三級偶像文本，本質為偶像文本之一。

第五章 結論

第一節 研究發現與討論

本研究目的為探究 Super Junior 偶像文本之具體內容，並從中檢視 E.L.F.如何及何以想像與 Super Junior 的情感關係。依據 Fiske 的文本分類，Super Junior 偶像文本可細分為初級偶像文本、次級偶像文本和第三級偶像文本（本研究亦以迷文本稱之）（見【表 3】，頁 36），本研究依序分析此三種類別，了解 Super Junior 與 E.L.F.的想像與情感認同之源頭為何；並訪談六位 E.L.F.，探討其想像關係如何運作，綜合分析後，提出以下主要的研究發現。

一、 Super Junior 偶像文本具體內容

（一） 建立 E.L.F.情感與想像關係的 Super Junior 偶像神話敘事模式

Super Junior 偶像文本分為三個階段：誕生、考驗和成型。誕生時的不凡和考驗當中的試煉，滿足了英雄神話敘事的要件，最後的成果和失敗則為英雄身分畫下註解。這樣的神話敘事模式充滿戲劇張力，同時也是一沒有結局且不斷交織、循環、反饋、相互參照的過程。核心概念為寶藍色意象以及 13 個主體的忠誠，透過各種歷經事件，逐步將故事串連而成。

本研究參考張淑玲(2009)整理【圖 2】英雄神話發展模式為藍本，試圖對照 Super Junior 的敘事結構（見【圖 4】，頁 35），發現 Super Junior 的誕生、考驗及成型等經歷，能夠與【圖 4】對應，並整理為【圖 24】Super Junior 英雄神話敘事模式之偶像文本分析結果（頁 81）。

依據【圖 2】英雄神話發展模式，將英雄神話分為誕生、考驗和成型三階段，

分別包含不凡出身、冒險犯難和悲劇／成就等內涵；本研究分析 Super Junior 敘事結構後發現，三項階段的內涵能分別對應 Super Junior 之組成與成員特質、Super Junior 之挑戰與試煉，以及 Super Junior 之成敗，成為【圖 4】Super Junior 偶像文本與英雄神話發展模式之對應。

其後分析 Super Junior 初級偶像文本內容發現，Super Junior 和 E.L.F.想像關係之核心概念為寶藍色與 13 人；Super Junior 之組成與成員特質中，過人的毅力（利特、韓庚）被棄的絕望（晟敏）與困頓的遭遇（藝聲、神童、銀赫）以及親情的缺失（東海）能夠對應不凡出身的內涵；Super Junior 之挑戰與試煉中，歷劫歸來的英雄（希澈、圭賢）和背叛出走的血親（強仁、韓庚）則能對應冒險犯難的內涵；Super Junior 之成敗中，成就（征服亞洲、前進歐洲）和失敗（2010 金唱片蟬聯失利）則對應悲劇／成就。因此以【圖 24】Super Junior 英雄神話敘事模式之初級偶像文本分析結果作為研究小結。

【圖 24】由英雄神話敘事模式為大綱發展而成，內容則為相對應之 Super Junior 初級偶像文本內容。按照本研究整理之英雄神話敘事架構，能推論至其他偶像文本；同時本研究也認為，此架構應能作為往後演藝發展模式之分析範本，剖析偶像文本發展內容，用以預測偶像行銷策略之成敗。

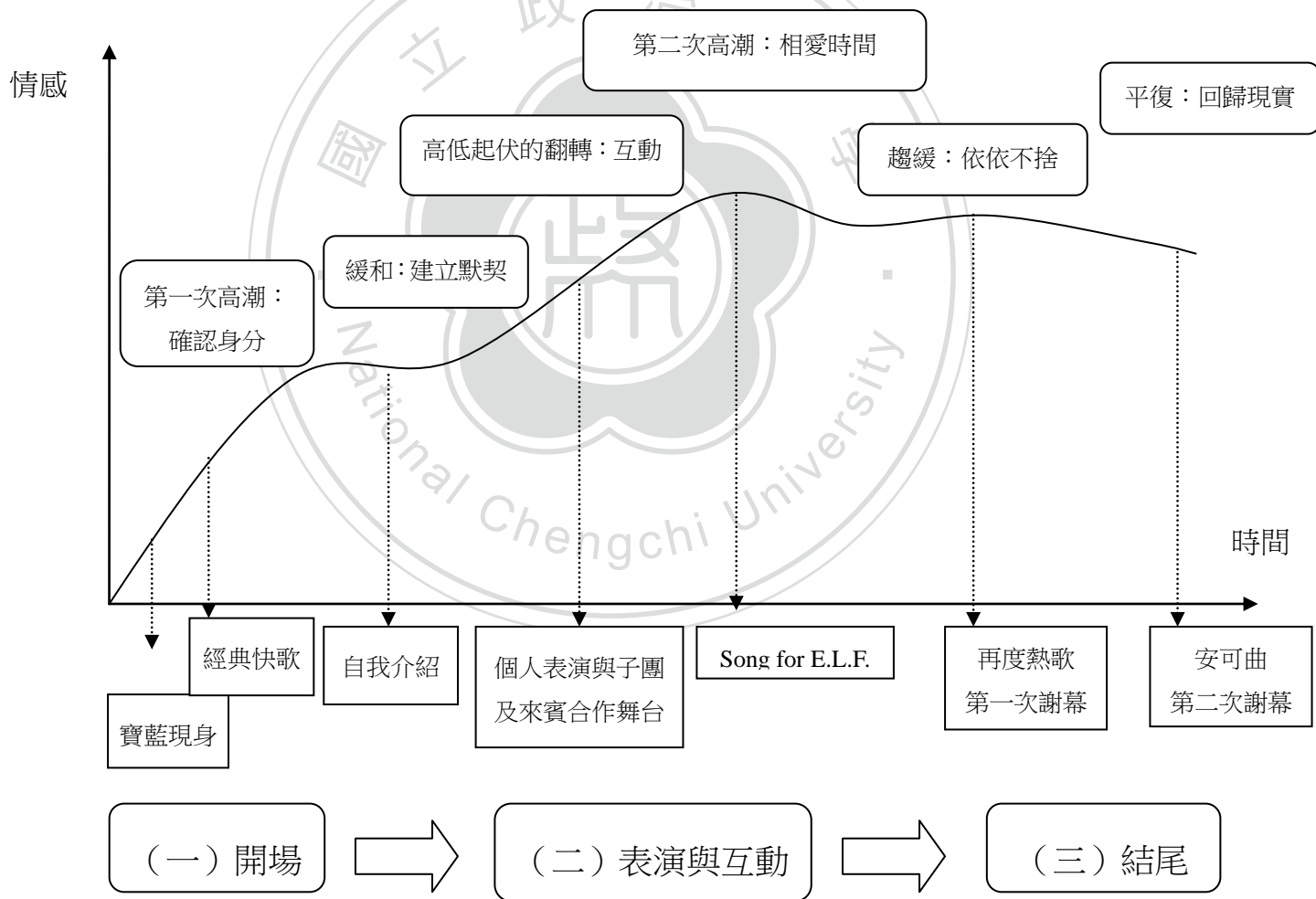
（二） 持續加溫 E.L.F.情感的 Super Junior 舞台敘事模式

其次，本研究探究引發 E.L.F.與 Super Junior 的想像關係從何而來，即 E.L.F.的主觀經驗。研究發現 Super Junior 演唱會的曲目編排，以及研究者親身參與二巡、三巡和四巡的觀察，演唱會及觀眾情緒分為（一）開場（二）表演與互動（三）結尾等三大流程中，寶藍現身、經典快歌、自我介紹、個人表演與子團及來賓合作舞台、Song for E.L.F.、再度熱歌與第一次謝幕，以及安可曲與第二次謝幕等七個階段，為【圖 37】Super Junior 演唱會舞台敘事流程圖（頁 98）。

同時，本研究也發現 Super Junior 的演唱會敘事階段以及與 E.L.F.的情感對

應：以開場影片及經典快歌揭開序幕，開啟第一波高潮；自我介紹與 E.L.F.正式見面問好，稍微平緩沸騰的情緒；接著輪番的個人表演和子團、合作及特別舞台交雜，融合抒情和喧騰的氣氛，情緒跟著起伏翻轉。

隨後的 Song for E.L.F.時間是整場演唱會的最高潮，也是 Super Junior 與 E.L.F.能感受彼此情感的最顯著時機；接著由再次串連的熱門歌曲掀起最後一波高潮，情緒逐漸趨緩，迎接第一次謝幕；最後，安可曲和最後的談話時間為整場演唱會畫下完美的句點，回歸真實生活。Super Junior 的演唱會敘事階段以及與 E.L.F.的情感對應，可以下方【圖 58】表示：



【圖 58】Super Junior 演唱會舞台敘事流程與 E.L.F.情感對應分析²¹⁰

²¹⁰本研究整理。

本研究認為【圖 37】雖為 Super Junior 演唱會舞台敘事流程圖，但仍可推論至其他偶像演唱會舞台之次級文本中，儘管其中內涵因不同團體之成員特質、專長、曲目而有所變動，但就舞台敘事的本質而言，流程可相互通用。此外，舞台敘事所引起的迷情感對應也能推論至不同迷群身上，因本研究認為，相同的舞台敘事流程其目的在於引發相似的情感反應。

（三） 作為偶像文本的共創者的 E.L.F.

研究發現，E.L.F.的命名是個體新身分的開始，當個體認同 E.L.F.的身分時，便開始使用新身分的象徵意義活動，其因來自歸屬於某處的感動，並感受到身為某個大群體的一部分。以偶像文本的主體和產製的角色而言，E.L.F.和 Super Junior 的角色功能相通。李佩真(1998)指出，迷與偶像的關係能夠透過偶像文本建立，由於迷的文本創作，使得迷不再是偶像的從屬文本，迷不僅接收、消費偶像文本，也是偶像文本的創造者。換句話說，迷是偶像文本的共創者，迷自己就是偶像文本的一部分。

E.L.F.的身分並非完全取代舊有的身分認同，它以共存的方式存在於個人的經驗世界，並需要具體的意象實踐身分，建立一能夠遵循的特性和實際的行。因此衍生舞台應援（包含歌曲口號應援、顏色應援、訊息應援）、祝賀應援（宣傳應援、代替善行應援）及食物應援等行為，象徵守護及相伴責任。在這些應援行為中，E.L.F.能夠再次確認自己在 Super Junior 偶像文本中的身分位置。

二、 Super Junior 與 E.L.F.想像關係與情感認同之運作模式

（一） 從矛盾、憧憬到參與的 E.L.F.之情感結構

隨著特定的時間歷程，E.L.F.對 Super Junior 的情感由個人經驗出發的矛盾情

感出發，透過大量豐富的影音資源，E.L.F.進入外層的精神憧憬情感；最後透過與 Super Junior 的互動與回饋，獲得 Super Junior 偶像文本中的參與位置，為個人帶來特定的愉悅意義。本研究以以簡妙如迷之概念組成（見【圖 1】，頁 11）為藍本，將 E.L.F.的情感歷程整理為【圖 57】E.L.F.之情感架構（頁 126）。

然而本研究認為，【圖 57】E.L.F.之情感架構無法推論至其他偶像的迷群，其因在於成員特質、曲風、表演性質不同，無法如同 E.L.F.引發最初的矛盾情感；其次，由於各國偶像文化及迷文化各異，並非皆能賦予迷參與位置，迷所能進入的核心程度因而不同，因此 E.L.F.之情感架構僅為 E.L.F.所獨有，無法推論至其他偶像文本上。

另外，研究也發現 E.L.F.對 Super Junior 的情感類型為朋友或親人的情感，而屬性則包括守護、力量、依靠等情感。這些情感型塑了兩者間的想像關係，其原因包含期望長久的關係、認同自我的價值、以及獲得自身的愉悅。正如 Weick(2005)所提，迷將過去對偶像的知識、印象和記憶轉型成具體的意象，藉由豐沛的情感延伸偶像與迷之間未知、卻能自由填補的關係，再現了缺席的回憶、整合了實際經驗與理想的目標，保留偶像文本中原有的背景和經驗。

（二）表達情感並取得參與位置的生產行為

最後，生產行為（第三級偶像文本之應援行為）是 E.L.F.對 Super Junior 表達情感的方式，亦是 E.L.F.取得 Super Junior 偶像文本的參與位置的手段。此外，E.L.F.也認為應援行為使 Super Junior 的表演更加完整，印證了本研究的研究立場：初級和次級偶像文本所召喚的第三級偶像文本，本質為偶像文本之一。

第二節 研究限制、建議與討論

一、 研究限制

本研究的訪談對象為 23 歲到 32 歲間的女性，除了一人為學生，其餘皆為社會人士，擁有獨立的經濟能力，參與演唱會現場應援的經驗十分豐富，並且熟悉應援的潛在規則並對應援方式抒發個人意見。E.L.F.的各種應援行為必須依靠足夠的經濟能力，是否因此不同年齡層的 E.L.F.對應援行為有更多元看法，以及臨場經驗的次數與 Super Junior 偶像文本的參與度深度是否影響 E.L.F.與 Super Junior 的想像關係，由於本研究受限於訪談對象的條件，未能提出更多觀察角度。

二、 未來研究建議

(一) 偶像與迷和新科技的關係

本研究立場認為，偶像使用新媒介科技的習慣讓迷得知大量的偶像訊息，並發現能輕易與偶像互動的方式，因此改變了迷在偶像文本中的位置，由崇拜者轉變為參與者；同時受訪者亦提及，新科技與新興的網路社群功能深深地影響偶像和迷的關係，偶像和迷線上與線下的關係逐漸交融，進而引發想像的情感關係。因此，新媒介科技的發展是否讓偶像與迷的位置從上對下的權威感，轉變為對等的網路使用者關係、這樣的轉變又如何影響偶像與迷的關係、迷的轉變歷程為何？皆是未來值得持續觀察的現象。

(二) 敘事與迷之間的互動

本研究所發現的 Super Junior 英雄神話敘事模式，能否對應其他的偶像文

本？以及，個人偶像與團體偶像的敘事模式是否有所差異？敘事與迷之間的互動已超越偶像與迷的人際互動，真正和迷產生連結的並非偶像本身，而是偶像敘事。因此，期待未來看到更多的偶像個案敘事研究，以比對不同的敘事結構對迷的想像情感差異。

此外，所有文類的敘事結構中，是否應預留一個迷的參與位置，是否因韓國特殊的迷文化（命名迷稱呼及制定代表顏色）而使迷參與偶像文本成為韓國的獨特現象？其他文類中的互動及反饋代表的意義是否與本研究相同？如運動迷也擁有參與其偶像文本的空間嗎？他們又如何取得參與位置？未來對於敘事和迷的互動，值得深入探究。

三、 討論

研究者於日常生活參與 **Super Junior** 次級偶像文本時，觀察 E.L.F.對 **Super Junior** 的情感而引發本研究。透過六位訪談者的經驗分析，本研究將 E.L.F.對 **Super Junior** 的情感類型分為朋友與親情。然而，研究者親身參與 **Super Junior** 次級偶像文本的現場，發現仍有尚未被本研究歸納的情感類型，如愛戀情感，包括理想對象的投射及幻想的愛情世界。同時，受訪者提及在非迷群的社交生活中，曾遭他人認為迷身分與專業能力衝突，引發不愉快的社交經驗，因此受訪者於日常生活裡並不會主動揭露迷的身分，甚至刻意隱藏。

迷的生命經驗可能造成迷對於承認某些情感的閃躲和隱藏，不敢「直接而驕傲地」說出「我是迷」的陳述。Harrington & Bielby(2007)等迷群行動研究者指出，過去迷研究多關注生命歷程中消費性的階段行為，預設這種迷是生命歷程中一種短期與階段性的身分，是一種經歷後、即會被生命所遺棄的身分。然而 Harrington 開始嘗試從生命歷程的觀點看待迷的行動，以及問題意識如何生成。

因此，研究者認為過去迷研究從文化消費(Jenkins, 1992)、迷行動的歷史與起源(Pearson, 2007)，以及從迷與傳播科技的討論看特定社會與文化脈絡對其的

影響(Couldry, 2007:148)等方法，必須轉移至迷參與、實踐偶像文本，並與偶像文本展開情感交換的討論。

換句話說，迷的生成是否與個人生命歷程相關，迷為何愉悅、何以發生情感、迷的層次是否有別，因而引發／隱藏了何種類型的情感，皆須重新詮釋與定義。此外，迷若根據生命經驗而劃分不同層次，各種層次的迷享有各自因迷行動而累積的「知識」或人脈資本，這可否成為「迷素養」的討論？同時，迷是否隨著生命歷程而有週期性的轉變，是否出現衰退、沉寂、拋棄迷身分的階段，其中的原因為何，皆是開啟迷研究新頁的關鍵。



參考書目

C 妞 (2011 年 1 月 25 日)。〈有生之年，演唱會〉【部落格文字資料】。節取自
<http://www.wretch.cc/blog/kpopgrape/16796510>

RSI (2010 年 11 月 8 日)。〈Kissingyoon X Sunny's Song X 巧妍 聯合發佈〉
【電子佈告欄】。取自 telnet://ptt.cc

〈SUPER JUNIOR The 3rd Asia Tour SUPER SHOW 3 In Taipei 演唱會現場觀賞
守〉則 (2011 年 3 月 3 日)。取自
http://www.superdome.com.tw/news-content.asp?f_no=425

〈Super Junior 成員是網民？ 東海帶起 Twitter 熱〉(2010 年 5 月 3 日)。取自
http://weneews.nownews.com/news/17/news_17178.htm，上網日期：2012 年
4 月 7 日。

〈TOP 20 Korean Celebrities with The Most Twitter Followers till May 2011 ! 〉。取
自
<http://www.dkpopnews.net/2011/06/info-top-20-korean-celebrities-with.html>
，上網日期：2012 年 4 月 4 日。

〈Twitter 洩漏偶像明星的天機？〉(2010 年 7 月 26 日)。取自
<http://itwwt.com/1334.html>，上網日期：2012 年 4 月 4 日。

Wikipedia——〈Twitter〉。取自
<http://zh.wikipedia.org/wiki/Twitter#.E5.88.9B.E5.8A.9E>，上網日期：2012
年 2 月 3 日。

Wikipedia——〈神話〉。取自
[http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E8%AF%9D_\(%E7%BB%84%
E5%90%88\)](http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E8%AF%9D_(%E7%BB%84%E5%90%88))，上網日期：2012 年 2 月 3 日。

13 姨 KT 私人公寓譯 (2007 年 10 月 24 日)。〈SM:沒有發表過 SUPERJ UNIOR
是正規組合〉。《YONHAPNEWS》。取自 <http://q.sohu.com/topic/426839>，
上網日期：2012 年 4 月 4 日。

于永順、劉雪清 (2003)。〈情感——審美想像的動力〉。《瀋陽師範大學學報——
社會科學版》，5，58-61。

- 江佩蓉 (2004)。《想像的文化圖景：韓流與哈韓族在台灣》。政治大學新聞研究所碩士論文，臺北市。
- 江芷稜 (2009 年 12 月 12 日)。〈Super Junior 門票秒殺 協調再加場〉，《聯合報》，C3 版星火線。
- 王郁惠 (2011 年 1 月 9 日)。〈粉絲超額搶票 SJ 門票瞬殺〉，《聯合報》，C3 版星火線。
- 百度百科——〈微博〉。取自 <http://baike.baidu.com/view/1567099.htm>，上網日期：2012 年 2 月 3 日。
- 朱幼隸 (1997)。〈滿城瓜香飄不散——淺談想像力在新聞中的運用〉。《新聞愛好者》，9，26-28。
- 朱侃如譯 (2003)。《哭喊神話》。臺北市：立緒。(原書 May, R. [1991]. The cry for myth.)。
- 朱侃如譯 (1995)。《神話》。臺北市：立緒。(原書 Campbell J. & Moyers. B. [1995]. The Power of Myth. Minneapolis, MN: HighBridge Audio.)。
- 朱筱微 (2012 年 3 月 17 日)。〈全民運動 追殺大明星〉，《喀報》，取自 http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article.php?id=4972&from_type=issue&from_id=245，上網日期：2012 年 6 月 21 日。
- 朱華瑄譯 (2009)。《探究迷文化》。新北市，韋伯文化。(原書 Hills M. [2002]. Fan cultures, London: Routledge.)
- 朱龍祥、陸洛 (2000)。〈流行歌曲歌迷偶像崇拜的心態與行為初探〉。《應用心理研究》，8，171-208。
- 李一鳴譯 (1990)。《想像心理學》。臺北市：結構群文化事業有限公司。(原書 Sartre J. P. [1948]. The Psychology of Imagination. Westport, CN: Greenwood Press.)
- 李育倩 (2010)。《從文化接近性的觀點檢視台灣偶像劇》。交通大學傳播研究所碩士論文，新竹市。

- 李佩真（1998）。《偶像文本的消費意義：迷與偶像關係之探討》。世新大學傳播研究所碩士論文，臺北市。
- 李喬（1996）。《中國行業神崇拜》。新北市：雲龍。
- 李廣均（2002）。〈男人的名字和女人的名字：以「國家考試金榜題名錄」中華民國六十五年至七十四年考試及格人員為例〉。《女學雜誌》，13，219-260。
- 金民成（2011年11月7日）。〈藝能心臟利特 被稱為新一代MC的理由〉，《Mydaily》。取自 <http://i.imgur.com/G5F1t.jpg>
- 林桂英（2008）。《女性收視行為與偶像迷戀之研究——以韓劇為例》。臺東大學教育學研究所碩士論文。
- 林東泰（2008）。《大眾傳播理論》，臺北市：師大書苑，修定三版。
- 吳姿嫻（2008年7月5日）。〈迷的前世、今生、未來：論「新媒介科技迷」〉，「中華傳播學會2008年研討會」，新北市，淡水。
- 吳彥明（2008）。〈「迷」之迷團——迷研究的過去、現在與未來〉。《廣告學研究》，30，127-131。
- 吳彥明（2006年7月12日）。〈從「大眾商品的迷」到「政治迷」：初探政治迷的生活實踐與意義〉。「中華傳播學會2006年研討會」。
- 邱雯祺（2009）。《台灣同人文化再現與實踐——以「開拓動漫祭」為案例》。崑山科技大學視覺傳達設計研究所碩士論文，台南縣。
- 柯尹喬（2010）。《台灣偶像劇品牌建構要素之初探性研究——以三立偶像劇為例》。世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士論文，臺北市。
- 范進、楊君游、柯錦華譯（1992）。《國家的神話》。臺北市：桂冠。（原書：Cassirer E. [1946]. New Haven, CT: Yale Univ. Press.）。
- 胡幼慧主編（1996）。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，臺北市：巨流。
- 胡寶林（1986）。《繪畫與視覺想像力》。臺北：遠流。

師範譯(2004)。《實用想像學》。臺北市：文藝生活書房。(原書：Osborn A. F. [1961]. Applied imagination, aco, TX: Success Motivation Institute.)

梁欣如(1993)。《電視新聞神話的解讀》。臺北市：三民。

許綺玲、許薔薔(1999)。《神話——大眾文化詮釋》。上海：人民。

張玉佩(2006)。〈從抗拒到思辨：以鄂蘭哲學探討迷群閱聽人的思辨過程〉。《新聞學研究》，88，1-41。

張玉佩(2004)。〈從媒體影像觀照自己——觀展/表演典範之初探〉。《新聞學研究》，50。

張立嵐(2007)。《扮誰像誰？迷的行為特質、實踐與認同研究——以青少年 cosplay 為例》。交通大學傳播研究所碩士論文，新竹市。

張振鴻(2012)。《濱崎「步」一樣的偶像——日本流行音樂迷群之偶像認同與消費研究》。輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文，新北市。

張淑玲(2009)。《〈西遊記〉與〈哈利波特〉之英雄型塑比較研究》。臺北教育大學語文與創作學系語文教學研究所碩士論文。

張智雅(1999)。《偶像崇拜與青少年認同——以台灣流行音樂歌迷為例》。慈濟大學社會工作研究所碩士論文，花蓮縣。

張瑋初(2007年5月22日)。〈韓國最大社群網站 Cyworld 進入台灣市場的困境〉。【部落格文字資料】。取自 <http://mypaper.pchome.com.tw/het/post/1286856809>，上網日期：2012年4月7日。

張嬿(2007)。〈迷啊，謎！——傳播學研究中的迷理論〉。《新聞記者》，6。

莊樟婷(2010)。《「偶像假結婚」作為理想浪漫婚姻典範？——韓國實境綜藝節目〈我們結婚了〉之台灣女性閱聽人分析》。臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文，臺北市。

陳子軒(2008)。〈公共電視運動轉播與國族認同建構——以公視王建民經驗與 CBC 的《Hockey Night 0in Canada》為例〉。《新聞學研究》，96，213-259。

- 陳向明（2002）。《社會科學質的研究》。臺北市：五南。
- 陳秋雁（2010年8月19日）。〈韓國天團 Super Junior 奎賢出車禍 險赴黃泉 昏迷4天〉。取自 <http://stars.zaobao.com/pages10/superjunior100819.shtml>，上網日期：2012年7月1日。
- 陳梅英譯（1981）。《幻想力和想像力》。顏元叔主編。臺北市：黎明。（原書：R.L. Brett [1969]. Fancy and imagination. London: Methuen.）
- 陳穎（2011年3月12日）。〈SJ 耍帥 連唱3天《SORRY》捲款1億台幣〉。蘋果日報，娛樂 C21 版。
- 陳穎（2011年6月13日）。〈SJ 挾《SORRY, SORRY》紅到歐洲 巴黎吸金4600萬〉，《蘋果日報》，娛樂 C11 版。
- 黃光雄、簡茂發（1991）。《教育研究法》。臺北市：師大書苑。
- 黃佳筠（2010）。《幻想的實現或破滅？少女漫畫迷對漫畫改編偶像劇認同與區辨歷程之研究》。政治大學廣播電視學研究所碩士論文，臺北市。
- 黃美儒（2011）。《置入性行銷尊於觀眾之產品意識、購買欲望及實際購買行動長期影響之研究——以台灣偶像劇「敗犬女王」為例》。雲林科技大學應用外語所碩士論文。
- 黃振家譯（2006）。《大眾媒體研究》。臺北市：學富文化。（原書 Wimmer, R.D. & Dominick J.R. [2000]. Mass Media Research, Singapore: Thomson Learning, Inc.）
- 黃琤琄（2008）。《女性韓劇迷之解讀策略與意義生產研究》。樹德科技大學人類性學研究所碩士論文，高雄縣。
- 黃新生（1992）。《媒介批評—理論與方法》。臺北市：五南。
- 朝戈金等譯（2006）。〈口頭傳承的形式：散體敘事〉，《西方神話學讀本》。桂林：廣西師範大學。（原書 Bascom, William. The Forms of Folklore: Prose Narratives. Alan Dundes eds. Sacred Narrative: Readings in the Theory of Myth）。

- 游美惠（1993）。〈內容分析、文本分析與論述分析在社會研究的應用〉。《調查研究》，8。
- 葉原榮（2010）。《王子的國度：台灣 BL(Boy's Love)漫畫迷的行為特質與愉悅經驗之研究》。臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文，新北市。
- 滕守堯（1987）。《審美心理描述》。李澤厚主編。臺北市：漢京。
- 蔡琰（2000）。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》。臺北市，三民。
- 蔡琰、臧國仁（2008年7月）。《新聞與想像：從解構老人新聞到再省新聞敘事》。「中華傳播學會2008年研討會」，新北市淡水。
- 郭生玉（2001）。《心理與教育研究法》。臺北市：精華。
- 郭家平（2007）。《台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程》。交通大學傳播研究所碩士論文，新竹市。
- 鄭宜熏（2012年1月2日）。〈SJ開唱搶翻天 3萬張票秒殺〉，《自由時報》，D05國際娛樂版。
- 鄭青青（2009）。《台灣同人誌裡的男男性戀情想像——以台灣霹靂布袋戲耽美迷為例》。政治大學傳播學院在職專班碩士論文，臺北市。
- 劉韋伶（2010）。《偶像商品與消費：以台灣傑尼斯迷為例》。元智大學社會暨政策科學研究所碩士論文，桃園縣。
- 劉勇強（1991）。《西遊記概要》。臺北市：文津。
- 鄭嘉揚（2004）。《愛情流行歌曲對歌迷愛情態度之影響關聯——以五月天之愛情歌曲與歌迷為例》。中國文化大學新聞研究所碩士論文，臺北市。
- 盧怡瑟（2011年8月31日）〈Super Junior 圭賢自曝辛酸往事 曾遭利特責難〉。取自 <http://www.koreastardaily.com/tc/news/10726>，上網日期：2012年7月1日。
- 謝豫琦（2006）。《真人實境節目的閱聽人解讀策略——以日本節目《戀愛巴士》的台灣閱聽人為例》。政治大學新聞研究所碩士論文，臺北市。

簡妙如 (1996)。《過度的閱聽人：「迷」之初探》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文，嘉義縣。

簡淳怡 (2009)。《電視新聞神話之敘事分析——以馬英九為例》。政治大學新聞研究所碩士論文，臺北市。

〈縮短與偶像距離 互傳簡訊時代已經來臨〉(2009年6月6日)。取自 http://www.taiwanpage.com.tw/new_coview.cfm?id=2820，上網日期：2012年4月7日。

饒怡雲 (2006)。《融化師奶的北極星——師奶迷戀偶像之消費行為研究：以裴勇俊粉絲為例》。中正大學行銷管理研究所碩士論文，嘉義縣。

胡幼慧主編 (1996)。《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，臺北市：巨流。

Bryman, A. (1994). *Qualitative data analysis for social scientist*. London: Routledge.
de Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, University of California Press.

Couldry, N. (2007). On the set of *The Sopranos*—“inside” a fan’s construction of nearness. In J. Gray, C. Sandvoss & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom—Identities and communities in a mediated world* (pp. 139-148). New York and London : New York University Press.

Fiske, J. (1989). *Understanding popular culture*. London & New York: Routledge.

Grossberg, L. (1992). Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience*(pp.50-65). London: Routledge.

Harrington, C. L. & Bielby, D. D. (2007). Global fandom/global fan studies. In J. Gray, C. Sandvoss & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom—Identities and communities in a mediated world* (pp. 179-197). New York and London: New York University Press.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans & participatory culture*. London & New York: Routledge.

- Jenson, J. (1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. In L. A. Lewis (Eds), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp.9-29). London & New York: Routledge.
- Pearson, R. (2007). Bachies, Bardies, Trekkies, and Sherlockians. In J. Gray, C. Sandvoss & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom—Identities and communities in a mediated world* (pp. 98-109). New York and London: New York University Press.
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction*. (3rd Ed.) London:Sage



【附錄】

【附錄一】SS3 演唱會現場觀賞守則

※ 入場前，工作人員會檢查包包，請各位務必配合，謝謝大家。

★ 請勿攜帶 LED 燈牌類會妨礙演唱會現場演出效果的發光體入場。絕對嚴禁「燈牌」。臺灣的 E.L.F.已擁有很普遍的共識，即拒絕燈牌。三巡若有私自夾帶燈牌進場者，經工作人員發現後，會代為保管燈牌，散場後領回。

★ 請勿攜帶大面積、會妨礙到其他歌迷觀賞演唱會的應援製作物入場。應援製作物的尺寸請勿超過 40cm x 40cm，一般應援毛巾可攜帶入場。演唱會進行中請勿持舉應援物超過個人肩寬與頭頂，以免阻擾後方 E.L.F.視線。若經工作人員發現您的應援物超過規定尺寸、或者高舉不放，會代為保管應援物，散場後領回。

★ 可以攜帶會發亮的物品只有寶藍色手燈或螢光棒。手燈或螢光棒的顏色務必是藍色。如非購買官方生產的手燈、或者是使用第三代的手燈，都請檢查一下顏色是否正常。（※第一代手燈：SM 公司出品的簡易版手燈；第二代手燈：韓站設計的星球版手燈；第三代手燈：25 公分，握柄有星星圖騰的手燈）第三代手燈的假貨非常多，請勿購買來路不明手燈，以免時間久了會變綠。若工作人員發現手燈顏色非藍色，將有權請您關閉該手燈。

★ 手燈或螢光棒的長度請勿超過 25 公分、直徑請勿超過 2 公分。尺寸請參考官方手燈（長：17.2 公分；直徑：1.4 公分）。圓頂不會規定 E.L.F.一定要購買官方手燈，但是要請大家配合手燈的長度與粗細，因為少女時代演唱會有人攜帶 45 公分的手燈，真的有發生飛出去打到人的意外；並且，整個畫面拍起來與官方手燈非常不協調。為了讓「純淨寶藍海」整體一致，所以這次特別規定手燈的長度與直徑，懇請各位配合。（※若攜帶「造型手燈」，如星球版手燈、或者是 E.L.F.自行設計的手燈或燈扇，只要燈管或握柄的部份符合規定，是 OK 的；但整體長度不行超過 25 公分）

★ 嚴禁朝舞台、花道或 Super Junior 成員丟擲任何物品。除了純淨寶藍海，臺北場也要維持最乾淨的舞台。這是我們的驕傲，走到哪都可以大聲說「臺灣場沒有燈牌，也不會有人朝台上丟東西」。將物品丟向舞台是很危險的，除了有可能會砸到成員之外，亦妨礙表演進行。成員謝幕鞠躬時，要讓他們面對的是乾淨沒有垃圾的完美舞台。無論是禮物、布偶、毛巾、橘子、仙貝、花朵、氣球、應援物...任何物品，通通都不行。丟東西上台者，工作人員將請您

立即離場。

★ 演出進行中請勿拍照、錄影、錄音。

請勿攜帶相機、攝影機、DV、錄音機入場，未經圓頂及台北巨蛋同意，禁止拍照、錄影、錄音。若有以上情形發生，工作人員會刪除有關演唱會內容影音資料，並暫時保管器材，於演唱會結束後在入口處領回。

★ 搖滾區的歌迷請勿推擠。

Super Junior 成員會環繞整場演出，搖滾區內的歌迷請勿推擠。即使成員將會與歌迷非常貼近，請勿用力拉扯成員，以免發生危險。若有嚴重推擠，演唱會將會暫時中斷，請大家展現熱情但保持理智。

★ 請勿自行於台北巨蛋內佈掛橫幅。

巨蛋內掛布條視同廣告，必須付費給場館，所以圓頂無法同意掛布條的做法，敬請見諒。

★ 請勿攜帶氣球入場

由於台北小巨蛋位於室內場館，帶著氣球觀賞演唱會容易擋到其他歌迷，也會妨礙工作人員視線，甚至有安全問題，因此不希望歌迷帶氣球進場。(※應援方案除外，此為特殊案例，已事先申請通過)

★ 請勿攜帶食物入場 - 演唱會場內禁止飲食（礦泉水除外）。

★ 搖滾區的整隊時間：

演唱會前 2 小時開始整隊，1 小時前開放進場；整隊時是按「各區號碼」排隊，若整隊時間遲到者，視同放棄自己的入場順序，需按現場工作人員指示，排在該區隊伍最後面入場！

◆ 3/11(五)：PM 5:30 開始整隊，PM 6:30 開放進場。

◆ 3/12(六)：PM 5:00 開始整隊，PM 6:00 開放進場。

◆ 3/13(日)：PM 1:00 開始整隊，PM 2:00 開放進場。

★ 座位區的入場時間：

請於演唱會開演前 1 小時到達並開始入場，以免接近演出時大家擠在入口，等正式開演了還無法入場；若遲到者須按現場工作人員指示方可入場。

◆ 3/11(五)：請於 PM 6:00 開始入場。

◆ 3/12(六)：請於 PM 6:00 開始入場。

◆ 3/13(日)：請於 PM 2:00 開始入場。

※提醒大家一下，可以自備輕便雨具放在包包內，因為搖滾區在室外整隊，怕遇到天空不作美如果下雨時（一定要是好天氣啊），這樣排隊時才不會淋濕，看完演唱會回家，才不會感冒了！



【附錄二】 Super Junior 及子團成員列表

團體	成立時間	成員	備註	
Super Junior (主團) Funky 曲風	2005 年 11 月 6 日於 SBS 《人氣歌謠》 (인기 가요, 台灣譯名: 《韓國人氣歌謠》) 節目出道	利特、希澈、韓庚、藝聲、強仁、神童、銀赫、晟敏、東海、始源、厲旭、起範、圭賢, 共 13 位	加入	退出
			圭賢於 2006 年 5 月加入	韓庚於 2009 年 12 月 21 日開始暫停參與 Super Junior 活動
Super Junior-K.R.Y 抒情 R&B 曲風	2006 年 9 月成立, 2006 年 11 月 5 日於 KBS 《Music Bank》節目出道	藝聲、厲旭、圭賢, 共 3 位	三位皆為 Super Junior 主唱, 團名取自三位團員的名字開頭 (Kyuhyun、Ryeowook、Yesung)	
Super Junior-T 韓國傳統詠諧曲風	2007 年 2 月 25 日於 SBS 《人氣歌謠》節目出道	利特、希澈、強仁、神童、晟敏、銀赫, 共 6 位	Super Junior-“T”為民謠(Trot)之意	
Super Junior-M 主攻華語市場	2008 年 4 月 8 日成立	第一期成員: 韓庚、東海、始源、厲旭、圭賢、周覓、Henry, 共 7 位	Super Junior-“M”表示“Mandarin”, 為打入華語市場, 另外加入兩位非 Super Junior 成員周覓與 Henry; 周覓為中國籍, Henry 為加拿大籍華人。在韓庚離開 Super Junior 後, 晟敏和銀赫以「嘉賓」身分加入 Super Junior-M。	
		第二期成員 (2011 年 2 月 25 日宣布更換): 晟敏、銀赫、東海、始源、厲旭、		

		圭賢、周覓、 Henry，共 8 位	
Super Junior-Happy 歡樂青春現代曲風	2008 年 5 月 30 日正式成立（已 先於 2008 年 5 月 3 日演出 《Power Concert》）	利特、藝聲、強仁、 神童、晟敏、銀赫， 共 6 位	
Super Junior- Donghae & Eunhyuk 復古輕快曲風	2011 年 11 月 19 日於《SUPER JUNIOR The 4th Asia Tour SUPER SHOW 4 In Seoul》首次 演出	東海、銀赫，共 2 位	為限定組合，官方尚未公告是否 確立為子團之一。

【附錄三】 Super Junior 成員入選練習生與培訓時間

入選機制	成員名稱	培訓時間
2000 Starling Casting System	利特 Leeteuk	6 年
2002 Starlight Casting System	希澈 Heechul	3 年
2001 H.O.T in China Casting	韓庚 Hangeng	5 年
2001 1st SM Audition 歌唱賞	藝聲 Yesung	5 年
2002 4th SM Audition 外貌賞	強仁 Kangin	4 年
2005 4th SM Audition 搞笑賞	神童 Shindong	1 年
2001 1st SM Audition 外貌賞	晟敏 Sungmin	5 年
2000 Starling Casting System	銀赫 Enuhyuk	6 年
2001 3rd SM Audition 外貌賞及大賞	東海 Donghae	5 年
2003 Starlight Casting System	始源 Siwon	2 年
2004 3th ChinChin 歌謠節銀獎	厲旭 Ryeowook	4 個月
2002 SM 美洲區 Casting 外貌賞	起範 Kibum	3 年
2005 4th ChinChin 歌謠節銅獎	圭賢 Kyuhyun	5 個月