



香港教育大學

The Education University
of Hong Kong

學士學位論文

民國追星也瘋狂？

——以電影刊物《電聲》為例探究上海早期追星現象

(1932-1941)

作者姓名：陳秭含

指導教師：許國惠博士

課程名稱：中國歷史教育榮譽學士課程（五年全日制）

繳交日期：2021年4月15日

摘要

「追星」是當今社會上熱議的話題之一，在新媒體的推波助瀾下逐漸形成一種全新的文化。回顧民國時期，電影產業的發展及傳媒事業的成熟便早已帶動了一波追星熱潮，席捲上海這座熱鬧繁華的現代摩登都市。二十世紀三十年代，電影行業迎來了短暫的「黃金時代」，無論是電影的放映還是影片的製作都日趨成熟。電影刊物創刊熱亦相繼而來，出現了一批以《電聲》為代表的優秀電影刊物。同時，在電影市場的激烈競爭下，「明星制度」應運而生，培養出一批又一批為銀幕明星所傾倒的影迷，掀起一股追星之風尚。本文將透過「民國第一刊」《電聲》聚焦於上海二十世紀三十年代的追星群體，探究媒體視野下關於追星行為的報道，分析《電聲》在影迷與明星之間發揮的橋樑作用，結合社會學、心理學等多個研究角度重現近百年以前的追星盛況，為今日的娛樂行業的發展提供借鑒與教訓。

關鍵詞：民國時期；《電聲》；影迷；追星現象

Declaration

I, *CHEN Zihan* declare that this research report represents my own work under the supervision of *Dr. HUI Kwok Wai*, and that it has not been submitted previously for examination to any tertiary institution.

Student Name: CHEN Zihan

Date: 15/4/2021

目錄

緒論	1
一、選題緣起及研究意義.....	1
二、文獻回顧.....	1
三、研究方法.....	2
四、文章架構.....	3
正文	3
一、電影刊物《電聲》	3
(一)《電聲》的創辦背景.....	3
(二)《電聲》的內容特色.....	5
二、追星群體	7
(一)追星群體——影迷.....	7
(二)追星群體出現的背景.....	8
1. 上海市民觀影消遣意識的培養.....	8
2. 明星制度的盛行.....	10
三、《電聲》報道的追星現象	12
(一)不同的追星形式.....	12
1. 表達愛意.....	12
2. 「只求一見」.....	13
3. 為偶像發聲.....	15
(二)《電聲》對負面追星現象的披露.....	16
1. 追星現象對行業帶來的弊端.....	16
2. 追星現象對個體帶來的弊端.....	16
四、電聲提供的追星途徑	17
(一)提供明星信息.....	17
(二)表達影迷訴求.....	19
(三)舉辦影迷活動.....	20
結論	21
參考資料	23
一、原始資料.....	23
二、學術論著.....	23
三、學術期刊.....	24
四、學位論文.....	24

緒論

一、選題緣起及研究意義

「追星」一詞起源自 1989 年，用於形容粉絲們一路騎車追隨台灣偶像團體「小虎隊」巡迴演出的瘋狂之舉。隨著娛樂行業不斷壯大，在新媒體的推波助瀾下，「追星熱」引發的潮流逐漸成為人們日常生活中關注及熱議的焦點話題之一。雖然「追星」這一詞彙歷史尚短，但追星的現象卻早已存在。早在民國時期，已有大批的影迷為銀幕上的明星們如癡如醉，神魂顛倒。而在這場追星盛況之中，大眾媒體扮演著不可或缺的角色，搭建起明星與影迷之間溝通的橋樑，為翹首以盼的影迷群體提供資訊、報道新聞，製造影迷與明星之間互動的機會。

作為「民國電影第一刊」的電影刊物《電聲》便在上世紀三十年代發揮著上述作用，在諸多民國刊物中具有一定的代表性。其辦刊時長基本跨越了整個三十年代，憑藉豐富的內容、堅持從影迷利益出發的態度和抓人眼球的報道形式，《電聲》一躍成為當時上海銷量最高的電影專刊，受到大眾的追捧和喜愛，也成為後人研究民國時期電影行業及大眾娛樂的最佳文本之一。翻閱《電聲》，明星魅力四射的姿態、影迷生動鮮活的形象躍然紙上，透過散落在報刊間的痕跡，人們仿佛又穿越回燈紅酒綠的「夜上海」，體驗一番別樣的追星之旅。

本文將聚焦《電聲》中關於追星現象的報道，分析《電聲》為影迷提供的追星途徑，重現三十年代的追星熱潮，探究現象背後的社會因素。在歷史留下的痕跡中找尋當今娛樂行業值得借鑒的地方。

二、文獻回顧

縱觀過往學界研究，針對上世紀三十年代左右電影相關刊物的分析並不少，但其中將焦點放在《電聲》上的文章卻佔比不大。學者皇甫韶華的《〈電聲〉：民國電影第一刊》從該刊物的出版背景、主創陣營及辦刊風格三方面總結其在當時極受歡迎的原因¹。丁姍姍在《〈電聲〉的辦刊理念及電影史意義》中探討《電聲》

¹ 皇甫韶華，《〈電聲〉：民國電影第一刊》，《電影新作》，第 2 期（2007 年 4 月）

的時代意義和對電影史研究發揮的作用，重現當時上海電影業的真實生態²。碩士研究生李勝男的學位論文《〈電聲週刊〉研究》仔細梳理了《電聲》從創辦到停刊長達十年的歷史，詳盡分析了《電聲》的內容及特色³。另一篇來自碩士研究生秦澤芬的學位論文《電影報刊與近代上海社會——以〈電聲〉為中心的考察》則結合近代上海的社會環境，從社會史、文化史的角度討論《電聲》與近代上海的關係⁴。

尚未有學術研究直接將民國時期追星行為作為一個現象專門研究，關於這一現象的敘述，現有文獻多從影迷這一群體展開分析。學者李道新是國內較早探索「影迷」這一研究主題的領軍人物，其發表的文章《影迷在 1931》⁵、《只為明星狂——中國影迷誕生記》⁶著眼於影迷這一特殊群體在中國的誕生及發展之心路歷程。學者侯凱的博士學位論文《上海早期影迷文化史（1897-1937）》從文化史的角度出發，填補了我國早期影迷群體歷史缺失的空白⁷；喻筱程的碩士學位論文《民國時期影迷研究》則更完整更系統地分析民國時期影迷群體的構成及特點⁸。

綜上所述，現有的研究成果已經較為系統地梳理了電影報刊《電聲》整體的發展歷史，也對影迷這一群體在早期上海社會的發展做了深入的研究，但其中未將影迷追捧明星的行為作為一種現象來看待。因此，本人將基於前人一系列的研究，透過《電聲》提供的一手報道展現 20 世紀 30 年代影迷群體的追星現象，為人們研究早期上海電影娛樂行業中這一獨特的社會現象提供新的思路，與此同時，也期望可以為學界填補一小塊研究的空缺之處。

三、研究方法

本文的研究立足於報刊、雜誌等大量的原始文本，可見文獻研究法是本文最主要的研究方法之一，無論是坊間小道的八卦趣聞、還是轟動行業的著名事件，

² 丁珊珊，〈《電聲》的辦刊理念及電影史意義〉

³ 李勝男，〈《電聲週刊》研究〉

⁴ 秦澤芬，〈電影報刊與近代上海社會——以〈電聲〉為中心的考察〉

⁵ 李道新，〈影迷在 1931〉

⁶ 李道新，〈只為明星狂——中國影迷誕生記〉

⁷ 侯凱，〈上海早期影迷文化史（1897-1937）〉

⁸ 喻筱程，〈民國時期影迷研究〉

都是探究追星現象彌足珍貴的一手資料。因此，本文將基於大量的文獻研究材料，在《電聲》長達十年、總計 901 期的報道中爬梳整理，尋找散落在故紙堆中的點滴痕跡，盡可能還原歷史的樣貌。跨學科的研究也是本文著重運用的研究方法之一，要洞察當時的社會因素及影響，就離不開社會學、心理學、傳播學的助力，通過多角度分析社會背景，才能更好地身臨其境，重現這段風光無限的歷史及其背後的酸甜苦辣。

四、文章架構

本論文正文內容共分有四個部分。首先，第一部分追溯電影刊物《電聲》的辦刊背景及其內容特色；第二部分則將焦點放於三十年代的追星群體上，對這一群體作出定義，分析追星現象盛行的背景；第三部分透過《電聲》考察影迷具體的追星行為，分為表達愛意、見面互動及為偶像發聲三種類型一一舉例敘述，並探討《電聲》所揭露的追星弊端；第四部分則舉出《電聲》為影迷提供的追星途徑，可見《電聲》為加強影迷與明星之間的互動所發揮的重要作用。

正文

一、電影刊物《電聲》

《電聲》是二十世紀三十年代上海銷量排名第一的電影刊物，因其發行時間長，影響廣泛，被稱為「民國電影第一刊」。《電聲》不僅發表國內外影片的相關資訊和評價，更刊登大量的明星八卦新聞，追蹤影人動態，是介於嚴肅理論報刊及花邊小報的刊物⁹，因此深受影迷大眾的追捧。

（一）《電聲》的創辦背景

電影報刊之所以如雨後春筍般出現，完全是依託於電影事業在國內、特別是在上海的蓬勃發展。1895 年 12 月，法國盧米埃爾兄弟首次向公眾放映他們製作

⁹ 閻凱蕾，《明星和他的時代》，頁 62

的影片，從此拉開了電影時代的序幕¹⁰。九個月後，一名法國商人將西洋影戲帶到上海「徐園」，展示給當地民眾¹¹。這是國內首次電影放映，也標誌了電影產業在中國發展之濫觴。隨著電影放映業蒸蒸日上，影片的拍攝與製作也在日益進步，自 1905 年中國第一部電影《定軍山》面世至二十年代中期，本土電影公司出品的影片產量已達近百部¹²。當然，在動蕩的年代裏，中國製片業的發展並非一帆風順，期間曾多次因無序的競爭和時局的混亂出現過短暫的沒落，但整體而言發展勢態仍算平穩，並在產業逐漸規範化的過程中走向成熟。1933 年，國內佳片頻出，得到市場的廣泛認可，迎來了「中國電影年」，這也意味著電影業進入繁榮階段¹³。

隨著電影事業「一躍而執娛樂界之牛耳」，「評論家風起雲從，看報紙上琳瑯滿目，無一處不帶點兒電影色彩」¹⁴。專業的電影信息開始出現於如《新聞報》、《申報》等綜合性較強、受眾廣泛的新聞報刊，這些報道主要在傳播電影的相關知識、評價熱映的電影作品等方面發揮作用¹⁵。直到 1921 年 2 月，國內出現了第一本專門的電影刊物——《影戲叢報》。據統計，從該報刊的創辦到 1949 年之間，國內共計出版了約六七百種電影刊物（包括戲劇刊物、戲劇電影綜合刊物、電影副刊、電影專號、電影特刊及年鑒等）¹⁶，其中光 1925 年出版的電影類期刊就高達二十種以上¹⁷。《影戲叢報》之後，又陸續出現了《影戲雜誌》、《晨星》、《電影雜誌》、《電影週刊》等專業的電影報刊，一定程度上擴大了電影在市民中的影響。由此可見，自二十年代開始電影和影刊便開啟了相互帶動的發展模式，電影的浪潮推動影刊的創辦和發行，而在電影刊物的助力下，越來越多的市民走進了電影院。

¹⁰ 鄺蘇元、胡菊彬，《中國無聲電影史》，頁 2

¹¹ 程季華 主編，《中國電影發展史》，頁 8

¹² 沈芸，《中國電影產業史》，頁 36

¹³ 同上註

¹⁴ 瘦菊，〈徵稿小言：年來電影事業〉，《電影雜誌》，1924 年第 1 期卷，頁 1-2

¹⁵ 倪萬，〈從《影戲雜誌》到《晨星》——民國電影期刊的初創與轉型（1921-1922）〉，頁 120

¹⁶ 謝其章，〈被人遺忘的民國電影刊物〉，頁 79

¹⁷ 洪煜，《近代上海小報與市民文化研究（1897-1937）》，頁 388-439

三十年代初，中國影壇開始大規模的「左」轉，左翼電影文化運動風起雲湧，迎來了左翼電影的時代，這樣的繁榮局面雖因 1937 年夏抗日戰爭的爆發而走向沒落，但其影響巨大，為後來的中國電影發展奠定了牢固的基礎，因此被後人評價為中國電影歷史上的第一個黃金時代¹⁸。這段時間內，出現大批左翼電影工作者，很快便「佔領」了上海各大報刊雜誌所開闢的電影副刊¹⁹。左翼進步電影的推動，再加上當時有聲電影的出現，令三十年代中期的影刊發展步入空前的高潮。現代新聞傳播史學家將 1933 年至 1935 年稱作「雜誌年」，因這一期間內也同樣出現了大批的電影雜誌，所以也被稱為「電影雜誌年」²⁰。到了 1935 年底，累計出版發行的電影類期刊已達二百多種²¹。而這其中，便有本文的主角——《電聲》。

三十年代的電影期刊主要分為三類，第一類是「屬於公司當局的」，主要刊登該影片公司或戲院的宣傳策略；第二類則「以讀者的需要而供給報道」，這類刊物一般而言擁有較為公正的立場，旨在揭露每位藝人明星的言行舉止，並無偏袒，除此之外也報道「讀者所需要知道的許多趣味消息」；第三類為「以私人為對象的電影刊物」，如潘有聲為了捧女星胡蝶而創辦的《藝聲》²²。而《電聲》則屬於其中的第二類。

（二）《電聲》的內容特色

《電聲》自創辦到停刊，整整經歷了十年風雨，共計出版 901 期，基本跨越了整個三十年代，是民國期間出版期數最多的電影雜誌，同時也擁有民國影刊最高的銷量²³。其銷量長期保持在 20,000 冊左右，最高曾達到 55,000 冊²⁴，對當時的上海乃至全國影響深遠，直至今天，仍對後人研究三十年代的電影事業、明星產業、影迷活動等具有巨大的歷史價值，是我們不可忽視的重要史料。

1932 年 5 月 1 日，第一份《電聲》在上海問世。最初的《電聲》全名《電聲

¹⁸ 陳浥等著，《中國電影專業史研究：電影表演卷（上）》，頁 27

¹⁹ 鄺蘇元、胡菊彬，《中國無聲電影史》，頁 363

²⁰ 李多鈺主編，《中國電影百年：1905-1976》，頁 101

²¹ 張彩虹，《明星制度與中國電影產業化》，頁 152

²² 劉龍，〈電影刊物的分類〉，《青青電影》，1940 年第 5 卷第 12 期卷，頁 1

²³ 張偉，《都市·電影·傳媒——民國電影筆記》，頁 56

²⁴ 上海檔案館 編《近代城市發展與社會轉型——上海檔案史料研究（第四輯）》，頁 148

日報》，是一份以電影為重點內容的綜合性小報，其中第一、二版發佈影壇資訊，第三版及第四版則分別刊登體育、播音相關的內容²⁵。在影刊百家爭鳴的三十年代，電影報紙雜誌迎來空前的興旺，可與此同時卻也帶來了巨大的競爭與挑戰，許多電影刊物因各種原因「發展不易，一一夭折」²⁶。唯有《電聲日報》脫穎而出，得到大眾的肯定，更受到業界的認可，「促起了全國對電影新聞的重視」，引發各大報紙紛紛效仿，爭相開闢電影副刊²⁷。然而，就在《電聲日報》辦得如日中天的時候，其辦刊主創們卻做出一個大膽的決定——1934年元旦一過，發行至第600期之際的《電聲日報》突然改名《電聲》，變更發行形式，轉日報為週刊²⁸。關於為何改做週刊，《電聲》在第一期便做出解釋：一來「每日出版的電聲日報，篇幅過於狹小了，不能容納多一點較長的稿件」；二來「電影刊物，較為一般日報，時間性究不算最重要，所以每星期出一厚冊，總較之每日出版一張為佳」²⁹。

改版後的《電聲》每週發行一期，採用彩色封面，每本售價五分，內容豐富生動，秉承「供給讀者充分的電影新聞與有趣的消息」這一辦刊宗旨³⁰，吸引來廣泛的讀者。比如其第一期就刊登了「電影皇帝」金焰與著名女星王人美成婚的詳細報道³¹，十分引人矚目。據《電聲》的銷售記錄顯示，其中奪得銷量桂冠的是《阮玲玉哀榮特輯》（第4卷第11期卷），共發行了5萬5千冊，緊接著是發行了4萬冊的《胡蝶潘有聲結婚特輯》（第4卷第48期卷）³²，創下當時其他影刊望塵莫及的佳績。對於那些吸人眼球的影壇動態，《電聲》往往採取追蹤採訪、連續報道的方式，剖析事件的來龍去脈，為讀者呈現詳盡的背景、經過及結果，

²⁵ 丁珊珊，〈《電聲》的辦刊理念及電影史意義〉，頁88

²⁶ 呂正，〈影片公司收買小報之內幕〉，《電聲》，1934年第3卷第19期卷，頁365

²⁷ 呂正，〈影片公司收買小報之內幕〉，《電聲》，1934年第3卷第19期卷，頁365

²⁸ 皇甫韶華，〈《電聲》：民國電影第一刊〉，頁44

²⁹ 編者，〈卷首語〉，《電聲》1934年第3卷第1期卷，頁3

³⁰ 編者，〈卷首語〉，《電聲》1934年第3卷第1期卷，頁3。編者在辦刊宗旨中寫道：「1、供給讀者充分的電影新聞與有趣的消息。2、對於新舊的影片，予以公正的評價，為一般觀眾的參考和指導。」

³¹ 凡，〈暗潮：深夜一時聯華第一廠俱樂部，金焰王人美舉行婚禮，人藝人路錦暉都未出席〉，《電聲》，1934年第3卷第1期卷，頁4-5

³² 皇甫韶華，〈《電聲》：民國電影第一刊〉，頁46

並隨時加以補充、更正，構成完整的專題篇章³³。如《阮玲玉與張達民發生關係之原原本本》一文，就用了兩頁版面的篇幅，以二人勞燕分飛一事為切入點，「談談阮玲玉和張達民發生關係的經過，為了要詳細點，各方面都不得不說」，幫助讀者深入且清晰地了解整件事的「原原本本」³⁴。除了報道中國本土的影壇新聞外，《電聲》也同樣能夠及時地為國內的西片影迷提供好萊塢的實時資訊，滿足不同影迷群體的不同需求。

同時，《電聲》還十分重視讀者的聲音，始終堅持「以讀者的立場為立場，以影迷的利益為前提」³⁵這一準則。自《電聲》週刊發行以來，便在首期刊物上登了一則名為《百言獎金》的通告，鼓勵讀者發表對「影片、明星及一切與電影有關」的意見，並承諾以現金獎勵投稿者³⁶。往後又開闢了《觀眾呼聲》、《影迷信箱》等版塊，增強與讀者的交流，亦為加強影迷和明星之間的互動發揮重要作用。也正是如此，在《電聲》中，我們不僅可以探索那個時代的影壇風雲，更可以了解這樣一群容易被忽視的特殊群體——追星群體。

二、追星群體

（一）追星群體——影迷

今天的我們常有將一位明星的粉絲稱作「某某迷」的習慣，例如李宇春的粉絲被稱為「玉米（「宇迷」諧音）」。然而，這一叫法並不是新世紀的專利，其歷史也可以追溯至三十年代。電影皇后胡蝶的崇拜者曾在雜誌《影戲生活》上刊登一篇名為《蝶迷》的文章，高呼「蝶迷！蝶迷！人道我著迷，稱我胡蝶迷。」³⁷。如前文所述，「追星」一詞產生於二十世紀末，但追星這一介於明星與追星一族之間的互動行為早已建立。由於本文著重研究電影產業孵化出的追星現象，因此，追星群體也便聚焦到「影迷」身上來。值得注意的是，影迷雖然是電影的觀眾，

³³ 張偉，《都市·電影·傳媒——民國電影筆記》，頁 58

³⁴ 陳佩賢，〈阮玲玉與張達民發生關係之原原本本〉，《電聲》，1934 年第 3 卷第 9 期卷，頁 164-165

³⁵ 編者，〈卷首語〉，《電聲》1934 年第 3 卷第 1 期卷，頁 3

³⁶ 編者，〈百言獎金〉，《電聲》，1934 年第 3 卷第 1 期卷，頁 7

³⁷ 文琴，〈蝶迷〉，《影戲生活》，1931 年第 1 卷第 36 期卷，頁 16-17

但電影的觀眾卻不全是影迷。其區別在於，觀眾僅僅只是短暫地享受欣賞電影的樂趣，而影迷則將這一欣賞態度延續至銀幕之外，把情感轉移到影星身上去，是一種「愛看電影，關注影人、鐘情所愛、如醉如癡、迷入其中的特殊電影觀眾」³⁸。

在電影事業蓬勃發展的三十年代，影迷這一群體數量不斷增大，有人戲稱「假使影迷能夠組織起來的話，每個城市中，總可變成一兩軍」³⁹。而影迷中大部分人是「迷於明星」的，他們的愛慕對象並非電影，而是銀幕上的電影演員，一切以明星為本位，除了觀賞明星的戲外，還樂於關注追蹤明星的私生活⁴⁰，與如今的「追星族」十分相似。也有人將這種專注於電影明星的影迷稱為「星迷」，區別於單純熱愛電影藝術本身的「戲迷」⁴¹。但比起那些醉心於影星的狂熱者來說，後者始終佔少數⁴²。而「迷」也因此成了當時一個特定的動詞，專指追星行為，例如《電影週刊》就曾在文章《電影趣味測驗》中提問道：「你有沒有對某某影星產生了『迷』麼？」⁴³，可見影迷迷戀追捧明星在三十年代已不是什麼新鮮事，甚至成為一種較為普遍現象。

（二）追星群體出現的背景

1. 上海市民觀影消遣意識的培養

「夜上海，夜上海，你是個不夜城；華燈起，樂聲響，歌舞升平……」，三十年代女歌星周璇的一曲《夜上海》道盡了上海娛樂生活的繁華景象，也成了老上海都市面貌的代名詞。二十世紀三十年代的上海已經一躍成為資本主義世界的大都市，享有「東方巴黎」、「東方明珠」等美譽。近代城市化進程的大步向前使之與中國傳統社會幾乎完全脫節，逐漸呈現出市民社會的特徵⁴⁴。大都市的種種跡象體現了其相較農村最大的特點：人口密集度高與人口異質度高，這也造成了

³⁸ 姚楠、邱力爭，《電影藝術觀賞指南》，頁 215

³⁹ 君平，〈談影迷〉，《影迷週報》，1934 年第 1 卷第 3 期，頁 50

⁴⁰ 同上註

⁴¹ 同上註

⁴² 吳漢，〈關於影迷〉，《明星（上海 1933）》，1935 年第 1 卷第 5 期，頁 7-8

⁴³ 編者，〈電影趣味測驗〉，《電影週刊》，1940 年第 69 期卷，頁 6

⁴⁴ 徐贛麗，〈建構城市生活：上海近代文明化及其動因〉，頁 57

市民之間出現人際空間距離縮小而心理距離拉大的現象⁴⁵。豐子愷先生曾形容道：「我覺得上海雖熱鬧，實在寂寞」⁴⁶。除了心理上出現莫大的空虛與落寞外，城市生活的快節奏和緊張感也給都市人心理上造成巨大的壓力，需要通過多彩的休閒娛樂生活來放鬆身心、喘一口氣，以此調節忙碌的生活節奏，填補心靈空虛，滿足精神上的需求。

這座城市住滿形形色色的人，「職員」是其中最主要的構成群體，代表了上海的社會中層人群。據統計，直到二十世紀三十年代末，上海共計有 25 萬至 30 萬名職員，算上其家庭成員大約 150 萬以上，佔當時上海總人口數的 40%⁴⁷。因此，洞察上海職員的消遣活動，也能摸索出上海人休閒娛樂喜好的大致輪廓。以收入中等偏低的小學教師⁴⁸為例，觀影、聽戲和遊大眾娛樂場是小學教師群體最普遍的消遣娛樂生活，其中觀影者就佔了 54%⁴⁹，可見看電影成了絕大部分小學教師的首選。除了職員外，根據《上海產業和職工》對上海工人業餘生活的描述，就連工資水平居於最下游的工人也不乏觀影看戲的娛樂開支⁵⁰。可見休閒娛樂已成為當時上海人普遍的消遣意識和消費觀念，觀影也不再是為上層階級壟斷的高奢娛樂活動。

這其中，上海虹口便是上海社會中下層市民觀影最佳去處的不二選擇。虹口有中國最早的電影市場，也是上海影戲院最為集中的地方。因首家電影院「虹口大戲院」的成功，大批商家紛紛前往此地投資搭建影院⁵¹。至 1925 年，全上海共 15 座電影院，虹口便有七家，幾乎佔全市影院的半數⁵²。到了三十年代末，虹口

⁴⁵ 張仲禮 主編，《近代上海城市研究》，頁 1066

⁴⁶ 吳福輝，〈老中國土地上的新興神話——海派小說都市主題研究〉，頁 6

⁴⁷ 徐贛麗，〈建構城市生活：上海近代文明化及其動因〉，頁 57

⁴⁸ 1934 年大夏大學教授陸莊對全市各類型 300 多所小學教師的收入、生活、閒暇娛樂情況進行分卷調查，據統計，調查結果中 66% 的小學教師收入在 60 元以下，在當時的中層社會中較低的工資水平。資料來源：陸莊，《小學教師課餘生活問題》，教育編譯館 1935 年版，頁 41。摘自：忻平，《從上海發現歷史——現代化進程中的上海人及其社會生活（1927-1937）》，頁 321

⁴⁹ 忻平，《從上海發現歷史——現代化進程中的上海人及其社會生活（1927-1937）》，頁 322

⁵⁰ 宋鑽友 等著，《上海工人生活研究（1843-1949）》，頁 89

⁵¹ 虹口區圖書館 編，《虹口記憶——虹口電影史料彙編》，頁 3-4。虹口大戲院初名 Colon Cinematograph，清光緒三十四年（1908 年）由西班牙商人雷瑪斯建成，長期以來被視為上海第一家正式電影院。

⁵² 李天綱，《人文上海——市民的空間》，頁 140

境內電影院已多達三十二間⁵³。由於虹口商家多經營檔次較低的影戲院，票價低廉，適合普通市民的消費水平，也滿足了上海底層群眾的休閒娛樂需求⁵⁴，因而吸引大批市民前往，更成為眾多影迷趨之若鶩的聚集地，以至於當人們提「到虹口去」時，便帶有前去看電影之意⁵⁵。

學者李道新認為，專業影院的陸續創設、中外影片的大量投放以及觀影習慣的逐步確立，是電影作為市民新的娛樂方式、崛起於民國都市之中的重要標誌⁵⁶。隨著觀影消遣意識的日益普遍化、大眾化，共邀看影戲成了新的社交方式⁵⁷，影院則被男男女女視為「交際之場」、「談情之勝地」⁵⁸。如此一來，「『看電影』算是一句摩登的口號。學校中的青年男女固如此，便是老年翁姑也都光顧電影院。」⁵⁹，愈來愈多的市民進入電影院觀看影片，自然培養出一批又一批如癡如醉的影迷。《上海生活》中一篇名為《影星與影迷》的文章將影迷分為兩類，一類是發自內心喜歡和崇拜某某明星，另一類則是「聽說人家說影星成名了，也就跟人崇拜起來」⁶⁰。可見當時追星已成風氣，席捲於整座繁華熱鬧、燈紅酒綠的上海都市之間。

2. 明星制度的盛行

然而，光是把觀影當作日常的消遣娛樂並不能鞏固影迷對銀幕人物近乎縹緲的愛，這份熱情之所以被牢牢拴住，很大程度上拜「明星制度」所賜。民國時期著名導演鄭君里認為當時的追星群體主要產生於「明星制度」的影響之下⁶¹。「明星制度」是一種以明星為中心來保障影片成功營利的製片體系⁶²，通過發揮明星的價值來穩定觀眾的反應⁶³，這樣用明星作為噱頭的影片成品有些類似於我們今

⁵³ 虹口區誌編纂委員會編，《虹口區誌》，頁 1032

⁵⁴ 上海電影史料編輯部 編，《上海電影史料（第五輯）》，頁 100

⁵⁵ 薛理勇，《上海灘地名掌故》，頁 278

⁵⁶ 李道新，《中國電影史研究專題》，頁 24

⁵⁷ 李歐梵，《上海摩登——一種新都市文化在中國（1930-1945）》，頁 153

⁵⁸ 光影，〈社交公開〉，《中國攝影學會畫報》，1928 年第 4 卷第 161 期卷，頁 1

⁵⁹ 王定九，《上海門徑》，頁 14

⁶⁰ 新影，〈影星與影迷〉，《上海生活》1939 年第 3 卷第 7 期卷，頁 89

⁶¹ 鄭君里，〈影迷與「明星制度」〉，《影迷週報》，1934 年，第 1 卷第 1 期卷，頁 17

⁶² 閻凱蕾，〈1930-1933：中國電影明星制度的初步完備〉，頁 119

⁶³ 理查德·戴爾，《明星》，頁 15

天說的「偶像片」。這一制度雖是美國好萊塢的「舶來品」，但在中國二三十年代的風行「倒也不下於好萊塢」⁶⁴。

不僅影片的拍攝以明星為中心，就連電影的宣傳也最大程度利用了明星效應。1926年，國內出現了首部讓主演在放映時登台與觀眾互動的電影——《良心的復活》，這樣成功的宣傳方式也使得其他電影公司紛紛效仿⁶⁵。步入三十年代，越來越系統化、規模化的「明星製造」更是催生了大批為明星狂熱的影迷。正如理查德·戴爾所述：「明星代表著製片廠掌握著的資本的形式」，投資明星亦是一種極為保值的投資⁶⁶。各影片公司準確把握明星的重要性，著力包裝捧紅公司自己的「台柱」——如明星電影公司的胡蝶、聯華影業公司的阮玲玉和金焰、天一影片公司的陳玉梅⁶⁷。影片公司亦善於利用自己的公司專刊，打造影片以外的宣傳途徑。其中造星意識最高、能力最強的當屬聯華影業公司。在《聯華畫報》上可見許多專門報道其旗下明星趣聞軼事的欄目，記錄展現明星的日常生活，通過圖文並茂地描述令明星生動的形象躍然紙上，拉近影迷與明星之間的距離。正是電影公司對明星的精心打造，令那些起初只是對影片產生興趣的觀眾漸漸走上一發不可收拾的「追星」之路，對某某影星產生了「迷」的心理。

不僅是電影公司有目的地打造明星、吸引影迷，傳媒界的大刊小報也隨波逐流而至，學者閻凱蕾認為真正現代意義上的明星誕生於角色形象與媒體形象的共同構建，譬如最早期的緋聞明星楊耐梅、韓雲珍等⁶⁸。媒體順應造星熱潮的發展趨勢，助力明星構建銀幕角色之外的形象，通過一系列的炒作和花邊新聞的填充，變得更加立體豐滿，展現個人魅力，使之影迷面前更加熠熠生輝。除了單方面地傳遞信息外，紙媒也樂於搭建影迷與明星溝通的紐帶，提高影迷群體追星的主動性，也由此形成了三十年代特有的追星現象。

⁶⁴ 編者，〈我們的話：明星制度與影業前途〉，《電聲》，1939年第8卷第28期卷，頁1

⁶⁵ 閻凱蕾，《明星和他的時代：民國電影史新探》，頁53-54

⁶⁶ 理查德·戴爾，《明星》，頁15

⁶⁷ 同上註，頁62

⁶⁸ 閻凱蕾，《明星和他的時代：民國電影史新探》，頁51

三、《電聲》報道的追星現象

報刊雜誌作為三十年代最主要的大眾傳媒，不僅給彼時的影迷提供了便利，也為此時的我們留下了豐富的研究素材，得以更好地探究近百年前的追星現象，回溯當時影迷追星的心路歷程。筆者翻閱《電聲》上與追星相關的報道，將這一現象按影迷不同的追星形式進行分類，第一類是以通信、模仿的方式表達愛意，第二類是直接的見面互動，第三類則是為自己心愛的明星發聲。另外，《電聲》也發揮了媒體的規訓作用，指出追星現象對影業及影迷個人帶來的弊端。

（一）不同的追星形式

1. 表達愛意

在互聯網尚未誕生的二十世紀三十年代，影迷追星斷不如當今這麼方便，時人認為所謂「影迷」的追星行為不過是「把一張女明星的照片放在枕邊，或者從什麼畫片上剪下美人的照片，或是寫封信給女明星」，便已然滿足⁶⁹。在二十世紀三十年代的上海，投函寫信是影迷與明星最為流行且主要的溝通方式，一封封致明星的情書成了影迷傳遞愛意的載體。這些書信有幾封被收錄進《電聲》裏，如胡萍收到的一封情書就被完整地展現出來，以下摘錄其中部分語句：

《胡萍收到的情書》

萍妹，我大過你六年，這樣稱呼你，該不會生氣吧，在我的生活中，只少了一個友愛的姊姊或妹妹，這是我的生平的缺憾……我這樣的寫信給你並不像普通一般「影迷」一樣的向你求愛，因為那是不可能的事，我只是需要你允許我做我的同胞一般友愛的妹妹，我夢想了好久了，這也許是我的變態的意思，我在日常生活中，無論到什麼地方，無論什麼事情，都忘不了你，心裏有所苦痛的時候，想起的除了「萍妹」以外，便什麼人也沒有，我有時也像女人一般的眼淚，為了你完全不知道我，照片你寄給我不寄給我不要緊，我希望你給我一封親筆信，我是一個好青年，假使你高興的話，我可以把我的照片也寄呈給你，看看會不會丟

⁶⁹ 社會，〈胡蝶為什麼會哄動？〉，《電聲》，1937年第6卷第16期卷，頁724

你的臉……⁷⁰

這樣的信件通常不僅只是流露真情，大多數時候還會像上文一樣要求回信或寄簽名照，力爭將單向的追求進一步升華為有來有往的互動。有些影迷也會在求愛不得的時候宣洩一些極端負面的情緒，例如有位男影迷向女星曹娥寄去三十餘封情書，可惜卻從未收到曹娥的回信，後來這位影迷竟威脅道：「如曹小姐再看不起我，我就吃安神藥片自殺了……」⁷¹

除此之外，「模仿」也是當時影迷表達愛意的主要途徑之一。理查德·戴爾認為觀眾與明星的關係可以分作四類，分別是「情感喜好」、「自我認同」、「模仿」及「投射」。其中「模仿」指的是影迷對明星穿著打扮、行為舉止的效法，這種現象在青年追星群體中十分普遍⁷²。醉心於某位明星的影迷會選擇通過模仿其一舉一動來宣示自己的愛意，標榜自己的影迷身份。《電聲》的報道中便描述了一位迷戀女星陳燕燕的影迷，她在日常生活中「竭力摹仿」陳燕燕的妝容，跟著「畫了長長的眉毛，在左腮點上一顆黑痣」，只為讓自己看起來與偶像一樣，以此來彰顯自己「陳燕燕愛慕者」的身份⁷³。

2. 「只求一見」

紙筆的互動總不如見面來得更真切，那些不滿足於書信交流的影迷都渴望能獲得與心愛的明星見面的機會。因此，只要有明星出現的地方，便很容易引起影迷熱烈的響應，造成大規模的圍觀。《電聲》中記錄了幾場影迷將明星團團包圍的盛況：

《星光燦爛西子湖，影迷流汗看明星》

八點鐘剛敲，圖書館門前的台階上就擠滿了許許多多的男女影迷，這當中，想見一見小鳥陳燕燕的人佔了大多數，屬於胡萍的也不少，但還有一班滑稽朋友則熱烈地歡迎著那個飾王先生的湯傑，飾小陳的曹雪松一時擠的擠嚷的嚷把個長

⁷⁰ 影迷，〈胡萍收到的情書〉，《電聲》，1935年第4卷第12期，頁239

⁷¹ 編者，〈一見鍾情，投函求愛，一影迷單戀曹娥趣史〉，《電聲》，1930年第9卷第25期卷，頁796

⁷² 理查德·戴爾，《明星》，頁27

⁷³ 編者，〈長沙名門閨女醉心陳燕燕，單戀金焰〉，《電聲》，1937年第6卷第9期卷，頁439

長的台階堆得找不著一條進出的道兒，雖然氣是那麼熱，可是興致熱烈，始終不減。⁷⁴

有時候，這樣的圍觀現象甚至造成騷亂，比如黎莉莉受暨南大學同學會之邀出演時就被圍得「水洩不通」，「幸虧招待員保駕，竭力維持秩序，才給她突圍而出」⁷⁵。可見當時影迷的反應有多熱烈，甚至到了失控的地步。

因此，並不是每一位明星都能如此氣定神閒、游刃有餘地應付影迷如此熱情的「招待」，在混亂中，衝突難免發生。比如有次一群影迷學生見胡蝶同丈夫潘有聲經過，欲請她賜歌，卻被潘有聲粗暴拒絕，這群大學生一氣之下將潘有聲扣下，直至「道歉謝罪方准放行」，場面極其尷尬。而胡蝶心生怨念，不願配合學生的合照要求，見到鏡頭便「將頭掉免」，並抱怨「你們學生壞極！」，雙方都給彼此留下極差的印象⁷⁶。無獨有偶，女星袁美雲及其同為演員的丈夫王引也遭遇過類似的情況。一日二人在杭州拍攝外景時，當地影迷聞訊而至，請求合影留念，卻被王引以「尤其傲慢不堪」的態度拒絕，引得眾影迷「大罵王引混蛋不止」⁷⁷。

以上圍觀多發生在上海或其周邊城市，可見當地影迷享有得天獨厚的地理優勢，有較多與明星見面的機會。相比而言，其他地區的人想要一睹偶像芳容就不那麼容易了。哈爾濱有一位名為韓志成的房產大亨格外迷戀胡蝶，甚至到了舉動失常的地步。他因見不到胡蝶而發瘋，「不拘粗細物品，一概毀碎，與親朋相見，輒無故怒目相視，對家中獨守空閨之老婆，則置之不顧」，最後這位為胡蝶癡狂的影迷實在按捺不住，籌集了上萬元的旅費奔赴上海，投奔有門路的同鄉，最終得以圓滿一直以來夢寐以求的心願⁷⁸。然而並非所有人都如韓志成這般幸運，比如有位醉心於電影事業、愛慕胡蝶的女學生就吃了閉門羹。她由天津遠道而來，揣著五十大洋抵達上海，卻被胡蝶所在的「明星公司」以「無正式介紹函件，況

⁷⁴ 銀色小記者，〈星光燦爛西子湖，影迷流汗看明星〉，《電聲》，1935年第4卷第21期卷，頁419

⁷⁵ 賡，〈娛樂新聲：露天同樂會黎莉莉大受包圍〉，《電聲》，1934年第3卷第22期卷，頁438

⁷⁶ 大馬祥，〈大學生大發脾氣，九溪橋擋駕問理，胡蝶受包圍潘有聲被扣〉，《電聲》，1937年第6卷第12期卷，頁563

⁷⁷ 陳傑，〈袁美雲在三潭印月，影迷攝影被王引拒絕〉，《電聲》，1937年第6卷第23期卷，頁1001

⁷⁸ 編者，〈影迷患胡蝶病，單戀成疾舉動失常，投奔上海欲晤影后〉，《電聲》，1935年第4卷第13期卷，頁262

胡蝶亦不與相識，難以容留」為由婉拒，追星之夢就此破碎⁷⁹。

3. 為偶像發聲

約翰·菲斯克在《理解大眾文學》中將狂熱愛好者「迷」們定義為「過度的讀者」，認為他們「對文本的投入是主動的、狂熱的、參與式的」⁸⁰。無論是在紙媒當道的三十年代還是在新媒體主導的今天，粉絲為偶像付出和貢獻時都帶著強烈的主動性與積極性，甚至富有責無旁貸的責任感，也就是我們現在常說的「為愛發電」。當看到自己心愛的偶像遭受他人的無端攻擊和污衊時，影迷會站出來替明星打抱不平。譬如有位影迷便認為眾人對女星陳燕燕的負面評價有失偏頗，為此專門致信電聲，替陳燕燕發聲：

陳燕燕並不搭架子

編輯先生大鑒：

弟觀貴刊「影迷信箱」欄常載有讀者對陳燕燕女士有所不滿之申言：或斥其「架子太大」或罵其「看不起學生」之類……此等實屬偏見，大非公眾所以為然也。弟雖與彼無關，然亦影迷之一，現因與數友共感不然故特借貴刊篇幅代抱不平一聲：陳燕燕實乃好人耳，蓋余儕數友皆嘗向彼索照而均得如願以償不搭架子不被冷視，茲謹具數言，請為刊出，務請勿負弟望是所至盼。專此

並祝

暑安

汕頭曾克謹上⁸¹

除了澄清這些抹黑偶像的流言蜚語外，粉絲也十分在意自己心上人在影壇的地位和前途，並通過向報刊投稿的方式加以維護。比如有影迷就為偶像在影片中的番位排名順序大為不滿，在他看來，男星金焰是當時影壇「極有名望的小生」，其公司「聯華」中也只有阮玲玉比得過他。而如今金焰在影片《黃金時代》裏的排名位次卻居於女星殷明珠之下，實在讓這位愛慕金焰的影迷難以接受。該影迷

⁷⁹ 聞得，〈女學生投奔胡蝶〉，《電聲》，1934年第3卷第23期卷，頁449

⁸⁰ 約克·費斯克，《理解大眾文化》，頁173-174

⁸¹ 曾克，〈讀者呼聲：陳燕燕並不搭架子〉，《電聲》，1935年第4卷第36期卷，頁747

認為，名次的高低取決於影星的戲份及知名度，《黃金時代》劇組之所以做出如此安排，完全是因為殷明珠系本片導演但杜宇的妻子。因此，他決定將此事刊登上報，抱怨這般不公正的排名現象，為金焰鳴不平⁸²。有影迷十分擔心偶像前途受阻，專門去信《電聲》發表見解。這位影迷認為自己鐘愛的演員高占非自從由聯華公司跳槽到明星公司後，便被「庸俗的導演」抹殺，導致「他的真才就此埋沉下去了」，站在影迷的角度，他希望高占非重回聯華，才能保住前途以及觀眾的愛戴⁸³。從以上這些誠懇的言語中，影迷對明星的熱愛可見一斑。

（二）《電聲》對負面追星現象的披露

1. 追星現象對行業帶來的弊端

《電聲》在報道影迷追星現象的同時，也揭露了追星的行為對影業發展造成的負面影響。正如前文所述，導演鄭君里將「影迷」視為「明星制度」的支持者，認為影迷不自覺地忽略了對電影文化內涵的追求，而被明星個體的價值蒙蔽了雙眼⁸⁴。《電聲》在《我們的話》專欄以胡蝶舉例加以解釋「明星制度」帶來的危害：影迷因迷信胡蝶，於是只要有胡蝶出演的影片，便非看不可，不論其內容如何，認為胡蝶拍的戲一定是好戲，於是「製片家也只好胡他們的調，迎他們的好」⁸⁵，以影迷的喜好作為拍片的宗旨。如此一來，「對於影業的發展前途，是沒有好處的」⁸⁶。雖然《電聲》這番言論的主要聲討對象是各製片公司，但同時也從側面提醒影迷不可沉溺於「盲目的偶像崇拜」，而應該多從電影事業發展的角度考慮，支持本身具有價值和意義的電影。

2. 追星現象對個體帶來的弊端

社會對追星群體往往持消極態度，將其視為文化工業下的「犧牲品」和「受害者」，認為這一群體對偶像的迷戀存在病態、盲目、喪失理性等負面問題。而

⁸² 徐茂生，〈觀眾呼聲：為金焰不平〉，《電聲》，1934年第3卷第32期卷，頁634

⁸³ 周紫薇，〈讀者呼聲：一個熱心的影迷發表意見：高占非應仍返聯華〉，《電聲》，1936年第5卷第9期卷，頁217

⁸⁴ 鄭君里，〈影迷與「明星制度」〉，《影迷週報》，1934年第1卷第1期卷，頁17

⁸⁵ 編者，〈我們的話：明星制度與排名問題〉，《電聲》1935年第4卷第16期卷，頁315

⁸⁶ 編者，〈我們的話：明星制度與影業前途〉，《電聲》，1939年第8卷第28期卷，頁1

公眾之所以對其產生如此不良的印象，主要有賴於媒介的傳播和塑造⁸⁷。在三十年代的報刊雜誌中，紙媒對影迷的負面書寫相當常見，其中最典型的是《青青電影》，該報開闢《影迷的白癡》一欄，專門曝光影迷的「白癡」言語，為的是給影迷「來一個無情的暴露，多少可以使一般影迷有所覺醒吧？」⁸⁸。《電聲》不像《青青電影》這般直接出言嘲諷，但從某些報道的字裏行間也可察覺出編者對影迷舉止的反對，譬如將圍堵明星的影迷形容為「土匪」，把圍觀的場景比作「群眾暴動」⁸⁹，或是披露影迷「瘋狂神迷」⁹⁰、「單戀成疾」⁹¹的信件。而對於那些因崇拜明星、嚮往影壇生活而試圖從事演藝事業的影迷，《電聲》更是毫不客氣地擊碎他們的夢想，告誡影迷「電影界內黑幕重重，至易失足」⁹²，如此盲目之舉會導致自己「有錢者喪財，無錢者失身敗名」⁹³、「傾家蕩產」⁹⁴，予以嚴厲的勸阻。

四、電聲提供的追星途徑

除了刊登與明星相關的影視資訊、花邊新聞及小道消息以滿足影迷一探偶像究竟的需求外，《電聲》還直接為影迷開闢可靠的追星途徑，供影迷更進一步接觸自己喜歡的明星。

（一）提供明星信息

《電聲》在刊內開設有《影迷信箱》的專欄，筆者在翻閱往期《電聲》時，發現《影迷信箱》專欄共出現 28 次，分別分佈於 1935 年、1936 年及 1938 年。對於影迷提出的問題，編者都細心耐心悉數作答，盡可能為影迷提供詳盡且準確

⁸⁷ 蔡騏，《大眾傳播中的粉絲現象研究》，頁 223

⁸⁸ 編者，〈影迷的白癡：陳玉梅女士收到的幾封信〉，《青青電影》，1934 年第 4 期卷，頁 2

⁸⁹ 泥人，〈王人美黎莉莉陳燕燕無錫被包圍，好容易殺出血路，一個個香汗淫淫〉，《電聲》，1934 年第 3 卷第 43 期卷，頁 846

⁹⁰ 編者，〈一見鍾情，投函求愛，一影迷單戀曹娥趣史〉，《電聲》，1930 年第 9 卷第 25 期卷，頁 796

⁹¹ 編者，〈影迷患胡蝶病，單戀成疾舉動失常，投奔上海欲晤影后〉，《電聲》，1935 年第 4 卷第 13 期卷，頁 262

⁹² 編者，〈影迷信箱：我要上銀幕〉，《電聲》，1938 年第 7 卷第 48 期卷，頁 967

⁹³ 編者，〈我們的話：影迷的前車〉，《電聲》，1936 年第 5 卷第 22 期卷，頁 523

⁹⁴ 編者，〈我們的話：明星迷的教訓〉，《電聲》，1935 年第 4 卷第 32 期卷，頁 655

的資訊和信息。

其中影迷來函大多都詢問了明星的通訊地址，以確保自己的信準確無誤地送到偶像手中。

《問王人美等地址》

執事先生：

請問(一)王人美女士現在是不是任何影業公司都不屬於？請將其住址告我。

(二) 談瑛女士現在屬於何影業公司之下？請將其住址告我。(三) 胡珊女士現在在何處請將其住址告我。謝謝！

北平東城遂安伯胡同袁茜君啓

袁茜君：

王人美現為聯華電通兩公司演員，住延平路延平村三十五號。談瑛隸電通，住西門方浜路榮華里九號。胡珊結婚後地址不詳。⁹⁵

為了影迷可以順利得到心上人的親筆簽名照，《電聲》連連支招，比如指點影迷寫信字跡要端正，切不可透露自己同時崇拜其他明星的事，因為這樣寫可能會惹得明星不快⁹⁶。而且寄信時必須將足夠的郵票隨信一同寄去，「不要令對方摸出肉裏錢」⁹⁷。如果索取簽名照的對象是好萊塢明星的話，則應當附足照片印刷費美金二角五分及郵費美金五分，由於不可以將錢放在信封裏郵寄，因此編者的建議是影迷向該名演員的公司匯款一美元，並同時索要多名演員的簽名照，一舉多得，不會有任何虧損⁹⁸。

除了在寄信上提供諸多幫助外，《電聲》也透過《影迷信箱》為影迷答疑。比如有影迷在其他影刊讀到女星陳燕燕已誕有一子的新聞，便急忙致函向《電聲》求證，電聲的編者否定了這一消息，但也告知該影迷陳燕燕在近期很快就要結婚的事⁹⁹；有的影迷列出許多明星的姓名，希望得知這些人籍貫何在，也得到了詳

⁹⁵ 編者，〈影迷信箱：問王人美等地址〉，《電聲》，1935年第4卷第29期卷，頁604

⁹⁶ 如流，〈影迷須知：明星照片索取法〉，《電聲》，1935年，第4卷第26期卷，頁523

⁹⁷ 同上註

⁹⁸ 編者，〈怎索取好萊塢明星照片〉，《電聲》，1935年第4卷第34期卷，頁701

⁹⁹ 編者，〈影迷信箱：陳燕燕已作母親？〉，《電聲》1935年，第4卷第35期卷，頁720

細的答覆¹⁰⁰；有的影迷則一口氣問了六個問題，均是圍繞自己關注的影星展開的¹⁰¹。影迷與刊物編者這樣一問一答的模式，其實與我們今日使用搜索引擎查找明星資訊的方式大同小異。可見，在沒有互聯網的三十年代，即使查詢的過程繁瑣，但只要有心去找，總能透過某種途徑尋得答案。電聲開闢如此專欄，便為影迷解決心中困惑提供較大的便利。

（二）表達影迷訴求

作為「一般影迷的喉舌」¹⁰²，《電聲》也為影迷提供了表達訴求的平台，開闢了《觀眾呼聲》、《讀者呼聲》專欄，「專供愛讀本刊之電影觀眾自由發表意見¹⁰³」，這其中雖大部分來自嗜影之人的批評，但也有影迷們追星不成的抱怨和對具體某位明星的控訴，例如：

《寄去照片要求簽名，一個多月不見回答》

編者先生：

我是一個影迷，因之也是一個「電聲」迷，在閃耀群星中，最令我崇拜的是陳燕燕。一天下午，我從金城看完她主演的片後，行經了新新公司那兒擺著她的倩影，我為了崇拜她的緣故，便將那照片買了。回校後下來。寫了一封簡單的信，連同該照片，並附郵票二分，寄到聯華轉伊，懇求簽一個名，寄回於我，可是這事恰像石投大海般的一天兩天……一月，——還不見一點回音，真令我失望了。我不解這樣舉手之勞的事，既無損於她的時間和經濟，更無礙於伊的芳譽，為何她不能做呢？說伊的架子真大嗎？為何在銀幕上是那麼的和藹慈善，說伊的架子不大嗎？為何沒一點回音，而致人難堪，是綠衣使的不盡職罷？抑是伊的架子真是大，希望伊有以覆我，請先生許我將貴刊地位吶喊一聲罷！有勞了！謝謝

此請 撰安

電聲讀者文萍上於暨大

¹⁰⁰ 編者，〈影迷信箱：影人籍貫〉，《電聲》，1938年第7卷第42期卷，頁832

¹⁰¹ 編者，〈影迷信箱：徐來得丈夫等八篇〉，《電聲》，1935年第4卷第44期卷，頁940

¹⁰² 寄病，〈影迷信箱：連去三封信，袁美雲到底怎樣〉，《電聲》，1935年第4卷第30期卷，頁624

¹⁰³ 編者，〈觀眾呼聲〉，《電聲》，1934年第3卷第11期卷，頁214

這樣對明星擺架子深惡痛疾的例子並不少，多數都與寄信不回有關，更有影迷連寄三封信後都音訊全無，憤而投稿於《電聲》，逼迫當事影星出面回應¹⁰⁴。除此之外，影迷也會提出對明星的質疑，比如有位金焰和王人美的粉絲就不滿二人結婚後鮮少出現的怠工狀態，由此向《電聲》投了一篇名為《結婚結壞了？》的短文，以此表達了自己站在影迷角度希望二人盡快恢復拍攝的訴求¹⁰⁵。

（三）舉辦影迷活動

為了加強和影迷之間的互動，《電聲》推出了明星選舉活動，邀請各影迷踴躍參與，為自己崇拜的偶像投出寶貴的一票，以示自己對他們的支持。這種行為有些類似於今日的明星年度排行榜投票活動，也是粉絲追星中表達愛意極為重要的一環。

其實《電聲》舉辦的明星選舉並非國內首創，早在二十年代中期，上海便輪番舉辦「電影女明星選舉」的活動¹⁰⁶。而直到二十年代末，這樣的評選活動開始現於國內報端。1929年，《影報畫刊》發起了「聯業電影明星選舉會」，引導大家將刊物上印的「明星選舉票」剪下來填寫投票¹⁰⁷。其後許多報刊雜誌為了自己的人氣和銷量，都紛紛舉辦各類明星評選活動。

《電聲》共舉辦過兩場明星選舉活動，第一次選舉舉辦於1932年至1933年間，歷時三個月。該次選舉規模巨大，其中榮登「中國十大男女明星」榜首的是女星胡蝶，共計得票13582張，而奪下「外國男女十大明星」桂冠的則是好萊塢著名演員珍妮蓋諾，票數為14916票¹⁰⁸。1934年4月，《電聲》舉辦了第二次影星選舉。這次選舉只針對於國內影星展開，在形式上增添了新意，讓參與的讀者挑選出十個「之最」：（一）我最愛慕的男女明星；（二）最美麗的女明星；（三）我最不喜歡的明星；（四）最漂亮的男明星；（五）表演最佳的明星；（六）最可愛的女明星；（七）最強壯的男明星；（八）最有希望的演員；（九）我最願和他做

¹⁰⁴ 寄病，〈影迷信箱：連去三封信，袁美雲到底怎樣〉，《電聲》，1935年第4卷第30期卷，頁624

¹⁰⁵ 彭興韶，〈觀眾呼聲：結婚結壞了？〉，《電聲》，1934年第3卷第17期卷，頁334

¹⁰⁶ 閻凱蕾，《明星和他的時代：民國電影史新探》，頁52

¹⁰⁷ 漪蹉，〈最近影場消息：聯業電影明星選舉會自十月一日舉行〉，1929年第1卷第4期卷，頁27-29

¹⁰⁸ 編者，〈電影中興大事紀（五）〉，《電聲》，1934年第3卷第26期卷，頁515

朋友的男女明星；(十)最健美的女明星。¹⁰⁹這樣的分類令人耳目一新，吸引來不少參與者，為影迷提供更多表達愛意的機會。

結論

回顧三十年代影迷追星的盛況，我們不難從中發現其與當今時代追星熱潮的相似之處，儘管互聯網時代和新媒體時代不斷豐富著追星的形式，但追星現象的內核與本質卻有著一脈相承的共性，三十年代影迷在追星道路上收穫的喜悅、揮灑的熱淚與汗水，以及他們的酸甜苦辣、喜怒哀樂，即便相隔近百年卻依舊能感同身受，深有體會。而這些曾經活躍於上世紀上海都市間的鮮活形象，也多虧有新聞報道、回憶筆記等文字記錄才得以保留。透過這些珍貴的歷史資料，我們雖難以一探民國追星生態之究竟，還原影迷追星百態之全貌，但仍能從中摸索影迷基本的追星模式，並考察分析以《電聲》為代表的電影報刊在其中發揮的作用。綜上可見，追星群體在都市中「異軍突起」，離不開電影等娛樂行業的發展、大眾傳媒的助力、都市人心理因素的影響以及明星制度的成熟。了解追星現象背後的成因，也有助於我們拉近時間、空間的距離，更進一步體會追星群體的心路歷程。

追星是一把雙刃劍，具有兩面性，過了度的追星往往會造成不堪設想的後果。比如部分影迷為追星荒廢事業學業、自毀前途，或是聚眾追星導致公共秩序混亂、引發社會問題等。除了上述個別極端事例給個體或社會造成的不良影響外，縱觀整個電影產業，因明星制度的盛行導致電影市場畸形競爭、劣幣驅逐良幣的現象亦比比皆是。面對此情此景，三十年代的大眾傳媒發揮了極其重要的規訓作用，部分電影報刊自覺肩負引導大眾的社會責任，通過點評惡劣的追星現象來告誡影迷過分沉迷追星的危害，雖無法杜絕此類負面問題，但至少能為時人敲響警鐘，

¹⁰⁹ 編者，〈本刊中國明星選舉揭曉〉，《電聲》，1934年3卷第12期卷，頁231

也為今天的我們戒除社會上的追星惡習、規範電影市場提供借鑒與教訓。

遺憾的是，因篇幅有限，本文僅將視線主要集中在上海都市，未能進一步考察對比不同地區追星群體之間的異同，也未能放眼更多的歷史材料，只局限於從一本影刊提取信息，這樣一來難以從多個角度更為全面地再現三十年代的追星現象，這便是本文的一大不足之處。

參考資料

一、原始資料

《電聲》、《電影雜誌》、《電影週報》、《明星》、《青青電影》、《申報》、《影戲生活》、《影迷週報》

王定九，《上海門徑》，上海：上海中央書店，1935

二、學術論著

蔡騏，《大眾傳播中的粉絲現象研究》，北京：新華出版社，2014

陳浥等著，《中國電影專業史研究：電影表演卷（上）》，北京：中國電影出版社，2006

程季華 主編，《中國電影發展史》，北京：中國電影出版社，1980

高福進，《「洋娛樂」的流入——近代上海的文化娛樂業》，上海：上海人民出版社，2003

虹口區圖書館 編，《虹口記憶——虹口電影史料彙編》，上海：上海科學技術文獻出版社，2017

虹口區誌編纂委員會 編，《虹口區誌》，上海：上海社會科學院出版社，1999

洪煜，《近代上海小報與市民文化研究（1897-1937）》，上海：上海世紀出版集團，2007

姜虹，《社會變遷與近代上海文化產業化發展（1840-1949）》，上海：上海財經大學出版社，2018

鄺蘇元、胡菊彬，《中國無聲電影史》，北京：中國電影出版社，1996

理查德·戴爾，《明星》，北京：北京大學出版社（嚴敏 譯），2010

李道新，《中國電影史研究專題》，北京：北京大學出版社，2006

李多鈺主編，《中國電影百年：1905-1976》，北京：中國廣播電視出版社，2005

李歐梵，《上海摩登：一種新都市文化在中國（1930-1945）》（毛尖 譯），杭州：浙江大學出版社，2017

李天綱，《人文上海：市民的空間》，上海：上海教育出版社，2004

上海檔案館 編，《近代城市發展與社會轉型——上海檔案史料研究（第四輯）》，上海：上海三聯書店，2008 年

上海電影史料編輯部 編，《上海電影史料（第五輯）》，上海：上海市電影局史誌辦公室，1994

上海通社編，《上海研究資料續集》，上海：上海書店出版社，1984

沈芸，《中國電影產業史》，北京：中國電影出版社，2005

宋鑽友 等著，《上海工人生活研究（1843-1949）》，上海：上海辭書出版社，2011

忻平，《從上海發現歷史——現代化進程中的上海人及其社會生活（1927-1937）》，上海：上海人民出版社，1996

薛理勇，《上海灘地名掌故》，上海：同濟大學出版社，1994

閔凱蕾，《明星和他的時代：民國電影史新探》，北京：北京大學出版社，2010

楊朕宇，《《新聞報》廣告與近代上海休閒生活（1927-1937）》，上海：復旦大學出版社，2011

姚楠、邱力爭，《電影藝術觀賞指南》，開封：河南大學出版社，1992
約克·費斯克，《理解大眾文化》，北京：中央編譯出版社（王曉珏、宋偉傑 譯），
2001
張彩虹，《明星制度與中國電影產業化》，北京：中國廣播影視出版社，2017
張偉，《都市·電影·傳媒——民國電影筆記》，上海：同濟大學出版社，2010
張仲禮，《近代上海城市研究》，上海：上海人民出版社，1990

三、學術期刊

丁珊珊，〈《電聲》的辦刊理念及電影史意義〉，《文藝研究》第 11 期（2010 年 11 月）
皇甫韶華，〈《電聲》：民國電影第一刊〉，《電影新作》，第 2 期（2007 年 4 月）
李道新，〈影迷在 1931〉，《當代電視》第 7 期（2000 年 4 月）
李道新，〈只為明星狂——中國影迷誕生記〉，《南方週末》（2005 年 5 月 5 日）
倪萬，〈從《影戲雜誌》到《晨星》——民國電影期刊的初創與轉型（1921-1922）〉，《編輯之友》，第 11 期（2010 年）
閔凱蕾，〈1930-1933：中國電影明星制度的初步完備〉，《電影藝術》（2009 年第 6 期）
吳福輝，〈老中國土地上的新興神話——海派小說都市主題研究〉，《文學評論》（1994 年 1 月第 1 期）
徐贛麗，〈建構城市生活：上海近代文明化及其動因〉，《民俗研究》（2020 年第 5 期）
謝其章，〈被人遺忘的民國電影刊物〉，《書屋》，2006 年第 4 期

四、學位論文

侯凱，《上海早期影迷文化史（1897-1937）》，上海大學博士學位論文（2015 年 4 月）
李勝男，〈《電聲週刊》研究〉，吉林大學碩士學位論文（2009 年 4 月）
秦澤芬，《電影報刊與近代上海社會——以〈電聲〉為中心的考察》，上海師範大學碩士學位論文（2014 年 4 月）
喻筱程，《民國時期影迷研究》，貴州師範大學碩士學位論文（2019 年 6 月）