

國立臺灣師範大學國際與社會科學學院

大眾傳播研究所

碩士論文

Graduate Institute of Mass Communication

College of International Studies and Social Sciences

National Taiwan Normal University

Master's Thesis

腐化無罪、BL 萬歲！

泰國 BL 劇與跨國華人觀眾之研究

A Study of Thailand's Boys Love Drama and

Its Transnational Chinese Audience

林正輝

KONGKIAT LIMPONGSATORN

指導教授 Advisor：蔡如音 博士 Ph.D.

中華民國 109 年 2 月

February 2020

## 摘要

泰國 BL 劇近年來開始大量的出現在電視上。除了泰國觀眾以外，同時也吸引了泰國境外的觀眾，其中多數為中國與台灣的華人觀眾。無論這些觀眾通過官方或者非官方的管道接觸泰國 BL 劇，泰國媒體以及製作團隊也都已經注意到此現象。以往的 BL 閱聽人研究主要的研究對象大多為二次元的 BL 閱聽人，針對三次元的 BL 閱聽人，如 BL 劇的相關研究十分稀少，且其論述並不完善。而本研究將從跨國面向討論 BL 閱聽人，探究三次元的 BL 迷文化，並以泰國 BL 電視劇為主，彌補 BL 閱聽人研究的缺口。為了能深入了解泰國 BL 劇的跨國華人觀眾，本研究也將以深度、非結構化訪談模式與 14 位居住在中國、台灣、或是泰國的華人觀眾對話。本研究主要探討兩種經驗的面向，分別是作為泰國 BL 劇的閱聽人，以及作為泰國 BL 劇演員的粉絲。在閱聽人的面向，本研究試圖探討泰國 BL 劇的跨國華人觀眾的群體特質、泰國 BL 劇的跨國傳播與流通、泰國 BL 劇給華人觀眾提供的愉悅感以及其背後意義。而粉絲面向則意圖探究華人觀眾的追星作為與意義，以及對泰國 BL 劇演員的情慾想像。研究發現，固定持續收看泰國 BL 劇的華人觀眾不一定皆為腐女，可按照該邏輯以此類推，正意味著無論何種背景的觀眾皆具備「腐」的潛力。另外，無論是泰國 BL 劇或演員活動訊息，因科技的介入，中國字幕組或粉絲後援會能夠在限制的環境中通過各式各樣的管道給華人觀眾提供資源。可見，在此種趨勢下，泰國 BL 劇得以在受限的環境中跨國傳播與流通，非營利目的的粉絲勞動作為十分關鍵的幕後推動者。不寧唯是，無論是閱聽人或者粉絲的面向，對華人觀眾而言，其愉悅感來源僅圍繞著真人演員。而泰國的娛樂產業模式和文化習俗等元素促使好追星環境的形成，有助於跨國華人觀眾接觸作為快樂源泉的泰國明星。

關鍵字：泰國 BL 劇、華人觀眾、腐女、跨國追星

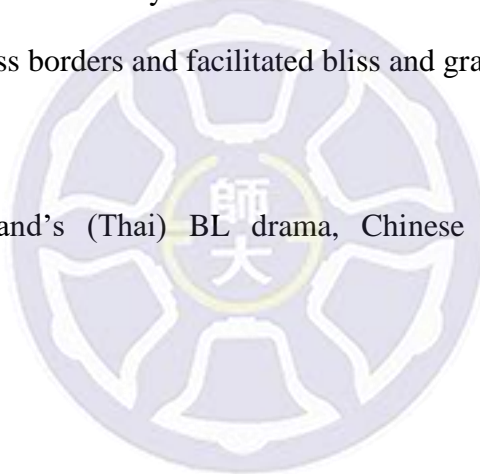
## Abstract

In recent years, a large number of Thai BL (Boys love) drama have been broadcast on television. In addition to luring the Thai audience, they also fascinate many Chinese-speaking audiences in Taiwan and China. Whether these transnational Chinese audiences find Thailand's BL dramas through official or unofficial channels, Thai media and production teams have also noticed this phenomenon. In the past, the research object of BL audiences was mostly two-dimensional BL audiences (namely, manga, anime, or fictional character fans), the research on three-dimensional BL audiences, such as BL drama is very rare, and its discussion is not enough. So this study will consider BL audiences from a transnational perspective, explore the three-dimensional BL fan culture, and make up for the gap in BL audiences research by focusing on Thailand's BL drama.

In order to have a deeper understanding of Thailand's BL drama and its transnational Chinese audience, this study conducted in-depth interviews with 14 Thai BL drama veteran viewers. As for the analysis and processing work is divided into transnational Chinese audiences as audience of Thailand's BL drama and fans of Thailand's BL drama actors. This study explores (1) the group characteristics of transnational Chinese audience, (2) the transnational propagation and circulation of Thailand's BL drama, (3) the sense of pleasure provided by Thailand's BL drama to Chinese audience and the meaning behind it, (4) the cultural actions of Chinese audience and its significance, and (5) the Chinese audience's sexual imagination of Thailand's BL drama actors.

After analyzing the interview data, it is found that the Chinese audience who constantly watch Thailand's BL drama are not only *funu* (the Chinese equivalent of *fujoshi*, a Japanese term meaning females who enjoy BL texts). It seemed that anyone could be a *funu*. In addition, whether it is Thailand's BL drama or actors' activities information, due to the intervention of Internet and social media technology, Chinese subtitle groups and fan associations can provide resources to Chinese audiences through various channels in a restrictive environment. It can be seen that under this phenomenon, fan labor is a key driving force. Moreover, for Chinese audiences, the source of their pleasure originates from the Thai BL drama actors. The particular fan-star interactions from the Thai entertainment industry and culture have motivated transnational Chinese audiences to move across borders and facilitated bliss and gratification.

*Keywords:* Thailand's (Thai) BL drama, Chinese audience, fūnǚ/Fujoshi, Transnational fan



# 論文目錄

## 第一章 緒論

第一節、研究背景	1
第二節、研究動機	17

## 第二章 文獻探討

第一節、BL 閱聽人相關研究	20
第二節、泰國 BL 劇的跨國傳播與科技中介	27
第三節、流行文化與跨國粉絲	33
一、哈日現象	33
二、哈韓現象	37
第四節、研究問題	43

## 第三章 研究方法

第一節、研究者位置	44
第二節、研究方法與執行	48
一、深度訪談法 (In-Depth Interview)	48
二、研究主體與訪談操作	49
三、受訪者概述	53

## 第四章 閱聽人視角：泰國 BL 劇觀看經驗與跨國流通

第一節、泰國 BL 劇的跨國華人觀眾是誰？	60
一、BL 背景	60
二、哈泰傾向背景	63
第二節、中國字幕組與泰國 BL 劇的跨國傳播	65
一、夾縫裡求生存的中國字幕組	65
二、中國字幕組正規化過程	69
三、中國字幕組之翻譯決定權	71
第三節、跨國華人觀眾的愉悅感	77
一、BL 劇情設定之互動	79
(一)「不帶頭腦」觀看「泰式」風格	80
二、BL 文本之外的互動	85
(一) 真人文本展演	85
(二) 私下的真實關係	87
三、逃脫想像的真人化	91
第四節、泰國 BL 劇的觀看意義	96
一、嚮往的純粹關係 (Pure Relationship)	96
二、呼籲男同性戀愛平權	99

## 第五章 粉絲視角：追星應援的跨國實踐與情慾想像

第一節、追星資訊管道	101
------------	-----

第二節、追星作為	105
一、有計劃追星	106
二、無計劃追星	109
第三節、追星意義	117
一、證明值得付出	117
二、鞏固喜愛演員相關回憶	119
三、逃脫日常生活壓力	120
第四節、追星者的情慾想像	122
一、「CP粉」與「唯粉」	123
二、「女友粉」與「媽媽或姐姐粉」	124
<b>第六章 結論</b>	
一、人人皆為腐	131
二、非營利目的的粉絲勞動作為泰國 BL 劇跨國流通之幕後推手	132
三、真人演員作為快樂源泉	133
四、泰國好追星	135
<b>參考文獻</b>	137
<b>附錄</b>	150



## 表目錄

表一：August 樂隊台灣演唱會	7
表二：August 樂隊中國演唱會	8
表三：受訪者一覽表	52
表四：泰國 BL 劇中文字幕版本列表	73
表五：受訪者情慾想像列表	128

## 圖目錄

圖一：《愛在暹羅》的海報	5
圖二：《醉後愛上你》中國成都和《逐月之月》台灣台北的見面會海報	18
圖三：《不期而愛》性愛橋段	69
圖四：《為愛所困》清潔機車橋段	80
圖五：《一年生》演員在官方活動上的「甜」互動	87
圖六：《與愛同居》的演員工作坊	88
圖七：《追愛理論》的演員私下一起乘車並直播	89
圖八：《醉後愛上你》向家人出櫃橋段	99
圖九：《不期而愛》與《逐月之月》演員同台的商演活動	110
圖十：《為愛所困》演員 Chonlathorn Kongyingyong 的生日「點名」	110

# 第一章 緒論

## 第一節、研究背景

近十年來，男男戀的影視作品迅速在泰國成為話題，例如《為愛所困》、《賀爾蒙》、《一年生》等，此類型不僅被認為是收視率的保障，這幾部甚至在泰國境外受到關注。像是《為愛所困》，這部劇並沒有在中國大陸播出，全由非盈利字幕組的勞動，在中國大陸的視頻網站上，第一季的前六集有高達 10 萬的播放次數。這樣子的通俗影視劇到底在泰國有怎樣的流行軌跡，作品跨國又有哪些現象，這是本章想要開啟的兩個問題。

對於電視劇，一般電視台以及廣告贊助商通常不會希望去處理較為非主流的議題，可是在泰國，男男戀議題已經不算是非主流了，在泰國 BL 電視類型出現之前，諸多主流電視劇也已經出現數不清的跨性別以及同性戀角色，但是往往都是配角。被認為是第一部擁有男男戀故事線（並非主線）的電視劇是 2004 年在 MCOT HD 電視台（泰國第 9 電視台，播出當時是 Modernine TV 電視台）播出的《愛在 8009》。這部劇描述一棟名為 8009 的曼谷公寓裡的幾對年輕人之間發生的一系列衝突故事。他們各自呈現出自己不同的愛情方式，包括同性戀、三角戀、暗戀等。泰國入口網站 Mthai 對於《愛在 8009》的報導如下：

《愛在 8009》當時引起了社會熱烈的討論，The One Enterprise 有限公司（當時第一季由隸屬於泰國最大娛樂集團 GMM 下的電視製作公司 EXACT 製作，第二季由 Scenario 有限公司製作，兩家公司於 2014 年合併為 The One Enterprise 有限公司）的董事長 Takonkiet Viravan 勇敢地改革了泰國電視劇圈，直接的講述男男之間的愛情故

事，把兩個百分之百的直男，Puri Hiranpruk 飾演 Tee，Rungruang Anantaya 飾演 John，至今 John 和 Tee 可以說是經典，是泰國電視劇圈第一對男男情侶檔。

有關泰國 BL 劇和男男情侶檔的一系列報導時，《愛在 8009》一定會被提及，或者在網路上的討論區，John 和 Tee 也是常常被提及的一對男男情侶檔之一。

《愛在 8009》也是 Puri Hiranpruk 和 Rungruang Anantaya 劇。根據泰國著名影劇評論臉書粉絲專頁《Ouy Sai Taek Haek Sai Chik》在 2015 年 04 月對《愛在 8009》的評價如下：

由 EXACT 和 Scenario 製作的《愛在 8009》是當時那個年代最讓觀眾興奮的一部劇，劇裡的 John 和 Tee 這對情侶讓整個泰國的腐女和男同志在星期天晚上除了觀看這部劇之外不能做其他事情，希望這部劇被拿來重播，但不希望被拿來重拍，因為擔心其他演員沒辦法像 Puri 和 Rungruang 那樣把 John 和 Tee 詮釋的淋漓盡致，這兩位直男演員把男男情侶演的非常入味。

《愛在 8009》裡分別有四對情侶，其中三對是異性戀的，這部劇的粉絲在泰國最大的線上論壇網站 Pantip 上於 2004 年 07 月舉辦投票活動，讓粉絲以投票方式，來選出在劇裡最受歡迎的一對角色，投票結果 John 和 Tee 這一對獲得第一名，票數占百分之六十八，根據該票選可以發現《愛在 8009》描述男男愛情的故事線是頗為脫穎而出。多數參加票選活動的粉絲留言說看這部劇就是為了看這一對，其中帳號 NEO7 留言稱喜歡兩位演員的演技，更厲害的是，在沒有激情戲的情況下，如何讓觀眾知道這兩個男生相愛。其實《愛在 8009》描述男男之間愛情部分的尺度，雖然當時引起社會熱烈討論，但其尺度跟近年來播出的 BL 劇比起來還是比較保守很多，在劇中 Tee 是比較陽剛的角色，而 John 比較偏向陰柔

的角色。在《愛在 8009》播出十週年之際，粉絲在 Pantip 上發了一則帖子，其標題為「來透露年齡！誰是第一代腐女，與《愛在 8009》」，其中帳號 1328311 留言稱：

以前 John 和 Tee 只是抱在一起我們就被腐到了，現在看 Pun 和 Noh 接吻（《為愛所困》主角），我整個就直接死掉了！

帳號趁西風於 2017 年 07 月在觀影網站《豆瓣電影》介紹《愛在 8009》留言板塊的評價如下：

...John Tee 兩的顏值支撐我看完這部狗血到想罵人的 118 集電視劇，全劇無 kiss，三個擁抱，幾次摸手，真的清水的不能再清水，向來無肉不歡的我竟然著了他兩的道。劇情狗血，但三觀挺正，不像現在的腐劇純賣腐，有情感，有正能量，值得一看。

跟近年來播出的 BL 劇尺度相比，《愛在 8009》算是有一定的差距，可是根據當時泰國社會的情況，對於觀眾來說男男愛戀故事應該算是極為新鮮。帳號 Cover Guy 於 2009 年 11 月在 Pantip 上發了一則帖子，其標題為「《愛在 8009》... 在我眼裡最好的泰國電視劇」，其中帳號 bee boa 的留言描述《愛在 8009》當時播出的狀況，他說當時在第 9 電視台播出，觀眾的反應非常熱烈，幾乎每一集播完都會有粉絲在 Pantip 上發帖子。此外，根據帳號 Pisaj-Elf 在該帖子的留言，當時 John 和 Tee 這一對男男情侶檔擁有自己的粉絲專頁，如果粉絲哪一天錯過者想要回顧，會有粉絲上傳影片，每一集會有粉絲截圖，再附上一些文字描述之。另外，帳號 Aom 也在該帖子的留言，其留言內容是她當時跟大學同學一起組織一個《愛在 8009》俱樂部，每個星期天成員一定要一起觀看這部電視劇。從以上粉絲的留言其實可以看出，《愛在 8009》當時在網路上是被觀眾熱烈的討論，其

中 John 和 Tee 的故事線，比起劇中的其他故事線，得到更多粉絲的熱烈追捧。根據帳號 Pisaj-Elf 和帳號 Aom 的描述，John 和 Tee 的粉絲是相當凝聚的，會在網路上互相分享並欣賞 John 和 Tee。

《愛在 8009》推出後三年，泰國出現了一部以男男之間的愛戀為描述主軸，並廣受好評的電影，那就是由 Chookiat Sakveerakul 執導的《愛在暹羅》。在這部電影 Witwisit Hirunwongkul 飾演 Mew 角色和 Mario Maurer 飾演 Tong 角色，於 2007 年 11 月 22 日上映。《愛在暹羅》講述的是兩個男孩之間 Mew 和 Tong 的感情經歷，兩人兒時是同學兼鄰居，但 Tong 因姐姐失蹤後，與父母離開充滿姐姐痕跡的傷心地，兩人因此分離，六年後 Mew 和 Tong 重逢，兩人接觸、交流，然後自然而然地牽挂、擁抱、接吻，最後友情演化成愛情。可倘若不知劇情，只觀看電影預告片和海報，可能就會誤以為《愛在暹羅》講述的是典型的異性戀愛情故事。對於《愛在暹羅》的宣傳手法，Brett Farmer (2011) 在他發表的文章《愛在暹羅：當代泰國電影和鄉土酷兒性》當中提出觀點。Farmer 認為《愛在暹羅》的海報有力地證明了這一點（見圖一），其中兩位青少年男主角仰面躺在蓬鬆的白色枕頭上，朦朦朧朧地凝視著天空，並與兩位年輕女演員 Kanya Rattanapetch 和 Aticha Pongsilpipat 的配對鏡頭整齊並置，她們扮演 Donut 和 Ying 的角色，在《愛在暹羅》是相對較小的配角。根據 Farmer 對《愛在暹羅》海報的描述，他分析了《愛在暹羅》的宣傳方法，他認為其宣傳團隊有意地為電影創造出一種普遍大眾熟悉的形象，將電影塑造為類似於一個流行的異性戀青少年羅曼史，因為異性戀青少年浪漫史電影是 20 世紀 80 年代以來一直是當代泰國電影製作的主要類型，通過明確地將《愛在暹羅》與異性戀青少年浪漫史電影對齊，上映前的宣傳暗示《愛在暹羅》將採用同樣傳統的異性戀校園浪漫，並且沒有跡象表明《愛在暹羅》將與其他電影截然不同，因此，這部電影描述男男之間愛戀的內容是許多觀眾預料不到的。

圖一：《愛在暹羅》的海報



\*資料來源：Google

根據以上描述，加上我的個人經歷，也就是說《愛在暹羅》上映時我正就讀高中二年級，當時因為泰國有很多異性戀青少年浪漫史電影上映，使我對於這種類型的電影感到膩煩，所以在《愛在暹羅》上映之前看到其海報和預告，自動認為該部電影與其他電影大同小異，便沒有引起我的注意和興趣。《愛在暹羅》上映後，某一天無意間聽到男性同學的對話，有一位同學要帶他的女朋友去看《愛在暹羅》，另外一位同學立馬勸阻那位同學，他說《愛在暹羅》是同志電影，有兩個男生親嘴。這時我才知道原來《愛在暹羅》與其他我令感到膩煩的青春電影不同。對此，導演 Chookiat 在娛樂紀錄片節目《Rueng Kong Rueng》談及《愛在暹羅》的宣傳手法：

我被批評最多的是，有些人認為這是騙人的，宣傳的基本道德在哪裡，不是說是愛情片，怎麼會變成同志片。我知道自己做的是愛情片，兩個男人相愛難道不是一種愛情嗎？那麼為什麼要隱瞞，一部分是因為如果在不了解這部電影的情況下觀看這部電影會很好看。隨之而來就是個人主觀意見了，我認為如果觀眾被騙去看一部自稱是好電影，但其實不好看的話就不會這麼反感，或者觀眾被騙去看一部愛情片，結果講述的是女女戀愛情故事，我確信觀眾也不會這麼反感，反而我們這種宣傳手法讓觀眾反感，每個人的接受度不一樣。但是現在已經過去了，電影賺到錢了，假如這部電影虧本了，就會很難再有好電影出來，觀眾就只能看喜劇片或者鬼片，我也可能沒辦法拍下一部電影，因為這部電影虧本了。最簡單的理由就是可以讓電影賺到錢，而且可以讓這個圈子持續下去。

根據泰國娛樂網站 Daradaily 的報導，《愛在暹羅》首週票房為 1850 萬，全泰國總票房累積為 4200 萬台幣。根據愛在暹羅官方網站的資料，《愛在暹羅》在台北總共售出 1 萬多張票，總票房為 245 萬台幣，全台灣總票房累積為 330 萬台幣。除此之外，2008 年 01 月中旬《愛在暹羅》還特別於 RCA House Cinema 再次上映。根據 Mthai 對於《愛在暹羅》完整版的報導，11 月 22 日開始在泰國上映時，電影全長僅 150 分鐘，再加上電影的不明確和開放式結局，讓許多觀眾懷疑這部電影是否被刪減部分的內容，應廣大熱烈要求，最後 Chookiat 剪出最終的三小時四十分完整版，上映長達一個月的時間。《愛在暹羅》的粉絲在 Pantip 上於 2007 年 11 月舉辦投票活動，讓觀眾以投票方式，來選出觀眾對《愛在暹羅》的喜歡程度，總共有五個選項分別是「非常喜歡」、「喜歡」、「普通」、「不喜歡」和「非常不喜歡」，最後有 2039 個人參加，投票結果顯示有百分之六十四的觀眾非常喜歡《愛在暹羅》，另外有百分之十五的觀眾喜歡《愛在暹羅》。在《愛在暹羅》上映一週年之際，帳號 trufa 在 Pantip 上發了一則帖子，其標題為「一年過

去，Chalerm Thai (Pantip 電影看板) 與《愛在暹羅》的景觀」，該帳號總結了過去一年間在 Chalerm Thai 看板與《愛在暹羅》相關的事情。自《愛在暹羅》上映，一個月之間在 Chalerm Thai 看板上總共有 1122 則帖子是與《愛在暹羅》相關，其中討論《愛在暹羅》是否是同志的電影有 68 則帖子。

《愛在暹羅》在泰國獲得很多獎項，其中包括泰國電影金天鵝獎（又名蘇潘娜宏獎）的最佳影片、最佳女配角和最佳導演三項大獎。除了泰國以外，《愛在暹羅》還在第 2 屆亞洲電影大獎（由香港國際電影節協會舉辦）上獲提名最佳男配角獎和最佳原創音樂獎，Mario 也憑藉飾演 Tong 一角在菲律賓舉辦的 Dekada Cinemania 國際影展獲得最佳男主角獎。Mario 與 Witwisit 於 2012 年 03 月 26 日參加中國大陸湖南衛視綜藝節目《快樂大本營》錄影，兩人還參加中國中央電視台的「福州月•中華情-2012 央視中秋晚會」。《愛在暹羅》裡的 August 樂團在台灣和中國大陸相當有名，Witwisit 與 August 樂隊其他成員一同在台灣舉辦了兩場演唱會，參加一場音樂祭，分別如下：

表一：August 樂隊台灣演唱會

場次	日期	演唱會名稱	地點
1	2009 年 08 月 15 日	August Oh!Gust!	自由廣場會議中心國際演藝廳
2	2011 年 03 月 26 日	LOVE ALL GUEST!	內湖的自由廣場會議中心
3	2010 年 07 月 11 日	第十一屆貢寮國際 海洋音樂祭	新北市貢寮區境內的福隆 海水浴場

\*資料來源：本研究自行整理

August 樂隊於 2009 年 06 月 02 日參加中國大陸湖南衛視綜藝節目《天天向上》錄影，他們也參加 2011 年中國湖南衛視跨年演唱會。除此之外，August 樂隊在中國大陸舉辦了五場演唱會，分別如以下覽表：

表二：August 樂隊中國演唱會

場次	日期	演唱會名稱	地點
1	2009 年 11 月 07 日	August Say high!	杭州蕭山大劇院
2	2010 年 08 月 21 日	Encounter	上海雲峰劇場
3	2011 年 01 月 01 日	Closer to you	北京星光劇場
4	2011 年 07 月 16 日	August Wonder4	廣州的 TU 凸空間
5	2011 年 12 月 24 日	Give Me 5	上海的 MAO LIVEHOUSE

\*資料來源：本研究自行整理

根據以述列表，可見《愛在暹羅》不僅在泰國取得很好的成績，在泰國境外也獲得很好的反響，尤其是中國大陸。儘管《愛在暹羅》並沒有在中國大陸的電影院裡登堂入室，也沒有做宣傳，可是同樣引起轟動和反響。在中國大陸的視頻服務平台《優酷》上，《愛在暹羅》已經有高達 1702 萬的點擊率。一名 Witwisit 的中國大陸粉絲接受我採訪時闡述當時的情況如下：

這部電影沒有在中國上映，是一位 P 粉（指的是 Witwisit 的粉絲）從 YOUTUBE 上下載資源下來，翻譯成中文放在網上給大家看的，像優酷、土豆、迅雷等網站都有，看得人多了，大家都喜歡這部電影。也有 P 粉是在影視圈工作的，之後將 Mario 和 P 帶到中國參加快樂大本營，慢慢就越來越多人認識這樣的。

以上闡述可見，《愛在暹羅》已經不再受控於國度差異或者放映政策的限制，這部電影在網路上走紅，並吸引中國大陸觀眾，同時也獲得大眾媒體關注。這一點是《愛在 8009》與《愛在暹羅》的不同之處，後者有跨出泰國境外的面向。根據訪談，《愛在暹羅》由粉絲翻譯成中文，然後上傳至視頻網站上。《愛在暹羅》於 2007 年播出，Hu (2014) 研究中國視頻網站和字幕組時指出，2005 年至 2009 年間是中國大陸私人視頻網站不受約束的時代，當時私人視頻網站通過與字幕組合作，播放未經授權的國內外節目。字幕組是由熱心的粉絲組織的，他們積極地投入自己的感情，並投入到他們最喜歡的視聽節目中，以實現一種成就感和集體歸屬感，而不需要任何經濟上的報償 (Hu, 2012)。Hu (2014) 指出字幕組的目標是推廣他們的翻譯作品，因為他們希望可以吸引在線觀眾的興趣，中國字幕組和在線觀眾希望跨越國界，接觸全球流行文化。

在《愛在 8009》與《愛在暹羅》之後，男男愛情故事並不像之前被認為是會使觀眾反感，製作方避免觸及的議題。The One Enterprise 有限公司董事長 Takonkiet 於 2004 年在《愛在 8009》的男男愛情故事支線成功地吸引社會大眾關注之後，他於 2009 年再一次套用《愛在 8009》的模式製作兼執導《明天我依然愛你》，在泰國第 5 電視臺播出。《明天我依然愛你》描述男男愛情的故事線由 Anuchit Sapanpong 飾演 Pee (皮) 角色，Phachara Thammon 飾演 Gong (貢) 角色。帳號 2am and the rain is falling 於 2009 年 12 月 7 日在 Pantip 上發了一則帖子，稱《明天我依然愛你》每一集播完都會有粉絲在 Pantip 上發六到七則帖子討論，這部劇播出當時在 Pantip 的 Chalerm Thai 看板 (關於電視劇) 推薦帖子上，十則帖子裡有五則關於 Pee 和 Gong 的帖子，其中一則帖子是《明天我依然愛你》播出完結篇之前的兩個星期，帳號 Pana-Ratio236 於 2009 年 12 月 05 日發的帖子，徵求 Pee 和 Gong 的粉絲留言，向 Takonkiet 要求，希望《明天我依然愛你》可以延續播出，這則帖子總共有三百七十三條留言，最後帳號 Pana-Ratio236 於

同年同月 12 日在這則帖子更新內容，稱《明天我依然愛你》將會多出播出兩集，總共三十集。Anuchit 憑藉飾演 Pee 角色入圍了第一屆泰國皇家戲劇獎最佳男配角，雖然最終沒有得獲獎。Phachara 也憑藉飾演 Gong 角色獲得了 2009 年度娛樂大獎（又稱 Top Awards，其獎項將由泰國民眾們投票來選出）最佳電視劇新人獎。可見《明天我依然愛你》播出當時在泰國得到相當多的關注，但是不僅是在泰國，這部劇在中國大陸也取得相當不錯的成績。《明天我依然愛你》的中文版由重慶廣播電視總台於 2010 年引進，2010 年 7 月 13 日在安徽衛視、上海電視劇頻道以及江蘇影視頻道播出。《明天我依然愛你》在台灣於 2012 年 9 月 27 日，由緯來戲劇台播出。帳號柳林風聲於 2010 年 08 月 25 號在中國大陸的電影及電視劇線上資料庫時光網的個人博客平台上發了一篇文章，其標題為「皮與貢——泰劇《明天我依然愛你》中狗血並純情的 BL 支線」，帳號柳林風聲對《明天我依然愛你》的評價如下：

...好像我國現在有很多地方台有引進泰劇，收視也挺不錯。其中有一部名為《明天我依然愛你》吸引了我的目光，因為裡面竟然有 BL 支線情節，實在讓我太意外了。不怎麼了解泰國的國情，不過我猜在泰國的公共電視台電視劇播放史上也算一個突破吧。要不也不會吸引這麼多人的目光了。據說，我國引進時刪除並修改了劇中的 BL 支線情節，這也算是我國廣電局的一貫作風了，見慣不怪...不過，真的要批評一下導演了！你既然都敢拍 BL 的支線，拍個吻戲的情節會死啊...這部劇裡面的「皮與貢」算是我看過的最最純情的一對了，除了一個很明顯的錯位吻臉頰的戲外，兩人就只是牽牽小手，外加偶爾用力抱抱。不過好在演員選得好，顏不錯，加上戲挺萌。在戲中兩人的眼神火花四濺，還是能讓觀眾感受到他們的濃濃愛意的。

帳號柳林風聲的闡述可見，《明天我依然愛你》闡述男男愛情故事部分的風

格也與《愛在 8009》大同小異，尺度相當保守。此外《明天我依然愛你》在中國大陸播出時有刪節，BL 故事線被修改，總共只播出 27 集，但是並沒有影響到粉絲對劇中 BL 故事線的喜愛。Anuchit 和 Phachara 因飾演 Pee 和 Gong 角色在中國大陸得到相當多粉絲的熱烈追捧，他倆於 2011 年 3 月 5 日在北京舉辦了他們的中國首場粉絲見面會，根據安徽衛視粉絲網報導，該場粉絲見面會完全由他們的粉絲組織承辦，並無任何媒體機構參與工作。隨後，Phachara 於 2011 年 7 月 23 日在中國上海 Kento's Club 舉辦了他的中國首場演唱會。Anuchit 也於 2011 年 9 月 12 日參加安徽衛視中秋晚會。泰國發行數量最大的泰文對開日報泰叻報 (Thairath) 官方網站對於《明天我依然愛你》的報導如下：

自從《明天我依然愛你》裡的 Pee 和 Gong 這對男男情侶檔，出乎預料的引起熱潮之後，許多電視台長官直接向旗下導演和製作人要求，重視製作描述純情的男男戀愛電視劇，因為喜歡收看男男戀愛電視劇的觀眾，在國內外都非常多，可以提高藝人的價值。

《明天我依然愛你》之後，縷縷續續有類似的電視劇播出，如《金橘花》、《影子姐妹》和《旗袍》等，都是有男男愛情故事線，但講述比較單一化的男男愛情故事，劇情聚焦在成年人以上。當時必須提到的電視劇是《荷爾蒙》，因為跟前幾部提到的電視劇不一樣，《荷爾蒙》是部泰國青少年電視劇系列，由當時的 GTH (GMM Tai Hub) 影視製作公司出品，於 2013 年首播第一季，總共有三季。劇情聚焦在高中生的生活與彼此的關係，包含校園及家庭生活，以及所面臨的各種議題，其中包含以一些爭論性的議題為主題，例如青少年性愛及懷孕、同性戀、校園暴力等，所以《荷爾蒙》裡的男男愛情故事線是直接闡述高中生的故事。Sanpach Jiarananon (2015) 分析了《荷爾蒙》第二季如何處理男男之間的關係，他認為這類關係對於電視劇內容來說並不是新穎的東西，因為已經有很多部電視劇陳述這類關係的故事，但是《荷爾蒙》裡的角色比較貼近人類，有血有

淚，與以往的電視劇不一樣，通常會把這類角色塑造成搞笑的，或者是性慾強烈的角色，《荷爾蒙》裡的 Phu 和 Tee 或者 Tee 和 Non，他們的關係有喜怒哀樂，正如異性戀的關係一般，讓觀眾可以感受到，並接受這類在現實社會中還是相當隱晦的關係。根據 Sanpach Jiarananon 的分析可以看出，關於描繪男男之間的愛情故事，《荷爾蒙》給觀眾提供一個新的面向，那就是「情感性寫實主義」(Emotional Realism)傾向。「情感性寫實主義」是著名文化研究學者 Ien Ang(1985)研究美國電視劇《Dallas》的觀眾發現，觀眾認為電視劇寫實與其情感的投入有著密切的關聯，並稱之為「情感性寫實主義」。《荷爾蒙》的男男愛情故事線中，角色之間的情感成長補捉到日常生活中的情感結構，劇中人物的喜怒哀樂能夠引起觀眾在情感上的共鳴，並感到真實而受感動。

《荷爾蒙》之後，從 2014 年開始有很多直接講述男男戀愛情故事為主線的電視劇出現，並且能夠在泰國和其他地區也受歡迎。其中包括改編自網路 BL 小說《Love Sick》的《為愛所困》，在這部劇由 Nawat Phumphongam 飾演 Pun 角色和 Chonlathorn Kongyingyong 飾演 No 角色，導演是 Rachyd Kusolkulsiri，第一季於 2014 年 07 月 06 日在 MCOT HD 電視台播出，第二季於 2015 年 05 月 02 日在同一台播出。泰國民意報 (Matichon) 對《為愛所困》的報導如下：

「男男戀」在電視劇裡並不是新鮮的話題了，但是在此前從未曾出現過兩個相愛的男人作為一部劇的主角。正因此，《為愛所困》也在泰國電視圈開創了「男男戀」的一個先河。「出乎意料，我從沒有想過會有人喜歡這部劇到這種程度」，當說起《為愛所困》這部電視劇在網路上造成熱烈反響時，MR. BIG PICTURE 製作公司的導演兼製作人 Rachyd Kusolkulsiri 高興地說。...他也承認期間有過很多艱難的時刻。主要是因為「男男」作為主角的電視劇，會有很多未曾面對過的問題。為了推銷這個項目，他要到各個電視台去作介紹。萬幸的是，

在歷經了兩年多的奔波後，最終 MIDDLE MAN MEDIA 公司願意投資，並在 MODERN 9 HD（當時的 MCOT HD）每週日 20:50 分播出。...該劇另一個難點是演員全部都是新人。「如果使用已經出道的明星，人們在劇情上的注意力就會被分散，所以想試試使用新人，也希望讓所有東西都是新的樣子，這樣觀眾的注意力就會緊跟著劇情的發展。」儘管想呈現「男男戀」，但是導演也坦承許多人還不能完全接受這件事，所以也加上了「異性的配角」來為這部戲增添色彩。...但是當這部戲播出之後，反響迅速擴散到了父母這一輩，也有男性觀眾。這部劇在海外也擁有了很多粉絲，包括菲律賓、韓國、中國大陸以及越南地區。由於影響迅速擴大，現在已經有越來越多的人來聯繫演員們參加各種活動了。劇中 13 首由演員們演唱的主題曲已經在 iTunes 的下載排行榜上名列前茅了。...

根據報導可見，《為愛所困》被認為是首部直接闡述男男戀愛情故事為主線的電視劇，雖然男男愛戀已不是新鮮的話題，但是男男愛戀作為主線的電視劇，在當時的電視圈算是前所未有的事。在確定《為愛所困》能夠在電視上播出之前，導演也經歷很多困難，為了擔保可以順利播出，導演增加了異性戀的故事支線。

《為愛所困》播出後在泰國取得很好的成績，於 2014 年 09 月 24 日舉辦特別放映場，長達 7 個小時馬拉松式觀看這部劇。《為愛所困》總共舉辦了三場粉絲見面會，劇中的演員也各自舉辦個人的粉絲見面會。除了泰國以外，《為愛所困》在其它地區也得到很好的反響，泰國時尚雜誌 *Sudsapda* 對於《為愛所困》的報導如下：

《為愛所困》是前幾部在中國大陸成名的 BL 劇，可以說是 Nawat 和 Chonlathorn 的成名作品，現在他們的中國粉絲也非常的凝聚，尤其是 Nawat 和 Chonlathorn，無論有什麼活動，在泰國或者在外國，粉

絲還是一直鼎力支持。

可見泰國媒體也關注到，《為愛所困》在中國大陸取得很好的成績。在中國大陸微網誌的服務網站《微博》上，《為愛所困》話題的閱讀量有高達 4 億。《為愛所困》也跟《愛在暹羅》一樣，沒有在中國大陸電視上播出，可是有非盈利字幕組翻譯並上傳到網路上。播出當時，在視頻彈幕網站《嗶哩嗶哩》和《優酷》上，第一季的第一集到第六集，每一集有高達 10 萬的播放次數。除了中國大陸以外，《為愛所困》的三位主演 Nawat、Vachiravit 和 Anupart 於 2016 年 05 月 21 日在台灣舉辦「W.N.A Taiwan Fan Meeting」粉絲見面會。

隨後，套用與《為愛所困》相似的模式拍攝出來的 BL 劇在泰國可以說是層出不窮，比如 2016 年播出的《愛來了別錯過》和《一年生》以及 2017 年播出的《逐月之月》等。這些 BL 劇曾經在亞洲各地區如中國大陸、台灣、韓國、印度尼西亞等都舉辦過粉絲見面會。《一年生》在台灣由原生行動串流影音平台《CHOCO TV 追劇瘋》播出，全劇兩季於 2018 年 3 月 28 日上架。

目前播出的泰國 BL 劇，無論是《為愛所困》、《一年生》、《愛來了別錯過》或《逐月之月》等這幾部 BL 劇都是從網路 BL 小說翻拍的。根據 Daradaily 在 2017 年 02 月 23 日的報導指出，近年來在泰國出現很多由網路小說翻拍的青春愛情電視劇，這是一種收視率的保障，因為可以吸引小說粉絲觀看。導演 Rachyd 在《泰國 BL 劇的流行》的 Podcast 中分享了拍攝《為愛所困》的過程，他發現小說粉絲十分凝聚，從籌備直到播出，他們都非常關注和支持這部劇，導演也以這個原因說服贊助商願意嘗試投資。一位泰國腐女在接受我的採訪時指出，因為讀過小說，所以翻拍成劇也會看。根據以上描述，可以發現大多數的泰國 BL 劇是源自於網路 BL 小說改版，從二次元到三次元的製作，泰國 BL 劇不僅能夠吸引 BL 小說原有的粉絲群，同時也能滿足小說粉絲的觀看慾望，甚至為這些小說

粉絲帶來愉悅。在泰國有一個 BL 小說網站叫做「thaiboyslove.com」。該網站之所以成立是因為有一名帳號叫 Seng Ped 於 2006 年 08 月 21 日在 Pantip 論壇上發了一則帖子，標題是「老子不是同志！幹嘛來追我？」，其內容是剛跟女朋友分手的 Ped 陰差陽錯被公司同事 Aoi 搭訕的故事，其故事的敘事方式是每當 Ped 被 Aoi 搭訕或者被前女友 Kai 糾纏，都會分享在該帖子。當時該帖子引起了眾多腐女的關注，但是因為太多腐女討論的留言，導致該帖子常常出現技術層面的問題，因此一群腐女經過討論後，為了防備該故事消失不見的狀況，並認為應該架設一個專門公佈 BL 小說的網站，他們於 2006 年 09 月 24 日架設一個網站，網址為「thaiboylovestory.ueuo.com」。隨後越來越多作家開始編寫 BL 小說，並發佈在該網站上，但是該網站因使用免費的伺服器，所以也常常會出現問題，最後他們決定於 2007 年 02 月 11 日換用付費的伺服器，並把網址改名為「thaiboyslove.com」，直到現在。

根據以上闡述可見，泰國 BL 劇並沒有在中國大陸的電視上播出，是由非盈利字幕組翻譯並上傳到網路上。泰國 BL 劇能夠在中國大陸的網路取得觀眾的關注，《天府泰劇》字幕組擔任非常重要的角色。《天府泰劇》的前身是西南財經大學天府學院的一個線上社團，成立於 2010 年。社團成員畢業之後，組織解散，更名為《天府泰劇》。直到 2014 年因為翻譯《為愛所困》而成立彈幕組。《天府泰劇》主要從事泰國腐向、小清新電視、電影、微電影、綜藝、歌曲等中文譯製。該字幕組的播放平台為《優酷》、《土豆》、《嗶哩嗶哩》以及《AcFun》。譯製的泰國 BL 劇有《為愛所困》第一和第二季、《愛來了別錯過》、《一年生》第一季以及《逐月之月》等。《天府泰劇》在《微博》上的關注人數高達 400 多萬。

本研究整理了從 2004 年到 2018 年，泰國男男戀影視作品的背景與現象。總的來說，泰國從十幾年開始就已經有男男愛情故事支線出現在電視劇的跡象，但是早期的作品是相當保守的，如《愛在 8009》和《明天依然愛你》。之後，陸續

有男男愛情故事支線的電視劇播出，當時的作品講述比較單一化的男男愛情故事，劇情聚焦在成年人以上。而《荷爾蒙》的出現則開啟一個新的面向，首先這部劇是直接闡述高中生故事的青少年電視劇，另外是《荷爾蒙》男男愛情故事支線所呈現的「情感性寫實主義」傾向。2014 年開始，男男戀愛情故事從支線轉為主線，《為愛所困》被稱為是泰國首部 BL 劇在電視上播出。《為愛所困》的成功帶動後續泰國 BL 劇風潮，有很多套用與《為愛所困》相似的模式拍攝出來的 BL 劇播出。以上就是泰國 BL 劇的流行所引發的第一層思考，BL 劇在泰國的流行軌跡。

泰國 BL 劇的流行所引發的另外一層思考就是跨國化的傳播和流通。泰國男男戀影視作品跨國的現象，主要分為官方與非官方兩種形式。官方形式例如《愛在暹羅》和《一年生》等，這些作品都有在泰國境外上映和播出。此外還包括一些演員因出演男男戀影視作品，而得到跨國粉絲的追捧，前往各個地區參加電視節目錄影和音樂節，或者舉辦粉絲見面會和演唱會。非官方形式主要是因國度差異以及放映和播出政策限制，由跨國粉絲以及非盈利字幕組翻譯泰國男男戀影視作品，並上傳到網路上。例如《愛在暹羅》，憑藉粉絲翻譯的版本也引起轟動和反響。或者是《為愛所困》、《愛來了別錯過》和《逐月之月》等這些作品全由專門翻譯泰國 BL 劇的《天府泰劇》字幕組譯製。以上可見，非官方形式是泰國 BL 劇跨國化的傳播和流通的主要管道。

整體來看，泰國 BL 劇近年來開始大量的出現在電視上。除了泰國觀眾以外，同時也吸引了泰國境外的觀眾。無論這些跨國觀眾通過官方或者非官方的管道接觸泰國 BL 劇，泰國媒體以及製作團隊也都已經注意到此現象。我在 2013 年至 2016 年擔任娛樂記者，這期間剛好見證《為愛所困》掀起泰國 BL 劇的熱潮。因工作關係，我接觸了很多泰國 BL 劇的跨國觀眾。這便是啟發研究動機的來源，我將在下一節作出更進一步的解釋。

## 第二節、研究動機

泰國娛樂新聞頻道 Maya Channel 於 2017 年 8 月 28 日對於泰國 BL 劇開拓亞洲市場的報導如下：

...製作團隊從這些作品得到的，不僅僅是廣告的收入，這些製作團隊可以通過這些作品得到其他的收入來源，無論是劇中情侶檔拍攝廣告、出席商業活動或者是賣粉絲見面會的門票，其票價與知名歌手演唱會的門票相同...該票價是銷售給泰國粉絲以及國外的粉絲，包括中國、越南、馬來西亞和韓國，儘管票價很高，但是門票的數量也不足夠粉絲所需求，有時候製片團隊要在一天之內舉辦兩場粉絲見面會...如果 BL 劇的市場在泰國越來越大的話，未來我們可能是這個內容的領導者，並可以提高泰國娛樂產業，與國外的娛樂產業平起平坐。

根據 Maya Channel 的報導可知，除了在新聞報導上以一個新興潮流的姿態被介紹之外，泰國 BL 劇也在某些程度上成為社會大眾談論，不僅被認為可以提高泰國娛樂產業，甚至有可能促使泰國在亞洲成為 BL 劇的領導者。不寧唯是，因為在 2017 年的第一學期，研究者修習的「數位平台經營」以及「口語傳播研究」課程需要完成一個 Podcast 作品，因此有機會採訪《為愛所困》導演 Rachyd Kusolkulsiri，他指出《為愛所困》製作團隊是小規模的，所以原本沒有把跨國觀眾列入為目標觀眾，反而是這些跨國觀眾主動邀請他們去其他國家舉辦粉絲見面會，才發現 BL 劇在泰國境外也是有市場的（見圖二）。根據上述所言，泰國 BL 劇吸引了多數跨國觀眾的關注，而這些跨國觀眾是主動性的。

圖二：《醉後愛上你》中國成都見面會的海報（左）、《逐月之月》台灣台北見面會的海報（右）



\*資料來源：Google

因為我曾經在泰國屢次受邀擔任泰國 BL 劇相關活動的主持兼中泰文即時口譯，發現每次的活動現場僅備有中文翻譯，而且在場的粉絲幾乎一半為華人跨國粉絲。我在工作期間與多數泰國 BL 劇的跨國華人粉絲結緣，親眼看到她們為出演泰國 BL 劇的演員執行的種種應援行動。租捷運廣告燈箱、參加泰國 BL 劇相關活動以及大量購買周邊產品皆為基本應援，其中比較引起大眾媒體關注的事件是在紐約時代廣場租廣告位應援活動，以及購買一對雙子星作為生日禮物，也就是有粉絲會買下天上的行星命名，再轉送給藝人。如今，多間外國公司及大陸購物網站提供「買星命名」服務，可替天上的星星命名，更會獲發證書，保證星星擁有權。以上這些在泰國是前所未有的應援方式，因而我慢慢意識到，泰國 BL 劇在中國和台灣掀起一股熱潮，雖然稱不上主流，可是這些喜歡泰國 BL 劇的跨國華人觀眾，其消費力規模是相當龐大的。

除了在泰國境內以外，《為愛所困》、《一年生》、《愛來了別錯過》、《逐月之月》和《醉後愛上你》等多部泰國 BL 劇皆在中國和台灣舉辦過多場粉絲見面會。有一次《為愛所困》的演員 Chonlathorn 來台工作，那時我已在台灣念研究所，所以有機會招待。忙碌了一整天在準備回宿舍時，發現在 Chonlathorn 居住的酒店門口有一群粉絲在等候。因好奇心，所以在酒店門口和她們交流，我印象非常深刻的是，當我得知她們曾參加許多泰國 BL 劇相關活動，而且當天除了台灣粉絲之外，還有來自中國的粉絲，我便隨口問：「妳們真的好有錢，藝人去哪裡都會跟」，他們則回答：「不是因為有錢，是有情」。當時我十分疑惑，對於這些跨國華人粉絲，所謂的「情」到底是什麼。之後我參加了很多場泰國 BL 劇的粉絲見面會，接觸越來越多的跨國華人觀眾，在與他們聊天的過程中，心中延伸出很多疑問。在沒有播出的情況下，這些跨國華人觀眾如何接觸泰國 BL 劇，又是什麼因素吸引他們觀看的慾望，泰國 BL 劇給他們帶來什麼樣的感官刺激，他們為何對泰國 BL 劇如此著迷，因此產生了想要更進一步了解跨國華人觀眾對泰國 BL 劇的期待與想法的念頭。

本研究主要是針對跨國華人觀眾觀看泰國 BL 電視劇進行探究，而電視劇則是屬於資本集中的商品，我在做這個研究之前閱讀很多 BL 以及腐女相關的文獻，發現以往的 BL 研究重點著重於社群的幻想與創作，而大部分並非資本集中、商品化的產品。可見過去對於這方面的研究相當不足，為了填補既有研究的空缺，與既有的 BL 以及閱聽人研究對話，本研究將著重在探究跨國華人觀眾觀看泰國 BL 劇的經驗。在應用的層面上，也希望我的研究，能夠讓學術工作者對泰國 BL 劇以及跨國華人觀眾有更多了解。

## 第二章 文獻探討

### 第一節、BL 閱聽人相關研究

BL 研究在台灣學術界的發展至今已有二十年之久，張茵惠（2007）、葉原榮（2010）、洪健嫻（2011）、劉品志（2014）指出，台灣首篇 BL 研究是出自於鍾瑞蘋的《同性戀漫畫讀者之特性與使用動機之關聯性研究》。鍾瑞蘋（1999）將「BL 漫畫」定義為「同性戀漫畫」（queer comic），透過問卷調查分析讀者的閱讀動機，發現主要讀者群皆為女性，並將閱讀動機歸納為十個種類，分別是抒發性壓抑、嚮往同性戀純愛的美感、好奇心和偷窺的心理、投射自身地位、跟隨流行、逃避的愉悅、感官的刺激、配合開放的價值觀、認同建構以及追求新鮮感，其中有 41.9% 的讀者因應流行文化閱讀，54.7% 的讀者則是出於好奇心。鍾瑞蘋（1999）在其論文中強調，台灣女性閱讀 BL 漫畫的主因是「對男性性暴力有恐懼心理」以及「對女性作為潛在競爭對手的敵對意識」。有關同性戀漫畫定義，鍾瑞蘋（1999）分為唯美浪漫的同性愛情故事、激情愛慾的同性戀情故事、同人誌成員改編或創作的作品、與漫畫結合的同性戀小說、漫畫的配角是同性戀以及曖昧的同性關係等六個種類。

蕭湘文（2000）按照鍾瑞蘋（1999）對同性戀漫畫的定義，探究同性戀漫畫讀者和非同性戀漫畫讀者的性向認同差異，她在研究中表示同性戀漫畫讀者的使用動機十分多元，有些是出自於好奇心且想要從漫畫中取得同性戀相關資訊，有些則是對少女漫畫感到厭倦從而轉向閱讀同性戀漫畫，一些則認為畫面精緻方式吸引讀者的主要原因。但也因為兩位學者對同性戀漫畫的定義表述得過於片面，導致其他學者質疑其研究可信度。

另一方面，張茵惠（2007）指出鍾瑞蘋（1999）對同性戀漫畫的定義方式非常寬廣和曖昧，因為同性戀一詞也包含女同性戀，但在其論文中並未被討論到。張茵惠（2007）也指出，鍾瑞蘋以同性戀漫畫的問卷調查，卻對 BL 漫畫讀者進行資料收集，使鍾瑞蘋的研究過程非常可疑。葉原榮（2010）則認為以同性戀漫畫稱呼 BL 漫畫會讓受訪者容易混淆，使鍾瑞蘋和蕭湘文的研究論述和措辭模糊不清，導致早期的 BL 定義處於模糊地帶。根據上述所言，可見鍾瑞蘋和蕭湘文的研究是緣木求魚，因此兩位學者的研究後來都被其他學者推翻。

直到劉平君（2003）在《解構流行文化的權力軌跡－試析台灣漫畫文化》中指出，現實的男同性戀世界與 BL 漫畫呈現的世界觀有所不同，更不能將 BL 漫畫以同性戀漫畫作為統稱。後來，「BL 漫畫」一詞替代過去定義模糊不清的「同性戀漫畫」。劉平君（2003）在其研究中只分析 BL 漫畫的風格類型，並沒有分析 BL 漫畫讀者的閱讀動機、行為以及經驗。

台灣首篇以「BL」為題的學術研究是楊曉菁（2005）的《台灣 BL 衍生「迷」探索》（張茵惠，2007；葉原榮，2010；蔡芝蘭，2011；洪健嫻，2011）。不僅如此，楊曉菁（2005）的論文突破過去鍾瑞蘋和蕭湘文的量化研究，進一步分析 BL 迷的日常生活脈絡以及主體經驗。作為 BL 衍生迷一員的楊曉菁透過參與觀察法以及深度訪談法分析「戲劇 BL 衍生迷」的本質、形成因素與條件、行為特質以及歡愉所在。楊曉菁指出所謂「戲劇 BL 衍生迷」是戲劇主題之 BL 漫畫同人誌的讀者和創作者。楊曉菁發現戲劇 BL 衍生迷多為女性，主要因為對同人誌感興趣以及喜愛故事中描繪男性角色之間的友情和衝突的場面，而閱讀和創作 BL 衍生作品，他們的外在行為分別是購買、創作、閱讀 BL 衍生迷的文本以及參與同好團體與聚會；對 BL 衍生文本的興奮情緒和喜愛程度，他們用「萌」一詞來表達，意指強烈、狂暴的愛或非常狂熱的樣子，這則是內在行為。楊曉菁進一步指出，戲劇 BL 衍生迷積極的誤讀與玩弄原創文本劇情，而這種對「男性友誼」的

過度想像正是她們的愉悅之處。

不過，楊曉菁（2005）的研究也有自相矛盾之處，她在研究限制提出自己未曾詢問受訪者的性取向，認為在受訪者觀看原作的過程以及過去的閱讀經驗中，性別扮演極為重要的角色，卻又在研究結論總結，創作以及閱讀 BL 和 BL 衍生作品不涉及性向認同，她們喜歡和欣賞男性，盼望與男性擁有對等地位，因此產生對男男的曖昧想像。在不清楚受訪者性取向的情況下，楊曉菁（2005）又如何得知性別在其中扮演什麼樣的角色？

張秀敏（2005）與楊曉菁（2005）同樣以 BL 迷文化的觀點進行分析。張秀敏（2005）在《薔薇園裡的少年愛－同人誌文化與青少女性別主體》中指出，創作或閱讀 BL 同人誌文本多為青少女，透過 BL 同人誌的中介得以展現情慾主體性以及顛覆或反抗父權價值觀下的愛情符碼意義。張秀敏（2005）進一步表示，BL 同人誌給青少女提供自由平台，因為女性在 BL 同人誌文本中缺席，讓創作或閱讀的女性可以在微妙的位置安然享受感官刺激，玩弄男性之間的愛情和情慾，實現對美滿愛情的想像。

張茵惠（2007）在《薔薇纏繞十字架 BL 閱聽人文化研究》中提到，雖然仍著重在 BL 漫畫迷，可與楊曉菁和張秀敏不同的是，她以文化霸權與性別研究的論述探究 BL 閱聽人的性別認同、愉悅來源以及文本意義的再生。張茵惠（2007）的觀點推翻了先前的研究，她透過深度訪談發現 BL 讀者並非都是異性戀女性，其中有不少為雙性戀女性；同時也存有雙性戀或同性戀的男性 BL 讀者。對於愉悅的來源，張茵惠（2007）指出女性讀者與男性讀者大不相同，女性 BL 漫畫讀者不接受被視為異性戀文本描繪的弱者形象，她們想要擁有男性的權利，但是傳統異性戀情色文本往往將女性視為慾望客體，讓女性閱讀時感到局促不安，反而是 BL 文本能夠顛覆性別傳統的二元對立，提供女性讀者「公平世界」的想像以

及平起平坐的愛情關係，免除女性成為被消費對象的焦慮，同時可以滿足觀賞與傳統不同的男性角色的慾望。男性 BL 漫畫讀者注重愛情的描繪過於性愛場面，他們認為異性戀情色文本在情感上的鋪陳不足，同時不偏好閱讀過於苦澀的同志文學，與現實脫節的 BL 文本則提供給男性讀者背離異性戀霸權的夢幻世界，透過 BL 文本細膩的情感描繪，獲得對美滿愛情的想像。

張茵惠（2007）在其研究中指出，楊曉菁（2005）研究的不足之處則是缺乏闡述 BL 閱讀者關聯的性別和性傾向層面。張茵惠（2007）認為性別認同在 BL 漫畫讀者的經驗中佔有重要位置，將閱讀 BL 漫畫視為挑戰性別刻板印象以及異性戀結構下的審美標準，藉此反抗父權意識型態。關於 BL 文本作為腐女反抗在父權與異性戀霸權的論述，除了張秀敏與張茵惠之外，劉品志也提出大同小異的觀點。在《「腐女」的幻想與望／妄想》中，劉品志（2014）以情慾對象為男性的男性同性戀視角進行分析工作，發現腐女厭煩男強女弱的異性戀文本，因而導向排女主義的 BL 作品，藉此建構出「強制同性戀情慾望想」，並以酷兒閱讀方式「幻想」男男戀情節，此種行為意味著想要逃脫父權與異性戀霸權的「望想」。劉品志（2014）進一步指出，除了「強制同性戀情慾望想」之外，腐女也建構出同志友善的性別論述，進而接納且關懷同志。可見，即使劉品志的研究者位置不同於張秀敏與張茵惠，但其論述神肖酷似。

然而，葉原榮（2010）則認為張茵惠（2007）提出的觀點是「過度膨脹 BL 漫畫讀者的反抗性」，強制將 BL 漫畫讀者的性別經驗放置霸權論述中，導致 BL 漫畫讀者成為迷的意義和行為特質都被視為反抗父權。葉原榮（2010）引用岡田斗司夫（2008／談璞譯，2009）的論述反駁張茵惠（2007）的觀點，指出其受訪者皆為 1980 年後出生，而他們通常「只想找個忘卻現實的逃避場所追求萌」。而葉原榮（2010）所提出的觀點同時可以反駁劉品志（2014）的論述，因為並不是所有的 BL 漫畫讀者都對父權有強烈的反抗行為，仍存在純粹為愉悅而愉悅的 BL

漫畫讀者。

葉原榮（2010）在《王子的國度：臺灣 BL（Boy's Love）漫畫迷的行為特質與愉悅經驗之研究》中，對 6 位 BL 漫畫讀者進行深度訪談，透過其生命史探究 BL 漫畫讀者的生成、愉悅經驗以及行為特質。他指出，BL 漫畫讀者通常先成為日本動漫讀者，加上自己對異性戀和同性戀的愛情感興趣，因而開始閱讀 BL 漫畫，除此之外，大量閱讀、消費以及收藏 BL 漫畫則是他們行為特質的共同點。對於 BL 漫畫讀者的愉悅經驗，葉原榮（2010）歸納為閃躲或侮蔑性愉悅以及創造性愉悅，BL 漫畫讀者透過閃躲或侮蔑自我、現實壓力及社會規範，戲虐男男曖昧情誼，獲得閃躲或侮蔑性愉悅；同時 BL 漫畫讀者也可以透過 BL 漫畫與自我生活經驗的連結，投射自我以及愛情想像的意義，營造出女性消失的場域，藉此享受創造性愉悅。葉原榮（2010）也探究男性 BL 漫畫讀者的愉悅經驗，但因為僅有一位受訪者，導致此部分的分析不足以代表任何可能性。

根據以上的研究可看出男性 BL 讀者存在的蹤跡，直到張竣凱（2016）在《男同志閱讀 BL 小說經驗之探究》中，直接以男性 BL 讀者的生命以及其閱讀 BL 小說的經驗為主軸，透過訪談法分析他們的愉悅所在，讓懸宕已久的男性 BL 讀者經驗得以獲得進一步闡述。張竣凱（2016）認為，男性 BL 讀者確切存在，且接觸管道非常多元，有些透過網路、租書店與漫畫專賣店開始接觸，有些則由腐女朋友提供，同人 BL 小說與動漫同人作品也是他們的獲得來源之一。對於男性 BL 讀者的閱讀經驗，張竣凱（2016）指出一些男性 BL 讀者認為 BL 作品作為家庭出櫃的參考資源，滿足他們對愛情的憧憬，藉此抒解壓力以及得到支持生命的力量，以上皆為愉悅滿足的閱讀經驗；而一些男性 BL 讀者則認為 BL 作品的劇情架構與現實生活脫節，導致他們不僅無法投入劇中角色，同時也無法認同超乎現實的想像劇情以及過於美好和理想化的劇情編排，並稱此為批判式的閱讀經驗。

上述所提的研究皆以二次元文本的閱聽人為主要的研究對象，例如漫畫或小說等，可蔡欣芸（2019）在《臺灣耽美劇閱聽眾觀看意圖之研究——以網劇《HIStory》系列為例》中則以三次元的台灣 BL 劇閱聽人為探討對象，透過焦點團體訪談法探究二次元與三次元本文的閱聽人之間的區別。蔡欣芸（2019）指出，二次元的閱聽人多以逃避現實心態在消費 BL 文本，而三次元閱聽人觀看動機則更為娛樂性。至於文本面向，蔡欣芸（2019）認為，BL 劇閱聽獲取愉悅的途徑不僅局限於作品本身，而擴張至演員或導演等元素。除此之外，BL 劇的教育與引導功能僅有效於對同性戀愛平權持有中立態度的群體，對反抗者而言反而會增加厭惡感（蔡欣芸，2019）。

然而，蔡欣芸（2019）的論述中仍存在一些尚恍迷離之處，她在結論中指出，相較於二次元閱聽人，三次元閱聽人的性質更為明顯且單一，二次元閱聽人反而比較多元化，其中包含性取向，即使在受訪者簡介資料列表中皆出現雙性戀、同性戀、異性戀以及酷兒性的受訪者，生理性別女性閱聽人的性取向也並沒有被進一步探討，在座談意願表單和座談逐字稿大綱上甚至沒有針對性取向相關議題做出提問，可她卻僅憑生理性別男性的台灣 BL 劇閱聽人皆為同性戀的發現，就提出 BL 劇閱聽人的性取向比較一致的結論。更何況性取向原本就是個人隱私，一些受訪者不見得會在眾目睽睽之下的公開場合透露自己的性取向，焦點團體訪談法本不適合探討此議題。綜合以上因素，蔡欣芸（2019）又如何得出 BL 劇閱聽人性取向單一化的定論，因此三次元閱聽人的性質比二次元閱聽人更顯著明確的論述仍有一些破綻，無法自圓其說。

整體看來，初期的 BL 閱聽人研究多為量化研究，並且著重在 BL 讀者的使用動機以及性別認同，如鍾瑞蘋（1999）的《同性戀漫畫讀者之特性與使用動機之關聯性研究》和蕭湘文（2000）的《閱讀同性戀漫畫與性別認同之關聯性研究》，

他們皆稱 BL 漫畫為同性戀漫畫，不僅影響研究可信度，而且導致初期的 BL 定義模糊不清。劉平君（2003）則是 BL 漫畫定義模糊期的終結者，在《解構流行文化的權力軌跡－試析台灣漫畫文化》中將同性戀漫畫正名為 BL 漫畫。

隨後，BL 閱聽人研究多為質化研究，主要分為兩個層面，一則探究 BL 迷如何透過原作文本進行衍生以及創作，分析他們的動機以及其愉悅感背後的意義，如楊曉菁（2005）的《台灣 BL 衍生「迷」探索》以及張秀敏（2005）的《薔薇園裡的少年愛－同人誌文化與青少女性別主體》；二則從 BL 題材創作的相關文本，如漫畫或小說進行研究，探究 BL 讀者對 BL 文本的認知，其行為特質與閱讀經驗，如張茵惠（2007）的《薔薇纏繞十字架：BL 閱聽人文化研究》、葉原榮（2010）的《王子的國度：臺灣 BL (Boy's Love) 漫畫迷的行為特質與愉悅經驗之研究》以及張竣凱（2016）的《男同志閱讀 BL 小說經驗之探究》。即使蔡欣芸（2019）的《臺灣耽美劇閱聽眾觀看意圖之研究——以網劇《HIStory》系列為例》似乎也可以包含在第二個層面，但其與以上這些著重於二次元文本的 BL 閱聽人研究不同，她則從三次元的台灣 BL 劇進行研究。

綜合上述，台灣過往的 BL 閱聽人研究主要是從迷文化的視角出發，研究對象大多為二次元的 BL 迷，如同人誌、漫畫或小說等，針對三次元的 BL 閱聽人，如 BL 劇的相關研究十分稀少，且其論述並不完善。而本研究主要從跨國面向討論 BL 迷，探究三次元的 BL 迷文化，並以泰國 BL 電視劇為主，彌補台灣 BL 閱聽人研究的缺口。

## 第二節、泰國 BL 劇的跨國傳播與科技中介

隨著時代變遷與科技發展的演變，人類的放映設備已經從最早的錄影帶逐漸轉換成 VCD 和 DVD，直到千禧年代網際網路的興盛，人們透過網際網路收看影音內容已經成為主流趨勢。Hu (2017) 指出，自網際網路發展後，閱聽人的觀影習慣就發生了變化，VCD 和 DVD 被視為價格昂貴又耗時的「沉重」產品。相較之下，網際網路提供免費下載以及在線觀看服務，讓閱聽人可以隨時隨地收看，無需走到戶外或積累有形物品(Hu, 2017)。根據中國互聯網絡信息中心(CNNIC)的《2015 年中國青少年上網行為調查報告》，指出截至 2015 年 12 月，中國青少年網民用戶的規模已高達 2.87 億，其中 75.4%的中國青少年網民使用網路視頻收看影片。而在台灣，創市際市場研究團隊調查台灣用戶的使用情況，發現在亞洲市場中，台灣用戶位居榜首。如今，中國視頻網站已經取代電視台，成為最重要以及最有影響力的觀螢媒介（黃靖萱，2014）。網際網路時代早已鑲嵌在人類的日常生活當中，閱聽人在線上觀看影音視頻已經成為主流趨勢。

近年來，各國腐女粉絲藉由網際網路傳播作為彼此連結的主要溝通模式，比方說在網路上交換 BL 相關作品等（Nishimura，2013）。此現象呼應了 Lash 和 Urry（1994）所提出的觀點，以網路作為媒介成為交流的重要連接，不僅數據檔案可以通過數據傳輸，同時資本、資訊以及勞動力也得以相互運輸。Berry(2007) 觀察 20 世紀 90 年代 BL 類型在東亞地區廣泛普及，發現 BL 文化是與當地同性戀文化的出現息息相關。事實上不僅如此，20 世紀 90 年代在中國和韓國，BL 粉絲的興起與網際網路連通性的普及化是完全一致的，這意味著自 BL 類型開始流行，腐女粉絲就在網際網路上自在的跨國遊走（Noh，1998；Li，2009；Feng，2013；Yi，2013）。上述可見，網際網路的普及化與 BL 作品在各國的流通息息相關，無論是哪一種類型的 BL 粉絲，他們早已生存在無國界的網際網路時代。因

此，BL 在日本、台灣、韓國與中國閱聽人的跨國移動的流行文化中脫穎而出(Levi、McHarry、Pagliassotti，2008；Martin，2012)。

從以上脈絡觀察，泰國 BL 劇跨國化的傳播和流通也與科技的促進有著密切關係。根據研究者自身經驗觀察，隨著台灣 OTT 產業的發展，泰國 BL 劇在台灣傳播和流通主要由影音串流平台採購，並上架播出，如《CHOCO TV 追劇瘋》，在併入《LINE TV》之前，從 2015 年至 2018 年期間，該平台的 BL 館有超過一半的作品是來自於泰國的 BL 劇，為閱聽人提供了免費線上觀看服務。除此之外，中國字幕組和中國視頻網站也是台灣腐女粉絲收看泰國 BL 劇的管道之一。Hu (2017) 指出，在中國、香港與台灣，中國視頻網站有很大的影響力。中國視頻網站不僅提供幾乎免費又便捷的服務，而且能夠滿足需求中文字幕的華人觀眾 (Hu，2017)。可見，泰國 BL 劇的華人腐女粉絲是越過 VCD 或電視等其他媒介，直接在線上觀看泰國 BL 劇。

中國亦是如此，在中國電視劇製作產業協會以及中廣聯電視製片委員會共同制定的《電視劇內容製作通則》中，第五條列出電視劇中不得出現的具體內容，其中一項包括表現和展示非正常的性關係、性行為，如同性戀等。可見，因為放映和播出政策的限制，泰國 BL 劇無法在中國電視台上播出。隨後，中國網絡視聽節目服務協會於 2017 年 6 月 30 日發佈《網絡視聽節目內容審核通則》，規定網絡視聽節目中含有同性戀內容或情節的，應予以剪截、刪除後播出；問題嚴重者，則不得播出。可是在此通則發佈之前，泰國 BL 劇已在中國網際網路上傳播和流通，因此中國字幕組以及中國視頻網站在期間皆擔任重要角色。以下將探究中國字幕組與中國視頻網站連結下，如何因科技的介入產製以及傳播中文字幕組。

談及中國字幕組，其興起與中國 BitTorrent 論壇的盛行有關，兩者開啟並擴張以網路為主的消費者 DIY 文化，不寧唯是，中國 BitTorrent 匯集迷工作者製

作字幕，並藉由網路發佈和流傳最新且具中文字幕的外國電視劇的影音檔案，而泰國電視劇作為被字幕組加上中文字幕的選擇之一，這反應了中國年輕人的喜好（胡綺珍，2009）。胡綺珍（2009）將中國 BitTorrent 的崛起歸因於網際網路的普遍化，中國閱聽人在現有侷限媒體環境下，透過網際網路尋求被嚴格控管的進口國外影視節目。由此可見，科技與權力的重新分配相關，使得網際網路科技帶來控制權的變遷，權力的流動從組織轉至個人，有助於個人對資訊接收得以發揮更大的決定權（Shapiro，1999）。

關於中國字幕組產製中文字幕版時使用的數位科技，中國字幕組作為非營利組織，為了保持營運不中斷、提升組織規模以及對外服務，其無法與資訊科技資本主義有關作分割，如電腦、電腦軟體硬碟設備以及伺服器等（胡綺珍，2009）。此意味著科技作為產製上的實踐，不僅是科技的應用，其包含生產、分配以及消費的面向（Theberge，2001）。胡綺珍（2009）整理了中國字幕組的工作流程，指出每集戲劇播出後，就有粉絲立即尋找最新資源，然後透過網路傳送予字幕製作團隊，完成字幕翻譯、校對修正以及清除原有廣告工作，爾後將校正過的字幕放在螢幕上與聲音軌跡配合，最後則為壓製與上傳，高階的電腦設備有助於增加產製速度。根據工作流程的步驟，可以發現數位科技有著提高中國字幕組工作效率的功能。

中國字幕組發佈的版本十分多樣，提供不同的影音檔案格式給線上閱聽人選擇。對此，Spigel（2005）指出中國字幕組結合了電視影音檔案、網路、電腦以及 DVD 機等，創造多元科技聚合平台。胡綺珍（2009）認為，中國字幕組以網路為主要核心牽連其他數位科技，同時透過網路下載為主要科技手法，使高科技體現於非物質的數位科技生活形式，促成科技流動、科技便利以及科技網絡連結的形成。

French (2006) 指出，大部分的中國字幕工作者通常具備相當程度的語言能力、科技知識以及科技設備。從字幕製作者的科技使用可以看出，科技使用影響勞動面向，科技的中介也意味著舊有關係的重新解構與再建構(陳昱穎, 2014)。字幕製作者多為喜愛外國電視劇的大學生，兼顧消費者及生產者的身份，藉由網路科技的中介，跳脫時間和空間的限制，取悅其他作為消費者的閱聽人，同時促使中國字幕組的勞動資源綿綿不斷的輸入，換言之，迷工作者將科技中介與迷的情感連接，透過具有滲透性的線上溝通及被強化的情感動力，讓中國字幕組得以收編線上監控和督促，並串聯不同節點的迷工作者一同保持字幕組的生產和發佈，不僅如此，字幕製作者與線上閱聽人皆參與網路流通的 DIY 文化，包括自動搜尋和下載，積極地將影音檔案轉貼至各個網路論壇和視頻網站，簡單來說，中國字幕組收編下載者成為共同合作者，並與網絡連結的發佈系統一同攻佔網站和論壇(胡綺珍, 2009)。此趨勢回應了葉啟政(2005)對科技技術所提出的觀點，他認為具備科技技術的人，不僅促進彼此的互動交流，並且形成社交圈和網絡，而該群體具有自發性的行動可進行組織和再製。

作為迷的線上閱聽人，無論是否為字幕製作者，因「數位科技 DIY 式」的「參與式文化」，而被收編於情感與免費勞動的領域(Jenkins, 2006)。他們付出的免費勞動，藉由網際網路促使國外的電視劇在中國傳播和流通。泰國電視劇亦是如此，由於迷工作者在線發佈中文字幕版本，因此在中國成為一種流派。自 2003 年以來，中國的中央電視台、湖南衛視與安徽衛視等電視台播放泰國電視劇。根據常州晚報的報導指出，播出的泰國電視劇吸引年輕迷群，他們熱情地製作中文字幕版本。通過迷工作者的努力，線上的中文字幕版本的質量比中國電視台官方發行版本更高(Hu, 2012)。泰國電視劇在網際網路上的流行，提升了 2008 至 2009 年泰國電視劇官方電視台播出的收視率(米川, 2011)。此現象同時促進兩國政府合作。根據泰國門戶網站 Sanook 的報導，前泰國總理 Abhisit Vejjajiva 與前中國總理溫家寶在第六屆亞運會開幕式期間簽署合同，旨在增加中國電視台

引進泰劇的配額。對此現象，Hu (2012) 指出迷字幕組和迷文化含有拓展中泰文化平台的作用。而製作字幕不僅是一種連結，更能讓迷親近喜愛的影視產品和偶像明星，且是鼓勵迷成為產製過程其中一部分的因素，同時以非營利和共享的模式應對官方的正版權威（胡綺珍，2009）。

至於中國字幕組與中國視頻網站之間的連結，是伴隨 2005 年以來網絡視頻的發展，兩者在無管制的狀態下，許多字幕組透過與含有未經授權內容的視頻網站合作，同時與在線論壇、媒體播放器、下載管理器以及雲端儲存空間等元件建立親密連結，藉此提高自己作品的知名度，字幕組追求產品的快速發布以及廣泛流通，中國視頻網站也尋求更廣泛的閱聽人，因此兩者的市場邏輯是一致的，直到 2008 年，中國政府開始嚴格監視以及控管網際網路，中國視頻網站藉由購買外國電視劇播出權獲取經營許可證，而中國字幕組則面臨自我轉型，線上觀看的新趨勢以及網際網路的去中心化促成中國字幕組以不同的樣貌生存 (Hu, 2017)。此變化並不影響線上閱聽人，他們總會千方百計尋求中文字幕片源。線上閱聽人開始透過微部落格的服務網站「微博」和即時通訊軟體「微信」尋找資源，因為其兩者聚集了資源發佈者（李昭，2014）。

根據觀察專門製作泰國 BL 劇中文字幕版本的《天府泰劇》，他們對自己作品的發佈手法回應了以上所提到的趨勢。《天府泰劇》前幾部作品等在中國大型視頻網站上皆遭下架。面對此狀況，《天府泰劇》決定將通路轉至微博、微信、自製影音播放軟件以及直播平台等，透過這些管道提供線上閱聽人泰國 BL 劇中文字幕版的片源。如今，產製泰國 BL 劇中文字幕版的中國字幕組十分稀少，而《天府泰劇》在此趨勢擔任很重要的角色。

除了《天府泰劇》之外，還有一些專門製作泰國 BL 劇的中國字幕組，比如《齒輪字幕組\_GEARFanSub》和《喜翻譯製組》等。《齒輪字幕組\_GEARFanSub》

成立於 2017 年，是專門譯製泰國 BL 劇《一年生》和泰國演員 Perawat Sangpotirat 和 Prachaya Ruangroj 相關的中國字幕組，該字幕組之所以取名為齒輪，因為齒輪在《一年生》裡是 Perawat 飾演的 Arthit 和 Prachaya 飾演的 Kongpob 的定情物。不同於《天府泰劇》的是，《齒輪字幕組\_GEARFanSub》在題材的選擇上，除了譯製 Perawat 和 Prachaya 出演電視劇的中文字幕之外，還包括兩人參與錄製的綜藝節目和個人 Instagram 現實動態等。至於《喜翻譯製組》的出現，是因為《天府泰劇》內部某些因素，導致其中成員離開后，於 2017 年成立了《喜翻譯製組》，該字幕組與《天府泰劇》同樣主要從事泰國 BL 劇的中文譯製工作。

根據以上的論述，可以看出科技中介下泰國 BL 劇中文字幕版的產製情形與勞動關係，藉此推斷如何因科技的介入促使泰國 BL 劇在華人地區的傳播以及流通，而跨國華人觀眾是如何接觸以及收看泰國 BL 劇，亦是本研究將解決的問題之一。可是對跨國華人觀眾而言，泰國 BL 劇作為外來的流行文化文本，那麼當跨國華人觀眾在接受及消費外來的流行文化時，會形塑出什麼樣的文化，這是下一章節將要探究的問題。

### 第三節、流行文化與跨國粉絲

在眾多的亞洲流行文化文類當中，「哈日」和「哈韓」現象脫穎而出。在台灣，日本文化深入於社會各個角落，哈日族群擁有各式各樣的資源支持他們的行動。在中國，從青少年身上的穿著打扮或服飾妝容等生活風格，都可以看到韓國流行文化的影子。因此，華人在消費外來的其他亞洲地區的流行文化，將會有什麼樣的追星應援作為，是本章節欲找尋答案的問題。

#### 一、哈日現象

在台灣，「哈日」族群的形成與日本偶像劇的流行息息相關。1980年代後期到1990年代初期期間，是「哈日」風潮在台灣興起的階段（周筱婷，2016）。19世紀末的台灣，有線電視合法化，電視頻道與日俱增，為應對市場變化，衛視中文台領先播出一系列日本偶像劇，因收視率的告捷，導致其他電視台也跟進播放，讓精緻與細膩的日本偶像劇成為當時的收視保證，與此同時，藉由日本偶像劇的播映，帶動一股強烈的「哈日」風潮，此股風潮不僅促使影視工業環環相扣，並且推動流行音樂市場的變化，日本流行音樂便透過日本偶像劇的推廣下在台灣打開市場，除此之外，各種日本偶像劇相關書籍、旅遊與購物指南湧現在書店裡，可見日本偶像劇在台灣創造了一個新的消費空間（李天鐸、何慧雯，2002）。不僅如此，日本偶像劇全面深入在蓬蓬勃勃的台灣媒體消費環境，自由地被傳播、流通、觀看和解讀，透過衛星電視、有線電視、盜版VCD和錄影帶等媒介，快速且大量融入台灣哈日族群的生活，於此相對應而生的是逐漸日本化的本地媒體景觀，如今日本成為台灣主體內的一部分，日本偶像劇對台灣的影響遠超過收視成績，甚至延伸到消費與生活風格的層面（李明璁，2003）。可見，日本偶像劇的播出在此過程中擔任很關鍵的角色，而台灣哈日族群就在日本流行文化炮轟式

的環境中形成。

李天鐸和何慧雯（2002）指出，以日本流行文化為時尚指標的哈日族群以女性居多，具備高消費能力，對日本流行文化不具抵抗力，成長在 90 年代，經歷台灣經濟快速發展，沒有親身經歷日本統治時期，也沒有受過「反日」的意識形態教育，因而對日本殖民統治的體驗和記憶十分模糊。日本殖民統治的歷史不僅作為台灣現代化的鋪路者，同時在台灣民眾心中延續下來的是日本比台灣更現代化的印象，對此李天鐸和何慧雯（2002）進一步指出，哈日族群行為背後隱藏著權利不平等所造成的自我臣服化，對哈日族群來說，日本偶像劇作為流行資訊的指南，並視日本現代化社會生活為仰望對象，此種仰望與想像在日常生活轉換為消費被實踐出來，而這些消費行為已成為生活的部分，例如服裝或生活用品等。

台灣哈日族群得以「現身」的第一個傳播場域是《中國時報》所開發的「男生女生配」專欄，該互動專欄由主筆回應哈日族群的投書，投書內容關於對日劇的問題或看法，透過此運作方式，哈日族群從原本各自收看日本偶像劇的個體跨越至集體頻繁熱絡的分享與討論，並形成了認同氛圍和想像社群（李明璁，2003）。

伴隨著日本偶像劇流行，越來越多人想藉由學習日文，了解更深入的日本文化，因此當時學習日文在台灣哈日族群中成了一股新的熱潮。鍾梅英（1998）指出，自 1994 年台北的公私立高中開設日文選修課程開始，日文成為台灣學生偏愛學習的外文，而學生學習日文的動機按比例排列分別是「對日文感興趣」、「想閱讀日文雜誌並吸收資訊」、「想了解日本」以及「想了解日劇劇情」等。楊于萱（2009）進一步指出，大學生學習日文動機以「整合性」動機為主，其中最高為「喜歡日本的電視節目和聽日本流行音樂」，其次為「喜歡日本的流行產物以及文化」，而「喜歡日本」、「欲接近日本」以及「被日本吸引」等因素，則為引發大學生學習日文的動機。從上述可看出，學習日語的態度大多數是基於一種情感

性，或說是認同性的出發點，而學習作為型塑認同過程中的重要機制（李明璁，2003）。換言之，對於哈日族群而言，學習日文作為拉近與日本流行文化距離的工具。

學習日文人數大幅增加的同時，前往日本旅遊的台灣哈日族群人數也瞬速提升。當時日本偶像劇對台灣旅遊業的影響力促成了「日劇場景之旅」的出現，此種新旅遊商品透過「傳統景點的日劇場景化」、「與日劇相呼應的新興景點」以及「日常生活空間的景點化」的途徑建構旅遊凝視（李明璁，2003）。對於此種與日本偶像劇結合的主題式套裝旅遊形式，根據索緒爾（1916／劉麗譯，2009）所提出的符號學的觀點來看，符號（Sign）是由意符（Signifier）和意指（Signified）組成，意符本身並不存有任何意義，意指則會根據解讀者的文化背景與自身經驗產生不同的解釋和意義。在日本偶像劇中出現的建築物和場所，對於喜歡日本偶像劇的哈日族群來說，經過他們詮釋的意義分享和社會建構，並將其與劇中的情節對話，以及情感經驗相互連結，因而賦予這些場景更深沉的符號意指，如浪漫和感動等，有些哈日族群赴日本旅行前，在其日常生活中原本就喜歡接觸與消費日本產品，而赴日旅行之後，不僅在消費商品的層次上更加肯定，而且比以前更旺盛，有一些甚至產生了「想成為日本人」的慾望。（李明璁，2003）。

中國哈日族群的形成也同樣與日本偶像劇的流行有所關聯。20 世紀 80 年代被認為是中國對日本影視作品的全民消費時期（惠曉婧，2010）。日本電視劇作為中國民眾初次接觸到國外的非政治化的大眾文化作品，在中國推陳布新的特殊歷史下，中國民眾不僅在計劃經濟體制長期生活，而且可消費的精神產品供不應求，日本電視劇一進入中國便深受觀眾的喜愛，自 1992 年開始，中國中央電視台頻繁播出日本偶像劇，哈日族群也在此時大幅度出現，然而，因地域所限等各因素的影響，21 世紀開始日本偶像劇從中國電視屏幕中逐漸淡出，觀眾也從全體民眾變成年輕族群，但日本偶像劇有著滿足青少年對愛情和生活的想像之功能，

所以自 20 世紀 90 年代以來，中國哈日族群的成員主要是大中學校學生以及青年白領（溫朝霞，2006）。

雖然中國與台灣的哈日族群多為青少年群體，但歷史背景的不同，他們所處的消費環境也不同。蔣立峰（2002）進行了一項調查，關於中國民眾對日本的親近感和印象，發現高達 43.3% 的中國民眾對日本感到「不親近」和「很不親近」，僅有 5.9% 的中國民眾感到「非常親近」和「親近」，其餘則為「一般」和「不清楚」，而有高達 53.5% 的中國民眾，其心中對日本的形象為「侵華日軍」。因歷史因素的影響，中國民眾對日本並不感到親近，對日本形象亦難稱良好（蔣立峰，2002）。所以自中國改革開放以來，哈日族群便在不親近的心境下，大量消費各種日本產品（孫忠民，2005）。

哈日族群通常對日本產品抱有濃厚的熱情和興趣，接觸日本偶像劇和日本流行音樂等產品皆為他們生活中的日常行為。除了欣賞和討論日本偶像劇的故事情節以及人物造型之外，中國哈日族群還有其他的衍生性行為。日本偶像劇的主題曲和插曲作為哈日族群日常閱聽的音樂類型首選，有部分哈日族群在中國翻唱網站上翻唱日本偶像劇的主題曲和插曲，或者將原本沒有歌詞的背景音樂配上歌詞，甚至將日文歌詞改為中文演唱，除此之外，哈日族群也會按照個人喜愛，將日本偶像劇進行延伸性的同人創作，有些會將日本偶像劇的劇照或者截圖進行加工處理，製作成電腦桌面或手機平面，也有些會將經典的橋段重新拼接，並展現劇中精華部分，有些甚至將不同偶像劇的橋段重新進行組合，再配上字幕對白展現全新的故事情節（惠曉婧，2010）。不僅如此，哈日族群也會透過購買日本偶像的周邊商品，證明對偶像的喜愛，並增加偶像曝光率與經濟利益，如寫真集、應援扇和手燈等，周芳羽（2018）認為此消費行為是一種儀式，透過儀式化的購買與支持行為，哈日族群得以踏入日本偶像圈子，不被群體中的其他成員排擠，並進行交流，因為不花錢的消費方式在哈日族群中是不被接受的。

根據以上提出的脈絡，中國哈日族群出現的時期，正是網際網路瞬速發展的階段。惠曉婧（2010）指出，因中國電視播出的日劇多為老片，所以網路便成為哈日族群所青睞的主要管道，而哈日族群進行內部交流的場所已延伸至網際網路空間，如日劇字幕組論壇、日本藝人專屬應援論壇、日本偶像劇相關的 QQ 群和百度貼吧等。日劇字幕組專屬論壇作為打破空間限制的交流平台，給哈日族群的提供最新和免費的日本偶像劇資源，將哈日族群齊聚一堂，透過開設互動版塊增加參與感，如每部劇會有獨立的討論帖子，其內容十分豐富，哈日族群可以在該帖子進行劇情討論，同時也可以發表自製作品提供給其他人下載，所以日本偶像劇在中國主流的電視媒體上消失，並無法切斷哈日族群接觸日本偶像劇的管道，也不影響其對日本偶像劇的熱情（惠曉婧，2010）。

## 二、哈韓現象

隨著時間的推移，日本流行文化在東亞及東南亞地區的趨勢大不如前，在臺灣繼哈日之後，如今被取而代之的是哈韓族群。「亞洲流行」在 1990 年以日本為主導，尤其是偶像劇最為流行（Iwabuchi，2002）。然而，自從 90 年代後期開始，韓國電視劇、電影、旅遊、音樂和食物等消費產品風靡中國和台灣等東亞地區（Shim，2006）。直到 2000 年，因為日本偶像劇受到「韓流」影視產品在亞洲強勢傳輸的壓迫，導致原本作為「亞洲流行」主導的日本轉讓為韓國（Siriyuvasak、Shin，2007）。韓國電視劇在台灣屢次創造高收視率的成績，對此，Liu 和 Chen（2004）進一步指出，台灣觀眾之所以瞬速接受韓國電視劇，是因為韓國電視劇的故事情節反映出現代台灣人民的生活特質。從 2000 年開始，韓國流行音樂在韓國電視劇所帶領的「韓流」風潮中，以主題曲的樣貌打入台灣音樂市場，並逐漸受到矚目，隨後，自 2004 年開始愈來愈多的韓國男子團體進攻台灣音樂市場，

促成哈韓族群在台灣日益增加，如今韓國流行音樂在台灣已不是陌生的流行文類（許如婷，2014）。總而言之，韓國電視劇和流行音樂則作為「韓流」在台灣盛行的主要推動者（Huang，2002）。

在台灣以往的研究中，通常認為哈韓族群的主要成員多為青少年族群，對此，江佩蓉（2004）指出，其實中年已婚婦女在其中佔相當的比例。林文婷（2011）也指出，如今男性哈韓族群日益增加，哈韓族群已從只限於國高中生，延伸至大學生以及已工作的社會人士。哈韓族群在接觸韓國流文化後，為了更進一步了解韓國文化而開始學習韓文以及去韓國旅遊，因此哈韓族群的追星行動已不是青少年的專屬特權（Mori，2008）。

自韓流在台灣盛行之後，各式各樣的韓國文化商品湧現在台灣的消費市場（Shim，2006；江佩蓉，2004）。許如婷（2014）指出，台灣哈韓族群在日常生活中，接連不斷的接受韓國流行音樂、電視劇、綜藝節目、實境真人秀和網際網路等媒體文本商品，因此形成跨國「韓流」崇拜文化。韓國男子團體音樂文化商品運用「多元語言」策略進攻各國音樂市場，對於台灣哈韓族群而言，除了消費韓國男子團體不同語言版本的專輯和單曲外，還必須收藏跨國版本的演唱會精選、花絮、MV、DVD 和 VCD 等版本的音樂商品，沉浸在消費愉悅中（許如婷，2014）。不僅如此，韓國影視產業也千方百計以各種方式促使哈韓族群消費偶像，讓哈韓族群可以通過觀看專訪、電視劇和綜藝節目等，更進一步了解偶像明星的訊息，尤其真人實境秀綜藝節目，使哈韓族群沉迷於想像偶像真實性的空間中（Leung，2012）。此趨勢呼應了 Jenkins（2006）所提出的新形式「粉絲」參與文化，消費者不但更容易接觸，還可以不斷持續的轉換和循環媒體內容。而在日常生活中沉溺於不同韓國男子偶像互文媒體，是哈韓族群從個體加入至集體的過程，哈韓族群藉由網際網路，如 Facebook、Twitter、 微博和 PTT 等平台，和各地不同的哈韓族群對話和分享，因而形成具共同想像的群體（Jennings，2007）。

韓國男子團體皆有專屬的正式粉絲社群、粉絲團或後援會，台灣哈韓族群為表現自己的身份，積極加入和定期參與韓國偶像相關活動，如演唱會和粉絲見面會等，全心投入「粉絲文化」（許如婷，2014）。陳佩鈺（2013）指出，哈韓族群為偶像進行應援活動時，如同成癮般在每一場都參加，同時進行飯拍（粉絲所拍的照片或影片），或自學韓文，至韓國網站搜尋偶像相關訊息等。邱淑涵（2012）也指出，哈韓族群在成為粉絲或加入後援會後，對應援標誌、象徵符號、應援物品等共同擁有的物品，具高度的認同感。不僅如此，以參與韓國男子偶像團體官方粉絲團、後援會和偶像相關活動，來表達對偶像的支持與喜愛，此過程對身為韓國男子偶像團體的哈韓族群來說是十分重要的消費儀式（Shin, 2007）。因此，台灣哈韓族群聚集守候偶像所住的場所、機場接送機、餐廳攔截、包車緊追偶像和跟隨偶像所有行程等行為，許如婷（2014）將之解釋為展現哈韓族群集體偶像認同的儀式文化。

台灣哈韓族群對於韓國男子團體的崇拜，已將認同融入日常生活的想像，並在媒介景觀汲取想像力，如韓國音樂綜藝節目、電視劇、實境秀和網際網路等，因而產生前往韓國觀看偶像演唱會、參加簽名會以及成為後援會成員的欲望（許如婷，2014）。對此，Shim（2006）在其研究發現，台灣青少年哈日族群將韓國偶像明星的照片裝飾他們的背包、筆記本電腦和房間等個人用品和空間，因對韓國文化十分迷戀，所以他們皆渴望學習韓文和去韓國旅遊。台灣民眾開始大量赴韓國旅遊的趨勢，與韓劇在台灣流行的時間點相互吻合，當時台灣多家旅行社也趁熱打鐵，紛紛推出搭配韓國電視劇景點的團體套裝旅遊行程（紀淑芳，2002；江佩蓉，2004）。周筱婷（2016）進一步指出，內心對韓國偶像明星無法壓抑的慾望是台灣哈韓族群進行跨國追星實踐的主要動機，「韓國各大電視台」、「韓國各大娛樂經濟公司」、「偶像本身或與偶像相關的人經營的店面」、「韓劇或韓綜景點」以及「演唱會現場、音樂劇劇場、大小公演場所」，皆為台灣哈韓族群去韓國進

行跨國追星實踐的主要場所，除了韓國以外，日本、中國、香港和其他亞洲地區也皆是台灣哈韓族群跨國追星實踐的路徑，而從實踐過程中，哈韓族群獲得個人經驗的累積，豐富人生意義，並產生愉悅感。

除了台灣之外，中國也同樣作為「韓流」中心發源地，而且自 1990 年開始則為韓國將電視劇輸入的主要對象國家（侯政男、蔡宗哲、陳欣欣，2011）。20 世紀 90 年代後期，第一代韓流以電視劇等影視內容產品為主在中國市場流行（陳婧，2014）。Heo（2002）和 Shim（2006）指出，從 1997 年開始，韓流在中國盛行，當時中國中央電視台引進播出的韓國電視劇《愛情是什麼》在中國電視史上創下第二高收視率的成績。邁入 21 世紀後，經歷沉寂時期，然而，2011 年開始，多部韓國偶像劇在中國的熱播，又一次將韓流在中國推向高潮，隨後，韓國綜藝節目版權被引進中國，韓國流行音樂和韓國電影在中國的受歡迎程度日增月益，因而大多數的韓國偶像明星逐漸進入中國觀眾的視野，隨之而來的是，在中國形成了龐大且忠誠度較高的哈韓族群（江青媛，2016）。因受到製作制度的限制，中國電視劇在題材的挑選上通常相當嚴肅（侯政男、蔡宗哲、陳欣欣，2011）。而被引進中國的韓國電視劇，主要是輕鬆的題材，除了讓觀眾得以暫時忘卻壓力和煩惱之外，如同夢幻一般的愛情故事情節與青春偶像明星，對廣大的中國青少年觀眾是具有相當高的吸引力（高福安、王曉妍，2008）。

江青媛（2016）和朱姝（2017）指出，中國哈韓族群主要以高中大學的青少年女性為主，隨著中國經濟社會發展節奏的不斷加速，中國民眾的壓力也隨之增大，共同的偶像明星對於中國青少年獨生子女來說，有助於排解來自學業、工作和情感的壓力所帶來的落寞感。在這樣的生活背景下，經由韓國的造星系統推出的偶像明星通常以努力作為宣傳價值核心，給中國哈韓族群提供的，不僅是滿足渴望與喜愛的偶像共同經歷成長的慾望，而且可以從偶像身上獲取正能量，因而不斷加深對偶像的支持喜愛，此種對偶像的情感投入帶來的是文本生產力，中國

哈韓族群運用現有的文本自製視頻、圖片、桌曆、內部期刊、玩偶和專屬標誌等（江青媛，2016）。可見，中國哈韓族群是一群對韓國偶像明星具高忠誠度、高生產力的青少年。

如今，中國哈韓族群的消費行為十分多樣，收看韓國偶像劇和電影、閱聽韓國偶像發行的歌曲和赴韓國參加演唱會等已成為中國哈韓族群的消費常態。江青媛（2016）指出，具經濟能力的中國哈韓族群，為了給喜愛的偶像衝銷售量，他們會購買多版本和限量版專輯，因中國政策因素，許多韓國電影無法在中國電影院上映，為偶像貢獻票房他們會前往韓國觀看，其他諸如見面會和偶像參與錄製的綜藝節目皆為哈韓族群前往韓國的目標，除了消費官方周邊商品外，有些會自製周邊商品轉送給其他人，無關盈利，純粹以追求心理滿足為目標。

自 2012 年開始中國出現明星類 APP，該類型 APP 主要分為「由明星授權的個人 APP」、「明星資訊整合平台」和「專屬明星 APP」，這些 APP 作為哈韓族群消費偶像明星的新平台，其給哈韓族群提供了新聞、通告、視頻、照片和音樂等與偶像明星相關的資訊，通常均設有評論區和粉絲牆等板塊，除此之外，在網際網路時代，偶像明星皆會在網路上開設社交帳號，如微博、Twitter 和 Instagram 等增加曝光度的工具，分享自己私人信息和生活情節，哈韓族群也可以藉由評論、點讚和私信等方式與偶像明星進行互動（朱姝，2017）。陳佩鈺（2013）認為，比起哈日族群，哈韓族群在消費文化的過程中，其主動性較強，韓國偶像也不再是高高的形象。由此可見，網路作為偶像明星與粉絲進行互動的主要平台，同時也是打破偶像明星觸不可及局面的工具。

在中國，網際網路也作為哈韓族群進行內部交流很重要的平台。中國哈韓族群在日常生活中，主要透過微博，微博的 Instagram 等媒介關注偶像相關訊息，並使用微信和 QQ 等社交工具與其他的同好者分享和討論偶像（江青媛，2016）。

有些哈韓族群則會在收藏帖展現自己收藏的明星簽名照或周邊商品等，有些則會在追星的過程中，透過手機或微博的直播功能或軟件，將近距離接觸偶像的經驗，如接送機，演唱會，簽售會等在網絡上分享（朱姝，2017）。蔡騏（2009）指出，個體與集體的哈韓族群透過網際網路建立專屬於內部人士的社區，齊聚了不同地區，年齡，職業和種族等，並擁有共同的偶像為精神領袖的成員，形成規模龐大的想像共同體。在此網際網路空間，江青溪（2016）認為哈韓族群得以抒發情感、展演自我和參與與偶像相關活動，並建立彼此間的信任與歸屬感，藉由此情感的連接，哈韓族群可以激起更多的成員為偶像進行網絡投票、打榜或「安利」（推薦）等線上活動，此情感也會延伸至線下活動，如接送機或演唱會應援等。

綜合以述，日本的流行文化，在不同的歷史背景，不同地區的華人在接受程度上各不相同，最顯著的例子則是台灣的哈日族群有些想成為日本人，而中國哈日族群則在對日本不親近的心態消費日本產品。跟隨者網路科技的發展，閱聽人的消費文化也跟著改變，中國和台灣的哈日和哈韓族群從線下的個體欣賞延伸至線上的集體討論和分享，網際網路有助於閱聽人從被動者逐漸成為主動者，甚至成為生產者，讓原本遙不可及的偶像明星也變成日常生活中觸手可及的對象，因此網路在哈日和哈韓族群的消費行為、個人展演和文化表現中擔任很重要的角色。

透過台灣和中國的哈日和哈韓現象，來理解華人跨國粉絲文化，是本章節的目的。泰國 BL 劇同樣作為外來的文化產品，那麼對華人跨國觀眾而言，泰國 BL 劇具有何種跨國文化商品的意涵，喜愛泰國 BL 劇的華人觀眾又會有何種消費行為和文化表現，以上皆是本研究想要處理的問題之一。然而，本研究試圖將中國觀眾和台灣觀眾統稱為華人觀眾，可隨之而來的是國族認同的矛盾與兩岸的政治對峙，雖然這並非是本研究所關切的課題，但這當中的確有可能導致不同地區的華人觀眾在觀看經驗和行為實踐上有所差異，因此該課題將在深度訪談的整理分析結果後，再進行後續相關分析。

#### 第四節、研究問題

如今，泰國已然成為 BL 劇生產聖地之一，並持續吸引中國和台灣等跨國觀眾的關注，此趨勢是本篇論文中最為關切的。在此情況下，泰國 BL 劇的跨國華人觀眾成為必須討論的重要課題。然而，此課題在過去的研究中可謂少之又少，就算姑且不論泰國 BL 劇，連 BL 劇此類型在學術研究的討論，也是寥寥無幾。在做研究的過程中，引起我興趣的是，泰國從男男影視作品到 BL 劇的出現，這期間不斷備受跨國華人觀眾的關注，無論是 2004 年第一次出現男男戀故事支線的《愛在 8009》、2007 年紅遍亞洲的《愛在暹羅》，或是 2014 年首部泰國 BL 劇的《為愛所困》等等，這些皆為熱衷收看泰國 BL 劇的跨國華人觀眾熟悉之影視作品。藉此，本研究將討論建立於跨國面向，探討跨國華人觀眾，到底對泰國 BL 劇抱有著什麼樣的看法、他們的喜愛程度、支持方式以及背後意義，以上皆為本研究關注的焦點。

經過上述思考與討論後，本研究中提出以下兩個具體研究問題：

一、網際網路時代下，泰國 BL (Boy's Love) 劇如何在東亞地區成為跨國華人觀眾的選擇？這些固定持續收看泰國 BL 劇的華人觀眾之中，他／她們又是哪些群體？他／她們在觀看泰國 BL 劇的過程中所獲取的愉悅感為何？而愉悅感背後具備著何種意義？

二、承上題，泰國 BL 劇的跨國華人觀眾如何獲取追星資訊以及有什麼樣的追星應援作為？他／她們的追星作為隱藏著何種意義？而在實踐追星行動的過程中，這些跨國華人觀眾對泰國 BL 劇演員又抱持著何種想像？

### 第三章 研究方法

#### 第一節、研究者位置

我小學到高中就讀於曼谷男校，學校周邊的漫畫專賣店都是以男性消費者為主。初次接觸 BL 類型，是國中同學帶我去學校附近的漫畫專賣店，這漫畫專賣店是以女性消費者為主，當然也有賣 BL 漫畫。因從小偏好閱讀漫畫，尤其少女漫畫，但是在閱讀中常常卡在尷尬的位置。接觸 BL 漫畫之前，只接觸到少年漫畫與異性戀愛情羅曼史漫畫，我不知道原來世界上竟會有以男男之間愛戀為描寫主軸的愛情羅曼史漫畫。所以我第一次看到以男男相戀為劇情描寫的漫畫時，感到非常的新鮮。接觸 BL 漫畫後便覺得此類型屬於自己，從此就一直沉浮閱讀 BL 漫畫的境界。放學後立刻跟同學瞬速去漫畫專賣店買 BL 漫畫，回家時很快的把功課寫完，為了有更多的時間閱讀 BL 漫畫，有空的時候也常常會在網路上去找 BL 小說來閱讀。也是因為看了許多 BL 文本，導致在現實生活中，若看到兩個男性之間的互動，在心裡也會想像他們如同 BL 文本裡一般恩愛。在看異性戀愛情羅曼史的電視劇時，會把注意力放在男主角和男反派或男二角的互動上，並希望他們能夠在一起，自動會把女主角消失。

當時雖然我很喜歡閱讀 BL 漫畫和 BL 網路小說，認為此類型合我的口味，但偶爾還是感到自己卡在一個尷尬的位置，不清楚如何投入。我認為這是跟我自己的性別認同（心理性別）有關係，但在回答這個問題之前，應該先了解在泰國表現性別的詞彙。沒有經官方統計，泰國表現性別的詞彙超乎想像的多，在民間的用法有高達十八種之多的性別，其中讓我當時分不清自己性別認同的詞彙是「Kathoey」和「Gay Queen」。Kathoey 這一詞許多華人將其稱為「人妖」，指的是生理性別為男性，但是想成為女性。Tapingkae (2013) 把 Kathoey 定義為生理

性別男性的個體，同時具備陰柔特質，包括裝扮，該個體不被歸類為男性或女性，而被歸類為 Kathoey。Gay Queen 指的是具備陰柔特質的生理性別男性，喜歡男性，在性行為擔任受的一方。相反的具備陽剛特質的生理性別男性，喜歡男性，在性行為擔任攻的一方則被稱為「Gay King」。Danthamrongkul (2004) 把 Kathoey 和 Gay Queen 歸類為「第三性別」，她所指的第三性別是男同性戀，或生理性別男性的同性戀，同時具備陰柔特質，第三性別包括 Bi (指 Bisexual)、Gay (包含 Gay King 和 Gay Queen)、以及 Kathoey。可見，Kathoey 和 Gay Queen 在泰國分不清楚，兩者的定義十分模糊的。

我在國小四年級就已經發現自己的性別認同並不是男性，我認為自己是 Kathoey，同時我也是 Gay Queen，因當時我誤以為這兩者其實是一樣的。所以我在閱讀 BL 漫畫或 BL 小說時，總以同志的視角，把自己投入在 BL 故事裡「受」的角色，雖然閱讀 BL 漫畫和 BL 小說讓我感到愉悅，但有時並沒有那麼愉悅，當時以為是故事情節不符合我的口味，便不了了之。直到大學三年級，我去中國大陸留學一年，當時想著機會難得，不用在乎父母的眼光，因此決定留長髮穿裙子，每天都打扮成女性。那時我才發現自己並不是泰國民間社會所指的 Kathoey 或 Gay Queen，雖然我的生理性別是男性，可是我的心理性別是女性，我是跨性別女性。

隨後在閱讀 BL 漫畫和 BL 小說時，我不用總是逼自己投入在 BL 故事裡「受」，我可以以女性的視角作為旁觀者觀看 BL 故事裡「攻」和「受」之間的互動。正如守如子在 2018 文化研究年會的國際主題論壇《日本 BL 文化的歷史與現狀》上提出的觀點，她說閱聽人在看 BL 文本時的看法有三種，第一種看法是對故事裡的「攻」角色感情投入，第二種看法是對故事裡的「受」角色受感情投入，第三種看法則是看望這兩者的第三者角度。守如子認為 BL 文本容易強化第三者的視角，所以閱聽人可以從「攻」角色和「受」角色中間得到愉悅和快感。

我清楚自己的性別認同之前，曾經有一度以為 BL 類型是專門屬於男同志的，既然異性戀愛情羅曼史的本是給女性看，那麼以男男之間的愛戀為描寫主軸的愛情羅曼史的 BL 類型就應該是給男同志看，可當時我發現身邊的男同志朋友他們並沒有像我這樣喜歡 BL 漫畫。清楚自己的性別認同後，我確認 BL 類型並不是專屬於男同志，可我也發現 BL 類型也不是屬於普遍的女性，因我身邊的女性親戚也沒有人在看 BL 文本。直到我開始在網路上尋找 BL 相關的資訊，才發現有一群熱衷消費 BL 文本，她們在網路上自稱「Sao Y」，泰文 Sao 的意思是女性，Y 取自 YAOI 一詞，所以 Sao Y 的直接翻譯，就對應中文裡的「腐女」。從此我就索性的認為自己也是腐女。腐女在網路上會在留言版塊互相討論關於 BL 小說故事裡的情節，以及角色之間的互動。但是當時我只專注 BL 文本，並沒有在網路上與其他腐女討論。

在國、高中至大學時期，我對於 BL 漫畫和小說裡男男愛情為世界中心的内容非常有興趣，但因小學至高中讀的是男校，大學時期身邊並無喜愛閱讀 BL 漫畫的朋友，這期間我並不認識其他腐女。直到大學畢業，在擔任娛樂記者工作時，剛好見證了《為愛所困》掀起泰國腐劇的熱潮，直到《一年生》的爆紅。工作期間採訪了很多出演 BL 劇的演員，因 BL 劇相關的採訪以及新聞報導有助於增加節目的收視率，工作三年來認識了不少泰國 BL 劇的導演，演員以及腐女粉絲。此外，應工作內容需求，每一部泰國 BL 劇我都會看，至今已看過大概 10 部劇。

我之前主持的節目的主要觀眾為華人，剛開始籌備節目企劃書時，原本把主要觀眾目標定位中國大陸，可電視台長官認為，凡是對泰國娛樂新聞感興趣的華人，都應該是該節目的觀眾目標。初次採訪 BL 劇的演員，是當時公司的同事推薦我去採訪《為愛所困》的劇組，因這部 BL 劇在中國大陸的網路相當有知名度。在採訪之前必須提前做足功課，我在網路上參考華人腐女粉絲的留言來整合採訪提綱，而採訪當天正我初次接觸腐女粉絲。這期節目播出後是節目開播以來，收

視率和點擊率最高的一期，吸引了不少腐女華人觀眾。節目播出滿一周年後，我發現華人腐女市場是有前途的，於是我跟電視台長官提出建議，最後電視台長官決定多重視華人腐女觀眾。

之所以多針對華人腐女觀眾，主要原因是當時泰國 BL 劇剛興起，大多數的本土電視台還沒有注意到 BL 劇，本節目是少數電視台中可以提供跟 BL 劇相關的資訊，而且本節目以中文播報，呼應了需要中文字幕的華人腐女觀眾，所以華人腐女觀眾提供該節目展開新的一條路。

上述可見，我雖然在國中時期就已經接觸 BL 類型，但是直到大學畢業工作之後才認識腐女，而且接觸的腐女群更是主要觀看 BL 劇為主。我認識華人腐女的情況，也就是在某次採訪現場，一開始認為她只是演員的粉絲或者是追星族，但是後來發現其實並不是這樣，因為我常常去採訪出演 BL 劇的演員，不管是哪一部 BL 劇的演員出席活動，我都會見到幾乎是同一群的華人腐女粉絲，而且人數越來越多。那時我已經大概知道腐女粉絲是熱衷消費 BL 劇的群體，但是因為工作關係，我當時只是把華人腐女視為節目的主要觀眾，僅此而已。

接觸了 BL 劇之後，為了吸引更多華人腐女觀眾收看節目，每一次我觀看 BL 劇，我都會思考哪個橋段會讓腐女感到愉悅，哪句台詞可以服務到腐女，劇中哪一對角色的互動是腐女想要看。每次採訪出演 BL 劇的演員，我都會根據華人腐女粉絲的喜好以及其所關心的事情去提問，久而久之我慢慢理解華人腐女粉絲需要的是什麼，要怎麼提問才會讓華人腐女粉絲得到愉悅。雖然我認為已經相當了解泰國 BL 劇的華人腐女粉絲，並知道如何服務她們，但既然如此，我只以商業面向看待這些華人腐女觀眾，並不知道華人腐女粉絲的愉悅從何而來，也不知為何得到愉悅。而本研究將助於我更進一步了解泰國 BL 劇的華人腐女觀眾。因此，我將拋開商業的考量，以泰國 BL 劇工作者兼腐女一員進行研究。

## 第二節、研究方法與執行

本研究主要關心的核心議題在探究泰國 BL 劇如何因科技的介入，成為跨國華人觀眾的選擇，而一些跨國華人觀願意且眾積極實踐追星應援行動，此行為對他／她們的意義為何。據此，本研究決定採取深度訪談法，通過與泰國 BL 劇的跨國華人觀眾進行訪談的方式，更深入了解泰國 BL 劇在他／她們心中的想法、觀看以及追星應援等經驗，以回應本研究的研究問題。

### 一、深度訪談法 (In-Depth Interview)

葉乃嘉 (2008) 指出，訪談法根據層次可分為「常規訪談法」和「深度訪談法」；根據受訪者的數量，可分為「集體訪談法」和「個別訪談法」，其中個別訪談法可分為「結構化訪談法」和「非結構化訪談法」；根據媒介皆可分為「當面訪談法」和「電話訪談法」。而在本研究當中，將使用深度訪談法作為研究方法，並以個別與當面訪談為主。深度訪談法作為質性研究的蒐集資料的方法之一。一般而言，深度訪談法是指研究者藉由訪談方式，挖掘一些無法從純粹面對面的普通訪談方式來獲取的重要資料 (文崇一、楊國樞，2000)。而透過深度訪談法所獲取的資料具備更深入描述事物的本質，以作為進一步分析的依據 (萬文隆，2004)。此外，深度訪談法通常需要較長時間進行，因此研究者不僅可以掌控受訪者主觀意識，而且當遇到敏感問題，研究者可以使用訪問技巧，醞釀愉快的氣氛，讓受訪者在舒服的狀態回答，甚至有充裕的時間觀察受訪者的非語言反應，這些臨時反應皆可作為輔助資料，有助於處理更為完整的資料分析 (Wimmer、Dominick，2002)。

綜合上述，本研究之所以選擇深度訪談作為研究方法，並且僅以個別與當面

訪談法為主，是因為受訪者通常會有防備心，所以藉由面對面交談的過程，能夠拉近與受訪者的距離，打破與受訪者之間的隔閡，並且還清楚的感受到受訪者的情緒、表情以及言詞中所隱藏的感。可見，當面的深度訪談法有助於我從受訪者的訪談中獲取更豐富且深入的分析資料。

為了更深入了解泰國 BL 劇的跨國華人觀眾，本研究也將以非結構化訪談模式進行。非結構化訪談法通常比較深入，對個別的受訪者不需要有固定的問答方式，但是必須要具備相關的主要問題和訪談綱（葉乃嘉，2008）。進行訪談之前，根據研究問題先擬定訪談綱，與受訪者對談的過程中，便跟隨當時的訪談氣氛和情況，所提出的問題將根據談話的內容，在沒有偏離主題的狀況下隨機應變地提出。不僅如此，假如沒有提出要求，我便不會事先向受訪者揭露訪談綱，因為根據自身主持經驗發現，若受訪者預先具備回答方向，將會缺少了許多臨時反應，而這些反應往往都是最真實且珍貴的資料。有幸的是，本研究的受訪者剛好也沒有提出此要求，因此在進行訪談中獲取了出乎意料的資料，

## 二、研究主體與訪談操作

《不期而愛》的導演 Siwaj Sawatmaneekul 在接受泰國公共電視台 ThaiPBS 《Art Club》節目訪談時指出，透過 YouTube 數據分析頻道成效發現《不期而愛》收視群的所在位置，泰國收視群僅占 60%，其餘的皆為泰國境外的收視群，其中包括中國、越南、緬甸和巴西等地區。可見，泰國 BL 劇的跨國觀眾分佈在不同地區，可是本論文研究主軸僅聚焦於跨國華人觀眾層面，因而我將以立意取樣（purposive sampling）為研究樣本選取方式，意謂研究者從可近母群體挑選，以主觀的判斷取捨所需的研究考察對象（吳麗珍、黃惠滿、李浩銑，2014）。運用立意取樣方式主要指望研究參與者可以針對某些現象給研究者提供豐富且深入

的相關資料 (Patton, 2001)。如今，泰國 BL 劇可謂層出不窮，華人群體一直以來都是泰國 BL 劇的主要跨國觀眾，中國和台灣已成為泰國 BL 劇舉辦粉絲見面會的必經之地，因此在本研究中，選定跨國華人觀眾群體為研究主體。

為了更深入了解泰國 BL 劇對跨國華人觀眾的重要性，同時避免發生相似性過高的情況，所以在尋找受訪者時，盡量避開熟識的身邊朋友，以防受訪者對訪談內容過於熟稔，導致獲取的答案皆為預期的資料。因此僅募集不認識的受訪者，例如在泰國 BL 劇相關活動一一詢問，或者在個人微博帳號泰娛記林正輝公佈研究對象徵求訊息。在挑選研究訪談對象方面，所設定的條件為三項，分別是：(一) 具備華人身份認同，以中國和台灣為主、(二) 熱衷收看泰國 BL 劇、(三) 擁有追星或應援經驗，無論是長期於泰國生活還是特意前往泰國實踐皆符合本研究預定範圍。

本研究訪談階段共分為兩個時期，分別是 2019 年 1 月 21 日論文計劃口試之前的初訪與之後的正式訪談，共有 14 位受訪者接受本研究訪談，每位受訪時間約 90 至 120 分鐘。因為學術倫理規範對非學術人員而言相當陌生，為了提防受訪者在恐慌、不自在的情況下接受訪談，本研究決定在進行深度訪談結束之後再向受訪者說明學術倫理規範以及研究參與者之訪談同意書，而所有受訪者除了要求匿名制處理訪談資料之外，對於受訪內容都沒有提出其他需求。

在進行初訪過程中，我於 2018 年 9 月底至 10 月底前往泰國。在募集受訪者時，除了深度訪談法之外，原本也試圖以參與觀察法列入為論文研究取經之一，於是在 2018 年 9 月 26 日參加一場泰國 BL 劇記者會，發現在場的泰國粉絲和跨國粉絲難以分辨，無法進行參與觀察法，因此決定放棄使用該研究方法，當天以當面約訪方式僅找到符合研究對象資格的 2 位受訪者。之後，我於 2018 年 10 月 8 日在微博上發佈招募訊息，便感受到跨國華人觀眾的熱情，有些幫忙轉發這條

微博，讓更多人知道徵求訊息，一些甚至發 Email 給我，詳細介紹自己基本資料、性別認同、泰國 BL 劇收看經驗以及追星應援實踐過程等訊息，期望參與本研究。在眾多符合本研究對象資格以及十分積極參與本研究的跨國華人觀眾中，有幾位欲參與者並不在泰國，但是本研究盡量以當面訪談方式進行，認為線上訪談比起當面訪談少了許多訊息，最後可以配合時間和地點僅有 4 位受訪者。

論文計劃口試結束之後，我於 2019 年 1 月中至 2 月底前往泰國進行正式訪談階段。受訪者的募集方式與初訪階段一樣，我於 2019 年 2 月 12 日在個人微博上發佈招募訊息，透過此途徑總共有 6 位符合研究對象的受訪者願意接受訪談。2019 年 3 月回台灣之後，立馬預約已有聯絡方式且同意受訪的 2 位受訪者，而這 2 位受訪者是研究者於 2018 年 3 月 25 日參加泰國 BL 劇演員來台灣舉辦見面會時，一些觀眾在活動現場要求和研究者合照，因此順便詢問對方是否意願留下聯繫方式，以便日後有約訪談的需求。訪談結束之後，研究者將訪談資料內容文字化，並進行下一步的分析工作。

表三：受訪者一覽表

編號	生理性別	性取向	出生年份	腐齡	職稱	地區	入門劇	關注泰國BL劇資歷	訪談日期
A1	男性	同性戀	1995	2	媒體	中國	《為愛所困》	2年	2018.9.27
A2	女性	異性戀	1986	13	銷售	中國	《一年生》	3年	2018.9.28
A3	女性	酷兒	1990	15	華語教師	台灣	《一年生》	1年6月	2018.10.11
A4	女性	雙性戀	1992	14	物業	中國	《為愛所困》	5年	2018.10.12
A5	女性	異性戀	1992	10	研究員	中國	《為愛所困》	2年	2018.10.18
A6	女性	異性戀	1996	7	學生	中國	《不一樣的美男》	3年	2018.10.20
A7	女性	酷兒	1988	16	英語教師	中國	《為愛所困》	5年	2019.2.13
A8	女性	異性戀	1990	0	市場經理	中國	《一年生》	2年	2019.2.19
A9	女性	異性戀	1985	2	工程師	中國	《為愛所困》	2年	2019.2.20
A10	女性	異性戀	1997	6	大學生	中國	《愛來了別錯過》	3年	2019.2.25
A11	女性	異性戀	1990	10	研究生	中國	《一年生》	3年	2019.2.25
A12	女性	異性戀	1991	14	自由業	中國	《為愛所困》	4年	2019.2.26
A13	女性	雙性戀	1980	0	護理師	台灣	《一年生》	2年	2019.3.9
A14	女性	雙性戀	1998	5	大學生	台灣	《一年生》	3年	2019.3.10

\*資料來源：本研究自行整理

### 三、受訪者概述

以下將把訪談資料理清之後加以深入闡述，並且針對受訪者的身份背景、泰國 BL 劇觀看經驗以及追星實踐作逐一介紹工作，試圖提高所有受訪者的立體性，以便有助於讀者的閱讀流暢程度，同時彰顯研究主體在研究中的所在位置。

#### 受訪者編碼 A1：

中國深圳、腐男、曾經與異性戀女性交往的男性同性戀。因看完了美劇、港劇和韓劇，於是在無聊的心情下搜尋泰國電視劇來看。他在 2016 年第一次收看泰國 BL 劇，泰國 BL 劇作為他接觸的第一個 BL 類型，因泰國 BL 劇而想來泰國旅遊。他在 2017 年 2 月跟朋友來泰國旅遊，旅遊期間發現出演 BL 劇的演員有活動，因此決定獨自脫隊去追星。來泰國後決定於同年 6 月在泰國展開媒體行業生涯，訪談當時在泰國擔任泰國娛樂記者。因工作性質較長參加泰國 BL 劇相關活動，減少了他對出演泰國 BL 劇演員的熱情。對於過去的追星經驗，他感到十分丟臉，認為自己的作為過於瘋狂，因此在訪談中十分強調自己的理智性，並將其他所謂的瘋狂粉絲視為他者。

#### 受訪者編碼 A2：

中國廣州、哈日族群、腐女以及支持同志群體的異性戀女性。她是日本偶像團體 KinKi Kids (近畿小子) 的粉絲，第一次接觸的 BL 類型作品就是 KinKi Kids 的同人文，至今腐齡 13 歲。個人喜好偏向真人演出的男男影視作品，因此會尋找不同國家的男男影視作品來看，現在已關注泰國 BL 劇三年，她希望藉由 BL 劇的故事，呼籲社會大眾重視性別平等。對她來說，觀看泰國 BL 劇已是一種生活習慣，如同聽音樂般，即使沒有在看也會循環播放著。她認為來泰國追星較為方便，比起其他國家的明星，泰國明星相對較為親切、容易親近以及可近距離接

觸，並藉由追星來證實明星在現實生活中的真實性。

受訪者編碼 A3：

台灣台南、哈日族群、腐女、沒有戀愛經驗的酷兒性、出演《一年生》Perawat Sangpotirat 的「姐姐粉」以及 Perawat 台灣粉絲站的一員。她曾經是日本偶像團體 W-inds 的粉絲，在國中時期接觸三種 BL 類型作品，分別是 W-inds 的同人文、BL 漫畫以及 BL 小說，至今腐齡 15 歲。她於 2016 年來泰國擔任華語教師，來泰國後經朋友的推薦下與泰國 BL 劇結緣。她參加無數次大小型泰國 BL 劇相關活動，她認為因為在泰國工作的關係，所以追泰國明星十分方便。至於應援經驗，她曾經聯合其他《一年生》相關的粉絲團，租台北小巨蛋的 LED 廣告。對於腐女身份，她會感到難以啟齒，雖然認為自己是腐女，但並不認為看 BL 劇的觀眾皆為腐女。

受訪者編碼 A4：

中國寧波、腐女、雙性戀女性以及出演《為愛所困》Chonlathorn Kongyingyong 的「女友粉」。從小就熱愛閱讀言情小說的她於小學時期在中國小說網站《晉江文學城》上第一次接觸 BL 小說，從此就不愛看描述異性戀愛情的言情小說，至今她的腐齡已有 14 年。她於 2014 年經中國視頻彈幕網站《Bilibili》的推送下，第一次觀看泰國 BL 劇。她來泰國追星分為兩種情況，若並非提前買到官方活動的門票而特意來泰國，就是先來泰國旅遊，然後在網路上搜尋泰國明星的行程，再決定追星計劃。她跟受訪者編碼 A2 一樣認為泰國明星比其他國家的明星更容易接近，與受訪者編碼 A2 不同的是，她雖然可以理解並接受同性戀愛情，但認為不必要獲得所有人的認同。對於腐女的身份，她不僅跟周邊朋友分享，而且並不跟家長隱瞞。

受訪者編碼 A5：

中國江蘇、哈日族群、腐女以及異性戀女性。她於國中時期第一次接觸 BL 動漫《世界第一初戀》，隨後持續關注日本的 BL 動漫、BL 漫畫以及 BL 小說，不喜歡描寫異性戀愛情故事的文本，至今腐齡 10 歲。她於 2016 年經過《Bilibili》的推送下，第一次觀看泰國 BL 劇，之後就一部接著一部的持續關注下去。對於泰國明星，她主要喜歡「CP」，意指男男情侶檔或男男配對，並將自己視為「姐姐粉」或「媽媽粉」。在追泰國明星之前，她也追過中國明星，她認為相較於在中國追星，來泰國追星的消費比較低，並且泰國明星比中國的明星更容易接近，比較好追。對於腐女的身份，她相當隱瞞，只跟關係很好的朋友分享，身邊的朋友都沒有腐女。

受訪者編碼 A6：

中國廣西、腐女、異性戀女性以及出演《一年生》Prachaya Ruangroj 的「女友粉」。她於 2011 年喜歡中國選秀節目《快樂男聲》裡的男男螢幕情侶檔李偉和陳翔，因此在中國的《百度貼吧》上閱讀同人文。隨後經過表姐的推薦下與日本的 BL 漫畫以及 BL 小說結緣，她現在腐齡已有 10 年。她於 2015 年通過《微博》營銷號的推薦下，觀看了《不一樣的美男》。她之所以認為《不一樣的美男》是 BL 劇，因為她只要劇中沒有異性戀的故事線皆為 BL 劇。她最喜歡的泰國明星是出演《一年生》的 Prachaya。因 Prachaya 目前就讀於曼谷大學傳媒學院，所以她也決定與 Prachaya 一樣念傳媒專業的碩士班。進行訪談當天，她的配件裝飾皆為 Prachaya 相關的周邊商品，當時是她第一次來泰國，主要目的是考雅思 (IELTS)，次要目的是進行《一年生》場景之旅，最後她在曼谷大學偶遇了 Prachaya。對於中國禁止男男影視政策一事，他感到十分不滿，認為看劇是她的自由，不應該被他人管轄。此外，她與受訪者編碼 A4 一樣，雖然自己接受同性戀的愛情，但認為不必要強行去跟不接受的人理論。

受訪者編碼 A7：

中國湖南、腐女、酷兒性、《喜翻譯製組》的成員、出演由真實故事改編的泰國男男影視作品《真愛抑或迷茫》Ira Wimolchareuk 的粉絲以及 Ira 中國粉絲站的一員。她於大學時期在中國小說網站上第一次接觸 BL 小說，並於 2014 年經過《天府泰劇》的《微博》推送下，觀看了《為愛所困》至今腐齡 16 歲。隨後因想要得到第一手泰國 BL 劇相關資源，所以申請加入《天府泰劇》擔任協調工作。因某些因素導致部分成員離開後，她也跟著自己的團隊加入了《喜翻譯製組》。她來泰國追星的情況跟受訪者編碼 A4 一樣，若並非提前計劃好追星行程，就是先來泰國旅遊，然後順便追星。對於腐女的身份，她相當隱瞞，認為公開會帶來不必要的麻煩，因此只跟朋友分享。

受訪者編碼 A8：

中國成都、非腐女、目前單身的異性戀女性以及出演《狗狗男友》男男愛情故事支線中 Jumpol Adulkittiporn 的「女友粉」。在接觸泰國 BL 劇之前，為了鍛煉自己的泰語聽力而關注泰國電視劇，隨後於 2017 年的某一天得知家裡將停電一晚，因此為了殺時間而提前在《Bilibili》上下載《一年生》來看，選擇該部劇的原因是看過《微博》上的推送。她與受訪者編碼 A1 一樣，泰國 BL 劇也是他第一次接觸 BL 類型。看《一年生》之後，她喜歡上 Jumpol，並想要成為有姓名的「女友粉」。因此她在 2018 年成功說服公司在泰國開展業務，要求公司把她的住宿定在 Jumpol 所屬的公司附近，並為了 Jumpol 成立了個人獨立字幕組，主要譯製 Jumpol 相關的採訪以及參加錄製的綜藝節目。進行訪談當時，她打算出版 Jumpol 出演的《愛情理論》小說，她正在翻譯並與出版商聯繫。另外，她也跟 Jumpol 見面會主辦方聯繫，最後成功擔任現場翻譯。對於喜歡看 BL 劇的事，她不希望因此而被周邊朋友挑釁，但是也很努力「安利」（強烈推薦）周邊朋友。

受訪者編碼 A9：

中國昆明、非腐女、異性戀女性、攻控（偏喜歡飾演攻角色的演員）、Prachaya Ruangroj 中國粉絲站的成員以及泰國男子演唱團體 Nine by nine 中國粉絲站的成員。他於 2017 年在中國視頻彈幕網站《Dilidili》上第一次收看泰國 BL 劇，她與受訪者編碼 A1 和 A8 一樣，初次接觸的 BL 類型是泰國 BL 劇。隨後，她於 2018 年參加《一年生》天津見面會，並喜歡上 Prachaya，從此就持續收看泰國 BL 劇。喜歡上泰國 BL 劇後，她來泰國的次數越來越多，每次來至少會待半個月，並在泰國境內外參加多場大小型泰國 BL 劇相關活動。她在 Prachaya 中國粉絲站負責將泰國網路上的資源翻譯，並發到《微博》。她的應援經歷十分豐富，比如拍圖（拍明星的照片）、明星生日會集資、參加拍賣活動以及跟明星坐同班飛機等，她認為在泰國追星得到的福利是在中國不可能得到的，而這些作為是希望泰國明星可以記住她。

受訪者編碼 A10：

中國黑龍江廣西、腐女、哈韓族群、異性戀女性以及出演《不期而愛》Rathavit Kijworalak 的「女友粉」。她在泰國上大學並輔修泰語，訪談當時她即將在泰國開始念研究所。她於 2016 年經過中國字幕組《天府泰劇》的推送下，第一次觀看泰國 BL 劇，她總結出自己接觸到泰國 BL 劇的原因，分別為原本就熱衷消費 BL 作品、熟悉韓國偶像的 CP 文化以及想要練習泰文聽力的心態。相較於中國和韓國的偶像明星，她認為泰國明星沒有太多的包袱且容易親近，她甚至以跟喜愛演員成為朋友的前提實踐追星行動。至於腐女身份，即使她具備消費 BL 作品經驗且認為自己是腐女，但她卻認為並不意味著熱愛觀看泰國 BL 劇的觀眾可以直接跟腐女畫上等號，對此方面她反而僅將自己界定為泰國 BL 劇迷而已。

受訪者編碼 A11：

中國西安、腐女、異性戀女性、攻控、Prachaya Ruangroj 中國粉絲站的成員以及出演《愛我你就再親我》Thitipoom Techaapaikhun 的「唯粉」，至今腐齡 13 歲，大學本科為泰語，大學期間為了鍛煉泰文能力而接觸到泰國相關影視作品。她從 2013 年開始住在泰國，訪談當時她在泰國念研所以及工作，泰文聽說能力精通。原本就熱衷消費男男戀愛相關作品的她，會尋找不同國家的男男影視作品來看，最後因為厭惡了過於肉慾、烏托邦且不寫實的西方、中國和日本男男影視作品，所以轉向泰國 BL 劇。她於 2017 年經《微博》的推送下，第一次觀看泰國 BL 劇。一開始會在自己個人的《微博》帳號上指出並校正中國字幕組《天府泰劇》翻譯錯誤的泰國 BL 劇中橋段，因而 Prachaya 被中國粉絲站邀請擔任翻譯組一員。對於自己譯製的作品，不僅能夠藉此推廣喜愛的演員，更是追星中獲取成就感的途徑。

受訪者編碼 A12：

中國廣西、腐女、哈韓族群、異性戀女性、《為愛所困》演員 Vachiravit Paisarnkulwong 的粉絲以及「CP 粉」。她現在腐齡已有 15 年，在接觸泰國 BL 劇之前就已經具備泰國影視作品的觀看經驗。因為喜歡韓國偶像的配對，所以原本就會在《微博》上關注相關的帳號，於是在 2015 年經《微博》和《Bilibili》的推送下，接觸到泰國 BL 劇。泰國 BL 劇的劇情是否合理，演員的演技是否達到一定的水準，這些都不是她所看重的元素，反而泰國 BL 劇的真人演員在現實生活中的良好關係以及互動才是她喜歡泰國 BL 劇的關鍵，因此觀看天馬行空的泰國 BL 劇仍然獲取愉悅感，但不能接受演員劇終一拍兩散的 BL 劇。

受訪者編碼 A13：

台灣台北、非腐女、雙性戀女性以及《一年生》演員 Perawat Sangpotirat 的「姐姐粉」。因為學泰文的關係，所以加入泰國影視作品相關的 Facebook 社團《泰劇大聯盟》，透過觀看泰國電視劇練習聽力，之後有人在社團中推薦《一年生》，因此接觸到泰國 BL 劇，也是第一次接觸 BL 相關作品。第一次追泰國明星是在跟團來泰國旅遊期間，得知在旅遊行程的最後兩天，喜愛的演員將出席活動，因此臨時脫隊並決定實踐追星行動。對她而言，追星則是一種證明喜愛的演員是否值得自己所付出，她曾經是《逐月之月》演員 Itthipat Thanit 的「女友粉」，但在某一次見面會的粉絲互動上，Itthipat 跟她的互動並沒有達到她的要求，因此決定脫粉。

受訪者編碼 A14：

台灣台北、腐女、雙性戀女性以及《我的狗狗男友》演員 Atthaphan Poonsawas 和《一年生》演員 Perawat Sangpotirat 的「女友粉」。在高中時期因學習壓力過大，所以尋找解壓的讀物，因此接觸到 BL 漫畫，之後於 2016 年在《千尋影視》結識了泰國 BL 劇，正因為原本就偏好校園題材，所以喜歡上泰國 BL 劇。對她而言，泰國 BL 劇作為逃避現實壓力的工具。她與受訪者編碼 A2 一樣，認為通過 BL 劇的男男戀愛故事，呼籲社會大眾重視性別平等相關議題。追星方面，因為家庭管教相當嚴厲，所以沒有前往泰國展開追星行動的經驗，僅能參加泰國 BL 劇演員在台灣舉辦的見面會，追星目的旨在累計與喜愛演員互動的相關回憶，藉此證明泰國 BL 劇演員存在的真實性。

## 第四章 閱聽人視角：泰國 BL 劇觀看經驗與跨國流通

基於上一章所提出的研究問題，本章將透過華人觀眾作為泰國 BL 劇閱聽人的視覺，探究固定持續收看泰國 BL 劇的華人觀眾之群體，其範圍涵蓋了泰國 BL 劇因科技的介入成為跨國華人觀眾選擇的脈絡與過程，以及華人觀眾在觀看泰國 BL 劇的過程中所獲取的愉悅感與其背後意義，以上皆為本章所關切的議題。

### 第一節、泰國 BL 劇的跨國華人觀眾是誰？

根據上章所述，跨國華人觀眾作為本研究的研究主體，在徵聘研究訪談對象的過程中，只要熱衷收看泰國 BL 劇以及擁有追星應援經驗皆符合本研究設定的條件，並且沒有針對其背景提出任何要求。經整理訪談資料發現，泰國 BL 劇的跨國華人觀眾主要分為具備「BL 背景」與「哈泰傾向背景」的群體。

#### 一、BL 背景

「腐」一詞意指形容熱愛消費 BL 相關作品的群體（蔡芝蘭，2011；鄭力行，2015；王麟琴，2018），而收看泰國 BL 劇的華人觀眾之中，受訪者編碼 A2、A3、A4、A5、A6、A7、A10、A11、A12 和 A14 在訪談中皆透露自我認同為腐女的訊息，並指出在接觸泰國 BL 劇之前就已經持續關注以及消費 BL 相關作品。

研究者：當時是什麼樣的情況會去看泰國 BL 劇？

受訪者編碼 A5：可能也是因為我們以前就關注過這個圈子，然後你一直在 B 站 (Bilibili) 上看，就給你推送了這個劇，然後當時就看到，所以就關注到了。

研究者：本來就有在看 BL？

受訪者編碼 A5：對，本來就有這個方面的，因為當時看的都是動漫，日漫，就是從日漫這邊，慢慢過來了。（受訪者編碼 A5，研究員，2018 年 10 月 18 日）

從以上的談話中可看出，泰國 BL 劇絕非為受訪者編碼 A5 第一次接觸到的 BL 作品，她正因是一名腐女，原本就熱愛消費 BL 漫畫小說以及動漫，並且時常關注 BL 作品的訊息，所以泰國 BL 劇的相關資訊也會被推送到自己習慣使用的社交媒體或者影音平台上，而受訪者編碼 A2、A3、A4、A6、A7、A10、A11、A12 和 A14 皆同樣在接觸泰國 BL 劇之前就已具備消費 BL 作品的經驗。另外，本研究總共訪談十四位受訪者，其中十位受訪者為腐女。據此可見，腐女的華人觀眾占大多數，且是泰國 BL 劇的主要觀眾群體之一。

對於腐女身份，受訪者編碼 A2、A3、A4、A5、A6、A7、A10、A11、A12 和 A14 皆會跟周遭的親朋好友分享自己熱愛消費 BL 作品的事情，並不會刻意隱瞞此喜好以及身份。受訪者編碼 A2、A3、A4 和 A12 甚至會跟家長分享 BL 相關資訊。可即便並沒有跟家長公開，但受訪者編碼 A11 和 A14 指出並非刻意隱瞞，只是原本就比較少跟家長分享自己的事情。另外，受訪者編碼 A4、A10 和 A11 皆認為，現今越來越多的女性熱愛觀看 BL 作品，因此沒有隱瞞腐女身份的必要。由此可見，泰國 BL 劇的華人觀眾對於腐女的身份抱持著相當坦率的態度。不僅如此，一些具腐女身份的受訪者同時也是熟悉男男配對文化的哈日韓群體，如受訪者編碼 A2、A3、A10、A11 和 A12。

受訪者編碼 A12：一開始是從韓國那邊，然後就韓國不是很流行 CP（配對）嗎，然後我也在追韓劇。韓圈的粉絲藝人，所以就基本上對這種 CP 就有一點就好感…反正就可能就是說本身對這種男男 CP 感就，本身是韓國那邊我就有一點興趣…因為韓國很多這種藝人會組

CP。對，粉絲會說他們兩個有 CP 感，然後他們就算他們自己組合，也會組 CP 這種炒熱度、炒粉紅，然後慢慢的開始對 BL 劇有興趣。

(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

受訪者編碼 A12 在談及初次接觸 BL 的經驗時指出，她本來是一名熱愛消費韓國流行文化產品的哈韓族群，因為哈韓族群喜歡將自己的偶像進行配對，韓國偶像本身為了愉悅粉絲也會展演配對的操作手法，所以在接觸泰國 BL 劇之前就對於男男配對持有好感和興趣。受訪者編碼 A2 進一步指出，她曾經是日本傑尼斯事務所旗下雙人偶像組合 Kinki kids 的粉絲，她認為哈日族群之所以偏好 BL 向的配對，並且喜愛欣賞兩個偶像之間的互動，因為不希望出現其他女性介入且破壞其良好關係。受訪者編碼 A3、A10 和 A11 也跟受訪者編碼 A2 和 A12 一樣是熟悉男男配對文化的哈日和哈韓群體。

根據以上所提，華人觀眾大多數為腐女，可即便如此，仍不能將喜愛收看泰國 BL 劇的華人觀眾跟腐女直接畫上等號，因為的確存在非腐女的華人觀眾，如受訪者編碼 A1、A8、A9 和 A13，他們初次接觸 BL 類型就是泰國 BL 劇，當談及如何界定自己的身份時，他們則表示自己僅是泰國 BL 劇迷以及偶像的粉絲而已。對於腐女一詞的解讀，受訪者編碼 A1 指出，自己因為原本熱愛觀看各國電視劇的關係才會接觸到泰國 BL 劇，受訪者編碼 A8 和 A9 也指出，她們唯一關注的 BL 作品就是泰國 BL 劇，但真正的腐女則會關注各國的所有跟 BL 相關作品，因此他們皆不認為自己是腐身份。關於腐女與非腐女的身份劃分，此種不認同自己為「腐」的態度並不同於以往的 BL 閱聽人相關研究所指出，熱衷消費 BL 作品的閱聽人會刻意隱瞞腐女身份，因為這些非腐女的受訪者編碼 A1、A8、A9 和 A13 皆會在自己的個人社交平台上「安利」身邊好友，根據以上受訪者所述，「安利」一詞意指推薦給別人，此行為意味著他們並不會隱藏自己熱愛收看泰國 BL 劇的事。由此可見，不認為自己是腐女的態度並不意味著刻意隱瞞腐女身份。

另外，作為腐女的受訪者編碼 A3 和 A10 進一步指出，喜歡收看 BL 劇的群體不應該被歸類為腐女。即使受訪者編碼 A3 和 A10 解釋不出所以然，但已足夠看出，對於一些華人觀眾而言，雖然同為 BL 題材，但並非僅專屬於腐女觀眾，因為泰國 BL 劇已吸引到各種各樣的非腐女群體。

綜合以上所述，泰國 BL 劇的華人觀眾大多數為原本就對 BL 以及男男配對等相關事宜如指諸掌的群體，主要分為腐女以及哈日哈韓族群，這兩種身份可相互重疊且不具衝突性。但不能以一概而論的思考方式直接判定喜愛收看泰國 BL 劇的群體皆為腐女，因為當中仍存在非腐女的華人觀眾。換言之，無論是否為腐女皆可以成為泰國 BL 劇的觀眾。但除了具「BL 背景」的群體之外，部分華人觀眾也同時兼具「哈泰傾向背景」。

## 二、哈泰傾向背景

經過整理訪談資料之後可看出，一些華人觀眾與泰國頗有淵源，如受訪者編碼 A1、A3、A8、A10 和 A11，這些華人觀眾皆居住在泰國學習以及工作。其中僅有受訪者編碼 A1 和 A8 因為喜歡泰國 BL 劇，所以決定搬來泰國工作。可其他受訪者則因為某些與泰國 BL 劇無關的因素而居住於泰國，因此無法判斷喜愛收看泰國 BL 劇與居住泰國的直接關係。唯一關聯則是，他們皆認為因為居住在泰國的關係，所以比較容易接觸到泰國 BL 劇相關的資源，並且更方便進行追星行動。另外，受訪者編碼 A4 和 A13 雖然沒有居住在泰國，但是因為曾經前往泰國旅遊，並對泰國留下美好的印象，所以受訪者編碼 A4 非常嚮往泰國生活，受訪者編碼 A13 也因此決定學習泰文。根據上訴可看出，無論居住在泰國與否，部分喜愛收看泰國 BL 劇的華人觀眾是一些對泰國抱有好感的群體。

當談及泰國電視劇的觀看經驗時，受訪者編碼 A1、A4、A6、A7、A8、A11、A12、A13 和 A14 皆指出，在接觸泰國 BL 劇之前，本來就具有觀看泰國影視作品的經驗，例如電視劇和電影等。而這些華人觀眾收看泰國影視作品的原因十分多元，受訪者編碼 A1、A4 和 A14 指出，因為本身就是熱愛追劇，無論哪個國家的影視作品都會看，所以泰國也包括在內。受訪者編碼 A8、A11 和 A13 也指出，因為學習泰文的需求，所以透過觀看泰國電視劇練習泰文。受訪者編碼 A12 則指出，因為自己偏好言情小說，泰國電視劇的故事走向正好符合她的喜好。

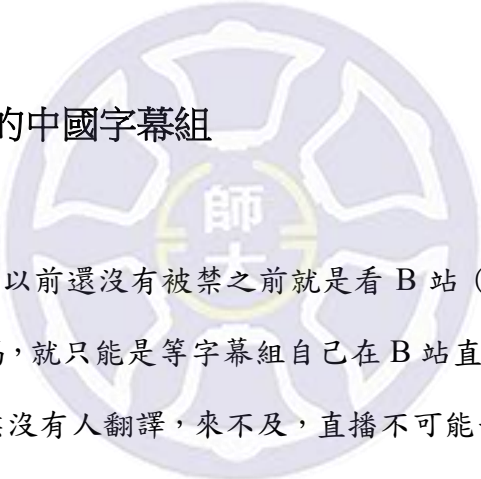
可即便如此，這些華人觀眾並不會將喜愛泰國 BL 劇歸因於泰國影視作品的觀看經驗，受訪者編碼 A4、A11 和 A14 反而認為因為十分欣賞兩個男性的互動，所以喜歡看泰國 BL 劇。受訪者編碼 A2、A3、A5、A9 和 A10 初次接觸的泰國相關影視作品就是泰國 BL 劇。可見，泰國影視作品的觀看經驗與喜愛泰國 BL 劇並沒有任何直接的關聯和影響，並且「BL 背景」和「哈泰傾向背景」並不存在衝突性，如受訪者編碼 A3、A4、A6、A10、A11、A12 和 A14 皆兼具兩種背景。不僅如此，按照此邏輯也可以看出，熱愛收看泰國 BL 劇的華人觀眾並不僅專注於 BL 類型，大部分的受訪者並不排斥觀看異性戀相關作品。

總而言之，泰國 BL 劇的跨國華人觀眾大致分為具備「BL 背景」與「哈泰傾向背景」的群體，兩種背景並不具衝突性且可重疊。具備「BL 背景」的群體大多數為本來就熟悉 BL 相關作品，大致分為腐女以及哈日哈韓族群，但其中仍存在非腐女的觀眾。至於具備「哈泰傾向背景」，主要是對泰國抱有好感以及具泰國影視作品的觀看經驗且不排斥異性戀作品的群體，可泰國影視作品的觀看經驗並非與喜愛泰國 BL 劇有關聯。可見，泰國 BL 劇的固定受眾範圍十分廣闊，即使大多數為具「BL 背景」以及「哈泰傾向背景」的群體，但並非是絕對的性質，無論是否為腐女，或者與泰國有無淵源，皆具備成為泰國 BL 劇觀眾的可能性。然而，這些華人觀眾又如何接觸到泰國 BL 劇，則是下一節將要探討的議題。

## 第二節、中國字幕組與泰國 BL 劇的跨國傳播

根據第二章的第二節可看出，泰國 BL 劇的華人觀眾皆在網際網路上接觸泰國 BL 劇，直接越過 VCD 和電視等其他媒介。對於泰國 BL 劇在中國網際網路上的傳播與流通，中國字幕組擔任十分關鍵的角色。而專門譯製泰國 BL 劇中文字幕版本的中國字幕組主要是《天府泰劇》以及《喜翻譯製組》。作為《天府泰劇》前成員以及《喜翻譯製組》現任成員的受訪者編碼 A7 在談及參加字幕組經驗時分享了這些中國字幕組如何因科技的介入傳播泰國 BL 劇中文字幕版本的過程。

### 一、夾縫裡求生存的中国字幕組



受訪者編碼 A7:以前還沒有被禁之前就是看 B 站 (Bilibili)，現在 B 站不是被禁了嗎，就只能等字幕組自己在 B 站直播，他可以直播，但是直播的時候沒有人翻譯，來不及，直播不可能一邊打字，然後一邊出，就直播完之後，然後再翻一完，再放到另外一個網站，現在換那個 D 站 (第一彈)...有時候還放百度網盤 (中國存儲軟件)，現在得看審不審核的過啦，因為有時候那個，因為就像那個《不期而愛》不是很多剝蝦的情節 (意指性愛片段) 嗎，就是有一些不敢放，會怕被告，被舉報什麼的，然後就是會有刪減版，或者說，有那種完整版就不太敢亂傳播。(受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日)

受訪者編碼 A7 指出，中國字幕組原本會在視頻彈幕網站《Bilibili》(簡稱 B 站) 上傳譯製的泰國 BL 劇中文字幕版本，直到《Bilibili》自我嚴格控管未經

授權內容的視頻，導致其作品遭下架後，字幕組則開始在其他中國視頻網站上傳，而本研究的受訪者皆經歷過此過程。受訪者編碼 A5 進一步指出，原本就在《Bilibili》上關注 BL 相關視頻，所以泰國 BL 劇未遭下架時，《Bilibili》則會根據自己經常訪問的列表推送泰國 BL 劇，受訪者編碼 A2 和 A6 亦是如此。另外，受訪者編碼 A4、A10、A11 和 A12 皆指出，她們原本在中國微型部落格平台《微博》上關注 BL 相關帳號，因此《微博》會根據她們的喜好推送專門譯製泰國 BL 劇的字幕組，如《天府泰劇》和《喜翻譯製組》的官方帳號，而這些字幕組會在《微博》上提供《Bilibili》的鏈接。受訪者編碼 A2、A4 和 A7 也指出，字幕組會同時在中國的即時通訊軟體《微信》公眾號提供資源鏈接。不僅如此，即使受訪者編碼 A8 和 A11 在泰國境內可以透過美國影片分享網站《YouTube》或行動影音串流平台《Line TV》上觀看泰國 BL 劇，可是當她們需要中文字幕版本時，仍然只能選擇在《Bilibili》上收看由中國字幕組翻譯的中文字幕版本。受訪者編碼 A13 和 A14 在台灣也可以透過泰國娛樂相關的 Facebook 社團《泰劇大聯盟》找到泰國 BL 劇的資源，但是台灣並沒有字幕組專門譯製泰國 BL 劇中文字幕版本，因此仍必須依靠中國字幕組在《Bilibili》提供的資源。上述可見，華人觀眾幾乎皆在《Bilibili》上收看泰國 BL 劇，《Bilibili》曾經是中國字幕組輸出泰國 BL 劇資源最重要的視頻網站。

關於《Bilibili》下架事件，其官方微博帳號於 2017 年 7 月 13 日發布聲明指出，《Bilibili》將針對影視內容進行審查工作，不符合規範的影視作品將被下架處理，以便維護網站的規範性。另外，根據中國媒體澎湃新聞網於 2017 年 07 月 23 日的報導，《Bilibili》董事長陳睿指出，中國政府目前對網際網路上的影視內容提出規範性的要求，《Bilibili》的發展也達到一定的階段，因此需要進行內容清查，此次內容審查是《Bilibili》的自我審查，旨在針對內容運營商的策略性調整，審查期間需要一到兩個月的時間，通過審查的內容會陸續上線，沒有通過的

則不會再恢復。根據以上可見，泰國 BL 劇則是其中無法通過《Bilibili》審查的影視內容。而如今泰國 BL 劇在《Bilibili》上遭下架後，中國字幕組如何隨機應變則是本節接下來將要探討的議題。

受訪者編碼 A2:《天府泰劇》在公眾號那裡也會有鏈接，其實字幕組也會提供各種渠道方便粉絲去看。(受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日)

受訪者編碼 A5: 就算禁播還是有方法可以看到，所以反正就是很厲害，字幕組總會有方法幫你弄到的。(受訪者編碼 A5，研究員，2018 年 10 月 18 日)

受訪者編碼 A12: 字幕組還會再去找另外一些視頻，就另外一些可以看劇的視頻。就好像說《韓劇 tv》、《範特西》、《人人影視》，它都會去試一遍放上去，字幕組就會想辦法讓妳們看得到這一部分。(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

從受訪者編碼 A2、A5 和 A12 的描述可看出，即使作品遭下架，中國字幕組仍然會千方百計上傳至各種平台，以便給華人觀眾提供更多收看泰國 BL 劇中文字幕版本的途徑，例如受訪者編碼 A2 和 A12 提到的《范特西》，受訪者編碼 A4 提到的《AcFun》以及受訪者編碼 A6 和 A12 提到的《人人影視》等中國視頻網站。但是受訪者編碼 A2、A8、A9、A11、A12、A13 和 A14 皆指出，當《Bilibili》已成過去式，如今華人觀眾收看泰國 BL 劇最集中的平台則是跟《Bilibili》同樣為中國視頻彈幕網站的《Dilidili》（簡稱 D 站或第一彈）。而中國字幕組同樣在《微博》以及《微信》的官方公眾帳號上提供《Dilidili》的鏈接，受訪者編碼 A14 進一步指出，當《Bilibili》無法觀看時，觀眾也會在底下留言提供《Dilidili》的鏈接。華人觀眾收看泰國 BL 劇最重要的視頻網站則因此從

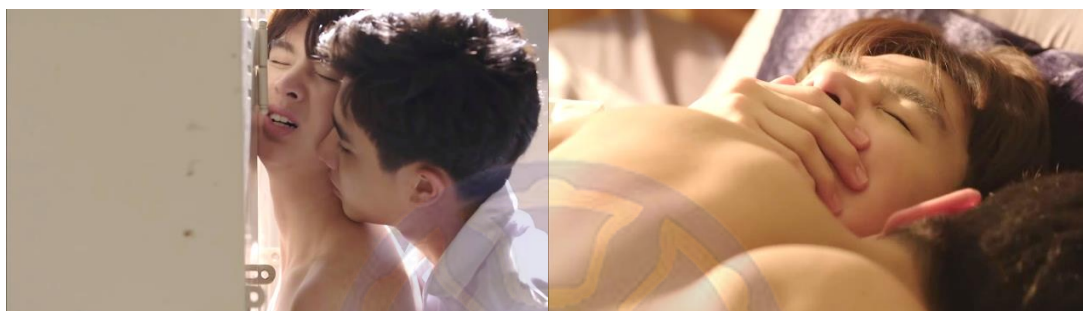
《Bilibili》轉移至《Dilidili》。可即便如此，在《Dilidili》上一些含有性愛場面的泰國 BL 劇仍然可能會面臨下架問題。

受訪者編碼 A12：因為我們中國政府可能對這種會有點反感，它就有一些就很親熱的畫面不讓播所以會刪了，有時候我們也會在那個《百度網盤》。就會存到網盤上面再去看，字幕組傳上去，可以下載...《不期而愛》算是第一被打得最嚴的，就一開始我們看的時候可能到第五集左右還是完整的，然後後面打得太嚴，有可能就會有些粉絲會去反感這一些劇情，他會去舉報，舉報了然後過不了審，然後字幕組就會馬賽克，就可能說糊掉這一個畫面，不讓妳們看，但是還是完整的放下來。就以馬賽克的形式糊掉這一個片段，繼續播下去...《百度網盤》就是沒有馬賽克版本的，就字幕組他會上傳上去，給妳一個提取碼，然後妳點鏈接，然後把那個提取碼輸進去，妳自己就可以去保存了，誰都可以，它就會有一個鏈接出來。(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

根據以上受訪者編碼 A12 所述，由 Tanapon Sukhumpantanasan 以及 Suppapong Udomkaewkanjana 主演的《不期而愛》，因為劇中出現大量的性愛場景（見圖三），所以一些觀眾對此種片段感到反感而向《Dilidili》檢舉，導致字幕組在上傳資源的過程無法通過審查，為了避免這些情況，字幕組則先對劇中性愛片段打上馬賽克再進行上傳，以確保順利通過《Dilidili》的審查，至於無馬賽克的版本，字幕組則會上傳至《百度網盤》。根據受訪者編碼 A6 的解釋，《百度網盤》是中國存儲軟件，可以上傳並保存大量影片的，用戶可以下載或在線觀看。受訪者編碼 A10 指出，字幕組會在官方的《微博》以及《微信》帳號給觀眾提供《百度網盤》的鏈接以及其提取碼。受訪者編碼 A11 也指出，除了《百度網盤》以外，字幕組也會上傳至《Google 雲端》上。至於在《百度網盤》或

《Google 雲端》上的版本，受訪者編碼 A7 指出，為了避免被檢舉的問題，字幕組則會註明請勿轉載以及請勿更改更正的提示。以上可看出，字幕組在夾縫裡求生存的能力可謂所向披靡，無論面臨何種限制和變化，總會想方設法給觀眾提供泰國 BL 劇中文字幕版本。除此之外，為了提高速度以及效率的水平，字幕組也會在中國視頻網站上與泰國同步進行直播中文字幕版本。

圖三：《不期而愛》性愛橋段



\*資料來源：截圖自《不期而愛》第一季第七集和十二集

## 二、中國字幕組正規化過程

受訪者編碼 A5: 字幕組有的時候自己會直播間播那個劇，就是字幕組跟泰方有合作，他們拿到劇的版權，然後他們會翻譯，然後跟泰國這邊同步時間，給你直播這部劇...他們現在就是已經早就跟泰方拿到版權，自己先翻好，但是他會不洩露版權，會跟泰方同步直播，就比如說泰國十點放，那我們國內就十一點開始放，這樣子而已，但是他已經翻譯好，現在就是做到這樣了，他為了不洩露版權的問題，如果你比泰方先放了，那就會有牽扯到版權問題。(受訪者編碼 A5，研究員，2018 年 10 月 18 日)

對於中國字幕組的直播形式，受訪者編碼 A5 指出，中國字幕組開始跟泰國 BL 劇產製端合作後獲取了合法的授權，因此中國字幕組會先拿到資源，並且提前譯製中文字幕版本，直到該部劇在泰國播出時，則會在《Bilibili》上開直播間與泰國同步直播具備中文字幕的版本。根據觀察中國彈幕視頻網站發現，因為《Dilidili》沒有直播功能，而且中國字幕組也已經獲取版權，所以選擇在《Bilibili》的直播間進行直播。至於跟泰國 BL 劇產製端的合作過程，受訪者編碼 A7 指出，目前跟泰國 BL 劇產製端合作的字幕組僅有《天府泰劇》，但並非是直接合作的關係，而是《天府泰劇》先與從事藝人管理、演唱會籌辦、多媒體業務、影視、藝人培訓、藝人包裝，藝人推廣以及藝人經紀業務的香港漢森國際娛樂有限公司合作，然後香港漢森國際娛樂有限公司再跟泰國 BL 劇產製端合作，並將獲取的授權提供給《天府泰劇》，其授權包含播出權以及翻譯權。

關於香港漢森國際娛樂有限公司跟泰國產製端的合作，根據泰國商業日報《Bangkok Business》於 2016 年 10 月 26 日的報導，香港漢森國際娛樂有限公司的執行長呂志明指出，因看到中泰娛樂行業溝通交流的商機，於是從 2013 年年底開始與泰國產製端接洽，將泰國藝人 Pirath Nitipaisankul 前往中國發展，在兩年期間 Pirath 在中國總共出演了 7 部影視作品，根據泰國娛樂資訊互動網站《泰娛樂資訊網》於 2019 年 9 月 22 日的統計，Pirath 官方微博帳號《MikeAngelo 中國》的追蹤人數高達七百萬，成為目前在微博上追蹤人數最多的泰國藝人。正因為以上的成功案例，香港漢森國際娛樂有限公司於 2016 年 2 月在泰國開設分公司，旨在向泰國產製端建立合作信心，主要從事中泰藝人經紀管理、輸出泰國藝人往中國發展、中泰影視作品的相互傳播以及中泰字幕譯製工作。而透過以上所闡述的合作方式，華人觀眾可以在第一時間收看中文字幕版本的泰國 BL 劇，幾乎與泰國觀眾沒有落差。可正因此種合作關係所帶來的版權問題，導致華人觀眾的選擇權所剩無幾。

受訪者編碼 A7:那個《不期而愛》是《天府泰劇》拿的授權，沒有授權的泰國 BL 劇《喜翻譯製組》都會翻，有授權的《喜翻譯製組》翻不了，就是《天府泰劇》拿《不期而愛》的授權，所以《喜翻譯製組》就沒有翻《不期而愛》，反正就是漢森合製的，所以說《天府泰劇》就拿到了授權，所以《喜翻譯製組》就不能翻，其實好像最開始《喜翻譯製組》說先要翻的，但《天府泰劇》拿了授權，《喜翻譯製組》就沒辦法。因為基本上這個也算一個盜版，會有人告你，就漢森他們公司明確說已經把授權給《天府》做，你再來翻的話，就舉報你，你就已經犯法，反正就是不行。(受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日)

在《喜翻譯製組》擔任協調管理工作的受訪者編碼 A7 指出，之前《喜翻譯製組》可以譯製任何泰國 BL 劇的中文字幕版本，可當《天府泰劇》開始與泰國 BL 劇產製端合作之後，隨之而來的是授權的問題，即使《喜翻譯製組》也試圖透過此種合作關係爭取授權，但是未能實現，導致《喜翻譯製組》譯製泰國 BL 劇的選擇受到限制。而受訪者編碼 A4、A5、A6 和 A12 皆指出，專門譯製泰國 BL 劇中文字幕版本的中國字幕組相當稀少，目前僅有《天府泰劇》和《喜翻譯製組》。因此，在如此情況之下，對於一些泰國 BL 劇，華人觀眾僅能選擇收看持有授權的《天府泰劇》譯製的中文字幕版本。可是《天府泰劇》的翻譯方式並非為所有華人觀眾可接受的風格。

### 三、中國字幕組之翻譯決定權

受訪者編碼 A4:《天府泰劇》翻譯比較好玩，然後就符合我們的心，然後就一直會追他們，就到現在看的還是他們家。因為是《天府泰

劇》先開始翻譯這種劇，其他原本都沒有，翻譯的也不錯，所以就關注他們家，就有些他們不是完全按照泰語的意思來翻，就會加入一些我們中國時下，當下的流行語進去，但是讓你看得懂他們的意思，就是會比較好玩一點，就不是翻譯的那種，特別一字一句完全按照泰語翻譯出來的，感覺就會蠻符合泰劇出現的那種情景，就覺得這樣翻挺好。(受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日)

受訪者編碼 A12：《天府泰劇》的翻譯就是讓你有點反感，本來這一個臺詞應該是翻的挺正經，《天府泰劇》就會往另外一個方向去翻了，不太喜歡這種方法。《天府泰劇》會用另外一個比較深的那種臺詞去翻，給我的感覺就是不太好，本來這個臺詞不應該是這樣，沒有原文原意，加一些自己覺得好笑的，然後就有一點帶黃色話的這一種，我就不太喜歡這一種。《喜翻譯製組》不會，怎麼說就怎麼翻的，給你的感覺就是真的要投入到那個劇裡面，《天府泰劇》翻出來了，我們看著就好像感覺他的臺詞跟他演的不一樣，不搭。(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

對比受訪者編碼 A4 和 A12 的闡述可看出，《天府泰劇》不會直接按照泰文的意思翻譯泰國 BL 劇，並且會針對一些內容增加當下的流行用語或帶有色情成份的笑話，而《喜翻譯製組》則會根據泰文的意思，以原文原意的方式翻譯泰國 BL 劇中每一個台詞。對於兩種翻譯方式，受訪者編碼 A9、A10 和 A13 皆可以接受，受訪者編碼 A2、A4 和 A6 則比較喜歡《天府泰劇》此種接近中文語意情境的翻譯風格，但受訪者編碼 A3、A11 和 A12 卻認為《天府泰劇》譯製的中文字幕不符合劇中原本的情景，因此偏向《喜翻譯製組》的翻譯風格。經過資料整理發現，直到 2019 年 11 月 9 日為止，被《天府泰劇》以及《喜翻譯製組》譯製中文字幕版本的泰國 BL 劇總共有 26 部，分別如以下覽表：

表四：泰國 BL 劇中文字幕版本列表

編號	英文劇名	播出日期	《天府泰劇》 譯製	《喜翻譯製組》 譯製
1	Love Sick	2014 年 7 月 6 日	為愛所困	為愛所困
2	Lady Boy Friends	2015 年 2 月 14 日	不一樣的美男	×
3	Senior Secret Love	2016 年 2 月 7 日	我的狗狗男友	×
4	Make It Right	2016 年 5 月 15 日	愛來了別錯過	×
5	Bad Romance	2016 年 7 月 18 日	惡魔的浪漫	×
6	SOTUS	2016 年 8 月 20 日	一年生	×
7	My Bromance	2016 年 12 月 16 日	我的兄弟情人	×
8	2 Moons	2017 年 5 月 7 日	逐月之月	×
9	My Dear Loser Series: Edge of 17	2017 年 7 月 9 日	親愛的失敗者之 十七歲的你我	十七歲的你我
10	Together with me	2017 年 8 月 24 日	醉後愛上你	和我在一起
11	SOTUS S	2017 年 12 月 9 日	二年熟	一年生 S
12	What The Duck	2018 年 1 月 1 日	愛的著陸  (授權)	×
13	Bang Ruk Soi 9/1 2018	2018 年 1 月 14 日	×	9 巷 1 弄
14	Kiss Me Again	2018 年 4 月 22 日	愛我你就再親我	愛我你再親親我

15	Love by Chance	2018年5月27日	不期而愛 (授權)	×
16	'Cause you're my boy	2018年6月23日	唐人街探愛	我的阿弟
17	My Dream	2018年10月10日	×	夢中註定
18	Our Skyy	2018年11月23日	我們的天空	×
19	He's Coming To Me	2019年2月28日	清明時節愛上我	清明那天愛敲門
20	The Best Twins	2019年3月30日	雙子偷心 (授權)	×
21	ReminderS	2019年4月17日	因為想你	因為想你
22	Theory of Love	2019年6月1日	戀愛傳播學	追愛理論
23	2 Moons 2	2019年6月29日	逐月之月2	×
24	Make It Live on the Beach	2019年8月20日	×	愛啟程再前行
25	TharnType	2019年10月7日	真愛墨菲定律	與愛同居
26	Until We Meet Again	2019年11月9日	待到重逢時 (授權)	×

\*資料來源：本研究自行整理

以上可見，除了《不期而愛》之外，《愛的著落》、《雙子偷心》以及《待到重逢時》因為授權關係，因此僅由《天府泰劇》獨家譯製中文字幕版本。面對

此種情況，即便華人觀眾喜好的翻譯風格各不相同，但是受訪者編碼 A5 進一步指出，時常發生因為沒有更多選擇，而僅能收看《天府泰劇》譯製版本的情況。可見，對於涉及授權問題的泰國 BL 劇，華人觀眾依然沒有選擇收看的決定權。不僅如此，根據覽表可發現，仍存在一些未涉及授權問題且僅由一個中國字幕組譯製中文字幕版本的泰國 BL 劇，其譯製的選擇也並非由觀眾掌控，而是專屬中國字幕組的決定權。

研究者：字幕組以什麼樣的標準決定去翻一個劇？

受訪者編碼 A7：會有那麼一兩個人，就是總協調，應該是《天府泰劇》的創始人嘛，他們有幾個人，然後他可能說最近出了哪部劇，和他們自己那幾個人討論，或者放在大群裡面，這部劇有沒有興趣大家來翻一下。

研究者：《喜翻譯製組》跟《天府泰劇》一樣嗎？

受訪者編碼 A7：對，應該是一樣的。（受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日）

關於字幕組決定譯製泰國 BL 劇的標準，受訪者編碼 A7 指出，選擇的流程為字幕組的上層領導先進行討論，再交接給其他內部團隊譯製，一個團隊的規模則根據影視作品的長度，通常情況為 1 位資源下載、1 位協調管理、3 到 4 位的翻譯人員、1 位後期工作以及 1 位為美工，譯製一部作品的整體團隊總共大約 8 到 9 位成員，目前《天府泰劇》的全體成員大約 100 到 200 位，而受訪者編碼 A7 現在擔任協調工作的《喜翻譯製組》，其全體成員大約 80 位。對於字幕組的譯製流程以及操作方式，受訪者編碼 A14 也指出，字幕組不會每部劇都譯製中文字幕版本，而只會按照字幕組內部的主觀想法決定，所以一些觀眾比較不熟悉且不受關注的演員，其出演的影視作品就會沒有中文字幕的資源。由

此可見，對於中國字幕組與華人觀眾的關係，「科技與權力的重新分配」的論述並不成立，Shapiro（1999）指出網際網路科技帶來控制權的變遷，權力的流動從組織轉移至個人，促進個人對資訊接收能夠發揮更大的決定權。可如今譯製泰國 BL 劇的決定權全由中國字幕組獨立掌控，華人觀眾對資源接收仍然未能持有任何決定權。

總之，中國字幕組主要在《微博》以及《微信》的官方公眾帳號提供資源鏈接。在初期階段，中國字幕組主要將譯製的泰國 BL 劇中文字幕版本上傳至中國視頻網站《Bilibili》，直到其作品遭下架後，中國字幕組則上傳至各種視頻網站，例如《范特西》、《AcFun》以及《人人影視》，後來同為視頻彈幕網站的《Dilidili》成為目前中國字幕組最重要的輸出資源渠道。但是一些含有性愛片段的泰國 BL 劇在《Dilidili》仍面臨被檢舉的風險，因此上傳之前字幕組則會先對劇中敏感片段打上馬賽克，再將無馬賽克的版本上傳至存儲軟件《百度網盤》以及《Google 雲端》，並在《微博》和《微信》上提供鏈接以及其提取碼，觀眾可以選擇下載或是在線觀看。不僅如此，為了提高速度與效率，中國字幕組透過跟泰國 BL 劇產製端合作獲得授權，先拿到資源提前譯製中文字幕版本，然後在直播間與泰國同步播出具中文字幕的版本。但是因為以上所提的合作關係帶來的版權問題，再加上中國字幕組獨立掌控譯製泰國 BL 劇的選擇權，導致即便中國字幕組會想方設法給華人觀眾提供資源，對於泰國 BL 劇的接收，華人觀眾的決定權寥寥無幾。

根據以上的脈絡可看出，在限制的環境中，中國字幕組如何因科技的介入傳播泰國 BL 劇中文字幕版本，而華人觀眾藉由中國字幕組的勞動接觸到泰國 BL 劇之後，對華人觀眾而言，泰國 BL 劇又具備何種觀看愉悅，則是下一節將要探討的議題。

### 第三節、跨國華人觀眾的愉悅感

過往的 BL 閱聽人研究發現，一些自我認同為「腐女」的 BL 閱聽人在日常生活中針對男性之間的親密互動進行配對想像，從而獲得愉悅感（Noh，1998；張瑋容，2012；劉品志，2014）。不僅如此，BL 閱聽人享受配對兩個男性，即使他們在現實中並非是戀人關係（Noh，1998）。因此可見，必須由兩個或以上的男性之間互動才足以 BL 閱聽人進行配對，而男性之間的互動則作為愉悅感來源的關鍵。當談及《愛我你就再親我》的男男配對 Tawan Vihokratana 和 Thitipoom Techaapaikhun 時，受訪者編碼 A2 指出：

受訪者編碼 A2: 從追劇到追真人，就有一個思想的過程，就這兩個人拍完劇就真的在一起，的那一種，很多人就是因為劇，看了劇以後就追真人，但是有一些就不一樣，就好像我看《愛我你就再親我》的時候我就不覺得 Tae（Tawan 小名）跟 New（Thitipoom 小名）怎麼樣，看《愛我你就再親我》也就是看他們戲外的互動覺得很甜，再看那個劇覺得也很甜。（受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日）

受訪者編碼 A2 認為，跨國華人觀眾對泰國 BL 劇中角色的喜愛，會延伸至真人演員，跟受訪者編碼 A3 和 A8 的觀點大同小異，但是此過程並非是固定的先後順序，因為受訪者編碼 A2 也有先喜愛真人演員配對互動再延伸至 BL 劇中的經驗，而且在本研究的受訪者中並沒有單一喜愛劇中角色或真人演員配對的跨國華人觀眾。但並非所有 BL 真人男演員配對都可以在跨國華人觀眾觀看的過程中提供愉悅感，接受的前提為其配對之間須具備「CP 感」。

受訪者編碼 A11: 主觀的就是那種覺得兩個人在一起，我覺得很般配的那種，兩個人覺得不是那種硬把他們兩個弄在一起演的那種…我

覺得如果兩個人一看就是鋼鐵直男的演起來也沒什麼意思。(受訪者編碼 A11，研究生，2019 年 2 月 25 日)

受訪者編碼 A13：「CP 感」就是妳看他們就覺得就算妳心裡知道他們兩個是直男，可是他們兩個抱在一起就會覺得其實他們兩個人有互相喜歡，而且我允許你這樣抱我。(受訪者編碼 A13，護理師，2019 年 3 月 9 日)

當談及心目中的 BL 劇時，所有受訪者皆會提到演員之間必須具有「CP 感」。「CP 感」一詞形容般配的男男配對，但是並沒有準確的判斷標準，根據受訪者編碼 A11 所述，「CP 感」不能是兩個男性皆為異性戀，但相反的，受訪者編碼 A13 卻認為兩個異性戀男性才能具有「CP 感」。不僅如此，受訪者編碼 A6 認為出演《醉後愛上你》的 Pakorn Thanasrivanitchai 和 Nattapol Diloknawarit 具有「CP 感」，但受訪者編碼 A7 則認為無法接受兩個強壯身材的男男配對。總之，「CP 感」的定義十分主觀，男男配對並沒有固定的形式，但也意味著不同形式的男男配對皆具有「CP 感」的可能性。受訪者編碼 A6 在談及泰國 BL 劇的真人男演員配對時指出：

受訪者編碼 A6:因為覺得萌啊，就很喜歡，這個就是一個愛好，我覺得看這些讓我心情很愉快，就看兩個顏值很高的男孩談戀愛是一件很幸福的事…萌就是覺得很有愛吧，我喜歡他們，他們的互動，或者說他們的那種感覺，就是很喜歡，就覺得好棒，好喜歡，應該是這個意思。萌就是喜歡他們之間的那種感覺。(受訪者編碼 A6，學生，2018 年 10 月 20 日)

受訪者編碼 A6 用「萌」一詞來解釋觀看的愉悅，她認為「萌」是一種愛好，意指喜歡男演員之間的互動，其包含情感和肢體上的碰觸，而 BL 閱聽人則透過觀看此種男男配對關係來獲取愉悅感。受訪者編碼 A12 進一步指出，「萌」是一種藉由觀看男男之間的親密互動而獲得的刺激感，即使這些互動則可能是真人演員本身的一種操作。不僅如此，對於男演員親密互動，跨國華人觀眾用「甜」一詞來形容，此種「甜」互動具備激起愉悅感的作用。換言之，「甜」互動給跨國華人觀眾帶來「萌」的愉悅感。可見，BL 劇男演員配對之間的互動十分關鍵，其作為跨國華人觀眾的愉悅感來源。然而，因為在泰國 BL 劇中所有角色都由真人演員演出，所以其互動主要分為劇內的劇情設定以及劇中之外的真人文本展演和私下的真實關係。

## 一、BL 劇情設定之互動

關於真人男演員配對在 BL 劇中根據劇情設定所詮釋的「甜」互動，受訪者編碼 A4 指出：

受訪者編碼 A4:就很激動的那一部就是《為愛所困》，你當點進去那時候，就會有那種感覺，哇，好棒，這種，就是特別是那種洗摩托車那一段，大家都好喜歡那一段，然後，那一部就會一直刷，就真的是最喜歡就是《為愛所困》，讓你感覺，哇，整個人就是不一樣。(受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日)

在《為愛所困》中有一個橋段是兩個男主角一起清潔機車（見圖四），導致肢體碰觸狀態，而受訪者編碼 A4 認為此種片段能夠引起愉悅的情感。受訪者編碼 A9 進一步闡述，《為愛所困》中兩個男主角的牽手、注視或互相送別等互動的

鏡頭十分打動且有吸引力。其實不僅是《為愛所困》，多部泰國 BL 劇的劇情設計思路皆會安排男性角色進行互動，例如《一年生》、《愛我你再親親我》、《逐月之月》、《醉後愛上你》、《我的狗狗男友》以及《不期而愛》等，以上提到的泰國 BL 劇在處理親密橋段上，皆得到跨國華人觀眾的喜愛。可不僅是肢體上的碰觸，情感上的交集也是跨國華人觀眾所關切的片段。對此受訪者編碼 A8 指出，男性角色之間追求或暗戀的橋段，也可以讓觀眾在觀看 BL 劇的過程中產生共鳴感。所以無論是情感上或肢體上的碰觸，演員在劇中的親密互動皆是跨國華人觀眾所關注的畫面。而跨國華人觀眾在欣賞劇中的「甜」互動時，並非重視其合理性。

圖四：《為愛所困》清潔機車橋段



\*資料來源：截圖自《為愛所困》第一季第三集

#### (一)「不帶頭腦」觀看「泰式」風格

關於泰國 BL 劇合理性相關議題，必須處理華人觀眾接觸 BL 相關作品經驗的脈絡梳理工作。根據第四章的第一節所述，一些華人觀眾是具備 BL 背景的群

體，因此泰國 BL 劇並非是這些華人觀眾第一次接觸到的 BL 影視作品。當談及本國產製的 BL 劇時，受訪者編碼 A3 和 A4 皆指出：

受訪者編碼 A3: 看台灣 BL 劇會因為跟我的大學生活不是這樣，拍成這樣一點都不能說服我。泰國 BL 劇就是因為我完全不知道，所以就覺得原來是這樣，那好像 OK，我知道了。(受訪者編碼 A3，華語教師，2018 年 10 月 11 日)

受訪者編碼 A4: 中國有的 BL 劇你可能比較了解中國那種，我們自己就是中國人，就有的地方那種會比較尷尬…泰國 BL 劇我們就覺得，那說不定泰國就是這樣了，就是這樣我們就能接受，就無所謂。(受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日)

上述訪談可看出，對於本國產製的 BL 劇，受訪者編碼 A3 和 A4 認為，因為其劇情設計與自己本身所處的生活環境狀態不符合，導致無法在觀看的過程中投入於故事情節，受訪者編碼 A2、A7、A8、A11 和 A13 也皆提出相同的觀點。例如中國網路 BL 的《上癮》，受訪者編碼 A11 認為，在劇中由黃景瑜飾演的顧海是一名富二代，但該角色的設定與真實的中國富豪狀態截然不同，或者以校園為題材的台灣 BL 劇《越界》，受訪者編碼 A13 也認為，該劇中高中生的學習環境不符合真實的台灣學校生活。可見，因為熟悉自己國家的環境以及風情，所以對於華人觀眾而言，本國產製的 BL 劇並不符合他們所處環境的實際狀態。然而，華人觀眾在觀看其他文化背景的泰國 BL 劇時，反而不存在以上的問題。

受訪者編碼 A7: 看了之後就會認識到泰國真正的年輕人的那種什麼樣子的生活，大家會覺得，穿那種短褲，穿皮鞋，還有穿那種像爸爸媽媽的包包，就是覺得很搞笑，對，泰國文化，還有那種什麼禮儀，還要叫 Pee (泰文哥哥或姐姐的意思)，叫 Nong (泰文弟弟或

妹妹的意思)，還有大學生就是真的有院之月，我一開始看的時候就以為是編劇編的，是假的，就以為是編的故事，然後後面是真的有，好神奇，為什麼大學還會有這種選美的活動。（受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日）

除了受訪者編碼 A7 之外，受訪者編碼 A2、A3、A4、A5、A6、A8、A10、A12 和 A13 亦是如此。對於這些華人觀眾而言，《為愛所困》中的高中生校服，《一年生》的大學迎新制度以及《逐月之月》的大學選美等活動皆是聞所未聞的事情，甚至認為是編劇所設計的情節，可這些則是泰國日常的傳統禮儀及校園活動。正因為這些華人觀眾並不熟悉泰國當地風情以及文化，所以不僅不存在不符合所處環境的狀況，甚至促使華人觀眾在觀看泰國 BL 劇任何故事走向的過程中可以抱持著恬不為怪的態度，並且不再需要思考及計較其合理性的問題，其範圍包含劇中的「甜」互動。

受訪者編碼 A4：泰國 BL 劇你看就是快樂，很開心的去看，其他的話你就會去考慮比較多的，只有泰國 BL 劇是好看好玩的，讓你很放鬆，然後劇情也是，就怎麼樣都是讓你可以接受，看得很輕鬆，很放鬆...就你看泰劇就覺得，反正泰劇嘛，不能帶腦子看，你就覺得怎麼都能原諒，你就覺得反正不管怎麼樣，看開心就好...反正只要看他們互動甜就好，你就覺得像很多泰劇，平地摔啊，走著就摔了，這種一定要扶住，或者明明站在後面就看不見這種，我們就會拿這個來搞笑，就反正這種什麼泰式，平地摔這種。（受訪者編號 A4:受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日）

受訪者編碼 A8：泰式這個算是泰國 BL 劇的一個特色，其實也是覺得好好笑，好奇怪但是又覺得好好笑，就是不用去計較，如果有人說這個地方說不通，這個地方很奇怪，我為什麼要帶腦子去看它，

就是很放鬆，泰戲就是這樣。（受訪者編碼 A8，市場經理，2019 年 2 月 19 日）

以上描述可看出，有些跨國華人觀眾能夠以「不帶頭腦」的觀看方式欣賞「甜」互動，並藉此觀看方式獲得愉悅感，除了受訪者編碼 A4 和 A8 之外，受訪者編碼 A7 和 A12 皆同樣抱持著反正是泰國 BL 劇，因此何種情節或「甜」互動皆全然接受的態度。所以即便在泰國 BL 劇中不合理的「甜」互動也是被跨國華人觀眾接受，這些由無厘頭因素促成的「甜」互動被視為「泰式」風格。對於「泰式」風格的「甜」互動，跨國華人觀眾具有較大的包容性，其中包含以上受訪者編碼 A4 提到的平地摔跤被扶住的橋段。平地摔跤意指雖然在完全沒有濕滑液體或者妨礙通行物品的平整地面上，劇中的某個角色卻能夠自己絆倒自己。（萌娘百科，2019）。至於跨國華人觀眾之所以可以接受「泰式」風格的「甜」互動，受訪者編碼 A8 指出跨國華人觀眾將非自我的泰國視為他者，因此比起本國產製的 BL 劇，更可以包容其他文化、外語言且不合理的泰國 BL 劇，針對泰國 BL 劇中不合理的橋段自動進行加工，將「泰式」風格的互動美化及合理化，並且在觀看的過程中照樣獲得「萌」的愉悅感。另外，根據受訪者編碼 A4、A7、A8 和 A12 的解釋，「不帶頭腦」的收看方式意指即使劇中情節再不可思議，仍然不必要動腦思考或追究任何前因後果，純粹為了愉悅而愉悅的收看方式。對華人觀眾而言，以「不帶頭腦」的收看方式觀看「泰式」風格的泰國 BL 劇則是輕鬆、解壓以及獲取「萌」的愉悅感之途徑。

受訪者編碼 A10：妳看泰國 BL 劇的時候就是很放鬆，妳不會腦子想很多很復雜。我不喜歡就是我看娛樂性東西的時候，腦子還想很多，我不喜歡，好累，因為我看泰國 BL 劇本來就是放鬆的。就是還是喜歡這種無腦的劇情…就人生下來活著，就有很多事情要做，就是因為有不開心，所以才會覺得開心的事情很難得吧，然後就是要給自己找

放鬆的時間跟放鬆的事情做，我覺得泰國 BL 劇不管怎麼樣，對於我來說，它完全做到了就是讓我放鬆，就是覺得在很累的事情，就是做其他事情之前就是有一個放鬆的前提吧，就是不會讓我們覺得這麼累（受訪者編碼 A10，大學生，2019 年 2 月 25 日）

依據受訪者編碼 A10 所言，在繁忙的日常生活中總是遇到各種各樣的煩惱，複製的情節反而增加壓力，因此希望收看一個能夠單純追求愉悅感的影視作品，而「泰式」風格的泰國 BL 則具備此功能，「不帶頭腦」的收看方式則提供了開心且放鬆的心情，受訪者編碼 A1、A4、A8 和 A12 皆提出同樣的觀點。另外，受訪者編碼 A6 和 A14 進一步指出，觀看「泰式」風格的泰國 BL 劇是一種壓力的釋放，「不帶頭腦」的收看方式也備有逃避現實的功能。

由此可見，華人觀眾收看泰國 BL 劇純粹是為了追求愉悅感，無論是何種因素促成的，跨國華人觀眾所關注的僅是泰國 BL 劇中的「甜」互動，此種「甜」互動本身已經具有激發愉悅的功能，其合理程度並非影響跨國華人觀眾觀看的愉悅。因此泰國 BL 劇中天馬行空的情事情節也是被華人觀眾接受且抱持著較高的包容度，並將其視為「泰式」風格，而不合理的「泰式」風格被認為是泰國 BL 劇的特色，此種特色促使華人觀眾能夠以全然接受的「不帶頭腦」收看方式觀看泰國 BL 劇。然而，跨國華人觀眾的愉悅感來源並非僅有透過「不帶頭腦」的方式觀看泰國 BL 劇中「泰式」風格的「甜」互動之途徑。

## 二、BL 文本之外的互動

受訪者編碼 A12：看完了（泰國 BL 劇）就說演員有可能還在互動還是幹嘛，然後就算你解綁了之後，演員也還是說有聯系什麼，這種就會讓你覺得他們還是在一起，然後這個劇好像還沒結束的感覺。（受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日）

受訪者編碼 A12 指出，BL 劇即便已完結，觀眾仍可以持續關注演員劇外的「甜」互動，而且這些互動甚至作為完結的後續延伸，與受訪者編碼 A4、A10 和 A14 的觀點幾乎完全一致。受訪者編碼 A2 和 A3 進一步指出因為 BL 劇中所喜歡的角色由真人演員演出，所以在現實中有一個實體的存在，並且真人男性演員之間的「甜」互動在實際上可以被看到。總而言之，因為真人男性演員之間的「甜」互動不會跟隨著文本的完結而結束，所以跨國華人觀眾觀看的愉悅並非局限於 BL 劇中。另外，受訪者編碼 A4 進一步指出，即便 BL 劇中的互動可以反復觀看，但是其愉悅感並不會一直保持濃烈狀態，反而是 BL 劇之外的互動可以讓她具有更延長的觀看愉悅。綜合本研究的受訪者所述，真人男演員在 BL 劇文本之外所呈現的互動主要分為官方活動上的真人文本展演以及演員私下的真實關係。

### （一）真人文本展演

關於官方活動上的真人文本展演，跨國華人觀眾主要透過前往泰國追星、參加商演和見面會、關注明星在網際網路上的直播和動態等途徑欣賞真人文本展演

的「甜」互動，相關資訊在網際網路上的流通也是粉絲字幕組的功勞。至於男演員在官方活動上營造出「甜」互動的作為，跨國華人觀眾用「營業」一詞來形容。

受訪者編碼 A12：打個比方說一個活動現場可能就不會發糖，不給粉絲福利，或者說抱一下或者是什麼其他之類的都沒有，我們中國這邊就叫不營業。就可能是一個活動現場他們的互動，發糖發的少了，或者是說完全就沒有一個糖發這一種就叫不營業，如果就說營業的有可能說抱一下或者是什麼，有可能就說主辦方會有一些要求什麼的，然後他們不做啊之類的。(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

「營業」一詞意指 BL 劇男演員之間塑造「甜」互動的動作，例如擁抱、摸頭、摟肩、握手、對視或幫對方整理衣服等作為，無論是刻意或不經意的呈現方式皆包含在內，主要針對官方活動上，比如見面會以及商演等。對跨國華人觀眾而言，由兩個或以上的男演員一同進行的「營業」也是一種服務的動作，而觀眾作為被服務的對象。換言之，官方活動上的「營業」是 BL 劇男演員為了服務觀眾而刻意且有目的性營造出來的「甜」互動，而這些「甜」互動則是真人文本展演，並非是順其自然的作為。如同受訪者編碼 A2、A5、A8 和 A11 所指出，男演員之間的「營業」是為了吸引觀眾的商業手段，但是她們也認為觀看 BL 劇男演員刻意營造出來的「甜」互動仍然獲得愉悅感。

受訪者編碼 A5：對於 CP（男男配對）他們中間營業，發糖什麼，就很開心，就會尖叫，就是這麼個原因，就是滿足你認為他們兩應該怎麼樣，然後他們兩就給你這樣，然後你就覺得有畫面感，不是自己在那邊腦補，就是這樣的感覺，他就是把你想要的，做給你看。(受訪者編碼 A5，研究員，2018 年 10 月 18 日)

根據受訪者編碼 A5 所述，觀看真人文本展演不僅可以獲取愉悅感，並且可以滿足跨國華人觀眾對於 BL 劇中兩個男主角之間的想像，更因為由真人演員演出來的互動，讓自己的想像變成真實。受訪者編碼 A3 和 A13 甚至認為真人文本展演的「甜」互動證實了她們對男性演員之間的想像。討論至此可發現跨國華人觀眾的矛盾性，即便對產製端的商業手段了若指掌，官方活動上的「甜」互動並不全然真實，但是仍然認為真人文本展演具有真實性。之所以如此，是因為泰國 BL 劇男演員之間私底下的關係和情感支撐跨國華人觀眾所相信的現實。

圖五：《一年生》演員在官方活動上的「甜」互動



\*資料來源：《PERAYA HOME》的 Twitter 帳號

## (二) 私下的真實關係

受訪者編碼 A14：因為他們是不是在拍戲之前也會，如果是新人拍戲的話，也會有那個 Workshop(工作坊)。因為我看過他們培訓的影片，

覺得其實這樣是一個不錯的選擇，就是可以讓演員互相熟悉，然後培養感情的經歷。(受訪者編碼 A14，大學生，2019 年 3 月 10 日)

受訪者編碼 A14 以產製端的視角分析了泰國 BL 劇男演員之間情感的培養過程，泰國劇組在開拍之前會舉行工作坊（見圖六），齊聚出演演員參加，長期接受演技的培訓。受訪者編碼 A2 進一步指出，此種操作手法是質量的保證，不僅如此，隨著這些前期工作而來的是演員之間的情感和默契。受訪者編碼 A2、A3、A4、A11、A12 和 A13 皆認為，出演 BL 劇男演員之間的親密感情會呈現在非官方的私人行程，例如旅遊、逛街、聚餐或留宿等，而私人互動的訊息、照片或視頻會被演員本人、周遭的藝人朋友、工作人員或偶遇的粉絲等上傳至網際網路上（見圖七）。

圖六：《與愛同居》的演員工作坊



\*資料來源：《與愛同居》官方 Facebook 專頁《TharnType the series》

圖七：《追愛理論》的演員私下一起乘車並直播



\*資料來源：截圖自《追愛理論》演員 Jumpol Adulkittiporn 的 Instagram 直播

受訪者編碼 A13 在訪談過程中分享了她如何看待《一年生》主演 Prachaya 和 Perawat 私下的情感：

受訪者編碼 A13：我覺得大家都應該看得出來 Singto (Prachaya 小名) 只準 Krist (Perawat 小名) 這樣抱他，其他人不讓人家這樣碰他，他很不喜歡人家碰他，他只讓 Krist 靠在他身上，所以 Krist 在他身上睡覺，就情人那種很曖昧那個階段，但是就覺得他們兩個真的沒什麼，但是妳就會感覺他有一個人會很照顧對方，我覺得他們倆都會照顧對方。而且他們在劇裡面是情侶，那他們私底下其實如果他們像兄弟就覺得可能還 OK，可是他們會，比如說 Singto 吃飯就是會比較顧著滑手機，但是 Krist 就會幫他夾菜，就會知道這其實是有在互相照顧，他們才能營造出這個 CP 感是真的。(受訪者編碼 A13，護理師，2019 年 3 月 9 日)

根據受訪者編碼 A13 所言，因為泰國 BL 劇男演員的真實關係已經到達一定程度，所以才能在官方活動上「營業」出親密且真實的「甜」互動，受訪者編碼 A2、A3 和 A11 也提出相同的觀點。受訪者編碼 A12 也進一步指出，《為愛所困》即便已結局，但演員之間仍然會定期聚餐以及保持聯繫，從工作夥伴演變成好兄弟的關係，因為演員劇中的交際是演繹出來，可此種私下的情感和互動是真實且十分珍貴，所以認為演員之間的關係甚至比劇情中的互動更重要，並且十分排斥劇終人散的泰國 BL 劇。總而言之，跨國華人觀眾之所以認為演員之間私下的情感和默契是真實，因為其感情經過時間的累積和栽培，透過此過程才能在現實中建立良好關係，即便齊聚契機是商業操作手段所促成，但保持私下後續交流的動作仍需要演員自己執行，而演員現實生活中的私人互動則驗證了官方活動上的「甜」互動。可見，泰國 BL 劇男演員之間私人的真實關係擔任很關鍵的角色，其為真實性的證據，即使官方活動上的真人文本展演是「營業」所致，「甜」互動中仍存在真實元素，而此種具有真實性的劇外互動不僅作為愉悅感發源，更是跨國華人觀眾的喜歡看泰國 BL 劇的原因之一。

受訪者編碼 A4：國內（中國）這種片子基本沒有，然後因為劇外的互動，國家就是不會允許，我們就那種小粉紅看的很少 …因為泰國他們可以有互動，你就是演完以後，演員戲外關係好很重要，像國內我們那種黃景瑜，我很喜歡，但是他跟許魏洲關係就不好，因為中國很多就覺得他們兩個捆綁在一起不好，粉絲之間會吵，害的他們關係也不好，那泰國這些明星，我們就希望看他們在一起，然後國內的話，因為他們這種宣傳活動不能有，只能看看劇，我們能看的東西比較少。

（受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日）

受訪者編碼 A4 在談及喜歡觀看泰國 BL 劇的原因以及泰國 BL 劇與其他國家的區別時指出，因為國家政策以及風情的關係，所以中國 BL 劇演員在劇中之外的互動十分稀少，相關的官方活動也不被允許進行，演員的現實關係也僅是泛泛之交，導致愉悅感來源僅限於觀看劇中的互動，反而泰國 BL 劇可以延伸至劇中之外的真人文本展演以及私下的現實關係，此觀點與受訪者編碼 A12 相同。另外，受訪者編碼 A6 也進一步指出，相較於他國家的 BL 劇，泰國演員的官方互動更為頻繁，演員私下也能保持良好的關係，而此方面則是泰國 BL 劇受到跨國華人喜愛的關鍵。根據以上的脈絡可看出，對華人觀眾而言，真人演員擔任十分重要的角色。

### 三、逃脫想像的真人化

正如以上所提，無論是劇內的劇情設定或者劇中之外的真人文本展演和私下的真實關係，因為在泰國 BL 劇中所有角色都由真人演員演出，所以真人男演員正是華人觀眾的愉悅感來源。然而，具備 BL 背景的華人觀眾在接觸泰國 BL 劇之前，原本就已經具備消費 BL 相關作品的作為，例如小說、漫畫或動漫等二次元文本。受訪者編碼 A10 在談及二次元 BL 作品與 BL 劇的觀看經驗之間的差別時指出：

受訪者編碼 A10：就是一個是演出來，一個是想像。就像你看泰國翻拍這個電視劇，它會有經費在裡面，可能某些場地某些情景就不能拍得出來，但是小說無所謂，因為是筆，隨便寫，就比較題材比較廣，內容深刻。其實我說實話，我比較喜歡看劇，但是劇主要是限制因素太多了，看小說你可以自己完全想像，包括他的長相什麼的。

受訪者編碼 A2、A3、A4、A7、A11、A12 和 A14 也跟受訪者編碼 A10 一樣，認為小說或同人文等二次元 BL 文本透過文字呈現具有想像感。另外，受訪者編碼 A10 同時以閱聽人的角度進一步分析 BL 小說作品的創作與產製過程所帶來的想像感，她認為 BL 小說沒有很多限制因素，比如經費問題，所以可以完全自己想像，包括角色的設計和場景，促使其題材十分廣闊且內容深刻。上述可見，對於這些華人觀眾而言，二次元的 BL 文本在 BL 閱聽人接收的過程中提供廣闊且自由的「想像空間」。而受訪者編碼 A10、A11、A12 和 A14 皆認為「想像空間」則是二次元 BL 文本與 BL 劇最大的差異之一。對此受訪者編碼 A7 和 A12 皆指出：

受訪者編碼 A7：劇就是真人化，小說更具有想像感，寫得文字，描述一個人怎麼帥，你可以自己想，可以想到很多東西，劇就是他已經呈現在你的眼前，是他給你看的，不是你想出來的。(受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日)

受訪者編碼 A12：我覺得劇裡面給妳的人物就已經是有這個人物給妳，妳不用去想像他誰符合，但是小說妳會去想找一個人代替他進入這個角色。小說是更多的想像，就是說可能妳就會去想這些藝人是哪一個比較符合他，但是電視劇的話它基本上已經是有一個角色在那裡，然後這個演員已經是進去了，然後他可能，他也會演到他本身就已經融入到那個感情和角色去了，妳就沒法想像了。

根據受訪者編碼 A7 和 A12 所言，對於 BL 文本中的人物設定，小說閱聽人可以完全發揮自己的想像能力，而 BL 劇則是「真人化」的文本，由真人演員演出，因此對於劇中角色的塑造並不存在任何「想像空間」。關於「想像空間」的重要性，對於比較喜愛欣賞真人的受訪者編碼 A2、A10、A12 和 A14 而言，「真人化」的 BL 劇反而比較符合她們的需求。正是因為在 BL 劇中所有角色都由真

人演員演出，並不是自己想像的人物，所以受訪者編碼 A2 和 A4 認為 BL 劇所帶來的感官刺激更為直接。受訪者編碼 A4、A6 和 A14 進一步指出，真人演員能夠讓觀眾在觀看 BL 劇的過程中比較容易帶感，內心的激動情感較為強烈。另外，受訪者編碼 A3 和 A11 進一步指出：

受訪者編碼 A3：因為它就是存在你的幻想裡，而且漫畫和小說結束就是結束了，你不會再看到他們以後會怎麼樣，但是你看劇的時候是可以看到演員劇下的樣子，他們工作的樣子。(受訪者編碼 A3，華語教師，2018 年 10 月 11 日)

受訪者編碼 A11：小說就是妳個人小世界裡面的東西，但是如果妳看劇的話可以延伸到現實中。(受訪者編碼 A11，研究生，2019 年 2 月 25 日)

根據受訪者編碼 A3 和 A11 所述可見，通過閱讀 BL 漫畫和小說進行幻想所獲得的愉悅感會跟隨著文本的完結而結束，即使可以持續閱讀和創作 BL 衍生作品，但僅存在於「想像空間」，可 BL 劇即便已完結，華人觀眾仍可以持續關注真人演員劇外的表現或「甜」互動，比如展開追星行動或進行應援動作等，受訪者編碼 A4、A7、A10 和 A14 也都提出相同的觀點，此論述對應了以上所提到的 BL 文本之外的互動。受訪者編碼 A2 和 A3 也進一步指出 BL 劇中所喜歡的角色在現實中有一個實體的存在，男性真人演員之間的「甜」互動在實際上可以被看到的，而真人演員在 BL 文本之外的「甜」互動正是華人觀眾的愉悅感來源之一。可見，對於觀眾在觀看 BL 劇所獲取的愉悅感，出演的真人演員具備衍生性的功能。不僅如此，當談及觀看泰國 BL 劇的經驗時，受訪者編碼 A5 指出：

受訪者編碼 A5：因為可能我自己比較喜歡看這方面的，然後因為雖然小說你可以看下去，但是因為啪啪啪自己一個就直接過了，有些情

節你只是自己想像，但是 BL 劇是另外一個人在你面前，表現出來了，會是另外一種感覺，而不是你想像他應該這樣跟那個…就是有畫面感，不是自己在那邊腦補，就是這樣的感覺，他就是把你想要的做給你看。

根據受訪者編碼 A5 所述，因為 BL 劇所提供的畫面感並不是自己的想像，而是由真人演員展現出來，所以觀看泰國 BL 劇則是一種跨出自己的「想像空間」，直接欣賞劇中真人演員演繹出來的情節。綜合以上可看出，華人觀眾對於泰國 BL 劇抱持著男男戀不再是想像的觀看態度，因此真人演員扮演著極重要的角色，其促使華人觀眾的觀看愉悅不再需要依靠自己的想像力。換言之，華人觀眾藉由真人演員逃脫「想像空間」收看「真人化」的泰國 BL 劇獲取直接且帶感的感官刺激。

討論至此可看出，真人演員帶領華人觀眾逃脫「想像空間」不僅局限於泰國 BL 劇中的「BL 劇情設定之互動」，同時包含了衍生出來的「BL 文本之外的互動」，華人觀眾可以將「真人化」的泰國 BL 與「真人文本展演」和「私下的真實關係」作出對應。易言之，真人演員在劇中演繹的情感與現實關係相互吻合並符合華人觀眾的期待的情況下，華人觀眾能夠藉由此種比對的觀看方式獲取滿足感，而此種滿足感則為個人層面上的愉悅感。至於二次元的 BL 文本給閱聽人提供的愉悅感，楊曉菁（2005）指出，BL 迷熱衷的玩弄及誤讀既有的男男友情文本，藉由對「理想男性情誼」過度想像獲取愉悅感，並認為此種現象為女性讀者盼望與現實男性擁有平等地位，因而產生男男戀愛的想像。邱佳心（2010）進一步指出，BL 遊戲文本讓女性玩家逃脫過往被觀看的位置，轉成觀看的權力位置，因此女性玩家則從性別權力的倒置中產生愉悅和想像的歡愉。依據上述，即使二次元和三次元的 BL 文本皆能夠給閱聽人提供愉悅感，但不同次元的閱聽人所獲取

的愉悅感仍然存在差異。而此種現象對應了蔡欣芸（2019）所指出的論述，蔡欣芸（2019）發現相較於以往的二次元 BL 文本的閱聽人，台灣 BL 劇閱聽人更為追求滿足個人在娛樂層面的需求，因此閱聽人觀看 BL 劇的理由更加娛樂化。

綜合以上所述，跨國華人觀眾藉由觀看具有「CP 感」真人男演員配對的「甜」互動來獲取「萌」的愉悅感，而此種「甜」互動主要分為 BL 劇情設定以及 BL 劇文本之外的互動。BL 劇情設定的互動包含情感和肢體上的碰觸，其合理性並非重要，因為華人觀眾能夠以「不帶頭腦」的觀看方式觀看泰國 BL 劇，而劇中天馬行空的情節或互動會被視為「泰式」風格。至於 BL 劇文本之外的互動，被跨國華人觀眾認為是泰國特有的元素，大致可分成真人文本展演和私下的真實關係。真人文本展演是泰國 BL 劇男演員在官方活動上「營業」出「甜」互動的商業操作手段，藉由泰國 BL 劇男演員私下的真實關係驗證其真實性。因此，對跨國華人觀眾而言，劇情設定、真人文本展演以及演員私下的真實關係是枝葉相持且環環相扣的關係。可無論是劇情設定或文本之外的互動，皆需要由真人演員展現，而真人演員則能夠帶領華人觀眾逃離「想像空間」收看「真人化」的泰國 BL 劇，藉此獲取愉悅感。

## 第四節、泰國 BL 劇的觀看意義

上一節所關切的議題則是探討泰國 BL 劇華人觀眾的愉悅感來源，而在本節當中將進一步探究華人觀眾觀看泰國 BL 劇的意義。對於 BL 閱聽人消費 BL 文本的背後意義，以往的 BL 閱聽人研究，通常認為因為 BL 文本能夠顛覆性別傳統的二元對立，所以 BL 閱聽人藉由消費 BL 文本的中介得以反抗父權價值觀下的愛情符碼意義以及展現情慾主體性。可本研究經過整理訪談資料後發現，熱愛觀看泰國 BL 劇的華人觀眾並非如以上所提的具備強烈的反抗意識，對於華人觀眾而言，觀看泰國 BL 劇的意義主要分為「嚮往的純粹關係 (Pure Relationship)」以及「呼籲男同性戀愛平權」。

### 一、嚮往的純粹關係 (Pure Relationship)

泰國 BL 劇的故事主要著重於兩個男性之間的情感，而此種情感對於華人觀眾而言又具備何種意義，則是接下來將要探討的議題。經過整理訪談資料後發現，一些華人觀眾認為異性戀的戀愛情感並不全然純粹 (Pure)，男性之間的戀愛模式反而是他們所嚮往的情感。

受訪者編碼 A10：因為我一直覺得就像男性跟女性在一起，可能有一部分是因為荷爾蒙，還有繁衍後代，但是兩個同性在一起，除了先天性生理的方面，他可能真的就是因為愛情。但是現如今的這種社會，妳想到那麼純的愛情真的沒有，我覺得大家都是帶著，他條件好，他長得好看，他有錢這樣去評定對方的。可能是因為我對感情方面一個美好的嚮往吧，可能這樣講，所以說我看兩個男孩子在一起，我覺得比較純。

受訪者編碼 A10 認為，對弈異性戀的戀愛關係，除了兩人之間的情感之外，因為涉及荷爾蒙分泌、門當戶對以及繁衍後代等外在因素，所以男女之間的愛情並不全然純粹，受訪者編碼 A5、A9 和 A13 也是如此認為。由此可見，一些華人觀眾所嚮往的情感並不是男女之間的戀愛模式，而是純粹著重於兩人之間情感的男男戀。對此受訪者編碼 A9 指出：

受訪者編碼 A9：我覺得現在愛情，可能男女之間的愛情會建立在很多利益上面，妳看 BL 劇會覺得這就是純粹愛情，因為可能男男之間愛情你會覺得更純粹。我覺得男女之間會有很多其他的對利益，各種傳宗接代的一些想法，因為其實很多人後面為了結婚，那都不是愛情，就是可能只是為了找個對象生個小孩。男男因為他畢竟不可能生小孩，可能他就是純粹的一些精神上的寄託。而且男男的話會必須要去對待一些社會上對他的一些眼光，其實他要承受的東西會很多的，他們能夠堅持下去蠻難的。而且他們要接受的東西很多。男女的話就會很正常，大家也不會說妳什麼。只是會覺得這種感情更珍貴。

以上可看出，受訪者編碼 A9 認為，比起異性戀的關係，男男之間的戀愛過程需要承受更多的社會壓力以及眼光，並且其情感並不存在傳宗接代等利益因素，純粹是精神上的寄託，因此在 BL 劇中男男之間的愛情更為純粹。受訪者編碼 A10 和 A13 也進一步指出，因為男性之間的感情培養過程並沒有涉及利益上的關係，並且必須面臨各式各樣的難題，所以認為其情感是真實的愛情。而 BL 劇中真實且純粹的男男情感則是華人觀眾所嚮往的愛情。當談及觀看泰國 BL 劇所獲取的感受時，受訪者編碼 A13 指出：

受訪者編碼 A13：我覺得泰國人有一定很樂觀的天性，他們覺得愛情是很美好的事情，可以改變妳人生的感覺，可能是因為他們是 BL 劇，

雖然會覺得兩個在一起之後會有很好的事情發生。有一種對於愛情美好想像。雖然因為可能他給大家的感覺是，同志之路很難走，但是他們還是會可以很快樂的。只要他們對彼此是真愛。雖然中間有經過一些事情，但是他們還是因為很喜歡對方，所以要很堅持，會相信世界上還是會有真愛！

根據受訪者編碼 A13 所言，泰國 BL 劇中兩個男主角在培養感情的過程，能夠成功度過及克服各種各樣的難關和阻礙（見圖八），而在一起相親相愛的戀愛關係，乃是真實愛情的象徵，透過觀看此種故事情節所產生的愉悅感則是一種對於美好愛情的想像，因此希望可以如同 BL 劇中的故事情節般擁有屬於自己的純粹關係，受訪者編碼 A2、A7、A10 和 A12 皆提出相同的看法。而華人觀眾所嚮往與追求的平等以及不摻雜利益的美好愛情則對應了 Giddens 所提出的「純粹關係 (Pure Relationship)」理論與實踐內涵。Giddens (1992/周素鳳譯，2001)) 分析愛情在現今社會親密關係的現代性及其轉變，他指出「純粹關係 (Pure Relationship)」作為理想的愛情典範，意指關係的成立不依賴外在的社會或經濟生活等因素，較接近於自由飄泊的狀態，此種關係的發展起於情侶雙方具體判斷與評估自身在該關係中的經驗，不為外在任何原因且自己主動願意接受，並非為其他因素介入影響而進入關係，藉由雙方皆認為此關係帶來足夠的滿足才得以維持。綜合上述可見，BL 劇中美好的真實愛情是華人觀眾觀看泰國 BL 劇的意義之一，因為男男之間的純粹關係 (Pure Relationship) 是他們所嚮往的愛情關係。

圖八：《醉後愛上你》向家人出櫃橋段



\*資料來源：截圖自 Line Tv 的 Facebook

## 二、呼籲男同性戀愛平權

根據以上所述，華人觀眾認為男男同性之間的愛情需要承受很多的社會壓力，與異性戀遭遇不同的對待和眼光。因此一些華人觀眾認為，可以藉由 BL 劇中男男之間的戀愛故事，呼籲社會大眾尊重男同性戀愛平權，則是泰國 BL 劇的觀看意義。對於此議題，受訪者編碼 A2 在描述她心目中的 BL 劇時指出：

受訪者編碼 A2：我覺得什麼樣都應該有，什麼樣的人都應該有，不是一個劇裡面有很多種，就是不同形式的人都可以在這一個題材上

面展現，因為我覺得這種戀愛是人權來的，即使能不能結婚都是人權來的，我覺得他們沒有做錯什麼，他們可以表達自己，那其實讓大家都去接受，接納這一個事情的話就是要通過這樣的一個媒介去表達出來...其實我們可以通過 BL 劇去喚醒其他人，其實人都是平等，你不要因為他的取向不同，這樣就不對，其實也是想喚醒大家覺得，大家接受就好，其實這個跟你沒什麼關係的，人家的選擇跟你沒什麼關係的。(受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日)

除了受訪者編碼 A2 之外，受訪者編碼 A6、A10、A13 和 A14 皆提出大同小異的觀點。他們認為觀看泰國 BL 劇是展現支持男同性平權的精神，因此男性同性戀在現實生活中所面臨的困境應該反映在 BL 劇中，以便讓更多人透過觀看 BL 劇來理解男性同性戀的處境，藉此呼籲社會大眾尊重男同性，並提升男同性的戀愛權利以及減少因為性別差異而來的差別待遇。受訪者編碼 A9 也指出，觀看泰國 BL 劇可以體會到身邊男同性戀朋友所面臨的處境，正回應以上所提的觀點。而受訪者編碼 A1 進一步指出，觀看泰國 BL 劇是打破規則、定律以及常理的態度。上述可見，華人觀眾將 BL 劇視為提倡異性戀族群尊重男同性戀的工具，透過觀看泰國 BL 劇可以改善異性戀群體對男同性戀的認知及刻板印象。

總而言之，華人觀眾觀看泰國 BL 劇的意義主要分為「嚮往的純粹關係(Pure Relationship)」以及「呼籲男同性戀愛平權」。華人觀眾認為異性戀的關係摻雜利益因素而男男的爱情較為純潔，因此 BL 劇中美好的真實愛情則是華人觀眾所嚮往的戀愛關係，所以本研究將此種觀看意義稱為「嚮往的純粹關係 (Pure Relationship)」。至於「呼籲男同性戀愛平權」，則是透過 BL 劇的男同性戀故事呼籲社會大眾尊重男性同性戀的支持男同性平權精神。

## 第五章 粉絲視角：追星應援的跨國實踐與情慾想像

在上一章當中，主要著重於剖析跨國華人觀眾的泰國 BL 劇觀看經驗，而這些固定持續收看泰國 BL 劇的跨國華人觀眾透過何種管道接觸到泰國追星資訊，為了所喜愛的真人演員又會展開何種追星行動，這些作為背後具備何種意義，則是本章密切關心的議題。

### 第一節、追星資訊管道

受訪者編碼 A12：就有時候看他們的活動行程之類的。因為我不只是看，我還會去現場追，所以我肯定會去關注他們的行程，就妳既然喜歡他，我就會想去見真人，我就會關注行程，如果是這個我能抽的出時間，我剛好有時間我就會去追，就會去看。那個配合我自己的時間去見到真人。（受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日）

當談及喜愛演員相關資訊的接受時，受訪者編碼 A3、A4、A5、A6、A7、A9 和 A10 皆與受訪者編碼 A12 一樣，表示喜愛演員的活動行程是他們最為關切的訊息。這些華人觀眾認為，當喜歡上泰國 BL 劇中的真人演員之後，會產生追星的欲望，因此喜愛演員的活動行程相關訊息十分重要，其有助於安排他們前往泰國展開追星行動的行程。而這些訊息的主要來源，則是泰國 BL 劇演員本人以及其所屬經紀公司的網際網路社交平台。

受訪者編碼 A4：那就是演員他們本身的那種，就刷他們《Instagram》比較多一點，《Facebook》想要看，但是有很多演員他們那些帳號，我搜不到，要翻牆，就我們下載那種翻牆軟件，然後翻牆去看，泰國很好，就想看什麼直接打開軟件就可以，中國還是有一點點麻煩，要

翻牆。(受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日)

綜合受訪者編碼 A2、A4、A7、A8、A9、A10、A11、A12 和 A14 所言，泰國 BL 劇演員本人及其所屬經紀公司的官方社交平台帳號是活動行程的第一手資源發佈者，其中包括喜愛演員的周遭好友以及工作人員，例如親戚、經紀人、髮型師或舞台總監等相關人物，而最主要的社交平台為《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》。根據專注於數位社群行銷的英國廣告代理商 We Are Social 與加拿大社群平台管理服務公司 Hootsuite 合作，於 2019 年 2 月 3 日公佈的《2019 年 1 月泰國網路數據報告》指出，《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》皆列入前五名泰國 2019 年 1 月最活躍的社交平台，其中《Facebook》位居榜首。至於喜愛演員的活動行程相關訊息，其包含官方和非官方的見面會、頒獎典禮、生日會、畢業典禮以及商演等活動的舉辦地點和日期以及售票方式。即便以上所提的管道是提供第一手資源，但根據《自由時報》於 2015 年 5 月 24 日的報道，《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》在中國地區皆屬於被封鎖的境外社群媒體，因此對於中國大陸境內的華人觀眾而言，相當不便。

受訪者編碼 A8：因為在泰國我不需要看字幕，不需要看中國翻譯出來的，所以我就在《Line TV》或者在《YouTube》上看。在中國翻牆，然後我每年翻牆大概要花 700 人民幣等於 3500 泰銖用在翻牆上，如果你只是開 VPN 的話是不行的，必須要開泰國的線路，而且還需要網速有一定的支持。所以如果想要達到這個要求的話，VPN 的價格會比較貴。(受訪者編碼 A8，市場經理，2019 年 2 月 19 日)

受訪者編碼 A8 談及如何使用在中國被封鎖的社交平台時指出，在受限制的情況下需要購買 VPN 進行「翻牆」動作，受訪者編碼 A4、A9、A10 和 A12 皆

提出同樣的觀點。關於 VPN 的運作，根據網路設備公司 Cisco 官方網站的介紹，其意指虛擬私人網路，具備隱藏用戶 IP 位址功能，並且加密用戶傳送與接收的一切資料，促使被攔截的加密資料變成無法讀取的亂碼。另外，新聞資訊網站《BBC 中文網》於 2019 年 1 月 11 日的報導指出，在中國大陸地區接近數千萬的網際網路用戶透過 VPN（虛擬私人網絡）瀏覽中國境外被封鎖的網站，此種突破中國中央政府網絡審查的行為則被稱為「翻牆」，而如今中國當局已針對「翻牆」行為開始採取行政處罰。由此可見，位於中國地區的華人觀眾不僅必須藉由 VPN 進行「翻牆」，才能接觸到《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》上提供的喜愛演員第一手活動行程相關訊息，並且需要負擔經費上的支出以及觸犯法律的風險。除此之外，受訪者編碼 A14 進一步指出：

受訪者編碼 A14: 後來有再關注藝人的話，就是一開始在《Facebook》，因為他們會有自己的粉絲專頁。後來有《Instagram》之後，會去關注他們本人的《Instagram》，然後他們有時候也會發佈，雖然我看不太懂，有時候想看就是看不太懂，是因為他們不一定打英文。有時候打泰文我就想這個到底是哪，我不知道去哪裡。（受訪者編碼 A14，大學生，2019 年 3 月 10 日）

根據以上受訪者編碼 A14 所描述可看出，在《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》上提供的第一手活動行程相關訊息內容主要以泰文為主，而泰文並不是華人觀眾所熟知的語言，受訪者編碼 A2 也提出大同小異的想法。上述可見，即使以上的社交平台提供第一手資訊，可是僅適用於具備泰文能力的華人觀眾，例如受訪者編碼 A8、A10 和 A11，一些不具備泰文能力的華人觀眾依然需要依靠他們所熟悉的社交媒體平台《微博》上提供的中文訊息。

受訪者編碼 A7: 都是微博，微博為什麼會出訊息呢，因為有那種資深的或者說粉絲，他們在《Twitter》、《Instagram》上面找，也有泰國這邊的粉絲，會相互聯繫說，最近有什麼活動，會問，也會在找，因

為各家粉絲會出訊息，我會翻微博，就說有什麼活動，在哪裡幾點，雖然可能是泰國的，但是有的會翻譯過來。(受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日)

受訪者編碼 A11：《微博》比我慢，因為《微博》需要一個什麼過程呢，需要有人翻譯。因為很多人他在《微博》上發，發現很多不懂泰語，然後需要我們這些人去翻譯這些資訊，然後但是我在《Twitter》或者在《Instagram》上面看的就是第一手，因為我能看懂。(受訪者編碼 A11，研究生，2019 年 2 月 25 日)

從受訪者編碼 A7 和 A11 的描述可看出，一些具備泰文能力的華人粉絲會將《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》上獲取的第一手活動行程相關訊息翻譯成中文，並發佈在《微博》上，即使在資訊接受的速度上有所差異，可是《微博》上的中文版本反而比較符合華人觀眾的需求。關於中文版本的活動行程相關訊息，根據受訪者編碼 A2、A4、A5、A7、A10、A11 和 A12 所言，其主要發佈者為泰國 BL 劇演員的中國粉絲微博帳號。另外，受訪者編碼 A2、A4 和 A10 進一步指出，中國字幕組除了譯製泰國 BL 劇中文字幕版之外，同時會在其官方微博帳號發佈一些泰國 BL 劇相關演員的訊息，其中也包含泰國 BL 劇演員的活動行程。顯然，對於需要中文版本的華人觀眾而言，《微博》則作為喜愛演員的活動行程最主要的資訊接收管道。

綜合以上所述，喜愛演員的活動行程相關訊息對華人觀眾來說十分重要，而《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》則作為泰國 BL 劇演員活動行程的第一手相關資源管道，可這些社交平台在中國地區皆處於被封鎖狀態，導致中國地區的華人觀眾僅能透過 VPN 進行「翻牆」才接觸到這些社交平台，而且其提供的資訊以泰文為主，因此不具備泰文能力的華人觀眾依然需要依靠泰國 BL 劇演員的中國粉絲以及中國字幕組官方微博帳號上提供的活動行程中文版本。

## 第二節、追星作為

在上一節中主要探討華人觀眾如何接收泰國 BL 劇演員的活動行程相關訊息，而獲取行程訊息之後，這些華人觀眾會如何展開跨國追星行動，則是本節將進一步探討的議題。然而，除了接收管道之外，活動行程的公佈日期也會設計到華人觀眾安排追星行動的決定，對此受訪者編碼 A13 指出：

受訪者編碼 A13：因為他們還蠻經常在一個禮拜前才放活動訊息出來的，可是我們的行程大概是兩個月前就已經定了，機票也買好。(受訪者編碼 A13，護理師，2019 年 3 月 9 日)

依據受訪者編碼 A13 所述，喜愛演員的活動行程公佈日期並非是可事先預料以及掌控，因此在考慮處理追星行動的過程中，僅能依據掌握到的現有行程資訊進行安排。綜合本研究的受訪者所提供的資料，粉絲見面會、生日會或演唱會等大型活動，無論是泰國境內或境外，其主辦方通常會提前在一到兩個月以上的時間公佈相關訊息。至於在泰國的商演活動細節詳情，主辦單位通常會在距離舉辦活動日期不到一個星期的時間公佈。而面臨此種情形，華人觀眾則無法把握切確的追星行程，導致一些環節僅能臨時安排。總而言之，活動行程的公佈日期也會影響到華人觀眾實踐追星行動的計劃。

受訪者編碼 A4：來泰國的話，到這邊就會看他們行程，如果特意的追星的話，除非有那種好的活動，就比如說見面會這種，或者怎麼樣，如果有弄到好的門票，好的機會，我會特意來追，不然的話就是來玩，然後順便追。(受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日)

對於追星實踐的行程，受訪者編碼 A4 指出，因為涉及活動公佈日期，導致追星行程大致分為兩種安排方式，分別是提前確認活動行程並事先安排好再前往

泰國實踐追星行動，以及先到泰國再進行安排隨時變動的行程，而受訪者編碼 A2、A5、A7、A9、A10、A12 和 A13 皆如同受訪者編碼 A4 一樣具備兩種追星行程的經驗。綜合上述可看出，喜愛泰國 BL 劇演員的華人觀眾，其實踐追星行動的行程安排主要分成「有計劃追星」以及「無計劃追星」。

## 一、有計劃追星

受訪者編碼 A13：那時候我認識一個神哥（華人粉絲稱呼《逐月之月》演員 Itthipat Thanit 的暱稱）的粉絲，她說她已經去泰國看過神哥很多次，她說在泰國的神哥很放鬆，她叫我一定要在泰國看他，那我就說好，我看看什麼時候有機會，就要看他要辦生日會，我就一直等一直等，然後就看有人把 VIP 的票示出來，就剛好有一張就去。（受訪者編碼 A13，護理師，2019 年 3 月 9 日）

以上所述可看出，喜愛的演員舉辦生日會將至之前，受訪者編碼 A13 在已經確認活動日期以及提前獲取了進場票的情況下，前往泰國展開跨國追星行動，除了《逐月之月》演員 Itthipat Thanit 的生日會之外，受訪者編碼 A13 也特意前往泰國參加《一年生》演員 Perawat Sangpotirat 的生日會和畢業典禮。不僅如此，受訪者編碼 A2 參加的《逐月之月》演員 Warodom Khemmonta 生日會、受訪者編碼 A4 參加的《為愛所困》見面會、受訪者編碼 A5 參加的《一年生》見面會、受訪者編碼 A7 參加的《逐月之月》見面會、受訪者編碼 A9 參加的《一年生》演唱會和《為愛所困》演員 Nawat Phumphothingam 生日會以及受訪者編碼 A10 參加的《愛來了別錯過》見面會，以上所提到的活動皆是華人觀眾前往泰國實踐追星行動之前預計參加的行程。由此可見，活動行程公佈日期與其舉辦日期中間的差距十分關鍵，充裕的前期工作時間有助於泰國境外的華人觀眾具備足

夠的時間提前安排追星行程，促使華人觀眾能夠在計劃之內的固定日期實踐追星行動，而此種計劃之內的追星行動則是本研究所指的「有計劃追星」。另外，綜合受訪者所述，能夠提前掌握行程詳情的活動主要是粉絲見面會、演唱會以及生日會。受訪者編碼 A2 在訪談中分享了參加《逐月之月》演員 Warodom Khemmonta 生日會的經驗：

受訪者編碼 A2：他的生日會上，就是有說一下他自己的成長，然後有表演，有跟粉絲互動，就抽幸運粉絲那種，那個幸運粉絲抽上去又是那種抱，睡大腿之類的，然後，秉承他一貫的風格，還有什麼 Cosplay（角色扮演），就那種比賽，各種奇奇怪怪的都有，然後結束了以後就是，我們會排隊去跟他握手，有禮物都可以送禮物，然後會給海報之類的，就那些算是一個小小的互動吧，然後下來以後就是，他有一盤不知道是不是生日蛋糕，就給粉絲每人吃一點，算是辦的挺好的，都有跟每一個粉絲互動，因為會上去送禮物，就排隊那樣子，而且就很有幸，因為後面的話能握手嘛，然後其實那個會場的時間已經完了，他就很趕，抓的那個時間很緊，但是有一些粉絲可能跟他說話的時間長了一點點，他還是沒有特別為難之類的。

（受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日）

從受訪者編碼 A2 的描述可看出，生日會上的活動內容設計主要分為兩個環節，首先是藝人的各式各樣才藝表演時間，另外則是粉絲互動的部分，其包括遊戲、合照、送禮物、握手或擁抱等近距離互動。受訪者編碼 A4、A5、A7、A9、A10 和 A13 也進一步分享參加生日會、見面會以及演唱會的經驗，他們皆認為以上所提到的活動環節設計與受訪者編碼 A2 所描述的內容完全一致，這些活動的性質皆著重於「藝人表演」和「粉絲互動」，因此有助於華人觀眾完成與喜愛演員互動的願望。而實踐「有計劃追星」範圍並不局限於泰國境內活動。

受訪者編碼 A3：今年（2018 年）比較認真的就是，《一年生》他們

三月去台灣，我飛回去了，不是回家順便看，是順便回家，七月去香港，我也去了，然後這次九月我又去看，《逐月之月》12月在台灣我也去了，《逐月之月》去年9月在馬來西亞，我也去了，馬來西亞、台灣、香港，能飛的我都飛了。(受訪者編碼 A3，華語教師，2018年10月11日)

根據以上闡述可看出，泰國 BL 劇演員的活動不僅局限於泰國境內，除了受訪者編碼 A3 所提的馬來西亞、台灣和香港之外，經過整理訪談資料發現，泰國 BL 劇演員也會在日本、韓國、中國以及印度尼西亞等國家舉辦粉絲見面會。對於參加泰國境外活動的動機，受訪者編碼 A3、A5、A7 和 A9 皆指出，實踐泰國境外的追星行動是一種為自己塑造更多與喜愛演員見面的機會。至於本國的活動，受訪者編碼 A2、A3、A13 和 A14 皆抱持著不參加白不參加的態度，另外受訪者編碼 A2 進一步指出，華人觀眾希望藉由參加本國活動，能夠推動泰國 BL 劇的演員和產製端看重自己本國的粉絲和市場。可即便參加本國活動看似較為方便，對華人觀眾而言，泰國境外的追星行動，無論何時何地的活動，仍然不是他們的第一選擇。

受訪者編碼 A2：中國肯定是沒那麼親近，就好像跟他們合照，什麼的都比较難，人很多，中國的粉絲太多，擠不進去，然後他們因為從外國過來，對於他們來說就是安保也會比較嚴，相對來說沒有那麼容易親近到，而且中國的活動，你說什麼合照那些也要看票區，貴的票也可以上去握手，什麼有蓋章之類的，送禮物的這些相對來說近一點的，但是你說要跟他合照的話就不可能，你可能近一點去拍他，但是未必可以跟他合照，但是泰國的話，相對來說你見到他，就好像那些商場活動，條件允許的情況下他都可以合照，他們都願意，但是要看當時的情況，所以在這邊你說想要福利好一點的吧，就可能在這邊相對會比較容易達成一點。(受訪者編碼 A2，銷售，2018年9月28日)

綜合受訪者編碼 A2 所述，泰國境外活動的環節設計無法達到華人觀眾與喜愛的演員互動的需求，更因為是泰國境外活動，參加人數接踵比肩，導致其安保管理十分嚴謹，因此演員與粉絲之間的距離不如泰國境內活動親近，具備參加《逐月之月》馬來西亞粉絲見面會經驗的受訪者編碼 A3 也提出相同的觀點。受訪者編碼 A7 也指出泰國境外活動的舉辦次數遠比不上泰國境內活動，同時時常發生進場票不足的情況，而且總費用與前往泰國展開追星行動毫無相差，即便是本國活動亦是如此，受訪者編碼 A12 進一步指出，一些泰國境內活動甚至是免費的。由此可見，泰國境內和境外的活動的區別，在於「粉絲互動」環節的設計，因此即便「有計劃追星」也包括泰國境外，但是泰國境內的活動仍然是華人觀眾的追星行程安排首選。

## 二、無計劃追星

如上述所提，一些泰國 BL 劇演員的商演活動，其行程公佈日期相當緊急，不同於大型活動如見面會或演唱會等，導致華人觀眾僅能臨時參加，無法提前安排。關於泰國 BL 劇演員的商演活動，《不期而愛》演員 Tanapon Sukumpantanasan 的前經紀人 Kanin Promploy 在接受泰國公共電視台《Thai PBS》的採訪時指出，商演活動的舉辦方希望營造出水洩不通的氣氛，為達到此目的，邀請擁有龐大粉絲基礎的泰國 BL 劇演員出席則為最佳選擇（見圖九）。除此之外，研究者在 2017 年的第一學期修習「口語傳播研究」與「數位平台經營」的課程，為了完成期末計劃案的 Podcast 作品，有機會訪談到《為愛所困》導演 Rachyd Kusolkulsiri，他指出《為愛所困》播出時獲取良好的反響，劇中演員瞬間成為炙手可熱且具備較高號召力的明星，在那段期間接連不斷的受邀出席商演活動。綜合以上原因可發現，泰國 BL 劇演員出席商演活動的幾率十分頻繁。

但是除了商演活動能夠讓華人觀眾臨時參加之外，泰國明星也時常會隨時隨地集合粉絲進行非官方且非商業用途的見面會，而華人觀眾將此種活動形式稱之為「點名」（見圖十）。

圖九：《不期而愛》與《逐月之月》演員同台的商演活動



\*資料來源：Google

圖十：《為愛所困》演員 Chonlathorn Kongyingyong 的生日「點名」



\*資料來源：研究者自行參加

受訪者編碼 A7：那個時候 2017 年來的時候，看《一年生》的時候就已經有這種了，就在 GMM（泰國娛樂公司）上面一樓，就大家等那個 Krist（《一年生》的演員），那為什麼叫點名，我是後面被人家告知，人家跟我說「點名」，我才就是理會到，原來這個叫「點名」，我也不知道為什麼，國內（中國）不可能有，泰國特有的，國內你怎麼敢，這種人多的話算一個非法集會，會被抓的。有時候在網上會發行程，說活動完大概就可能會有「點名」，因為活動完，粉絲在的話，他應該會留下來找個地方，大家說話，然後拍拍照，但是有時候如果他比較忙的話，就直接走掉，這個要看運氣，如果他沒有明確說要「點名」的話，你就要看運氣。一般會粉絲團在《Twitter》裡面發，活動後在哪個地方會「點名」，有時候會這樣發，有時候就沒有發，大家就自動的在活動的地方等他，等他做完活動之後，看有沒有收到通知，看經紀人吧，可能經紀人說在哪裡，大家在哪裡就是圍著一下，看聚一下。等他結束，然後大家就圍在一圈，如果人少的話就隨便，如果人多就一定給他留一個空地，讓他站在那裡，或者坐在那裡，大家圍在邊上，狂拍照，拿那種各種什麼大炮，好大的相機，就給你拍，一邊可能和前排的人聊一下天，後面就喊他，問他問題，聊天，然後在那裡大家就一直在拍。（受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日）

關於「點名」，根據受訪者編碼 A7 所述，「點名」在泰國追星文化中原本就存在的形式，並且是泰國特有的明星與粉絲互動的活動，「點名」通常會在官方商演活動結束之後，依據明星當天的行程以及活動現場的情況再進行「點名」決定，由藝人經紀人或粉絲團負責公佈「點名」的訊息，訊息主要包含集合時間和地點，除了在網際網路的社交平台上之外，也會以口耳相傳的方式公佈。隨

後在約定的集合時間和地點上，在場的粉絲圍在一圈或排排坐，中間留一個空地給明星，「點名」上可以拍明星的照片或者跟明星聊天，在時間和空間允許的情況下，甚至可以跟明星合照和送禮物等互動。受訪者編碼 A9 也指出，除了在官方商演活動結束之外，泰國明星也會在重要的節日，例如情人節、跨年、潑水節、畢業典禮或生日等，以及飛行前後在機場進行「點名」。受訪者編碼 A9 進一步指出，即便「點名」可以免費與喜愛的演員互動，粉絲仍然會參加付費的商業活動，如見面會或演唱會等，因為參加的心態不同，「點名」可以增加與明星見面的機會，可見見面會或演唱會則是以支持的心態欣賞喜愛演員的表演，因此參加免費的「點名」與參加付費的見面會或演唱會並不衝突。不僅如此，受訪者編碼 A11 指出因為「點名」是開放式，現場粉絲皆可以參加，並沒有人數的限制，因此粉絲越多的明星，其「點名」規模則越壯觀。正因如此，受訪者編碼 A2、A7 和 A9 也指出，因為涉及明星行程安排、粉絲人數規模以及安保管理，所以泰國明星無法在泰國境外進行「點名」。除了以上所提的受訪者編碼 A2、A7、A9 和 A11 之外，受訪者編碼 A3、A4、A5、A8、A10、A12 和 A13 皆同樣具備參加「點名」的經驗。以上所述可看出，對華人觀眾而言，免費且臨時性的「點名」可以提供更多與喜愛演員接觸的機會，其作為泰國特有的活動形式。

可見，泰國 BL 劇演員時常出席一些臨時活動，導致華人觀眾無法提前安排切確的「有計劃追星」行程，因此促成了「無計劃追星」的形式。經過梳理訪談資料之後發現，「無計劃追星」大致分為含有一些目的性成分的「半結構」以及完全無固定安排的「非結構」。關於「半結構」，受訪者編碼 A1 在談及進行「無計劃追星」經驗時指出：

受訪者編碼 A1：順便旅遊順便看明星，其實我本來是沒有看的，但是剛好，因為那個時候我來七天，我後面兩三天直接跟他們斷了聯繫，因為他們要來旅遊，他們有在看，但是他們不想看明星，我就說不如我要去看，我就過去了，我還記得第一場，我看的活動是在 ShowDC

商場的 Singto (《一年生》演員 Prachaya Ruangroj 小名) 的活動，就 2016 年，然後第二場的是 Krist (《一年生》演員 Perawat Sangpotirat 小名) 的，第三天是 Krist 跟 Singto 的合體，Oreo 的那個雪糕，就是找他們代言。(受訪者編碼 A1，媒體，2018 年 9 月 27 日)

以上描述可看出，受訪者編碼 A1 在前往泰國進行自助旅遊之前，並非安排任何追星的行程，反而是到泰國之後，得知泰國明星出席商演活動的訊息，因此萌生了追星的念頭，並且自助旅遊的行程並非不可變動，隨時可以按照自己的喜好安插其他行程，所以臨時決定展開追星行動，而受訪者編碼 A2、A4、A6、A7、A10、A11、A12 和 A13 皆具備前往泰國自助旅遊並順便追星的經驗。另外，受訪者編碼 A13 在分享第一次前往泰國追星經驗時指出，當時她跟團前往泰國旅遊，到泰國之後發現，她喜愛的演員在旅遊的最後兩天將出席商演活動，因此向導遊申請脫隊，決定臨時進行追星行動。上述可看出，自助旅遊還是跟團旅遊皆能夠臨時調整行程，並沒有任何限制。而此種以其他目的為主追星為輔的「無計劃追星」行程則是本研究所指的「半結構」。至於「非結構」的行程，受訪者編碼 A9 指出：

受訪者編碼 A9：因為我以前也不會經常來泰國，但現在多的時候一個月來一次，就是一來每次都待半個月這種，就會參加很多活動，像這次一樣，對，肯定就參加他們的活動。因為泰國其實蠻適合追星的，比國內好追多。有很多很多的活動，就是有時候我來個半個月，可能每天都在拍圖。(受訪者編碼 A9，工程師，2019 年 2 月 20 日)

與「半結構」相反的，根據受訪者編碼 A9 所述，她前往泰國的目的為追星，但是並沒有提前規劃參加任何固定活動，直到抵達泰國之後，找尋當時現有的明星活動行程，再依據臨時掌握到的資訊進行追星行動，在泰國期間除了追星之外，並沒有任何行程安排，主要順著活動的時間而靈活應付，本研究將此種

無固定安排的追星行程稱為「非結構」。受訪者編碼 A4 和 A5 也同樣具備此種變化無方的追星經驗。總之，「非結構」的「無計劃追星」是一種見機行事且以追星為唯一目標的靈活行程。

根據以上可看出，「半結構」與「非結構」之間的差別，在於「半結構」的行程中仍存在其他目的性的安排，而「非結構」則純粹著重於追星且無固定行程。不寧唯是，「半結構」當中所提到的其他目的安排並不排除「有計劃追星」行程在外。受訪者編碼 A12 在談及追星規劃時指出，除了進行提前安排的固定追星行動之外，倘若其他後知的活動訊息符合行程空擋，在此種情況下仍然可以做出臨時參加的決定。因此華人觀眾在實踐「有計劃追星」行程的過程中，同時也可以進行「半結構」的「無計劃追星」行動，兩者之間並不存在衝突性。

不僅如此，受訪者編碼 A2 分享在本國追泰國明星的經驗時指出，得知泰國 BL 劇演員正在中國澳門拍攝之後，在時間允許的情況當下臨時決定實踐追星行動，成功的與泰國明星見面。受訪者編碼 A9 也具備類似的經驗，她在日本參加《一年生》的見面會時，發現《為愛所困》的演員 Nawat Phumphothingam 當時也在日本旅遊，因此試圖尋找明星所在之處，不同於受訪者編碼 A2 的是，她最終並未達成心願。由此可見，「無計劃追星」的範圍並不局限於泰國境內，可即便如此，泰國 BL 劇演員在泰國境外拍攝或參加商演的幾率屈指可數，非官方的私人行程也無法決然保證能夠完成與明星見面的願望，而且根據以上所提到，泰國明星也無法在泰國境外進行「點名」。因此比起泰國境內，在泰國境外實踐「無計劃追星」行動的機會更為稀少，華人觀眾前往泰國實踐追星行動更為方便。

受訪者編碼 A2： 如果我們喜歡（泰國 BL 劇）裡面的演員，過來這邊（泰國）追方便，過來看他的話，感覺不同，因為國內（中國）的話，其實我們廣州的話，去台灣還是方便，但是其他一些城市去台灣

的話，對我們來說有一個簽證，各方面的一些條件的限制，其次的話，你去到那邊，那邊的粉絲互動可能也沒有像這邊看到的這麼好，主要是方便。(受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日)

討論至此可看出，對於華人觀眾而言，前往其他國家追星會受到一些條件的限制，例如簽證等，相較於此，前往泰國追星似乎是輕而易舉之行動。根據中國旅遊研究院、攜程旅遊大數據聯合實驗室聯合發布的《2018 年上半年出境旅遊大數據報告》指出，2018 年上半年泰國位居最受中國遊客歡迎目的地。另外，根據台灣交通部觀光局公佈的《107 年 1 月至 12 月中華民國國民出國目的地統計》報告顯示，2018 年最受台灣遊客歡迎的國家，泰國列入前五名。由此可見，泰國原本就是華人觀眾所熟悉的出境旅遊目的地國家首選之一。不僅如此，關於追星的費用，綜合本研究受訪者所述，主要為交通以及住宿，而根據中國新聞網站《人民網》的報導指出，中國遊客之所以喜歡前往泰國旅遊，是因為泰國消費水平較低，交通與簽證相當便捷，地理位置適中，直飛航班較多、覆蓋率高且飛行時間簡短，出行方便，機票價格又便宜(趙珊，2018)。以上所述可看出，對泰國 BL 劇的華人觀眾而言，前往泰國追星相當方便，所支出的費用在可負擔的能力範圍內。而所謂的追星方便不僅體現於交通和費用上。

受訪者編碼 A12：因為中國的藝人可能感覺他紅起來就會給妳的感覺很大牌。他就說我紅了之後我好像不甩粉絲，泰國這邊就很隨和，很能跟粉絲玩得開，這也是吸引粉絲的一個點。可能說比較好追吧，他不像中國這邊，像這邊有「點名」什麼之類的，我們中國這邊只要有一個活動，或者是有一個藝人行程基本上是全程保安的。妳根本就是連話都說不上什麼之類的，他不是泰國這邊，結束了還有跟粉絲聊天的時間什麼，這也是一個特點。(受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日)

除了受訪者編碼 A12 之外，受訪者編碼 A1、A2、A5、A7、A9、A10、A11 和 A13 皆提出同樣的觀點。綜合這些華人觀眾所闡述的前往泰國追星經驗，他們認為相較於其他國家的明星，無論是中國或韓國，泰國明星的性情易於親近且隨和，更具備較高的親和力，正因如此，促使粉絲與泰國明星互動的機會也相當頻繁，並且可以近距離接觸喜愛的泰國明星，例如合照、送禮物、聊天或握手等諸如此類的親密互動，此種近距離互動是無法在其他國家明星的追星實踐過程中體驗到的。由此可見，華人觀眾皆認為前往泰國展開追星行動十分方便，無論是粉絲見面會或演唱會上的「粉絲互動」環節設計、頻繁的商演活動、泰國特有的「點名」、泰國的低消費水平和便捷的交通以及泰國明星的隨和性情等因素皆有助於華人觀完成追星的慾望。

綜合以上所述，泰國 BL 劇演員的活動行程訊息，其公佈日期影響到華人觀眾追星的行程規劃，大型官方活動如見面會的公佈時間較為充裕，而商演或「點名」則屬於臨時性的活動。因此華人觀眾實踐追星行動的行程安排大致分為「有計劃追星」以及「無計劃追星」，兩者的範圍皆包含泰國境內和境外。「有計劃追星」意指在前往泰國之前提前計劃追星行程並在固定的日期和活動實踐追星行動，而「無計劃追星」則為先到泰國再另行安排追星行程，主要分為含有一些其他目的成分的「半結構」，例如旅遊為主追星為輔的行程，以及完全無固定安排並以追星為唯一目標的「非結構」。而泰國各種活動內容以及特有追星文化皆有助於華人觀眾實現與泰國明星見面和互動的願望，因此對華人觀眾而言，前往泰國展開追星行動相當便捷。

### 第三節、追星意義

為了實現與喜愛的泰國 BL 劇演員見面和互動的願望，華人觀眾會展開何種跨國追星行動，此議題在上一節已作出交代。然而，這些追星行動背後又具備何種意義，則是本節將要進一步探究的問題。經過整理訪談資料後發現，對於華人觀眾而言，展開跨國追星行動的背後意義大致分為「證明值得付出」、「鞏固喜愛演員相關回憶」以及「逃脫日常生活壓力」。

#### 一、證明值得付出

受訪者編碼 A13：那時候因為剛好看完《狗狗男友》第一季，然後想要看一下真人。然後因為我剛開始看有加入聊泰星的聊天室，他們都說 Gun（《狗狗男友》的演員 Atthaphan Poonsawas）臉很臭，我就覺得真的是這樣？我想看一下本人。如果他來臺灣開見面會還是臉很臭，那就不要喜歡他，後來台灣這邊他放很開，跳舞什麼都覺得很可愛。就是沒有想像中的那麼耍大牌。而且我有去接機，接機的時候覺得 Gun 真的很親切。因為很多人帶寫真書，所以我也有買，然後很多人帶去給他們簽，還有一出來就先跟大家打招呼，就看起來非常乖巧，跟我想像中有落差，跟傳說中不一樣。（受訪者編碼 A13，護理師，2019 年 3 月 9 日）

受訪者編碼 A13 在談及追星經驗時指出，因為觀看《狗狗男友》而喜歡上劇中演員 Atthaphan Poonsawas，所以希望藉由實踐追星行動，進一步了解喜愛演員的為人處世，例如參加粉絲見面會或接送機，親自觀察該演員與粉絲的互

動方式，通過此種追星過程有助於受訪者編碼 A13 作出是否繼續喜歡的決定，受訪者編碼 A2、A5、A9 和 A12 與受訪者編碼 A13 一樣，在追星的過程皆抱持著此種觀察性的態度與目的。受訪者編碼 A2、A3 和 A9 進一步指出，除了以上所提到的官方活動之外，一些華人觀眾也會追喜愛演員的私人行程，例如「跟機」，其意指安排自己與喜愛的演員搭乘同一班飛機，而粉絲藉由「跟機」能夠近距離觀察喜愛演員私底下的真實樣貌。由此可見，對於一些華人觀眾而言，透過追星行動與喜愛演員近距離互動促使他們更深入了解喜愛演員的各個方面的狀況。不僅如此，受訪者編碼 A12 進一步指出：

受訪者編碼 A12：我既然看劇喜歡了他們，我就是一定要去見一次真人。見了真人之後，可能就是他們的行動會讓你覺得你追的這個藝人很值得，就很溫暖心。就可能跟有一些藝人就紅了之後不理粉絲，或者是覺得自己很了不起，然後不用粉絲這種行動，就他們的行為就會很溫暖，覺得你喜歡的人值得，就會想要再繼續喜歡下去。（受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日）

以上受訪者編碼 A12 所言，透過展開追星行動，親自近距離觀察喜愛演員對待其粉絲的方式，探索喜愛演員的各種條件是否符合自己所追求的標準，此過程旨在探究喜愛演員值不值得自己的付出，無論是情感或金錢皆包括在內，受訪者編碼 A2、A5、A9 和 A13 皆提出相同的觀點。換言之，無論是官方活動或私底下的情況，喜愛演員的一切行為將被列入考量的範圍內，其有助於華人觀眾作出是否繼續付出或喜歡的決定。不僅如此，對於華人觀眾而言，通過追星行動能夠證明自己為喜愛演員所付出的一切是值得的，同時是一種確認自己沒有喜歡錯人的概念。而本研究將此種追星意義為「證明值得付出」。

## 二、鞏固喜愛演員相關回憶

受訪者編碼 A7：就想看到真人，如果可以的話拍照，然後聊天，我有送東西，心情會很好，就是你在電視上看到的，你喜歡的一個人，在現實中看到的，是兩種觀感，因為看的很開心，沒有拍到照的話會有點小遺憾，但是看了真人也很開心。（受訪者編碼 A7，英語教師，2019 年 2 月 13 日）

除了受訪者編碼 A7 之外，受訪者編碼 A2、A10 和 A14 皆提出同樣的觀點，這些受訪者在談及追星行動時指出，相較於親自看到實體的真人演員，透過其他媒介不足以證實喜愛演員在自己的現實生活中真實的存在，例如網際網路上的圖片或影音作品的綜藝節目和電視劇等。一些華人觀眾認為，透過其他媒介所看到的喜愛演員依然不是現實，因此實踐追星行動最主要的意向在於親眼看到真人版的喜愛演員，無論是否能夠與喜愛的演員親密互動，至少足夠證明喜愛演員不僅存在於自己的幻想中，受訪者編碼 A2 和 A5 甚至將看到真人演員視為一種追星過程中的任務。而以上的觀點對應了第四章第三節所提出的論述，泰國 BL 劇真人男演員正是華人觀眾的愉悅感來源。至於看到真人演員的意義，受訪者編碼 A14 指出：

受訪者編碼 A14：我就是想看他真人，不是只是透過螢幕，就是聽到聲音，我是看到人，想要去看看。我覺得自己滿足吧，就是他站在我前面。其實就是一個平常只能在螢幕上，在電視上看到的人，然後在你面前。我覺得，雖然不會到不現實，可這是一個很長的距離，因為遠嘛，其實有時候就會覺得說，如果沒有看過真人的話，有時候就會覺得說好像跟看動漫差不多。就是我明明知道他在哪邊，可是我沒看

過他的人。就是他的真實的人出現在我的記憶裡面。我覺得很蠻重要的一點吧，不然的話一直在電視上，在螢幕上就覺得遙不可及的感覺。

（受訪者編碼 A14，大學生，2019 年 3 月 10 日）

根據受訪者編碼 A14 所描述，看到真人演員除了能夠證實其真實性之外，與喜愛演員的共同時光可謂十分珍貴的回憶，因為這些回憶具備證明喜愛演員曾經真實出現在自己生命經驗中的功能。不僅如此，受訪者編碼 A2 和 A13 也進一步指出，華人觀眾展開跨國追星行動的目的不僅是為了看到真人演員而已，與喜愛演員近距離互動也是他們最大的願望之一，因此喜愛演員的一舉一動和一言一行在華人觀眾眼前皆十分重要，因為這些互動將來會演變成與喜愛演員相關的回憶，而隨著此種經驗的累積，與喜愛演員的各種大小互動有助於強化和加深喜愛演員在自己的記憶愈來愈牢靠。由此可見，華人觀眾透過追星累計與喜愛演員相關的記憶，而此種追星意義則是本研究所指的「鞏固喜愛演員相關回憶」。

### 三、逃脫日常生活壓力

當談及展開追星行動的背後意義時，受訪者編碼 A1、A2、A3、A4、A5、A11、A12 和 A14 皆以滿足自己為基本的回答，並將自己各式各樣的追星行動視為一種讓自己開心為由的途徑。而這些華人觀眾所指的滿足和開心，其背後隱藏著何種意義，正是接下來將要探究的議題。對此，受訪者編碼 A2 指出：

受訪者編碼 A2：其實最主要就是為了開心，因為其實就我自己個人看來平時都是工作，可能像我這個年齡，還有一些人就是有家庭的問題，家庭的一些事情，其實生活上有很多瑣事，很煩的事情，那你肯

定想有一些什麼東西可以去調解一下，那我覺得這方面（追星）可以讓我覺得輕鬆和開心，就選擇這一個方式去讓自己開心一點，就這樣，其實就是心情好，做什麼就是為了開心。（受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日）

綜合受訪者編碼 A2 所述，因為日常生活中各式各樣的煩惱和瑣事，例如工作和家庭等相關問題，導致需要尋找一些能夠讓自己逃離此種不愉悅的環境，爭取放鬆和開心的事情，而追星行動則提供一個逃脫日常生活的空間，追隨給自己帶來歡樂的喜愛演員，藉此忘卻煩心倦目的事宜，受訪者編碼 A9 也提出同樣的看法。以上所述可看出，華人觀眾認為脫離日常生活煩惱則是追星意義之一，無論是見到真人演員或完成與喜愛演員互動等，通過這些追星作為所獲取的滿足和愉悅感皆具備「逃脫日常生活壓力」的功能。換言之，追星則作為一種消愁釋悶的活動。

總而言之，泰國 BL 劇的華人觀眾展開追星行動主要分為三種意義，分別是「證明值得付出」、「鞏固喜愛演員相關回憶」與「逃脫日常生活壓力」。「證明值得付出」意指華人觀眾透過追星行動深入了解喜愛演員的一言一行，藉此證明自己所付出的情感或金錢是值得的。而「鞏固喜愛演員相關回憶」則是華人觀眾累計與喜愛演員的共同時光，加深喜愛演員在自己的回憶。至於「逃脫日常生活壓力」，其意指通過追星所獲取的滿足感能夠讓華人觀眾排愁破涕。

#### 第四節、追星者的情慾想像

在上一節中，主要處理跨國華人觀眾的追星行動背後意義相關議題。然而，這些華人觀眾在展開追星行動的過程當中，他們對喜愛的泰國 BL 劇演員皆抱持著各式各樣的情慾想像，對此受訪者編碼 A8 指出：

受訪者編碼 A8：當時 12 年還是 13 年的時候 Mario（《愛在暹羅》主演 Mario Maurer）有演一部中國的電影，然後還去了中國成都開見面會，我就加了一個粉絲團，那個粉絲團叫做暹羅 MP（意指 Mario 和 Pchy 配對）黨。後來他們突然之間那個負責人跟我說，你要分清楚你的角色，你是暹羅 MP 黨，你喜歡的是 Mario 和 Pchy（《愛在暹羅》主演 Witwisit Hiranyawongkul）作為一對 CP（配對）...在中國就是會這個樣子。不同的各種各樣的粉絲團體，他們把自己分成各種各樣的標籤。我是 CP 黨，我是真人 CP 黨，我是 Gun（《我的狗狗男友》主演 Atthaphan Phunsawat）唯，我是 Off（《我的狗狗男友》主演 Jumpol Adulkittiporn）唯，我是 Off 的女友粉，我是 Gun 的親媽粉，我是 Gun 的獨唯，我是 Off 的獨唯，有各種各樣不同類型的。（受訪者編碼 A8，市場經理，2019 年 2 月 19 日）

以上所述，當受訪者編碼 A8 決定加入喜愛演員的粉絲團時，發現不同的粉絲團對喜愛的演員抱持著不同的展現方式，因此受訪者編碼 A8 被資深的內部人士要求釐清自己對喜愛演員的情慾想像。由此可見，在華人粉絲內部中，對於喜歡演員的情慾想像十分多樣化，而經過梳理之後發現其大致分為「CP 粉」、「唯粉」、「女友粉」以及「媽媽或姐姐粉」。

## 一、「CP 粉」與「唯粉」

關於「CP 粉」，綜合受訪者編碼 A2、A3、A4、A5、A9 和 A13 的見解，其意指以旁觀者或第三者的角度欣賞喜愛的男男配對，認為喜歡的男男配對關係是不可動搖的，並且僅接受固定的配對方式，無法容忍喜歡的配對其中演員跟其他演員進行組織配對，對於其他演員，有些「CP 粉」認為無論任何性別皆不被允許，有些則可以接受其他女性演員。例如泰國演員 Prachaya Ruangroj 在《一年生》中與 Perawat Sangpotirat 飾演一對男男情侶，因此組成一對男男配對。然而在《清明時節愛上我》中，Prachaya 與《愛來了別錯過》的主演 Pawat Chittsawangdee 飾演情侶，又組成另外一對男男配對。在此種情況，Prachaya 和 Pawat 的配對則不會被 Prachaya 與 Perawat 的「CP 粉」接受。另外一種可能性則為喜歡的男男配對各自皆可以與其他女性演員組成男女配對，但不允許喜歡的配對其中一個演員跟其他男性演員配對，該男男配對僅能是固定的形式。由此可見，「CP 粉」是一群注意力僅聚焦於喜歡的男男配對的粉絲。另外，受訪者編碼 A2、A3 和 A13 進一步指出，對於「CP 粉」而言，透過追星行動欣賞喜愛的男男配對之間的互動，藉此證明男男配對私下的真實良好關係，正如華人觀眾觀看泰國 BL 劇意義之一的「嚮往的純粹關係 (Pure Relationship)」有異曲同工之妙。但此種將情慾想像寄託於男男配對上並不是「唯粉」所朝思暮想，對此受訪者編碼 A6 指出：

受訪者編碼 A6：就是那種「CP 粉」就會開腦洞，他們會 YY（意指想像）他們之間有什麼互動，我就不太喜歡這一點，覺得他們想太多了，其實私底下我覺得關係好就可以了，因為我比較佛系，我覺得 Singto（《一年生》的 Prachaya Ruangroj）開心就好，他跟誰搞關係都無所謂，無論是 Krist（《一年生》的 Perawat Sangpotirat）也好，還是誰都好，都可以。（受訪者編碼 A6，學生，2018 年 10 月 20 日）

與「CP 粉」相反的則是「唯粉」，根據受訪者編碼 A6 的解釋，「唯粉」意指在一對男男配對當中，僅喜歡其中一個演員的粉絲，因此會將所有的注意力聚焦在一個演員身上，而喜歡的演員與任何演員組成何種配對形式皆被接受，並且沒有性別上的限制。與以上提到同一個例子，無論是 Prachaya 和 Pawat 的配對還是 Prachaya 與 Perawat 的配對，或者與其他女性演員配對，Prachaya 的「唯粉」皆可以接受。上述可看出，男男配對之間的互動並不是「唯粉」展開追星行動的意義所在，「唯粉」所關心的對象僅是男男配對其中一個演員身上，並將自己的情慾想像全力投入於喜愛的演員，對喜愛的演員也抱持著開放的態度。

## 二、「女友粉」與「媽媽或姐姐粉」

受訪者編碼 A2：喜歡看泰國 BL 劇，但是他們是那種女朋友的心態去喜歡的，就我們叫女友粉，老婆粉那種，就我覺得這個人很好，這是我男朋友的一個標準的那種。(受訪者編碼 A2，銷售，2018 年 9 月 28 日)

根據受訪者編碼 A2 所言，「女友粉」意指喜歡的演員的條件皆達到嚮往的戀人標準，因此會想像自己與喜歡的演員是男女戀人的關係，受訪者編碼 A6 和 A8 皆提出同樣的觀點。受訪者編碼 A2 和 A6 也進一步指出，「女友粉」可以接受喜歡的演員與其他男性演員組合配對，反而會因為喜歡的演員與其他女性演員組合配對感到反感，「女友粉」仍然對於其他女性還是保持著敵對的態度，但不至於不接受或無法容忍的程度。而此種觀念並不是確乎不拔的意識，例如受訪者編碼 A8 即使是《我的狗狗男友》主演 Jumpol Adulkittiporn 的「女友粉」，還是可以接受 Jumpol 與其他女性演員合作，受訪者編碼 A2 亦是如此。可見，對於喜歡的演員，「女友粉」的情慾想像仍存在多種可能性。除此之外，受訪者

編碼 A12 也指出：

受訪者編碼 A12：中國的粉絲會有分一些，就說「女友粉」，或者是什麼粉，就說有一些粉絲會把他想像成男朋友，然後他就投入「攻」的這一方，「受」她是完全不理，或者就是說「受」的這一方，也是有一些把他當成男朋友，她就會很去排擠「攻」，就很「唯」的意思。

（受訪者編碼 A12，自由業，2019 年 2 月 26 日）

根據受訪者編碼 A12 上述所言，「女友粉」與「唯粉」的相似之處，則是兩者皆不會將情慾想像全力寄託於男男配對上，反而會投入於男男配對中的喜愛演員，至於兩者之間的差異，在於「女友粉」比「唯粉」更強調對喜愛演員的異性戀愛想像。另外，綜合受訪者所述，「女友粉」對喜歡演員的選擇，不會受到該演員在劇中飾演「攻」或「受」角色的影響，更不列入考量的範圍內。不僅如此，受訪者編碼 A6、A8、A10 和 A13 皆指出，「女友粉」會以女友視角為喜愛演員付出並且想像其戀愛關係，此種感情寄託可透過展開追星行動與喜愛演員互動完成。

透過以上對於「女友粉」的討論可以看出，即使華人觀眾消費的是男男同性的 BL 文本，可是仍然保留對於劇中男演員的異性戀愛情想像。無論是把自己當做男演員的女朋友，或者對其他女性持有威脅感以及敵對的態度，這些行為仍然是在異性戀霸權的體制下形成的情慾想像。因此張秀敏（2005）、張茵惠（2007）以及劉品志（2014）所指出的 BL 閱聽人藉由消費 BL 文本反抗父權體制以及異性戀霸權的論述在本研究並不成立。在現實層面上，受訪者編碼 A7、A8 和 A14 也指出，身邊熱愛收看泰國 BL 劇的朋友也會結婚生子，過著異性戀家庭的生活。不僅如此，受訪者編碼 A10 指出：

受訪者編碼 A10：如果想體現自己女權，就是為自己女性爭得利益的話，我覺得甚至可以遊行。但是你借由說男孩子跟男孩子的戀愛，只

會把男性身份更捧高不是嗎？因為這樣那男性地位不是更高了嗎？，就沒有辦法說，你借由這個來體現自己女權的意思吧？我覺得不是這樣。

受訪者編碼 A10 並不認為熱愛收看 BL 劇能夠反抗父權體制或異性戀霸權，相反的，正因為喜歡看兩個男生所以導致男性的社會地位變得更高，而受訪者編碼 A2、A5、A6、A7 和 A8 也與受訪者編碼 A10 一樣不認同藉由 BL 文本反抗父權與異性戀霸權的論述。綜合以上討論可看出，「女友粉」作為異性戀霸權體制下的情慾想像，其形成促使觀看泰國 BL 劇並不意味著反父權和異性戀霸權的意識。至於「媽媽或姐姐粉」，受訪者編碼 A4 指出：

受訪者編碼 A4：我就要看人，要分人，船（《為愛所困》的 Chonlathorn Kongyingyong）的話就比較像「女友」一點，那胖胖（《逐月之月》的 Suradet Piniwat）就「姐姐」，因為真的是小弟弟的感覺，神哥（《逐月之月》的 Itthipat Thanit）就也是「女友粉」，因為長得可愛就想做「姐姐」，帥的就是要做「女友」，還是要分，就因為他太可愛了，就是小男生那種，我覺得真的是要「姐姐」去疼他的那種感覺，因為他可能現在還小，也有關係吧，像船的話，他小時候《為愛所困》那個時期就覺得是「姐姐粉」，到現在就不一樣，而且就還是要看。（受訪者編碼 A4，物業，2018 年 10 月 12 日）

以上受訪者編碼 A4 所提出的例子，《為愛所困》演員 Chonlathorn Kongyingyong 剛出道時年紀尚小，其形象偏向於鄰家小男孩的青澀「弟弟」，當時受訪者編碼 A4 對 Chonlathorn 的情慾想像僅是一種「姐姐」疼愛「弟弟」，但隨著 Chonlathorn 的年紀增長，造型的變化，愈來愈展現出成熟的男子氣概，此時的受訪者編碼 A4 則能夠從「媽媽或姐姐粉」化身為「女友粉」。由此可見，「媽媽或姐姐粉」與「女友粉」不同之處則是不存在異性戀人的情慾想像，但

「媽媽或姐姐粉」與喜愛演員也並非為無法動搖的情感關係，對喜愛演員的情慾想像也會隨著該演員的年紀或形象而變動。不僅如此，受訪者編碼 A9 談及「媽媽粉」時也進一步指出：

受訪者編碼 A9：「媽媽粉」就喜歡希望他什麼都好，如果就是他喜歡任何人妳都會接受。無論男女就會像自己的孩子一樣，不會說他一定要喜歡女的，就比較容易接受他。(受訪者編碼 A9，工程師，2019 年 2 月 20 日)

綜合受訪者編碼 A9 所述，「媽媽或姐姐粉」對自己喜歡的演員會持有較大的包容性，因此可以接受任何配對形式，自己對於喜歡的演員的付出是無條件且不求回報，並將喜歡的演員視為親人或者孩子般，而且喜歡的演員沒有數量的限制，正如媽媽和姐姐可以有很多孩子和弟弟的概念。另外，對於「媽媽粉」和「姐姐粉」的區別，根據受訪者編碼 A2 和 A14 的解釋，則由粉絲依據主觀判斷自己與演員的年齡差距而自行定奪，其餘的並無差異。

關於以上華人觀眾所提到的每一種情慾想像，其定義仍然有許多不完善的邏輯漏洞之處，並且仍存在多種的可能性。另外，綜合受訪者所言，無論「CP 粉」、「唯粉」、「女友粉」或「媽媽或姐姐粉」，全按照華人觀眾的主觀喜好進行定奪。區分這些情慾想像的目的僅在於梳理華人觀眾對喜愛的泰國 BL 劇演員抱持何種情慾想像。不僅如此，經過訪談資料整理，本研究的受訪者跟泰國 BL 劇演員之間的想像關係可見以下覽表：

表五：受訪者情慾想像列表

受訪者編碼	CP 粉	唯粉	女友粉	媽媽或姐姐粉
A1		✓		
A2	✓	✓		✓
A3		✓		✓
A4	✓	✓	✓	✓
A5	✓	✓		✓
A6	✓		✓	
A7			✓	
A8		✓	✓	
A9		✓		✓
A10	✓		✓	
A11	✓	✓		
A12	✓	✓		✓
A13	✓	✓	✓	✓
A14	✓	✓	✓	

\*資料來源：本研究自行整理

以上覽表可看出，一些華人觀眾對不同的喜愛演員持有重疊的情慾想像，例如受訪者編碼 A4 不僅是《為愛所看》中 Chonlathorn Kongyingyong 和 Nawat Phumphothingam 配對的「CP 粉」，而且是 Chonlathorn 和《逐月之月》主演 Itthipat Thanit 的「女友粉」，以及《逐月之月》中 Suradet Piniwat 的「姐姐粉」。或者受訪者編碼 A10 是《愛來了別錯過》中 Pawat Chittsawangdee 和 Sittiwat Imerbpathom 配對的「CP 粉」，同時是《不期而愛》中 Rathavit Kijworalak 的「女友粉」。可見，無論是「CP 粉」、「唯粉」、「女友粉」以及「媽媽或姐姐粉」，這些情慾想像

不具衝突性且可相互重疊。另外，對喜愛演員的情慾想像與個人性取向並非有直接的關聯，無論是性取向為同性戀的受訪者編碼 A1，異性戀的受訪者編碼 A2、A5、A6、A8、A9、A10、A11 和 A12，酷兒性的受訪者編碼 A3 和 A7 以及雙性戀的受訪者編碼 A4、A13 和 A14，他們的情慾想像之對象皆為生理性別為男性的泰國 BL 劇男演員，各個性取向的跨國華人觀眾對於喜愛演員的情慾想像並沒有顯著的差異。

然而，這些華人觀眾在談及對喜愛演員的情慾想像時，即使描述的頭頭是道，但討論範圍僅局限在想像成面上，對此受訪者編碼 A1、A3、A6 和 A8 皆指出，這些情慾想像僅是粉絲內部之間的討論，將情慾想像延伸至現實生活是一種不理智的行為，純粹是華人觀眾單方面以主觀意識對喜愛的泰國 BL 劇演員。由此可見，理智性是華人觀眾所堅持的追星態度，即使承認情慾想像的存在，可接受程度的界線僅限制於幻想空間，因此作為理智的粉絲不應該將情慾想像延伸至現實的追星行動，即便受訪者編碼 A8 和 A9 皆以希望自己被喜愛演員記住的心態進行追星實踐，受訪者編碼 A10 甚至希望藉由大量的追星行動成為喜愛演員在現實生活中的朋友關係。另外，綜合本研究受訪者所述，無論對喜愛演員抱持著何種情慾想像，在追星的過程中華人觀眾皆抱持著可遇不可求，可求不可得，一切隨緣的態度。

研究者：你來之前會想要得到什麼東西嗎？

受訪者編碼 A5：沒有，就看運氣，他有的時候來或不來，你也不知道什麼時候來，所以這就是一個很隨意的，我是好「佛系」的人。（受訪者編碼 A5，研究員，2018 年 10 月 18 日）

關於前往泰國展開追星實踐的目的，除了受訪者編碼 A5 之外，受訪者編碼 A4、A6 和 A10 皆同樣指出，即使泰國 BL 劇的華人觀眾都巴望完成與喜愛的演員見面和互動的願望，但僅抱持著「佛系」的態度。綜合受訪者編碼 A4、A5、

A6、A8 和 A10 所述，「佛系」意指粉絲以順其自然且可遇而不可求的心態實踐追星行動，並不期待或強求與喜愛演員完成自己的種種願望。這些華人觀眾不會認為因為自己作為「CP 粉」或「女友粉」，所以比「唯粉」或「媽媽或姐姐粉」更奢望與喜愛演員達成自己的要求，其中並不存在任何上下關係。可「佛系」的態度無法對應到上一節所提出的追星意義，華人觀眾在展開追星行動的過程的確存在目的性，並且十分渴望完成，例如「證明值得付出」，受訪者編碼 A7 和 A13 會因為演員在互動上的表現達不到自己的要求而不再繼續喜歡，因此「佛系」的追星態度在以上的例子並不成立。

討論至此可發現華人觀眾的矛盾之處，他們對喜愛演員的情慾確切存在，追星行動上也有蛛絲馬跡，但過於認真對待情慾想像或者強求達到追星的態度皆會被華人觀眾解讀為不理智的行為。對此受訪者編碼 A2 和 A9 指出，過於熱衷的追星作為仍然受到污名化，即便是身邊好友也不見得會理解他們的行徑。因此，華人觀眾為了逃脫污名化的標籤，藉由「佛系」的言辭和態度彰顯其理智性。換言之，關於情慾想像，華人觀眾處於進退兩難的狀態，其討論相當隱晦，即使存在卻不能大肆宣揚。對華人觀眾而言，理智性與情慾想像如同魚與熊掌不可兼得，因為外界眼光的影響，導致華人觀眾對喜愛演員的情慾表達被迫框架於想像空間，而其代價則是他們所追求的理性樣貌。

總之，華人觀眾對喜愛演員的情慾想像分為「CP 粉」、「唯粉」、「女友粉」與「媽媽或姐姐粉」。「CP 粉」的注意力僅聚焦於喜歡的男男配對，可「唯粉」僅關心配對其中一個演員身上。至於「女友粉」，是一群會想像自己與喜歡的演員是男女戀人的關係，而「媽媽或姐姐粉」則會以親人的態度對喜愛演員的任何事宜一律照單全收。以上所提到的情慾想像，其定義並不完善，定奪標準也十分主觀，並且可同時持有多種情慾想像。可即使情慾想像確切存在，但討論範圍僅局限在想像空間，將其延伸至現實的追星實踐會被歸類為不理性的行為。

## 第六章 結論

猶如第一章所描述，泰國 BL (Boy' s Love) 劇近年來可謂層出不窮。此類型的影視作品除了吸引泰國境內之外，同時也獲取了泰國境外觀眾的關注。可在眾多跨國觀眾之中，至今華人群體已成為泰國 BL 劇的主要跨國觀眾，而泰國產製端以及媒體皆已經注意到該現象。因此，本研究則以上述所提到的現象為基礎，並提出了作為研究寫作架構的兩個研究問題，分別是：(一) 網際網路時代下，泰國 BL (Boy' s Love) 劇如何在東亞地區成為跨國華人觀眾的選擇？這些固定持續收看泰國 BL 劇的華人觀眾之中，他／她們又是哪些群體？他／她們在觀看泰國 BL 劇的過程中所獲取的愉悅感為何？而愉悅感背後具備著何種意義？(二) 泰國 BL 劇的跨國華人觀眾如何獲取追星資訊以及有什麼樣的追星應援作為？他／她們的追星作為隱藏著何種意義？而在實踐追星行動的過程中，這些跨國華人觀眾對泰國 BL 劇演員又抱持著何種想像？為回應以上提出的研究問題，分析處理工作主要分為兩種經驗的面向，分別是跨國華人觀眾作為泰國 BL 劇的閱聽人以及泰國 BL 劇演員的粉絲。經過分析訪談資料之後，發現以下四個觀點，分別是「人人皆為腐」、「非營利目的的粉絲勞動作為泰國 BL 劇跨國流通之幕後推手」、「真人演員作為快樂源泉」以及「泰國好追星」。

### 一、人人皆為腐

經過分析訪談資料之後發現，泰國 BL 劇的跨國華人觀眾主要分為兩種經驗背景，分別是具備「BL 背景」與「哈泰傾向背景」的群體。具備「BL 背景」的華人觀眾大多數為原本熟悉以及熱衷消費 BL 相關作品，其包含腐女以及哈日哈韓族群。至於「哈泰傾向背景」，主要是對泰國抱有好感以及備有泰國影視作品

的觀看經驗的群體。但是當中仍存在非腐女且不排除異性戀作品的華人觀眾，泰國 BL 劇則作為他們第一次接觸 BL 類型的作品。而以往的 BL 相關研究通常將喜愛消費 BL 相關作品的群體與腐女／男畫上等號(趙珮涵,2011;蔡芝蘭,2011;張瑋容,2013;劉品志,2014;鄭力行,2015;王麟琴,2018)，可泰國 BL 劇的跨國華人觀眾範圍卻相當廣泛，即便大多數的華人觀眾為備有「BL 背景」與「泰國背景」的群體，但兩種經驗背景並非為絕對的性質，無論是否為腐女，或者與泰國有無淵源，皆具備成為泰國 BL 劇觀眾的可能性。換言之，固定持續收看泰國 BL 劇的華人觀眾不一定皆為腐女，可按照該邏輯以此類推，正意味著無論何種背景的觀眾皆具備「腐」的潛力。因此，在此中人人皆可能成為腐女的趨勢下，腐女一詞是否涵蓋所有消費 BL 文本的閱聽人，又或許腐女的範圍正在不斷的擴張，這些議題是 BL 閱聽人相關論述需要更加謹慎且重新思考。

## 二、非營利目的的粉絲勞動作為泰國 BL 劇跨國流通之幕後推手

華人觀眾接觸泰國 BL 劇的經驗中，是越過 VCD、DVD 和電視等媒介，直接在線上觀看泰國 BL 劇。依據第二章第二節所述，因為中國政府的内容管制、放映和播出政策的限制，導致泰國 BL 劇無法在中國電視上播出，因此在網際網路時代下，泰國 BL 劇的跨國傳播和流通，此過程中國字幕組擔任十分關鍵的角色。綜合華人觀眾的觀看經驗，專門譯製泰國 BL 劇中文字幕版本的字幕組主要為《天府泰劇》與《喜翻譯製組》。初期的中國字幕組主要將譯製的中文字幕版本上傳至中國視頻網站《Bilibili》，直到《Bilibili》開始自我審查，導致作品遭下架，之後則將作品上傳至各個視頻網站。如今，與《Bilibili》同為視頻彈幕網站的《Dilidili》成為中國字幕組輸出資源最重要的渠道。可一些性愛橋段的泰國 BL 劇仍面臨被檢舉的風險，為應對此情況，作品上傳前中國字幕組會將劇中敏感場景打上馬賽克，再將無馬賽克的版本上傳至存儲軟件《百度網盤》

以及《Google 雲端》，促使觀眾能夠決定下載或是在線觀看的選擇，而中國字幕組的《微博》以及《微信》官方公眾帳號則作為華人觀眾獲取資源鏈接以及提取碼的主要管道。

除了泰國 BL 劇的接收之外，關於追星實踐，喜愛演員的活動行程相關訊息對華人觀眾而言相當關鍵，而獲取泰國 BL 劇演員活動行程的第一手相關資源管道主要是《Instagram》、《Twitter》以及《Facebook》，可這些社交平台在中國地區皆處於被封鎖狀態。為了獲取喜愛演員相關資訊，中國地區的華人觀眾僅能透過 VPN 進行「翻牆」，而且以上平台所提供的相關資訊主要以泰文為主，導致不具備泰文能力的華人觀眾仍然需要依靠中國字幕組官方微博或微信帳號，以及泰國 BL 劇演員的華人粉絲後援會上提供的活動行程中文版本。

以上可看出，除了中國政府的内容管制的影響之外，泰國 BL 劇相關資訊也因語言障礙而無法在華人地區達到普及化。但無論是泰國 BL 劇或演員活動訊息，因科技的介入，中國字幕組或粉絲後援會能夠在限制的環境中通過各式各樣的管道給華人觀眾提供資源。此種趨勢下，華人觀眾需要仰賴字幕組與粉絲後援會的勞動。可見，泰國 BL 劇得以在受限的環境中跨國傳播與流通，非營利目的的粉絲勞動作為十分關鍵的幕後推動者。

### 三、真人演員作為快樂源泉

跨國華人觀眾通過觀看備有「CP 感」真人男演員配對的「甜」互動取得「萌」的愉悅感，此種「甜」互動主要分為「BL 劇情設定」以及「BL 劇文本之外」的互動。「BL 劇情設定」的互動皆涵蓋了情感和肢體上的接觸。然而，對華人觀眾

而言，此種互動的合理性並非是他們所看重的元素，因為華人觀眾能夠藉由「不帶頭腦」的觀看方式觀看泰國 BL 劇，而劇中不合邏輯的橋段或互動會被視為「泰式」風格。至於「BL 劇文本之外」的互動，主要分為「真人文本展演」和「私下的真實關係」。「真人文本展演」意指泰國 BL 劇的男演員配對在官方活動上「營業」出「甜」互動，而此種商業操作手段通過泰國 BL 劇男演員「私下的真實關係」驗證其真實性。可無論是「BL 劇情設定」或「BL 劇文本之外」的互動，皆由真人演員展現，而真人演員則能夠帶領華人觀眾逃離「想像空間」收看「真人化」的泰國 BL 劇，藉此獲取愉悅感。這些愉悅感背後意義大致分成「嚮往的純粹關係(Pure Relationship)」以及「呼籲男同性戀愛平權」。「嚮往的純粹關係(Pure Relationship)」意指華人觀眾認為比起異性戀的關係，男男的愛情較為純潔，因此 BL 劇中美好的真實愛情且摻雜利益因素則是華人觀眾所嚮往的戀愛關係。至於「呼籲男同性戀愛平權」，則是透過 BL 劇的男同性戀故事呼籲社會大眾尊重男性同性戀的支持男同性平權精神。不僅如此，華人觀眾對喜愛演員的情慾想像主要分為「CP 粉」、「唯粉」、「女友粉」與「媽媽或姐姐粉」。「CP 粉」僅喜歡男男配對，「唯粉」反而關心配對中一個演員。至於「女友粉」，是對喜歡的演員備有戀愛的想像，而「媽媽或姐姐粉」則對喜愛演員的想像僅是親人關係。這些情慾想像的定義並不完善，以主觀標準定奪，更可以持有多重情慾想像。根據以上可看出，無論是閱聽人或者粉絲的面向，對華人觀眾而言，其愉悅感來源僅圍繞著真人演員。

可上述提到的「女友粉」與以往的 BL 相關研究所指出，BL 閱聽人透過 BL 文本反抗父權體制以及異性戀霸權的論述相互衝突。因為「女友粉」的跨國華人觀眾對泰國 BL 劇的男演員持有異性戀的情慾想像，所以「女友粉」仍然作為異性戀霸權體制下所形成的情慾想像。另外，這些華人觀眾更因為將女性排除在外，

僅欣賞兩個男性戀愛，反而提升了生理性別男性的社會地位。因此在本研究當中，將女性消失、純粹觀賞男性的 BL 文本並不能解釋為反父權和異性戀霸權的意識。

#### 四、泰國好追星

華人觀眾展開追星行動的行程安排主要有兩種實踐，分別是「有計劃追星」與「無計劃追星」，兩者的範圍皆包含泰國境內和境外。「有計劃追星」意指在進行之前事先計劃追星行程，並在固定的日期和活動實踐追星行動，而「無計劃追星」則為先到追星目的地再另行安排追星行程，此種實踐大致分為在行程中包含一些其他目的成分的「半結構」，例如旅遊為主追星為輔的行程，以及完全沒有任何固定的行程安排，並且僅以追星為唯一目標的「非結構」。關於「無計劃追星」的形成，正因為泰國各種活動內容以及特有追星文化，例如「點名」和商演皆屬於臨時性且頻繁的活動，這些性質的活動有助於華人觀眾實現與泰國明星見面和互動的願望，再加上泰國作為華人觀眾所熟悉的旅遊目的地，泰國本身具備的條件例如低消費水平等，這些因素促使華人觀眾前往泰國展開追星行動相當便捷。

華人觀眾在此中便捷的追星環境中，追星行動的背後意義主要分為「證明值得付出」、「鞏固喜愛演員相關回憶」與「逃脫日常生活壓力」。「證明值得付出」意指華人觀眾為了證明自己所付出是值得，所以藉由追星行動進一步了解喜愛演員。而「鞏固喜愛演員相關回憶」則是華人觀眾累計與喜愛演員的共同時光，讓喜愛演員在自己的回憶更加深刻。至於「逃脫日常生活壓力」，意指通過追星能夠讓華人觀眾排愁破涕。

根據以上可看出，比起哈日族與哈韓族，對華人觀眾而言，泰國的演員更為好追。在以往的跨國追星實踐的相關研究中，哈日族與哈韓族透過媒介建構喜愛演員的真實性，例如綜藝節目或者官方社交平台等，與喜愛演員的互動仍然在網際網路上。可華人觀眾反而能夠近距離接觸喜愛演員，甚至可以面對面進行親密互動，不需要透過任何媒介。此趨勢回應了泰國資深娛樂記者兼主持人 Thitiporn Jutimanont (2007) 在《韓國明星是神，泰國明星是人》的文章當中以自身採訪韓國與泰國明星的經驗提出的觀點，他認為無論是螢幕上或私底下，韓國明星不僅是對粉絲保持距離，對其他工作者也要營造出不易親近的氣氛，這一切皆由幕後工作人員，如經紀人等刻意操作的商業模式，將明星神化的宗旨在於塑造高尚的形象，而泰國明星倘若想要成名，無論對象為何者，謙虛且接地氣的態度是全然必要的元素，不易親近的形象並不適合泰國的市場。透過以上的對比可發現，對於明星的形象塑造，不同國家的娛樂產製端皆使用不同的商業手段，而泰國的娛樂產業模式和文化習俗等元素促使好追星環境的形成，有助於跨國華人觀眾接觸作為快樂源泉的泰國明星。

綜合以上四個觀點可發現，泰國 BL 劇以及其跨國華人觀眾仍然保留許多的討論空間。在閱聽人的身份認同與接收的文本可區開的情況下，如何解釋腐女與 BL 文本之間的關聯性？對於泰國 BL 劇的跨國傳播與流通，除了科技之外，還需要何種輔助元素？推翻了消費 BL 文本等同於反父權和異性戀霸權的論述之後，又如何解釋 BL 文本的消費意義？以上所提的議題皆值得未來的研究者進一步思考和討論。

## 參考文獻

### 外文文獻：

- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London, UK: Methuen.
- Berry, C. (2007). The Chinese Side of the Mountain. *Film Quarterly*, 60(3), 32-37.
- Farmer, B. (2011). Loves of Siam: Contemporary Thai Cinema and Vernacular Queerness. In P. A. Jackson (Eds.), *Queer Bangkok: 21st Century Markets, Media, and Rights* (pp. 81-98). Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Feng, J. (2013). *Romancing the Internet: Producing and Consuming Chinese Web Romance*. Leiden and Boston: Brill.
- Heo, J. (2002). The “Hanryu” phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China. *Korean Journal of Broadcasting*, 16(1) : 469-529.
- Hu, K. (2012). Chinese Subtitle Groups and the Neoliberal Work Ethics. In N. Otmazgin & E. Ben-Ari (Eds.), *Popular Culture Co-Productions and Collaborations in East and Southeast Asia* (pp. 207-232). Singapore: Nus Press.
- Hu, K. (2014). Competition and Collaboration: Chinese Video Websites, Subtitle Groups, State Regulation and Market. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 437-451.
- Hu, K. (2017). Between Informal and Formal Cultural Economy: Chinese Subtitle Groups and Flexible Accumulation in the Age of Online Viewing. In Iwabuchi, K., Tsai, E. and Berry, C. (eds), *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture* (pp. 45-54). NY: Routledge.
- Huang, S. L. (2011). Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania

- and the Korean wave in Taiwan. *Media, Culture & Society*, 33(1), 3–18.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham: Duke University Press.
- Jarongwit Tapingkae (2013) . Gender Adaptation and Negotiation in Teacher Role (Master's thesis), Available from Srinakharinwirot University Guidance and Counseling Psychology.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York, NY: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Express.
- Jennings, D. (2007). *Net, blogs and rock n' roll: How digital discovery works and what it means for consumers, creators and culture*. London: Nicholas Brealey.
- Jiarananon, S. (2015). Presentation of the Contents of a Series of Hormones Season 2. *Journal of Information Science*, 14, 1-8.
- Kritaya Archavanitkul (2011) . Sexuality Transition in Thai Society. *The Journal of Population and Social Studies*, 4, 43-66.
- Lash, S. & Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London, UK: Sage.
- Levi, A., McHarry, M. & Pagliassotti, D. (2010). *Boy's Love Manga: Essays on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson, NC: McFarland and Company.
- Li, Y. (2009). Japanese Boylove Manga and the Global Fandom: A Case Study of Chinese Female Readers (Master Thesis). Available from IUPUI Scholar Works Communication Studies Department Theses and Dissertations.
- Liu, Y.L. and Chen, Y.H. (2004). Cloning, adaptation, import and originality--Taiwan in the global television format business. In Moran, A. & Keane, M. (Eds.), *Television across Asia: television industries, programme formats and*

- globalization* (pp. 54-73). New York : Routledge.
- Martin, F. (2017). Queer Pop Culture in the Sinophone Mediasphere. In Iwabuchi, K., Tsai, E. and Berry, C. (eds), *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture* (pp. 191-201). NY: Routledge.
- Mori, Y. (2008) . Winter Sonata and cultural practices of active fans in Japan: Considering middle-aged women as cultural agents. In Beng Huat Chua and Koichi Iwabuchi(Eds.), *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave* ( pp.127-142 ) . Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Nishimura, K. (2013). Where Program and Fantasy Meet: Female Fans Conversing with Character Bots in Japan. *Transformative Works and Cultures*, 12.
- Noh, S. (1998). Reading YAOI Comics: An Analysis of Korean Girls' Fandom. Paper Presented at the annual meeting of the Korean Society for Journalism and Communication Studies Conference.
- Patton, M. Q. (2001). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shapiro, A. (1999). *The Control Revolution: How the Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World*. New York, NY: Public Affairs.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25–44.
- Shin, H. (2007). K-Pop (music) in the emerging cultural economy of Asian pop. *Journal of Communication Arts*, 25(4), 1–11.
- Siriyuvasak, U. & Shin, H. (2007). Asianizing K-pop: Production, consumption and identification patterns among Thai youth. *Inter-Asia Cultural Studies*, 8(1), 109–136.
- Spigel, L. (2005). Designing the Smart Home: Posthuman Domesticity and Conspicuous Production. *European Journal of Cultural Studies*, 8(4), 403-426.

Théberge, P. (2001). 'Plugged in': Technology and Popular Music. In Frith, S., Straw, W. & Street, J., *The Cambridge Companion to Pop & Rock* (1-25). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Wimmer R.D. & Dominick, J.R.(2002). *Mass Media Research: An Introduction*. Boston, USA: Wadsworth.



## 中文文獻：

- 王麟琴（2018）。《像我這樣的腐女：科技、社群與性別交織下的認同形構》。世新大學傳播管理學系碩士論文。
- 文崇一、楊國樞（2000）。《社會及行為科學研究法下冊》。臺北市：東華。
- 朱姝（2017）。《想像與展演：K-pop 迷的日常實踐及其意義生產研究》。南京大學新聞傳播學院碩士論文。
- 江青媛（2016）。《新媒體語境下中國女性韓流粉絲消費文化研究》。華中師範大學新聞傳播學院碩士論文。
- 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。
- 李天鐸、何慧雯（2002）。遙望東京彩虹橋日本偶像劇在台灣의 挪移想像。載於李天鐸（主編），日本流行文化在台灣與亞洲(I)（15-49 頁）。台北：遠流。
- 李明璁（2003）。這裡想像，那裡實踐「日劇場景之旅」與台灣年輕人的跨文化認同。載於李天鐸（主編），日本流行文化在台灣與亞洲(II)（42-73 頁）。台北：遠流。
- 吳麗珍、黃惠滿、李浩銑（2014）。〈方便取樣和立意取樣之比〉，《護理雜誌》，3：105-111。
- 邱佳心（2010）。《色情暴動：女性色情的論述結構與情慾能動性》。國立政治大學廣播電視學研究所碩士論文。
- 邱淳孝（2014）。《「我」就在這裡 — 以敘說研究解構諮商專業中的異性戀霸權》。國立臺北教育大學心理與諮商學系碩士論文。
- 邱珣涵（2012）。《K-pop 迷群的社會識別與消費儀式：虛擬社群中的認同學習》。世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士論文。

- 周芳羽 (2018)。〈日本偶像文化的跨文化傳播探究〉，《新聞研究導刊》，16：88-93。
- 周素鳳譯 (2001)。《親密關係的轉變：現代社會的性、愛、慾》，台北：巨流。  
(原書 Anthony Giddens [1992]。《The transformation of intimacy: sexuality, love & eroticism in modern societies》。United States：Stanford University Press。)
- 周筱婷 (2016)。《台灣哈韓族的跨國追星實踐》。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 林文婷 (2011)。《追星族的新人：少女時代男性迷群的消費與認同》。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 紀淑芳 (2002)。〈韓劇在台灣發大財：行銷全亞洲的韓國貨-韓劇〉，《財訊》，244：119-121。
- 侯政男、蔡宗哲、陳欣欣，(2011)。〈軟實力下的新亞洲文化貼近性與現代性：韓國電視戲劇在東亞地區觀眾之接受因素探究〉，《人文與社會》，8：115-142。
- 孫忠民 (2005)。〈「哈韓」、「哈日」：我們到底哈什麼〉，《職業技術教育》，5：28-31。
- 劉品志 (2014)。《「腐女」的幻想與望／妄想》。國立高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。
- 劉麗譯 (2009)。《普通語言學教程》，北京：中國社會科學出版社。(原書費爾迪南•德•索緒爾[1995]。《Cours de linguistique générale》。Paris：Payot。)
- 高福安、王曉妍(2008)。〈中韓電視劇比較及對策〉，《現代傳播》，1：27-29。
- 洪健嫻 (2011)。《薔薇花瓣中的情慾樂園—試論 BL 小說中隱匿的女／性》。南華大學傳播學研究所碩士論文。
- 胡綺珍 (2009)。〈中國字幕組與新自由主義的工作倫理〉，《新聞學研究》，101：177-214。

- 張秀敏（2005）。《薔薇園裡的少年愛－同人誌文化與青少女性別主體》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 張茵惠（2007）。《薔薇纏繞十字架：BL 閱聽人文化研究》。國立臺灣大學社會科學院新聞研究所碩士論文。
- 張竣凱（2016）。《男同志閱讀 BL 小說經驗之探究》。國立高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。
- 張瑋容（2013）。〈從「BL 妄想」看另類情慾建構--以台灣腐女在「執事喫茶」中的妄想實踐為例〉，《女學學誌：婦女與性別研究》，32：97-133。
- 許如婷（2014）。〈台灣 K-POP 女性「迷/粉絲」的跨國消費 與文化想像〉，《傳播與社會學刊》，30：97-131。
- 陳佩鈺（2013）。《台灣韓流偶像迷群對應援文化的實踐與認同》。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 陳昱穎（2014）。《台灣插畫創作者的文化勞動與科技中介》。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- 趙珮涵（2011）。《高中職女生對 BL 之解讀與其性別角色態度》。國立臺中教育大學課程與教學研究所碩士論文。
- 惠曉婧（2010）。《中國當代大學生「日劇迷」日劇接觸行為的傳播學考察--以京滬兩地高校學生為例》。山東師範大學新聞與傳播學院碩士論文。
- 楊于萱（2009）。《哈日風潮與娛樂媒體接觸行為對大學生日文學習動機之初探》。南台科技大學資訊傳播研究所碩士論文。
- 楊曉菁（2005）。《台灣 BL 衍生「迷」探索》。國立政治大學廣告研究所碩士論文。
- 溫朝霞（2006）。《1980 年後日韓影視劇在中國的傳播》。暨南大學文學院博士論文。
- 葉乃嘉（2008）。《研究方法的第一本書：從知識管理進入研究工作的遊戲規則》。臺北市：五南。

- 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》。國立台灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。
- 葉啓政（2005）。《現代人的天命：科技.消費與文化的搓揉摩盪》。臺北市：群學。
- 萬文隆（2004）。〈深度訪談在質性研究中的應用〉，《生活科技教育月刊》，4：17-23。
- 鄭力行（2015）。《腐、壞而喜—腐男的多樣認同建構與實踐》。世新大學性別研究所碩士論文。
- 談璞譯（2009）。《阿宅，你已經死了！》，台北：時報文化。（原書岡田斗司夫 [2008]。《オタクはすでに死んでいる》。日本：新潮社。）
- 劉平君（2003）。《解構流行文化的權力軌跡》。國立政治大學新聞學系博士論文。
- 鍾梅英（1998）。《臺灣高中日語教育現況調查之研究-台北市.台北縣高級中學之問卷調查與其探討》。中國文化大學日本研究所碩士論文。
- 鍾瑞蘋（1999）。《同性戀漫畫讀者之特性與使用動機之關聯性研究》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 蔡芝蘭（2011）。《女性幻想國度中的純粹愛情—論臺灣 BL 小說》。國立台灣師範大學國文所碩士論文。
- 蔡欣芸（2019）。《臺灣耽美劇閱聽眾觀看意圖之研究——以網劇《HIStory》系列為例》。國立臺灣藝術大學廣播電視學系碩士論文。
- 蔡騏（2009）。〈網絡與粉絲文化的發展〉，《國際新聞界》，7：86-70。
- 蔣立峰（2002）。〈中國民眾對日本很少有親近感—第一次中日輿論調查結果分析〉，《日本學刊》，6：1-18。
- 蕭湘文（2000）。〈閱讀同性戀漫畫與性認同之關聯性研究〉，《民意研究季刊》，212：89-111。

## 網絡資料：

Bangkok Business (2016)。漢森輸出泰國藝人開拓中國娛樂市場。取自

<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/724513>。查詢日期：2019/9/28

BBC 中文網 (2019)。中國 VPN 用戶被罰「翻牆」怎麼會違法。取自：

<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/chinese-news-46823319>。查詢日期：  
2019/10/8

Blueboyhub (2010)。在一起 10 周年，邁入第 11 年，一起度過。取自：

<https://www.thaiboyslove.com/webboard/index.php?topic=16691.0>。查詢日期：  
2018/03/24

Cisco (2019)。什麼是 VPN？- 虛擬私人網路。取自：

[https://www.cisco.com/c/zh\\_tw/products/security/vpn-endpoint-security-clients/what-is-vpn.html](https://www.cisco.com/c/zh_tw/products/security/vpn-endpoint-security-clients/what-is-vpn.html)。查詢日期：2019/10/8

Cover Guy (2009)。《愛在 8009》...在我眼裡最好的泰國電視劇。取自：

<http://2g.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A8506371/A8506371.html>。查詢日期：  
2018/04/08

Daradaily (2008)。《愛在暹羅》十週年，水來得及？看看演員的變化。取自

<https://www.daradaily.com/news/66579/read>。查詢日期：2018/04/30

French, H. W. (2006). Chinese tech buffs slake thirst for U.S. TV shows . Retrieved

November 10, 2018, from <http://www.nytimes.com/2006/08/09/world/asia/09china.html>

I'm behind you (2007)。看了來聊一聊，《愛在暹羅》，每個生命因為愛而成長。

取自

<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2007/11/A6068363/A6068363.html>。查詢日期：2018/05/03

- i\_abb (2013)。Into the World of Gay Entertainment : In-Fin(ale)-(ima)Gine-Y。取自：<http://gossipstar.mthai.com/gossip-content/43332> 查詢日期：2018/03/27
- Leung, S. (2012). Catching the K-Pop wave: Globality in the production, distribution, and consumption of South Korean popular music. Retrieved November 25, 2018, from [https://digitalwindow.vassar.edu/senior\\_capstone/149/](https://digitalwindow.vassar.edu/senior_capstone/149/)
- nu\_jah (2004)。你喜歡《愛在 8009》裡的那一對。取自：  
<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/A2925126/A2925126.html>  
。查詢日期：2018/04/05
- Pana-Ratio236 (2009)。【明天我依然愛你】徵求留言，向 Boy 要求延續 Pee 和 Gong 的故事。取自：  
<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/12/A8625217/A8625217.html>。查詢日期：2018/04/12
- Rabbitychan (2009)。【明天我依然愛你】Pee 和 Gong 誰是女誰是男。取自  
<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/11/A8530114/A8530114.html>。查詢日期：2018/04/15
- RueyJing (瑞) (2010)。[心得] 明天我依然愛你~皮貢戀。取自：  
<https://www.ptt.cc/bbs/ThaiDrama/M.1280732341.A.B8A.html>。查詢日期：  
2018/04/15
- Rungravee Sirithampaiboon (2005)。愛在 8009：我的愛、我的愛、我們的愛。  
取自：<https://blogazine.pub/column-archives/node/269>。查詢日期：  
2018/04/10
- Sailor Moon in Durian Garden (2015)。來透露年齡！誰是第一代腐女，與《愛在 8009》。取自：<https://pantip.com/topic/33472161>。查詢日期：2018/04/05
- Sanook (2010)。泰國準備在中國開拓泰國電視劇市場。取自  
<https://www.sanook.com/news/979631/>。查詢日期：2018/11/11
- trufa (2008)。一年過去，Chalerm Thai 與《愛在暹羅》的景觀。取自

<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2008/11/A7234332/A7234332.html>。查詢日期：2018/05/03

Thairath Online (2018)。開創男藝人，在男男情侶檔爆紅之前。取自

<https://www.thairath.co.th/content/1253961>。查詢日期：2018/04/17

Thitiporn Jutimanont (2007)。韓國明星是神，泰國明星是人。取自：

<http://blog.mcot.net/boytv9/35/>。查詢日期：2019/12/27

We Are Social、Hootsuite (2019)。Digital 2019 Thailand (January 2019)。取

自：<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-thailand-january-2019-v01>。查詢日期：2019/10/8

2am and the rain is falling (2009)。《明天我依然愛你》景觀，五個推薦帖子獻給 Pee 和 Gong。取自：

<http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/12/A8629538/A8629538.html>。查詢日期：2018/04/12

中國互聯網絡信息中心 (2015)。2015 年中國青少年上網行為調查報告。取自

<http://www.199it.com/archives/508220.html>。查詢日期：2018/10/30

中國旅遊研究院 (2018)。旅遊大數據 | 中國旅遊研究院、攜程旅遊大數據聯合實驗室發布《2018 年上半年出境旅遊大數據報告》。取自

<http://www.ctaweb.org/html/2018-9/2018-9-11-15-33-46898.html>。查詢日期：2019/10/16

中國網絡視聽節目服務協會 (2017)。中國網絡視聽節目服務協會發布《網絡視聽節目內容審核通則》。取自

[http://www.cnsa.cn/index.php/industry/in\\_dynamic\\_details/id/194/type/2.html](http://www.cnsa.cn/index.php/industry/in_dynamic_details/id/194/type/2.html)。查詢日期：2018/11/08

中製協秘書處 (2015)。電視劇內容製作通則。取自

<http://www.ctpia.com.cn/exchange/zcxx/2015-12-31/1451534140473.shtml>。查詢日期：2018/11/07

交通部觀光局 (2019)。107 年 1 月至 12 月中華民國國民出國目的地統計。取自

[https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=5d16abba-e4d6-4498-8928-](https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=5d16abba-e4d6-4498-8928-d391c7c7e28a&appname=FileUploadCategoryListC003330)

[d391c7c7e28a&appname=FileUploadCategoryListC003330](https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003330.aspx?CategoryID=5d16abba-e4d6-4498-8928-d391c7c7e28a&appname=FileUploadCategoryListC003330)。查詢日期：  
2019/10/16

自由時報 (2015)。維基百科也封！中國剩這些英文網站可上...。取自：

<https://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1327128>。查詢日期：  
2019/10/8

米川 (2009)。螢幕刮「泰風」？。取自

<http://www.modernweekly.com.cn/news/content.aspx?artID=32659>。查詢日期：  
2018/11/11

李昭 (2014)。人人影視關閉，字幕組或被視頻網站招為「正規軍」。取自

[http://ent.china.com.cn/2014-12/24/content\\_34399899.htm](http://ent.china.com.cn/2014-12/24/content_34399899.htm)。查詢日期：  
2018/11/12

林正輝 (2017)。泰國 BL 劇的流行。取自

<http://mcom.tw/podcasts/archives/106>。查詢日期：2018/04/12

柳林风声 (2010)。皮與貢——泰劇《明天我依然愛你》中狗血並純情的 BL 支線。取自：<http://i.mtime.com/1125368/blog/4855495/>。查詢日期：

2018/04/15

泰娛樂資訊網 (2019)。《2019 泰國明星微博人氣排行榜》里超話與互動都很厲害的九位藝人。取自 <https://tw.weibo.com/2610300390/4419454206880829>。

查詢日期：2019/9/28

常州晚報 (2009)。常州有一位 80 後，業餘時間專做泰劇字幕組。取自

[http://news.cz001.com.cn/2009-11/26/content\\_1272731.htm](http://news.cz001.com.cn/2009-11/26/content_1272731.htm)。查詢日期：  
2018/11/11

創市際市場研究顧問（2016）。創市際雙週刊第 71 期。取自

<https://www.ixresearch.com/reports/創市際雙週刊第七十一期-20160919/>。查

詢日期：2018/10/30

黃靖萱（2014）。預知電視死亡紀事，中國接管你的眼球，3 年內電視台垮一

半。取自 <https://www.wealth.com.tw/home/articles/2113>。查詢日期：

2018/11/05

趙珊（2018）。泰國成中國最大出境游目的地國，中國遊客為何喜歡泰國。取自

<http://world.people.com.cn/n1/2018/0330/c1002-29898644.html>。查詢日期：

2019/10/16

澎湃新聞（2017）。B 站董事長回應影視劇下架：完全是自我審查，還要持續一

兩月。取自 [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_1740108](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1740108)。查詢日

期：2019/9/28



## 附錄 1

### 研究參與者之訪談同意書

您好：

我是國立臺灣師範大學大眾傳播研究所研究生林正輝，目前正在進行一項研究，目的在於了解泰國 BL (Boy's Love) 劇如何成為跨國華人觀眾的選擇，收看泰國 BL 劇的華人觀眾是哪些群體以及在觀看泰國 BL 劇的過程中所獲取的愉悅感。本研究也將進一步瞭解華人觀眾有什麼樣追星應援作為，因此您的參與對本研究是非常重要的。

本研究將以匿名制進行資料處理，絕對不會透漏具高度辨識性的個人資料，而訪談內容將作為學術用途，不會帶來任何風險。如果您同意參與本研究，請您花約 60~120 分鐘接受訪談，並將此訪談同意書交還給研究人員。您有絕對的權力決定是否要參與本研究，如果您不願意參加或中途決定退出，可在任何時間告知研究人員，我將尊重您的決定。

如果您在受訪過程中感受到不舒服或對於身為受訪者之權利有意見以及對於研究工作性質產生疑問時，您也可以直接向研究者反應。若有任何疑問時請盡量提出，研究人員將會為您說明並回答相關問題，直到無任何疑問為止。

在此致上最誠摯的謝意，敬祝您

身體健康 萬事如意

研究者：\_\_\_\_\_

聯絡電話：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

.....同意書簽署欄

本人已經了解此研究的相關資訊，經考慮後我同意接受訪問，並

同意提供相關資料

不同意接受訪問及提供相關資料

簽名：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 附錄 2

### 訪談題綱

#### 身份背景、個人喜好以及與泰國 BL 劇結緣契機：

1) 您何時開始收看泰國 BL 劇？又是什麼樣的讓您和泰國 BL 劇結緣？收看前後的感受差別為何？請描述初次接觸泰國 BL 劇的情況。

2) 您有看過哪幾部泰國 BL 劇？您的入門劇是哪一部？有沒有特別喜歡哪部泰國 BL 劇？喜歡的原因又是什麼呢？

3) 您通常會透過何種管道收看泰國 BL 劇以及接收相關資訊為何？您期待得到什麼樣的資訊？

4) 您什麼時候開始意識到自己喜歡收看泰國 BL 劇？您是否認為自己是泰國 BL 劇的迷？請描述其中的原因。

#### 追星應援經驗以及其背後意義：

1) 目前已有相當多的國家產製 BL 劇，為何您會選擇收看泰國 BL 劇？泰國 BL 劇與其他國家的 BL 劇有什麼差別或是不一樣的地方？泰國 BL 劇比其他國家的 BL 劇更吸引您的地方在哪裡呢？

2) 承上題，選擇收看泰國 BL 劇的原因是否與自己國家的政策相關（比方說中國大陸禁播男男戀影視作品等）？泰國 BL 劇如何滿足您對異國風情的想像？

3) 您對 BL 劇有什麼樣的想像？泰國 BL 劇是否符合您所想像的那樣？請用一段話描述您心目中的 BL 劇。

4) 您認為泰國的 BL 劇有哪些特色（演員的顏值、男男愛戀以及性愛描述、理想中的劇情、角色配對）？

5) 您通常會在怎麼樣的心情下，收看泰國 BL 劇？或者說，您對泰國 BL 劇有怎樣的期待？

6) 請形容您對泰國 BL 劇的喜愛程度以及感受，泰國 BL 劇具有什麼樣的意義？

7) 您會採取何種行動來表達對泰國 BL 劇的支持與喜愛？這些行動代表著什麼樣的意義？您如何去實踐它？實踐的動機為何？

8) 您曾參加或成立過哪些泰國 BL 劇相關的社團或活動？請描述其經歷過程。

9) 您是否為了參加泰國 BL 劇相關活動（如記者會、見面會）而特意展開跨國追星行動？在此過程中，您希望獲得什麼樣的回饋？

10) 承上題，在進行跨國追星實踐時，您一般會把錢花在什麼地方上，或是您會如何處理、分配追星的花費？

11) 對於自己的付出，您得到或者希望得到的東西是什麼？

#### 自身經驗、身份認同、接觸 BL 作品經驗以及性取向：

1) 您認為喜歡收看 BL 作品的人就是「腐女」嗎？若是，您對這樣的身份有什麼樣的感受（坦誠或隱瞞）？您對「腐女」一詞有什麼樣的見解？若不是，您又如何界定自己的身份？

2) 對於喜歡收看 BL 作品的的事，您身邊的家人或朋友知道嗎？您會跟他們分享或者隱瞞收看 BL 作品的經驗嗎？他們的態度為何？請您說明他們的感想。

3) 請您描述自己接觸 BL 作品的經驗，在接觸泰國 BL 劇之前，是否也在關注其他類型的 BL 作品？請您描述初次接觸 BL 作品的情況和感受。是什麼原因讓您持續固定收看 BL 作品？

4) 過去相關研究大多認為，BL 閱聽人透過閱讀／收看 BL 作品，戲虐男

性之間的愛情，藉此反抗現今社會不平等的愛情，您對此觀點有什麼樣的看法？請指出（不）認同的原因。

5) 您的性取向為何？請描述您過去的戀愛經驗（有沒有跟同性交往？）。可以多談談您的性取向與喜歡收看 BL 作品的關聯性嗎？

其他：

1) BL 劇與其他類型的 BL 作品給您的收看感受有什麼樣的差別？

2) 泰國 BL 劇的不足之處為何？您認為泰國 BL 劇在哪些地方需要改善(劇情、拍攝手法或演員演技)？

3) 在展開追星行動前，您有來自經濟上的考量嗎？

