



清华大学

Tsinghua University

“为了偶像”： 粉丝应援的感知、认同与历时性参与

王烨

数据传播2022级硕士研究生

2025/05/18



目录

- 研究背景及选题意义
- 文献综述及研究框架
- 研究方法
- 研究发现
- 结论与讨论
- 主要参考文献

研究背景及选题意义

“饭圈应援乱象”治理背景下的粉丝个体应援行为参与机制及发展历程研究



社会背景：从应援文化到饭圈应援乱象的治理

粉丝应援文化的缘起

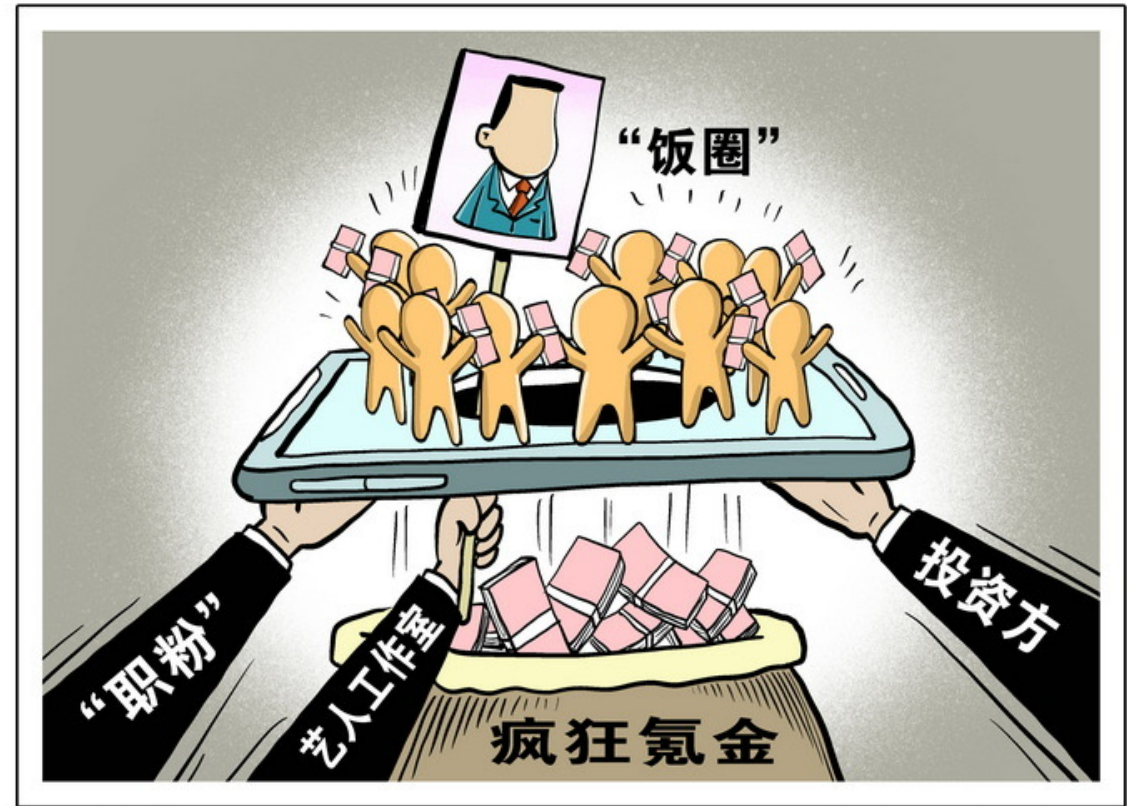
- 20世纪90年代以来，随着大众传媒的发展和消费社会的成熟，粉丝群体逐渐从边缘文化群体转变为具有重要社会影响力的亚文化力量。
- 在日本和韩国等东亚国家，粉丝文化与偶像产业的兴起结合，形成了独特的粉丝应援文化生态。随着互联网和社交媒体的普及，日韩的偶像应援文化在中国迅速发展。
- 随着粉丝应援活动的频次、规模不断发展，饭圈应援开始从小众的亚文化圈层行为，逐渐发展为大规模的在线集体行为。



现实意义：探索粉丝应援规范化路径

饭圈应援乱象的治理

- 粉丝大规模的无底线“氪金”、“刷数据”、“打榜”、“倒奶投票”等行为导致资源浪费、数据真实性质疑，引发社会讨论和争议。
- 2021年6月15日，中共中央网信办启动了“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动，以规范粉丝的应援行为。
- 本研究旨在厘清粉丝个体参与应援的行为发生机制及动态发展轨迹，以探索粉丝应援行为合理化和规范化的路径。研究有助于对粉丝应援行为实现积极引导，帮助减少因粉丝行为导致的社会矛盾和不良影响，并推动粉丝文化朝着更加健康、有序的方向发展。



背后推手

新华社发 朱慧卿 作

理论意义：个体视角及历时性视角下的粉丝行为研究

个体行为视角

- 粉丝文化以及粉丝应援等具体的追星行为实践往往被视为一种群体现象。然而，粉丝在日常生活中的应援实践还包含了**复杂的个体身份建构和情感体验**。
- 从个体视角重新审视粉丝对应援行为感知、参与成因及变化趋势和影响因素，能够更全面地理解粉丝作为个体的能动性和情感实践，及其背后的动机和意义。



历时性视角

- 从生命历程的视角来看，粉丝的粉丝认同和应援行为并非一成不变，而是**随着时间推移不断发展和变化的**(晏青 & 宋宝儿, 2024)。粉丝的应援参与受到粉丝个人生命经历、艺人自身的发展历程及媒介和社会变迁的综合影响。
- 在历时性的视角下理解粉丝应援行为的持久性参与，能揭示粉丝在不同生命阶段的身份认同变化，理解粉丝应援行为如何随着时间和情境的变化而演变。有助于跳出静态的传统研究框架，更好综合各因素对偶像文化工业和粉丝群体动员的影响。

文献综述及研究框架

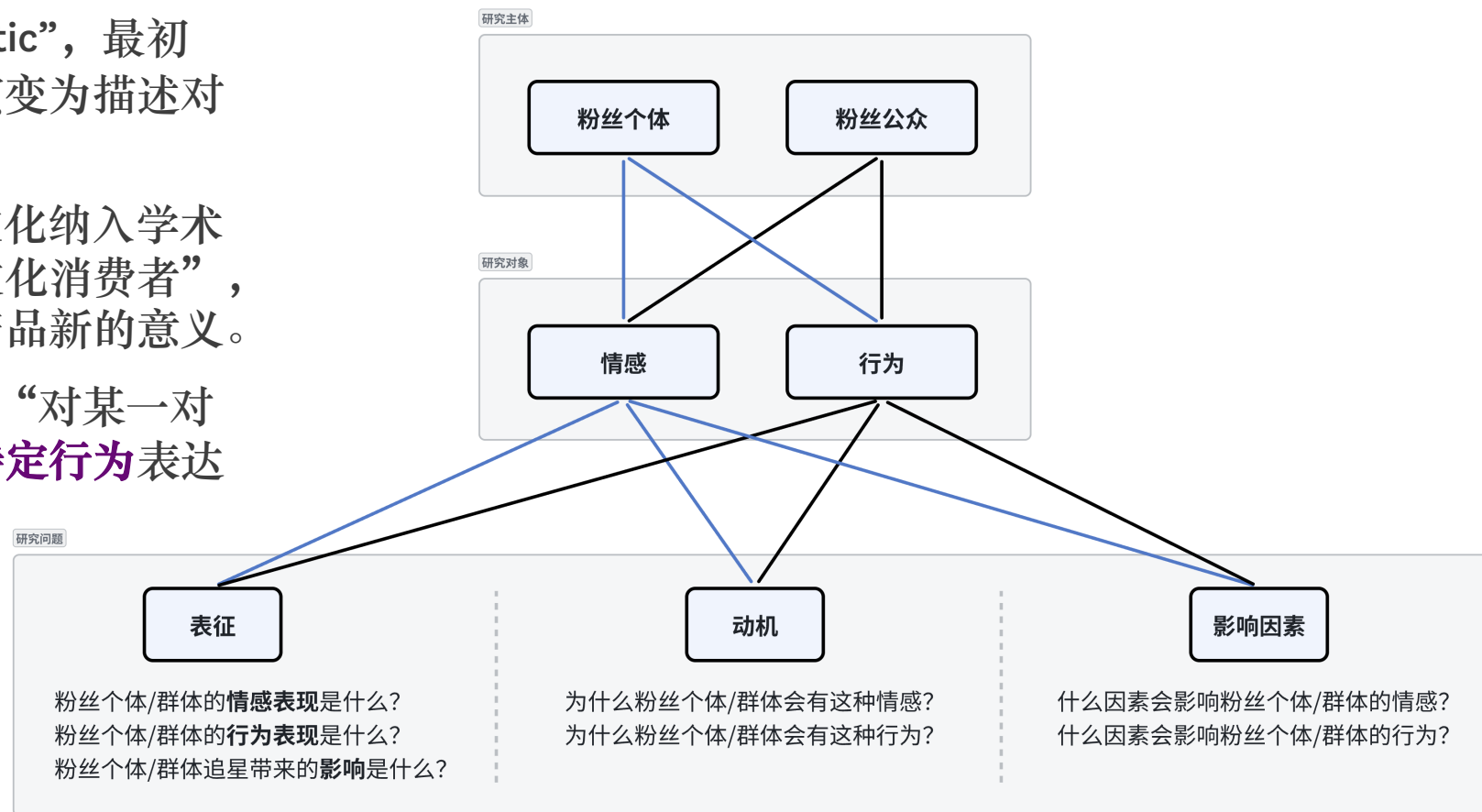
粉丝应援行为研究综述



界定“粉丝”



- 粉丝（Fans）一词源于“fanatic”，最初带有宗教狂热色彩，后逐渐演变为描述对某一对象极度喜爱的群体。
- Jenkins（1992）最早将粉丝文化纳入学术研究，认为粉丝是“积极的文化消费者”，通过参与和再创作赋予文化产品新的意义。
- Duffett（2013）将粉丝定义为“对某一对象有强烈**情感依恋**，并通过**特定行为**表达这种依恋的个体”。



粉丝研究的理论视角



表征

动机

影响因素

社会心理学视角

准社会关系/交往

准社会关系、准亲属关系

互动仪式链

粉丝社群互动的类型

情感依恋

浪漫想象、依恋需求

社会认知理论

自我效能感、自信心

社会认同理论

身份认同、社会归属感

行为主义理论

从众需要、认同需要和归属需要

认知发展理论

粉丝的认知随着个人成长发展发生变化

生命历程理论

剧烈的社会事件、生命事件对个人认知和行为的影响

传播学视角

媒介可供性

数字技术（移动/生产/社交）重塑粉丝行为
数据粉的诞生/在线互动
算法互动：赋权 VS 剥削

使用与满足

浪漫想象、依恋需求、身份认同
补偿动机、逃避现实、娱乐

文化研究视角

文化类型

亚文化

伯明翰学派：仪式抵抗、主流文化收编

参与式文化

《文本盗猎者》：粉丝二创重构媒介内容

性别权力视角

女性粉丝赋权

争夺文化资本，协商身份认同

政治经济学视角

情感劳动

被平台剥削的粉丝：打投/做数据

产消者

“文化工业”里意义生产者+被动消费者

跨文化视角

跨国粉丝

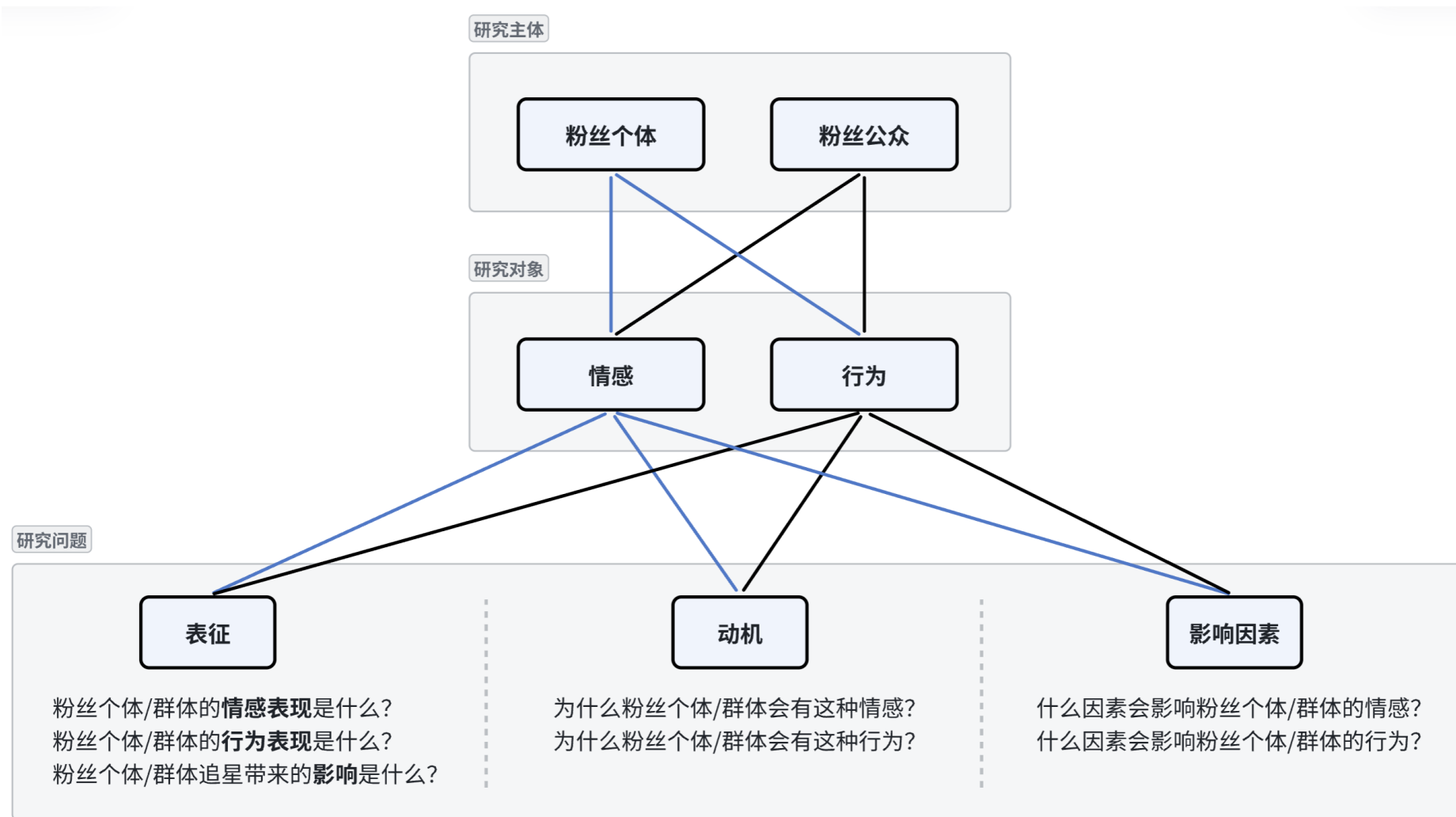
流行文化和媒体文本的跨国流动、翻译

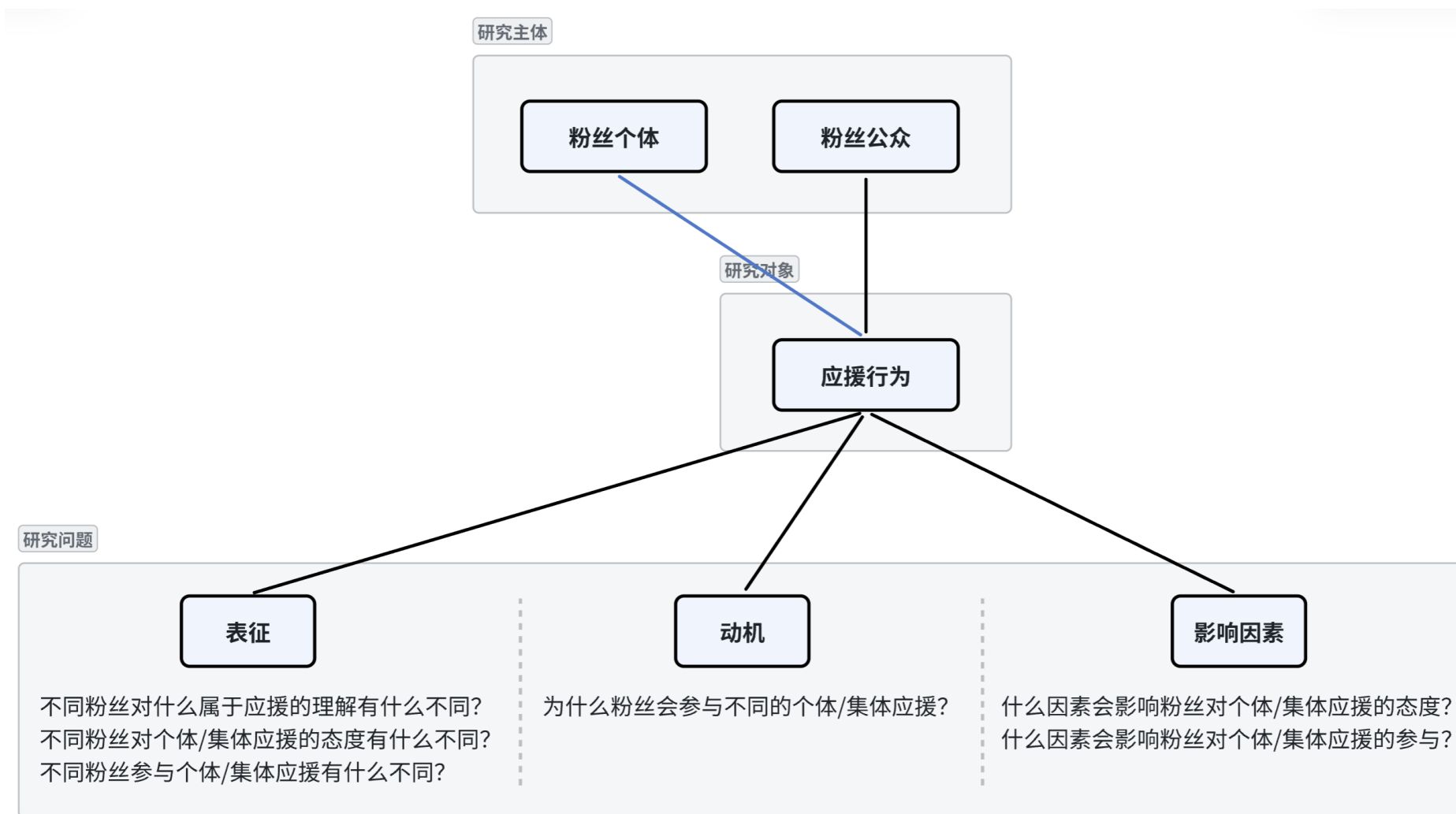
符号学视角

粉丝黑话与应援符号

粉丝通过黑话、消费符号来划分身份边界

研究框架





- “应援”概念源自日本，日文“おうえん”，起初用于校园文化中对体育赛事加油助威，八十年代后进入日本娱乐圈，逐渐成为粉丝支持偶像的重要方式。应援文化传入韩国后出现规范化的标志，如应援色、应援棒、应援服和粉丝名等。随着K-Pop文化在亚洲流行，粉丝应援文化二十世纪初迅速传播到中国。

广义的粉丝应援

- 粉丝开展的**所有支持偶像的行为和活动**，且在经济上、时间上和情感上都更甚于普通的支持(闫庆文, 2023, p. 18)。

狭义的粉丝应援

- 特指**某一次粉丝组织的事件或行动**，在特定时间、特定空间，围绕某一偶像事件如生日会、演唱会等开展的专项活动(闫庆文, 2023, p. 18)。

研究问题1：不同粉丝个体对应援行为的范畴理解和态度倾向是什么？



应援的行为主体：作为个体和公众的粉丝

粉丝个体的应援行为

- 即粉丝口中的“solo应援”，是指粉丝独立进行的支持偶像的活动。这类应援行为通常包括购买偶像的专辑、参加偶像的演唱会、在社交媒体上为偶像打榜等。
- 个体粉丝的应援行为往往基于个人对偶像的情感认同和自我效能感的满足。

粉丝公众的集体应援

- 指粉丝群体在特定时间和地点，共同组织和参与的应援活动。这类活动通常规模较大，组织化程度高，包括为偶像投票打榜、制作应援物资等。
- 除了对偶像的情感认同，集体应援活动还依赖于组织动员机制，这包括社会资本的积累和群体认同的转化。

研究问题2 (a)：不同粉丝个体参与的应援活动类型和投入程度呈现怎样的分化特征？



从追星到应援：粉丝参与应援行为的动机

追星：粉丝认同驱动的粉丝行为

- “追星”可以被视为一种相对长周期、持续性的认同和行为过程，粉丝的参与程度可能从低到高不等，既可能仅仅是偶尔关注偶像的动态或消费相关产品，也可能展现出高度的偶像与粉丝之间的情感联系。
- 目前研究普遍认为粉丝的行为主要受**粉丝认同的驱动**。情感是粉丝认同的基础，粉丝认同是情感的结果，更是粉丝行为的驱动力(曾庆香, 2020)。

应援行为的动因？

- “应援”是追星行为中更具体、更积极主动的一种表现形式，通常意味着在时间、精力、金钱上具有更高的投入。
- 尽管粉丝认同是追星行为的基础，但不是所有具有粉丝认同感的粉丝都会参与应援活动。
- 此外，不同粉丝对应援的理解与认同不一，参与的应援活动的种类、形式和投入程度也并不一致。

研究问题2 (b)：是什么导致了不同粉丝个体参与应援活动的在类型和投入程度上的差异？不同应援行为的参与动机和发生路径是什么？



生命历程视角下的粉丝应援行为发展

- Elder (1998) 指出，生命历程研究关注个体在不同生命阶段的关键事件及其对社会角色和身份认同的塑造。

历时性视角下的粉丝认同

- 粉丝认同是持续性、纵向变化的，粉丝认同是粉丝经历不同人生阶段的产物。
- 每个人的认同发展轨迹都是独一无二的，认同的强弱程度会因生命事件而产生变化，重要的生命事件会直接影响粉丝身份认同的走向 (晏青 & 宋宝儿, 2024, p. 76)

历时性视角下的粉丝应援参与

- 个体粉丝的群体认同和在饭圈内部的社会资本也是动态变化的。当粉丝个体的偶像认同或群体认同发生变化时，其对群体应援行为的参与也将随之变化(孔利利 et al., 2021)。

研究问题3：从历时性视角出发，粉丝对应援行为的态度、参与类型和投入程度会发生怎样的变化？这些变化受到哪些关键因素影响？

质性研究方法

主题分析和生命故事线法





半结构化访谈

- 本研究采用半结构化访谈法来收集质性数据，通过开放式提问，引导受访者回顾和反思其不同生命阶段的应援经历和认同变化，再深入挖掘其内在心理机制与行为逻辑。
- 受访者选择标准：长期关注并支持某一偶像，参与过多个阶段的应援活动，并能够详细回忆和描述其应援经历和认同变化。

受访者	性别	年龄	职业	学历	追星国别	初次应援	所在地
F1	女	24	学生	硕士	韩娱/内娱	2015	北京
F2	女	26	学生	硕士	韩娱/内娱/日娱	2015	北京
F3	女	23	学生	硕士	韩娱/内娱	2014	山东
F4	女	24	学生	硕士	韩娱/内娱	2016	加拿大
F5	女	25	工作党	本科	韩娱/内娱	2012	江西
F6	女	23	学生	硕士	韩娱/内娱	2010	美国
F7	女	23	工作党	本科	韩娱/内娱	2014	韩国
F8	女	18	学生	本科	韩娱/内娱	2020	美国
F9	女	24	工作党	硕士	韩娱/内娱	2018	荷兰
F10	女	25	工作党	本科	韩娱/内娱	2012	湖南
F11	女	26	工作党	本科	内娱	2017	广东
F12	女	23	学生	硕士	韩娱	2018	湖北
F13	女	24	学生	硕士	韩娱	2013	北京
F14	女	23	学生	硕士	韩娱/内娱	2017	北京
F15	女	30	工作党	博士	韩娱/内娱	2018	上海
F16	女	25	学生	硕士	韩娱/内娱	2017	马来西亚
F17	女	25	工作党	本科	韩娱/内娱	2017	浙江
F18	女	22	学生	本科	韩娱/内娱	2016	北京
F19	女	18	学生	专科	韩娱/内娱	2023	广东
F20	男	29	工作党	硕士	韩娱	2022	北京
F21	女	21	学生	本科	韩娱/欧美	2020	美国
F22	女	23	学生	硕士	韩娱/内娱	2019	北京



主题分析：应援动机及影响因素识别

开放式编码

- 从访谈语料中提取出初始的概念和范畴。
- 示例初始编码：
 - 为爱发电
 - 为了同担
 - 成就感
 - 排面
 - 情绪价值

编码聚类

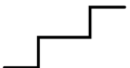
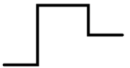
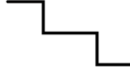
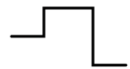
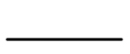
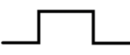
- 在开放式编码的基础上，对概念进行进一步的归纳和整合，形成8个次主题范畴。
- 示例次主题编码：
 - 情感驱动：为爱发电、情绪价值
 - 群体认同：为了同担、排面
 - 自我效能：量力而行、成就感
 - 社会认同：主流评价

理论框架

- 提炼核心主题，并构建理论模型。
- 感知-认同-参与框架下的粉丝应援行为动机路径



粉丝应援的持续性参与发展轨迹

	示例	粉丝认同 拐点一致	应援认同 拐点一致	粉丝认同与应援认同 共同拐点
向上渐变型				F6, F7, F11, F20
向上波折型				F8, F12, F17
向下渐变型		F9, F19, F22	F18	F4, F15, F21
向下波折型		F10, F16		F1, F2, F3, F14
水平不变型			F13	
水平波折型		F5		

- 生命轨迹方法是一种将个体生活事件连接成有序轨迹的分析方法，可以直观地呈现个体生命中的关键事件及其对行为和认同的影响。
- 根据受访者的叙述，以受访者的生命和社会时间、追星历程的发展时间为横轴，以受访者的**粉丝认同水平、应援行为认同水平及应援行为参与水平**为纵轴，分别绘制其应援参与历程图。
- 判断拐点的标准：1) 受访者明确提及的转折事件，如“某次演唱会”；2) 受访者描述的具体行为变化，如“逐渐淡了”。

研究发现

粉丝应援的价值认知、行为动机决策及历时性变迁



研究问题1

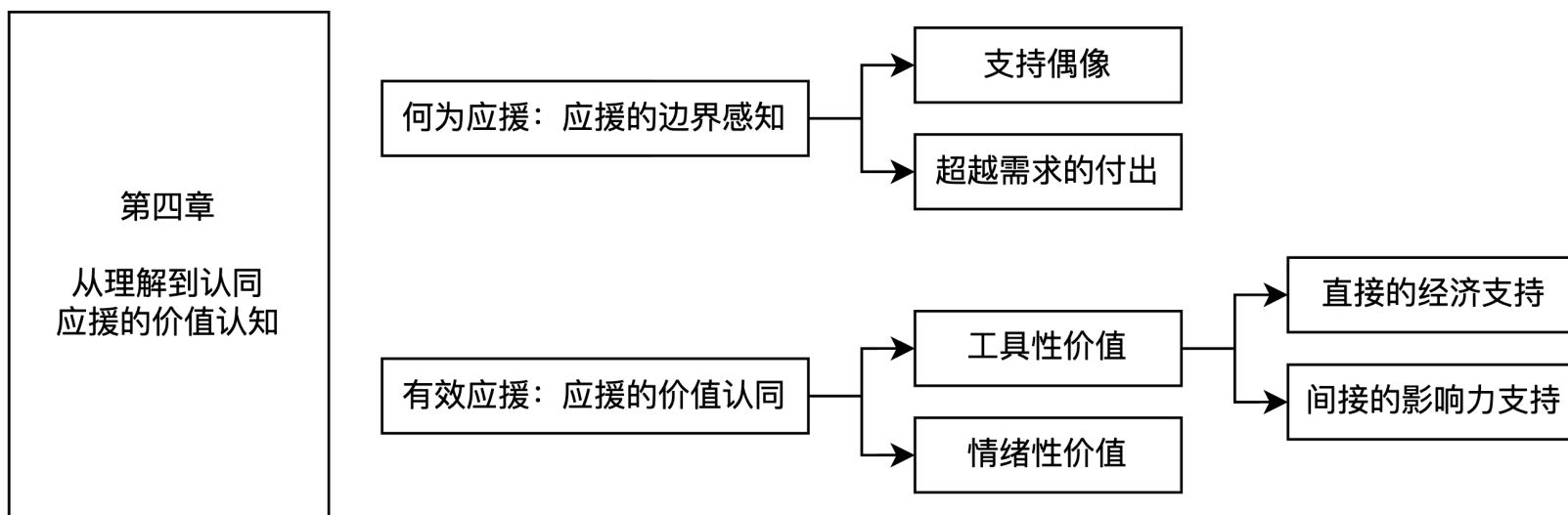
- 不同粉丝个体对应援行为的范畴理解和态度倾向是什么？

研究问题2

- 不同粉丝个体参与的应援活动类型和投入程度呈现怎样的分化特征？是什么导致了这种差异？不同应援行为的参与动机和发生路径是什么？

研究问题3

- 从历时性视角出发，粉丝对应援行为的态度、参与类型和投入程度会发生怎样的变化？这些变化受到哪些关键因素影响？





何为应援？粉丝应援的边界感知

边界的共识

支持偶像

- 工具效益：对偶像商业价值的理性建构
 - 直接的经济支持：金钱消费
 - 间接的影响力支持：对偶像媒介文本的生产和扩散
- 情感支持：创造与偶像的情感联结

额外付出

- 在时间、精力和金钱上作出超越一般需求的投入

边界的流动

目的判断

- 为了偶像 v.s. 为了自己
- 接机、跟行程是提供情绪价值还是隐私入侵？

强度判断

- 需求满足 v.s. 额外付出
- 买一张专辑是消费 v.s. 多张专辑是应援



何为有效应援？应援的价值认同和态度光谱

工具效益与情感支持的双轨评价体系

工具效益

- 具有可量化的经济投入与数据成果指标。
- 购买专辑数量、集资金额、打榜名次等都是可测量的标准，可以直接用来评估应援的价值。

情感支持

- 评价具有更强的主观性与情境性，往往通过社群口碑与情感共鸣程度进行动态调整。
- “出圈”的饭制图文或视频对偶像形象的建构和传播，灯海的情感表达

价值取向的分歧

有效应援 V.S. 自我感动

- 一部分粉丝倾向于通过量化数据维护偶像的商业价值，认为这些显性成果是偶像获得行业资源的核心竞争力。
- 另一部分粉丝则关注对偶像公众形象的维护和提升，以及线上线下的情感互动。
- 对应援的价值认同是粉丝群体在商业逻辑和情感需求间寻找平衡点的过程，而态度的分歧本质上反映了粉丝对“偶像需要什么”的理解差异，每个人都在用自己的方式解读偶像的需求。

研究问题1

- 不同粉丝个体对应援行为的范畴理解和态度倾向是什么？

研究问题2

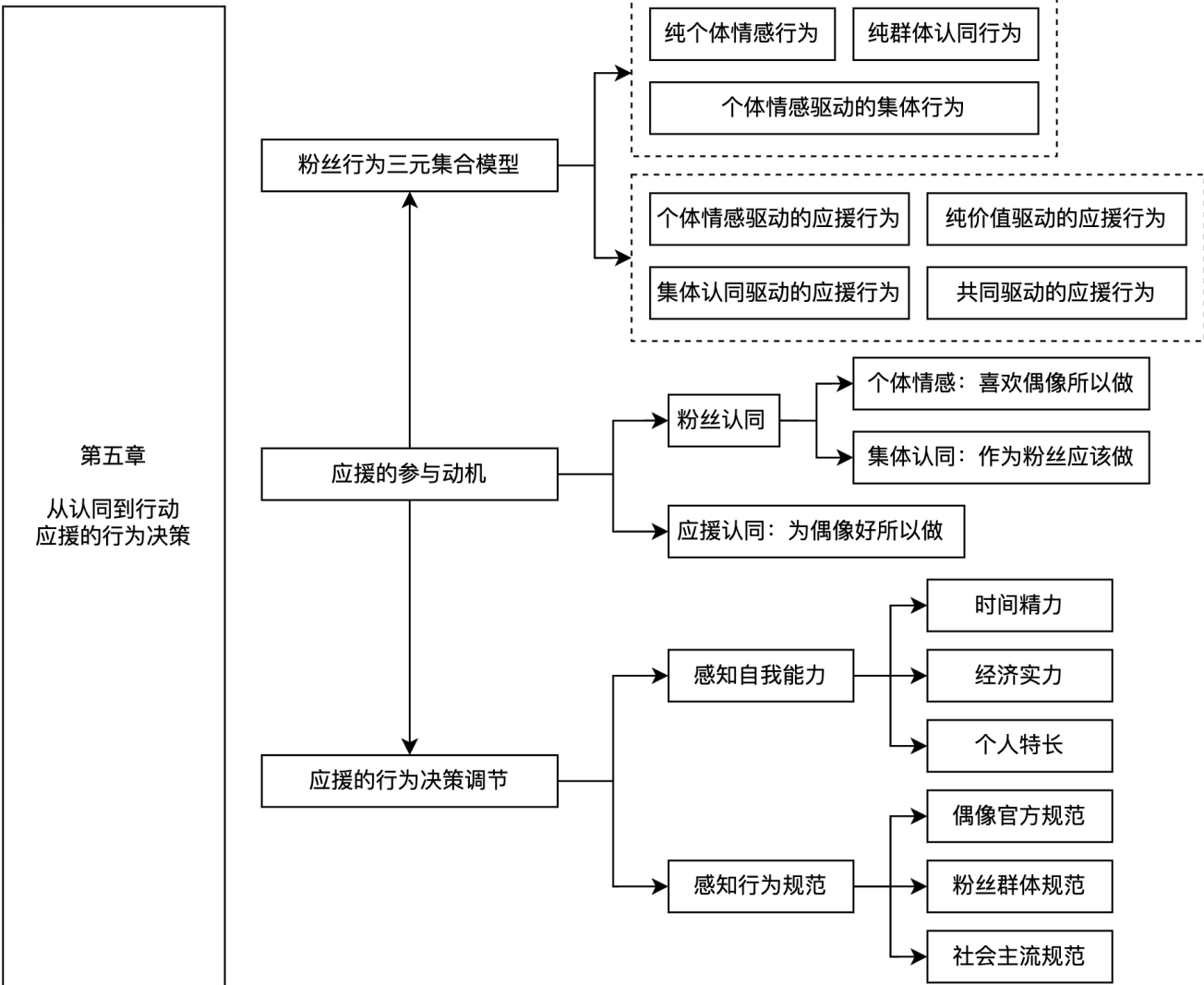
- 不同粉丝个体参与的应援活动类型和投入程度呈现怎样的分化特征？是什么导致了这种差异？不同应援行为的参与动机和发生路径是什么？

研究问题3

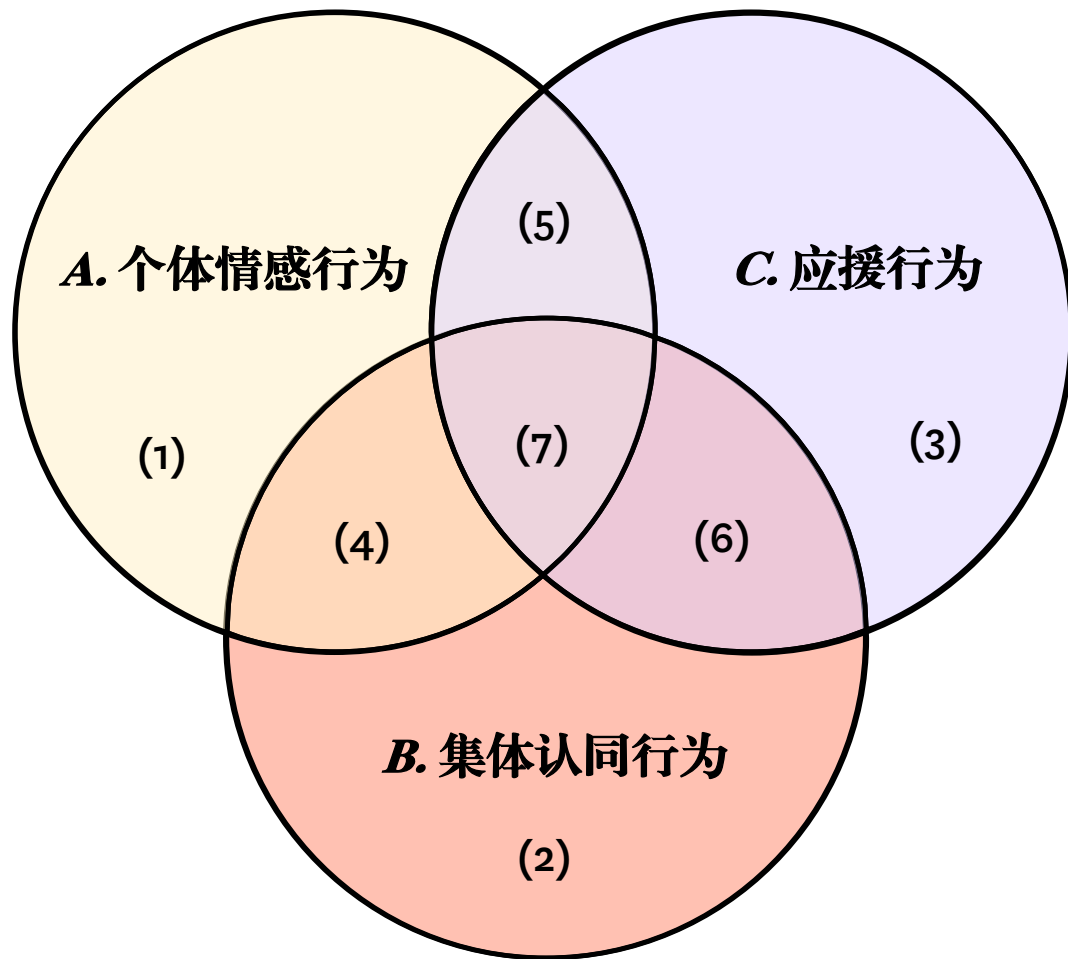
- 从历时性视角出发，粉丝对应援行为的态度、参与类型和投入程度会发生怎样的变化？这些变化受到哪些关键因素影响？



感知-认同-参与框架下的应援行为发生路径



粉丝行为的三元集合模型



个体情感驱动

- “喜欢偶像所以做”

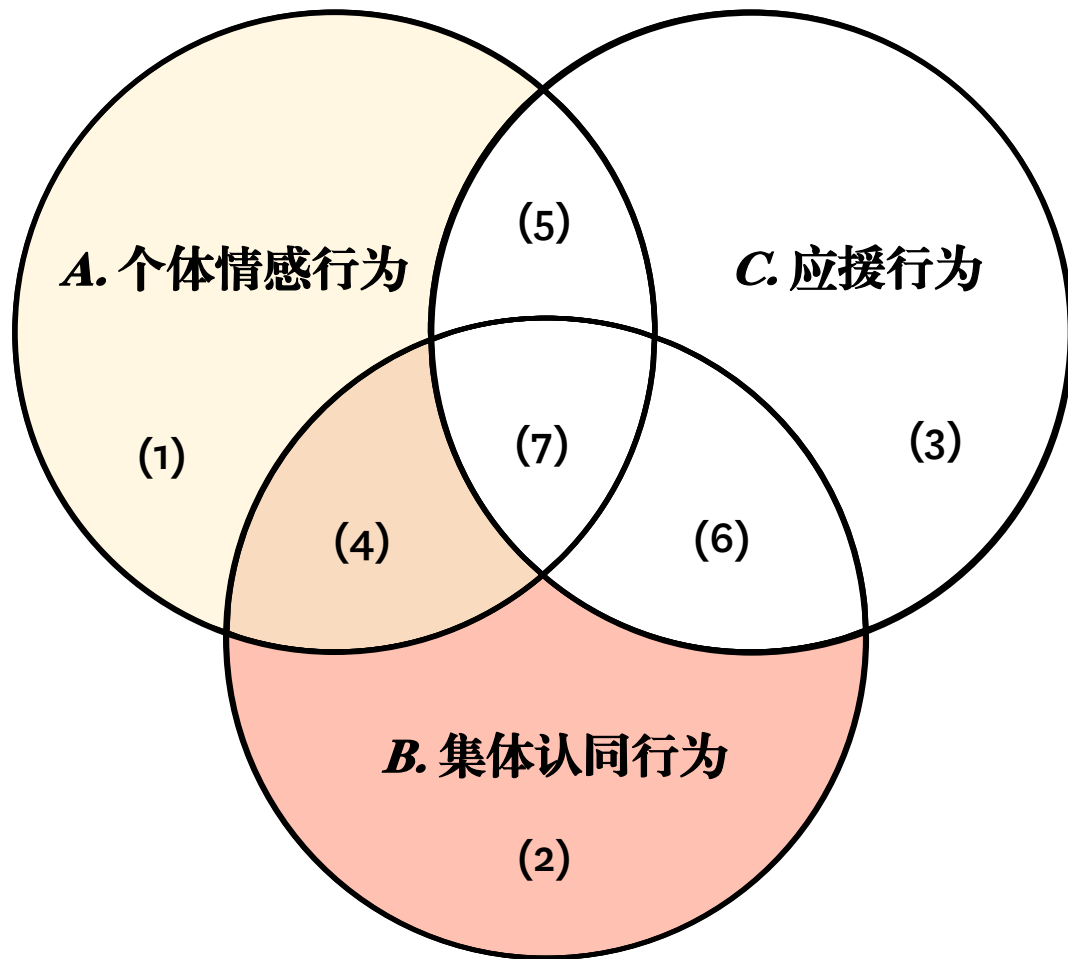
集体认同驱动

- “作为粉丝所以做”

应援价值认同驱动

- “为偶像好所以做”

粉丝行为的三元集合模型：非应援行为



(1): 纯个体情感行为

示例：关注偶像的社交媒体动态和最新作品、观看偶像的演唱会、综艺节目等，或者通过社交媒体或直播与偶像进行互动。

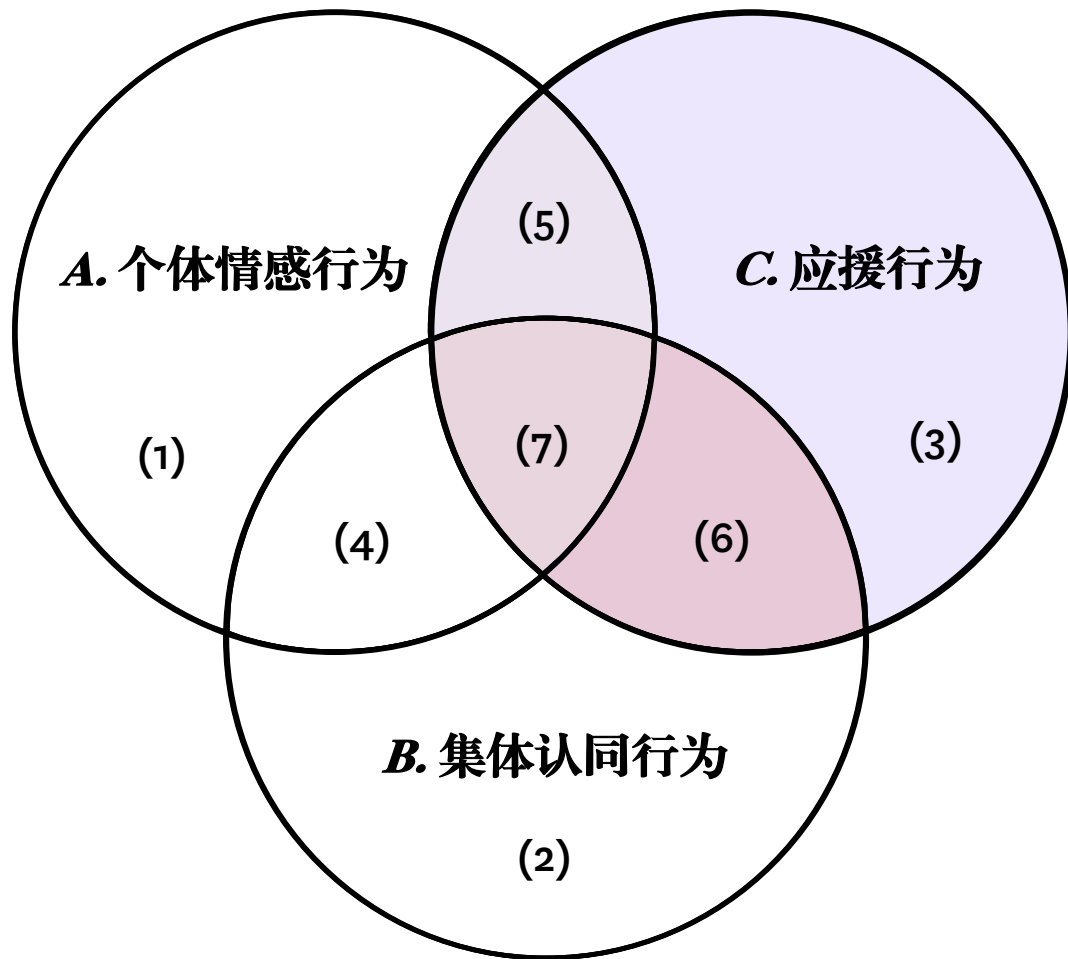
(2): 纯集体认同行为

示例：维护饭圈群体形象而参与的讨论或争辩、为获取社群资源、维持粉丝身份而进行的形式性参与（如超话签到）。

(4): 情感驱动的集体行为

示例：粉丝之间分享对偶像的喜爱和追星经历，线下聚会、或提供朋辈支持（如翻译、教程）

粉丝行为的三元集合模型：应援的差异化参与



(3)：纯价值驱动的应援行为

示例：组织活动以增加个人活动管理经验

(5)：纯个体情感驱动的应援行为

示例：自发对偶像的作品宣传、创作二创作品、个人应援物制作等

(6)：纯集体认同驱动的应援行为

示例：因为饭圈要求而从众进行的打榜投票、集资等

(7)：个体情感-集体认同共同驱动的应援行为

示例：偶像纪念日相关的线下聚会、包场观影、广告投放，甚至为偶像举办大型庆祝活动如“灯海”等，演唱会集体合唱喊应援口号

应援参与的双重认同驱动机制

- 粉丝认同反映了个体对偶像的情感依恋和价值认同，而应援认同则体现了对应援文化和行为本身的认可程度。
- 粉丝的应援参与**受到粉丝认同和应援认同这两种机制的共同驱动**。这两种认同并非简单叠加，而是相互影响、动态调节的关系。

应援参与的调节机制

- 感知自我能力的评估
 - 时间精力、经济实力和个人特长
- 感知行为规范的约束
 - 偶像官方规范、粉丝群体规范、社会主流规范
- 这种自我评估和外部约束不仅影响应援方式的选择，还决定了投入程度的高低。

情感与理性互动：计划行为理论 (Azjen, 1991)



行为态度

- 个体对某一行为结果的评价

主观规范

- 个体认为重要他人希望他们进行或不进行某行为的程度

感知行为控制

- 个体对于执行行为的容易程度的感知

- 具体而言，如果某个人认为某件事好，感到周围的社会环境支持这一行为，并且认为自己有能力执行这一行为，那么该个体更有可能将这一行为付诸实践。
- 粉丝如果认为对偶像的应援是积极的行为（应援认同），并且感受到其他粉丝的支持（社群认同），同时认为自己有能力参与其中（比如有足够的时间、金钱和其他资源），那么他们更可能参与应援活动。

研究问题1

- 不同粉丝个体对应援行为的范畴理解和态度倾向是什么？

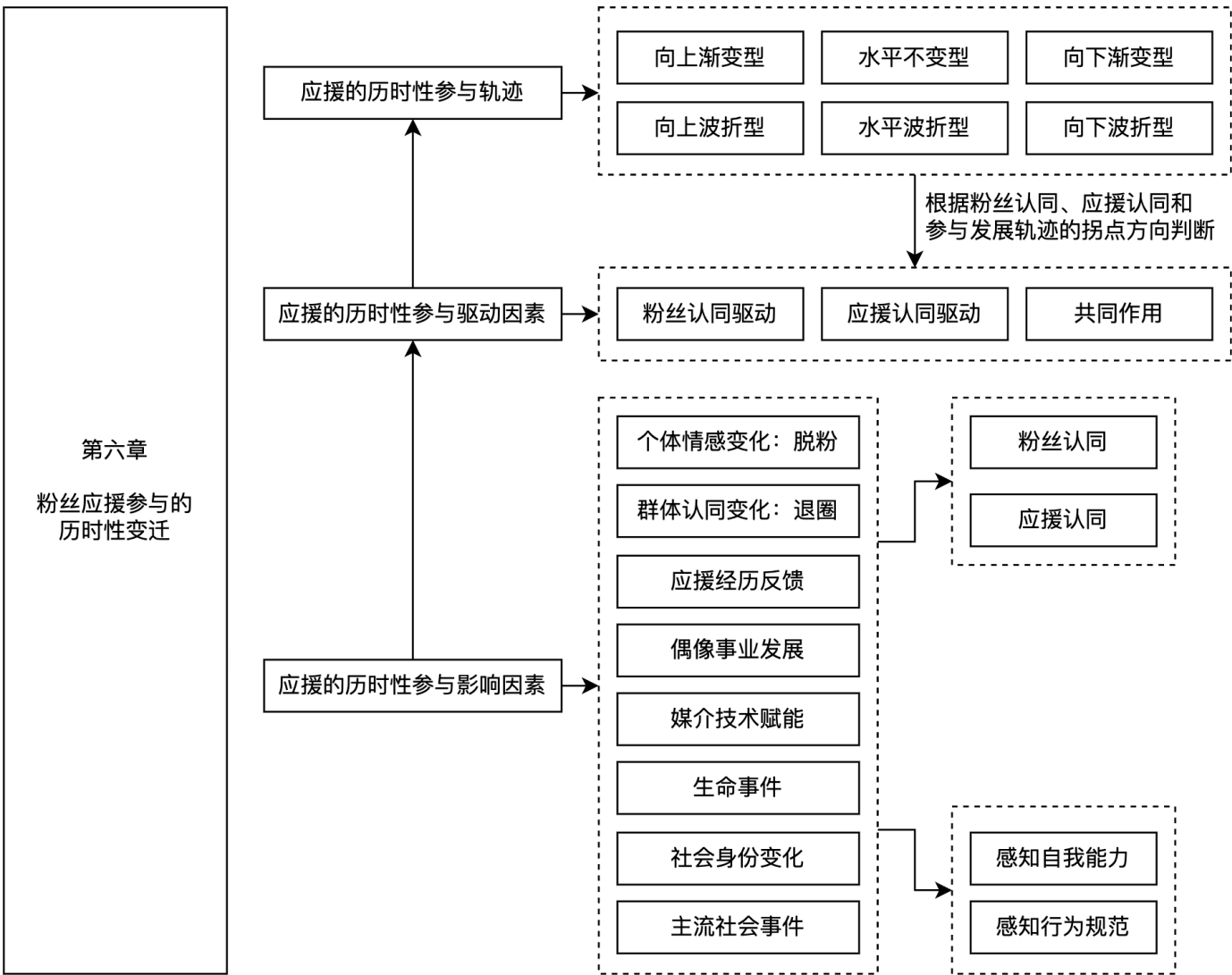
研究问题2

- 不同粉丝个体参与的应援活动类型和投入程度呈现怎样的分化特征？是什么导致了这种差异？不同应援行为的参与动机和发生路径是什么？

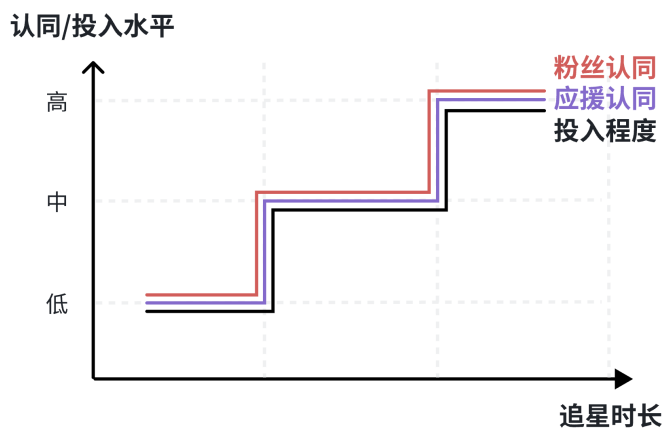
研究问题3

- 从历时性视角出发，粉丝对应援行为的态度、参与类型和投入程度会发生怎样的变化？这些变化受到哪些关键因素影响？

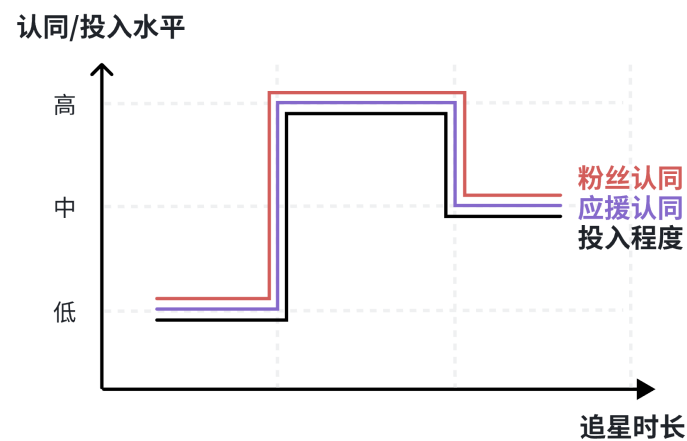
粉丝应援参与的历时性变迁



粉丝的历时性参与轨迹

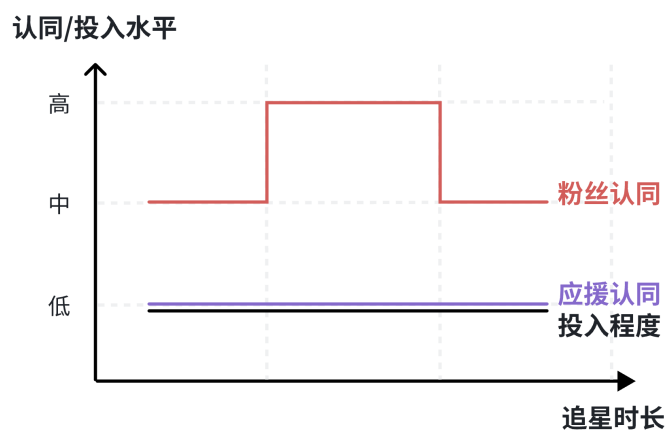


向上渐变型：认同共振的深度参与

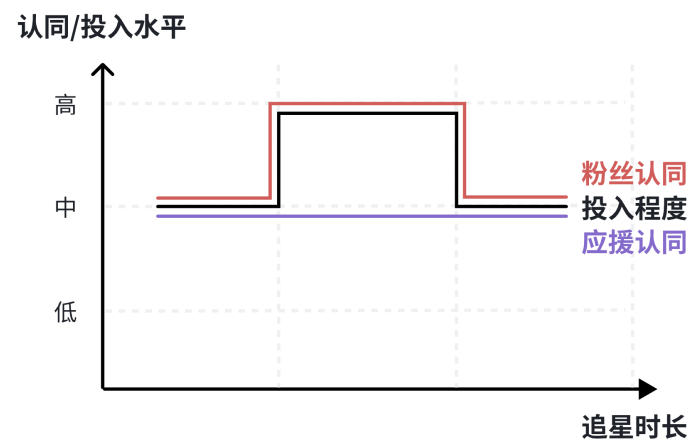


向上波折型：认同调节的冲高回落

粉丝的历时性参与轨迹



水平不变型：理性分离下的低度参与

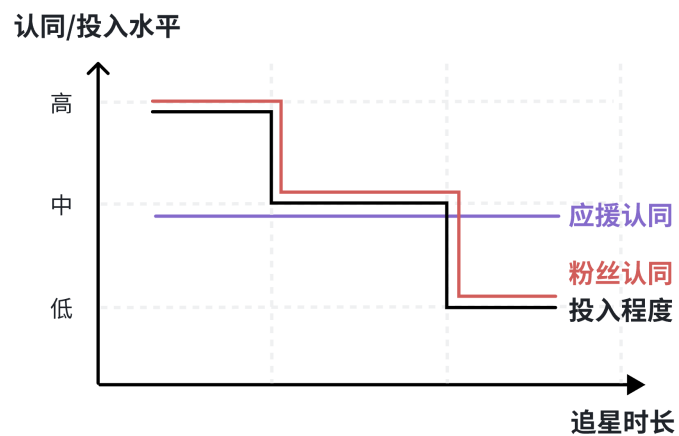


水平波折型：跟随情感的周期性波动

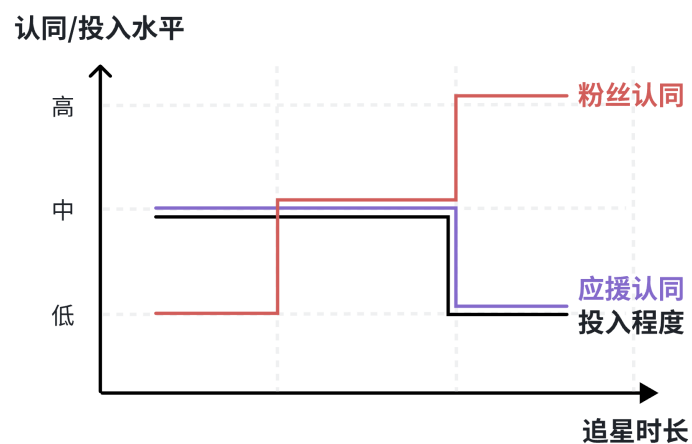
粉丝的历时性参与轨迹



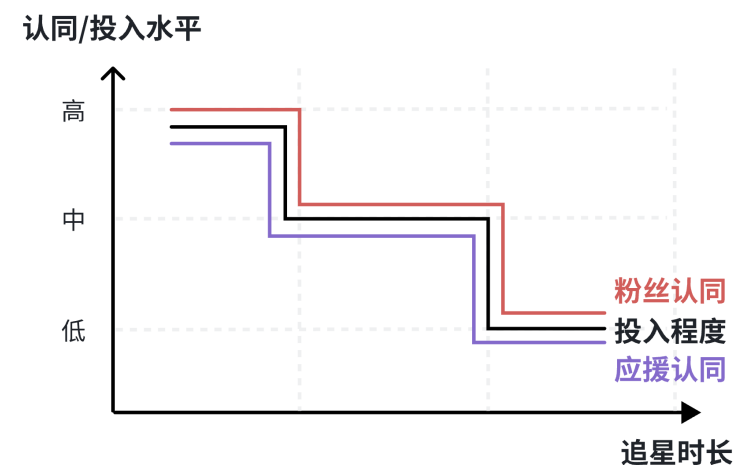
向下渐变型：随认同消退逐步退场~



应援投入随粉丝情感减弱



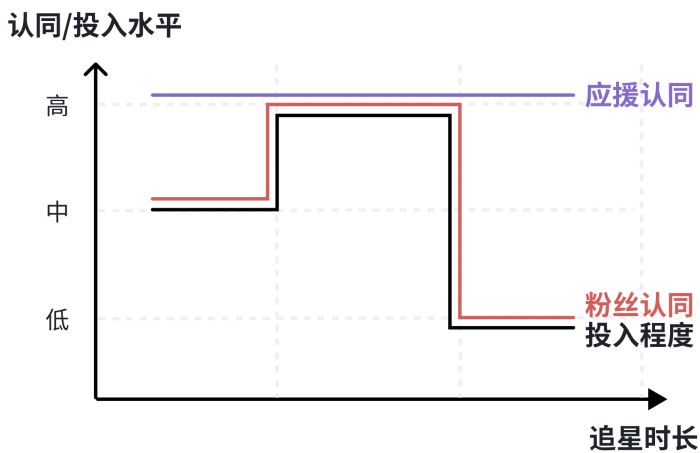
应援投入随应援价值重估减弱



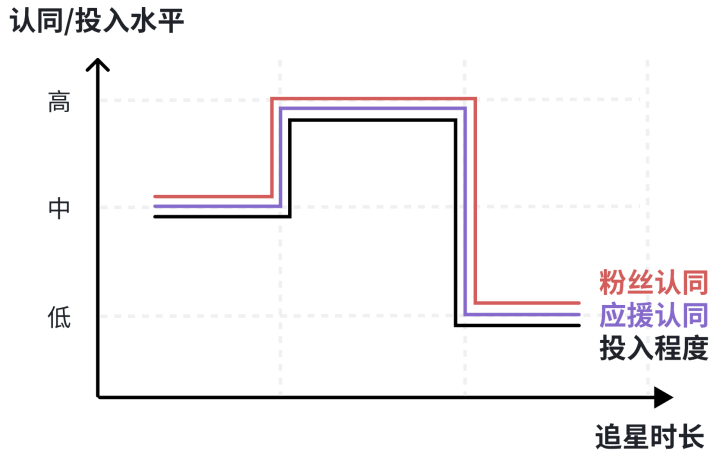
应援投入随双重认同减弱



向下波折型：认同断裂引发应援中断



应援投入随粉丝情感崩塌



应援投入随双重认同断裂



粉丝的持续性应援参与的影响因素

个体的生命事件及社会身份的变迁

- 粉丝个体经历升学、工作、恋爱、婚育等事件，或者获得新的社会身份时，新的事件或社会角色期望将分别影响其粉丝认同、应援行为的感知及行为可行性。

偶像事业发展所带来的偶像与粉丝关系的变迁

- 从横向比较，不同类型偶像对粉丝的依赖程度不同。
- 纵向来看，随着偶像自身的事业发展变化，其对粉丝群体支持的依赖程度也会发生变化。

粉圈群体认同变化导致集体应援参与的变迁

- 在粉丝对偶像的认同水平不变、对应援行为的认同感不变的情况下，粉丝对粉圈认同的感知变化将改变其对集体动员应援活动的参与程度。



粉丝的持续性应援参与的影响因素

过往应援活动参与的反馈

- 粉丝的应援活动的参与可能会①强化粉丝个人对偶像的情感和群体归属感，促进下一次应援活动的参与；②当粉丝从应援活动中获得的反馈不及预期，过往参与的体验也可能会扭转对粉丝认同和行为认同的走向。

媒介技术的“放大器”作用

- 媒介技术的可供性将同时作用于粉丝认同、对应援行为的认同和应援行为的可行性。
- 媒体的可供性既可以强化粉丝认同和对应援的认同，并创造更多的应援类型和组织形式，但也可能放大某些事件对粉丝认同和对应援认同的转折作用，如偶像人设的频繁“塌房”及粉丝“祛魅”、“脱饭”。

社会事件及期望的引导作用

- 粉丝的应援行为还受限于本身的社会事件背景及期望的影响。
- 新冠疫情期间居家隔离创造出“视频签售”的线上应援互动；政府开展的清朗行动使得粉丝对公益类应援、主流报道对偶像和粉圈的评价更为重视。

结论与讨论

应援的流动边界、“双重认同-动态调适”应援行为模型、历时性应援参与轨迹



应援的边界感知：共识与流动

- **共识：**支持偶像的目的性和超越个人需求的额外付出
- **分歧：**动机纯粹性、投入强度和支持有效性的判断差异

应援的价值认同：双轨评价体系

- **工具效益维度：**经济投入与数据成果的直接转化
- **情感支持维度：**与偶像的情感联结强度

传统的粉丝应援研究多关注既定的、已有集体共识的应援行为，并对其进行分类讨论（线上/线下、个人/集体应援），而忽略了不同粉丝个体间对应援行为的感知和价值认同也会存在差异。

不同于传统研究视角下将粉丝应援视作“群体性”、“盲目跟风”的粉丝行为，研究发现粉丝对应援行为的理解、价值认同和整体参与都呈现出极强的个体差异性。

超越情感的理性决策

- 研究发现，粉丝参与个体或集体应援行为的决策过程远比传统集体行动理论描述的更为复杂。
- 除了情感动机和群体认同外，个体对应援行为的独立价值判断也起着关键作用。这种发现补充了集体行动理论对参与动机的理解，强调了个体能动性在集体行动中的重要性 (陈昕, 2018)。

理性行为理论在情感主导行为中的应用

- 研究发现与Ajzen (1991) 提出的计划行为理论相契合，即粉丝的应援行为直接受到其行为意向的影响，而这种行为意向则由三个因素决定：**对行为的态度（应援的价值认同）、感知行为规范以及感知行为控制（自我能力的评估）**。
- 研究发现拓宽了计划行为理论在粉丝行为研究中的应用，可以在后续研究进一步用量化方法进行验证。



应援参与的历时性发展

六种典型的应援参与轨迹

- 向上渐变型：认同共振的深度参与
- 向上波折型：认同调节的冲高回落
- 向下渐变型：随认同消退逐步退场
- 向下波折型：认同断裂引发应援中断
- 水平不变型：理性分离下的低度参与
- 水平波折型：跟随情感的周期性波动

应援参与的动态调适过程

- 应援方式的生命周期调适
- 投入强度的策略性调整
- 粉丝认同与应援认同的反思性重构

应援轨迹的形成与粉丝认同和应援认同的变化密切相关，进一步验证了“双重认同-动态调节”的应援行动框架。在历时性视角下，粉丝的应援参与是一个动态的调适过程，而非静态的行为模式。

质性方法的局限性

- 本研究虽然提出了双重认同-应援行动的理论框架，但质性取向方法导致研究结论偏诠释性，未能对该框架进行量化验证。
- 后续的研究可以开展问卷调查和实验研究，对粉丝认同、应援认同与应援行为投入类型和强度等变量进行操作化，收集更多的定量数据并构建模型，对本研究提出的理论框架进行验证和推广。

研究样本的性别差异

- 女性粉丝在应援行为中的自我赋能在研究中有所体现，但本研究并未发现男性和女性粉丝受访者参与应援的动机有明显的性别差异。
- 考虑到观测样本的性别比例（男性4%，女性96%），性别视角下的决策动机值得在未来研究中进一步深入讨论。

粉丝身份的流动

- 受访者的生命历程中可能有着多段追星经历和应援经历，甚至存在跨文化粉圈的流动。本研究只聚焦于粉丝对同一偶像的应援周期体验，对粉丝身份的流动和后续影响并未做进一步探讨。
- 未来的研究可以进一步关注同一粉丝的不同人生阶段、不同偶像为目标、在不同文化粉圈中的应援经历和体验。

主要参考文献



主要参考文献



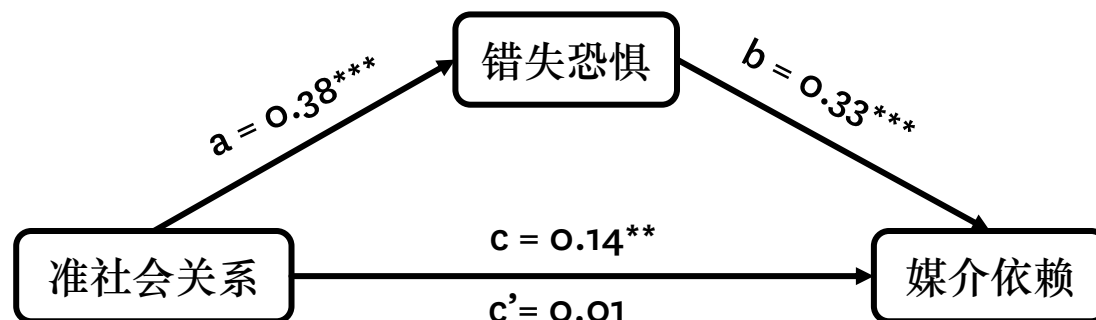
- 匡文波 & 邓颖. (2022). 媒介可供性：社交平台赋权粉丝社群的情感表达. 江西社会科学, 42(07), 168-176.
- 孔利利, 刘昶, & 徐增颖. (2021). 粉丝应援文化“打投”活动心理动因与行为特征分析. 汕头大学学报(人文社会科学版), 37(05), 73-80+96. 2024-06-06.
- 岳晓东. (2007). 我是你的粉丝: 透视青少年偶像崇拜. 上海人民出版社.
- 崔凯. (2020). 破圈：粉丝群体爱国主义网络行动的扩散历程——基于对新浪微博“饭圈女孩出征”的探讨. 国际新闻界, 42(12), 26-49. <https://doi.org/10.13495/j.cnki.cjjc.2020.12.002>
- 晏青 & 付森会. (2021). 粉丝-明星关系感知的影响因素与作用机理：基于混合方法的研究. 国际新闻界, 43(10), 6-28. <https://doi.org/10.13495/j.cnki.cjjc.2021.10.002>
- 晏青, & 宋宝儿. (2024). 起伏不定的情感：生命历程视域下的粉丝持续性认同研究. 现代出版, 07, 61-77.
- 曾庆香. (2020). “饭圈”的认同逻辑:从个人到共同体. 人民论坛·学术前沿, 19, 14-23.
- 李强, 邓建伟, & 晓箏. (1999). 社会变迁与个人发展:生命历程研究的范式与方法. 社会学研究, 06, 1-18.
- 袁嘉, & 张翼. (2023). 互动仪式链视域下明星粉丝社群应援研究(CNKI) [硕士]. 兰州财经大学.
- 闫庆文. (2023). 新媒体环境下粉丝群体应援活动研究(CNKI) [硕士]. 贵州大学.
- 陈心想. (2022). 生命历程研究质性取向及其意义. 中国社会科学评价, 04, 109-121+157-158.
- 陈璐. (2018). 情感劳动与收编——关于百度贴吧K-pop粉丝集资应援的研究. 文化研究, 3, 123-134.
- 马中红 & 胡良益. (2021). 无限连接：网络平台技术逻辑下的亚文化“出圈”现象. 新闻与写作, 06, 21-29.
- 马志浩 & 林仲轩. (2018). 粉丝社群的集体行动逻辑及其阶层形成——以SNH48 Group粉丝应援会为例. 中国青年研究, 06, 13-19+45. <https://doi.org/10.19633/j.cnki.11-2579/d.2018.0084>
- 黄华 & 吴越. (2022). 动员“情感”：演唱会现场的应援棒实践与对物的反思. 国际新闻界, 44(07), 136-157. <https://doi.org/10.13495/j.cnki.cjjc.2022.07.005>

- Booth, P. (2010). *Digital Fandom: New Media Studies* (1st ed., Vol. 68). Peter Lang. <https://www.peterlang.com/document/1135937>
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Hugenberg, K. (2009). Social surrogacy: How favored television programs provide the experience of belonging. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(2), 352–362. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.12.003>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). *Sport marketing: Managing the exchange process*. Jones and Bartlett. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=25715>
- Petrič, G., Petrovčič, A., & Vehovar, V. (2011). Social uses of interpersonal communication technologies in a complex media environment. *European Journal of Communication*, 26(2), 116–132. <https://doi.org/10.1177/0267323111402654>
- Yan, Q., & Yang, F. (2021). From parasocial to parakin: Co-creating idols on social media. *New Media & Society*, 23(9), 2593–2615. <https://doi.org/10.1177/1461444820933313>
- Zhang, Z. (2023). Para-kin relationship between fans and idols: A qualitative analysis of fans' motivations for purchasing idol-dolls. *Online Media and Global Communication*, 2(3), 404–421. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0019>

个人创新成果



- Wang, Y. (2024a, August 10). *Para-social Relationship and Social Media Dependency among Chinese K-pop Fans: Exploring the Mediating and Moderating Mechanisms*. Association for Education in Journalism and Mass Communication 107th Annual Conference (AEJMC 2024), Philadelphia, PA, USA.
- 研究基于590份问卷调查，探索了中国K-pop粉丝的准社会关系与社交媒体依赖之间的中介调节机制。研究发现，错失恐惧(FoMO)在K-pop粉丝的准社会关系与社交媒体依赖间起完全中介作用，揭示了粉丝对偶像相关信息的恐惧错失是驱动社交媒体过度使用的关键因素。研究还验证了准社会补偿假说的解释，发现孤独感水平较高的粉丝个体更容易通过准社会关系寻求补偿，从而加剧社交媒体依赖；社交焦虑并未显示显著调节作用。研究丰富了跨文化背景下粉丝心理研究，也为理解粉丝行为提供了新视角。



- Wang, Y. (2024b, November 20). *Constructing Chinese Identity of Naturalized Athletes: A Media Content Analysis of Chinese Coverage in the Beijing 2022 Winter Olympic Games*. 110th National Communication Association Annual Convention (NCA 2024), New Orleans, LA, USA.
- 基于框架理论，研究对164篇中国纸媒对归化运动员谷爱凌的报道进行了内容分析和质性文本分析。中国媒体构建谷爱凌“中国特质”的身份特征的策略使用存在显著的统计学差异。在报道中，谷爱凌中国文化的文化适应被作为最突出的特征，比她作为华裔的血统特征、以及在中国地域生活的经历更频繁地被提及。研究不仅丰富了国家认同、归化运动员和媒体框架理论的交叉研究，也为理解中国媒体如何通过体育明星构建国家认同提供了新视角。

- Ma, X., & Wang, Y. (2024, November 24). *Harsh Realities and Strategic Alignment: A Computational Analysis of Chinese Feminist Hashtag Activism on Weibo During COVID-19*. 110th National Communication Association Annual Convention (NCA 2024), New Orleans, LA, USA.
- Ma, X., & Wang, Y. (2025, March). *Emotional and linguistic patterns in gendered social media responses to COVID-19 feminist campaigns*. Society for Personality and Social Psychology Annual Convention, Denver, CO, USA.
- 研究通过计算传播学方法，以“看见女性工作者”和“姐妹抗疫安心行动”两个微博话题推文为样本，通过揭示标签活动中的关键词、主题和语言特征，研究展示了中国的女性主义话语如何在社交媒体中实现意义建构、社群形成和集体行动。



清华大学
Tsinghua University

恳请老师批评指正

王焱