

摘要

近年来，伴随着信息技术的普及和文化的多元化发展，更多人在网络空间内基于自己小众的兴趣寻找到同伴，并自发的聚集在一起，形成了圈地自萌的亚文化群体。在这样的群体中，成员们拥有独特的话语体系和互动仪式，并在互动过程中成功建构了专属于该群体的互动仪式链，以深深地将群体成员凝聚在一起。

本文选取了“玲娜贝儿”的粉丝群体作为研究对象，由于“玲娜贝儿”是一个介于虚拟与现实之间的、拥有迪士尼 IP 赋能的特殊偶像，因此其粉丝社群的日常表现显然有别于常规的粉丝社群。研究者从柯林斯的互动仪式链理论出发，立足于互动仪式链的建构过程，结合“玲娜贝儿”与其粉丝群体的实际情况，将建构互动仪式链所需要的四要素如何得到满足作为主要研究思路。同时研究者运用网络民族志法，选取了包括私密粉丝社群和公开论坛的粉丝聚集地进行深入观察，了解双方真实互动过程以及粉丝参与互动的言行表现和心态变化。研究发现群体成员在情境共在的情况下，以准入门槛、符号体系等将群体内部与外部区隔开来，进而打造出群内成员独有的封闭空间，在该空间内群体成员聚焦于共同关注的对象与活动并对此进行丰富与传递，最终成员之间实现情感一致和长期情感连带，这个过程有力推动了粉丝与“玲娜贝儿”之间互动仪式链的构建。

综上所述，基于互动仪式链理论对粉丝与“玲娜贝儿”之间互动仪式链的建构进行分析，并对其独特的互动仪式形成更加深入的理解，一方面补充了互动仪式链与粉丝群体研究下的“特殊偶像”分支的理论空白，另一方面通过对迪士尼 IP 策略的介绍和分析，也希望为我国国产动画产业的发展提供可借鉴的经验。

关键词：互动仪式链 情感体验 情境共在

Abstract

In recent years, with the popularization of information technology and the diversified development of culture, More people in the online space find their peers based on their niche interests and spontaneously gather together, forming a niche subculture group. In such a group, members possess a unique discourse system and interactive rituals, and successfully construct a chain of interactive rituals exclusive to the group during the interaction process, deeply uniting group members together.

This article selects the fan group of "LinaBell" as the research object. As "LinaBell" is a special idol between virtual and real, empowered by Disney IP, its daily performance in the fan community is obviously different from that of conventional fan communities. Starting from Collins' theory of interactive ritual chains, researchers focus on the construction process of interactive ritual chains, and combine the actual situation of "LinaBell" and her fan group to explore how the four elements required for constructing interactive ritual chains are met as the main research approach. At the same time, the researchers used the method of online ethnography to select fan gathering places including private fan communities and public forums for in-depth observation, to understand the real interaction process between both parties, as well as the words, deeds, and psychological changes of fans participating in the interaction. Research has found that in situations where group members are present together, they use entry barriers, symbol systems, etc. to distinguish between the internal and external aspects of the group, creating a unique enclosed space for group members. In this space, group members focus on common objects and activities of concern and enrich and convey them, ultimately achieving emotional consistency and long-term emotional connection among members. This process effectively promotes the construction of an interactive ritual chain between fans and "LinaBell".

In summary, based on the theory of interactive ritual chain, this paper analyzes the construction of the interactive ritual chain between fans and "LinaBell", and forms a deeper understanding of its unique interactive ritual. On the one hand, it

supplements the theoretical gap of the "special idol" branch under the research of interactive ritual chain and fan groups. On the other hand, through the introduction and analysis of Disney's IP strategy, it also hopes to provide reference experience for the development of China's domestic animation industry.

Key words: Interaction ritual chains Emotional experience Situational co-occurrence

目 录

摘 要	III
Abstract	IV
绪 论	1
一、 研究缘起	1
二、 研究意义	2
三、 文献综述	3
(一) 对“互动仪式链”理论的研究	3
(二) 对迪士尼 IP 及“玲娜贝儿”的研究	5
四、 研究方法	6
第一章 情境共在：环境赋能实现成员共同在场	8
第一节 身体共同在场：线下实体乐园的 IP 再现与互动	8
一、 迪士尼乐园的仿真化打造	8
二、 激发互动前置热情	10
三、 群体聚集下的观望行为	11
四、 互动过程中促成集体兴奋	12
第二节 虚拟共同在场：互联网在场与交流互动	14
一、 异时异地的信息共在	14
二、 同时同地的人员共在	16
第二章 设定界限：参与者与排除者界限明确	18
第一节 网络空间内的隐性界限	18
一、 私密社群：准入门槛高	18
二、 开放论坛：内心界限的自构建	19
三、 有效识别物：界限的细化与深化	21
第二节 原生符号：内外界限意义化	22
一、 旧符号：成员身份的有效体现	22
二、 新符号：成员身份的重复巩固	23

第三节 表征符号：群体身份具象化	25
一、 专属昵称：符号编码与群体赋能	25
二、 周边产品：符号消费与情感赋能	26
第三章 群体共鸣：共同关注下的理解与共识	28
第一节 相互关注共同的对象与活动	28
一、 获得初始关注焦点	28
二、 赋予符号焦点以现实意义	29
第二节 对焦点的再丰富与传递	30
一、 焦点内容二创	30
二、 内外传播并行	31
第四章 稳固内核：情感一致与情感连带	32
第一节 情绪共生达成情感一致性	32
一、 聚集下的共同情绪底色	32
二、 群体成员实现情绪共生	33
第二节 共鸣下的情感连带与团结	34
一、 个体阶梯式累积下的情感连带	34
二、 与连带程度成正比的团结与身份感	35
结 语	37
参考文献	38
附 录	43
致 谢	44
攻读学位期间取得的科研成果清单	45

绪 论

一、 研究缘起

随着互联网的飞速发展,出现了越来越多的新现象与新名词,网络流行语“IP”便是这一时代的新型产物之一。IP 即 Intellectual Property,直译为知识产权,但这与司法界所界定的知识产权含义不同,网络环境中的 IP 作为一项专有名词,可以将其理解为一种具有代表性的标识。IP 的涉及范围广,包括文学作品、旅游景点、个人形象等;IP 的传播速度快,它并不会局限于某一个平台进行创造与传播,而是在整个互联网环境内飞速发酵,在多个平台上收获关注并持续传播;IP 的影响力大,在线上,它在各平台内获得流量,将自身变为一个“现象”,同时也会将此影响辐射至线下,产生相应的衍生品、文创品,产生变现能力。

“玲娜贝儿”(LinaBell)是上海迪士尼在 2021 年 9 月 29 日发布的 IP 形象,在迪士尼故事中属于“达菲和他的朋友们”系列玩偶之一,由上海迪士尼首创,是迪士尼在中国市场谋求本土化发展的一次成功尝试。“达菲系列玩偶”与常规迪士尼形象不同,既不像米老鼠、唐老鸭那样有迪士尼品牌历史做背书,也不像白雪公主、小美人鱼那样有动画电影的加持和童话故事的广泛传播,“达菲系列玩偶”作为单一原创角色,在本身没有任何动画支撑的情况下,面对着众多经历了几十年时间的发展并拥有着自己故事和性格特点的经典角色,显得毫无吸引力。因此,迪士尼赋予了该系列角色全新的故事,以不断强化人们对“达菲系列玩偶”的认知,推动人们产生对该系列玩偶的情感共鸣。

“玲娜贝儿”自面世以来便受到广泛关注和热烈讨论,近两年热度仍居高不下,并积累了稳定的粉丝基础,已经成为上海迪士尼乐园中最受欢迎的角色。它的爆火背后有多个原因,一是因为该玩偶是上海迪士尼乐园进行全球首发,上海迪士尼乐园是中国内地首座迪士尼主题乐园,且“玲娜贝儿”是由中国设计师以狐狸的形象为原型主导设计,吸引了大批迪士尼中国粉丝的关注;二是因为它活泼可爱的形象——粉红色拥有大尾巴的毛绒狐狸女孩,与官方赋予的“聪明又热衷于解谜的小狐狸”人设,本身就对迪士尼受众有着强大的吸引力;三是因为“玲娜贝儿”首次亮相时间选得恰到好处,2021 年 9 月 29 日为国庆前夕,国庆黄金周等节假日向来是迪士尼乐园游客量最多的时候,因此短时间内大量的浏览量与

曝光率也加速推动了“玲娜贝儿”的火爆。

在正式推出后，“玲娜贝儿”这一名字多次且频繁地冲上热搜。由于其周边产品得到哄抢，“一娃难求”，上海迪士尼乐园在短时间内销售额大幅度提升，甚至在上海出现了“快乐经济学”^①这一专属名词。在众多播放量上百万的视频中，大部分都是游客在园区内与工作人员扮演的“玲娜贝儿”互动，尽管与她进行互动需要排几小时的队，并且只有几分钟的时间“说话”、合影、签名，粉丝的热衷程度也只增不减，粉丝群体相当稳定且日趋扩大。

二、 研究意义

通过在知网检索相关文献发现，学界和业界对于“互动仪式链”的学术期刊研究为 589 篇，其中对粉丝与偶像之间的互动仪式链研究也不在少数，但对于小众圈层中的粉丝与“特殊偶像”之间互动仪式的研究则较为空白。但若是研究整个粉丝群体，范围则过于广泛，难以进行深度挖掘，因此选取一个具有代表性的粉丝群体作为案例进行研究则变得十分有必要。因此，本文挑选了新晋热门 IP 偶像“玲娜贝儿”的粉丝群体作为案例进行研究分析。

“玲娜贝儿”是一名特殊的、同时存在于虚拟与现实之中的“偶像”，并且她作为迪士尼公司在中国市场寻求本土化发展的第一次尝试获得了巨大的成功，在同系列 IP 中无论是人气还是变现能力都遥遥领先，甚至一度引发了“快乐经济学”的流行。而在其热度居高不下的背后，与其独特的互动仪式和极高的粉丝黏性有着密不可分的关系。

因此，本文从柯林斯所提出的互动仪式链出发，并结合网络民族志这一研究方法，在粉丝群体内部观察分析粉丝的互动行为、互动心态、互动结果等，为本文写作提供经验基础和真实性保障，以更深刻地了解粉丝与“玲娜贝儿”之间的互动仪式链的建构过程，以及建构背后的内在动力和外延意义。在一定程度上能够弥补互动仪式链视域下粉丝群体与“特殊偶像”之间互动仪式研究这一分支的缺失，并且对于“虚拟共在”要素进行的理解与补充，也有助于更好地认识在互联网环境中的互动仪式链理论。

再结合粉丝与“玲娜贝儿”互动仪式的成功经验及存在的问题，以小见大，从中总结出粉丝与偶像之间的互动关系以及相关作用，为进一步了解粉丝与“偶

^① “快乐经济学”一词出自南方周末 2021.12.22 报道《上海的玲娜贝儿经济学》
<https://www.infzm.com/contents/220588?source=131%E5%95%8A>

像”间的互动过程及独特的“粉丝文化”提供有借鉴意义的思路和参考。在现实层面来看，也意图在对迪士尼 IP 系列进行深入了解后，为我国实体乐园的发展和国产动画形象的 IP 化、偶像化转型提供可借鉴的参考。

三、 文献综述

(一) 对“互动仪式链”理论的研究

埃米尔·涂尔干对于宗教仪式的研究使其成为较早将仪式引入至社会学中的学者，他在其著作《宗教的基本形式》中认为仪式使得人们聚集在一起，通过各类仪式活动调动起人们的共同情感。而欧文·戈夫曼在涂尔干的理论基础上从微观的角度发展出自己的观点，他认为仪式不单单存在于宗教中，也要注重“日常社会交往中小规模的人际会话。”^①兰德尔·柯林斯基于前人的思想基础，提出了“互动仪式链”这一理论模型，并在《互动仪式链》中系统性的总结了互动仪式的发生机制及作用结果。

目前对“互动仪式链”的相关研究主要集中于对该理论模型的阐释和基于该理论的针对各个具体方向的研究。Peidong Su, Yuanyuan Wang 基于互动仪式链理论，从具体情境、情感状态、群体符号、主体实践四个维度出发，分析大学生文化自信培育的现实困境并提出解决对策^②。Xiaofeng Wang 对群体共享价值、仪式、符号和情感对个人的影响展开思考并提出独到见解^③。邓昕认为互动仪式链解释了互动中的行动者是如何在情感能量的影响下，通过互动行为和感情变化来实现仪式团结的，弥补了仪式传播的内在机制和效果产出等要素未在詹姆斯·凯瑞处得到阐释的遗憾^④。王鹏、林聚任同样也聚焦于情感能量，并采用经济分析的方法对情感能量进行理性化分析，他们认为在涉及到非经济领域的行为时，情感能量会对不同价值之间的理性选择等问题产生影响^⑤。

^①兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君译. 北京: 商务印书馆, 2009: 49-50.

^②Peidong Su, Yuanyuan Wang. Research on Cultivating College Students' Cultural Self-Confidence from the Perspective of Interactive Ritual Chain[J]. Creative Education Studies, 2022, Vol. 10(12): 3124-3130

^③Xiaofeng Wang. Thoughts on Teacher-Student Interaction Mode in “Cloud” Teaching—Based on the Perspective of Interactive Ritual Chain Theory[J]. Advances in Social Sciences, 2022, Vol. 11(1): 38-42

^④邓昕. 被遮蔽的情感之维: 兰德尔·柯林斯互动仪式链理论诠释[J]. 新闻界, 2020, (08): 40-47+95.

^⑤王鹏, 林聚任. 情感能量的理性化分析——试论柯林斯的“互动仪式市场模型”[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2006, (01): 152-157.

基于互动仪式链理论，也产生了针对移动社交媒体、网络亚文化群体、弹幕视频、视听节目、表情包传播等具体方向的研究。陈权以 SNS 为例，探讨互动仪式链理论在新媒体环境中的传播应用，并对其前景进行分析^①。强月新、孙志鹏对新冠肺炎疫情时出现的、令人耳目一新的现象级媒介事件：官员直播带货进行分析，从媒介、商业、政治三个角度对官员直播带货中互动仪式链形成的动力机制及影响进行了探究^②；吴迪、严三九立足于当前的互联网环境，在用户共在的前提下，从关注焦点、共同符号、共享情感等方面对网络亚文化群体内部的交互状况进行分析^③；钱姣姣、郝永华以“拼组、买组、车组”三个豆瓣购物组为例，发现在仅靠自拟组规和情感道德的约束下，成员们聚焦于寻求低价这一共同话题，在交流与互动中产生情感能量^④。

表情包的使用与传播也可以视为是某种互动仪式，袁媛、严宇桥和谷学强都对互动仪式链与表情包传播之间的关系进行过深度探讨。袁媛、严宇桥对年轻人和中老年人使用表情包时产生的分歧进行了研究，最终发现其中包含期待差异、审美差异和解码差异等原因^⑤；而谷学强从情感动员的角度出发进行分析，表情包引发的情感正义的动力机制有利于推动群体成员实现情感共鸣^⑥。

此外，在互动仪式链相关领域的研究中，对于粉丝群体的研究也不在少数。潘曙雅、张煜祺认为在众多虚拟社群中粉丝社群是最引人注目的，他们对韩剧《来自星星的你》的粉丝社群进行研究，并针对网络粉丝社群为何具有行动同质性以及粉丝社群的凝聚力从何而来等问题进行了解答^⑦。顾楚丹立足于社会网络视角，对社交平台中三种类型的社群互动行为专门做出了研究，在与线下社群互动的比较中厘定社交平台社群互动仪式链的特点，对网络场域中的柯林斯理论模型做出一定程度的修正，为我国互联网平台治理带来了理论和实践意义^⑧。

①陈权. 互动仪式链理论在传播研究中的应用[J]. 新闻世界, 2012, (10): 183-184.

②强月新, 孙志鹏. 互动仪式链理论范式下官员直播带货现象分析[J]. 编辑之友, 2020, (10): 21-26.

③吴迪, 严三九. 网络亚文化群体的互动仪式链模型探究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2016, 38(03): 17-20.

④钱姣姣, 郝永华. 互动仪式链视角下虚拟社群的情感能量研究——以三个豆瓣购物组为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7(14): 33-35.

⑤袁媛, 严宇桥. 表情包传播现象研究——以互动仪式链视角下的中老年表情包为样本[J]. 新闻与写作, 2020, (01): 46-53.

⑥谷学强. 互动仪式链视角下网络表情包的情感动员——以“帝吧出征 FB”为例[J]. 新闻与传播评论, 2018, 71(05): 27-39.

⑦潘曙雅, 张煜祺. 虚拟在场: 网络粉丝社群的互动仪式链[J]. 国际新闻界, 2014, 36(09): 35-46.

⑧顾楚丹. 社会网络视角下社交平台社群的互动仪式链研究——以粉丝社群为例[J]. 中国青年研究, 2022, (02): 37-43+29.

（二）对迪士尼 IP 及“玲娜贝儿”的研究

近年来，随着互联网飞速发展，“IP”一词也有了新的含义，并在文学作品、影视剧、娱乐产业等各个领域内都拥有了一席之地。基于此，宋楚乔选择大热的迪士尼 IP 作为研究对象，对迪士尼几十年来的娱乐产业的实践与探索深入分析，也对迪士尼 IP 的培育和变现都提出了自己独到的看法^①。而针对其超强的变现能力，黄怡婷、顾明毅则做了专门的研究，他们从迪士尼的虚拟偶像着手分析迪士尼品牌的营销现状，发现其利用 IP 进行品牌营销，开启了新兴感性互动体验营销^②。

除了对迪士尼公司的发展与营销进行讨论之外，还有很多对于迪士尼公司旗下主题乐园——迪士尼旅游度假区的探讨，上海迪士尼度假区作为迪士尼公司在中國大陸打造的第一座实体乐园，在园区内呈现出丰富的中国元素和文化特色，自 2016 年开园起便收获了来自中国游客的大批关注与喜爱。钱丽娜、石丹对迪士尼乐园“不老魔法”进行总结，将那些虽没有动画电影做支撑但却拥有较高的人气“轻 IP”为乐园引流，是乐园提高游客复游率的重要手段^③。郭廉卿从消费者角度出发对上海迪士尼乐园的品牌塑造进行阐述，他发现上海迪士尼乐园的“迷人浪漫”因子和消费者的“热情艺术”因子几乎一致，因此只需要坚持自身原有的特色，便能实现对迪士尼消费者群体的长期吸引^④。

同时，学界对于上海迪士尼新晋 IP 偶像“玲娜贝儿”的研究也可谓是百花齐放。“玲娜贝儿”一经推出便如此火爆，得益于粉丝和她进行互动的短视频在互联网平台中呈指数型增长的生产与传播，这些视频记录了在乐园中真实发生的互动过程，易珣对此类短视频展开了专门的研究，表示正是由于互动类短视频具有非常鲜明的泛在式参与的特点，网民突破时间与空间的限制实现了对信息的获取与发布，因此成功走红于网络^⑤。

吴彤对亚文化中的“萌文化”在社交平台及日常生活中的发展发表了自己的看法，他以迪士尼 IP “玲娜贝儿”作为“萌文化 IP”的代表，来分析具有“萌”

①宋楚乔. IP 视域下迪士尼娱乐产业的实践与探索[D]. 湖南师范大学, 2019.

②黄怡婷, 顾明毅. 迪士尼虚拟偶像的数字品牌营销[J]. 中国广告, 2023, (05): 46-49.

③钱丽娜, 石丹. 揭秘 66 岁迪士尼乐园的“不老魔法”[J]. 商学院, 2021, (11): 45-49.

④郭廉卿. 基于消费者个性视角的品牌个性塑造研究——以上海迪士尼乐园为例[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(04): 253-256.

⑤易珣. 泛在式参与：互动类短视频生产和传播的动因分析——以迪士尼角色玲娜贝儿短视频为例[J]. 视听, 2022, (07): 151-153.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/247013145060010001>