

"Community" and "Compassion": Research on the Charity Donation Behavior of Fans of the Cultivation Department

Lei Qian^{1,a*}

¹School of Communication, Fujian Normal University, Fuzhou, China

^{a*}Lqian_2001@163.com

ABSTRACT

Fans of the Cultivation Department donate to public disasters in the name of stars through the Internet platform. The large amount of fundraising and the strong ability to act have aroused widespread concern in the society. This paper studies the mechanism behind such public welfare behaviors of fans, using the research methods of online ethnography and in-depth interviews, and analyzing the collected materials through thematic analysis methods. The research found that: 1) Due to the role of "bridges" in the development of celebrities, fans A "community" network was formed around the stars of the cultivating system. Because of the existence of the core of being a celebrity, fans can express their individual demands or behaviors in a "community" way and turn them into collective actions. 2) With the support of the "community" network, empathy makes collective actions more emotional than individual actions. The two mechanisms of "community" and "empathy" finally realized the transfer of the identity of nurturing fans from the private sphere to the public sphere, thus contributing to the realization of charity donations.

Keywords: Community, empathy, identity, public domain, transformation mechanism

“共同体”与“共情”：养成系粉丝公益捐款行为研究

雷茜^{1, a*}

¹福建师范大学传播学院，福州，中国

^{a*}Lqian_2001@163.com

摘要

养成系粉丝通过互联网平台以明星的名义为公共灾害捐款，其筹款金额之大和行动力之强引起了社会的广泛关注。本文研究粉丝此类公益行为背后的机制，采用网络民族志和深度访谈的研究方法，通过主题分析的方法分析所收集的材料，研究发现：1) 由于养成系明星的“桥梁”的作用，粉丝围绕在养成系明星周围形成了“共同体”网络。因为养成系明星这个核心的存在，粉丝可以把个人诉求或行为以“共同体”的方式表达出来而变成集体行动。2) 在“共同体”网络的支持下，共情使得集体行动比个人行为具有更强烈的情感。“共同体”和“共情”两种机制最终实现了养成系粉丝的身份认同由私人领域转入公共领域，从而促成了公益捐款的实现。

关键词：共同体；共情；身份认同；公共领域；转型机制

1. 研究背景

2020年新冠肺炎疫情爆发期间，养成系粉丝通过各种各样的互联网平台进行捐款，其筹款金额和行动力引起了社会的关注。相较于传统类明星来说，以“网络养成”为标签的“养成系”明星的粉丝参与慈

善捐款的行为在微博上引起了不小的影响。以TFBOYS为例，据不完全统计，易烊千玺40个粉丝站的其中12个粉丝站，在此次疫情期间捐款捐物超过了141万元。王源粉丝联合（各粉丝站+粉丝自发）总计捐赠金额407048.85元。王俊凯粉丝也陆续捐款累计53万多元。7月初南方经历连续暴雨，灾情严重，@

易烱千玺 V 公益发布“抗洪救灾公益”，据统计，7月10日9时至13时共四小时整，参与捐款人数达2986人，累计捐款256876元。展现出了易烱千玺粉丝极其强大的行动力。虽然2021年5月初，《青春有你3》节目的“倒牛奶事件”引发大众关注。粉丝通过谁买的奶多、谁扫的卡多为喜欢的偶像证明人气，粉丝只要瓶盖不要奶，这样的行为被认为是“狂热的”“盲目的”，他们背后的情感是“愚蠢的”“危险的”。但是正如上文所说，他们的行为也同样会导向对于社会有益的方向。那么，养成系粉丝与传统粉丝不同，为什么他们会因为喜欢某一个养成系明星而促使他们以这个明星的名义去捐款？这个现象背后呈现出一种怎样的机制？本研究将要探讨粉丝的私人行为转化为对公共有利的行为其中的机制，这个过程是如何发生的？以此我们希望通过理解这样一种过程和行为发生的机制，能够帮助、促进、引导粉丝更多地、更好地向对公共有益的方向发展。

2. 作为公众的粉丝

哈贝马斯指出：“所谓‘公共领域’，我们首先意指我们的社会生活的一个领域，在这个领域中，像公共意见这样的事物能够形成。[1]”这样的公共领域是对所有公民开放的，作为个体的人们集合在一起而成为公众，他们就共同关心的问题进行对话和讨论[2]。中国式公共领域的根本目的在于实现中国社会的良性运行以及现代化的目标，所传递的应该是社会中负责任的公民的理性声音，应该是在理性基础上的共识达成[2]。作为一种限制与区分，谋生需要和生活事宜被指定在私人领域[3]。在流行观点和大众媒体中，粉丝常常呈现出一种负面形象，他们常被刻画为原子化的、受到操控的、沉迷的且不理性的个体，在很多方面都与群众（就狂热和情绪化而言）和大众（就关注点重合以及缺乏沟通而言）相似[4]。

因此，粉丝的不正当、不理智行为是属于私人领域的行为。这些行为使得在公众的印象中，粉丝的形象与“脑残粉”、“盲目”、“疯子”等关键词挂钩，而粉丝群体因为对所喜欢的明星的情感转化成做出对公共社会有益的事情的行为属于公共领域的行为。相对于传统的明星来说，养成系明星的粉丝相对于传统的明星的粉丝来说具有更强烈的情感，他们的行为也可能因此更加“盲目”、“疯狂”。“养成”系明星是指由娱乐公司打造，以“培养”、“陪伴成长”为诉求点，贩卖自己真实的人生成长过程，使粉丝诉诸于自身“参与感”和“认同感”，从而付出时间、资金、感情来制造的一类明星[5]。对于养成类明星的粉丝而言，在陪伴偶像成长，看着他们不断努力产生蜕变过程中，付出时间、感情和金钱，无形中将潜意识中的“自我”“投射”到偶像身上，不断完善自我认知，对自己的价值观产生确认感和认同感[6]。粉丝在对养成系明星相关的文本创作的传播和共享中，展示了自己作为粉丝在“养成”过程中付出的心血和经历，证明自己在这个群体的影响，从而产生的归属感、满

足感和认同感在信息与知识的共享中得到强化，并且在这个过程中，越来越多的新粉丝会因为这些粉丝文本的生产而加入集体，获得认同感的粉丝会更有动力进行创作，确认自己的价值，在群体中找到自己的定位和归属，从而形成群体内部认同[6]。他们通过文本创作的形式让新粉加入，此行为就是在“公共领域”下进行的，因此他们不再是“私人”，是作为“公众”的粉丝。

张玮玉在《粉丝公众》一书中提到：“只有当共同关注特定议题的个体努力通过参与彼此间和与其他社会成员的讨论，从而在更大的社会范围内代表自己时候，公众才会形成。因此，当粉丝在试图表现他们的兴趣并且将他们的诉求展现在更广大的社会面前时，他们是成为公众的。[4]”过去的学者对于粉丝在饭圈内部的私人领域的身份认同已经做了充分的研究，但是不难发现，上述的研究中的身份认同更多是在饭圈范围内，属于私人领域的范围，少数将身份认同与公共领域联系并导向粉丝积极的行为中，且并未深入研究粉丝作为公众在公共领域的视角下的身份认同，因此本文将研究粉丝作为公众在公共领域下所产生的积极的行为。

3. 粉丝的社会共情

而粉丝常被认为是不理性的，而是情绪性的，因为他们通过不同的媒介进行沟通，对他们所喜欢的偶像投入了持久的感情。虽然从理论上，粉丝因为缺乏“理性”这一核心特征而无法作为公众，但在我们生活中，非理性的表达已经被广泛应用于公共讨论[4]。然而，情感与公共领域的运作息息相关，尤其在互联网群体的传播中，传播是一种情感名义下的传播[7]。现实中有些关系到集体和社会价值的问题需要情感的介入才能够得到善善尽美的解决[7]。所以我们可以松开其常规意义上的约束条件，包容地看待对于“公众”的定义[4]。粉丝作为个体，他们共同关心所喜欢的明星，彼此之间进行对话和讨论时产生某种集体性的情感经验，有导向某种公共性行为的可能性。

从生活经验方面来看，在现实社会中，情感也包含理性。而在过去的研究中，公共领域与“理性”因素相结合，私人领域与“感性”因素相结合都已经讨论得很充分了。而粉丝作为公众，他们的情感和理性是分不开的，情感包含了理性的维度。所以为了填补这一研究空白，本研究将结合“理性”和“感性”两种情感因素，探究情感机制是如何让粉丝的行为从饭圈的私人领域扩展到其他的公共领域的，如何将粉丝仅仅是对明星的喜爱拓展到对公益的追求的，将个人情感上升至对社会的贡献。

4. 由私到公的领域转型机制

孙雨田在对“养成”系明星的粉丝文化进行研究时，全面详细的研究了以TFBOYS为例的养成系明星的身份认同。她认为粉丝个体在自我肯定中实现的自

我认同,在与他者的互动中实现群内认同,在群体互动中实现群体认同,这种群体认同包括在粉丝群体内部构建“小社会”、在与反迷群的博弈中形成认同和迷群与社会大众形成互动[5]。蔡叶枫同样对以TFBOYS为例的养成系明星的身份认同进行了详细的研究。她认为粉丝在个体的实践中实现自我认同,在与他者互动中形成群体认同,在群体互动中实现群体认同[6]。张玮玉在研究粉丝时,打破原有的界定,将粉丝认为是公众,认为他们围绕特定的议题与其他成员进行讨论[4],其实已经将粉丝的行为认定为在公共领域下进行的,但是为什么粉丝会从私人领域转向公共领域,这其中的转型机制有待深入研究。

过去粉丝很少作为公众被放在公共领域进行讨论,但易烱千玺的粉丝在此次疫情期间以其名义进行捐款,表现出了他们对于这一方面的兴趣,并且将这种诉求展现在了更广大的社会面前,所以应当将他们的行为从私人领域提升到公共领域进行讨论。上述两位学者在对粉丝的身份认同的研究都较为详细且全面,研究中将身份认同与社会、大众构建联系,可以认为其已被在公共领域下进行讨论,但并未深入研究身份认同让粉丝的行为从私人领域转向公共领域的逻辑过程,其中包含了怎样的一种转型机制。

所以,本研究将重点探究养成系明星的粉丝作为公众他们的身份认同将导向什么?探究情感机制是如何让粉丝的行为从饭圈的私人领域扩展到其他的公共领域的?

5. 研究方法

首先选取养成系明星的代表TFBOYS,TFBOYS诞生于互联网,也通过互联网发展和走红,三人具有强大的粉丝团,在微博上的粉丝数量均为8000多万。其次,选取TFBOYS团体中年龄最小的一名成员易烱千玺,从一开始粉丝最少、知名度最低到如今在微博拥有8500多万的粉丝,也为宝马、蒂芙尼、宝格丽等高端奢侈品牌代言。所以选取TFBOYS中的易烱千玺及其粉丝“千纸鹤”作为研究对象。

微博,强化了粉丝与名人间的即时和常态的互动,对许多普通中国人而言,它创造出一种新型社会关系,这种新型关系承载了信息、情绪和情感的流动,“粉丝——名人”网络不仅传递着名人的表现和粉丝的反应,并且名人在各类议题中的表现令其成为连接粉丝和这些议题的桥梁[4]。名人在此次疫情这类议题中积极宣传,并且积极参与疫情的捐款,成为连接粉丝和这些议题的桥梁,并且能够有效地吸引、鼓励粉丝也参与到这件事当中去,而微博在这其中扮演了很重要的作用。并且微博是TFBOYS粉丝数量最多、参与度最高的社交平台,所以选取微博作为研究平台。

首先,本文主要采用以下两种研究方法:

1. 网络民族志(virtual ethnography):在新浪微博直接搜索“易烱千玺公益”,可以看到众多用户

在此平台发布关于易烱千玺参与公益的记录。其中最显眼的便是“易烱千玺V公益”这个微博用户,点击进入该用户主页可以发现,在此用户中,“千纸鹤”们可以选择他们力所能及能够参与的公益,也有为受到自然灾害的地区募捐的通道,后续该用户会对每一笔资金的流动进行公示,展现出了“公开化”、“透明化”的特征。通过对微博平台中的研究对象的语言、行为进行参与式观察,民族志记录,并结合文献进行探析和诠释。

2. 深度访谈:通过滚雪球的方式在微博中选取部分粉丝进行深度访谈,深度了解他们个人与易烱千玺之间的态度和情感关系,从而深入研究养成系明星与粉丝之间在新型社会关系中所形成的身份认同是如何导致粉丝的行为从私人领域转向公共领域的。

其次,运用主题分析的方法分析了所收集的资料。本文分析的话语主要有两种类型:一是网络民族志期间观察到的易烱千玺粉丝在参与捐款的整个过程中在微博上发表的文本和评论,以及民族志记录。二是深度访谈后整理出的逐字稿。通过使用主题分析的方式,分析粉丝之间是如何产生身份认同,这种身份认同是如何使得他们从私人领域转向公共领域的。

6. 研究发现

6.1. 公共领域下身份认同与“共同体”的形成

养成系明星与粉丝之间的关系已经与传统明星与粉丝之间的关系不同,他们在社交平台公开自己的生活,把自己的真实人生成长过程展现给大众,他们与粉丝之间依托社交媒体实现双向互动,粉丝可以真切地见证偶像的成长,更直接地参与到偶像的生活当中,这种“参与感”使得粉丝群体与养成系明星之间形成了身份认同,这种身份认同加强了粉丝与明星之间的黏性,使得养成系明星相较于传统类明星与粉丝之间具有一种更强的信任。粉丝作为一个群体,他们是公众,他们的行为很多情况下也是在公共领域所进行的。当粉丝群体为了一个公共事件行动时,他们便成为公众,特别是粉丝在为社会大众普遍关注的事件做贡献,且为社会带来了一定的影响时,他们便从“私人领域”转向“公共领域”。因此粉丝作为公众,在通过粉丝群体的力量为社会献力的行为促使粉丝从私人领域转向公共领域。

在此基础上,粉丝与粉丝之间形成共同体,产生身份认同,参与到公共事件当中。

就是我以前初中的时候看到了我同学,她拿了一本TFBOYS的杂志,我看了之后就是去萌生了去了解他的想法,然后了解了解就喜欢上了。我跟这个女的本来关系不好,是属于死对头的那种,因为她

我喜欢上了易烱千玺，后来我们就成为了很好的朋友，我们经常在一起讨论千玺。

(访谈者：CC，访谈时间：2020年11月8日)

通过原本不是朋友的同学喜欢上易烱千玺，并且两人成为好朋友，还经常一起讨论关于千玺的事情。她改变了原有的态度，结交到了一个好朋友，突破了自我的社交边界，在个体社交的私人领域转向相对的公共领域，与同为易烱千玺粉丝的人形成一个共同体。这个共同体是对于粉丝个体而言的一种联系，也是对于粉丝群体的一种身份认同。

身份认同不仅体现在粉丝个体上，还体现在粉丝群体上。每个地区都有后援会，一般在比较重要节日或是偶像生日的时候都会举办线下活动，例如包一家餐厅，或者是包一家影院，把大家聚在一起为所喜欢的偶像做应援。由此看来，粉丝群体在一些重要节日、偶像生日的时候参与线下的团建、应援活动，促进了粉丝之间的相互认识与联系，同时加强了粉丝群体的身份认同。这种身份认同归因于粉丝群体对同一个偶像的喜欢，这种喜欢促进了身份认同的产生，通过线下的应援活动得以加强和巩固。

除此之外，微博用户@南羽千鹤在微博上公开发布了一则微博，上面提到：

从昨天凌晨开始的筹款预告，到昨天上午九点开始的捐赠，为时四个小时，筹到二十五万多的捐赠金额（鸟姐的公益心真的[泪]搞哭我）。第一时间报名了志愿者，有幸加入，真的真的特别开心歙县能被注意到，能有幸以他的名义，帮助歙县灾区，共渡难关。由筹集到的善款购置的第一批物资在今天上午顺利抵达歙县深渡（真的好快啊！鸟姐速度超快！）也超级幸运自己能作为粉丝志愿者到达灾区帮忙，以他之名，做力所能及之事。

(微博用户：南羽千鹤，发布时间：2020年7月11日 15:53，来自 易烱千玺超话)

从筹款、捐款再到线下志愿者，这些行为行为是她们作为粉丝，将对易烱千玺的爱转化成一种对社会的有益的行动，她们通过易烱千玺粉丝的名义，做自己力所能及的事情，帮助歙县渡过难关，她们认为这是幸运的，是开心的。这些都是身份认同形成的过程，也是身份认同的外在体现。身份认同的产生促使粉丝形成强相互信任和强行动力，在这次驰援疫区的行动中，不只是到达现场的粉丝志愿者，还有许多易烱千玺粉丝通过互联网平台捐款、收集物资，甚至通过语言为需要帮助的

人打气。据不完全统计，目前以“易烱千玺粉丝”名义开展的疫区支援项目近50项，总金额超过136万。社会科学通常假设，行动者行为的基础是理性认知，是对于利弊的权衡和效用的计算。但不强调情感也会有同样的效果，在这里我们将把捐款当成是一种情感的表演。就捐款本身而言，它就是一种实践，但是这种实践是和情感联系在一起的。我们可以通过语言来做事情，通过表达可以有一种实际的、社会的效果。粉丝群体的这样一种情感，实际上也是通过表达成为一种实践。情感表达理论和情感实践理论强调情感一旦表达出来，它就是有社会结果的。

粉丝群体一起应援、做数据、参加公益等，形成一个“共同体”，为了一个共同的目标做努力。形成共同体的过程就是粉丝之间相互认同的过程，这种认同促进了粉丝之间的信任，形成了一种强相互作用力，这种强相互作用力就是粉丝的身份认同，粉丝个体将这种身份认同外化至行动中，从而又加强了粉丝间的身份认同。情感可以被看作是一种策略，当被定义为一种行动方式时，情感被呈现为社会结构的积极构成者[8]，这时粉丝群体便为共同体。

在网络民族志过程中，我看到用户@易烱千玺 V 公益在微博上发布了这样一句话：

我很喜欢的一句话是“积少成多，聚爱成海”个人的力量是有限的，但作为无数个粉丝组成的群体，力量就会被放大无数倍。这一点也贯穿了本项目全程：知道要支援疫区后，大家争先恐后伸出援手，项目落地途中若遇到难题，粉丝们纷纷出谋划策，身体力行地贡献点子。

(微博用户：VogueMe，发布时间：2020年2月23日 16:00)

他认为粉丝个体形成的共同体的行动力是很强的，在每一次公益项目的过程中，粉丝都会尽自己所能做力所能及的事情，这同样也是身份认同的外在体现。身份认同不仅是共同体，是群体之间的相互认同，更是在这种认同下的内部监督。每一次公益的进行，物资的收集，在粉丝群体身份认同下的内部监督，保障了粉丝筹款的透明、公正、公开。粉丝组织援助能够实行一场“内部监督”督促公益项目落地，实际帮助到了需要帮助的人们，是这次疫情捐款的成功原因、关键因素。

我之所以会相信他这个捐款，一个是因为平常一直是这些人在做这些事，每一次捐款结束他们都会出那种详细的明细，所以就是还是比较可信的。

另外一个原因就是现在网络很发达，而且就是有很多人都在盯着他们，这些都是不用担心的，因为大家其实有参与到的人都会就是起到一个监督的作用。

(访谈者：CC，访谈时间：2020年11月8日)

在公共领域下的身份认同的形成过程中，易烱千玺发挥着极其重要的作用，没有他成为“中介因素”，粉丝的行为较难进入到公共领域的空间。由此可见，在身份认同作为支撑的前提下，粉丝在进行捐款时形成了一种相互监督的共同体，可以让作为捐款者的粉丝更能有效地监督募捐者是否适当且合法地将所募集到的资金用到实处。养成类明星的粉丝群体为提高明星的美誉度、知名度和社会认可度，他们以偶像粉丝甚至偶像的名义进行公益活动，因此他们形成了一个“命运共同体”，通过公益活动与社会大众的互动，在这个过程中得到主流媒体的肯定性报道，以及社会大众对于这个粉丝及其偶像的认可，从而使得粉丝群体的身份认同从私人领域转向公共领域

6.2 “共情”机制的社会性表演

粉丝在情感带动下所采取的的行动通常会考虑到会给他们喜欢的偶像带来什么，最后的结果由情感产生的共情机制所作用，这种情感反过来又制约了粉丝的行为，更好地推动了粉丝的行为从私人领域转向公共领域。为了打破过去对于粉丝污名化的固有态度和负面形象，粉丝时常在语言中表达出他们所喜欢的偶像为这个社会作出的有益贡献。

如果不是生日会上的一段 VCR，可能粉丝都不会知道他 14 岁起，就默默用零花钱资助偏远山区的残疾小朋友。

(微博用户：VogueMe，发布时间：2020年2月23日 16:00)

这种叙述表现了粉丝对于易烱千玺做公益事情的夸奖与肯定，其情感的表达有利于粉丝将自己对偶像的喜欢转化为对社会的有益的帮助，进而将这种情感体现为捐款这件事情。

用户@一易朵小 fafa 在微博上公开发布微博提到：

自己一直都有在做公益比如老人小孩流浪猫狗捐书捐衣服之类的活动，这也是当初喜欢上千玺的原因之一，但真的很幸运，天时地利人和给了我一个可以代表自己喜欢的人（千千和鸟姐都是~）给

自己喜欢的城市一次帮助它的机会。

(微博用户：一易朵小 fafa，发布时间：2020年7月12日 12:37 来自 易烱千玺超话)

由于易烱千玺和自己一样，一直以来都参与公益，所以喜欢上了易烱千玺，她作为粉丝个体与自己所喜欢的偶像产生身份、行动上的共鸣。又因为易烱千玺的原因，她能在这个社会需要帮助的时候，以易烱千玺粉丝的名义，代表自己喜欢的偶像为这个社会贡献力量。这就是粉丝的情感推动他们的行为从饭圈的私人领域转向公共领域的一种表现。在与燕萍的访谈中她与我谈到：

他十分注重细节和仪式感，就在个人演唱会上飘下的彩带都是千纸鹤的形状，演唱会外面的封闭车厢，还有前两年扮演大白，就觉得这个人虽然话不多但他都记在了心里。

(访谈者：燕萍，访谈时间：2020年11月19日)

18 周岁成人礼演唱会上天空飘下的彩带是千纸鹤的形状是他对粉丝爱的表现，演唱会门口的封闭车厢是他与粉丝之间的“公开秘密”，演唱会门口默默扮演的大白是他关心粉丝的行动。这一些看似很普通的事情，却成为粉丝与易烱千玺之间最真切的情感交流。从身份共鸣的产生，到细节和仪式感的固粉，粉丝更加真实的“参与”到了偶像的生活，相互陪伴，共同成长。在这样一种双向输出的情感中，粉丝个体与养成系明星逐渐形成“命运共同体”。情感是动机结构的基础，如需求、愿望和欲望，将它们与行动和符号系统联系起来[8]。这种动机便促使粉丝积极主动地捐款，实际上背后是一种能动性（agency）的概念。情感作为一个表述性、表演性的东西，它是可以造成一种实际的社会结果。这样的情感关系塑造了粉丝的情感如何在身体和语言的维度表达，并通过这些表达进一步协商其社会互动[9]。关于情感的语言被用来在更广的社会情境中定位粉丝自己，并在这些情境中进行可能的行动[10]。因此，情感的表达有助于粉丝群体生存的机会，并且可以以适应环境需求的方式粉丝群体的行为，这种行为是粉丝的能动性及其情感的表演性。在进行网络民族志的期间，粉丝@南羽千鹤在超话中发布了一则微博：

暴雨、涨水、高考延迟、无数的居民楼、车、工业厂等等被泡，损失惨重。安徽一个小小的县城被推上热搜，歙县。我很爱这个小县城，我应该做点什么的吧，我又能做点什么呢，我好像做不了什么。可是他却给了我一个机会，让我能为这个小县城做点什么。

(微博用户：南羽千鹤，发布时间：2020年7月11日 15:53 来自 易烊千玺超话)

当7月洪灾袭击歙县时，粉丝因为易烊千玺的原因，联手一起为当地做了一些能力范围内的事情，将对易烊千玺的喜欢转化成行动力一起帮助歙县渡过难关。他们强调自己作为粉丝做公益的事情，因为他们希望他们做公益都能做到实处，他们想通过自己做公益让易烊千玺看到，通过这样一种方式让千玺以粉丝为骄傲。这种共情机制让粉丝作为公众出现，促使了粉丝的行为从私人领域转向公共领域。如果“情感”本身作为一种理想类型，无法被经验地观察，我们仍然能够观察到情感的社会性表达和展演[11]。情感从一种内在的感觉(feeling)转化成一种表达的行动，这种表达是有事实的影响，这种情感可以归纳为规范性(normative)的情感理论。这种规范性路径在关于文化的要素作为行为的指南发挥作用，指导情感应该在特定的情境中被表达，以及一个人应该如何感受，感受什么以及何时感受[9]。在此，粉丝群体创造了属于他们自己的一种“情感领域”，它是有着自己的语言、规则、对象和边界的行动领域[12]。

粉丝个体只是广大粉丝群体中的小小一员，在这次驰援疫区的行动中，从散粉到粉丝站，再从粉丝站到粉丝站联合，粉丝们希望他们对偶像的喜欢转化为这个社会做贡献，他们希望他们做的事情不仅可以为自己喜欢的明星树立公众形象，为粉丝群体正名，也让喜欢的明星看到他的粉丝群体在追随他的路上做出正能量，积极向上的努力。因此，粉丝个体与养成系明星形成的“命运共同体”使得粉丝将这种喜欢转化为以偶像的名义为社会做贡献，进而促使粉丝的行为从私人领域转向公共领域。这种共情机制在由私到公的领域转向中扮演着重要的角色，它可以帮助粉丝在进入公共领域时保持情感与理性，也可以帮助社会大众对于粉丝公众产生情感上的共鸣，更有利于激发社会的关注。

7. 结论

本研究通过网络民族志和深度访谈的方式，对养成系明星的粉丝群体的捐款公益行为进行了探索性的研究。研究发现由于养成系明星的“桥梁”的作用，粉丝围绕在养成系明星周围形成了“共同体”网络，因为养成系明星这个核心的存在，粉丝得以把个人诉求或行为以“共同体”的方式表达出来而变成了集体行动。并且，在“共同体”网络的支持下，他们将粉丝对于明星之间的私人情感性“共情”转变成集体性的对于社会公益的“共情”。“共情”存在于“共同体”之中，“共情”使得“共同体”变得更团结、更有力量，两者相互依赖、相互构成，彼此互动，最终促成了捐款行为发生。综上所述，养成系粉丝在身份认同的机制下由私人领域到公共领域的结构转型机制就是粉丝“共同体”的形成和社会“共情”的产生。

研究发现粉丝形成的“共同体”对于产生依托于共同体产生的“共情”至关重要，这种情感可以让粉丝团结起来去做一些有益于公共社会的事情。那么，为了他们可以更多的去做这样的事情，我们需要采取的措施是要去培育、完善、监管这样一个“共同体”。要让粉丝自发的、自愿的去为一个公序良俗的事情去奋斗，我们需要让这个“共同体”更加团结，更加富有情感和社会“共情”能力。

REFERENCES

- [1] Habermas, J. (1992). *Public Sphere and Private Life: Toward a Synthesis of Current Historiographical Approaches to the Old Regime*.
- [2] Jiaying, Y. The reinterpretation of Habermas's "public sphere" theory in the contemporary Chinese context[J]. *Journalism and Communication*, 2019(14):4-6+9.
- [3] Guanglei, S. An analysis of the superposition of public and private spheres in social media from acceptance theory[J]. *Journal of Journalism Research*, 2020, 11(13):24-25.
- [4] Zhang W. *The Internet and new social formation in China: Fandom publics in the making*[M]. Routledge, 2016.
- [5] Yutian, S. *Research on the Fan Culture of "Foster" Idols* [D]. Jinan University, 2016.
- [6] Yefeng, C. *Research on the Fan Culture of "Foster" Idols in the New Media Era* [D]. Huazhong University of Science and Technology, 2018.
- [7] Huiying S, Chaoqiong, M. Analysis of social emotional value of hot events in the public sphere[J]. *Modern Communication (Journal of Communication University of China)*, 2020, 42(07):147-152.
- [8] Turner, J. et al. *The Sociology of Emotion* [M]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2007.10.
- [9] Stets, J.E. and Turner, J.H. eds. *Handbook of the sociology of emotions: Volume II* [M]. Springer, 2014. 225.
- [10] Stets, J.E. and Turner, J.H. eds. *Handbook of the sociology of emotions: Volume II* [M]. Springer, 2014. 230.
- [11] Stets, J.E. and Turner, J.H. eds. *Handbook of the sociology of emotions: Volume II* [M]. Springer, 2014. 221.
- [12] Stets, J.E. and Turner, J.H. eds. *Handbook of the sociology of emotions: Volume II* [M]. Springer, 2014. 226.