

分类号: G20
学号: 20232104024

密级: 公开
单位代码: 10759

石河子大学

硕士学位论文



符号互动论视角下体育“饭圈”研究 ——基于孙颖莎超话的考察

| | |
|--------|---------|
| 学位申请人 | 刘亚宁 |
| 指导教师 | 马晓亮 副教授 |
| 申请学位类别 | 专业硕士 |
| 专业名称 | 新闻与传播 |
| 研究领域 | 新闻与传播 |
| 所在学院 | 文学艺术学院 |

中国·新疆·石河子

2026年5月

分类号: G20
学号: 20232104024

密级: 公开
单位代码: 10759

石河子大学

硕士学位论文



符号互动论视角下体育“饭圈”研究 ——基于孙颖莎超话的考察

| | |
|--------|---------|
| 学位申请人 | 刘亚宁 |
| 指导教师 | 马晓亮 副教授 |
| 申请学位类别 | 专业硕士 |
| 专业名称 | 新闻与传播 |
| 研究领域 | 新闻与传播 |
| 所在学院 | 文学艺术学院 |

中国·新疆·石河子

2026年5月

**Research on Sports ' Fan Circle' from the Perspective of Symbolic
Interactionism-Based on the analysis of Sun Yingsha's Super Topic**

A Dissertation Submitted to

Shihezi University

In Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of

Master of Journalism and Communication

By

Liu Ya-ning

(No Specific Research Direction)

Dissertation Supervisor: Prof. Ma Xiao-liang

May, 2026

石河子大学学位论文独创性声明及使用授权声明

学位论文独创性声明

本人所提交的学位论文是在我导师的指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除文中已经注明引用的内容外，本论文不包含其他个人已经发表或撰写过的研究成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中作了明确的说明并表示谢意。

研究生签名：刘亚宁

时间：2026年5月23日

使用授权声明

本人完全了解石河子大学有关保留、使用学位论文的规定，学校有权保留学位论文并向国家主管部门或指定机构送交论文的电子版和纸质版。有权将学位论文在学校图书馆保存并允许被查阅。有权自行或许可他人将学位论文编入有关数据库提供检索服务。有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

研究生签名：刘亚宁

时间：2026年5月23日

导师签名：马亮

时间：2026年5月23日

摘要

2025年1月，国家体育总局召开意识形态工作会议，将“饭圈”治理列为紧迫任务，后微博平台发布公告，响应政策解散所有运动员个人超话。作为“饭圈”运作核心场域的运动员个人超话虽被解散，却呈现“治标不治本”的问题，一些大粉自发组建超话，聚集核心粉丝，仍维持着“饭圈化”运作模式。

本研究以运动员孙颖莎粉丝组建的“小圆脸向阳而生”和“圆脸猫观察日记”两大超话为对象，开展了为期10个月的参与式观察，记录粉丝互动内容，并基于符号互动理论分析超话符号的建构、赋义与协商过程。全文共五章：第一章为绪论；第二章爬取两个超话的文本数据，通过高频词提炼识别社群的常用符号，剖析其生成机制与意义赋予过程；第三、四章为核心章节，聚焦超话内外部的互动过程与结果；第五章反思符号互动理论在算法时代的异化，并基于符号互动视角提出多元主体协同治理体育“饭圈”的策略。

研究发现：在符号生成层面，粉丝将孙颖莎的原生资源与人格特质编码为符号，塑造孙颖莎的完美形象，并创造专属符号强化群体认同，提高群体协作效率；在内部互动层面，粉丝通过同质化的符号使用、偏激化的符号解读及高效的符号动员，实现符号意义的协商与粉丝共同体的巩固；在外部互动层面，“唯粉”与“CP粉”围绕偶像叙事权展开争夺，同时与“对家”粉丝群体进行符号交锋，构建起森严的圈层壁垒；在互动结果层面，“饭圈化”互动在一定程度上消解了体育精神，体育“饭圈”文化冲击并重构了传统体育迷文化，但二者并非不可调和，规范化后的体育“饭圈”能够对体育文化产生正向赋能作用。基于此，本研究从平台、网信办、体育明星及团队、体育组织与主流媒体四个维度，提出优化粉丝符号互动的引导策略，以期实现体育“饭圈”与体育精神的良性共存。

关键词：体育饭圈；符号互动；体育迷文化；微博超话

Abstract

In January 2025, the General Administration of Sport of China convened an ideological work conference, identifying "fandom" governance as an urgent priority. Subsequently, Weibo issued an announcement in response to this policy, dissolving all athlete-specific Super Topics. Although athlete personal Super Topics—the core operational field of sports fandom—were officially disbanded, the measure proved to be merely palliative rather than curative. Large-scale fans spontaneously established alternative Super Topics to congregate core followers, thereby perpetuating the "fandom-ized" operational model.

This study examines two Super Topics established by fans of table tennis athlete Sun Yingsha—"Little Round Face Growing Towards the Sun" and "Round Face Cat Observation Diary", conducting a ten-month participant observation to document fan interactions. And analyzes the construction, meaning-making, and negotiation of Super Topic symbols based on Symbolic Interaction Theory. The dissertation comprises five chapters: Chapter One introduces the research background and significance; Chapter Two crawls textual data from both Super Topics, identifying community-specific symbols through high-frequency word extraction, and examines their generative mechanisms and meaning-making processes; Chapters Three and Four constitute the core analytical sections, focusing on internal and external interaction processes and outcomes; Chapter Five reflects on the alienation of symbolic interaction theory in the algorithmic era and proposes multi-stakeholder collaborative governance strategies for sports fandom from a symbolic interaction perspective.

Key findings: At the symbol generation level, fans encode Sun Yingsha's native resources and personality traits into symbols, constructing an idealized image of the athlete while creating exclusive symbols to reinforce group identity and enhance collective operational efficiency. At the internal interaction level, fans achieve meaning negotiation and community consolidation through homogeneous symbol usage, radicalized symbol interpretation, and efficient symbol mobilization. At the external interaction level, "solo stans" and "CP fans" compete for narrative authority over the idol, while simultaneously engaging in symbolic confrontation with "rival" fan groups, thereby constructing rigid hierarchical boundaries. Regarding interaction outcomes, "fandom-ized" interactions partially erode sportsmanship; sports fan culture challenges and reconstructs traditional sports fandom, yet the two are not irreconcilable—properly regulated sports fandom can positively empower sports culture. Based on these findings, this study proposes optimization strategies for guiding fan symbolic interactions across four dimensions: platform governance, the Cyberspace Administration of China (CAC), sports stars and their management teams, and sports organizations and mainstream media, aiming to achieve benign coexistence between sports fandom and sportsmanship.

Key words: Sports fan circle; Symbolic interaction; Sports fan culture; Weibo Super Topics

目录

| | |
|---------------------------------|-----|
| 摘要 | I |
| Abstract | II |
| 目录 | III |
| 第1章 绪论 | 1 |
| 1.1 研究背景 | 1 |
| 1.2 文献综述 | 2 |
| 1.2.1 国外研究状况 | 2 |
| 1.2.2 国内研究状况 | 4 |
| 1.3 研究方法与对象 | 7 |
| 1.3.1 研究方法 | 7 |
| 1.3.2 研究场域与研究对象 | 7 |
| 1.4 研究问题 | 9 |
| 1.5 研究意义 | 9 |
| 第2章 互动符号的生成与赋义 | 10 |
| 2.1 孙颖莎超话文本高频词的符号化提取 | 10 |
| 2.1.1 “小圆脸向阳而生超话”中的符号提取 | 10 |
| 2.1.2 “圆脸猫观察日记超话”中的符号提取 | 12 |
| 2.2 孙颖莎超话符号的生成与赋义分析 | 14 |
| 2.2.1 原生资源的符号化编码 | 14 |
| 2.2.2 人格特质的符号化赋魅 | 17 |
| 2.2.3 专属符号提升群体认同与协作 | 18 |
| 第3章 互动过程：符号意义的协商与冲突 | 21 |
| 3.1 内部互动：符号意义的协商与共同体巩固 | 21 |
| 3.1.1 日常情境下的互动：同质化地符号使用与关系维系 | 21 |
| 3.1.2 赛事情境下的互动：数据战争与群体极化 | 24 |
| 3.1.3 危机情境下的互动：为偶像正名与群体边界维护 | 27 |
| 3.2 外部互动：符号意义的冲突与圈层壁垒构建 | 29 |
| 3.2.1 “唯粉”与“CP粉”的叙事争夺：追求绝对的身份忠诚 | 29 |
| 3.2.2 “竞争对手”的符号交锋：从赛场博弈到恶意造谣 | 31 |
| 第4章 互动结果：“饭圈化”互动重构体育迷文化 | 33 |
| 4.1 异化的符号互动对体育迷文化的重构 | 33 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 4.1.1 身份认同转变：从“项目认同”到“符号化偶像认同” | 33 |
| 4.1.2 实践模式转变：从“理性欣赏”到“符号化圈层实践” | 35 |
| 4.1.3 价值内核偏移：从“竞技精神导向”到“情感流量导向” | 37 |
| 4.2 体育“饭圈”文化与体育精神的共存 | 39 |
| 第5章 反思与引导：符号互动视角下体育“饭圈”治理路径 | 41 |
| 5.1 理论反思：符号互动理论在算法时代的异化 | 41 |
| 5.1.1 算法对互动过程的系统性扭曲 | 41 |
| 5.1.2 从“意义建构”到“情感程式执行” | 42 |
| 5.2 路径探讨：多重主体的协同引导策略 | 43 |
| 5.2.1 平台方：压实监管责任，优化算法分发 | 43 |
| 5.2.2 网信办：强化监管约束，完善规制保障体系 | 44 |
| 5.2.3 体育明星及团队：主动管控符号，履行引导主体责任 | 45 |
| 5.2.4 体育组织与主流媒体：生产专业符号，推进体育文化普及 | 45 |
| 结语 | 47 |
| 参考文献 | 48 |
| 致谢 | 51 |
| 作者简介 | 52 |
| 导师评阅表 | 53 |

第1章 绪论

1.1 研究背景

“粉丝”源于英文单词“fan”，又译为“迷”，“迷”的集群则称为“迷群”。“粉丝”最早是用来形容狂热的拳击和棒球队支持者，现在泛指体育运动、电影、音乐等领域的爱好者和追随者。

纵观“体育追星”的发展历史，体育粉丝经历了从“体育迷”到体育“饭圈”的变迁，具体可以划分为三个阶段。第一阶段萌芽期（1990年代末-2000年代初）：单纯的体育迷。这一阶段，体育爱好者们主要通过电视和报刊持续追踪自己喜爱的运动员及相关赛事动态，公众的关注焦点主要集中在运动员的竞技实力与赛事本身上。这一阶段，人们追随的是体育竞赛本身。第二阶段过渡发展期（2000年代中—2010年代中）：“粉丝”逐步“饭圈化”。搜狐、网易、新浪、腾讯、百度贴吧、天涯社区、虎扑体育、QQ等互联网平台的出现，让体育迷们有了聚集起来的平台，初步形成了小规模粉丝群，群内成员开始规律性的观看体育赛事和新闻。以姚明刘翔为代表，粉丝不再仅仅关注赛事，并且开始关注他们的外形、八卦、声誉，甚至商业价值。其粉丝在各大平台聚集、发帖，分工越来越明确，逐渐形成层级分明的管理结构。第三阶段成熟期（2010年代下—至今）：狂热化“饭圈式”体育追星。一方面，微博、抖音、贴吧等新媒体提供了更加便利的聚集互动平台；另一方面，体育圈粉丝受到娱乐“饭圈”文化的影响，把对流量爱豆的那一套拿过来复刻，体育追星呈现出明显的“饭圈化”特征。体育追星“饭圈化”后，滋生出诸多乱象。例如，巴黎奥运会陈梦夺冠被孙颖莎粉丝喝倒彩；CP粉将孙颖莎、王楚钦强制捆绑，恶意造谣；跳水运动员全红婵在访港期间被粉丝围堵，吓得躲在厕所哭……这些行为都严重影响了体育的公平竞争，背离了体育运动的初心。

2022年1月，国家体育总局公开表示坚决抵制畸形的“饭圈”文化；在2024年巴黎奥运会后，国家更加重视体育“饭圈”的治理；2025年1月，国家体育总局召开意识形态工作会议，将“饭圈”治理列为紧迫任务；2025年2月27日微博平台发布公告，响应政策解散所有运动员个人超话。其中，国乒主力队员孙颖莎的个人超话也被解散。孙颖莎，2000年出生于河北石家庄，5岁开始接受专业训练，2017年入选国家队后迅速崭露头角，在日本公开赛上演“一战成名”，夺得女单、女双双冠。赛场上的孙颖莎以“小魔王”著称，凭借凌厉的球风和过硬的心理素质屡创佳绩：2021年东京奥运会摘得女团金牌、女单银牌；2023年德班世乒赛斩获女单冠军，成为世乒赛首位00后金满贯得主；2024年巴黎奥运会更是搭档王楚钦拿下国乒首枚混双金牌，并卫冕女团冠军。截

至2025年，她已手握3枚奥运金牌及十余个世界冠军头衔。赛场之外，孙颖莎微博粉丝超千万，拥有极高的商业价值，手握27份代言，涵盖理肤泉、高露洁、OPPO、红旗汽车等多个领域，并且商务数据惊人。

根据笔者的观察，关闭超话对体育“饭圈”乱象治理起到了一定的压制作用，但是“治标不治本”。自运动员个人超话被关闭后，一些大粉开始自建超话，聚粉能力很强，并维持着“饭圈化”运作模式。在国家大力整治体育“饭圈”的政策背景下，体育追星“饭圈化”问题急需得到重视，如何有效地规制粉丝的体育追星行为，这是一个值得探讨的话题。

1.2 文献综述

1.2.1 国外研究状况

国外粉丝文化、符号互动理论的研究历史比较长远，有鉴于此，本文的国外研究综述主要涵盖两个维度：一是对粉丝文化研究的历史演进与当下动态进行梳理；二是对符号互动理论的发展沿革加以梳理。

1.2.1.1 粉丝文化研究综述

纵观国外粉丝文化研究历史，可以将粉丝文化研究分为三个阶段。第一阶段：目光转向主动型受众。较早关注接受环节的学者是斯图亚特·霍尔，作为当代文化研究之父，他在《编码、解码》一文中提出：“三种受众解读类型：主导式解读、妥协式解读和对抗式解读，把受众看作积极能动的主体。”^①其后，米歇尔·德赛都和约翰·费斯克的研究则更加鲜明地倾向于对消费行为的深入分析，掀起了粉丝文化研究的浪潮。另外，亨利·詹金斯的著作《文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化》被看作是粉丝文化研究的经典之作，他认为粉丝不仅是盗猎者，还是“游牧民”，他们在不同的文本中“参与式生产”，不断创造新的意义。总体来看，粉丝研究的第一阶段开始关注受众，重点探讨了“粉丝和文本之间的关系”，并且强调粉丝的主动性、创造性和参与性，为粉丝文化研究提供了丰富的理论基础。

第二阶段：视野聚焦粉丝的文本消费。20世纪90年代末，法国社会学家布尔迪厄的消费社会学理论成为该阶段粉丝研究的重要支撑。布尔迪厄认为，文化资本和经济资本影响着粉丝的消费和兴趣，粉丝社群实际复制了社会等级制度，粉丝成为“维持社会和文化分类体系以及现存等级制度的代理人”。^②桑顿提出“亚文化资本”概念，用以

^①宋林飞. 西方社会学理论[M]. 南京大学出版社, 1997: 33.

^②Jonathan Gray, Cornel Sandvoss, C. Lee Harrington. Fandom, Second Edition: Identities and Communities in a Mediated World[M] NYU Press, 2017: 446.

分析青年群体如何通过“酷”的文化姿态构建自身价值，并形成群体区隔。这一阶段的研究强调粉丝消费不仅是经济行为，更承载复杂的社会意义，关注点转向“粉丝社群的运作机制”。

第三阶段：视角多元下的粉丝日常生活实践。随着网络技术与新媒体的发展推动粉丝文化从小众亚文化走向大众化、复杂化且影响力倍增的开放阶段，促使粉丝文化研究呈现出多元化的新态势。当前关于粉丝文化的研究主要集中在粉丝情感实践、粉丝社群与文化及社会政治的关系两方面。第一，关于粉丝的情感实践研究，学者认为粉丝对偶像的情感投射与心理依恋机制，认为粉丝通过偶像建构自我认同，满足心理需求。例如，希尔斯在《迷文化》中强调粉丝情感的多维性与身份认同的复杂性；桑德沃则深入探讨粉丝情感投入与文化心理动机的关联；JackieStacey认为，观众对明星的喜爱源于明星提供了超越日常经验的权力幻想；在此基础上，她进一步指出，影迷的认同性实践不仅体现为认同性幻想，还涵盖假扮、相像、模仿与复制等形式，从而阐明认同既是一种心理活动，也是一种文化实践。^①第二，关于粉丝社群与文化及社会政治的关系问题的研究，学者认为粉丝社群不仅具有重大的文化价值，而且逐渐呈现出对政治生活的影响。具有代表性的观点是，DooBoShim与KwangWooNoh探讨了网络社区在塑造K-pop粉丝群体新形态中的作用，指出粉丝通过YouTube平台的信息传播与互动交流，逐步确立自身的韩国流行音乐粉丝身份，并从中汲取符合其文化认同的价值与意义；^②JeonghoKim将政治粉丝文化界定为一种新型政治参与和公民身份的表征，并以韩国总统文在寅的粉丝群体为分析对象，论证了该群体作为有思想的政治主体的存在。^③

1.2.1.2 符号互动论研究综述

符号是任何能够代表其他事物并承载意义的东西，一个词（如“桃”）、一个动作（如摇头）、一个标志（如红绿灯）都是符号，互动的基础是双方对符号的意义有共同的理解。

符号互动论最早由美国社会学家米德（Mead）在《心灵、自我与社会》中提出，后由他的学生布鲁默（Blumer）在《人与社会》中正式提出。米德提出自我包括主我（I）和客我（ME），“主我”代表自我的冲动、未经社会化的自发部分；“客我”代表我们通过互动内化的他人态度和社会期望，它是自我中的社会监督者。^④米德提出，自我并不是与生俱来的，而是在社会互动中产生的。赫伯特·布鲁默受到米德的启发，正式提出：“符号互动论”这一名称，并系统阐述了符号互动的三项基本前提：“人对事物

^①JackieStacey. StarGazing:HollywoodCinemaandFemaleSpectatorship[M]. London:Routledge, 1994:138.

^②DooBoShim, KwangWooNoh. YouTubeandGirls' GenerationFandom[J]. JournaloftheKoreaContentsAssociation, 2012, 12(1):222.

^③JeonghoKim. Astudyofthecharacterofthefandompublic:FocusingonMoonJae-in'sfandominthe prosecutionreformandleightprotest[J]. Citizen&theWorld, 2020, 3:98.

^④乔治·赫伯特·米德. 心灵、自我与社会[M]. 霍桂桓, 译. 译林出版社, 2012:111.

采取行动基于该事物对其所具有的意义；意义源于社会互动；意义通过解释过程得以处理和修正。”^①符号互动理论并不是一个静态的过程，它是在各种条件和外部环境的基础上不断变化的，是一个研究和分析人与人之间、人与社会之间的关系的理论，在这一理论中，每一个因素都是在不断变化的。该理论强调，个体对符号的解读绝非被动反应，而是一种能动的“情境定义”，即个体依据环境变化，持续调整对周遭世界的理解。“情境定义”是由 W.I.托马斯提出的，他认为个体对符号的理解并不是一个被动的反应过程，而是随着环境的变化，不断对环境进行“情境定义”，从而对环境中的互动形成自己的理解，并且在一次次循环中不断完善自我，对自我进行建构的主动的过程。

1.2.2 国内研究状况

本研究以微博超话为观察田野，基于符号互动理论分析体育“饭圈”粉丝的互动过程和特征，因此，国内的研究综述主要聚焦在体育“饭圈”、符号互动理论和微博超话粉丝互动三个方面。

1.2.2.1 体育“饭圈”研究综述

体育“饭圈”是一个相对新兴且研究热度持续攀升的学术领域，从研究成果来看，我国对体育“饭圈”的研究聚焦于两个方面：一是对体育“饭圈”的特征和成因进行分析；二是分析体育“饭圈”的失范行为。

第一，关于体育“饭圈”特征和成因的研究，学者多从体育“饭圈”粉丝构成、行为特征和外部影响力方面展开论述。例如，陈泽宇把足球球迷与选秀粉丝的忠诚度进行对比研究，发现两个不同领域的粉丝的忠诚度体现出高度一致性；崔丽丽、宁晨与周德巧尝试勾勒出体育“饭圈”冲突由“矛盾显现”到“冲突扩大”再到“群体极化”的演进路径；^②李晨颜选取微博超话前 10 名的体育超话为研究对象，运用参与观察、问卷调查等方法，发现体育“迷妹”成为超话社区中的“新型主力”，她们在超话中获得归属感，进行着自我取悦式“追星”游戏^③。在体育“饭圈化”的原因方面，李冬琪提出受体育话题化、建圈便利化以及入圈主动化等因素的影响，“饭圈”文化开始向体育界渗透；^④向雨婕提出体育商业推动、粉丝低龄化、社交媒体的普及造成了体育追星的“饭圈化”^⑤。

第二，关于体育“饭圈”失范行为的研究，聚焦于失范原因、表现和影响方面。例

^①赫伯特·布鲁默. 论符号互动论的方法论[M]. 霍桂桓, 译. 国外社会学, 1996: 252.

^②崔丽丽, 宁晨, 周德巧. 焦点分化、情感极化与符号延伸: 体育“饭圈”冲突的演化逻辑[J]. 北京体育大学学报, 2025, 48(08): 123-133.

^③李晨颜. 体育“饭圈”: 微博体育超话社区中的迷群研究[D]. 山东师范大学, 2022.

^④李冬琪. 论社交媒体时代体育“饭圈化”的成因及危害[J]. 体育视野, 2022, (08): 21-23.

^⑤向雨婕. “粉丝经济”背景下体育饭圈化的成因分析及对策研究[C]//四川省体育科学学会, 四川省学生体育艺术协会. 2024 第二届四川省体育科学大会论文报告会论文集(1). 成都体育学院外国语学院, 2024: 5.

如,耿天义、党挺等人梳理了体育“饭圈”中的若干失范表现,如网络言论失范、数据拜物教倾向、线下行为群体极化、圈层组织化与结构化以及信息茧房效应等^①;于英,倪荣璟对花样冰滑运动员羽生结弦QQ粉丝群开展网络民族志研究,总结出“饭圈”文化的劣根性、狂热行为的干扰性、“饭圈”思维的排他性是造成“饭圈”失范的主要原因^②。

综上,学术界对体育“饭圈”的研究仍停留在表面特征与失范行为的概述上,缺少基于社群内部长期观察的细致分析,也缺少具体可行的规范措施。

1.2.2.2 符号互动论研究综述

符号互动论已广泛应用于网络社群研究之中,尤其在解析新兴网络群体的互动机制方面展现出较强的解释力。第一,运用符号互动理论分析新兴的网络传播行为,例如,魏晶以符号互动论为分析框架,探讨B站学习直播行为,发现主播通过符号互动营造出虚拟学习场域,这一空间不仅承载知识传递的功能,也构建起个体之间的情感联结,从而实现陪伴式学习的初衷。^③与之类似,李豪与赵红艳同样基于符号互动理论,考察银发网红在社交平台上的传播实践,指出其通过身份符号的塑造与共享意义空间的构建,在青年群体中引发了广泛的情感共鸣。^④第二,聚焦于符号互动在增强群体认同感上的作用,例如,马奕辰、李曼与鲍铭洋以线上演唱会为研究对象,发现其通过符号互动与情感共享有效构建了粉丝的归属感与认同感^⑤;陈玥借助网络民族志考察兽迷社群的入圈动机,揭示出以符号为媒介的互动行为显著增强了群体内部的认同感^⑥。第三,也有部分学者关注到了资本对符号的规训,吴博基于该理论,比较了电竞直播弹幕与传统体育现场呐喊在符号互动机制上的异同,指出:“平台权力与资本对符号意义具有明显的规训作用。”^⑦

但是,目前学术界运用符号互动论来剖析体育“饭圈”的研究屈指可数。具有代表性的研究有:朱宇童尝试运用符号互动论阐释体育“饭圈”中符号的生成、传播与解读机制,初步探讨了粉丝群体的社会互动过程;张逸歌、刘亮与冯巧将体育“饭圈”的行为本质归结为基于情感认同的符号化互动^⑧。

观察发现,孙颖莎超话可被视作一个由粉丝共同参与的动态符号系统,成员们通过

^①耿天义,党挺,石鸿儒,等.体育“饭圈文化”中的行为失范表征、成因及归正之策[J].河北体育学院学报,2025,39(04):58-64.

^②于英,倪荣璟.新媒体环境下体育追星“饭圈化”现象重审与引导——基于羽生结弦QQ粉丝群的网络民族志[J].东南传播,2024,(04):117-120.

^③魏晶.符号互动论视角下B站学习直播行为分析[J].新媒体研究,2023,(01):88-90.

^④李豪,赵红艳.符号互动论视角下银发网红在青年群体中圈粉现象分析[J].新闻爱好者,2022,(03):110-112.

^⑤马奕辰,李曼,鲍铭洋.从脱域到再嵌入:线上音乐会的粉丝社群重构与情感联结研究[J].视听,2025,(17):105-108.

^⑥陈玥.符号互动理论视域下“兽迷”群体的身份认同建构[J].新楚文化,2024,(11):78-80.

^⑦吴博.虚拟狂欢与身体在场——电竞直播弹幕与传统体育现场呐喊的互动符号学比较[J].新闻前哨,2025,(16):78-80.

^⑧张逸歌,刘亮,冯巧.互动仪式链下“体育饭圈”行为表现与治理研究[J].湖北体育科技,2025,44(05):48-54.

创造和使用特定的符号，持续编织着一张共享的“意义之网”，并在互动中协商与强化关于偶像及社群的集体认知。符号互动论为解析孙颖莎超话中的粉丝互动提供了一个整合性的分析框架，具体而言，米德的“主我”与“客我”概念揭示了粉丝在符号使用中动态的认同建构过程；布鲁默的符号互动原理阐释了群体内部如何通过协商为特定符号赋予共享意义；而托马斯的“情境定义”则能有效剖析超话内的社群规范与身份标识是如何塑造个体互动行为的。三者共同论证了该理论对网络趣缘社群文化实践的强大解释力，因此运用符号互动论来研究体育社群中粉丝的互动行为是可行的，而且可以补充符号互动理论在体育“饭圈”研究上的欠缺。

1.2.2.3 微博超话研究综述

目前对于微博超话粉丝互动的研究主要集中在三个方面：第一，聚焦于超话中趣缘群体及其身份认同的建构。例如，雷婧妍，任健运用场域理论分析了微博超话中网络趣缘群体的群体关系^①；令倩运用深度访谈、个案研究法和参与式观察法研究了“秦时明月”超话中的秦迷群身份认同的建构路径^②。第二，着眼于微博超话中粉丝群体的互动行为。例如，邓诗雨对微博超话中粉丝的情感劳动进行研究后发现，情感劳动可以带来个人层面上情感的满足和群体层面上自身对社群的归属感^③；李晨颜对微博体育超话中体育粉丝的互动行为研究后发现，体育“饭圈”对社会具有正反两方面的影响^④。第三，从经济价值出发探析微博超话互动的经营策略。例如，向吉祥以《英雄联盟》官方微博超话为个案，研究网络游戏的营销传播策略，为其它游戏的营销提供借鉴^⑤；腊甜甜以申花俱乐部微博超话社群为例，对社群内部互动、品牌认同度以及品牌忠诚度进行研究，根据研究数据，提出了可以有效提升球迷对职业体育俱乐部品牌忠诚度的营销建议^⑥。

综合以上三个领域的研究，尽管现有研究已对体育“饭圈”进行了初步探讨，但相关成果数量有限，多数仍停留于对表层特征与乱象的描述上，缺乏针对粉丝群体内部互动机制与行为逻辑的微观考察。而且，符号互动论作为分析社群互动的常用理论，鲜少被运用在体育“饭圈”的研究中，存在进一步深化的学术空间。因此，从微观互动视角切入，深入剖析体育“饭圈”内部符号的生成机制、意义赋予过程及其在协商与冲突中的动态演变，进而从符号互动的维度提出有针对性的治理路径，具有重要的研究价值与理论意义。

^①雷婧妍,任健.场域理论下微博超话社区的网络趣缘群体关系研究[J].新闻爱好者,2022,(01):99-101.

^②令倩.青年亚文化视域下网络动漫迷群的身份认同研究[D].兰州财经大学,2023.

^③邓诗雨.微博超话引导娱乐明星粉丝参与情感劳动的现象研究[D].湖南理工学院,2023.

^④李晨颜.体育“饭圈”:微博体育超话社区中的迷群研究[D].山东师范大学,2022.

^⑤向吉祥.新浪微博对网络游戏的营销传播研究[D].武汉纺织大学,2023.

^⑥腊甜甜.虚拟品牌社群互动对职业体育俱乐部品牌忠诚的影响研究[D].上海体育学院,2021.

1.3 研究方法与对象

1.3.1 研究方法

一是参与式观察法。参与式观察指研究者深入研究对象的生活背景中，不暴露笔者真正的身份，在实际参与研究对象日常生活的过程中所进行隐蔽性的观察。^①笔者选取孙颖莎粉丝组建的“圆脸猫观察日记”“小圆脸向阳而生”（以下简称为圆脸猫、小圆脸）2个超话作为研究案例，从2025年3月-2025年12月开展共计10个月的观察，并作为超话中的一员参与到超话的日常互动中，对粉丝的互动行为进行详细的观察和感知，从而更为深刻地理解粉丝的行为逻辑。

二是文本分析法。文本分析是自然语言处理领域的一个重要分支，是指对文本数据或语料库内的语料进行分析，最终提取出给定语料的各种信息，包括关键词、词向量等内容的计算机技术。本文借助python、自然语言处理库SnowNLP工具分别抓取两个超话各1500条左右的帖子，生成词云图和情感分布直方图，以提取超话中的高频符号，并分析粉丝情感。

1.3.2 研究场域与研究对象

本研究首先需要明确区分“饭圈粉”与体育迷：二者行为逻辑与组织特征差异显著，不可混同。目前学界界定的“饭圈粉”：“具有类组织化行为，如每日签到、超话互动、控评打榜、统一赛事评论及转发商业代言内容等。”^②体育迷则无此类组织化行为，仅以自发性、理智化的方式关注运动员赛事、浏览体育信息并进行体育消费。《2018年微博粉丝白皮书》显示，99.8%的受访者认为微博是粉丝追星的核心线上平台，其构建的超话这一粉丝聚集地能够提供丰富且具有高度代表性的研究样本。因此，本研究选取微博超话作为研究场域。

选取孙颖莎粉丝组建的微博超话为观察对象，主要基于两点原因：其一，孙颖莎社会关注度高、粉丝基数大，且凭借2023年340个、2024年1563个热搜连续两年登顶运动员热搜榜首，流量优势显著；其二，其粉丝群体粘性与活跃度高，“饭圈化”运作成熟，在官方微博解散后仍能快速重建超话，活跃度与粘性远超其他运动员超话，具备典型研究价值。综上，孙颖莎粉丝所建立的微博超话及其中的粉丝“莎丝”（即唯粉，唯粉指只喜欢孙颖莎一人，不磕cp的粉丝）具有高度的“饭圈”属性和代表性，适合作为体育“饭圈”的研究场域。

^①李琨. 传播学定性研究方法[M]. 北京：北京大学出版社，2016:156.

^②张鑫淼, 黄建敏, 于世波. 媒介化社会的体育“饭圈”及其价值认同[J]. 体育与科学, 2024, 45(06):36-41+56.

通过搜索与观察发现，“小圆脸”与“圆脸猫”两大超话是由“莎丝”自发组建、粉丝数量最多且活跃度最高的核心聚集地，代表了孙颖莎粉丝在微博平台的主要活动空间。同时，这两个超话的粉丝群体存在一定重合，互动内容与方式高度一致，可结合起来共同观察，以更细致分析孙颖莎“饭圈”的互动模式。因此，选定这两个超话作为在线观察的对象。截至2025年10月10日，“小圆脸”超话粉丝数超5万、日均发帖量100+条，“圆脸猫”粉丝数超2万、日均发帖量200+条。在无差别观察超话内全体粉丝的基础上，重点聚焦两个超话中各自活跃度高、话语权较强的10位大粉。（粉丝量大部分在1万以上），截至2025年10月10日，20位大粉账号信息如下：

表 1-1 “小圆脸向阳而生超话” 10 位大粉

| 昵称 | 粉丝量/万 | 转评赞/万 |
|------------------|-------|-------|
| 沫曦-DY | 7.9 | 43.5 |
| 钮钴禄-可爱圆脸妹 | 0.2 | 3.6 |
| 鸭 | | |
| SUN-Ltd 任意门 | 1.5 | 27.9 |
| PrincessSun-梦幻乐园 | 2.4 | 11 |
| Believe 好运 | 6.3 | 77.6 |
| VV 一号女嘉宾 | 1.9 | 10.9 |
| 亲一口鲨鲨 | 7 | 48.7 |
| 紫枫林颖 | 3.4 | 442 |
| 彩盒遗骸 | 0.5 | 57.5 |
| 盛一个番茄 | 0.3 | 7.2 |

表 1-2 “圆脸猫观察日记超话” 10 位大粉

| 昵称 | 粉丝量/万 | 转评赞/万 |
|-----------------|-------|-------|
| 璇宝 L_抓鼠版 | 2.5 | 88.3 |
| 请你喝老茶 | 1.8 | 23.2 |
| -豆豆 SHA | 1.2 | 96.7 |
| 给小圆脸添饭 | 1.4 | 7.3 |
| 粥粥 sun1104 | 1.7 | 108 |
| 小范同学不爱吃饭 | 1.2 | 33.7 |
| GoldenHour 1104 | 3.1 | 27.2 |
| lu_cky 鹿 | 18.7 | 729.7 |
| 小猫听风 Sun_ | 1.7 | 85.3 |
| SolarDay- | 6.3 | 67 |