

摇摆的身份与超越“崇拜”的情感：电竞粉丝的身份建构与情感互动

高佳文

同济大学 艺术与传媒学院，上海 201800

DOI:10.61369/HASS.2025050002

摘要： 在电子竞技产业发展的背景下，电竞观赛用户的微观实践逐渐成为数字时代粉丝文化研究的重要议题。但本研究通过深度访谈法发现，在电竞资本与竞技理想情感的双重形塑下，追竞用户建构了一种摇摆于“粉丝”身份边界的独特认同体系。他们既挪用粉丝文化的符号资本进行个体实践，又通过话语排斥与传统的粉丝身份保持距离，形成具有电竞场域特殊性的身份认同。此外，这种反粉丝身份话语影响着他们与选手的情感连接，超越了简单的偶像崇拜范式，同时也面临着竞技理想异化所导致的情感困境。

关键词： 电子竞技；粉丝文化；身份建构；情感互动

Swinging Identities and Emotions Beyond "Worship": The Identity Construction and Emotional Interaction of E-sports Fans

Gao Jiawen

College of Arts & Media Tongji University, Shanghai 201800

Abstract： Against the backdrop of the development of the e-sports industry, the micro-practices of e-sports spectators have gradually become an important topic in the study of fan culture in the digital age. However, this study, through in-depth interviews, found that under the dual shaping of e-sports capital and competitive ideal emotions, e-sports fans have constructed a unique identity system that wavers at the boundaries of the "fan" identity. They not only divert the symbolic capital of fan culture for individual practice, but also keep a distance from the traditional fan identity through discourse exclusion, thus forming an identity recognition with the particularity of the e-sports field. Furthermore, this kind of anti-fan identity discourse affects their emotional connection with the players, transcending the simple idol worship paradigm, and also faces the emotional predicament caused by the alienation of competitive ideals.

Keywords： e-sports; fans culture; identity construction; emotional interaction

引言

2023年王者荣耀项目在杭州亚运会获得了亚运史上首枚电竞金牌，电竞产业发展迎来了更多的机遇。过去的研究往往将电子竞技看作体育竞技的分支，较多讨论如何促进电竞产业有序发展抑或是体育行业健康竞技的问题，往往没有将研究视角置于个体的微观实践。电子竞技同一般的体育竞技不同，通常来说开发竞技游戏的公司往往具有商业资本的背景，这种利润的驱会使电竞行业与娱乐行业紧密靠拢，依托电竞选手体育竞技能力之外的其他因素获取商业利益。如在2024年度电子竞技王者荣耀项目就采用网民投票的方式选举参加沙特电子竞技世界杯的参赛成员，所造成的投票结果是部分竞技荣耀加身的冠军选手落选，但拥有较强吸粉能力的选手获得了参赛名额，这种形式同娱乐行业的投票出道形式并无不同。这些由于喜欢某位选手而聚集在一起的赛事观众，他们将自己称之为“追竞群体”，往往会为自己心仪的选手建立后援会、打投、进行线下赛事支持等活动，同粉丝现象中的“粉丝”身份具有极大的相似性，因此也常被列入粉丝文化的分支，被定义为“电竞粉丝”。这就带来了第一个研究问题的思考，这类群体是否认为自己所从事的活动是一种追星活动？他们对于自我身份是顺从于“粉丝”的认知，还是存在其他的身份话语书写？

2020年LPL赛事选手Uzi宣布退役，在微博热搜上引发了10亿词条的阅读热度。在讨论电竞选手日常训练、职业寿命之余，电竞赛事选手同赛事观众之间的呈现的情感连接提供了一种极具张力的研究视角。以上文提到的“电竞粉丝”为例，这类群体同电竞选手之

间的情感体验实践游离于平台资本和圈群规则的宰制之外而被隐匿于先验的、倾向性的学术筛选机制之下，成为另一种意义上的“沉默的大多数”，往往被认为是粉丝文化实践的一个特殊群体或体育迷的一个赛事分支群体，但事实上，这类群体处于游戏文化、粉丝文化、竞技文化的交界地带，他们与电竞选手的情感连接之间提供了极具意义的研究维度，本研究将从他们的身份认知着手，在身份认知以后一窥“电竞粉丝”同电竞选手之间的情感互动关系，为这类群体的个体实践研究提供一种研究方向。

一、文献综述

（一）粉丝文化视角下对“电竞粉丝”的身份研究

关于“电竞粉丝”明确的学术研究定义目前比较缺少，一是因为电竞选手自2019年后成为人社部批准的新职业后，它才在大众视野之下慢慢得到认可。二是因为电竞产业涉及了体育竞技、游戏产业、文化产业这三方领域，有关于它的文化研究并不能完全从粉丝文化、明星文化的研究视野出发，造成了研究文献的缺乏，大部分研究是在粉丝文化研究领域的基础上，对“电竞粉丝”群体身份进行行业领域的补充说明。有学者认为，电子竞技正在价值层面突破三重标准，重塑新的价值范式。^[1]汪明磊在《互动仪式链视角下电竞用户文化研究》当中指出^[2]，“电子竞技让电竞用户基于共同的兴趣爱好而跨越地理和血缘组成了一个想象的共同体，每个成员都在不断获取想象性资源，参与创造群体形象，又通过信息和观点的互动流通，形成了专属于电竞圈内部的一种叙事结构和话语体系，建构了共同的意义和历史；而周期性的仪式组织又进一步融入社群内部的日常行为中，塑造了群体认同和群体共识，强化了个体对于想象性的“我们”的归属感。”这说明在“电竞粉丝”的个体身份实践中，有与粉丝文化相似的饭圈行为，他们也会形成自己的叙事话语与结构规则，组成社群进行交流，这与从文化维度看待饭圈文化之间有着相似的特点。庞亮和李雅君在《社交媒体平台的圈层化电竞传播及其观念引导》这一文中^[3]，指出在社交媒体平台当中，用户社群会产生电竞消费文化，“电竞用户社群是一个年轻的群体，有着鲜明的社群经济特征。他们对于电竞产品、电竞内容的需求在不断更新与扩大，共同的消费观、一致的目的性、相近趣味性使得电竞用户社群本身成为一个有价值的“产品”，电竞用户的群体行动力为经营者创造更多经济价值。”由此看来，这种经济价值的创造与饭圈文化经由情感因素激发而形成的强大经济购买力之间也有异曲同工之意。

（二）关于“电竞粉丝”中的情感关系研究

关于粉丝圈层之下的情感研究较为丰富，但由于电竞文化既存在着同粉丝文化相似的特点，又由于体育性、竞技性，势必存在着相异的情感流动机制。关于“电竞追星”的情感关系的文献较为稀缺，在刘芳儒的《情感劳动的理论来源与国外研究进展》中^[4]，理论性地阐释了数字游戏产业中的情感劳动。“Lin Zhang & Anthony YH Fung 发现游戏公会的消费者劳动嵌入了情感价值和灵活流动的非物质劳动…随着玩家的情感劳动和公会所建立的社会关系成为行业新价值体系的核心，公会已经蜕变为调解、谈判的网站并形成新的劳动关系：把公会作为一个中介点，玩家

的情感生产和社会关系被资本化，变成可测量、可管理的劳动，同时公会也成了产生、复制和维持情感劳动的场所。”“Alison Harvey 以名人游戏“Kim Kardashian: Hollywood”（简称为“KK: H”）为案例，表达类游戏正如传统的肥皂剧或家务劳动那样占据女性零碎的休闲时间，这一视角有助于理解游戏设计中女性化的转变是如何殖民女性的休闲时间，且在此过程中娱乐生产力以全新的方式界定女性游戏和满足女性的幻想。”除此之外，刘芳儒还在粉丝文化的情感劳动中介绍了“残酷的乐观”的理论，“体育迷常常将劳动塑造成热爱；把“苦役”作为目标；把残酷变成乐观，这是一种充满爱的情感劳动。”“残酷的乐观”也被用来研究电竞选手同电竞用户之间的联系，在刘芳儒的《残酷的乐观与破碎的承诺：电竞选手的情感实践》中指出^[5]，“电竞选手的情感作为能量、感受和驱动电竞职业的力量，推动着他们的身体行为和维系着电竞的行业秩序，因而其情感具有实践性，表现为情感“不是意识中的存在”而是“意识的行为”。”这种共同的情感联结性是否能用于“电竞追星”中的情感关系流动也值得深思。

二、研究设计

本文将研究对象界定为“电竞粉丝”，在具体的研究操作当中，本文招募的访谈对象均为在 KPL 某俱乐部或 KPL 某电竞选手的超话中超话等级8级以上，并参与到选手日常的超话打投或线下等消费活动中的赛事用户，这些用户日常个体实践呈现出与传统粉丝文化实践的表层相似性。通过本次研究，希望能再现“电竞粉丝”对自我身份的认知建构，并期望探究出这类群体同电竞选手之间的情感互动是如何反映的。

在进行访谈之前，研究者在2024年2月至2024年5月在广州TTG俱乐部对抗路选手清清（吴金翔）的超话进行了参与式观察，研究在KPL赛事2024春季赛每场比赛结束后超话内等级较高的用户对选手每场比赛结束后的情感反映，对于情感本文进行挖掘。

在本次访谈中，研究者共发送访谈私信30次，收到回复信息25条，经过友好协商，共有15名访谈者符合本次访谈的要求并愿意参与访谈之中，其中访谈者喜欢的电竞选手不尽相同，在访谈中也包含因各方原因回归现实生活、不再追竞的访谈者（以A01-A15为代号），针对访谈者各自喜欢的选手经历，访谈的内容也有所不同。访谈的内容可概括为这些受访者对粉丝身份的认知、对自己喜欢选手的情感经历反思、现实生活同追竞生活之间的联系等。

三、研究发现与讨论

（一）符号资本的挪用：“电竞粉丝”个体实践中的粉丝身份呈现

符号资本源于布尔迪厄的文化资本理论，指通过符号系统（如语言、行为、物质载体）积累的文化资源，能够赋予个体或群体社会地位与权力。在粉丝文化的研究中，符号资本通常外显化为粉丝通过个体实践活动获取文化资本，体现特别的身份或获取特殊权力，这其中包括如周边产品、应援物等物质化的符号，也包括如行业黑话、二次创作等非物质化的文化符号。张文杰在电竞粉丝的偶像消费研究之中，阐释了这类群体进行的符号实践，他们既存在制作应援卡片、剪辑应援视频等物质符号的生产，还存在着超话控评等非物质化的文化符号生产^[6]，这些个体实践都是电竞粉丝借助符号资本实现其身份建构的一种形式。相较于传统体育竞技行业，电竞赛事的举办频率的更高，在赛事官方的扶持下，还有众多与娱乐性质相关的电竞综艺节目、综艺性质的比赛等等，能够让电竞粉丝参与符号生产的机会更多，研究者调研的15名访谈人员都有丰富的符号文化生产经历，并借助符号文化的生产，形成自我身份的建构。

“我经常会去线下观看比赛，一般制作的应援周边会提前发在超话里，先和一些竞丝进行交换，剩下的周边会送给来观看比赛的伙伴们。”（A02）

“自从战至巅峰播出以后，很多人会说喜欢某某战队，但是关于战队的历史或者赛事的规则都不清楚，甚至金色雨代表什么含义都一问三不知，感觉自己和这些人还是有区别的。”（A03）

本研究通过目的性抽样选取的15名深度访谈对象，均具有持续性的线下应援经验与电竞观赛史。研究发现，该群体通过购买电竞选手数字小卡、组织线下周边分发等实践，事实上就是一种粉丝文化中的符号资本的借用。他们的收集行为不仅映射经济资本的投入，更通过限量版次、稀有卡种等稀缺的符号建构群体内部的文化权威——这种以物质载体为中介的资本转化路径，与偶像粉丝通过专辑冲销量获取圈层地位的操作逻辑并无区别。同时，追竞群体通过“金色雨”（冠军庆典符号）、“竞丝”（电竞粉丝自称）等专有术语的操演，构建起排他性的身份认同，这种依托符号资本建立的术语壁垒的能强化内部成员的符号文化资本优势，与传统粉丝文化场域中的排他策略也呈现出一致性。

（二）摇摆的身份边界：电竞资本与竞技理想形塑下的反粉丝身份生产

身份认同是一种包含群体意识的集体现象，是最基础的、最深刻的、最为持久的表征。在现实社会中，群体认同是具有复杂性、动态性和不确定性。其复杂性和动态性源于它的过程性，根植于思维、行为和情感等心理过程，不确定性源于一个基于记忆、意识、生物有机体特质、社会结构和社会情境等互动和影响下的社会结果^[7]。在对“电竞粉丝”的身份认同研究当中，大多将研究视野已经置于粉丝文化的研究框架，探究如个体身份受到集体性的粉丝文化空间的影响、对偶像个人的身体崇拜或情感崇拜等研究粉丝文化的问题。

在“电竞粉丝”这类群体当中，虽然行为实践具有明显的粉丝性特征，但通过访谈内容调研，发现他们的自我身份认知对粉丝话语身份产生排斥。首先，大部分的受访者认为最初影响他们的身份建构往往是电竞成绩，也就是说，电竞成绩是构建“追竞人”身份的首要要素。

“因为他颜值在电竞圈算是比较高的，很多人就会说你们这些喜欢他的就是因为他长得好看，其实不是的，我最开始关注他就是因为他的成绩，可以说是因为成绩更喜欢他，而不是因为脸更喜欢他。”（A07）

A07在访谈过程中极其排斥粉丝这一身份话语，在她日常的追竞实践中，因为这位选手的颜值较高、粉丝较多，她往往陷入同其他网友争论“粉圈”的困境之中，难以言说自己的身份是由竞技成绩的存在而建构形成的。

“我真的不认为自己是粉丝，我一直觉得追星的粉丝有点冲动，但我们这个圈真的不是粉丝圈，粉丝喜欢的是明星和偶像，但我们喜欢的是电子竞技选手。而且微博热搜那些偶像犯错，很多粉丝都会维护啊，但我喜欢的选手成绩不好，我真的会在超话里开麦。”（A11）

在与A11的对话之中，她多次强调了自身身份与粉丝身份的不同之处。在她眼中，粉丝是狂热的、是非理性的、是对偶像支持维护的，但她对电竞选手的喜欢则完全是基于电竞选手的竞技能力与选手成绩，选手只有打出成绩自己才会继续喜欢，如果选手没有成绩，

“我已经不喜欢好几个选手了，玩的菜不说，还意识不到自己的菜才是最可怕的。”（A11），在A11看来，自己会选择不再支持这些选手。

“我个人觉得是又不是。在日常比赛的时候更多的不是以一个粉丝的身份在参与，我更倾向于以一个“同行者”的身份追竞。最大的区别在于在喜欢的选手打不好的时候并不会向“粉丝”那样一直的溺爱和推卸责任，但同时希望能够和喜欢的选手/主队一起进步，共同享受追竞的时光。”（A05）

从访谈内容来看，这些“电竞粉丝”认为自己的身份是由电子竞技成绩建构而成的，或是一个电子竞技俱乐部的整体成绩，或是一位选手的个人成绩或者竞技能力，并且在身份建构与认同的过程中，他们往往将自我放在主动性的位置，是电子竞技选手用他们的个人成绩来获取“电竞粉丝”的认同，而非“电竞粉丝”对选手的生理或情感崇拜。

但正是由于存在着借用符号资本进行个体实践的行为，成绩这一单一要素难以为这种实践行为提供解释空间，使得这些“电竞粉丝”的反粉丝话语生产处于尴尬的现状，也造成了摇摆的身份边界。

“我有的时候不知道怎么定义我是不是粉丝，追竞7年我真的花了很多钱，包括抽小卡、线下观赛、做应援。但我觉得这种活动越多，我喜欢的选手被其他人喜欢的越多，他就能呆在赛场上，拿到更多荣誉。我希望他能拿到荣誉，所以我愿意做这些消费。”（A01）

从上述访谈内容来看，“电竞粉丝”的身份摇摆在于他们不得不在“粉丝群体”的边界之中审视自己，她们会为选手建立超

话、进行网络投票活动、购买线下商品，但这些行为往往并非直接接受粉丝文化中的情感要素影响，而是希望通过这些实践让选手能够彰显自身价值，从而获得延长职业生涯的机会，最终达到“追竞人”想要的目标——获得令人鼓舞的电竞成绩，这种解释的逻辑背后呈现了两个深层因素影响他们的符号资本实践，一是电竞资本，二是电竞成绩。

通过对受访者的粉丝消费实践的考察发现，他们的消费行为呈现出与传统粉丝文化研究范式显著不同的动力机制：

“我觉得我和体育迷不一样，体育选手应该是，实力大于一切吧，但是其实电子竞技这个环境，草台班子（指王者荣耀职业联赛联盟）会因为一个选手的流量而去打压其他实力比较好的选手，我们和体育迷喜欢的东西都不算一样的，所以身份肯定也不一样。”（A08）

在访谈之中，很多访谈人员表示了职业联赛的联盟方的一些平台政策对他们消费行为的影响。作为资本方，职业联赛的收益不仅来源于赛事观看收入，还依靠于广告方收入、赛事选手的个人商业价值等系列因素。以商业价值较高的足球赛事来说，阿根廷球星里奥·梅西的商业价值巨大实际是依靠自身竞技水平高来支撑的，当他的自身竞技能力难以完全适应高强度竞技时，就会离开足球的主竞技场，而商业资本方也会将商业价值投注在新生代的球星。

但电子竞技对竞技选手的商业价值利用与传统体育路径有所不同，部分电竞选手的商业价值利益较高，资本方很难第一时间将竞技水平有所下滑的选手抽离出赛场，而是利用其商业价值获取“电竞粉丝”的支持，用“金钱”换“竞技水平”，粉丝通过购买选手小卡、参与直播打赏等经济资本投入，实质是在电竞产业的商业价值评估体系中为选手积累符号资本，这种资本转化直接关联选手的职业生存权。与娱乐偶像粉丝的“为爱发电”不同，电竞粉丝的消费带有明确的工具理性特征——其终极目的并非情感满足，而是通过资本增值延长选手的竞技生命周期。这种消费行为带有一种“被迫性”的特征，挑战了詹金斯在参与式文化理论中对粉丝情感驱动的单一解释，也为“电竞粉丝”的反粉丝话语身份提供了解释可能。

“说实话，如果他没有名气，一旦打得不好被放在替补席的几率非常高，从替补席再回到赛场是一件很难的事情，所以我会愿意为了能在赛场上一直看见他，去消费一些东西。”（A07）

同时，这种话语实践中不仅反映了电竞资本要素推动的被动性的粉丝消费，也涉及着另一要素的影响，即竞技理想。在对受访者的内容进行总结中可以发现，“电竞粉丝”粉丝消费行为的目标路径可以概括为“进行符号资本的消费→证明电竞选手的竞技价值→延长电竞选手生命周期→共同实现竞技理想”，这暴露出电竞场域独特的资本-理想共生结构：“电竞粉丝”既是电竞资本场域内竞技选手职业生命周期的共创者，又充当竞技理想的守护者，其符号资本行为成为实现竞技理想的关键节点，竞技理想为反粉丝身份话语提供另一层解释空间。

（三）超越“偶像崇拜”的情感：反粉丝身份话语下的情感互动

粉丝文化研究之中，粉丝崇拜是一种代表性的情感呈现，有

研究者指出，粉丝的崇拜心理经历了“从娱乐到意义”的变迁，持续性的偶像崇拜有助于他们在娱乐中获得“共鸣”的体验以应对生命危机，在流动的现代社会中获得自我连续性，建立稳定的自我认同^[7]。

研究者尤其关注了这种代表性的情感研究，在反粉丝身份的认知下，“电竞粉丝”对电竞选手的情感呈现，也与这种粉丝文化的崇拜性情感具有相悖之处。

“我非常喜欢看他的直播，真的感觉他就像我的弟弟一样，每周放学回家以后，我最先打开的就是他的游戏直播，他会边打游戏边分享一些趣事，直播间效果非常充足。”（A05）

“他像我的打手，技术下滑我就会喜欢别人，哪个选手强我就喜欢谁，谁能拿到金色雨就更喜欢谁。”（A15）

在对受访者的访谈中，他们更倾向使用“陪伴”“成长”“共同淋金色雨”等平等化修辞。这种话语实践抹除了传统粉丝关系中的权力梯度，将选手视为竞技空间中的朋友或实现自我竞技理想的情感媒介。正如受访者A15所述：“他像我的打手”，这种工具理性主导的情感形态，完全颠覆了传统粉丝研究中“无条件支持”的情感状态。

“菜而不自知真的很可怕，又菜还在首发更可怕。”（A02）

当选手竞技状态下滑时，上述受访者会选择理性的及时止损，这种可以及时止损的情感状态也凸显了“电竞粉丝”和选手之间关系的条件性与可计算性。同时，由于电子竞技涉及游戏的可操作性，粉丝可以通过游戏实操获得与选手相同的虚拟体验时（如使用相同英雄/角色），也能从客观上消解神圣化崇拜的心理。

另外，逃离粉丝圈层，寻找“一对一”的情感陪伴也是“电竞粉丝”在反粉丝身份话语下呈现的代表性情感状态。

“我在超话就是为了签到然后让自己的等级更高一点，没有什么交友的需求，我自己看比赛也是可以的。而且感觉拉陌生人看比赛有点尴尬，不知道在休赛期还要不要继续沟通。”（A11）

“追竞人”虽然会在超话中签到、发言，但大部分的目的是为了利用这些显性的规则来获取自我与选手之间的利益，因为这些超话等级、个人发言等等能为他们的线下观赛积累“资源”，在这些资源获取之下，在线下观赛的时候这些用户可以领取更多的福利品，会让用户感觉与选手的关系更加密切，大部分访谈的用户并不在意这位选手的粉丝或自己是否要融入圈层，他们更期待和选手之间成立一种“一对一”的朋友关系。

同时，竞技理想作为核心驱动力所建构的反粉丝身份认同，不仅能重塑电子竞技场域的情感互动范式，更在实践层面催生了特有的情感困境。

残酷的乐观主义是劳伦·贝兰特 (Lauren Berlant) 在其著作中阐释的核心观点，这个理论被其他学者加以研究拓展：“人们之所以保持依恋，是因为这些幻想及其相关的承诺为组织他们的生活提供了资源，包括使现在更适合居住，并使美好生活的感觉更近。残酷乐观主义的关系是对象/场景变得“明显有问题”的关系，因为曾经维持幻想的基础，设施和其他支持慢慢磨损，幻想开始磨损和瓦解。在这种情况下，维持、繁荣和伤害之间的界限模糊了，然而主体或主体仍然保持着关系，因为退出也威胁着伤

害并带来损失。因此，承诺繁荣的东西产生了它的对立面，乐观变得残酷。^[8]

从“电竞粉丝”的情感实践来看，他们强烈地拥有自身同电竞选手对“冠军荣耀”是一种“一荣俱荣”的情感，也就是支撑她们喜欢的不仅仅是对电竞选手的爱、也有自我对“冠军荣耀”的那份执着，因此这些受访者在自己喜欢选手低谷期会呈现出更积极的状态与更积极的行为，以期在这种支持之下让这些选手奋力拼搏，拿到最后的那一份冠军荣耀。

“我希望五个人整整齐齐，我希望我主队夺冠，我希望他们杀穿败者组，我希望他们留在胜者组，我们一直在希望，祈祷，幻想，希望他们能按照我写的剧本一步一步走，希望他们能像小说那样 happy ending，但是现实不是小说，我追星，我去看演唱会，我知道我会收获快乐，感动，圆满，我追竞，我去看比赛，我不知道这场结束他们还有没有下一场，我个人感觉，作为追星的粉丝，一个词概括叫期待，作为追竞的粉丝，一个词概括叫等待。”（A12）

但在这个无限希望之下，带来的可能是是“乐观变成残酷”的结果，最终导致的是一种失意的退场。

“最后追的真的很累，我觉得看比赛带来的情感完全影响到了我的生活，第一是追的选手的确水平下降了，但我实在不明白为什么一群人还要捧着他去责怪队友、责怪赛训组，第二是每次看比赛，看他们对局当中前期顺风、后期逆风的状态，让我怀疑自己喜欢他们有什么意义，当我发现我们这个五人组不可能拿到成绩以后，那我还是退出吧，可能我执着的也不是他们，而是他们这个团体能有好的结果，执着的是我自己的固执的感情。”（A12）

A12是一位拥有5年追竞经历并最后选择退圈的“前电竞粉丝”。在她这5年的情感历程中可以发现，她和电竞选手之间的情感连接是复杂的，既然在前期存在着一次次看着自己喜欢的选手没有夺冠、耐心陪伴选手等待拿到荣耀时的乐观心态，又存在着发现结局无法美好最终产生失意的情感，并且这种失意退出并不只与选手相关，一方面是破灭的幻想影响到访谈者现实的生活实践，使她不得不从虚拟的追竞空间中退出，回归现实生活，另

一方面，电竞选手的情感实践同追竞人的生命情感实践融为了一个整体，令这类群体希望破碎的不仅仅是电竞选手无法达到最终的电竞荣耀，最终回馈的依然是“电竞粉丝”个体本身，是追竞人难以实现自己预期的情感期盼，落入“无法实现”希望的情感困境。

四、结束语

本研究通过对电子竞技观赛用户的深度考察，揭示了当代数字文化消费中一个值得关注的现象：并非所有具有粉丝消费特征的群体都应被简单纳入传统粉丝文化的研究框架。“电竞粉丝”所展现出的独特认同体系——既挪用粉丝符号又排斥粉丝身份的矛盾实践，为学界重新思考文化消费与身份认同的关系提供了重要启示。

研究发现的意义主要体现在两个方面：首先，它突破了既有粉丝研究的理论预设，证明在数字时代，文化消费行为与身份认同之间可能存在着更为复杂的关系。电子竞技场域中的追竞实践表明，相似的消费行为背后可能蕴含着截然不同的情感互动和社会意义。其次，研究对方法论提出了新的思考方向。当研究对象明确拒绝被贴上“粉丝”标签时，研究者需要保持开放的态度，避免用既有理论框架强行解释新兴现象，而应该深入特定文化场域，理解其内在逻辑。

同时，在“电竞粉丝”的反粉丝身份话语的实践下，可以思考的是，当崇高的竞技理想必须通过消费主义的实践才能实现时，抵抗与妥协的界限已然模糊。这群自认为“非粉丝”的“电竞粉丝”群体，不得不在电竞资本打造的消费空间下来实现对竞技理想的追求，这种新型的文化形态，要求研究者超越传统的分析模式。

当消费成为维系理想存在的必要条件时，粉丝文化研究必须重新审视“自愿性”与“被迫性”的辩证关系。这也为理解其他专业领域（如体育、艺术）的粉丝化现象提供了理论参照——在消费要素全面渗透的当代社会，纯粹的热爱是否只能通过消费行为才能获得生存空间？这个问题的答案，或许正在电竞粉丝的矛盾实践中徐徐展开。

参考文献

- [1] 张文杰. 从“追竞”到“追星”：电子竞技粉丝的偶像消费与免费劳动[J]. 中国青年研究, 2024, (09): 66-74. DOI: 10.19633/j.cnki.11-2579/d.2024.0119.
- [2] 汪明磊. 互动仪式链视角下电竞用户文化研究——以英雄联盟粉丝为例[J]. 当代青年研究, 2021(04): 18-24.
- [3] 庞亮, 李雅君. 社交媒体平台的圈层化电竞传播及其观念引导[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(02): 84-90.
- [4] 刘芳儒. 情感劳动(Affective labor)的理论来源及国外研究进展[J]. 新闻界, 2019(12): 72-84.
- [5] 刘芳儒. 残酷的希望与破碎的承诺：电竞选手的情感实践[J]. 国际新闻界, 2023, 45(10): 135-159.
- [6] 张文杰. 从“追竞”到“追星”：电子竞技粉丝的偶像消费与免费劳动[J]. 中国青年研究, 2024, (09): 66-74.
- [7] 田晓娟. 认同与重构：民族地区移民群体身份与认同变迁历程——基于宁夏芦草洼的田野调查[J]. 民族学论丛, 2024(02): 72-82.
- [8] Ben Anderson, Encountering Berlant part two: Cruel and other optimisms, Geogr J. 2023; 189: 143-160.