

从“迷妹”到“小粉红”： 新媒介商业文化环境下的国族身份生产和 动员机制研究

王洪喆 李思闽 吴靖

摘要

“帝吧出征”事件在媒介舆论场中引起的震惊体验，刷新了文化精英和学界对以90后、00后为主体的网络亚文化人群的认识，也带出了过往中国互联网和民族主义研究的理论和认知盲点。本研究从这一盲点出发，通过历史梳理，以及针对这一人群的在线多址民族志与生活史访谈为主要研究工具，尝试发展出一套“中层解释”——后现代商业文化语境下知情的民族主义者，用以描述在新媒体和流行文化工业环境下，更为丰富和复杂的文化与集体身份生产机制，同时，结合宏观的结构和历史化要素，讨论其未来可能的流变、潜能及限定。

关键词

网络民族主义、青年亚文化、粉丝、商业爱国主义

作者简介

王洪喆：北京大学新闻与传播学院助理教授。电邮：whz@pku.edu.cn。

李思闽：北京大学新闻与传播学院博士候选人。电邮：lisimintg730@163.com。

吴靖：北京大学新闻与传播学院教授。电邮：jwu@pku.edu.cn。

From Fandom to “Little Pinkos”: The Production and Mobilization of National Identities under New Media Commercial Culture

WANG Hongzhe LI Simin WU Jing

Abstract

The D8 Expedition has caused shock and heated discussions in public opinion both inside and outside China. It has renewed the understandings of the 90s and 00s generations among scholars and elites, and thus exposed theoretical and cognitive blind spots in the past studies of

Chinese Internet nationalism. This paper tries to develop some “middle range” explanations of the “informed nationalists” under the context of new media commercial culture. We will first give a historical recapitulation of the developments of online popular nationalism in China, and then use multi-sited online and offline ethnography to investigate how fans are turned into nationalists. The research is the first step to reveal complex mechanisms of cultural production and collective identity formation in the era of new media and among cultural industries, and to explore their development, potential and limitations.

Keywords

cyber-nationalism, youth subculture, fandom, commercial patriotism

Authors

Wang Hongzhe is Assistant Professor at the Peking University School of Journalism and Communication. Email: whz@pku.edu.cn.

Li Simin is Ph.D candidate at Peking University School of Journalism and Communication. Email: lisiminting730@163.com.

Wu Jing is Professor at the Peking University School of Journalism and Communication. Email: jwu@pku.edu.cn.

一、研究缘起

2016年初“帝吧出征Facebook事件”（以下简称“出征”）所引起的网络民族主义浪潮在舆论界造成的震惊体验，绵延至今余波未平，一直延续到同年的“南海问题”、“赵薇事件”、“奥运霍顿事件”、“萨德导弹事件”等。特别地，由“萨德导弹事件”所引发的中国网民对韩国的愤怒情绪中，韩粉群体“国家面前无爱豆（idol）”的表述十分引人注目。¹于是，“出征”成为了中国社会各界观察新一代青年爱国群体思想动向和政治动员机制的集中个案，获得了来自各方的舆论关注和集中阐释、解读。

最常见的精英主义解释框架，借用“网络义和团”这一意象将“出征”青年网民描述为情感压倒理性的数字时代群氓，多用“非理性”、“狂热”等标签（邹思聪，2016年1月26日；史祥莆，2016年7月18日）。也有评论不满足于简化的精英视角，寻求从政治和文化理论出发对网络爱国青年的行为和动员机制进行概念化。一种来自境外媒体的解释路径将中国青年网民的爱国行动和俄罗斯的青年爱国组织Nashi勾连起来，认为以“出征”为代表的“小粉红”群体是官方宣传效仿俄罗斯的社会动员策略，即“共青团组织社运化”的产物。（自信，2016）例如，近年来在俄罗斯青年人中传唱的《嫁人就嫁普京这样的人》，体现了官方对市民社会的爱国

动员进入青年亚文化领域的宣传策略。有论者认为，中国官方对“小粉红”网络行动的组织是宣传机器效仿俄罗斯共青团社运化转型的一种政治策略，而被动员组织起来的网络爱国青年群体则呈现民粹保守化倾向。一种来自党媒评论员的声音则将“出征”参与者和当下美国大选中共和党候选人唐纳德·特朗普（Donald Trump）的青年支持者进行了比对，认为“小粉红”群体代表了中国当代青年群体中的新左翼思潮，其虽然在政治认同上与美国白人民粹主义者有所区别，但“他们彼此互为镜像，在关于民族主义的‘气质’上是同构的，都是一种青年的新保守主义化”，需予以十分警惕。（洪恺，2016）

有趣的是，以上论者和媒体在政治立场上应该处于意识形态光谱的两极，但是他们对于“出征”和“小粉红”群体的评论却共享了一套类似的概念框架和价值判断——即爱国群体的民粹化、保守化和非理性。但此类理论化尝试的共同问题是都没有深入事件背后去考察青年参与者日常的生活经验、情感结构，包括消费行为和由此衍生的文化特质。换言之，若没有对青年网络群体代际内部的经验性把握作为支撑，只在某些行为方式和话语模式的抽象相似层面，得出跟俄罗斯和美国的青年保守主义趋势气质上同构的判断，这并不能构成有效的学理分析。面对经由“出征”事件浮出水面的网络青年爱国群体，我们希望对其历史脉络和形成过程、内部构造与差异性进行探索，形成相关的问题意识和有效的解释路径。因此，本研究尝试从青年亚文化研究的角度来理解“粉丝”这样一个特定类型的青年亚文化群体为什么会参与到“出征”事件中，他们的动员机制与过往的网络民族主义者相比具有哪些相似之处和新特征。

二、研究方法 with 问题意识

通常而言，亚文化研究最经典的研究方法即是对亚文化人群的民族志观察与访谈，在网络和虚拟社区的研究中，传统民族志方法不能获取的研究资料则需要在线“游击民族志”（guerrilla ethnography）的灵活运用（Yang, 2003）。整个“出征”事件的酝酿、发起与参与过程都体现出去中心化、匿名化、具有与“快闪”（flash mob）一类网络运动（Etling, Faris & Palfrey, 2010）相似的特征。因此，我们通过媒体报道的指引、线下日常生活空间中各种社交关系、六度空间、互联网定位和追踪出征参与者等多种方法寻找访谈对象。

尽管“出征”是一个完全发生在虚拟空间的媒介事件，但当我们试图同样在虚拟空间中与参与者建立联系，希望开展网络访谈时，却未得到积极的回应。这一遭

遇一方面促使我们调整策略,重新思考虚拟民族志方法的操作性问题,将直接的对话访谈转变为旁观式的观察,对在网络上发现的“出征”积极参与者的微博状态进行长时段的行为追踪。另一方面,“出征者”们拒绝“局外人”,尤其是拒绝来自互联网的、缺乏真实社会关系保障的、完全陌生的局外人打探其“出征”行为,一定程度上表明这一群体并不是无知莽撞的,他们知晓主流舆论对爱国主义、民族主义的分歧和评价,对参与此事的风险性有一定认知,并且具有较强的隐私保护意识和能力。这个判断在之后线下的深度访谈和线上的微博观察分析中都得到了印证。这种媒介素养的体现,也提示我们在研究中对参与者的日常生活而不仅仅是“出征”行为本身进行更深入地了解,以寻找到这个群体网络行为和文化表达背后更深层次的社会史背景。多数被访者都明确地表示自己没有,也不会把参与出征的事情发到非匿名性的社交媒体中。作为“出征”事件的微博话题主持人,ID为“赵日天233号”的博主曾发布过提醒参与者保护隐私的内容:

@赵日天233号:各位,我们帝吧除了在自己的fb主页活动并没有任何其他活动!任何单打独斗的请不要以帝吧名义!也请大家保护好自己的个人信息和隐私,不要随意加好友po照片,我们已经有小伙伴被不怀好意的有心人曝光在微博,想必大家都心知肚明是谁做的,在fb和对方交流文化和弘扬大陆风光可以,请千万保护好个人隐私。

线下的困难主要来自于如何组织样本的层面。虽然来自“帝吧”的网友建立了组织严密的QQ总群和6路纵队群,还有5路后援负责情报收集、表情包制作、清理战场等(陈子丰、林品,2016),但是到达Facebook相关页面的实际参与者和围观者却大大超出了这些QQ群的范围。无法计量的匿名Facebook账号发帖者,以及并未发帖、潜水围观网民的存在,让滚雪球抽样的方法也很难奏效。一个参与者可能根本不认识其它的参与者;或者,即使参与者之间其实具有一定的线下社会关系,但是线上的匿名状态也让他们处于互不知晓彼此是“战友”。²因此,研究者主要通过咨询以大学本科生和研究生为主体的周边朋友和在各类微信群中发布研究需求的方法,获取访谈对象。大约一半的被访者是在具有强关系的微信群中看到信息,再透过私信告知我们自己参与了出征活动,其余的被访者则是通过朋友介绍而建立的联系。

耙梳事件早期在微博上的传播特征,在作为“出征”导火索的“周子瑜事件”中,韩流粉丝群体的讨论和转发起到了至关重要的引爆作用。周子瑜挥青天白日旗的录影其实发生在2015年的11月,当时除了台湾媒体三立新闻在不断借题发挥外,

此事并未造成任何舆论影响力。也就是说，作为韩国女子团体TWICE九人成员之一，周子瑜当时的知名度并不足以引发之后的媒介事件。真正让事情彻底发酵，演变为微博热门话题的，是周子瑜所属的韩国JYP公司对中国粉丝的傲慢态度。JYP公司在周子瑜国籍问题上的含混，以及诚意不足的道歉声明，让TWICE的粉丝感到不满和伤心，一时间TWICE各粉丝团以及百度贴吧纷纷发表声明表示，关闭艺人消息发布，在问题解决之前不再更新任何相关消息，不再发布任何TWICE的图片。³中国粉丝“脱粉”或“粉转黑”的行为，以及安徽卫视、北京卫视取消春晚合作等一系列连锁反应促使JYP意识到事情的严重性，于是在自己的官方微博上发布了周子瑜的道歉视频。至此，“周子瑜事件”才成为舆论的中心，围绕该视频的讨论直接触发了“表情包大战”和“帝吧出征”。

与此同时，对“出征”参与者出征前后的微博的观察，也发现他们的微博内容基本是讨论娱乐明星的话题，并非经常性地、严肃化地谈论社会、政治议题。“@赵日天233号”在成为“出征”信息组织者之前，只是一个刷小说游戏的个人娱乐小号，博主是一个玩“暖暖游戏”的“腐女”。因为1月20号凌晨申请成为微博话题主持后才开始转型为“帝吧唯一官方对外联络账号”。⁴通过#帝吧出征FB#等话题定位到的一些“出征”活动的参与者和微博活跃者们，其微博的日常内容也展现出明显的“迷妹”气质。微博“@金聃龄”⁵在ID介绍里直接表明自己的粉丝身份是“唯爱敏镐”，也就是自己是一个只粉韩国明星李敏镐的唯饭。其账号里李敏镐的信息占了绝大多数，但是她“FB表情包大战”时就开始关注事件进展，并转发相关微博；在“出征”活动进行时则积极参与到话题的各种互动留言讨论中，也参与一些从FB搬运信息到微博的工作；在里约奥运会期间，该账号也转发了大量有关中国奥运的信息，女排夺冠、傅园慧表情包、张继科马龙CP等热门话题都能在她微博中看到，呈现出热爱李敏镐和为中国奥运喝彩的夹杂状态。严嵩的观察提出了主流舆论界非常少见的把小粉红群体和娱乐明星粉丝群体勾连在一起的观点，与我们在调研中得出的印象高度一致。（严嵩，2016年7月22日）。

如果说线上的数据采集过程本身就显示了“出征”群体具有一些不同于传统的对民族主义者的定义和认知，那线下的数据采集工作则进一步廓清了本研究的问题意识。我们通过访谈了解到，正是因为长期在互联网中参与维护自己偶像的网络辩论，被访者锻炼出了丰富的网络斗争经验以及相关的媒介素养。有主张、有策略、有组织地参与“出征”活动的群体，恰恰是日常生活中深度进行粉丝活动的群体。

在本文的研究框架中，韩国流行文化粉丝——“韩粉”及其范式上衍生出来的

追星人群——占居显著位置，与韩国文化工业在中国进行偶像包装和粉丝培育投入最精致、最系统、最发达有关。但这个勾连与韩国或者韩国文化本身并没有直接的关系。

由此，基于这个群体的特性和论文的问题意识，本研究并不致力于去全景描述“帝吧出征”事件整个的发动过程和参与者构成，而是重新发现一个不为主流的学术界和舆论界所关注的娱乐明星粉丝群体，他们是这次事件里面非常活跃但是相对隐身的一个群体，我们需要去了解他们参与其中的行动者心理、生活史、情感结构以及国家认同生成机制。

基于中国网络民族主义现象的漫长流变（Wu，2007），在对“出征”事件生成比较脉络化、装载语境的解释之前，需要对中国网络民族主义行动者的历史发生过程进行重新梳理。对不同代际网络民族主义群体的内部差异、构造、形成过程的把握，是进入对当下“出征”和爱国粉丝群体的历史比较分析的基础。

三、中国网络民族主义的重新“历史化”

在理解中国当代民族主义问题上，长期以来存在一种惯性论调——“党派宣传的精英建构论”（Zhao，2000），认为是中国的政治和文化精英故意挑起了民族主义情绪，民族主义作为一种“党派宣传”，是人为建构的。然而如果把中国的民族主义简化为党派宣传，简化为理性和感性的对抗，没有办法解释网络民族主义的兴起在中国的外交政策以及社会治理中所扮演的角色。而Gries（2004：133）指出，要理解今天的中国民族主义，必须要把目光从党派宣传转向中国人的日常生活以及他们的现实情感。相比于毛时代群众对于党、人民革命和国家的一体认同，当下的人民民族主义者（popular nationalist）更多提到的是“祖国”和“中华民族”。因为这种人民民族主义的排外性在很大程度上是和国家民族主义相同的，西方的分析人士因此常常把时下的民族主义者看做是被利用的工具，这种观点是一个严重的误读。在今天的中国，民众的网络正在向国家对民族主义的垄断发起挑战，民众在民族主义政治中正发挥着更大的作用。而政党则不得不通过调整自己的外交政策来回应国内民族主义者的需要。（格里斯，2005）

此外，“党派宣传论”还预设了民族主义者和理性公众之间的二元对立，即狂热情感与理智和批判性思维之间的对立——情感越强烈就意味着更加缺乏理性和批评能力。然而，对于中国网络民族主义者的现实而言，感性与理性的并存应该是一条贯穿始终的基本线索。闵大洪在对网络意见气候的量化考察中就得出一个重要

的结论：中国网络舆论的指向有两个鲜明的特征，对外呈现“民族主义”，对内呈现“批判现实主义”，也就是说，在网络上出现的爱国者同时是中国社会现实的积极批判者⁶，未来研究中国传播网络的重要课题将是“网络民族主义和网络批判现实主义两种倾向、表现形态，以及其他因素的关系进行深入的分析”（闵大洪，2009）。

由此，以“人民民族主义”和“批判现实主义”作为概念透镜，可以对“出征”之前中国网络民族主义的历史脉络进行再透视，将参与主体的代际特征、动员形式和时间线索作为参照系，可大致分为两次浪潮。

（一）互联网催生人民民族主义：第一次浪潮（1998-2005）

网络民族主义的出现几乎与互联网在中国的出现和早期采用同步发生。基于互联网的大规模民族主义动员最早可追溯至1998年印度尼西亚排华事件——“黑色五月暴动”，官方拒绝利用联合国安理会席位推动对印度尼西亚施加制裁，反而对印度尼西亚提供了援助，中国网民强烈不满，北京大学生和黑客组织利用BBS传递信息并组织示威活动前往印度尼西亚驻北京大使馆前示威抗议，但后来遭到官方禁止。由此，网络民族主义事件第一次惊动了中国政府和国际社会（Wu，2007：35），党派宣传论的主流论调也由此开始形成。Hughes在《华尔街日报》撰文认为，从1998年开始，北京方面开始驾驭这只“民族主义网络老虎”（nationalist cyber-tiger），以解决中国政府利用互联网发展经济所带来的言论治理困境。（Hughes，2000）此外，爱国者的跨国行动经由网络串联起全球华人流散社群，在全球多地组织发起了协同的线下示威，网络民族主义的出现从一开始就动员了“文化中国”的概念（Yang，2009：497-498），从而越出民族国家的地理边界，整合了更多元的认同资源。

而1999年“北约轰炸南联盟大使馆”则直接引发了“强国论坛”的成立——中国传统媒体网站第一个开通的在线时事评论论坛（李金铨、黄煜，2003）。值得一提的是，论坛起初名为“强烈抗议北约轰炸南联盟大使馆论坛”。当年6月2日左右，抗议北约的网民们发表了很多纪念学生运动的帖子，站方大量删帖引起了网民激烈的反抗，人民日报站方为了给监管取得合法性就此将“抗议论坛”更名为“强国论坛”（闵大洪，2002年1月1日）。而即使在更名后，强国论坛的网友依然长期保持着对社会议题和国际事务的独立批判态度。2001年17岁的清华大学学生蒋磊创办了军迷网站“铁血社区”。2002年“空军一号事件”⁷，中国政府对此未做出有效外交反应，导致网民不满，纷纷在强国论坛发帖抗议，但是站方不断删帖，一些活

跃坛友不满删帖，从强国论坛“绝坛”，转战到铁血社区。由此，随着强国论坛的体制化，铁血社区取而代之，成为了鹰派爱国网民的大本营。

到了由工人和学生创办的“爱国者同盟网”和“918爱国网”发动“保钓运动”⁸的2003年，《国际先驱导报》李慕瑾发文第一次提出了“网络民族主义”这一概念，称当年为“网络民族主义元年”。他认为2003年的民族主义与90年代知识分子圈子中以出版作为主要阵地的民族主义有显著的区别：

90年代中国民族主义主要以书籍为载体，《中国可以说不》、《妖魔化中国的背后》、《全球化阴影下的中国之路》三本书的出版折射出知识分子民族意识的提升。而2003年民族主义呈现出的最显著特点是：以网络为平台，发表爱国主义言论，反对狭隘的民族主义；以网络为“根据地”，集结志同道合者并采取反对日本右翼的具体行动，故而可称为“网络民族主义”。（李慕瑾，2003年9月23日）

此后刘世鼎从2005年的反日运动中也观察到，网络民族主义并非催生了暴民，而是一种新形态中国公民参与的可能。（Liu，2006）

因此，若将这一阶段的网络民族主义现象称为第一次浪潮（1998—2005），可明显发现以下几点特征：参与者以70后大学生网民为主体，对官方在国际关系重大事件上的表现不满，具有强烈的社会介入性和公共性、同时又带有批判现实的面向。

（二）作为“知情者”和“玩家”的爱国者：第二次浪潮（2008—2010）

从2008年到2010年，随着80后网民成为中国互联网舆论生态的主流，网络民族主义开始进入第二次浪潮。之所以称为第二次，是因为不同于前一代的70后爱国者，80后爱国者身上出现了双重属性：一方面他们部分继承了70后批判现实主义的“家国”情怀，另一方面他们又是恶搞文化、动漫文化等网络消费亚文化的第一代受众，具有更趋近后现代商业文化消费者的行为特征。

通过对2008年的几个标志性民族主义事件中——3.14事件、奥运圣火传递、抵制家乐福等——的话语分析，赵菁（2013年7月）发现，网民话语突破了官方和商业化媒体设定的议程，呈现出更为多元的状态，成为了更为独立的一支舆论力量。同时，在这些事件中涌现了几个典型的80后网络爱国者形象：一个是创办“AC-四月网”的清华学生饶瑾；第二个是同济大学道桥工程专业的任冲昊，他在2012年与其他几位80后网友合作出版了文集《大目标：我们与这个世界的政治协商》，自称为中国“工业党”的历史宣言⁹。任现在担任“观察者网”主笔，同时是在线问答社

区“知乎”的著名ID¹⁰；第三个更为典型的人物是复旦哲学系的博士生唐杰，他在08年参与了四月网的建立，之后自己创建了一个独立视频网站“独家网”（<http://www.dooo.cc/>），他现在更著名的工作是参与策划“我和我的国家引擎”（<http://www.dooo.cc/zhuant/160318/>）系列视频，用FLASH动漫的方式来解释五年计划、群众动员、建设兵团等国家治理概念，在网上获得大量点击转发。

2008年，《纽约客》驻中国记者欧逸文（Osnos, July. 8, 2008）以还是学生的唐杰为主角写了一篇题为《中国愤青：新保守派民族主义者的崛起》的长篇报道，此文至今仍然是境外媒体报道中国网络爱国青年最具有代表性的文章。之所以称唐杰等人为新保守主义的民族主义者，除了他们爱国感情强烈之外，还因为他们知识丰富，对中国与世界其他国家的历史、社会与国际关系有一整套系统的、基于大国博弈的分析框架。

由此可见，80后爱国者带有上一次网络民族主义浪潮的特征，他们的行为符合周永明对铁血社区的观察，所谓“知情的民族主义者（informed nationalist）”——爱国论坛的网民兼通网络和英文，并且有一些海外成员可以直接接触到西方媒体，但是他们并没有像许多人预料的那样，非常信任西方媒体。（Zhou, 2006: 208）中国网络民族主义的兴起与跟外部世界缺乏接触并无必然联系，而恰恰相反，与西方接触的越多，越可能成为民族主义者。

然而双重属性的第二个方面，也就是与帝吧出征事件更加相关的特征，来自2010年的一起网络事件——六九圣战——姑且将其称为“帝吧出征前传”。该事件中出现了“脑残不死、圣战不止”的口号，被称作“80后宅男对90后迷妹的战争”。在2010年世博会上，韩国明星组合Super Junior的粉丝为了争抢门票在世博园内发生踩踏事故，当时有武警和志愿者被粉丝殴打和辱骂。事件发生后，网络游戏“魔兽世界”贴吧上的游戏玩家群体在6月9日发起了反韩流爆吧行动，还联系了天涯、豆瓣、铁血、中国红客联盟等网站来攻击韩国明星官网和贴吧。本次研究在采访90后韩粉时，多人提及过六九圣战的记忆对她们在后来网络上的言论和行为产生了影响，她们接受了教训，认为如果再不注重民族大义，明星和粉丝都会受到伤害。由此可见，2010年后不同网民群体在民族主义议题内部的多元性和互动关系。

此外，以魔兽贴吧为代表的80后网民生成民族主义情感的动因和70后群体也有所差异。同样是在2010年，魔兽贴吧推出了一个独立视频《看你妹之网瘾战争》（<https://www.youtube.com/playlist?list=PL69D01072BF7588A3>），被称为当年第一网络视频。这是一部玩家性感玉米用游戏引擎开发的视频，主题是抗议当年文化

部、新闻出版局、网易和九城公司对游戏牌照的争夺影响了新版本的按时上线,以及一些网瘾治疗机构的敛财行为(王洪喆,2016)。该视频最著名的部分,是这样一段独白:

“在这一年里,我和其他热爱这个游戏的人一样,为水灾,为地震而痛心哭泣,为载人航天,为奥运会而加油喝彩,我们打心眼里,就不想我们在任何一个方面落后于这个世界上的任何一个民族;而这一年里,却因为你们这些人,我们迟迟不能与地球上其它国家的玩家一起,一决高下,为了真心喜爱的游戏,我们委曲求全,我们被迫离开,我们冒着被封号的危险去美服欧服,他们骂我们是金币农民,我们顶着上万的延时去台服,他们说我们是大陆蝗虫,这些何其贬低的称谓,我们都在默默地承受,我们凭什么就不能拥有每小时4毛钱的廉价娱乐?”

这几个事件给我们提供了网络中商业娱乐和政治如何互动乃至相互生产建构的有趣案例。世博会的冲突导致许多韩粉认识到娱乐与政治并非完全孤立,追星也需要认识和维系民族大义与主流社会的政治正确。而在《看你妹之网瘾战争》中,是由于娱乐亚文化的消费被干扰,由此玩家产生了强烈的反抗意识。作者在这个抗议视频中把商家对消费者的服务与社会的公平正义联系在一起,认为一个负责任的爱国公民有权利获得合法的娱乐资源,这反过来有助于民族认同。同时,作者还提到在与境外玩家的接触中更加强烈地确认了身份边界和自己的民族国家认同。游戏本身就具有竞争性和生产团体认同的功能,在全球网络平台中参与网络游戏的群体,很自然地形成了国族为单位的战斗团体。例如在著名电子竞技游戏“刀塔”(DOTA2)2016国际邀请赛中,中国战队wings以3比1战胜了美国DC战队,其形成的国族自豪感和认同效果与奥运会获得冠军是类似的,游戏者们也会身披五星红旗站上领奖台,说出“CN DOTA!BEST DOTA!”¹¹由此可见,他们并不是像此前的爱国者那样直接在同仁网站上关心国际政治的民族主义者,而是在互联网上远离政治的日常亚文化消费中发展出与国族认同相关的政治意识。

四、“迷妹”的出征：网络民族主义的第三次浪潮

基于以上的历史化梳理,以“帝吧出征”为主要标志的、以90后为核心群体的民族主义网络行动可以被称做“网络民族主义”的第三次浪潮。本文试图从历史比较视野中发展出一些中层解释框架,提出对始于“出征”事件的网络爱国粉丝群体的分析。与60、70后的知识青年、80后的军迷,以及以男性为主体的“知情的民族

主义者”相对应的90后网络亚文化和粉丝群体，他（她）们的民族主义的形成与表达和网络商业文化与全球化时代的跨界流动有非常直接的关系。如果说任何民族主义情感的基础都是建构“自我”与“他者”、“内部”与“外部”的、维系“想像的共同体”的符号体系，那么新一代的民族主义“表情包”的来源，需要到已经弥漫在年轻人日常生活中的娱乐文化中去寻找。

第一，被称为“小粉红”的参与“帝吧出征”的群体，他们虽然是瞬间从各个贴吧、论坛、微博和其他社交媒体中聚拢而来，彼此之间在线下都是陌生人，却表现出非常自然而且坚固的集体认同。这种集体身份认同的强度和性质，与通过在线商业迷群文化形成的组织与认同模式非常相似。网络迷群文化的商业机制是不遗余力地积极提供身份认同的。文化工业通过对粉丝进行深度情感动员，来获得不计成本的消费和追星行为。在消费活动中获得快感的重要来源是身份认同，比如网络游戏之中的群体竞争，粉丝对特定明星的情感投入，网络小说中的身份代入等等。对消费对象的认同和在网络社群中经常发生的、高度组织化与仪式化的集体行动，是这些青年网民能够瞬间进行高效动员和统一行动的最根本基础。

从访谈中可见，粉丝们对偶像的喜爱不仅仅停留在为偶像消费的层面，还会进一步把偶像与其他艺人之间的竞争问题视为粉丝群体的内务，并承担起为自己的偶像争取演艺界地位和上升空间的责任。她们会因为自己的偶像没有做成主角而为之感到委屈和愤怒，行话叫做“撕番位”。也就是“演员不出声，粉丝上场撕”。争论一般聚焦为“我家才是男一”、“我家男一比你家女一番位更前”等等。同一组合的不同成员之间，也会形成差异化的认同和比较：“韩国现在最火的是EXO，成员多，有十二个人，有三个退团了，还剩九个，就这九个有叫团饭，有叫唯饭，还有叫CP饭。这些人之间都会撕，对内都撕，都别说和其他组合撕了”。这种强烈的情感带入导致了粉丝群体之间时常爆发激烈的网络战争，“饭圈撕逼”成为粉丝生活的常态。这种常年的斗争状态迫使粉丝们不得不加强自我组织，团结起来，形成集体性的力量。

粉丝网络社群的组织化还表现为对每一个入圈的新人进行媒介环境科普教育，帮助新人分析、理解自己的“爱豆”（偶像）的负面新闻。这一方面保证新人不会因为偶像光环效应的减弱而轻易脱粉，另一方面也让粉丝逐渐成熟起来，形成一致对外的、“有理有据有节”地为偶像辩护的舆论战中。这种有组织性的、较为理性的网络行动方式，是粉丝们多年经验的总结。被访者C说：“韩流粉丝在20世纪初对于负面的应对是比较幼稚的，没能先做好基础的厘清事实的工作，情绪化的保护就

会招致脑残的骂声和（公众）对明星的进一步反感。”

粉丝网络社群的这些特征，在一定程度上塑造了“出征FB”与以往“爆吧”行动不太相同的气质。我们的访谈对象中有曾经“混帝吧”的男性成员，根据他们的讲述，老一代“帝吧”的风格是采用刷屏“爆吧”的形式让“敌人”在瞬间失去战斗力，刷屏的内容通常比较粗暴，谩骂居多，也就是“并不想讲理”。然而这次“出征”事件中，“让台湾网友了解一个真正的大陆”这种沟通交流的意愿是显而易见的，语言上不再是冲突性的人身攻击，而是介绍性质的美食、风景等图片和表情包，并且还制定了各项组织原则，行为准则，在出发之前反复宣讲宗旨和纪律，并且有专门的人来维持秩序，劝说爆粗口的网友，或者把不遵守规定的人踢出QQ群。这些与之前帝吧“爆吧”行动明显不同的特征，被访者认为与小粉红群体的加入是相关的，并且对此非常欣赏，认为老“帝吧”的“屌丝”气质只能是语言暴力的发泄，没有什么成果，而小粉红理性和文明的行动风格更能赢得公众的接受和认可。

第二，参与“出征”的核心成员表现出比较高的驾驭媒体内容、把握政治力量对媒体进行操弄的套路的能力。新一代浸淫在商业传媒环境中的亚文化群体，他们的媒介素养和政治意识的养成，大多来自政治媒介化、新闻信息全球化与商业化的新媒体环境。通过日常频繁的商业媒体参与、媒介行动与动员，这个群体获得了可观的媒介素养和媒体运作知识。比如他们对于偶像在媒体中形象的维护，并不是单纯理解为自己的“爱豆”就是比别人的好，而是熟知许多公关、营销、水军，乃至抹黑别人的套路。“我的观念是营销号就是拿钱办事。给你钱黑一个明星，就会扒他的黑料，给你钱捧一个明星，就可能只说他好的事情。”有被访者明确地给我们表述了韩粉群体是如何看待目前由微博营销号、微信自媒体发布的各种娱乐新闻，尤其是负面新闻，内部会分析是不是“对家粉丝”或其它的娱乐公司故意引发的炒作。她用自己的偶像举例说：

“就是前一阵我饭的那个组合，他们在深圳开完演唱会去酒吧有丢烟头的东西，引起大家的广泛讨论。我们是觉得他是做错了，但是营销号一直拿这个事情来炒，一直在说他不对，反复强调即使已经道歉了，还是说这事，我们就觉得这个营销号，肯定是收钱的。我还特意看过那个营销号，之前还发过广告，说下载APP赢Big Bang演唱会门票，我们觉得那你这事肯定办得太藏头露尾吧，肯定是之前要收了人家钱，这回收了更多的钱，所以要跳出来要黑他。”

绿营媒体手段的分析中得到充分地调用。“出征”之后公开的媒体报道中也采访到参与者对台湾绿营媒体的熟悉。“三立新闻是专门骂国人‘强国人’和‘玻璃心’的绿媒，是重点的进攻对象，其次是苹果日报，是‘台独女神’的塑造者。”以及报道下面网友的评论，“不能客观一点吗？我认为这是一件很有意义的事情，翻墙过去你会发现台湾媒体报道基本都是胡乱报道，非常带有敌视，宣传大陆就是把大陆妖魔化，这就带来了台湾年轻人对于大陆缺乏了解以至于媒体怎么写他就认为是什么，缺乏对于世界宏观的了解。我们要发出声音，不管他们看不看，要为他们普及一些大陆文化。”（亲自，2016年1月20日）所以在外人看来像是一时兴起的“出征”，背后其实有着明确的目标选择和策略设计。

这些在网络中看似陷入迷狂的粉丝们，在线下的现实生活中比较克制，能够在一定程度上理解对立阵营粉丝的心态和行为，并且采取较为理性的控制（containment）冲突的方式。如果一个朋友是TFBOYS的粉丝，另一个是韩流粉丝，那朋友间的谈话会尽量避而不谈“为什么粉”这些问题，以免出现“你们TFBOYS一帮小屁孩，你们韩国棒子”这种相互撕扯的状况。因此，粉丝间的战争是一种几乎完全发生于网络环境中的媒介行动，常年的论战让粉丝们锻炼出一整套媒介素养和媒体知识，对娱乐公司的公关操作具有系统、理性的意识。

可见，长期的网络互动让粉丝群体得到了“教训”，积累了“斗争经验”，知道明星在出现不同种类危机事件时的公众心理反应，知道舆论热点的周期性规律，会因地制宜地在具体事件中制定统一的粉丝行动方案和媒介策略。有被访者总结道：“爱豆媒体丑闻出现后，粉丝做法如果要详细、系统梳理的话，我觉得可以分为很多种。盲目辩解、表示相信，这当然是第一种。结合一些理据进行剖白，这类似于所谓‘洗白’，第二种。第三大类是安静支持，更多见于老团粉丝，比较成熟、经历的事情比较多。”

这种素养能力和媒介策略不仅存在于娱乐话题中，也被粉丝们运用到与偶像相关的政治性议题中，她们会尽量在爱豆和爱国之间寻找平衡，避免陷入国家面前无爱豆的困境。因而她们一方面会对相关的事件报道进行各种求证和分析，尽可能地在事实层面上消除偶像和国家民族的对立。比如，“周子瑜事件”相对平稳后，就有粉丝做了详尽的事件回顾贴，通过梳理整个事件的进程，既再次确证三立新闻的炒作和挑衅是始作俑者外，也分析解释周子瑜主要是被公司推到前台的提线木偶。

¹² 另一方面，如果偶像的负面新闻被证实，或者涉及中国复杂政治态势的问题，那韩粉们就尽可能地保持沉默，不让事态扩大化。有被访者举例说：“那时候赶上那

个韩国人得了病跑到我们中国来，我们韩饭团结一心，都在谴责那个人。我们说这个人会给我们偶像带来负面影响，但是我们偶像不是这样的人。这种情况下，我们饭圈都说最近都不要刷话题了，不要给欧巴造话题了，要他们消停一下，以免殃及无辜。”

娱乐与政治的牵扯，一方面与跨国追星行为必然会引发的身份政治冲突有关，另一方面，也与当代全球政治、尤其是美国政治，普遍出现的媒介化、奇观化的趋势有密切的联系。90后一代作为网络原住民，对全球信息的获取已经主要来自互联网和社交媒体，而非经过重重过滤和编辑的国内主流媒体。在全球媒介景观中，政治博弈与娱乐业的竞争形态高度同构，造势、偶像效应、公关策划、事件营销、形象塑造，都调用重合的专业团队与技术手段。粉丝们在政治新闻中所获得的政治评价方式与框架，和在日常生活中参与粉丝之间的竞争、冲突、博弈，是基本一致的。而在全球娱乐媒体中，比如电影和电视剧，对政治的再现也多是基于阴谋论、博弈和策略竞争的现实主义景观，《24小时》、《国土安全》、《纸牌屋》等在中国网民中流行的美剧就是典型的案例。在一定程度上，全球政治新闻与文化工业对政治的再现共同塑造了粉丝群体对政治的评价视角、框架和语汇，使得这种表面上远离政治的亚文化群体，反而通过消费流行文化获得了对政治议题的评价能力和自信。比如在访谈中我们提到媒体曝光的希拉里的竞选丑闻时，访谈者会很自然地评价说，“这就是新一季《纸牌屋》嘛”。

最后，除了通过网络接触外部世界，90后人群更是具有比老一辈更加普遍的跨国经验。出国旅游、学业交流、留学，已经成为都市中产阶级家庭出身的90后、00后青少年相对普遍的生活经验。与过去不同，这些全球流动的行为更具有主体性、更加自信，是为了见识更广阔的世界，而不是带着悲情意识去国离家，寻求更好的生活，或者去学习先进国家的知识和经验。在相对和平、繁荣和自信的环境下成长起来的“数字原住民”完全没有这种情感结构，他们大都以平等和友善的心态去面对和接触外部世界，并没有那么多的落后、自卑或者怨恨情结。因此，以普通游客和消费者的身份所参与的全球流动性，使得青年群体更容易超越西方媒体常见的文明与野蛮、普世价值、自由与集权等二元对立的认识框架，而是具有平视西方社会的心态，这与过往民族主义基于“屈辱”历史的防御性心态有所不同。比如在访谈中最经常出现的一种说法是，“出去之后发现台湾、美国、欧洲也没有想象的那么好”，或者“台湾人对政治和历史的了解太少了，和他们讨论时他们的论据很贫乏”。参与“帝吧出征”的群体中，留学生和恰好在海外的人占据了一定的比例，

他们在网络讨论和留言中会称自己为“时差党”（参见表1）。

表1. 对访谈对象的特征描述

编号	访谈时间	访谈方式	特征	对外经历
M	2016/01/30	面对面	女，85后；硕士毕业	日本、韩国、欧洲旅游
R	2016/3/27	面对面	女，95年；本科在读	日本交换；韩国、台湾旅游
X	2016/3/29	面对面	女，90后；本科在读	未知
D	2016/3/29	面对面	女，90后；本科在读	台湾交换
L	2016/4/15	微信访谈	男，90后；本科在读	未知
Y	2016/4/19	面对面	男，90后；本科在读	台湾、日本交换
S	2016/6/21	微信访谈	男，85后；硕士在读	欧洲交换
J	2016/6/23	微信访谈	女，90后；硕士在读	韩国、台湾交换
C	2016/7/19	微信访谈	女，90后；本科在读	韩国交换
Z	2016/8/13	微信访谈	男，90后；硕士毕业	未知

留学生中产生大规模爱国热情和行动，在2008年保卫奥运火炬的运动中就开始体现出来¹³。而这样的情感结构和认同模式，显然在跨国中文社交网络中得到了继承和持续的培育。这使我们注意到全球流动性、多元文化碰撞融合的另外一面，即域外的经验对于年青一代国族身份的唤醒作用。即便是在网络追星群体中，这种身份认同的激发也是一种高度切身的日常化的体验。表面上超越国界的青年跨国粉丝群体可能比网络中其他任何人群更频繁地遭遇以国族为认同单位的边界。在访谈中，我们问道：“为什么你认为‘韩粉更爱国’？”被访者以韩国明星组合Super Junior为例回答道：

“中国粉丝遭受很多排挤。韩国粉丝觉得中国粉丝抢资源，中国粉丝觉得韩粉住在韩国见偶像容易多了，但啥都不干还指手画脚。每一次行动，投票、买唱片，都是以国家为别人首先认知你的标签，身份认同自然会加强；和另外团体的冲突、差异越大，自己集体的认同就越强。”

Big Bang的粉丝也有类似的感受，她们的偶像在中国除了开演唱会，就没有其他商业活动。而对于日本市场，则会出日语的专辑，也会在用日语和粉丝交流。这种以国家为单位的市场化差异被调侃为“韩国的粉丝是正宫，日本的粉丝是宠妃，中国的粉丝是夏雨荷”。

有趣的是，在这种并不太公平的娱乐资源分配环境中，中国的韩粉们既没有产生出所谓“狭隘的民族主义”，也没有发展出“彻底的民族自卑”，而是锻炼出了更为成熟、积极和多样化的参与能力。例如，在FB表情包大战中，参与者就强调她

们的策略与传统的“战争”不同，“大家不过是假装来打架，却发现大家带的都是面包而不是砖头而已。指挥总部在发起总攻之前在群里都说了，尽量发吃的玩的，只骂‘台独’不骂‘台湾同胞’，和外国人好好交流，不要带脏话，不要骂人。

‘我们是劝出走的兄弟回来的，不是赶别人分家的’。”（亲自，2016年1月20日）这种既自信充满行动力，又具有同情心的“战场”经验，在粉丝的日常活动中比比皆是。

在追星过程中，粉丝们积极地介入到偶像参与到的各种评奖中，为了让自己的偶像在国际竞争中也有席之地，中国粉丝会集体翻墙，到YouTube为偶像的视频刷点击量，到FB上注册多个账号参与投票等。因此，当主流舆论惊诧于怎么突然有这么多人有翻墙的能力，猜测一定和政府的默许和鼓励有关时，“出征”参与者会表示翻墙在她们这里是一件非常简单的事情，粉丝团体的日常活动就包括经常翻墙为自己的爱豆刷流量，娴熟地运用VPN、注册多个马甲等是粉丝们基本的技能。在他们的社交网络里，也日常提供各种翻墙方法的帖子和攻略，帮助新人学习相关知识，成为合格的粉丝。

因此，Super Junior的中国粉丝在国际饭圈界里被称为“大陆姐姐”，就是因为她们的“战斗力很彪悍，能买碟能刷话题能刷票”。这一方面与中国粉丝的购买力相关，另一方面也表明了中国粉丝具有较强的组织能力和解决问题的能力。这些能力让她们形成了一种积极正面、不卑不亢的国族身份心态。被访者C表示，相比中国粉丝，韩国的粉丝很松散，“站子”（即粉丝的自组织机构）也少，“因为他们追星的难度太小了，没有什么特别大的必要去做很多事情。他们有时候也挺幼稚的（相比于我们）。JYJ成员、前东方神起成员朴有天爆出强奸案，案件至今定性不明，有个韩国‘站子’首先跳出来，对朴有天很失望以后只支持金在中、金俊秀。雪上加霜是为不智。之后事件发展（出现了变化），他们又反悔打脸。”

这些在商业消费文化中发展出的具有一定情感强度的民族认同现象，令我们反思开放和跨界文化交流就一定带来世界公民观念和弱化国家意识这样一类叙事。我们看到，在许多情况下，商业媒体的市场化运作造成消费群体之间的区格，以及国际流动中依据国家、族群、阶级、宗教等等的身份差异标定，并非偶然现象，而是全球化政治经济结构的必然逻辑。

五、讨论：新媒介商业文化主体何以政治化？

讨论至此，这项研究所可能开启的讨论逐渐清晰：如果以“出征”为代表的新

一轮网络民族主义事件可以被称为中国网络民族主义的第三次浪潮，那其中青年亚文化人群为主体的新特征是什么？进而，一个跨越国别的普遍问题是，这些远离政治的后现代商业文化主体是如何完成政治化的？而这种新兴政治主体的性质又是怎样的？本文尝试提出以下几点讨论。

首先，商业文化环境下政治参与和身份认同生成机制的讨论延续了Jenkins（2006：219）所提出的粉丝消费者的政治潜能。就中国语境而言，张玮玉也观察到一种网络亚文化人群政治化的路径。（Zhang，2016）与这些讨论相比较，本研究中所指认的粉丝爱国行动主义，把我们带回到了新媒介商业文化消费中最根本的政治经济学维度。文化商品从来不是没有“祖国”的，在跨国消费中不断遭遇的国族和各种群体边界使得后现代人群不得不逆向追认自己的共同体身份。

其次，借用周永明的“知情民族主义”概念，本文试图提出一种“后现代的知情民族主义者”的可能性，作为基于现有观察的探索式讨论。周永明描述的民族主义网络群体——“军迷”（Zhou，2005；2006）——与我们当下研究的粉丝群体形成了有趣的对偶关系。首先，两者都是网络亚文化群体，前者是“军迷”，后者是“迷妹”。虽然都有“迷”字，两个命名的文化意涵却指向了不同的性别想象和政治评判。前者表征了男性的、理性的、政治化的网络行为，这在周永明的调查中也得到了印证；而后者的公共形象是女性的、感性的、去政治化或者政治无意识的。但是，我们的调查在一定程度上颠覆了这种二元对立，指出“迷妹”群体在消费过程中也产生了相应的群体意识、媒介素养、政治知识和组织能力。

其次，我们进一步的观察发现，“迷妹”的政治观念与军迷将西方20世纪热战、冷战背景下零和博弈、地缘政治的话语借鉴过来的对政治的理解是很不一样的。而且，她们这种具有女性气质的爱国话语在之前的网络民族主义浪潮中是被压抑和不可见的。“出征”时网络攻击话语“突然转型”，从对骂转变为发美食美景、爱国诗词以及交友，带有了游戏、戏谑甚至反讽的后现代成分，就与这种气质不无关系。人们大多关注到了出征群体组织性强、战斗力爆表、纪律严明、策划周密等“男性气质”的一面，却大多忽视了这种新的爱国主义文化表征体系。她们既做到对国际政治的知情（虽然这种知情的渠道是政治化的商业活动和媒体议程）但又在话语中对地缘政治和军事主义持解构性立场，对国际问题的战略分析和重大民生政治议题并不必然关心，经常将其转化为消费主义语境中的“聊天”、“友爱”、“吃美食看美景”，并自豪地把这些当作重要而有效的统战手段。在后现代商业文化，尤其是粉丝和动漫文化中，国族话语往往必须被转换成可以投射情感认

同的“萌化”编码系统，在想象层面完成了用“爱”与“意志”代替“战争”与“阴谋”的国际政治博弈。她们的交流方式具有既非攻击也非防御的属性，对既有的权力秩序既保持尊重又有疏离，这与持有系统世界观的新保守主义者之间存在很大差异性，与美国新右翼的特朗普支持者在“气质”上也不尽相同。

最后，值得注意的是，无论是“军迷”还是“迷妹”，都仍旧是在西方现代性所提供的话语体系中借鉴和改造自身的国族认同，前者是现实主义地缘政治思维，而后者是冷战庇护下发展出来的“东亚都市现代性”（吴靖、云国强，2007）的中国拟仿。新时代青年的爱国主义能否超越这种具有后殖民性质的世界与国家想象，发展出对中国和第三世界的土地、人民与历史更切近的情感认同和知识体系，有待于我们持续的观察。

中国网络民族主义的复杂性在于，在不同代际、历史记忆和生活经验中形成的网络行动者群体在当下的中文互联网中是共存的，它们共同演进、各自发展，在延续和断裂并存的历史事件和时代脉络中生成的民族意识彼此之间正在发生持续的交互影响，或者说“多元互动”（Yang, 2009: 37）。在未来的新媒体商业文化和中国崛起语境下，传统的政治光谱和政治度量是否依然有效，都需要我们的持续观察和细致研判。

（责任编辑：熊壮）

注释 [Notes]

1. “南海问题”指围绕南海仲裁案展开的一系列民族主义媒介事件。在娱乐圈中，明星是否转发了“一点也不能少”的微博也成为粉丝们关注和争论的焦点。“赵薇事件”指由赵薇新电影《没有别的爱》启用戴立忍所引发的网络媒介事件。该事件中，戴被网友指认有台独行为，赵薇的粉丝提醒偶像应该小心注意。但赵薇作为制片方却试图通过删帖等方式来控制相关舆论，其中共青团中央的官方微博也一度被删，从而引发了一场“资本控制媒体”的大讨论。“奥运霍顿事件”指巴西里约奥运会期间，澳大利亚游泳选手称中国选手孙杨为“drug cheat”，从而引发出民族主义、体育体制等方面的讨论。“萨德导弹事件”指韩国同意美国在自己领土范围内部署末端高空区域导弹防御系统，即俗称的“萨德”（THAAD）系统。这一国际军事动态引发出中国的一些外交政策变化。对于娱乐圈来说，韩国媒体曝出的中国广电总局将限制韩国艺人和节目的“限韩令”，引起了中国粉丝群体和其他网友的热议，出现了“国家面前无爱豆”的口号。
2. 被访者R20160327因为有朋友发来一张参战的截图，她才知道这个朋友也参与，或者至少去围观了。
3. 参见百度周子瑜吧在微博上发布的休站公告（<http://weibo.com/p/1001603930905445051071>）。
4. 参见赵日天233号自述《关于这个微博的事》（<http://weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309403986428244711663>）。

5. 其微博地址: http://weibo.com/u/3707461853?is_all=1&stat_date=201601&page=4#feedtop。
6. 爱国与批判现实共存恰恰也是老“帝吧”的特征, 闵大洪认为在批判现实话语受到打压后, 民族主义就得到了凸显, 然而实际上“帝吧”青年网民在于审查尺度的长期互动中早已形成了一套隐晦表达社会批判的“内涵贴”文化。参见“GQ报道帝吧风云: 被互联网培植的愤怒”。参见 http://www.gq.com.cn/celebrity/news_1543c2f369a5900a.html。
7. 中国的情报官员在一架美国制造、准备作为中国国家主席江泽民专机的波音767型飞机上, 发现27个窃听器。参见 http://news.china.com/zh_cn/focus/eavesdrop/news/10003041/20020123/10197383.html; http://blog.sina.com.cn/s/blog_6d83d5540100unvd.html。
8. 2003年6月23日中国民间保钓联合会联合918爱国网、爱国者同盟网等众多爱国网站, 在网上募集资金, 出海保钓。此举开创中国大陆保钓人士出海保钓之先河。之后, 该联合会共组织了四次出海保钓运动, 包括在钓鱼岛海域投放刻有“中国领土钓鱼岛”字样的主权碑、中国公民登陆钓鱼岛等。参见 <http://baike.baidu.com/view/1296921.htm>。
9. 参见 http://www.guancha.cn/MaPing/2012_08_24_93081.shtml。
10. 知乎ID“马前卒”(<https://www.zhihu.com/people/ma-qian-zu>), 他关于帝吧出征FB的知乎回答见 <https://www.zhihu.com/question/39663757?rf=39657002>。
11. 参见 <http://www.dota2.com.cn/article/details/20160814/187411.html>。
12. JYP 事件回顾以及个人观点, 参见 <http://weibo.com/p/1001603932847655271358?sudaref=passport.weibo.com>。
13. 2008年4月7日, 中国的女残疾击剑运动员金晶在巴黎传递奥运火炬的过程中, 遭到藏独分子的袭击。从而引发了中国海外留学生的愤怒。当火炬传递到自己所在国家时, 留学生和华侨群体主动走上街头, 护卫火炬传递。参见 <http://tieba.baidu.com/p/4672592864>; <https://www.douban.com/group/topic/87993932/>。

引用文献 [Reference]

- 白信(2016年2月26日). 从Nashi到小粉红: 中国青年运动的俄罗斯化. 检索于 <https://theinitium.com/article/20160226-opinion-nashi-xiaofenhong-china-youth-movement-baixin>.
- [Bai, X. (Feb. 26, 2016). From Nashi to little pinkos: Russianization of Chinese youth movement. Retrieved from <https://theinitium.com/article/20160226-opinion-nashi-xiaofenhong-china-youth-movement-baixin>.]
- 陈子丰, 林品(2016). 从“帝吧出征”事件看网络粉丝社群的政治表达. 《文化纵横》, (3), 86-92.
- [Chen, Zifeng & Lin, Pin (2016). The political expression of the network community of fans in “the War launched by The Di Ba”. *Beijing Cultural Review*, (3), 86-92.]
- 格里斯(2005). 浅析中国民族主义: 历史、人民和情感. 《世界经济与政治》, (11), 42-48.
- [Gries, P. H. (2004). A preliminary analysis of Chinese nationalism: the people, their pasts, and their passions. *World Economics and Politics*, (11), 42-48.]

洪恺(2016). 中国当代青年群体中的新右翼思潮.《文化纵横》, (6), 46-51.

[Hong, Kai. (2016). The new right-wing thoughts among contemporary Chinese youth groups. *Beijing Cultural Review*, (6), 46-51.]

黄煜,李金铨(2003). 90年代中国大陆民族主义的媒体建构.《台湾社会研究季刊》, 50, 49-79.

[Huang, Y. & Lee, C. C. (2003). Media construction of Chinese nationalism in the 1990s. *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, (50), 49-79.]

李慕瑾.(2003年9月23日). 网络民族主义掀开中国民族主义新篇章.《国际先驱导报》.

[Li, M. (Sept. 23, 2003). Cyber-nationalism starts a new chapter of Chinese nationalism. *International Herald Leader*.]

闵大洪(2009).对中国网络民族主义的观察、分析——以中日、中韩关系为对象.《中国网络传播研究》, (0), 131-143.

[Min, Dahong (2009). An observation and analysis on the Internet nationalism in China: based on the Sino-Japanese and Sino-South Korea relations. *China Computer-Mediated Communication Studies*, (0), 131-143.]

闵大洪(2002年1月1日).由《人民日报·网络版》“抗议论坛”改版想到的.检索于<http://chinamediaresearch.cn/article/109/>.

[Min, Dahong (Jan. 1, 2002). By the thought of relaunch of *People's Daily* (online edition) “Protets BBS”. Retrieved from <http://chinamediaresearch.cn/article/109/>.]

亲自参加两岸Facebook“表情包大战”是一种什么样的体验?(2016年1月20日). 检索于<http://www.pingwest.com/fighting-with-fun/?from=timeline&isappinstalled=0>.

[What is a kind of experience when you personally participate in the experssion package war on Facebook? (Jan. 20, 2016). Retrieved from <http://www.pingwest.com/fighting-with-fun/?from=timeline&isappinstalled=0>.]

史祥莆(2016年7月18日). 致小粉红:还有什么比“爱国”更容易? 检索于http://culture.ifeng.com/a/20160717/49369480_0.shtml.

[Shi, Xiangpu (July. 18, 2016). To little pinkos: what could be more easily than being patriotic? Retrieved from http://culture.ifeng.com/a/20160717/49369480_0.shtml.]

王洪喆(2016). 不可折叠的时空与不可降维的身体——电子游戏的城市空间社会史.《中国图书评论》, (4), 34-42.

[Wang, H. (2016). Unfoldable time-space and non-dimensional body: a social hstory of video games in Chinese urban space. *China Book Review*, (4), 34-42.]

吴靖,云国强(2007). 迷人的父权制——韩国家庭剧中的现代性与男性气质.《新闻大学》, (2), 92, 84-89.

[Wu, J. & Yun, G. (2007). Charming patriarchy: modernity and masculinity in Korean family dramas. *Journalism Quarterly*, (2), 92, 84-89.]

赵菁(2013年7月). 国家、市场、互联网:对零八中国大陆民族主义话语的批判性分析. 中华传

播学会2013年年会, 辅仁大学, 台湾.

[Zhao, J. (July, 2013). *State, market and the Internet: critical discourse analysis to China's nationalistic discourse in 2008*. 2013 Chinese Communication Society Conference, Fu Jen Catholic University, Taiwan.]

严蕾(2016年7月22日). 爱国小粉红、粉丝战争,与天朝主义赛博格——“小粉红”身份. 检索于 <https://theinitium.com/article/20160722-opinion-yanqiang-pink-cyborg>.

[Yan, Qiang (July. 22, 2016). Patriotic little pinkos, war of fans, and the Middle Kingdomism cyborg. Retrieved from <https://theinitium.com/article/20160722-opinion-yanqiang-pink-cyborg>.]

邹思聪(2016年1月26日). 如何理解“网络出征”? 检索于 <http://www.chinesepen.org/blog/archives/45586>.

[Zou, Sicong (Jan. 26, 2016). How to understand “Internet expedition”? Retrieved from <http://www.chinesepen.org/blog/archives/45586>.]

Etling, B., Faris, R., & Palfrey, J. (2010). Political change in the digital age: the fragility and promise of online organizing. *SAIS Review*, 30(2), 37-49.

Gries, P. H. (2004). *China's new nationalism: pride, politics, and diplomacy*. Berkeley, LA: University of California Press.

Hughes, C. R. (Sept. 21, 2000). Beijing rides a nationalist cyber-tiger. Retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB969481844862316960>.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York, NY: NYU Press.

Liu, S. (2006). China's popular nationalism on the internet. Report on the 2005 anti-Japan network struggles. *Inter-Asia Cultural Studies*, 7(1), 144-155.

Osnos, E. (July. 8, 2008). Angry youth: the new generation's neocon nationalists. *The New Yorker*.

Wu, X. (2007). *Chinese cyber nationalism: evolution, characteristics, and implications*. Lanham: Lexington Books.

Yang, G. (2003). The Internet and the rise of a transnational Chinese cultural sphere. *Media, Culture & Society*, 25(4), 469-490.

Yang, G. (2009). *The power of the Internet in China: citizen activism online*. New York, NY: Columbia University Press.

Zhang, W. (2016). *The Internet and new social formation in China: fandom publics and netizens in the making*. New York, NY: Routledge.

Zhao, S. (2000). Chinese nationalism and its international orientations. *Political Science Quarterly*, 115(1), 1-33.

Zhou, Y. (2005). Informed nationalism: military websites in Chinese cyberspace. *Journal of Contemporary China*, 14(44), 543-562.

Zhou, Y. (2006). *Historicizing online politics: telegraphy, the Internet, and political participation in China*. Stanford, CA: Stanford University Press.