

# “豆瓣娃圈 - 棉花娃娃”小组的活动实践与心理认同构建

慈黛友

南京林业大学人文与社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月24日; 录用日期: 2024年11月5日; 发布日期: 2024年11月15日

## 摘要

棉花娃娃发烧友圈作为一个关注焦点一致、情感活动实践相通的亚文化网络趣味团体, 推动了其团体内部的互动盛典。这一圈层随着棉花娃娃这一时尚产品的走红, 逐渐被大众所重视。本研究聚焦于“豆瓣娃圈 - 棉花娃娃”社群, 运用互动仪式链理论框架, 通过深度参与观察法, 深入剖析了网络趣缘社群——即豆瓣平台上专注于棉花娃娃的兴趣小组, 其成员如何借助互动仪式构建共享情感空间, 进而实现个体与集体心理身份认同的塑造过程。研究揭示, 豆瓣娃圈作为平台, 不仅为社群成员提供了广阔的互动舞台, 还促进了信息交流与情感共鸣的深化。社群内部形成的规范体系, 有效界定了群体边界, 确保了内部生态的和谐稳定, 排除了非成员的干扰, 维护了社群文化的纯粹性。在这一过程中, 成员间通过一系列精心设计的仪式性互动, 如分享养娃心得、参与线上活动、共同庆祝特殊日子等, 积累了丰富的“情感能量”, 这种能量不仅增强了成员对自我身份的确信, 也深化了对所属群体的归属感与认同感, 从而强化了社群的内在凝聚力与向心力。

## 关键词

互动仪式, 亚文化网络趣缘群体, 豆瓣娃圈, 心理认同

## Activity Practice and Psychological Identity Construction of “Douban Doll Circle-Cotton Doll” Group

Daiyou Ci

Faculty of Humanities & Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 24<sup>th</sup>, 2024; accepted: Nov. 5<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 15<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The cotton doll enthusiasts circle, as a subcultural network fun group with the same focus and the same emotional activity practice, promotes interactive celebration within its group. This layer, with the popularity of the cotton doll fashion products, gradually gained public attention. This study focuses on the community of “Douban Doll Circle-Cotton Doll”, and uses the theoretical framework of interactive ritual chain and the deep participation observation method to deeply analyze how the members of the online interest community, that is, the interest group focusing on the cotton doll on Douban platform, build a shared emotional space with the help of interactive rituals, thus realizing the shaping process of individual and collective psychological identity. The research reveals that the Douban Doll circle, as a platform, not only provides a broad, interactive stage for community members, but also promotes the deepening of information exchange and emotional resonance. The normative system formed within the community effectively defines the group boundary, ensures the harmony and stability of the internal ecology, excludes the interference of non-members, and maintains the purity of the community culture. In this process, members accumulate rich “emotional energy” through a series of well-designed ritualistic interactions, such as sharing child-raising experiences, participating in online activities, and celebrating special days together. This energy not only enhances members’ self-identification, but also deepens their sense of belonging and identity to their group, thus strengthening the inner cohesion and centripetal force of the community.

## Keywords

Interactive Ceremony, Subculture Network Interest Group, Douban Doll Circle, Psychological Identity

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 少女视角下的棉花娃娃

棉花娃娃, 又称“棉花美娃娃”, 是一种以棉花、聚酯纤维等为主体材料制成的人形玩偶, 常见大小在 10~20 cm, 体型分类有正常体、胖胖体、长腿体、分腿体、海星体、特殊体等。头发一般分为直炸毛、普毛、卷毛、仿兔毛、牛奶丝、高温丝等。棉花娃娃最早起源于韩国饭圈, 2017 年后传到中国, 2018 年前后开始在国内兴起, 从饭圈产物逐步发展为集可爱经济、精神消费、社交属性、文化属性等于一体的个性潮玩产品, 逐渐从小众走向大众视野。

从微店发布的《2021 年棉花娃娃洞察报告》来看, 棉花娃娃玩家群体中, 98% 以上的玩家为女性。娃娃在女性童年时期扮演着重要的角色。许多成年女性尽管在生理和心理上已经相对成熟, 却仍能从娃娃身上找到内心期望和认同的元素(龙雨青, 2023), 从中得到心灵疗愈, 找到内心的平静与自我满足。因此, 棉花娃娃圈也呈现出异于其他亚文化趣缘群体的群体边界和认同。

### 1.2. 日益壮大的棉花娃娃圈

目前学界并没有对“娃娃圈”形成一个标准的概念界定。以“养娃娃”或“娃娃圈”为条件在 CNKI 进行检索, 可以追溯到的最早文献记录在 2006 年, 为一篇题为《中国“白领养娃娃”正在兴起》的文章。这

篇论文里指出,“养娃娃”是 BJD (Ball-Jointed Doll 的英文缩写,泛指各种拥有球形关节的精致可动人偶)玩家的昵称,信息时代下“养娃娃”们在互联网上聚集、沟通,从而形成了“娃圈”(小幽,2006)。这也是“娃圈”首次在国内学术界被提及。但近几年“娃圈”的发展逐渐扩大,包括但不限于 BJD 娃娃、棉花娃娃、ob11 娃娃、Blythe 娃娃(也称小布娃娃)、迪士尼娃娃、可儿娃娃、芭比娃娃等。

“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组成立于 2019 年 10 月 20 日,目前已有 32,505 名组员。作为一个融合了二次元动漫、三次元真人 IP 及原创设计元素的独特亚文化社群,广泛汇聚了漫画迷、动漫爱好者及饭圈粉丝等多元群体。这一社群聚焦于其核心——即基于这些 IP 形象定制的有属性棉花娃娃,以及充满创意的原创无属性娃娃,共同探索并享受由这些萌物及其周边产品构建的独特世界。这一社群以其独特的审美趣味和文化标识,在潮玩领域中划出了鲜明的界限,形成了一个区别于其他潮流玩具圈层的亚文化趣缘共同体,成员间因共同的爱好与追求而紧密相连。

## 2. “豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组活动实践

美国社会学家兰德尔·柯林斯在其著作《互动仪式链》(Interaction Ritual Chains)中指出,互动仪式是个人的动力来源,社会中的每一个个体都是基于与他人的互动而逐渐构建自我的形象(Collins, 2004)。同时,柯林斯主张情感能量在人类交流中扮演着至关重要的角色,因此人们参与交流的动机可以被解释为“情感能量的理性选择”。在此理论的基础上,他建立了一个互动仪式模型,在这一模型中互动仪式的启动需要四个前提条件,分别是:“1、有两个或两个以上的人在场;2、与局外人产生的区隔;3、拥有共同的关注点;4、产生互通的情感体验并积攒情感能量”。(吴迪,严三九,2016)从中我们可以获取一定的思路,来分析“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组互动仪式实践活动。

### 2.1. 网络空间小组平台——活动场所

柯林斯关于仪式互动的经典界定聚焦于现实生活场景,强调物理共在个体间的直接交互。然而,随着互联网技术的飞跃,传统物理界限被彻底颠覆,虚拟在场的新形态极大地拓宽了互动的边界与形式。在此背景下,棉花娃娃爱好者跨越地理隔阂,在豆瓣小组这一网络平台上汇聚成群,形成了虽身处各地却心系一物的独特社群现象。这一现象不仅挑战了传统互动理论的空间假设,也展示了数字化时代社交互动的新模式与潜力。棉花娃娃爱好者在网络空间内的豆瓣小组平台聚集,小组成员来自天南地北,彼此有着共同的兴趣指引,此时的“在场”不再是具身在场,而是“趣缘在场”。小组成员通过文字、图片、视频等形式围绕共同的兴趣对象——棉花娃娃展开系列活动,如晒娃、娃服穿搭、拍照打卡等发帖,其他小组成员通过在帖文下进行点赞、评论、转发等行为与发帖人进行互动。在互动过程中,小组成员能够感受到彼此的存在,在开放浩瀚的网络空间中能感受到独属于他们个人之间的边界,共同的情感分享也将其紧密联系在一起。

### 2.2. 准入制度规定——维护圈层生态

网络空间和现实空间的相互渗透,基于趣缘关系、文化心理认同的圈层传播成为一种新型的典型图景(李赫,乔晓嫒,魏佳辛,2024)。豆瓣娃组作为一种以趣缘关系联结的网络圈层,不同现实圈层的人在基于对棉花娃娃的爱好兴趣聚集在私域社群进行交流,形成了独属于圈层内的符号特征,使群内成员“牢记”,成为具备一定话语权的角色。

为了保障组内生态的“纯净性”与和谐氛围,豆瓣娃组在其群体互动中巧妙设定了界限,有效区分圈内成员与潜在的外来参与者,避免外部因素干扰内部交流或激发内部矛盾。该群体采用了一套创新的入组机制——“暗语认证+知识测验”,要求申请者不仅需明确表态接受并尊重组规,还需准确解答一

系列围绕棉花娃娃设计的专业知识问题，以此作为入组资格的验证标准。

### 2.3. 话题焦点明确——围绕棉花娃娃的一切

豆瓣娃娃组内共设置了五大板块的发帖模块，共同围绕着组内的焦点话题——棉花娃娃。晒娃水贴主要是以各种方式呈现棉花娃娃的衣着打扮、拟人形象，可以配上各种图标、文字，展示个人钟爱的棉花娃娃对主人在多个线下场景的陪伴。教程安利即围绕棉花娃娃及其衍生产品的手工教程，包括如何安装骨架、制作更换娃衣、娃用道具制作等教程，多以图文形式呈现，以帮助群内成员更好地养娃。搜助搬运板块主要为群内成员提供一个答疑解惑的渠道，围绕养娃过程中遇到的难题以及分享解决方案，帮助彼此更好地做出决定，改善养娃技能。吐槽拔草板块主要帮助群内成员避雷在养娃过程中可能会遇到的“天坑”，以维护和谐的养娃环境。活动组务主要是群内成员开展活动抽奖、分享活动信息的平台，相较于前四个板块，活动组务的自由度更高。

### 2.4. 情感磁场碰撞——增强互动联结

“有共同的关注点”和“互通的情感体验”两者紧密结合共同推动互动仪式的前进。仪式参与者因关注同一“焦点”相互吸引，在反馈与再反馈中传递情感符号，进而体验到共同的情感，形成情绪感受的“节奏连带”，以及发生“节奏连带”的“驱力”（邓昕，2020）。柯林斯提出，“情感能量”构成了一个情绪体验的连续区间，其范围广泛，涵盖了从高端层面如强烈的自信感、高涨的热情及积极的自我认同，穿越至中性的平静无波状态，最终延伸至低端区域的消沉情绪、动力缺失，乃至深层的负面自我评价。当互动参与者在交流过程中体验到正面情感共鸣时，他们会积聚起一种丰富的“情感动力”，这种动力进而成为增强“集体焦点”与“情感纽带”的强大驱动力。这一过程不仅深化了参与者之间的共同兴趣关注，还促进了更为紧密的情感联系构建。

棉花娃娃爱好者因为心怀对棉花娃娃的喜爱，从而自发加入豆瓣小组，积极参与组内的各种活动，与娃娃相关的各种话题都能引发组内其他成员的互动讨论，此类正向的“情感动能”累积，会加固社群成员对于棉花娃娃这一共同兴趣点的聚焦。成员间广泛运用“娃姨”“娃妈”等富含情感色彩的圈内术语，不仅丰富了交流的语言体系，更在无形中加深了彼此间的情感纽带，缩短了心理距离。

## 3. “豆瓣娃圈 - 棉花娃娃”小组活动实践的效果

### 3.1. 文化传承与创新

组内的活动可以推动棉花娃娃所蕴含的文化元素得到传承。成员们对娃娃的设计理念、制作工艺以及相关的文化背景进行深入探讨和交流，其背后的故事和象征意义在小组内得以传播，使更多成员了解到不同文化在棉花娃娃中的故事，从而保护和传承这些文化元素。在分享和交流过程中，成员们不断尝试新的娃衣设计、娃娃造型创意以及场景布置方案。例如，将现代时尚元素与传统娃娃风格相结合，创造出独特的视觉效果，也会推动棉花娃娃文化在审美和设计方面的创新。

### 3.2. 社交网络拓展

小组活动使得成员们的社交网络得到了极大的拓展。原本可能局限于地域或特定社交圈子的成员，通过豆瓣小组这个平台，结识了来自全国各地甚至世界各地的同好。这种跨地域的社交连接打破了空间限制，丰富了成员们的社交资源。成员们在小组内建立的社交关系不仅仅局限于线上交流，还常常延伸到线下。例如，一些成员会组织线下的聚会活动，如娃娃展览、娃衣制作工坊等，进一步加强了成员之间的真实互动和情感联系。

### 3.3. 娃圈消费升级

小组内的活动对成员的消费行为产生了明显的引导作用。成员们通过分享自己的购买经验、对不同品牌和产品的评价,影响了其他成员的购买决策。例如,一款被众多成员推荐的娃娃或娃衣,往往会吸引更多人去购买。随着小组内对娃娃品质、娃衣设计和制作工艺等方面要求的不断提高,成员们的消费行为也逐渐向高端化、精细化方向发展。这促使商家不断提升产品质量和服务水平,以满足消费者的需求,进而推动了整个棉花娃娃消费市场的升级。

## 4. “豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组互动仪式的心理认同构建

当互动开始后,仪式的构成要素之间会互相促进,当情感能量累积到一定高度时,互动参与者就会体验到:1、群体的团结,一种个体对作为群体成员身份的自我认同;2、上升的情感能量;3、共同拥护的群体符号;4、群体符号对个人行为的规训。棉花娃娃爱好者在组内的积极互动中强化了群体的团结,也在共享情感的互动中进一步增加了对自我的认同以及对群体的情感认同(Collins, 2004)。

### 4.1. 情感价值的高度积聚

#### 4.1.1. 获得入组——身份符号的彰显

费孝通先生在《乡土中国》提出“差序格局”的概念,旨在描述以亲属关系为基础的亲疏远近的人际关系(费孝通, 2012)。在中国乡土社会,人与人之间的关系主要是围绕血缘亲属关系,由一个共同的圆点展开,在这样的网络基础上,形成了一种特殊的差序格局。从社会认同理论角度来看,个体通过获得特定群体的身份符号,将自己归属于该群体,从而产生群体认同感。在这里,“入组”成为一种身份认同的标志,成员们基于对棉花娃娃的共同爱好,进入小组获得身份符号,从而合理地展开后续的活动。在网络社会,这种关系的远近程度依然会影响群体范围的文化惯性。棉花娃娃爱好者通过“入组”这一动作进入圈层内部,获得相应的身份符号,形成区别于其他圈层的身份角色。组内成员会根据角色的自我赋予,与其他成员展开交流互动,获得相应的群体身份意识。

#### 4.1.2. 积极晒娃——精心养娃的成就

在“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组内,一个十分重要的板块就是“晒娃水贴”,这也是娃圈小组内日均最活跃的区域。组内成员可以随时随地通过发帖分享自己新入手的娃娃,小到包括发型妆造的搭配,大到娃娃“卧室”的搭建。在棉花娃娃社群中,成员们不仅热衷于展示娃娃本体,还广泛涉及娃衣设计、娃骨手工定制等细致入微的养护环节,这些创作与制作过程无不彰显着他们对娃娃养育的深厚情感与匠心独运。通过这些精心策划的分享内容,成员们相互传达了在养娃旅途中的心血投入与情感寄托。同时,社群内的互动模式呈现多元化特征,成员们积极回应他人帖子,交流各自的养娃心得与技巧,形成了一种良性的经验共享与情感交流氛围。成员们在展示自己的棉花娃娃时,某种程度上也是在进行一种“展演”。他们精心挑选娃娃的展示方式、娃衣搭配等,希望得到其他成员的赞赏和认可。根据观众(其他成员)的反应,他们会调整自己的展示策略。这种表演和反馈的过程不仅有助于成员们更好地表达自己对棉花娃娃的热爱,也在无形中强化了他们对小组的认同,因为他们希望在这个特定的“舞台”(小组)中获得成功的“表演”。

#### 4.1.3. 心理共鸣——情感的呼应与提供

除了在“晒娃水贴”中获得的正向情感鼓励,棉花娃娃爱好者也能在组内找寻到不被外界理解的情感支撑。在“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组内,能经常看到成员倾诉自己的娃娃不被家人朋友善意对待。父母会觉得自己浪费社交学习的时间,甚至擅自丢弃娃娃;朋友不能理解棉花娃娃对自己心理上的陪伴。

组内成员利用这一分享平台，彼此间进行情感交流与慰藉，重申了棉花娃娃所承载的超越普通玩具的情感价值。针对成员间遭遇的情境，他们积极贡献策略与见解，形成了一种互动式的支持网络。这种相互间的鼓励与反馈，不仅加深了成员间独特的情感纽带，还构建了一个安全的避风港，使得他们能够在不敢孤独的环境中分享心路历程，从而进一步强化了组内独特的归属感与凝聚力，确保了个体情感得以有效表达和共鸣。

## 4.2. 自我与群体心理认同的实现

自我认同是“个体自我实现的过程，通过自我与他者关系，个体获得一种稳定、连续的自我概念”（闫伊默，2014）。当个人在群体互动中找到自我后，会加强与群体内成员的交流，在这过程中不断获得对群体的认可，群体认同得以产生。棉花娃娃爱好者在娃圈内的不断互动交流中，自我认同发展到群体认同。

### 4.2.1. 自我认同：正向情绪赋予

在豆瓣娃圈中，棉花娃娃本身就是一种符号，它代表着成员们的兴趣爱好和情感寄托。爱好者们通过这一特殊的符号展开交流互动，确认了彼此间共享的情感纽带，意识到自己并非孤立无援地沉浸于这份热爱之中，而是成为这个独特圈层不可或缺的一员，实现了自我身份的积极认同。面对外界，尤其是家人和朋友的不解甚至质疑，他们可能感受到孤独与压力，在社群内部，共同的热爱与情感共鸣成为了强有力的支撑，使得这些爱好者们能够相互确认并强化自己作为棉花娃娃爱好者的身份认同。在这里，娃娃不仅仅是无生命的物品，而是承载着情感寄托与心灵慰藉的特别存在，其重要性得到了同好的深刻理解和珍视。

### 4.2.2. 群体认同：情感能量共鸣

成员们通过与其他成员对棉花娃娃的讨论和交流，赋予了棉花娃娃更多的意义和价值。例如，不同的娃娃款式、娃衣搭配可能代表着不同的风格和情感表达。这种符号互动不仅丰富了成员们的心理体验，也促进了心理认同的构建。成员们对棉花娃娃相关符号的共同理解和运用，使他们在互动中形成了一种默契和归属感，从而强化了对小组的认同。

这一认同不仅体现在成员对自我身份的确认上，还深入至遵循圈内特有的交易规则与术语体系，如“打样”、“入定”等专有名词的广泛应用，构成了群体内部独特的交流密码。在二手交易场景中，成员更倾向于选择圈内知根知底的伙伴，这不仅简化了交易流程，更基于深厚的情感纽带减少了欺诈风险。

群体认同的深化还体现在对外部挑战的统一应对上。面对外界的质疑与否定，棉花娃娃爱好者群体展现出高度的团结与抗争精神，共同捍卫群体价值与尊严。针对黄牛投机行为及不良商家的市场乱象，群体内部会自发组织批判与抵制行动，通过集体发声表达不满与诉求，体现了小众圈层在面对外部压力时的坚韧与自我维护能力。这一过程不仅加强了群体内部的紧密联系，也促进了群体外部形象的塑造与提升。

## 5. 结语

在当今多元化的社会中，“豆瓣娃圈 - 棉花娃娃”小组以其独特的魅力和价值，发挥着不可忽视的社会重要性。从文化角度看，它有力地推动了棉花娃娃这一小众文化的传播与发展。棉花娃娃原本处于文化边缘地带，而豆瓣娃圈小组为其提供了广阔的展示平台。成员们积极分享各具特色的棉花娃娃、创意十足的娃衣搭配以及精心布置的场景，让更多人领略到棉花娃娃的独特魅力。同时，关于设计理念与制作工艺的交流探讨，不断为棉花娃娃文化注入新的活力，丰富其内涵，促进文化创新，极大地增添了

文化多样性。在社交领域,该小组成为志同道合者的温馨港湾。在这里,人们因共同的爱好相聚,建立起深厚的社交关系。跨地域的交流打破了空间束缚,不同地区的成员相互分享文化与生活,促进了文化融合。成员们在小组中交流心得、分享故事,互相支持鼓励,有效缓解了现代社会中的孤独感,提升了人际交往的质量。而小组内的活动对棉花娃娃产业起到显著的推动作用。成员间的交易与新品推荐激发了市场需求,带动了棉花娃娃及周边产品,如娃衣、配饰等的消费。市场的扩大吸引了众多企业与创业者的关注,为就业创造了机会,促进了经济增长。也为有创业意向的人提供了交流学习的平台,使其能了解行业动态与市场需求,获取宝贵经验与建议。

在豆瓣棉花娃娃小组内,成员们聚焦于娃娃相关的多元话题,通过多样化发帖与积极互动(如点赞、评论、收藏等),在亚文化趣缘社群的互动仪式中汇聚了对娃娃的深厚情感。这一过程不仅催生了养娃的成就感、娃娃赋予的心灵慰藉,还促进了“同好”间的社交共鸣,共同构筑了丰富的“情感能量”场。在此背景下,成员们实现了自我身份的积极确认,并对整个爱好者群体产生了强烈的归属与认同,进而强化了群体内部的团结与凝聚力,展现了网络社群构建与情感联结的独特路径。在当今的流行文化中,个人(特别是年轻人)在全球化下可选择遵循的脚本复杂多样且极具变化,两可两难情绪的情境增加也使得个人缺乏对特定文化的情感的忠诚义务(彭克宏,1989)。正如学者韩炳哲所言“当今社会越来越陷入同质化的地狱,因此无法产生爱欲的经验”,对于数字时代的年轻玩家们,液态的爱欲意味着无限的延伸和多种可能性,在很多亚文化圈层中,玩家从“入坑”到“退坑”的周期短得惊人,伴随着清单形式的“退坑包”(退出某个圈子前将用品打包转手),便能轻易退圈,随时准备跨入下一个新奇有趣的趣缘圈。

“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组同处于网络趣缘群体之中,也面临着同样的处境和问题,如何长久地维持圈层的生命力,高质量地打造共同的趣缘文化,不至于轻易被玩家“抛弃”,不仅需要通过一定的互动仪式,更需要打造健康有趣的圈层环境,在互动中增强玩家的黏性。“豆瓣娃圈-棉花娃娃”小组可以扩展当前小组的活动板块,针对现有板块出现的“水贴”、“黑贴”等不良现象加以清理整治;同时,积极拥抱主流大众文化,走进更多大众视野,寻求文化的共通和认可。从局部到整体,从内发展、向外展示,创造更多的可能。

## 参考文献

- 邓昕(2020). 被遮蔽的情感之维: 兰德尔·柯林斯互动仪式链理论诠释. *新闻界*, (8), 40-47, 95.
- 费孝通(2012). *乡土中国*. 北京大学出版社.
- 李赫, 乔晓嫒, 魏佳辛(2024). 圈层视域下 Z 世代网络舆论引导进路研究. *公观世界*, (10), 26-28.
- 龙雨青(2023). 棉花娃娃圈女性玩家的身份认同建构. *玩具世界*, (5), 129-131.
- 彭克宏(1989). *社会科学大词典*(p. 279). 中国国际广播出版社.
- 吴迪, 严三九(2016). 网络亚文化群体的互动仪式链模型探究. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 38(3), 17-20.
- 小幽(2006). 中国“白领养娃娃”正在兴起. *商业文化*, (9), 46-47.
- 闫伊默(2014). *仪式传播与认同研究*(p. 68). 知识产权出版社.
- Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains* (p. 108). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400851744>