

在场与共燃：互动仪式链视角下青年演唱会热潮的生成逻辑与文化意涵

黄子玲

暨南大学马克思主义学院，广东 广州

收稿日期：2026年6月17日；录用日期：2026年7月11日；发布日期：2026年7月21日

摘要

青年演唱会热潮是透视当代青年情感结构、交往方式与文化诉求的典型文化实践。本文以兰德尔·柯林斯的互动仪式链理论为分析框架，围绕“身体在场 - 为局外人设限 - 共同关注的焦点 - 共同的情绪体验”四个核心要素，逐层剖析青年演唱会热潮的表征及生成动因。研究发现，演唱会通过具身体验、身份边界、节奏连带及情感能量形成从情感唤起、情感传导到情感内化与实践外化的闭环。在社会结构性张力、原子化困境与数字化反拨的三重动因驱动下，青年将演唱会作为情感释放的飞地、群体归属的部落与真实体验的追寻。青年在演唱会文化中并非被动的接受者，其通过制作应援物、撰写观后感、公益实践等多元方式主动参与意义生产，展现出鲜明的文化能动性。演唱会热潮既为青年提供了情感联结与社会认同的契机，也潜藏着消费主义裹挟、情感依赖与圈层封闭等风险。实现这一文化现象从自发流量狂欢向自觉价值在场的跃升，须正视青年的主体性实践，在理解其文化逻辑的基础上，通过政策规范、市场自律与媒体引导的协同，为演唱会文化的健康发展提供制度保障与价值支撑。

关键词

互动仪式链理论，演唱会，情感能量，青年，文化实践

Presence and Shared Excitement: The Generative Logic and Cultural Implications of the Youth Concert Craze from the Perspective of the Interactive Ritual Chain

Ziling Huang

School of Marxism, Jinan University, Guangzhou Guangdong

Received: June 17, 2026; accepted: July 11, 2026; published: July 21, 2026

文章引用：黄子玲. 在场与共燃：互动仪式链视角下青年演唱会热潮的生成逻辑与文化意涵[J]. 交叉科学快报, 2026, 10(4): 992-999. DOI: 10.12677/isl.2026.104117

Abstract

The youth concert craze is a typical cultural practice that offers insight into the emotional structures, modes of interaction, and cultural aspirations of contemporary youth. Drawing on Randall Collins's theory of the interactive ritual chain as an analytical framework, this paper systematically dissects the manifestations and driving forces behind the youth concert craze by focusing on four core elements: "physical presence-setting boundaries for outsiders-a shared focal point-a shared emotional experience". The study finds that concerts form a closed loop—from emotional arousal and transmission to emotional internalization and the externalization of practice—through embodied experience, identity boundaries, rhythmic solidarity, and emotional energy. Driven by the triple forces of social structural tensions, the predicament of atomization, and the digital backlash, young people view concerts as an enclave for emotional release, a tribe offering group belonging, and a pursuit of authentic experiences. Young people are not passive recipients in concert culture; they actively participate in the production of meaning through diverse means—such as creating fan merchandise, writing concert reviews, and engaging in charitable activities—demonstrating distinct cultural agency. While the concert craze offers young people opportunities for emotional connection and social identity, it also harbors risks such as being swept up in consumerism, emotional dependency, and the closure of social circles. To elevate this cultural phenomenon from a spontaneous celebration of popularity to a conscious expression of value, we must acknowledge the agency of young people in their cultural practices. Building on an understanding of their cultural logic, we must foster synergy among policy regulations, market self-regulation, and media guidance to provide institutional safeguards and value-based support for the healthy development of concert culture.

Keywords

Interactive Ritual Chain Theory, Concerts, Emotional Energy, Youth, Cultural Practices

Copyright © 2026 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. 问题的提出

“坚持以人民为中心的创作导向，推出更多增强人民精神力量的优秀作品”¹。青年是国家的未来、民族的希望，青年文化消费形态的变迁折射出时代精神的脉动与社会心态的演进。在全面建设社会主义现代化国家的新征程中，关注青年文化消费的健康发展，既是落实教育根本任务的内在要求，也是培育担当民族复兴大任时代新人的重要路径。

近年来，我国演出市场呈现强劲复苏与蓬勃发展态势。据中国演出行业协会统计，2025 年全国 5000 人以上大型营业性演出 0.3 万场，票房收入 324.48 亿元，观众人数 4338.58 万人次[1]。“为一场演出奔赴一座城”“3 小时演出撬动 72 小时消费”已成为消费新常态，演唱会逐步成为城市文化符号与消费热点。值得关注的是，演唱会消费已超越单纯的娱乐活动，衍生出完整的仪式链条：演唱会前，抢票攻略、演唱会穿搭、应援物制作成为社交媒体平台的热门话题；演唱会期间，社交媒体平台的实时分享、话题讨论引起线上线下共振；演唱会后，视频重温、观后感、戒断反应使情感持续发酵。为何青年群体对线

¹https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm?jump=true&wd=&eqid=ee77784e0029e72a0000000364904ee1

下演唱会投入如此多的情感与资本？其中蕴含着怎样的社会心理动因？演唱会现场万人同频的身体体验是如何被生产出来的？这种情感能量又将对青年的认知与行为产生何种影响？如何引导这一文化现象从自发流量狂欢走向自觉价值在场？这些问题构成了本文研究的核心关切。

梳理当前学术界相关研究发现，大致可归纳为四种视角。其一，聚焦演唱会如何带动交通、住宿、餐饮等关联消费，分析“演出经济”对城市文旅产业的拉动效应。此类研究将粉丝简化为消费者，忽视了其作为仪式参与者的身份。其二，分析社交媒体平台如何为演唱会造势，粉丝如何在超话、粉丝群中建构想象的共同体，演唱会的线上传播如何形成话题热度。此类研究侧重线上场域，忽视了演唱会最核心的特征：线下的身体共在。其三，以音乐节和演唱会作为研究青年亚文化和身份认同的重要场域，但多停留于现象描述，对演唱会现场互动机制的深入剖析不足。其四，研究演唱会消费者的情绪价值与情感需求，认为青年消费不仅考虑商品本身的性价比，还重视其所能带来的情绪价值。综上所述，现有研究侧重于对演唱会热潮的宏观描述，对演唱会现象何以热潮的生成机制揭示较少，本文引入兰德尔·柯林斯的互动仪式链理论，围绕四个核心要素逐层剖析青年演唱会热潮的表征及生成动因，并进一步探讨其社会文化意涵与实践启示[2]。

2. 青年演唱会热潮的表征：互动仪式中情感能量的生产

（一）身体在场：仪式参与的必要条件

柯林斯认为，参与者的身体在场是构成互动意识的首要因素，尤其是现实情境中的参与者身体共在。只有亲身聚集，参与者才能感知到彼此的微观节奏和情感状态。演唱会魅力的核心，恰恰在于其提供了线上无法复刻的具身体验。当灯光暗下、前奏响起，数万人同时屏息；当副歌来临，全场齐声高唱，这些身体层面的共振是任何高清直播都无法替代的。尽管技术不断进步，但身体共在带来的微观节奏感知仍难以被技术替代。现已有团队推出 XR 沉浸式体验项目，试图弥补观众在演唱会场之外缺失的沉浸体验，而这一尝试本身恰恰说明真实的身体在场是最稀缺的资源。

跨城观演现象的兴起，正是青年对身体在场价值的重新发现。据中国演出行业协会数据，2025 年全国大型演唱会、音乐节平均跨城观演率超 60% [1]。以某男明星 A 2025 年广州跨年演唱会为例，三天演唱会吸引超 10 万粉丝，外省市观众占比超七成。这些粉丝跨越数百公里，投入可观的时间与经济成本，只为获得那三小时的现场体验，这种期待本身就是情感能量的提前积累。青年通过能动的数字化仪式行为，构建虚实交融的阈限空间，并作为社会结构的暂时隐身之地，从中获得补偿性心理认同[3]。这一分析精准揭示了演唱会身体共在的社会心理功能。同时，演唱会妆造、应援物制作、行程规划等一系列话题热度在社交媒体平台上持续攀升，这一阶段即仪式的情感预热阶段，这些看似边缘的实践是仪式的重要组成部分，为仪式的正式展开奠定基础，通过延长期待周期而强化情感能量的积累。

（二）为局外人设限：仪式参与的身份确认

兰德尔·柯林斯指出，互动仪式的运行需要通过对外局外人设置边界来区分群体内外，以此强化参与者的群体认同与内部团结感[2]。演唱会的门票，正是最直观的边界设定机制。抢票成功与否形成的场内外区隔，构成情感分化的第一道分水岭。抢票成功的粉丝在社交媒体平台上晒票、寻找同行伙伴；抢票失败的粉丝则陷入焦虑、四处求票，甚至愿意支付数倍溢价找票务“黄牛”购票。这种稀缺性非但没有削弱仪式吸引力，反而因门槛的存在强化了仪式的神圣性。越难抢的演唱会门票，进入后的情感回报越高。

进入演唱会场馆后，符号系统进一步强化群体边界。应援色、口号、手势、周边等既是身份标识，也是情感连带的物质载体。粉丝通过穿戴应援服饰、挥舞应援棒，在人群中相互识别、确认彼此的身份认同。这一符号系统作用，即涂尔干认为仪式具有的社会结构化功能，将个体意识整合为集体意识。此外，演唱会现场还存在着多重层级的边界，内场或看台、前排或后排，形成了仪式内部的层级结构。但是，

当全场灯光熄灭、音乐响起，这些层级往往被共同的激情所消弭，无论是坐在内场前排还是看台最高处的观众，都会在同一时刻举起应援棒，汇成一片粉海。个体差异被集体兴奋所淹没，参与者体验到一种超越层级的团结感。

(三) 共同关注的焦点：仪式参与的动力机制

相互关注是互动仪式的核心机制。当所有人的注意力聚焦于同一对象并意识到彼此的聚焦时，集体兴奋便开始萌芽，这种相互意识是情感连带的认知基础。成功的演唱会用舞美制造演唱会视听“奇观”，使观众沉浸于共同关注的体验之中，设计演唱、表演、舞美、灯光、道具等每一道工序都在将数万人的目光汇聚于同一对象。随着演唱会的持续进行和深入互动，粉丝分享共有的情感刺激体验，慢慢进入演唱会的连续节奏过程，通过节奏连带的反馈强化演变为情感能量。当参与者进入节奏连带状态，个体意识会被集体意识所笼罩，形成群体沸腾。在演唱会现场，这种体验往往出现在全场大合唱的时刻：当熟悉的旋律响起，数万人同时开口，声音汇聚成一股洪流，个体在其中既感受到自我表达的畅快，又体验到融入集体的温暖。观众在听从指令、观察他人反应、调整自身行为的过程中，意识到自己正在参与一场集体行为艺术，进而产生共同创造的强烈体验。而社交媒体平台将共同焦点延伸至虚拟空间，演唱会期间，小红书笔记、微博热搜、超话讨论形成线上线下的共振效应，未能到场的粉丝通过屏幕“云参与”，也在一定程度上分享了这场仪式。然而，虚拟空间由于缺乏身体共在所必需的微观节奏感知，难以达到真正的情感连带。线上话题讨论可以作为仪式的延伸，但无法替代现场的核心体验。

(四) 共同的情绪体验：仪式参与的结果呈现

互动双方是否具有共同的情绪体验及其强弱程度是仪式成败的重要指标。互动主体间共同关注的焦点和共同的情绪体验之间的彼此作用能够促进互动动态式推进。情感共鸣的触发，往往与共同记忆有关。当承载共同记忆的歌曲在现场响起，全场齐声跟唱，这是个体记忆与集体记忆的交汇，是代际情感的共同回响。汪苏泷广州跨年演唱会数万观众共同跨年，当新年随着歌曲倒数来临，漫天烟花绽放，所有观众同时欢呼，这一刻超越了个体情绪形成了真正的集体欢腾。这种仪式感将个体对时间的感知转化为集体的共同记忆，使跨年不再是一个人的时间刻度，而是一群人的情感坐标。音乐不再是单纯的听觉对象，更是连接个体情感、文化、社会与环境的多维媒介。演唱会通过音乐的共通感，将陌生人联结为暂时的情感共同体。

但仪式并未随着演出结束而终结，青年会通过反复观看自己录制的现场视频来重温快乐心情，成为一种持续的情感补给。演唱会后，大量粉丝分享现场视频、撰写观后感，将个人体验转化为社群共享的情感资源，都是情感能量的沉淀与延续。这很好地解释了为何许多粉丝会在演唱会结束后立即开始期待下一场，甚至追随巡演至不同城市。情感能量成为驱动个体持续参与的动力，形成柯林斯所说的互动仪式链，一场仪式产出的情感能量成为参与下一场仪式的动机资本。在互动仪式市场中，人们不断寻找能够最大化情感能量回报的互动机会，演唱会因其高密度的情感生产而成为青年“情感投资”的优先选择。

3. 青年演唱会热潮的生成动因：社会张力下的个体回应

青年演唱会热潮并非孤立的文化现象，而是当代青年在特定社会结构下对多重张力的能动回应。从互动仪式链理论的视角来看，青年之所以愿意投入大量情感与资本观看演唱会，原因在于演唱会能够有效回应其所面临的结构性压力、原子化困境与数字化生存困境。

(一) 结构性张力：情感饥渴的社会根源与社会心态转型

当代青年面临多重结构性压力，形成普遍的“情感饥渴”。这种情感饥渴既是社会结构变迁的产物，也是青年社会心态转型的表征。其一，竞争内卷化带来持续累积的压力。学业竞争、就业压力、职场内卷，使青年长期处于高压状态。演唱会提供了一个暂时逃离现实压力的情感飞地，在那三小时里没有 KPI、

没有考试、没有焦虑,只有音乐和激情。据中国青年报社社会调查中心针对 1500 名青年开展的调查显示,61.2%的受访青年将“释放压力、调节情绪”作为观看线下演出的主要目的,这也印证了演唱会作为青年情感宣泄飞地的功能属性[4]。其二,风险常态化加剧对未来不确定性的焦虑。在社会加速变迁的背景下,青年面临着多重社会挑战,使青年对未来充满不确定感[5]。粉丝愿意提前数月抢票、精心规划行程,正是因为演唱会提供了一个可预期、确定的情感锚点。在充满不确定性的日常生活中,演唱会以其明确的时间、地点、流程,为青年提供了可控的情感预期。其三,消费结构转型推动“情价比消费”兴起。随着我国经济步入高质量发展阶段,消费结构正在经历从物质生存型为主向精神发展型为主的转换。文化消费成为新的增长点且在居民日常生活中扮演着越来越重要的角色。在这一趋势中青年消费理念呈现出高度的张力:一方面他们推崇极简主义或理性消费;另一方面又对音乐节、演唱会等潮流文化消费显示出强大的购买能力。这一看似矛盾的消费现象,其底层逻辑正是“情价比消费”,即青年消费行为不仅考虑商品本身的性价比,还重视其所能带来的情绪价值[6]。青年在演唱会这一场域通过共同聆听、共同歌唱、共同流泪,在仪式参与中确认自己与他人共享着相同的情感体验,从而缓解了存在的孤独感。

(二) 原子化困境: 群体归属的寻求与社会联结的重建

在传统社群功能弱化的背景下,青年面临着深刻的“原子化困境”,他们在享受个体自由的同时,也承受着孤独的代价。在这一背景下,基于共同兴趣的趣缘社群成为青年重建社会联结的重要方式。粉丝社群是典型的趣缘社群,通过超话签到、打榜、讨论,粉丝在日常中维持着虚拟社群的互动。以汪苏泷粉丝为例,其微博超话日均发帖量超千条,粉丝在社群中分享生活、交流情感、组织活动,形成了稳定的线上互动网络。而演唱会则承担着将线上联结转化为线下神圣时刻的功能,粉丝从全国各地奔赴同一地点,完成一次集体朝圣。演唱会现场的应援花墙、打卡点,不仅是拍照的背景,更是粉丝确认彼此身份的仪式场域。

具有相近的音乐爱好、社会背景的青年群体,通过参加音乐节获得共同的音乐体验,找寻志同道合者分享兴趣,加入特定的音乐社群,在交流与互动中建立起与外界相区隔的亚文化圈子,获得亚文化认同感。演唱会亦然,许多粉丝在演唱会结束后通过社交媒体平台保持联系,甚至发展出现实中的友谊。音乐品味的差异并不必然导致隔阂,反而可能随着社交场景的变化促使青年之间产生紧密的联系。粉丝通过一场场演唱会的参与不断积累情感能量,强化群体认同,形成稳定的互动仪式链。

(三) 数字化反拨: 具身体验的稀缺性与真实感的追寻

深度媒介化时代,真实感成为一种稀缺资源。滤镜、美颜、虚拟现实充斥日常生活,真实的、未经修饰的体验反而变得珍贵。青年在享受数字技术便利的同时,也日益感受到虚拟体验的局限。演唱会调动的不仅是听觉和视觉,更是全身心的感官体验。现场万人合唱的节奏连带、舞台视听效果的感官冲击、彩带飘落与应援棒挥舞的身体参与,这种综合性的具身体验是线上媒介无法复刻的。从离身到具身是媒介技术发展的关键转向,身体的在场性正在重新获得重视[7]。线上演唱会研究的兴起,恰恰从反面证明了现场体验的不可替代。

打卡文化盛行的今天,演唱会也成为可供分享的人生高光时刻,发小红书、发抖音、发朋友圈等行为不仅是记录,更是自我叙事的重要组成部分。演唱会成为一种可被反复消费的记忆资产,青年通过反复观看自己录制的现场视频来重温快乐。从更深层次看,对演唱会等现场体验的追捧,反映了青年对真实的哲学追寻,亲身体验成为确认自身存在的方式。这种对真实感的渴求,正是对深度媒介化的反向补偿。

4. 青年在演唱会文化中的能动性实践

青年在演唱会文化中并非被动的消费者或仪式客体,而是积极的参与者与意义生产者。其通过多元

化的文化实践，主动赋予演唱会以超越娱乐本身的社会文化意涵。

（一）从消费者到创作者：参与式文化的实践形态

在演唱会场域中，青年的参与式实践贯穿仪式的全过程。演唱会前，粉丝自主设计应援物，从手幅、灯牌到应援棒装饰，每一件物品都承载着群体符号与个体创意。这些应援物不仅是身份标识，更是粉丝将自己的情感与创造力物化的产物。粉丝在社交媒体平台上分享抢票攻略、穿搭方案、行程规划，形成了一套共享的知识体系，这种知识的集体生产本身就是一种文化实践。演唱会后，粉丝通过撰写观后感、剪辑现场视频、制作表情包等二次创作形式，将个人体验转化为可传播的社群文化资源。小红书、微博等平台上数以万计的演唱会笔记和视频，不仅是个人记忆的存档，更是社群情感的共同财产。粉丝通过“产出”获得社群内部的认可与地位，这种认可又进一步激励其持续的文化生产。粉丝不只是为偶像应援的“数据劳动者”，更是文化的“再传播者”与“再诠释者”。其通过二次创作实现了从“观看者”到“创作者”的身份转变，这一转变赋予了个体以文化生产的主体性。

（二）从个体情感到公共参与：公益实践的扩展

粉丝群体的文化实践已从纯粹的娱乐消费延伸至公共参与领域。粉丝公益应援，即以偶像的名义发起或参与公益活动已成为当代青年公益参与的重要形式之一。由青年群体主导的粉丝公益已成为我国公益慈善领域的重要力量。粉丝通过加入粉丝团体，参与社团活动，可以满足情感与归属的需要，以服务社会的方式实现自我价值。在演唱会场域中，这种公益实践体现为多种形式：粉丝在演唱会期间组织线下公益应援活动，如为城市清洁工送水、在观演后自发清理场馆垃圾等；部分粉丝后援会将演唱会门票团购的部分收益用于公益捐赠；还有粉丝群体在演唱会前后组织献血、捐书等公益活动。这些实践表明，粉丝并非沉溺于个人情感宣泄的原子化个体，而是具有将个体情感转化为公共行动能力的社会主体。粉丝公益的出现，打破了将粉丝文化单纯视为消费主义附庸的刻板印象，揭示了其中蕴含的社会建设性潜能。

（三）从圈层内部到跨界连接：社会网络的拓展

粉丝的能动性还体现在其主动拓展社会网络的能力上。演唱会不仅是粉丝与偶像之间的互动场域，更是粉丝与粉丝之间建立社会联结的空间。许多粉丝在演唱会前通过社交媒体结识同行伙伴，在演唱会现场从陌生人变为朋友，在演唱会后保持长期联系。这种由演唱会触发的社交关系，往往超越了单纯的“追星”范畴，发展成为基于共同兴趣的、具有情感深度的社会支持网络。值得关注的是，粉丝群体展现出较强的自组织能力。从分享抢票攻略、制作与分发应援物，到维护演唱会现场秩序、散场后的交通引导，粉丝群体的自我管理在一定程度上弥补了大型活动组织中的缝隙。这种自组织实践不仅体现了粉丝的行动力，也为其积累了组织经验与社会资本。

5. 青年演唱会热潮的社会文化效应与实践启示

（一）青年演唱会热潮的正面社会效应

青年演唱会热潮对个体与社会具有多重积极效应。其一，情感调适与心理健康。演唱会为青年提供了情感宣泄与心理调适的空间。在仪式性的集体歌唱与身体律动中，个体压力得以释放，负面情绪获得疏导。这种集体性的情感表达，相较于个体的孤独消化，具有更为显著的心理疗愈功能。其二，社会联结与社群归属。在个体化日益加剧的当代社会，演唱会作为临时性的“情感部落”，为原子化的青年提供了群体归属的体验。这种归属感虽然是短暂的，但它证明了社会联结的可能性，为青年重建社会关系提供了参照与信心。其三，文化参与与意义生产。演唱会激发了青年的文化创造力，从制作应援物到撰写观后感，青年在参与中实现了从消费者到生产者的转变。这种参与式文化实践培养了青年的表达能力和组织能力，构成了其社会化的重要环节。

(二) 青年演唱会热潮的潜在风险

青年演唱会热潮也蕴含着不容忽视的风险。其一，消费主义的深度裹挟。演唱会作为商业文化产品，其生产与传播深受资本逻辑的支配。在“情价比消费”的话语包装下，青年可能被诱导进行超出自身经济承受能力的非理性消费。票务市场的炒作、“黄牛”乱象、周边产品的过度开发，都可能将青年的情感需求转化为商业利润的来源。其二，情感依赖与逃避现实。演唱会提供的短暂情感满足，可能使青年形成对仪式性体验的依赖，将演唱会视为逃避现实问题的“避难所”。当“三小时的逃离”成为应对压力的主要方式，而非直面和解决现实问题，这种情感消费便可能异化为消极的回避策略。其三，圈层封闭与认知窄化。粉丝社群的边界设定机制在强化内部团结的同时，也可能加剧对外部世界的排斥。当个体过度沉浸于圈层内部的情感共鸣与符号认同，其接触多元观点、理解不同立场的能力可能受到削弱。其四，情感能量的不可持续。情感能量需要持续的仪式参与来维持。演唱会带来的高涨情感在仪式结束后往往迅速消退，随之而来的“戒断反应”可能使个体陷入更深的情感空虚，形成对下一场仪式的过度期待与依赖。

(三) 青年演唱会热潮的实践启示

为实现演唱会文化的健康发展，需在尊重青年主体性与提供必要制度保障之间寻求平衡。

其一，正视青年的主体性实践。青年演唱会热潮的核心驱动力来源于自身的情感需求与文化创造力。任何关于演唱会文化的讨论，都应青年视为有能动性的行动主体而非需要被动塑造的对象。政策制定与文化引导应当建立在对青年文化逻辑的深入理解之上，不应从外部强加一套预设的价值框架。粉丝的二次创作、公益实践、自组织行动等，都表明青年群体具备将娱乐热情转化为建设性社会参与的能力。

其二，完善制度保障与市场监管。政策层面的核心任务不是引导青年的情感方向，而是为演唱会文化的健康发展提供制度保障。一方面，完善票务市场监管，落实强实名制，严厉打击票务“黄牛”乱象，保障青年正当的文化消费权益。《文化和旅游部 公安部关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知》已为此奠定了制度基础，关键在于刚性执行与动态监管[8]。另一方面，将“演出经济”纳入城市文化发展战略，实现经济效益与社会效益的统一。

其三，促进多元主体的协同参与。市场层面应在追求商业利益的同时注重社会责任，抵制恶意炒作，设置合理票价，保障不同收入水平青年的文化参与权利。媒体层面应理性呈现演唱会文化，既呈现其积极面向，如粉丝公益、跨代际共同观演等正能量故事，也对票务乱象、非理性消费等问题进行客观报道。社会层面应鼓励社区、公益组织与演唱会主办方的合作，拓展演唱会的公共价值，如设置公益观演席位、组织志愿服务等。通过多元主体的协同，为演唱会文化营造健康的生态环境。

其四，关注情感能量的长效转化。演唱会带来的情感能量虽然短暂，但可以通过适当的中介机制实现向日常生活的延展。例如，鼓励粉丝社群将演唱会期间的组织经验转化为常态化的公益实践；支持音乐教育、社区音乐活动等，将演唱会上激发的音乐热情转化为持续的文化参与。这种转化不是将娱乐升华为某种更高的价值，而是尊重青年情感逻辑的延续，让仪式中获得的联结感、创造感与归属感，能够在日常生活中找到表达的出口。

基于互动仪式链视角分析青年演唱会热潮，可见其作为“情感飞地”与“临时部落”，回应青年在社会结构性张力、原子化困境与数字化生存中的多重诉求。青年并非仪式的被动接受者，其通过二次创作、制作应援物、撰写观后感与公益实践等方式主动生产意义、建构认同，展现了“结构中的能动性”。然而，现有分析主要聚焦于仪式内部的情感互动机制，对粉丝社群的日常运作逻辑及不同演出类型的差异化分析尚不充分，后续研究可结合政治经济学与媒介生态学视角，或采用多案例比较与长期追踪方法，进一步深化对青年演唱会热潮产业逻辑与社会效应的经验探讨。

参考文献

- [1] 中国演出行业协会. 2025 年全国演出市场简报[EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/kF50PJdeZ8CG0hLBupRfsQ>, 2026-01-13.
- [2] [美]兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 87-88.
- [3] 张瑜烨, 高梦鸽. 数字化隐身: 青年观看音乐演唱会实践中的虚实阈限与补偿性认同[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2025, 47(2): 125-135.
- [4] 释放压力、调节情绪被认为是年轻人为演出消费的主因[N/OL]. 中国新闻网. <https://m.chinanews.com/wap/detail/chs/zw/10580014.shtml>, 2026-03-03.
- [5] 廉思. 新时代中国青年价值观的主要特征与引导路径[J]. 思想理论教育导刊, 2025(8): 133-142.
- [6] 覃鑫渊. 青年悦己消费的典型特征、生成机理与审思应对[J]. 思想理论教育, 2025(10): 105-111.
- [7] 芮必峰, 孙爽. 从离身到具身——媒介技术的生存论转向[J]. 国际新闻界, 2020, 42(5): 7-17.
- [8] 文化和旅游部, 公安部. 文化和旅游部 公安部关于进一步加强大型营业性演出活动规范管理促进演出市场健康有序发展的通知[EB/OL]. https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/scgl/202309/t20230912_947197.html, 2023-09-13.