

第二 1-2 期專題任務 - 「星」際效應

<初階題>

閱讀以下文章，回答相關問題：

「星」際效應—當明星的影響力跨越國界

在現代社會中，一些受到全世界關注的明星，影響力早已不只停留在舞台或螢幕上。當他們被不同國家的民眾喜愛時，這份影響會擴散到經濟、文化，甚至國與國之間的交流。這篇文章，將這種「影響力跨越國界」的現象，稱為「星際效應」。（說明：本文中的「星際效應」是作者使用比喻說法，並非正式學術名詞。）

以韓國為例，多份官方與研究報告指出，近年來風靡世界的「韓流」，包括韓國流行音樂（K-pop）、戲劇和電影，吸引大量外國遊客。前往韓國旅遊，增加觀光收入，這些遊客因為喜歡某位偶像或影視作品，而特地到韓國旅遊，直接促進了當地的消費與產業成長。另

外，這股韓流也帶動韓國商品的出口。韓國品

牌的化妝品、服飾以及偶像周邊商品的銷售和

出口，成為韓國重要經濟來源。

這樣的現象並非只出現在韓國。美國流

行歌手泰勒絲（Taylor Swift）舉辦世界巡迴演唱

會時，常吸引大量歌迷前往演出的城市。經濟

研究與旅遊機構的估算是指出，歌迷在住處、交

通與餐飲上的支出，通常為當地經濟帶來近 1

億美元（約臺幣 30 億）以上的直接支出，而整體

巡迴演唱所累積的經濟效益甚至高達 300 多億

臺幣！因此媒體將這種現象稱為「泰勒絲經濟

學（Swiftonomics）」。



點圖片連結看泰勒絲！ 圖片說明：研究估算，美國

歌手泰勒絲的整體演唱會活動可能創造約 1500 億臺幣的收入，到場的歌迷平均花費約臺幣 4 萬元，用在交通、住宿和餐飲上。有超過九成的歌迷表示願意再來參加演唱會。

(圖片來源：AI 生成示意圖)

明星的影響力也不只表現在金錢上。有些偶像會參與國際活動、公益行動，或在重要場合發聲。例如韓國偶像團體 BTS，曾多次受邀到聯合國相關的活動中發言。他們站在這個國際舞臺上，分享他們與聯合國兒童基金會（UNICEF）合作的「愛自己」活動，鼓勵全世界的年輕人要「為自己發聲」。這類行動能讓世界各個地方的人更容易認識、喜愛與親近某個國家的文化與價值觀，學者將這種透過文化吸引之力產生的影響，使別的國家自願追求隨的能力，稱為「軟實力」。在這樣的情況下，明星不只是表演者，也成為文化外交的橋樑。



連^か結^け來^る源^げ： 聯^か合^せ國^こ兒^こ童^{じやう}

連^か結^け來^る源^げ： The Korean Times

基^い金^{きん}會^{かい} UNICEF

點^か圖^ず片^き連^か結^け看^る BTS ! 圖^ず片^き說^は明^{めい}： 韓^か國^こ流^れ行^{こう}音^{おと}樂^が團^{だん}體^{たい}防^{ぼう}彈^{だん}少^{しょう}年^{ねん}團^{だん} BTS 在^あ紐^{しゆ}約^{やく}聯^か合^せ國^こ舉^か行^{こう}的^{てき}一^い場^ば聚^つ焦^か青^{せい}年^{ねん}議^ぎ題^い的^{てき}會^{かい}上^あ發^は言^{ごん}。 他^た們^ら呼^び籲^よ全^{ぜん}世^せ界^{かい}的^{てき}青^{せい}年^{ねん}聆^き聽^き內^な心^{こころ}聲^{こゑ}音^{おと}， 不^ふ要^う屈^く從^つ於^る外^{がい}界^{かい}壓^あ力^{りき}。

(圖^ず片^き來^る源^げ： AI 生^{なま}成^{なま}示^し意^い圖^ず)

這些^た國^こ際^{かい}巨^き星^{せい}發^は揮^ひ了^さ巨^き大的^き影^{えい}響^{きょう}力^{りき}， 從^そ經^{けい}濟^じ、 文^{ぶん}化^か到^る國^こ際^{かい}交^{こう}流^{りゅう}。 這些^た影^{えい}響^{きょう}力^{りき}之^の所^そ以^い能^の不^ふ斷^{たん}擴^は大^{だい}， 就^は在^あ於^る這些^た巨^き星^{せい}背^せ後^{こう}， 有^あ大^{だい}量^{りょう}的^の「粉^{ふん}絲^し」 (fans) 支^し持^つ與^う關^{かん}注^{しゆ}他^た們^ら。 可^か以^い想^{おも}一^い想^{おも}： 人們^ら為^な什^な麼^麼會^か追^お星^{せい}？ 追^お星^{せい}的^{てき}行^{こう}為^な， 對^お個^こ人^{じん}和^と社^じ會^{かい}又^{また}會^か產^う生^う哪^な些^せ影^{えい}響^{きょう}呢^の？

◎ 參考資料：

1. 吳怡靜（2018年10月22日）。韓國偶像團體

「防彈少年團」：真正愛的愛，從愛自己到

「說出自己」。天下雜誌。

<https://www.cw.com.tw/article/5092574>

2. 楊淳卉（2023年8月28日）。「泰勒絲經濟」

學」席卷全球！為什麼世界巡演可以帶動GDP？

換日線 Crossing。

<https://crossing.cw.com.tw/article/18669>

3. 王君毅。(2020). 韓國文化「軟實力」分析：以

K-Pop 全球擴張為例。東亞研究學報，28(1)，

101—125。

4. 新華社 (Xinhua). (2019, 11月18日). 文化交流架起

友誼橋。韓流在亞洲的非正式外交作用。檢

自 [新華社網站或資料庫 URL]

1. 「泰勒絲穆經濟學」現象最能說明下列哪一個觀點？

- A. 全球粉絲對偶像的喜愛能帶來實際的經濟影響。
- B. 泰勒絲的音樂作品常常探討社會經濟文化。
- C. 泰勒絲鼓勵歌迷把聽演出唱會當作必要的娛樂開銷。
- D. 泰勒絲辦一場演唱會所花費的經濟成本非常之高。

2. 文章指出韓國偶像對經濟的影響，以下哪個例子不是文章中提到的？

- A. 韓國的流行文化促進觀光發展。
- B. 偶像演出帶動周邊商品出口。
- C. 韓國的電影作品是國家重要收入。
- D. 韓國品牌化妝品、服飾增加銷量。

3. 文章中提到的「軟實力」是什麼意思？

- A. 國家使用武力、軍事行動或經濟手段迫使其他國家支持自己。
- B. 國家透過文化吸引力，讓其他國家的人認識和欣賞自己的文化。
- C. 國家透過娛樂、表演或媒體方式，吸引國內民眾的注意和認同。
- D. 國家花費大量資金購買武器或軍事設備，維護自身安全與利益。

4. 文章提到 BTS 受邀參與聯合國兒童基金會活動，最能說明哪一個現象？

- A. 明星參與活動帶動全球的經濟效益。
- B. 明星具备文化外交能力與國際影響力。
- C. 明星最大的粉丝群来自 12 岁以下孩童。
- D. 明星參與這項活動能有效宣傳知名度。

5. 根據文章，下列哪些情況可以說明星影響力的多面性？（複選，答案至少兩項。）

- A. 粉絲因偶像而前往國外旅遊
- B. 偶像的演唱會增加城市經濟收入
- C. 偶像的作品只在本國受到關注
- D. 偶像受邀參加國際活動或倡議

6. 你有沒有因為喜歡某位明星或藝人，而想學習、購買或參與某件事情？請說說自己的經驗，或聽過的別人經驗。

答案：

<進階題>

閱讀以下文章，回答相關問題：

從追星者心理看韓流的全球影響力

在前一篇文章中，我們提到，流行明星能

在經濟、文化與國際交流上產生巨大的影響。

那麼，這股影響力是如何被放大的呢？許多研究指出，關鍵不只是在明星本身，而是

在背後數量龐大、行動力強的「粉絲社群」（Fandom）」。

以韓國流行音樂（K-Pop）為例，全球各地的

粉絲透過購買音樂、觀看演出、參與線上活動

與分享內容，讓韓國流行文化持續被看見。這些

看似個人的行為，累積起來，就形成了影響

產業與社會的力量。

為什麼人們會喜歡偶像？

心理學研究指出，人們對偶像產生情感連結

結，並不是偶然，而是與人類的心理需求有

關。

心理想自我的投射

偶像常被呈現為努力、具備才華、能克服

因爲難過的人民。研究認為，人們在欣賞偶像時，往往會將自己「想成爲的樣子」投射到偶像身上。當偶像獲得成功，粉絲也可能產生一種間接的成就感。

擬社會互動（Parasocial Relationship）

雖然粉絲與偶像並不認識，但透過音樂、影片與社群平台，粉絲會逐漸對偶像產生熟悉感。心理學將這種單向、非真實互動的親密感稱為「擬社會互動」。研究發現，這種關係能滿足人類對陪伴與情感連結的需求。

「你認識他，他卻不認識你」：一探究竟「擬社會關係」



圖片說明：擬社會互動/關係概念圖

（圖片來源：AI 生成）

社群與歸屬感

加入粉絲社羣，代表個人不再只是「一個個人喜欽偶像」，而是成為群體的一份子。粉絲之間會分享資訊、合作應援，形成共語言與認同感。這種社群歸屬，是粉絲文化能長期維持的重要原因之一。

追星行為帶來的正面影響

研究與觀察也發現，適度的追星，可能對成長產生正面影響。

許多粉絲會因為偶像而學習外語、接觸不同文化，或培養音樂、舞蹈等興趣。此外，在粉絲社群中參與活動，常需溝通、分工與協調，這些經驗有助於培養合作與組織能力。

在情感層面，音樂與偶像的公開訊息，也可能在學習壓力或情緒低落時，提供安定與支持的感受。

當追星超出界線時，可能出現的問題

不過同樣的，當追星行為失去平衡時，會對生活造成影響。

例如，若花費過多金錢在專輯、周邊或活動上，可能造成經濟壓力；若將大部分時間與情感都集中在偶像與粉絲圈，而忽略學業、人際關係，可能影響現實實生活的发展。

此外，有研究指出，當粉絲過度將自我情緒與偶像表現綁在一起，偶像的爭議或負面消息，可能引發強烈焦慮、憤怒，甚至網路衝突，影響心理健康。

整體來看，追星本身並不是問題，關鍵在於如何看待與調整自己的投入方式。當粉絲能在此欣賞偶像的同時，保有自己的生活節奏與判斷能力，流行文化的力量，才能成為支持成長的資源，而不是造成壓力的來源。

◎ 參考資料：

1. 泛科學 (PanSci). (2023, 7 月 12 日). 為什麼我們會瘋狂愛上偶像？從擬社會互動看粉絲心理。檢自 <https://pansci.asia/archives/366914>

2. 張子午. (2019, 7 月 22 日). 跨越國界的愛與動員：看 K-Pop 粉絲如何發揮社會影響力。報導者 (The Reporter). 檢自 <https://www.twreporter.org/a/kpop-fandom-social-influence>

3. 親子天下. (2020, 10 月 1 日). 孩子瘋追星，父母該怎麼辦？從理解心理需求開始，建立健康追星觀。親子天下. 檢自 <https://www.parenting.com.tw/article/5087455>

4. 王一芝. (2021, 6 月 15 日). 超級粉絲經濟：偶像如何讓你不自覺地掏空口袋？. Cheers 雜誌. 檢自 <https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5100685>

1. 根據內容，你覺得這篇文章對「追星行為」的主要態度為何？

- A. 認為追星對個人成長弊大於利
- B. 主張應完全避免投入粉絲文化
- C. 認為追星本身中立，關鍵在於是否失去平衡
- D. 強調追星是現代社會最重要的文化活動

2. 根據文章，下列哪些是「適度追星」可能帶來的正面影響？（複選，答案至少兩項。）

- A. 學習外語並接觸不同文化
- B. 培養溝通、分工與合作能力
- C. 確保學業與人際關係不受影響
- D. 在情緒低落時獲得支持與安定感

3. 文章中提到，當追星「失去平衡」時，可能出現哪些問題？（複選，答案至少兩項。）

- A. 經濟壓力增加
- B. 對偶像的喜愛完全消失
- C. 忽略學業或人際關係
- D. 因偶像爭議引發強烈情緒反應

4. 根據「擬社會互動概念圖」，下列哪一種情況？

況最符合心理學所說的「擬社會互動」？

- A. 粉絲在演唱會後，與偶像私底下成為好朋友並保持聯絡。
- B. 粉絲覺得自己很了解偶像，但偶像並不知道粉絲的存在。
- C. 粉絲與同好在社群中討論偶像，形成穩定的粉絲社群。
- D. 粉絲因為偶像的表現，決定模仿他的穿著或行為。

5. 從擬社會互動的理論來看，下列哪一項最能

解釋為什麼粉絲會對偶像產生感情？

- A. 偶像透過媒體與粉絲互動，滿足粉絲對陪伴伴與認同的需求。
- B. 偶像與粉絲在現實生活中有频繁且平等的互动机会。
- C. 粉丝在社群中彼此影响，逐渐形成一致的好与看法。
- D. 偶像的成功带来经济效益，让粉丝获得实际

的回饋。

5. 文章中提到到了「擬社會互動」，會讓我們感覺偶像就親近的朋友。請說說看，這種「親近感」對粉絲來說可能帶來哪些好處？但在什麼樣的情況下，我們需要「提高警覺」，意识到追星可能已經過頭了？請分享你自己的看法。

答: _____