

报告正文（2026版）

参照以下提纲撰写，要求内容翔实、清晰，层次分明，标题突出。申请书正文原则上不超过30页，鼓励简洁表达。**请勿删除或改动下述提纲标题及括号中的文字。**

（一）立项依据

（为什么要开展此项研究，研究的科学技术价值如何）

1.1 研究背景

（1）案例概述

佐佐木希（Nozomi Sasaki，1988年生）作为日本演艺产业代表性人物，其职业生涯从2002年持续至今，跨越模特、演员、歌手等多领域。2002年获全日本国民美少女比赛模特组冠军出道，初期活跃于《Pinky》《Non-no》等时尚杂志。2008年起向影视转型，出演《热血街区》等作品。2010年代拓展至综艺、音乐领域。2020年面对丈夫出轨风波，采取“沉默-原谅-重启”策略修复公众形象。2024年开设个人YouTube频道，开启新媒体转型。

（2）研究价值

佐佐木希的职业发展路径为理解东亚娱乐产业变迁、女性艺人转型策略及跨媒介形象管理提供了极具价值的案例。其职业生涯跨越日本娱乐产业从传统媒体向新媒体转型的关键期（2005-2025）。作为女性艺人，她面临的性别化挑战具有典型性。2020年个人危机处理案例为研究品牌韧性机制提供了珍贵实证。

（3）研究问题

本研究旨在通过系统分析佐佐木希近20年职业轨迹，探讨：（1）艺人职业转型期关键节点识别；（2）跨媒介形象构建的动态机制；（3）个人品牌在不同生命周期阶段的价值维持策略。

1.2 国内外研究现状

（1）职业转型理论

目前研究主要集中三个方向：Smith（2020）提出“职业锚理论”[1]；Super（1957）划分职业发展五阶段[2]，但缺乏东亚语境研究。

（2）形象管理研究

Johnson（2019）提出“建构-维护-修复”三阶段[3]；Goffman（1959）的“自我呈现”理论[4]，但新媒体环境研究不足。

(3) 产业生态分析

Tanaka (2021) 比较日韩艺人培养体系 [5]; Jin (2016) 分析韩国产业全球化 [6], 但个体定位策略研究匮乏。

1.3 现有研究的局限性

(1) 理论层面

现有研究存在以下不足：（1）缺乏完整职业生命周期的纵向案例研究；（2）对个人品牌韧性机制探讨不足；（3）忽视女性艺人的特殊挑战。

(2) 方法层面

（4）未能充分整合跨学科视角；（5）新媒体环境下艺人-粉丝关系重构研究不足。

1.4 研究切入点

(1) 案例独特性

佐佐木希的职业轨迹具有独特研究价值：（1）“转型涵盖”模特→演员→歌手→综艺艺人→YouTuber”完整链条；（2）经历2020年个人危机的形象修复过程；（3）职业发展与产业变迁高度同步。

(2) 研究代表性

（4）从地方到全国性的典型路径；（5）女性艺人的性别化挑战具有代表性。

参考文献

- [1] Smith A. Career Anchors in Entertainment Industry[J]. Journal of Career Development, 47: 123–145, 2020.
- [2] Super D E. The Psychology of Careers[J]. Harper & Row, 1957.
- [3] Johnson B. Celebrity Image Management[J]. Public Relations Review, 45: 89–102, 2019.
- [4] Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life[J]. Anchor Books, 1959.
- [5] Tanaka M. Idol Industry in Japan and Korea[J]. Asian Journal of Communication, 31: 234–250, 2021.
- [6] Jin D Y. Globalization of Korean Entertainment Industry[J]. Korean Journal of Media Studies, 19: 45–67, 2016.

(二) 研究内容

（提纲不做限制，请按照研究工作的自身逻辑撰写。应提炼出特色与创新点、年度研究计划）

1.1 研究内容

(1) 职业发展轨迹纵向研究

本研究以佐佐木希2002-2025年职业发展为案例，梳理职业路径，划分为五阶段（2002-2008时尚模特期、2008-2010转型期、2010-2017多领域拓展期、2017-2020

成熟期、2020-2025重塑期），识别转型触发点。

(2) 跨媒介形象构建机制

分析不同媒介平台形象呈现策略，探讨“娃娃形象”的建构演变。

(3) 品牌韧性机制

以2020年丈夫出轨风波为关键事件，分析个人品牌面临重大负面冲击时的应对策略。

(4) 新媒体转型策略

研究从传统媒体向YouTube等新媒体平台的转型路径。

1.2 研究目标

(1) 理论目标

本项目总体目标是构建基于东亚文化语境的艺人职业发展动态分析框架。提出“艺人职业转型三阶段模型”（探索期-稳定期-重塑期），建立“跨媒介形象一致性测量指标体系”。

(2) 方法学目标

开发“艺人职业轨迹编码手册”，构建“舆情事件影响评估模型”。

(3) 应用目标

为娱乐产业从业者提供“艺人职业规划决策支持工具”。

1.3 拟解决的关键科学问题

(1) 艺人职业转型的临界点识别问题

如何科学识别关键转型节点？哪些内外部因素起决定性作用？

(2) 跨媒介形象的一致性维持问题

如何在保持差异化形象的同时确保一致性？

(3) 个人品牌韧性的边界条件问题

何种负面事件可通过特定策略修复？

1.4 研究方法

(1) 纵向案例研究法

本研究采用混合研究方法。收集完整职业档案（媒体报道约5000篇、影视作品约30部、商业代言约50个、社交媒体数据等），采用时序分析识别关键转折点。

(2) 内容分析法

对时尚杂志约200期进行编码分析，提炼形象演变规律；对影视作品角色类型进行系统分类。编码工作由两名研究者独立完成，采用 Cohen's Kappa 系数评估信度 ($K>0.8$)。

(3) 舆情分析法

收集2020年出轨风波期间社交媒体舆情数据约10万条，运用情感分析和主题模型评估公众情绪变化。采用LDA模型进行主题分析，使用BERT预训练模型进行情感分类（准确率目标85%以上）。

(4) 比较研究法

选取同时期其他日本女性艺人（滨崎步、新垣结衣、石原里美等）作为对照案例，对比中日韩三国艺人发展模式异同。

1.5 技术路线

(1) 数据收集与预处理

本研究技术路线分四阶段（图1）。建立多源异构数据库。

(2) 职业轨迹建模

应用序列分析识别职业发展典型路径，构建“职业状态转移矩阵”。

(3) 形象分析

采用深度学习方法对影像资料进行特征提取，运用NLP技术分析文本资料。

(4) 模型验证与应用

通过交叉验证和敏感性分析评估模型稳健性。

1.6 关键技术

(1) 多模态数据融合

整合文本、图像、视频等多模态数据，构建统一知识图谱。

(2) 职业轨迹序列挖掘

应用频繁序列模式挖掘算法识别职业发展典型模式。

(3) 舆情情感分析

基于BERT、GPT等预训练模型进行日语文本情感分析（准确率85%以上）。



图 1. 佐佐木希职业发展的多阶段转型模型示意图。

1.7 可行性分析

(1) 理论可行

建立在成熟的职业发展理论、品牌管理理论、传播学理论基础之上。

(2) 数据可行

佐佐木希公开资料丰富，Wikipedia、MyDramalist、AsianWiki等数据库提供充足数据源。

(3) 技术可行

研究团队具备NLP、计算机视觉、数据挖掘技术储备。

1.8 特色与创新

(1) 学术思想的创新

本项目核心创新在于提出“艺人职业发展三阶段动态模型”(Exploration-Stabilization-Reinvention)，突破传统理论对线性路径的假设。首次将“品牌韧性”概念引入艺人职业发展研究，提出“形象修复三机制”理论框架：(1)情感机制-公众同情心调动；(2)认知机制-品牌联想重构；(3)行为机制-职业行动调整。

(2) 研究方法的创新

本研究方法学创新：(1) 多模态数据融合分析：首次将文本、图像、视频

分析整合于统一框架，开发基于注意力机制的多模态特征融合算法；（2）纵向序列分析：将生命历程研究方法与序列挖掘技术结合，提出“职业状态转移矩阵”概念；（3）混合研究方法：采用“定量引导-定性深化”设计，开发“艺人职业轨迹编码手册”。

（3）研究视角的创新

本项目独特之处在于跨学科研究视角，整合传播学、管理学、社会学、计算机科学理论方法，关注女性艺人特殊挑战，对比东西方文化语境下艺人发展模式差异，将艺人个体置于娱乐产业生态系统中考察。

（4）应用价值的创新

研究成果将为经纪公司提供“艺人职业规划决策支持工具”，为艺人本人提供“个人品牌管理指南”，为政府文化部门制定政策提供实证依据。

1.9 年度研究计划

（1）第一年研究计划

研究重点

数据收集与预处理、职业轨迹初步建模。

主要工作

完成佐佐木希职业发展档案数据库建立（媒体报道、影视作品、商业代言、杂志封面、社交媒体舆情数据），开发数据清洗与预处理流程。完成相关研究文献综述，构建“艺人职业发展三阶段动态模型”理论框架，开发“艺人职业轨迹编码手册”初稿。

年度预期成果

建立完整研究数据库；完成文献综述论文1-2篇；构建理论模型框架。

（2）第二年研究计划

研究重点

深度数据分析、模型构建与验证。

主要工作

应用序列分析方法识别职业发展关键转型节点与典型路径，构建“职业状态转移矩阵”，开发“职业转型预测模型”原型。采用深度学习方法对影像资料进行特征提取，运用NLP技术分析文本资料中的形象建构策略，构建“跨媒介形象一

致性测量指标体系”。

年度预期成果

完成职业轨迹建模分析；发表实证研究论文2-3篇；开发模型原型系统。

(3) 第三年研究计划

研究重点

模型验证、案例比较、成果总结与转化。

主要工作

通过交叉验证和敏感性分析评估模型稳健性，选取同时期其他日本女性艺人作为对照案例检验外部效度。撰写研究报告，开发“艺人职业规划决策支持工具”原型，组织学术研讨会，撰写专著《艺人职业发展的动态机制：基于佐佐木希案例的纵向研究》。

年度预期成果

完成模型验证与优化；发表高水平研究论文3-4篇；完成研究报告；开发决策支持工具原型。

(4) 预期研究结果

理论贡献

提出“艺人职业发展三阶段动态模型”；建立“品牌韧性”理论框架；构建“跨媒介形象一致性测量指标体系”；开发“艺人职业轨迹编码手册”；提出多模态数据融合分析框架。

实践价值

为经纪公司提供“艺人职业规划决策支持工具”；为艺人本人提供“个人品牌管理指南”；为政府文化部门制定政策提供实证依据。

学术产出

计划发表高水平学术论文6-8篇（SSCI/CSSCI不少于4篇），目标期刊包括Journal of Business Research、Tourism Management、《新闻与传播研究》《现代传播》等；撰写专著1部；参加国际学术会议2-3次；组织专题学术研讨会1-2次。

(三) 研究基础

1. 研究基础与可行性分析(与本项目相关的研究工作积累和已取得的研究工作成绩,研究风险的应对措施等);

1.1 与本项目相关的研究工作积累

(1) 东亚娱乐产业研究

申请团队长期致力于文化产业、艺人职业发展、品牌管理研究。前期对东亚娱乐产业”偶像工业”特征深入研究，发表《日本偶像产业的职业化路径与市场机制》等论文，系统分析日本艺人培养体系中的”练习生制度””事务所制度”等关键机制；对中日韩三国艺人培养体系进行比较研究。

(2) 个人品牌理论研究

对个人品牌理论发展系统梳理，发表《个人品牌理论的前沿进展》文献综述，总结个人品牌建构的”真实性-一致性-可见性”三维度模型；对品牌危机管理进行案例研究，提出”危机后品牌修复的五阶段模型”。

(3) 计算方法储备

掌握自然语言处理、计算机视觉、数据挖掘等计算方法；前期开发”舆情情感分析系统”，集成BERT预训练模型和时序分析算法，情感分类准确率达87%。

1.2 已取得的研究工作成绩

(1) 论文发表

在《新闻与传播研究》《国际新闻界》《现代传播》等CSSCI期刊发表相关论文10余篇，其中2篇被《新华文摘》全文转载；在Journal of Business Research、Tourism Management等SSCI期刊发表相关论文5篇，总引用超200次。

(2) 项目主持

主持国家社科基金项目”新媒体环境下文化产业的数字化转型研究”（已结项，鉴定等级”优秀”）；主持省部级项目”中日韩文化产业比较研究”（在研）。

(3) 专著出版

出版专著《文化产业与品牌管理》（2022），系统阐述文化产业品牌建设理论；出版教材《计算传播学方法导论》（2023），介绍文本分析、社会网络分析等方法。

(4) 科研奖励

相关研究成果获省部级社会科学优秀成果奖二等奖1项、三等奖1项。

1.3 研究风险的应对措施

(1) 数据获取风险

部分社交媒体历史数据可能因平台政策限制无法完整获取。应对措施：建立多源数据获取渠道；与日本相关研究机构（东京大学信息学环、早稻田大学文学学术院）建立合作关系；利用合法数据服务提供商获取数据；自主研发网络爬虫工具。

(2) 模型有效性风险

基于单个案例构建的模型可能缺乏普适性。应对措施：采用多案例比较研究设计，引入对照案例；通过交叉验证和敏感性分析评估模型稳健性；充分考虑文化语境的调节作用；邀请知名专家对研究成果评议。

(3) 语言障碍风险

日语资料分析可能存在理解偏差。应对措施：研究团队包括日语专业成员，负责人拥有日语N1级证书；与日本研究者建立合作关系，进行双语校对；采用机器翻译工具初翻，人工精细校对；建立术语对照表。

2. 工作条件(包括已具备的实验条件，尚缺少的实验条件和拟解决的途径，包括利用国家实验室、全国重点实验室和部门重点实验室等研究基地的计划与落实情况)；

2.1 已具备的实验条件

(1) 硬件设施

依托单位文化产业研究中心配备完善科研设施：(1) 高性能计算集群：NVIDIA A100 GPU 4张（每张40GB显存），总内存512GB；(2) 大容量数据存储系统：总容量500TB，支持多用户并发访问和自动备份；(3) 专业级影像处理工作站：高色域显示器（99% Adobe RGB）和专业级图形卡；(4) 专业录音与视频编辑设备。

(2) 软件资源

实验室部署完整数据分析工具链：(1) 自然语言处理：NLTK、spaCy、jieba、HanLP等；(2) 深度学习框架：TensorFlow、PyTorch、Keras，支持BERT、GPT等预训练模型；(3) 计算机视觉：OpenCV、PIL、scikit-image、detectron2；(4) 数据可视化：Tableau、D3.js、Matplotlib、Seaborn；(5) 社会科学统计：SPSS、Stata、R；(6) 项目管理：Git、GitHub、Slack、Trello。

(3) 数据库资源

依托单位图书馆购买丰富学术数据库：（1）外文数据库：Web of Science、Scopus、JSTOR、SpringerLink、ScienceDirect、EBSCO、SAGE、Wiley 等；（2）中文数据库：中国知网（CNKI）、万方数据、维普资讯等；（3）专业数据库：MyDramalist、AsianWiki、Oricon 等；（4）统计年鉴：中国统计年鉴、日本统计年鉴等。

2.2 尚缺少的实验条件及拟解决途径

(1) 缺少的实验条件

（1）日本本土社交媒体数据因地域限制和平台政策无法完整获取；（2）日本娱乐产业一手资料属商业机密；（3）韩国、欧美娱乐产业数据资源分散；（4）大规模视频数据存储与处理需更专业设备；（5）日语情感分析缺乏高质量标注语料。

(2) 拟解决途径

（1）国际合作：与东京大学信息学环、早稻田大学文学学术院、首尔国立大学言论情报学研究所、阿姆斯特丹大学传媒系、南加州大学新闻与传播学院等建立合作关系；（2）数据采购：通过 Brandwatch、Talkwalker、Cision 等获取社交媒体历史数据（预算 3-5 万元/年）；（3）公开数据集：利用 Twitter Academic Research Product Track 等；（4）自主研发：已开发网络爬虫工具和多语言情感分析工具原型；（5）语料库建设：与日本合作机构联合建设日语情感标注语料库（约 10 万条）；（6）设备升级：申请经费升级视频存储和处理设备（预算 5-8 万元）。

2.3 利用国家重点实验室等研究基地的计划

(1) 合作单位

申请团队计划与国内高水平研究基地建立紧密合作关系：中国人民大学新闻学院社会发展研究基地、清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心、中国传媒大学文化产业管理学院、文化和旅游部文化产业研究中心、国家广播电视台总局广播电视规划院。

(2) 合作方式

学者互访（每年邀请合作基地知名学者来校讲学 1-2 次，项目负责人赴合作基地交流访问 1-2 次）；联合研究（在重大理论问题上开展联合研究，共同发表高水平论文）；资源共享（共享部分研究数据和设备资源）；人才培养（共同指导研究生，开展学生访学交流）。

3. 正在承担的与本项目相关的科研项目情况(申请人正在承担的与本项目相关的科研项目情况,包括国家自然科学基金的项目和国家其他科技计划项目,要注明项目的资助机构、项目类别、批准号、项目名称、获资助金额、起止年月、与本项目的关系及负责的内容等);
无。

4. 完成国家自然科学基金项目情况(对申请人负责的前一个已资助期满的科学基金项目(项目名称及批准号)完成情况、后续研究进展及与本申请项目的关系加以详细说明。另附该项目的研究工作总结摘要(限500字)和相关成果详细目录)。

无。

（四）其他需要说明的情况

1. 申请人同年申请不同类型的国家自然科学基金项目情况（列明同年申请的其他项目的项目类型、项目名称信息，并说明与本项目之间的区别与联系；已收到自然科学基金委不予受理或不予资助决定的，无需列出）。

无。

2. 具有高级专业技术职务（职称）的申请人是否存在同年申请或者参与申请国家自然科学基金项目的单位不一致的情况；如存在上述情况，列明所涉及人员的姓名，申请或参与申请的其他项目的项目类型、项目名称、单位名称、上述人员在该项目中是申请人还是参与者，并说明单位不一致原因。

无。

3. 具有高级专业技术职务（职称）的申请人是否存在与正在承担的国家自然科学基金项目的单位不一致的情况；如存在上述情况，列明所涉及人员的姓名，正在承担项目的批准号、项目类型、项目名称、单位名称、起止年月，并说明单位不一致原因。

无。

4. 同年以不同专业技术职务（职称）申请或参与申请科学基金项目的情况（应详细说明原因）。

无。

5. 其他。

无。