

媒介事件视域下奥运会开幕式与中国国家形象塑造 ——以 2022 年北京冬奥会开幕式为例

朱玲玲

(扬州大学 新闻与传媒学院, 江苏 扬州 225000)

摘要: 现代奥运会开幕式既是全球媒介事件的代表,也是举办国塑造国家形象的重要平台。运用文献资料、逻辑分析等方法,从媒介事件视角出发,基于仪式性媒介事件的建构机制,搭建仪式性媒介事件与国家形象生态系统的关系模型,分析北京冬奥会开幕式作为一项仪式性媒介事件对于中国国家形象生态系统的影响。结论:北京冬奥会开幕式通过媒介叙事与仪式构造完成对中国国家形象生态系统的整体影响。具体言之,一方面,通过阐释叙事规则、开放延展叙事语境以及布局叙事时空,依次完成“加冕”“竞赛”“征服”3 个叙事阶段以激活国家形象媒介生态系统。另一方面,通过升级仪式体验、深耕文化图式、制造文化认同以激活国家形象文化生态系统。

关键词: 媒介事件; 国家形象; 媒介叙事; 仪式; 冬奥会

中图分类号: G81 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-983X(2023)01-0011-05

Opening Ceremony of Olympic Games and China's National Image Building from Perspective of Media Events: A Case Study of Opening Ceremony of the 2022 Beijing Winter Olympics

ZHU Lingling

(School of Journalism and Communication, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu, 225000)

Abstract: The opening ceremony of the modern Olympic Games is not only a representative of the global media event, but also an important platform for the host country to build its national image. Based on the construction mechanism of the ceremonial media event, this paper establishes the relationship model between the ceremonial media event and the national image ecosystem from the perspective of media event by using the methods of literature and logic analysis, and analyzes the impact of the opening ceremony of the Beijing Winter Olympics as a ceremonial media event on the national image ecosystem of China. The opening ceremony of Beijing Winter Olympic Games has an overall impact on China's national image ecosystem through media narrative and ritual construction. Specifically speaking, on the one hand, through explaining narrative rules, opening and extending narrative context, and arranging narrative time and space, the three narrative stages of "coronation", "competition" and "conquest" are completed successively to activate the national image media ecosystem. On the other hand, it can activate the cultural ecosystem of national image by upgrading ritual experience, deepening cultural schema and making cultural identity.

Keywords: media event; national image; media narrative; ceremony; Winter Olympics

国家形象是国家软实力的重要范畴,国家形象塑造的成功与否深刻影响一国国际竞争力。中国作为日益走向世界舞台中央的社会主义大国,能否成功塑造国家形象将成为新时代影响中国国家软实力、实现可持续发展的重要因素。习近平总书记曾多次就塑造我国国家形象提出过明确要求和期望。党的十九大报告明确提出,筹办好北京冬奥会,展现真实、立

体、全面的中国。2021 年 12 月,习近平总书记指出,努力展示一个生动立体的中国,为推动构建人类命运共同体谱写新篇章。塑造国家形象已成为我国重要的国家战略任务之一。

作为民族文化盛会的奥运会开幕式,既是彰显人类文明和奥林匹克价值观的舞台,也是浓缩了举办国历史、文化与政治的产物,奥运会开幕式承载着国家形象塑造与传播的独特价值,也由此成为举办国塑造国家形象的重要手段。从传播学视角看,2022 年北京冬奥会开幕式作为国际性体育赛事的超级传播舞台,是一项影响力波及全球的媒介事件,也由此成为了新时代我国塑造国家形象的重要窗口与契机。对此,北京冬奥会开幕式到底如何塑造了中国国家形象已成为当前亟待学理阐释的重大课题。基于此,以媒介事件的视角来考察北京冬

收稿日期:2022-11-10

基金项目:江苏省研究生实践创新项目(SJCX22_1695)。

作者简介:朱玲玲(1998-),女,江苏扬州人,在读硕士,研究方向:文化传播、体育传播,E-mail:1070588665@qq.com。

奥会开幕式,对于理解其对我国国家形象塑造的运作机制来说有所助益。本文试图在厘清媒介事件的建构机制等基础理论问题上,探索北京冬奥会开幕式影响、塑造我国国家形象的重要机理,以求正于方家。

1 文献综述与模型建构

1.1 媒介事件

因传播环境的现实变化,近年来媒介事件理论总体上持续发生动态流变,其理论内涵处于不断修正或补偿过程中。国内现有研究主要立足于文化人类学、叙事学等视角分析媒介事件的构建机制或演化规律,既丰富了媒介事件研究的不同面向,也指出了一些重要的研究路径。具体言之,国内学者以丹尼尔·戴扬、伊莱休·卡茨在大众传播时期提出的作为电视直播技术产物的仪式性媒介事件为基点,不断尝试延伸智媒时代下媒介事件的内涵边界、拓展媒介事件的类型和主题,例如提出了以“冲突、威胁传统、创造分化”为特征的创伤性媒介事件,并在此基础上更新不同类型媒介事件的新特征、修正关于媒介事件社会功能的整体认知,以此拓展了媒介事件的研究视野。但也出现了未进一步延展或更新媒介事件在新传播环境下的脚本内涵,或者将不同的分析视角下的理论内涵与媒介事件杂糅分析,进而导致媒介事件整体构建机制不明晰等问题。由此,细分不同类型媒介事件的构建机制等问题将成为进一步开展媒介事件相关研究主题的基础与切入点。

1.2 奥运会开幕式与国家形象

奥运会作为以体育赛事为载体的全球性媒介事件,其开幕式是举办国向世界传播自身民族文化、塑造国家形象的重要平台和重要契机。国内学界关于奥运会开幕式与国家形象的研究主要集中于奥运会举办前后,从研究方法来看,以定性分析法为主流;从研究对象来看,主要可分为对各届冬奥会开幕式进行比较分析,并提出塑造和传播良好国家形象的策略、聚焦于某一奥运会开幕式与东道主国家形象的传播与塑造两个方面;从理论基础来看,诸多研究从社会学、新闻与传媒等领域求得方法论和学科理论的支持,以推进奥运会开幕式与国家形象研究的理论深度,具体主要从叙事学、符号学、仪式观、媒介仪式、文化记忆、文化折扣、跨文化形象学、体育景观观念史等视角分析奥运会开幕式构建国家形象的机制,并提出相应构建路径。总体而言,我国学界关于奥运会开幕式与国家形象研究处于起步阶段,虽逐步形成了多学科集群、多视角并存的研究现状,但还存在理论概念使用模糊、理论创新乏力、开幕式传播和塑造国家形象机制不明晰等问题亟待破除。

1.3 模型建构

丹尼尔·戴扬和伊莱休·卡茨在《媒介事件》一书中对 20 世纪下半叶出现的“电视媒介事件”进行全方位考察,指出“媒介事件”是指“那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件”,如政党电视辩论、体育竞赛直播^[1],关于媒介事件的早期界定也源于此。最早针对“电视媒介事件”(电视对重大历史事件的直播现象)属于强调庆祝一致性与社会整合的仪式性媒介事件。而在当前的全球化语境下,数字空间的出现拓展了媒介事件的话语空间,使得原本在电视媒介时代下,利用电视直播可达成社会整合的深层社会功能受到挑战,当今的仪

式性媒介事件的实际成功更多限于“国族社群”。基于此,考察北京冬奥会开幕式作为一项仪式性媒介事件对于我国国家形象塑造具有一定合理性。

1.3.1 仪式性媒介事件的建构机制:事件“媒介化”与媒介“事件化”

事件“媒介化”与媒介“事件化”是仪式性媒介事件演化过程中并行的双重机制,综合其纵向建构流程与横向交叉关系,可发现仪式性媒介事件的建构分别呈现出一种媒介生态、文化生态,并分别对应着事件“媒介化”与媒介“事件化”的演化过程。

事件“媒介化”的实现,从时间段上来看,是一个阶段性递进的过程,具体主要可分为两个阶段。具体言之,首先是横向渗透,被纳入国家媒介资源系统中的仪式性媒介事件,会由媒体机构借助媒介技术,让作为客观事实的事件突破时空限制而在不同场域中产生延时互动。接着是纵向下沉,事件逐渐突破既定的“原生”场域并渗透到其他社会场域(如奥运会可从体育场域可延伸至政治场域),如从意识形态领域下沉到人们的日常生活空间,成为支持社会文化系统运转的基础设施。

媒介“事件化”具体指针对某一具体事件发生的一系列共时性传播行为可视为一个重要的文化事件。这是基于将真实事件本身,先经过媒介层次的整合与组织者关于事件释义的投放,在社会媒介空间中逐步收拢集体注意力,实现公共领域中的公众关于该事件的注意力聚集。这种“事件化”进程具有某种类宗教作用,众多媒介的集声响应可强化事件本体在在媒介环境中的主导地位,由此,事件在某一时空环境中完成其神圣性的彰显与宣告并被赋予仪式性内涵。

经过事件本体“媒介化”的实现与事件的这段展演进程(即媒介“事件化”),事件本体逐渐成为社会政治要素、经济要素、文化要素的激活者、连接者和整合者,融入特定社会制度的运作中,成为一种引发社会机制发生变化的自变量,形成一种社会脉络。在此过程中,事件本体逐渐与社会相互嵌入与相互建构,从而完成了对社会集体记忆的全方位扩张和立体化重构,仪式性媒介事件的建构也得以完成。

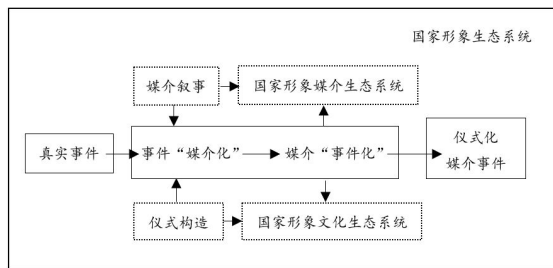


图 1 仪式性媒介事件与国家形象生态系统关系模型

1.3.2 仪式性媒介事件激活国家形象生态系统

国家形象具有整体性特征,其实质就是国家形象作为系统的表现^[2]。从系统论的角度来看,国家形象实际上是一个系统,是由若干要素组成的且具有一定功能的有机整体。国家形象系统由被纳入不同子系统中国家政治、经济、文化等现实要素构成,国家形象生态系统可被视为拥有合理结构、能够高效协调诸子系统间关系的复合生态系统,表示国家政治、经济、文化等现实要素之间环环相扣的关系,主要包括客体生态

系统、媒介生态系统与文化生态系统3个子系统。而由于不同主体关于国家形象的认知具有主观性特征,因此对于一国而言,其国家形象生态系统也须分为国内、国外系统。本文着眼于国内国家形象内部生态系统,探索仪式性媒介事件对于其动态关系以及功能发挥的影响,具体则包括如何协调、保持诸子系统间的平衡状态,以发挥系统整体效能,从而保障国家形象对国内与对国外的整体塑造。

国家形象生态系统的运作是通过客体生态系统、媒介生态系统与文化生态系统之间始终保持动态平衡来维持的。其中,客体生态系统是媒介生态系统和文化生态系统的载体;文化生态系统为客体生态系统和媒介生态系统提供能源;媒介生态系统指导客体生态系统和文化生态系统。而仪式性媒介事件可通过叙事实践激活国家形象媒介生态系统与文化生态系统。

具体言之,仪式性媒介事件通常会在其所构筑的叙事进程中,充分调动一国内部的诸多媒介资源,多主体利用各类媒介资源、技术的积极性也大为提升,以致国家内部媒介生态整体在某一时期内活跃度大大提高,这无疑可直接或间接影响国家形象媒介生态系统的动态运转及其与客体生态系统和文化生态系统之间的平衡,也逐步完成了事件“媒介化”与媒介“事件化”的事件建构机制。

仪式性媒介事件的仪式特性还可激活国家形象文化生态系统。文化是建构国家认同的基因,而国家认同是塑造一国国家形象的重要支撑力量,尤其对于民族国家而言,民族文化或其他具有共同价值的文化更是在民族国家社会中扮演着凝聚民众共识、形塑与铸牢民族共同体的功能。因此,在国家形象生态系统中,国家形象文化生态系统的平衡与稳定对于国家形象的整体塑造具有重要支撑作用。仪式性媒介事件与生俱来就具有通过仪式构造与文化展演,以召唤共同的仪式参与者,并在此过程中加强其情感认同、价值观念认同、文化认同的社会功能,这种文化生态可为巩固国家形象文化生态系统注入不竭动力。

2 媒介叙事:冬奥会开幕式激活国家形象媒介生态系统的路径

如上文所言,仪式性媒介事件可通过叙事实践激活国家形象媒介生态系统。戴扬和卡茨最早针对电视直播提出的仪式性媒介事件聚焦于构成事件的3类脚本,也可将其视为叙述仪式性媒介事件的3种形式,包括“加冕”“竞赛”和“征服”3大类。北京冬奥会开幕式作为仪式性媒介事件具体采用这3种方式以实现其脚本叙事。

2.1 “加冕”:叙事规则优先阐释以促成价值导向

“加冕”承担吸引受众参与、为受众搭建事件意义理解框架并体验事件核心价值的导向作用^[3]。在仪式性媒介事件开展过程中,随着数字空间中的网民自发式的参与到事件叙事的意义建构中,表现出为争夺媒介话语权而进行的象征性生产实践,这种叙事竞争容易致使官方话语失去对事件的“合法性”话语控制权。为预防这种失控情况,媒介事件组织者便会提前框定叙事场域与确定主流叙事模式。具体表现为,由媒介事件组织者预先提供明确的事件内容或情节和采用特定的讲述方式,以仪式化排列的叙事线条向受众提供展演式的介绍、

说明、描述事件的信息,共同确定意义的生产。在当前的数字传播环境下,主流媒体依旧主要承担着仪式性媒介事件的意义框架搭建与价值导向职责,主要通过话语隐喻,实现在报道文本中内化关于事件的意义诠释框架,从而优先确立并阐释官方与民间两个叙事场域中的主流叙事模式。

隐喻作为一种特殊认知工具与叙事手段,能够承载官方话语所隐含的意识形态。《人民日报》在微信平台关于开幕式报道以及央视开幕式直播解说中,通过多次穿插使用“双奥之城的自信”“中国做好了准备”“新的历史时刻”等标记词汇,通过传达“民族崛起”的话语隐喻,界定了媒体文本的理解规则,以逐渐建构起宏大的国族叙事模式并框定包括中国梦、爱国、集体主义等核心价值观在内的主流叙事场域。在此过程中,完成向受众进行事件象征意义的阐释,以及引导观众按其规定思路对事件进行意义解读,以促成“加冕”即价值导向的实现。

2.2 “竞赛”:叙事语境开放延展以激活公共叙事

“竞赛”发挥促进、加速民间话语在官方给定的意义框架中进行事件意义再生产的作用。在电视媒体主导事件报道的年代,媒介事件的叙事语境是由主流媒体的官方话语通过单一的中心化叙事完成建构的。这种几乎完全由官方主导的叙事语境因缺少交流与互动而显得沉闷乏味,关于报道事件的叙事主题活跃度也略显低迷、活跃周期总体较短。自传播结构发生显著变化以来,数字媒体平台作为一种“可重新配置和复制信息”的通信和信息生成媒介,为一般受众提供了进入民间叙事场域的平等渠道。而对拥有官方话语权力的仪式性媒介事件组织者而言,由于数字媒体平台所具有的数字系统属性虽打破了大众传播时代媒介机构、事件组织者对民间叙事场域的绝对控制权,媒介机构以及事件组织者无法确保自身能持续捆绑受众注意力,由此,也无法保证数字媒体平台中的所有用户对仪式性事件意义理解的忠诚性。但数字平台开放互动的特点也同时催生出更活跃的民间叙事场域与更多样的叙事形式,这也为主流媒体拓展事件报道叙事语境开辟了“新战场”,为控制民间叙事场域提供了新思路^[4]。

在数字平台上,为了将尽可能多的受众“网罗”进自身为控制民间叙事场域而建构的官方意义场中,以维护事件核心价值与意义为己任的官方话语(通常是事件组织者或媒介机构)在完成主流意义框架建构后,会加大事件主流意义在数字平台中的“曝光”力度,向公众开放延展叙事语境并促成其行使事件“边缘”意义的建构权,从而同为达到不同叙述目的进行意义生产与实践的民间话语形成开放式动态叙述的场景,多个叙述视角、叙事线条就此浮现,这在一定程度上表现为多元主体间的叙事“竞赛”^[5]。例如,《人民日报》根据开幕式《闪亮的雪花》环节中的“‘走丢’的鸽子”设置相关议题,在完成事件意义宏观架构的基础上,进一步向多个社交媒体平台开放延展开幕式叙事语境、下放议题,如开展“寻找掉队小鸽子”的议题讨论,吸引民间话语参与、不断生产边缘叙事议题。通过强大的公共叙事力量,生成多个叙事子集并投射到主流媒体建构的主流叙事语境中,既与主流媒体倡导的“国族叙事”主流叙事模式形成了有力融合,也呼应了主流叙事场域中爱国、集体主义、民族共同体等主流价值观。

2.3 “征服”:叙事时空动态布局以实现政治收编

“征服”即在经历过加冕与竞赛后,仪式性媒介事件在国家媒介系统下完成叙事意义框架的搭建,以确立叙事根基并将仪式性媒介事件的“边缘”意义建构权下放至公共媒介系统中以完成其协商与展演的叙事机制,扮演叙事主导角色的媒介机构或事件组织者也由此确立权威并完成其释放超凡魅力的政治使命。这种权威的确立主要体现在通过在时空维度进行叙事布局,以实现对一国、数国乃至全世界的“征服”。尤其是在民族国家社会中,仪式性媒介事件往往背负着超凡魅力的政治使命,不仅需要征服空间也需征服时间。这是因为任何叙事都不能外在于叙述主体所存在的社会历史语境中,叙事这一行为必须发生在客观时空之中。在叙述事件过程中,无论采取何种媒介,必然涉及到某一时空维度的建构与布局。从时间维度上说,被纳入国家媒介资源系统中的仪式性媒介事件在媒介机构或事件组织者的“布局”下,可以吸纳公众在某一段时期内关于事件的注意力,因此会在一段时期内拥有持久生命力的聚像。从空间维度而言,仪式性媒介事件可跨越空间,在公共领域中不断被复制、流通,在不同媒介平台和场景下被挪用,致使公众参与到对事件叙事的“再中介化”,由此成为一国社会或全球性的“聚像事件”。

北京冬奥会作为仪式性媒介事件的叙事时空布局表现出保持叙事时间连续性、不断扩大叙事空间的特征。从时间维度来看,叙事时间的连续性主要体现在两方面。一方面,仪式性媒介事件的叙事时间会“向前延伸”,不仅聚焦于事件发生的当下,其叙事往往会突破当下时空封锁,将视点转向与事件相关联的过去,如央视关于冬奥会开幕式的直播叙事通过“双奥之城”等直播解说,将视点转向与事件相关联的2008年北京奥运会,由此实现统一、连续的时间轨迹。另一方面,仪式性媒介事件的叙事时间也会“向后延伸”,事件整体在数字空间中会被划分、切割为众多偶然性、即时性时刻。例如,在冬奥会开幕式直播结束后,在短视频平台出现了将北京冬奥会开幕式片段与2008年北京奥运会开幕式中的众多场景进行剪辑对比的作品。其叙事的时间轨迹不再局限于单线条,而是分化成无数分散的节点并分化出再造事件“边缘”意义的无数个动态场景,由此保证其叙事时间的连续。

从空间维度来看,冬奥会开幕式在不同媒介平台和场景下的叙事实践可跨越众多意义空间,不断扩大叙事空间。例如,主流媒体或自媒体在对北京冬奥会开幕式视频的二次创作中,主要通过开幕式节目或者突出的视听要素为单位进行“截取”,对包括开幕式志愿者素质要求、开幕式欢庆焰火环节、火炬传递环节等内容围绕主流叙事意义进行“边缘”意义的再生产,在数字空间中呈现出纷繁复杂的内容指涉,也进一步拓展了叙事范围、扩大了叙事空间。概言之,媒介机构或仪式性媒介事件组织者通过在不同时空维度下完成对北京冬奥会开幕式叙事动态布局,也由此将该事件对于民族国家的现实意义统一收编进民族国家的政治体系中。

3 仪式构造:冬奥会开幕式激活国家形象文化生态的路径

北京冬奥会开幕式作为仪式性媒介事件利用诸多媒介围绕事件进行建构并呈现出一个动态的仪式空间与场景,其主

要通过在数字空间中关于事件的媒体直播、议题讨论以及仪式现场展演等仪式空间与场景下,通过升级仪式体验、深耕文化图式、制造文化认同3条路径激活并巩固国家形象文化生态。

3.1 升级仪式体验:流散仪式的多元配置以优化仪式布局

仪式性媒介事件在数字传播时代所塑造的仪式空间与传统仪式空间有所不同,由于数字空间中的受众往往被赋予多渠道接触事件的技术条件,这使得强调“身体在场”的传统意义上的仪式体验也随之升级。在传统仪式空间外,事件组织者或媒介机构还利用媒介技术,通过媒介终端将分散在传统仪式空间之外的个体汇聚起来,使得大部分仪式参与者实际上在仪式性媒介事件现场即传统仪式空间之外收获仪式参与的“不在场”体验,戴扬和卡茨称之为“流散仪式”。概言之,仪式性媒介事件的最初呈现往往无法脱离传统仪式空间,而是呈现出一种以传统仪式空间为中心,众多“流散仪式”并存的仪式场景,仪式参与体验也由此实现升级。以北京冬奥会开幕式为代表的仪式性媒介事件,除了将国家体育场——鸟巢作为传统仪式空间、作为仪式活动的中心举行现场集体仪式,还通过布局众多“流散仪式”以实现对传统仪式空间、仪式活动中心的异地共享,即“在同一个时间、同一个事件下共同分享同一个表情、同一种声音、同一个画面”以创造着对集体注意力的垄断。例如,开幕式举办期间及前后,微博平台上不断有“冬奥开幕审美真的绝了”“我们与中国红同在”“五星红旗和冰雪五环同框了”“普通的中国人人手相传国旗”等围绕开幕式的话题冲上热搜,反映出远离现场集体仪式的仪式参与者围绕仪式活动中心出的“非在场”反应。屏幕前的个体虽然是分化的,但依旧能围绕开幕式这场仪式盛典建立联系,开幕式这场盛大仪式通过在不同时刻、在众多“流散仪式”中在不同程度垄断上集体注意力,不仅营造出“共同在场”的体验氛围,更能对仪式活动做出个性化反馈,仪式活动不再是组织者的谋划与对集体记忆的单向书写,而是仪式参与者集体对社会文化记忆的共同书写。

3.2 深耕文化图式:象征符号的拓展更迭以实现文化展演

文化图式作为人脑先前经验已存在的一种关于文化的知识组织模式,可以调用来感知和理解人类社会中的各种文化现象^[6]。在民族国家,为确保仪式活动的稳固开展,在仪式开展前很大程度上会倚赖国民脑中固有民族文化图式的激活,并且在仪式活动开展的同时,通过带有共同文化特质的系列象征符号的汇聚与共通意义的指向,可进一步将新的文化内容纳入既有的民族文化图式当中,总体上既保障与固有民族文化图式不冲突,也会实现民族文化图式对新内容的同化与对既有文化内容的强化与深耕。象征符号可通过类比联想的方式赋予事物意义、价值与规范,从而使观念与信仰可被感知,仪式中的象征符号更是文化的凝结,由此,象征符号成为激活、深耕文化图式的重要因子以及影响仪式语境结构的基本单元。作为仪式性媒介事件的北京冬奥会开幕式,其所打造的仪式空间便可视作一个巨大的象征符号系统,在该系统内通过运用多种象征符号将国家形象具象化并赋予其一定的历史

(下转第71页)

tions for preventing and treating low bone mass in the forearm: a systematic review and meta-analysis[J]. Archives of Physical Medicine and Rehabilitation, 2020, 101(3):487-511.

[37] 吴志建,王竹影,胡冰倩,等.运动锻炼改善绝经后妇女骨密度效果的 meta 分析[J].中国康复医学杂志,2020,35(8):963-971.

[38] MOHAMMAD RAHIMI G R, SMRAT N A, LIANG M T C, et al. The impact of different modes of exercise training on bone mineral density in older postmenopausal women: A systematic review and meta-

analysis research[J]. Calcified tissue international, 2020, 106(6): 577-590.

[39] CHIEN M Y, WU Y T, HSU A T, et al. Efficacy of a 24-week aerobic exercise program for osteopenic postmenopausal women[J]. Calcified tissue international, 2000, 67(6):443-448.

[40] 郭 翔, 夏慈忠. 不同类型运动对中老年人肌力、骨密度影响研究[J]. 中国骨质疏松杂志, 2017, 23(5):599-605.

(上接第14页)

意义与时代价值,例如,在开幕式现场内嵌各参赛国家(地区)名称的雪花、在影像冰球反复撞击下冰雪五环从冰立方中破冰而出的“破冰”行为等都作为一个个结合了中华民族文化和奥林匹克理念的象征符号,既拓展与更新了中国国家形象符号系统,更共同表征了“世界大同、天下一家”这一具有“支配性象征符号”意味的开幕式文化理念,实现了对包含中国传统农耕文化重要产物——“二十四节气”等文化意涵在内的精彩展演。

3.3 制造文化认同:共同体身份的持续言说以强化身份认同

传统仪式空间中的仪式活动的开展往往依赖于仪式参与者的“身体共在”而创造共享的情感体验,以实现情感凝聚与身份认同。当下,网络媒介重构了大众互动方式,在网络空间可突破“身体共在”的物理性,创设出超越物理时空的“在线”仪式空间和互动情境,以及构筑民族情感可持续感知的情境^[7]。这不仅营造出群体互动数据可视化的“在场”,还能够为仪式活动中民族情感唤醒与民族情感能量的积聚搭建更便捷的通道与平台,进一步触发与强化仪式参与者关于民族文化的集体认同。北京冬奥会开幕式借助多样化媒介手段搭建仪式空间与互动情境,并在中心仪式空间与“流散仪式”空间中,以日常生活为切入点,不断言说民族共同体身份,从而帮助国民在国家形象文化认同层面获得了积极的情感共鸣和价值共识^[8]。例如,北京冬奥会开幕式从开场就通过“我们是一个多民族国家”“各民族兄弟姐妹”等直播解说词不断重申“我们”同在场的民族共同体身份;在开幕式举办期间,央视频“黄金赛事”账号直播间作为一个典型的“流散仪式”空间,容纳了直播观众共 1 707.8 万人次,点赞量高达 27.2 万次,这些观众作为仪式活动参与者通过网络空间对仪式活动参与的“虚拟在场”,自发形成了“祝福祖国”“为奥运健儿加油”“期待冬奥会”等评论队形,个体通过主体自觉将自身融入到集体、民族共同体身份的持续言说之中,并在互动过程中将仪式活动生发的情感能量转化为对民族文化的深刻认同。

4 结语

从媒介事件视角出发,通过厘清仪式性媒介事件的建构机制,有利于对北京冬奥会开幕式与国家形象之间的关系进行系统分析。研究发现作为仪式性媒介事件的北京冬奥会开幕式通过媒介叙事与仪式构造影响国家形象生态系统内部子系统诸如国家形象媒介生态系统与国家形象文化生态系统的平衡与稳定。这种影响背后实则是民族国家为塑造国家形象,围绕仪式性媒介事件而行使系列社会隐性控制手段如媒介“朝觐”与文化规训,在二者共同驱动下而达成关于民族文化图式的深耕、社会文化记忆的共同书写以及民族共同体身份的再次重申。

参考文献:

- [1] 丹尼尔·戴杨,伊莱休·卡茨.媒介事件:历史的现场直播[M].麻争旗,译.北京:北京广播学院出版社,2000:1.
- [2] 吴献举,张 昆.国家形象:概念、特征及研究路径之再探讨[J].现代传播(中国传媒大学学报),2016,38(1):57-62.
- [3] 冉 华,黄一木.主体、情境、文本:数字空间媒介事件的叙事特征及其影响[J].播,2020(03):23-26+31.
- [4] 章晓俊,汪 洋.大众媒介视域下体育新闻的传播——以 2020 东京奥运会为例[J].湖北体育科技,2022,41(8):671-674.
- [5] 冉 华,黄一木.作为叙事的传播:“媒介事件”研究被忽视的线索[J].新闻界,2022(04):42-50.
- [6] 刘明东.文化图式的可译性及其实现手段[J].中国翻译,2003,24(2):28-31.
- [7] 周宣辰,程 倩.情感与互动仪式:网络空间铸牢中华民族共同体意识探析[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2022,39(4):27-34.
- [8] 秦宗财.新时代“千年运河”文旅品牌形象塑造[J].江西社会科学,2021,41(1):235-243.