

后疫情时代虚拟观众对体育赛事传播的影响

——一个传播仪式观视角

肖潇

海南师范大学体育学院

DOI:10.12238/jief.v4i1.4451

[摘要] 伴随着新冠疫情的影响,全球体育赛事传播受到前所未有的冲击,各大联赛为应对疫情才用了虚拟观众的体育赛事运行模式。本文以传播仪式观为理论视角,以文化研究作为切入点,采用文献资料法通过虚拟观众对体育赛事转播的影响进行分析。结果表明,虚拟观众对体育赛事传播的影响在于其文化传播的影响以及在体育赛事场域内这一文化共同体的建构。

[关键词] 传播仪式观; 虚拟观众; 文化研究; 文化传播

中图分类号: G129 **文献标识码:** A

The Influence of Virtual Audience on the Communication of Sports Events in Post-epidemic Era

——A perspective of communication ceremony view

Xiao Xiao

School of Physical Education, Hainan Normal University

[Abstract] With the influence of the COVID-19 epidemic, the spread of global sports events has been impacted unprecedentedly. In order to cope with the epidemic, major leagues have adopted the sports event operation mode of virtual audience. This paper takes the view of communication ceremony as the theoretical perspective, takes cultural research as the breakthrough point, and analyzes the influence of virtual audience on the broadcast of sports events with the method of documentation. The results show that the virtual audience's influence on the communication of sports events lies in the influence of its cultural communication and the construction of this cultural community in the field of sports events.

[Key words] Communication ceremony view; Virtual audience; Cultural study; Cultural communication

1 问题的提出

2020年初,一场突如其来的新冠疫情迅速席卷全球,全球各大体育赛事在其影响下被迫停摆。而作为人类生活的一部分,整个体育赛事行业受到的冲击无疑是巨大的,赛事的停摆影响关乎门票收入、转播收入、周边收入甚至人民群众精神生活的满足等。

随着疫情逐渐得到控制,我国CBA篮球联赛率先恢复运转。但作为人员密集型活动,大量观众聚集于看台无疑会带来巨大的疫情风险。所以,我国篮球联赛率先采用空场模式进行赛事活动的运行,也就是零观众进入,并对球员、教练等工

作人员进行严格把控,从根源上降低了疫情风险。随之,全球各大联赛也开始使用这一赛事运行模式,但与我国略有不同的是,欧美各大联赛引入了虚拟观众这一机制,例如,在观众席摆放假人立牌,或是在赛场中设立于观众连线的大屏幕等。

诚然,如今应对新冠病毒的疫苗已量产入市,在疫苗的加持下新冠疫情也呈现出暂缓的趋势。全球各大联赛依靠着虚拟观众这一模式逐渐步入正轨,球迷等群体也可以便利地通过网络直播收看体育赛事。不过就目前国际疫情防控形势来看,新冠病毒大有长期与人类共存的可能,如此一来体育赛事极有可能

长期使用虚拟观众这一运行模式,这也将会对体育赛事的组织、传播带来巨大的影响与改变。但就目前国内的研究情况来看,对这一方面的研究少之又少,仅有彭昊^[1]从媒体传播的角度进行论述,以及裴超、孟楠^[2]提出体育赛事应与互联网结合的观点。但总体上与本文的相关性不大。

本研究试图从传播仪式观视角通过虚拟观众对体育赛事传播的影响进行阐释性研究,以期引发国内学者对这一议题的相关理论研究兴趣和这一现象的关注。

2 传播仪式观简述

提到传播仪式观就不得不首先提出

传播传递观。传播仪式观最早由美国学者詹姆斯·凯瑞对传统传播传递观研究范式的批判以及为解决这一范式危机而从文化研究的角度提出的,其思想将传播视为一个现实得以被生产和维系的符号过程^[3]。

2.1 传播传递观

传播传递观作为传统的功能主义—实证研究传播学研究范式,其核心思想在于将接收信息的人设想成为被动的接收者。其重点在于传播效率、信息的接收效率、以及环境对传播的作用力。更多地将信息视为货物,而传播这一活动更多的内在含义是为运输。传播传递观旨在研究如何提升货物运输的效率与能力,如何快速的运输货物以及将货物运送到更远的地方,并使被动的接受者更加容易、方便地接收这件货物。所以,其思想的典型情形是劝服、改变态度、转变行为,通过信息传递实现社会化,影响或调解个体对阅读和观看的选择^[4]。

2.2 传播仪式观

与传播传递观不同,凯瑞以传播为隐喻,从文化研究的角度提出了传播仪式观。如果说传播的传递观其核心在于讯息在地理上的拓展(以控制为目的),那么传播的仪式观其核心则是将人们以团体或共同体的形式聚集在一起的神圣典礼^[4]。在此视角下,人是信息的接收者也是生产者,人们不再只是单纯地、被动地接收信息,而是主动地参与到文化的生产与再生产之中,以此完成文化的传播与共同体的构建。

此外,凯瑞认为,现实是人类创造的产物,同时人类又生活在自己所创造的现实之中。凯瑞曾提到“生命是一场交谈”;在他看来,世界首先是而且最主要的是词语的世界。依照凯瑞的观点,传播这一过程首先基于人与人的交谈,人们在交谈这一互动过程中不断产生新的符号(也就是文化),以此与不同个体间进行信仰的共享,从而构建出新的现实;而拥有共同信仰与符号意义的人,便又生活在自身所构建出的这一现实之中。根据上文所述,这一“现实”便是“文化共同体”。

凯瑞的传播仪式观思想打破了原有传播学研究范式的限制,以文化的角度开创了崭新的研究思路,使我们可以从更多的角度进行研究。

3 后疫情时代对体育赛事传播的影响——看台文化的消亡

随着带有看台的赛场出现,赛事观赛群体具有了空间上的聚集,并在一定程度上影响了同场域、同空间的球员行为^[5]。在仪式观的视角下,观赛群体在此场域内进行多方的互动,并产生众多符号化的产物,看台文化便是在这一互动中产生与传播。然而,新冠疫情的来袭改变了体育赛事的运作模式,导致看台文化这一在特定场域内形成的特殊文化遭遇危机。

3.1 看台文化研究现状

目前,学界对于看台文化的理解尚未达成一致,且相关研究较少。国内最早有韩丹^[6]对看台文化做出定义,但其对于文化这一概念的理解还不够充分,故其观点“看台文化由物质的看台建筑、观众守则、观众心态和行为等构成的文化统一体”仍有待商榷。而后闭锦源、韩建华^[7]提出看台文化是看台的服务对象——观赏者的地位、作用、情绪、心理与行为等构成的一种复杂的社会文化现象。在21世纪初,卢元镇教授^[8]提出了“竞技+观众=看台文化”的观点,他指出由竞技与观众共同构成了体育看台文化,并且这一文化不应涉及媒体。与此同时,王海霞等^[9]对于卢元镇教授的观点表示认同,并且提出看台文化是指由竞技文化、观众文化、组织文化和看台建筑文化等构成的一系列复杂的、动态的社会文化现象。之后,石岩等^[10]结合前人的研究给出了看台文化的定义:在竞技运动过程中,由物质的看台建筑、人文环境和球迷的行为规则组成的有机整体。施万君等^[5]同样结合前人的研究,讲台文化定义为在竞技运动过程中,由观众展示(TIFO、球迷口号等)、观众现场行为及情感态度等组成的有机整体。

可以看出,目前学术界对于看台文化的界定的确是五花八门且尚未达成一致。此外,还可以看出部分学者对于文化

的理解也有不足或者偏差。例如,一些学者将诸如看台建筑、制度此类物质的文化成果,或者说文化表现形式归入到文化的范畴之内。而本研究认为,文化是历史凝结成的在特定时期特定群体的行为方式与价值观念。它更多地在意识与精神上的影响着人们的行为与思想。

因此,本研究将看台文化定义为历史凝结成的在体育赛事场域内球迷在某一个时代稳定的行为方式与价值观念。

3.2 传播仪式观视角下看台文化的产生与传播

3.2.1 文化在互动中不断生产

在凯瑞眼中,世界首先是而且最主要的是词语的世界。凯瑞多次提到“交谈”二字,并曾提到“生命是一场交谈”。在此“交谈”有传统意义上的交谈,也有“行动”、“互动”等隐喻;或者说交谈本质上也是行动,也是互动。看台文化是观赛群体以及运动员在赛场这一场域内的多方互动中所产生的,同时,观赛群体与运动员又存在于这一文化之中。

体育竞赛赛场毫无疑问是一个承载了观赛群体、运动员、教练员、裁判员等多方互动的场域。观赛群体进入体育竞赛赛场这一场域内,或是在自我群体中互动,或是与运动员或是教练员互动,甚至与裁判员互动以满足自身需求并进行文化的生产与再生产。这一点在前人的研究中都有提及,例如韩丹在其研究中心提出“在竞技体育的竞赛和表演中,观众和竞技者从来就是一个双向联系的统一体”^[6];卢元镇教授则在看台文化的特点中提出了“看台上下的可交融性”^[8]。以TIFO为例,作为看台文化的一种表现形式,其最初只是球迷把标语、口号“艺术化制作”的展示品,是少数球迷的自发行为^[5],其意义在于表达一种对于主队的身份认同与对主队的助威;而后随着赛事的发展,其表现形式越多样化——视觉效果不断提升以及展示面积不断扩大。这一现象从本质上来讲,就是观赛群体内的互动以及其与运动员互动所带来的文化的生产与再生产。体育场内局势瞬息万变,同一队伍在赛场的气势也同样瞬息万变,其常常在极

短的时间段内经历高潮和低谷,而当己方队伍处在气势低谷以及对对方队伍处在其实高潮时,观赛群体通过口号、TIFO、身体行为等文化表现形式为己方队伍助威提势、震慑对方队伍表达自我需求等。看台文化就是在这一多方互动中逐渐产生,并在持续的活动中进行文化的再生产。

3.2.2 传播——共同体的维系与文化的共享

如果说传播的传递观其核心在于讯息在地理上的拓展(以控制为目的),那么传播的仪式观其核心则是将人们以团体或共同体的形式聚集在一起的神圣典礼^[4]。看台文化产生于体育场这一场域内的多方互动,其主体为观赛群体;观赛群体通过群体内部的互动以及其与赛场中运动员等的互动进行文化的生产与再生产。在仪式观视角下,这一过程究其本质就是将人们以共同体的形式聚集在一起,其看台文化的表现形式诸如口号、TIFO、行为等就是所谓的神圣典礼。

“传播仪式观”阐述了这样一种理念:传播具有仪式般的社会凝聚和整合功能,它不只是分享信息,更是在分享信息的基础上共享某种信仰、观念,传播作为一种微妙的符号互动过程,体现出的是人类文化现象,而参与传播的人在传播过程中借助共同的仪式来进行经验、情感的共享,共筑共同体^[11]。在传播仪式观视角下,观众进入到体育竞赛赛场这一场域内,是在这某种信仰或观念而来;例如对在国际赛场上对本国运动员的支持、联赛内对主队的信仰以及对这些队伍的身份认同。而在赛场中仪式般的互动便是共享信仰、观念以及情感的这一过程。同时,在这一互动过程中完成了共同体的建构并在持续的互动中完成对共同体的维系。

以我国CBA联赛为例,曾出现过“换某某”的口号风靡一时的情况。从最初的“换苏伟”到“换吉喆”再到“换麦迪”,这些都是赛场之中多方互动的文化产物;从最初少数人的表达到迅速充斥整个赛场,这同样也是多方互动的结果。在传播仪式观视角下,这些传播迅速且

颇具特色的口号有着更深层的涵义表达。首先,其背后的实质是观赛群体的身份认同;其次,其更深次的表达在于信念的共享以及共同体的建构。观赛群体在进入体育场进行观赛时,就已经存在着对主客场球队或是某一球队的情感偏好,其在看台中进行情感表达时使之找到拥有相同情感的个体与群体,以此达到身份认同的效果。而在这一过程便是一个传播的过程,也就是文化的传播。此外,观众使用口号这一现象也是一种自我赋权;其以对某一球队的感情偏好为基础,在赛事的进行情感表达以满足自己的话语表达的需求,例如“换某某”口号是为了表达对球员的不满;“广东总冠军戒指”或是为了表达对运动队的支持或是期许;以及一些其他的口号表达了对场上运动队亦或是球员的认可。使用口号这一行为是群体行为而不是个体行为。而只有当群体拥有共同的情感、信念以及文化时,才会促成这一文化行为的出现;在这一行为过程中,其共有的情感与信念得到共享,传播便得以形成。

凯瑞的传播仪式观为传播学研究开创了新的视野,他以传播为隐喻,从文化的角度切入研究;在其视野中,文化共享以建构共同体的这一符号过程即是传播,这一思想为传播研究提供了更多的角度。

3.3 看台文化的消亡——看台文化共同体的消失与网络文化共同体的壮大

由于新冠疫情的影响,体育赛事被迫改变运行模式;从最初的空场比赛直至现今较为稳定的虚拟观众的运行模式,其变动无疑是巨大的。而看台文化所依附的这一场域的巨大变动,直接导致了看台文化的消亡。在这一场域内对共同体的建构与文化的共享不复存在,人们再也无法直接且面对面地参与到文化的生产与传播之中,故基于体育场场域或是看台文化的传播也随之不复存在。

然而,随着当今社会网络媒体技术的不断发展,网络直播技术与网络社区平台不断发展壮大。在这一时期内出现了一个新兴的文化群体——网络体育迷群体;他们生活于虚拟的网络空间,通过

网络直播收看体育赛事,并通过弹幕评论、发帖、对新闻进行评论以及在网络社群中的文字交谈进行互动,并以此在网络虚拟空间中建构了独特的网络体育迷文化共同体。

由于体育赛事运营模式的转变致使现场观赛群体无法进入到看台上进行观赛,所以相当一部分的人选择通过网络直播进行观赛,并同时在网络虚拟空间中进行互动。随之而来的变化就是有更多的人融入到这一网络文化共同体中,并在其中与其他的个体或是集体的互动中助力网络体育迷共同体的建构以及网络体育迷文化的持续再生产与传播。

4 结语

新冠疫情的到来改变了全球体育赛事的运行模式,虚拟观众的体育赛事运行模式又直接影响了体育赛事的传播。在传播仪式观视角下,对体育赛事传播的影响即是对体育相关文化的影响。而虚拟观众模式所带来的看台文化的消亡与网络体育迷文化的壮大便是对体育赛事传播的直接影响。

当然,就目前国际防疫形势来看,新冠病毒大有长期与人来为伴的趋势,那么虚拟观众这一体育赛事运行模式也将长期持续下去。基于其所带来的问题,如何在网络虚拟环境中重构类看台文化的共同体则是影响体育传播的关键。如上文所述,看台文化是在体育场场域内观赛群体与运动员、教练员以及裁判员的多方互动中所产生的;而网络虚拟环境中观赛群体只能在其内部进行互动,也就是文化的传播。所以网络球迷文化与看台文化虽有部分相似指出,但仍存在天壤之别。

所以,首先,在互联网直播的环境中如何重构观赛群体与运动员之间的互动将会是影响体育赛事传播的一个重要因素。在这一点上美国NBA男子篮球职业联赛给出了颇具创意的方案:在赛场看台的中心位置设置大屏幕,通过视频链接的方式与球迷形成互联,但效果如何仍有待考究。其次,如何利用好互联网空间天然的互联性,打破文化壁垒,搭建一个更为广阔的跨文化平台来为构建一个影

响范围更大的网络文化共同体提供基础也很重要。最后,在互联网平台尤其是网络直播平台中,观赛群体只能通过文字来交谈;而在看台中,观赛群体可以更加直接地通过语言来进行交谈,两者所产生的效果依然是天差地别。因此,在网络虚拟环境中,突破文字的苍白表述,对传播的影响同样巨大。

[参考文献]

[1]彭昊.后疫情时代体育传播的发展趋势[J].记者观察,2021,(3):110-111.

[2]裴超,孟楠.困境与路径(上)——疫情影响下体育赛事何去何从?[J].中国会展(中国会议),2021,(04):50-55.

[3]郝雨,王家琛.传播学范式危机的学术转型与路径拓展——詹姆斯·凯瑞传播仪式观的理论溯源及文化取向新论[J].社会科学,2017,(06):163-170.

[4][美]詹姆斯·W·凯瑞:《作为文化的传播——“媒介与社会”论文集》,丁未译,修订版,中国人民大学出版社,2019:4.

[5]施万君,邵凯.中西足球球迷看台文化比较研究——基于TIFO的分析[J].体育文化导刊,2017,(09):197-201.

[6]韩丹.论运动看台文化[J].上海体育学院学报,1990,(03):25-30+92.

[7]闭锦源,韩建华.论市场经济下运

动竞技看台文化对竞技体育的作用[J].中国体育科技,1995,(06):61-63.

[8]卢元镇.竞技+传媒+观众+商业运作——体育电视文化产业漫谈[J].体育文化导刊,2002,(02):7-8.

[9]屈东华,王海霞,史友宽.全国排球联赛看台文化研究[J].中国体育科技,2006,(06):27-32.

[10]石岩,王莹,任宇.我国球迷文化演进与看台文化建设[J].上海体育学院学报,2007,(05):27-32.

[11]刘建明.传播的仪式观:仪式是传播的本体而非类比[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2018,45(2):152-158+169.

中国知网数据库简介:

CNKI介绍

国家知识基础设施(National Knowledge Infrastructure, NKI)的概念由世界银行《1998年度世界发展报告》提出。1999年3月,以全面打通知识生产、传播、扩散与利用各环节信息通道,打造支持全国各行业知识创新、学习和应用的交流合作平台为总目标,王明亮提出建设中国知识基础设施工程(China National Knowledge Infrastructure, CNKI),并被列为清华大学重点项目。

CNKI 1.0

CNKI 1.0是在建成《中国知识资源总库》基础工程后,从文献信息服务转向知识服务的一个重要转型。CNKI 1.0目标是面向特定行业领域知识需求进行系统化和定制化知识组织,构建基于内容内在关联的“知网节”,并进行基于知识发现的知识元及其关联关系挖掘,代表了中国知网服务知识创新与知识学习、支持科学决策的产业战略发展方向。

CNKI 2.0

在CNKI 1.0基本建成以后,中国知网充分总结近五年行业知识服务的经验教训,以全面应用大数据与人工智能技术打造知识创新服务业为新起点,CNKI工程跨入了2.0时代。CNKI 2.0目标是将CNKI 1.0基于公共知识整合提供的知识服务,深化到与各行业机构知识创新的过程与结果相结合,通过更为精准、系统、完备的显性管理,以及嵌入工作与学习具体过程的隐性知识管理,提供面向问题的知识服务和激发群体智慧的协同研究平台。其重要标志是建成“世界知识大数据(WKBD)”、建成各单位充分利用“世界知识大数据”进行内外脑协同创新、协同学习的知识基础设施(NKI)、启动“百行知识创新服务工程”、全方位服务中国世界一流科技期刊建设及共建“双一流数字图书馆”。