

从媒介按摩到情感修复： 抗疫 Vlog 的生产实践逻辑

罗坤瑾 陈丹妮

摘要：重大突发公共卫生事件造成群体恐慌情绪，过度紧张、焦虑、恐慌的情感创伤需借助媒介内容生产来按摩、释放、宣泄，以达到群体情绪平复、情感修复的作用。采用扎根理论方法对武汉、广州抗疫 Vlog 的热门评论进行分析，可阐述媒介生产和受众情感修复两条相互交织的逻辑线。研究表明其媒介生产逻辑是：通过媒介协作提供受众情感出口，在象征性符号中建立群体情感联结纽带，借助媒介仪式巩固受众群体认同。其受众情感修复逻辑是：以媒介数字技术为情感记忆的延伸点，通过触媒后的按摩，在群体感染中修复创伤，从而释放群体情感，完成情感治愈的历程。

关键词：媒介按摩；抗疫 Vlog；扎根理论；媒介生产；群体感染

中图分类号：G206 **文献标志码：**A **文章编号：**2096-5443(2022)04-0048-13

基金项目：国家社会科学基金一般项目(19BXW111)

Vlog(全称 Video blog 或 Video log)是博客的衍生产品,也是大众以视频形式进行创作的一种网络日志。新媒体技术的迅猛发展,使得 Vlog 成为人们记录生活、分享感受、留存记忆的新出口。自 2018 年起,抖音、快手等各大视频平台造势短视频市场,Vlog 浪潮应运而生。据 iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,中国 Vlog 用户规模在 2019 年已达 2.49 亿人,预计未来中国 Vlog 用户规模仍将保持稳定增长态势。^[1]Vlog 的时长一般介于几分钟到十几分钟,可由一人完成策划、拍摄和后期剪辑,内容生产更灵活高效。“‘记录性’是 Vlog 发展的最初起点,也是区别于其他视频形式的核心要义。”^[2]Vlog 具有“高度的参与性和生活化的特点,意趣盎然、灵活轻快,容易引发观看者的兴趣”^[3]。新冠肺炎疫情暴发后的情况令国民骤然间陷入巨大的恐慌情绪之中——信息传播量不足、医疗资源紧张、病毒传染源头未明、谣言满天飞、民众对病毒的认知程度与情感刺激程度不成比例地蔓延。Vlog 对于受众而言,“具有亲密性和亲和力,仿佛参与了一场仪式体验,在移情的作用下感知到 Vlogger 的情绪状态,并产生共鸣,稀释在生活中的焦虑、压力,实现情感的双向慰藉。”^[4]

在重大突发公共卫生事件中,抗疫 Vlog 的媒介生产实践作用至关重要。抗疫 Vlog,顾名思义,是战胜疫情的一种理想主义色彩的表达,天然地带有强烈的舆论引导偏向,以凝聚民众认同感,缓解民众焦灼感为目的的视频。民众通过 Vlog 的形式记录疫情下的生活状态,部分主流媒体也制作或征集 Vlog 再现疫情故事,正面引导舆论。笔者以 B 站中网民观看 Vlog 的感受(评论)为分析对象,运用扎根理论,阐述媒介生产和受众情感修复两条相互交织的逻辑线。其一是媒介生产逻辑线:通过媒介协作提供受众情感出口,在象征性符号中建立群体情感联结纽带,借助媒介仪式巩固受众群体认同。其二是受众情感修复逻辑线:以媒介数字技术为情感记忆的延伸点,通过触媒按摩,在群体感染中修复创伤,从而达到群体情感释放,完成情感治愈的历程。

一、媒介按摩研究的文献回顾

(一) 媒介按摩的相关研究

马歇尔·麦克卢汉的传播学经典理论——“媒介即讯息”为大众所耳熟能详。麦克卢汉在该理论基础上还提出“媒介即按摩”的说法。但这一说法却没有引起学者们的广泛讨论,以致于默默无闻若干年。麦克卢汉提出的媒介按摩论是基于当时变动不居的媒介大环境、大变革时代而提出,意指媒介具有跨越障碍,帮助受众去思考、探索环境的功能。麦克卢汉认为:“‘媒介即按摩’说的是探索环境,目的是发现正在发生什么事情。”^[5]解说麦氏的学者持不同看法。保罗·莱文森认为:“对这个标题(媒介即信息)的议论大行其道,所以他禁不住来一点双关,把‘message’改为‘massage’,并以此命名一本新书。在《把握今天:自动出局的行政主管》中,他又把‘massage’拆开,写成‘受众时代(mass age)’”^[6]。在这一点上,何道宽也持相同看法,认为麦克卢汉“用滑稽喜剧手法玩弄自己的表述,把 message 变成 massage、mass age、mess age,于是就弄出了‘媒介即按摩’‘媒介即受众时代’‘媒介即混乱时代’这样的文字游戏”^[7]。在麦克卢汉看来,媒介给我们大脑以讯息,就好比按摩女郎按摩我们的肌肉一样。^[8]他在《媒介即按摩:麦克卢汉媒介效应一览》中提出:“一切媒介对我们的影响都是完全透彻的。媒介影响的穿透力极强,无所不在,在个人、政治、经济、审美、心理、道德、伦理和社会各个方面都产生影响,我们的一切方面无不被触及、被影响、被改变。”^[5]媒介确能起到按摩受众的作用,而如果不了解作为环境的媒介就无法了解任何社会文化变革。

现代媒介技术日新月异,媒介按摩的作用集中体现为:“情感的体验”,“新的媒介形态改变(按摩)着我们对于自身和社会的经验,这种影响最终比它所传达的特定讯息的内容更重要。”^[9]乔纳森·特纳从生物学、认知和文化等多角度进一步阐述媒介之于情感体验的理论。^[10]也有学者从情感动员作为数字媒介的社会动员路径进行研究,研究认为:“个体或群体通过情感表达,在持续的互动中以唤起或者改变对方个体或群体对事物的认知态度和评价的过程。”^[11]有学者梳理勒庞的“情感主义路线”、布鲁默的“循环反应理论”、特纳的“突生规范理论”、斯梅尔塞的“加值理论”、戴维斯“J曲线理论”、格尔的“相对剥夺理论”等社会抗争中的情感研究,以媒介文本为蓝本探究情感动员的策略及效果。^[12]媒介可以通过视觉、话语和审美达致按摩的作用,“文字、图像、声音、视频等所有符号形态及其组合在网络空间自由流动,深度嵌入社会成员的日常生活细节之中”^[13]。在突发公共卫生情事件中,媒介按摩“利用感动、崇敬、爱国等积极情感进行了价值召唤和行动动员”^[14]。媒介按摩强调媒介使用对受众身体和精神情感的影响,受众在使用媒介时即享受到媒介所传递的按摩服务,可以理解为麻痹作用、虚幻的满足感或想象的幸福。在当下信息爆炸、谣言失控、公共危机事件频发的年代,媒介如何发挥切实有效的情感按摩和情感修复作用,是本文研究的重点。

(二) 媒介按摩的当代价值

《麦克卢汉书简》一书中提到,在《媒介即按摩》的护封上有这样一句话,“影响的清单,阐述麦克卢汉关于电子时代的预言”^[15],这句话点明了“媒介即按摩”这一理论之于新时代的作用和价值。“媒介即按摩”在新媒体时代中得到了一种最为清晰、直接的呈现,将麦克卢汉式的“预言”体现得淋漓尽致,同时也将我们引入了一个崭新的思维空间,为理解媒介在受众情感作用的影响研究中提供了崭新视角。“电路使得人们深刻地相互介入,信息劈头盖脸地浇在我们身上,瞬息即达、连续不断。信息被获取之后,更新颖的信息迅速取而代之。”^[16]新媒体时代,“电路”就是我们现在的各种媒介,尤其是像 Vlog 这种新社交媒体,让受众获得更直观的信息。正如学者刘涛所言,Vlog 中大量的图像符号在媒介技术的演进过程中呈现出社交的形态。^[17] Vlog 以崭新的视觉媒介为其提供观看与阅读的新情境,“观看与阅读是一种情绪,一种迷恋,其所提供的瞬时的快感有效地缓解了现代人生存压

力。”^[18]虚拟社群中的网民有了虚拟的联结,即“相互介入”,人与人之间不用相见就能够及时、直观地连接。

从长远来看,麦克卢汉的洞察对我们的思考和行为方式产生影响,即媒介不仅是讯息,还对受众全身的一切器官产生作用,即刺激性“按摩”。“特别是当信息传播从原来的辐射式扩散转化为多节点、无中心的‘多对多’传播时,内容的重要性开始下降,媒介本身的重要性逐步上升。”^[19]据此,传播的意义不再局限于传输的信息内容上,还通过媒介按摩作用对人产生影响,并且这种影响也会塑造人的意识和认知。诺曼·道伊奇认为,互联网通过“按摩”,“改变了人类的中枢神经系统”。^[20]曾一果也从视觉按摩、话语按摩和审美按摩进一步阐释了媒介按摩的机制。通过梳理媒介按摩的内涵、发展及当代价值的研究文献,笔者发现目前学界对麦克卢汉的媒介按摩理论的研究仍然非常有限,针对Vlog在重大突发公共卫生事件中的媒介生产实践作用更是有待挖掘。因此,笔者运用扎根理论对武汉、广州疫情暴发时两个具有代表性的B站Vlog的评论文本进行三级编码和分析,比较两者的关联和差异,深度还原抗疫Vlog如何体现媒介生产逻辑,回答疫情及后疫情时代抗疫Vlog是否可以真正按摩受众情感、修复受众的创伤,以此为新媒体内容生产提供一些思考与启示。

二、媒介按摩的媒介生产实践——抗疫Vlog的扎根理论

扎根理论是美国学者Glaser和Strauss提出的一种用于质性研究的方式,“通过深入情境地研究、收集数据和资料、对数据间的不断比较,从而进行抽象化、概念化的思考和分析,是一种从数据资料中归纳提炼出概念和范畴并在此基础上构建理论的研究方法论。”^[21]突发公共卫生事件的情感发展速度迅速,特别是因疫情带来的恐慌情绪在极短时间内达到峰值,且受众的非理性行为具有很强的情境依赖性和即时反应性,纯粹量化的研究难以达到研究目的。采用问卷调查、访谈等方式又容易造成信息失真,受众在回忆过程可能出现记忆偏差,或者在深度回忆中造成情感的“二次创伤”,调查对象的规模与范围有限,无法全面反映受众的真实感受。

“扎根理论以‘后实证主义’为哲学基础,是定性研究中比较科学有效的方法。它主张理论‘扎根’于所搜集的资料里,要求深入到研究现象的生活背景中收集材料,在数据资料的反复比较中,归纳提炼出基本问题,再上升到理论。”^[22]该方法的研究过程既能弥补定量研究无法深入剖析受众情感变化的缺陷,也能解决其他定性研究难以较具体、全面地处理媒介内容文本的问题,还可以“多维度解释社会问题和现象”。^[23]通过扎根理论的开放式编码、主轴式编码和选择式编码的三个步骤,层层递进,探究媒介之于受众是否有情感按摩、情感修复的作用,并在概念和类属的联系中,填补仍需发展的范畴,探索疫情下媒介生产逻辑以及受众的情感变化逻辑,进一步探究情感演化的机理。

(一) 文本来源及研究工具

笔者利用八爪鱼数据采集器提取B站上较有影响力的两个Vlog评论文本作为数据来源。据《2021B站创作者生态报告》,^[24]2020年9月至2021年8月,UP主投稿视频播放量达4500亿以上,是目前使用广泛、互动性强的视频平台。首先制定关键词,在B站上进行Vlog文本收集,并根据需求确定《武汉UP实拍,封城后的24小时,“空城”武汉的物价、交通、生活状态》(简称武汉抗疫Vlog)和《全国人都在关心广州,广州人居然是这样的……》(简称广州抗疫Vlog)这两个样本,其中武汉封城的实录具有近900万的播放量,广州疫情的实录具有近118万播放量。武汉抗疫Vlog评论文本的采集时段为2020年1月24日至2021年1月24日,共计1年;广州抗疫Vlog评论文本的采集时段为2021年6月4日至2022年2月4日,共计8个月。经过数据筛选与清理,各整理出前2000条有效、热门的评论文本。研究工具为Nvivo11.0 Plus质性研究软件。

选取武汉抗疫Vlog的理由:武汉“封城”后,官方媒体因疫情防控无法第一时间进行报道,其作为全网首发展示武汉真实状况的Vlog,受到全国人民的广泛关注并经人民网等多家官方媒体转发;选取广州抗疫Vlog的理由:一是广州自疫情暴发以来,一直作为祖国“南大门”,是境外输入病例的

“第一道防线”,责任重大且防疫难度远超其他城市和地区。在“广州阿婆事件”后,广州市政府对重点区域实行暂时封闭和大规模的筛查、管控,引发全国人民的热切关注;二是广州抗疫 Vlog 展示了广州市民的日常生活情景及全员核酸下广州人的心情写照。与武汉的特殊和典型性不同,广州抗疫行动与疫情常态化背景下其他城市“多点小暴发”的特征更吻合,更具有参考价值。

(二) 实施数据编码

笔者将评论文本整理汇总成 Excel 文件,导入 Nvivo11.0 Plus 软件后新建研究项目,并运用扎根理论自下而上的逻辑方式,在仔细阅读资料文字的基础上,以描述性语言对导入资料进行开放式-主轴式-选择式逐级编码,根据研究主题设置编码对应节点,并建立研究框架,对节点进行深入挖掘。

1. 开放式编码

开放式编码初级类属来源于导入的 Excel 文件。在进行开放式编码过程中,“研究者需要悬置前设,凭着理论敏感性开放地挑选资料,将资料掰开,检视,比较,概念化,类属化。”^[25]笔者严格按照扎根理论的逻辑方式和编码步骤,认真梳理武汉抗疫 Vlog 的前 2000 条热门评论内容并进行初步编码,共计获得 268 个自由节点,再对 268 个自由节点进行类属化分析,合并具有相同概念的节点,并赋予其新的概念,得到 34 个初始概念(见表 1);以此方法对广州抗疫 Vlog 的前 2000 条热门评论内容进行同样的文本分析,共计获得 179 个自由节点,35 个初始概念(见表 2)。

2. 主轴式编码

主轴式编码的目的是:“厘清范畴间的关系。一般运用‘因果条件、现象、脉络、中介条件、行动/互动策略、结果’的典范模型来链接各个范畴。”^[26]笔者对两个 Vlog 的文本初始概念进行整理和归纳,分析每个概念之间的内在联系以获得主题类属。武汉抗疫 Vlog 获得 10 个主题类属,广州抗疫 Vlog 获得 15 个主题类属(见表 3 和表 4)。

表 1 武汉抗疫 Vlog 评论开放式编码的初级类属与初始概念(部分)

初始概念	初级类属
对城市的认同	今天,2020 年除夕,武汉疫情暴发的第三天,对于每一个武汉人来说,这将是我们将度过的最特殊的一个春节,城市道路封闭、公共交通停运、医院病床告急,整座城市处在低迷压抑的氛围之下,没人知道这场疫情会持续多久,但是,每一个身处武汉的人都在默默承受这发生的一切,因为,我们选择了这座城,我们生在这,长在这,住在这;我们的家人在这里,我们爱的人也在这里,我们就将陪伴她度过这段阴暗的时光。2020,新春快乐……
表达安慰	不是只有几亿人,而是十几亿人在关心着你们。
呼吁提高防疫意识	身为一个湖北人奉劝大家要尽量减少出门,做好个人卫生,勤洗手,戴口罩,不要听信谣言,随时注意官方信息,相信最后患者都能平安无事,最后,武汉加油!!!
抗疫必胜的信心	1998 年洪水没能打倒它,2003 年非典没能打倒它,这次的新型冠状病毒同样不能打倒它!天佑武汉!天佑中华!

表 2 广州抗疫 Vlog 评论开放式编码的初级类属与初始概念(部分)

初始概念	初级类属
对城市的认同	希望每一位外地游客都能在一声声靓仔下沉沦,最后在一声声老板中宾至如归
表达乐观	洒洒水啦,迟早过去的,茶楼等我
呼吁提高防疫意识	还没打疫苗能打上的去打吧,不论啥省份。
防疫措施	今天就去测核酸了,人没有很多,证明效率很高,整个流程井然有序,很快就测完了。加油广州!

表3 武汉抗疫 Vlog 评论主轴式编码(部分)

主轴式编码	开放式编码
关注疫情的动态	讨论疫情起源
	呼吁提高防疫意识
疫情下的人文关怀	呼吁提高防诈骗意识
	关注弱势群体
	为武汉人发声
	为所有人加油鼓劲
	关心视频博主的状况
	新年祝愿
国家情感认同	国家情感认同
	国家自豪感
	抗疫必胜的信心

表4 广州抗疫 Vlog 评论主轴式编码(部分)

主轴式编码	开放性编码
广州城市印象	广州人文的喜爱
	广州美食的喜爱
积极情感的表达	表达自身的感动
	表达自身的乐观
消极情感的表达	表达自身的焦虑
	表达自身的恐惧
视频生产的负面评价	补充视频中缺失的信息
	批评视频的内容部分失真
	吐槽视频的背景音乐

3. 选择式编码

核心类属是对主题类属进行质性分析的结果,属于从属关系中的最终阶段,是媒介按摩生产实践研究的核心。为确定核心类属,在分析主轴式编码过程中获得主题类属的基础上,研究样本的具体信息,深入探究每个主题类属之间的内在联系,并寻求概念与概念之间的包容性与关联性。通过对评论样本内容的编码及编码内容的逐步分析、整理和汇总,构建了扎根理论体系:新媒体语境下抗疫 Vlog 的媒介按摩生产实践分析,得出疫情防控、内容生产、群体感染、情感认同共4个核心类属,见表5和表6。总结四个核心类属,呈现一定的变化规律:属于“疫情防控”这一核心类属的文本集中出现在前期受众对防疫信息的关注,在防疫获得一定成效之后,出现的文本多为情感表达,在“群体感染”下转变为协同情绪,而后主要变化为对城市、国家的“情感认同”,同时对于 Vlog 本身的媒介“内容生产”贯穿样本的研究全时段。

表 5 武汉抗疫 Vlog 选择性编码

一级编码	二级编码	三级编码
讨论疫情起源	关注疫情的动态	疫情防控
呼吁提高防疫意识		
自身防疫情况	描述自身防疫情况	
武汉患者的自述		
表达对疫情的个人想法		
医护人员的自述	疫情救援信息交流互动	
请求支援		
口罩支援的信息		
防护服支援的信息		
描述所在地域的防疫情况		
提供疫情救援的相关信息	遏制流言散播	
批评谣言的散播		
澄清谣言		
科普疫情病毒的相关知识		
希望更多人了解武汉的真实情况	视频生产的正面评价	内容生产
赞扬视频博主的奉献		
视频得到官方主流媒体的采用		
认可视频的事实呈现	积极情感的表达	群体感染
情感表达乐观		
情感表达信心		
情感表达感激		
情感表达感动		
情感表达安慰		
情感表达感动	消极情感的表达	
情感表达恐惧		
情感表达焦虑		
情感表达愤怒	疫情下的人文关怀	
呼吁提高防诈骗意识		
关注弱势群体		
为武汉人发声		
为所有人加油鼓劲		
关心视频博主的状况	城市情感认同	情感认同
新年祝愿		
城市情感认同	国家情感认同	
武汉城市印象		
武汉城市记忆		
国家情感认同	国家情感认同	
国家自豪感		
抗疫必胜的信心		
中国人的责任		

表6 广州抗疫 Vlog 选择性编码

一级编码	二级编码	三级编码
广州人文的喜爱	广州城市印象	情感认同
广州美食的喜爱		
对广东省的自豪	省份情感认同	
广州对全国疫情防控的贡献	广州城市情感认同	
对中国的自豪感	国家情感认同	
单纯地为广州加油	励志加油话语	
以地域城市名义加油		
高考学子的自我鼓励		
美食相关的励志话语		
医护人员相关的励志话语	抗疫必胜的信心	
非典背景下的抗疫信心		
对中国抗疫必胜的信心	疫情防控	
广州疫情起源的讨论		关心疫情的起源
呼吁提高防疫意识		疫情防控意识
广州疫情的关注		关心疫情的发展状况
佛山疫情的关注		
核酸排查到位		防疫措施的评价
广州防疫意识高		
医护人员专业素质高		
疫苗预防措施的推进速度快		
防疫志愿者团队完善		
与美食相关调侃核酸排查的情况		
描述个人核酸排查的情况		
核酸排查现场秩序混乱		
核酸排查过程的插队问题	自身疫情下的真实情况	
吐槽疫情对自己生活的影响		
外地人在广州疫情的生活状况		
学生群体描述自身情况		
自身所在城市防疫情况	积极情感的表达	群体感染
表达自身的感动		
表达自身的乐观		
表达自身的焦虑		
表达自身的恐惧	消极情感的表达	
对视频制作的认可		视频生产的正面评价
视频带来更多真实的反映	内容生产	
补充视频中缺失的信息		
批评视频的内容部分失真		
吐槽视频的背景音乐		视频生产的负面评价

三、从媒介按摩到情感修复的生产逻辑

恐慌情绪本质上是人或动物在遇到威胁时从内心到行为产生慌乱、失序的一种应激反应。“恐慌是往往是因为某种必备资源的突发稀缺性所导致的结果。”^[27]疫情期间,由于媒介信息的缺失,大众受到信息缺乏和生命健康安全危机的双重刺激,产生恐慌情绪。有研究强调:“公众所需要的社会支持越来越不局限在物资方面的支持,更多的是要提供包括情感、信息、自尊、社会人际网络等在内的多方面、全方位的支持。”^[28]媒介生产不仅是满足大众对于疫情期间相关讯息的需求,防疫措施的有效跟进同样也需要借助媒介生产实践的力量,比如从大众情绪宣泄中得知亟须解决的问题,并通过媒介使大众获知问题的解决效力,从而宽慰大众的恐慌情绪。据上述扎根理论分析,研究文本呈现出媒介生产和受众情感修复两条相互交织的逻辑线:受众对于疫情的焦虑,看似孤立无援,于宏观中实际形成了“群体恐慌”,在媒介协作提供情感出口后达致情感宣泄的效果,借助象征性符号和仪式造势使得受众不同情感的宣泄在群体感染中形成共同的积极情感,将对城市的情感联结逐渐凝缩成情感记忆,这种对城市、国家的情感认同最终在获得群体情感共鸣与支持中实现情感创伤的修复。(见图 1)

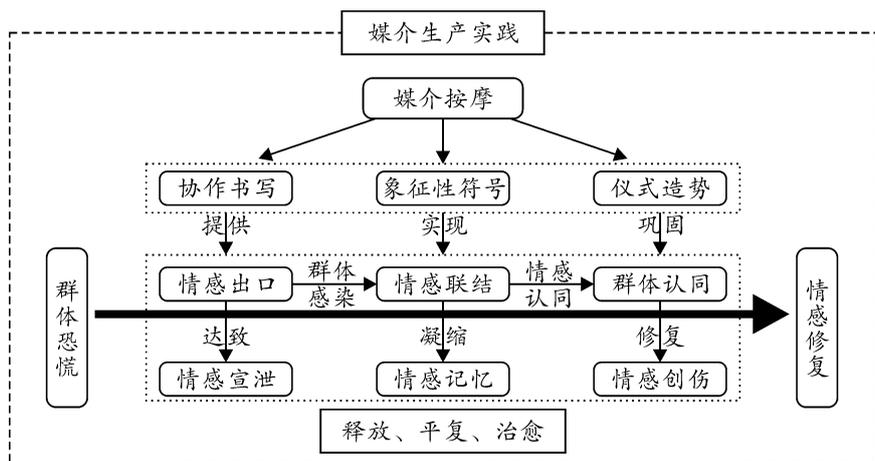


图 1 抗疫 Vlog 媒介生产实践模型图

(一) 媒介按摩的内容生产逻辑

在突发公共卫生事件背景下,“焦虑不再只是个体层面的一种偶尔的心理不适或症状,而是已成为一种持续的、弥散的社会心态。”^[29]疫情以来人们的焦虑已成为对疫情和未来社会生态无法把握的情感表征。抗疫 Vlog 对受众在疫情期间的焦虑情绪进行按摩,宣泄和缓解受众的群体焦虑和恐慌情绪。其生产逻辑体现为三个阶段:

1. 媒介协作提供情感出口

媒介按摩的第一阶段:传统媒体和自媒体的协作有效地解决了受众在疫情初期信息匮乏的问题,缓解信息缺失带来的恐慌和焦虑,并在第一时间为受众提供情绪宣泄的出口,让受众在传播互动中得到情感按摩。由于疫情传播迅速,且专业性强,普通民众认知匮乏,就连医学界也存在专业认知不足的困境。在灾难面前,各类群体都迫切需要获取专业信息来弥补认知不足带来的恐慌情绪。

抗疫 Vlog 在内容生产实践过程中,向受众呈现疫情防控的措施和实际情况,解构了传统记忆叙事的权威性和唯一性,碎片化、小众化的个体记忆成为权威记忆的补充,在一定程度上澄清谣言且稳定了人心。情感宣泄的出口过去只能依靠官方媒体平台,如今数字技术的赋能带来了个人书写的可能性,让受众随时可宣泄情绪。武汉自媒体博主率先采用 Vlog 形式记录武汉封城后的 24 小时状况,被多家官方主流媒体转发和推广,共同深入报道武汉封城的新闻事实。笔者发现受众在匿名化、相

对自由化的自媒体社交平台中,通过评论说出自身对于防疫的担心、恐惧或乐观的感受,或者受到其他人的安慰和鼓励,在网络群体互动中有效缓解紧张、焦虑情绪,并在群体情感裹挟中,不断受到群体感染、暗示,转化成积极正向的社会情绪,有利于助推主流媒体或政府的抗疫行动宣传。

2. 媒介象征性符号实现情感联结

媒介按摩的第二阶段:抗疫 Vlog 在媒介生产过程中,借助象征性符号连接历史与当下、个体与社会,把群体情感固定在时空框架内,通过凝缩符号使受众产生情感共鸣,转移群体恐慌情绪注意力,以此建立受众间的情感纽带。符号学创始人皮尔斯在探索符号“三元结构”的基础上,进一步探索符号结构之间的必然关系或运用规律,推导出符号“三分法”的方法观。^[30]皮尔斯将建立在人们的约定规则上的符号称为“象征符号”。随着抽象程度的加深,对于象征性符号的理解难度也逐渐增加,其发挥的作用也更加凸显。莫里斯·哈布瓦赫强调,“当我们回忆昔日所处的心理状态,有可能保留下来的是主体的一般观念、一些象征性符号。”^[31]这些象征性符号无法真正还原事件的所有细节,但它们可以唤醒存在人内心深处的模糊记忆,使得一种连续的关系让认同感得以长存。

Vlog 的受众以疫情下的城市(武汉或广州)作为空间载体,借助真实、可视、可听的象征性符号,构建了一段有共同记忆的“武汉情感”或“广州情感”。“创作者可以通过一些具有象征性意义的符号,唤醒受众的集体记忆,引发情感共鸣”。^[32]在武汉抗疫 Vlog 中,“热干面”的符号都是武汉城市印象的典型代表,寄托着民众对武汉这座城市美好生活的渴望。广州抗疫 Vlog 中,“早茶”“烧腊”这些日常生活里寻常的烟火气息在疫情期间也成为民众渴望回归正常生活的象征性符号。人们在关注武汉和广州疫情时,可能有不同的记忆和经历,但共性的情感经疫情防控这一共同事件得到提取和凝缩,实现了群体对于城市、国家的符号情感联结,从而获得对城市的情感认同;媒介通过美食味蕾的享受等象征性符号分散了民众疫情恐惧和恐慌的情绪压力,从而达致媒介按摩的目的。

3. 媒介仪式造势巩固群体认同

媒介按摩的第三阶段:借助媒介仪式特征进一步巩固受众的群体认同。戴扬和卡茨在创造“媒介事件”的概念后,将其含义发展成一种仪式类型。在英国传播学者尼克·库尔德里的“媒介仪式”理论中,其含义是“广大受众通过传播媒介参与到某些共同事件或活动中,呈现出一种具有象征性符号的过程和行为。”^[33]郭建斌进一步阐述其内涵,他认为考察媒介仪式应由过程分析转向时空分析。^[34]无论是武汉还是广州抗疫 Vlog,都是通过人们日常打卡或记录自己生活的象征性符号,是一种共同的媒介仪式。在此,“媒介仪式以媒介为中心,在由一系列被赋予意义的符号所构成的空间中,发挥着构建共同认同、形成情感链接、促成态度转变的作用。”^[35]这种共同的媒介仪式在受众情感实现联结并凝缩成记忆的基础上,形成不同的群体,并且群体中的个人会在媒介仪式中获得群体的认同感和归属感。由此,“媒介仪式理论明显突出了对情感的强调。”^[36]如视频中“高考学子的自我鼓励”“医护人员的励志话语”在媒介互动仪式中被赋予了情感上的连接,升华为群体认同。

两个抗疫 Vlog 都在媒介仪式中因疫情防控常态化得以保存和延续,同时 Vlog 的第一人称视角使得他人在观看时获得沉浸式体验和在场感,产生情感共鸣,并在媒介按摩作用下,由一个个分散的个体连接成集体记忆。这样的媒介仪式“实际上以媒介为依托,以仪式活动为对象,构筑出一个‘想象的共同体’,进而建构观众乃至整个社会的集体记忆和文化认同感”^[37]。因此,抗疫 Vlog 正是满足了受众的这一需求,借助媒介仪式在生产过程的按摩逐渐构建成“情感共同体”甚至“民族共同体”,故而产生或进一步巩固受众对城市、民族乃至国家的情感认同。在媒介仪式的造势下,这种情感认同感在群体中获得情感共鸣和精神支持,具有承载中华民族共克时艰精神与凝聚性力量的意义。

(二) 从按摩到修复的情感变化逻辑

民众在面对生命财产安全受到威胁时难免产生恐惧、焦虑情绪。而缓解情绪压力的途径一是通过人际间的信息、情感交流,减缓负面情绪的蔓延,缓冲过度紧张的情绪压力;二是通过媒介信息接触,增强对外部环境威胁的认知程度,采用切实有效的防范措施,从而适应外部环境的威胁。通过对抗疫 Vlog 中受众的情感变化规律进行分析和总结,笔者发现受众通过触媒后,在媒介按摩作用下实

现群体情感释放及情感治愈的历程。其情感变化逻辑分为两个步骤。

1. 群体感染在联结中凝缩情感记忆

法国社会心理学家古斯塔夫·勒庞认为,“所有能够打动群体想象力的事物,都是通过一种十分鲜明且惊人的形象而展现出来的事件。”^[38] 当有一个网民在进行关于“抗疫自信”的情绪宣泄时,哪怕只是简单的一串表情符号,其他网民也会受其情绪感染,激起情感共鸣,不断进行互动式的书写回应。疫情暴发之初,抗疫 Vlog 不仅带来媒介内容的信息补充,降低公众长期的信息焦虑注意力,更为受众情感的宣泄提供了互动平台。在互动过程中,群体感染会使消极的情绪逐渐变少,取而代之的是更多正向、积极的情感。正如勒庞所言,“有意识的人格消失了,无意识人格起主导作用,观念与情感通过暗示和传染转向一致,以及将被暗示的想法立即付诸行动的倾向。个体不再是他自己,而是变成了一具不受自我意志操控的提线木偶。”^[38] 与以往主流媒体的宏大叙事不同,两个抗疫 Vlog 的民间叙事视角都采用一些更贴近民心、更吻合民意、更通达民情的元素,日常生活的烟火气息浓郁,指向民众关切和纠结的一些情绪敏点。由此,“具有主体间性的多元个体,以生命叙事作为情感联结的方式和关系中介,凭借媒介的传播实践,引发生命个体间的记忆联结和情感共鸣。”^[39] 在众多留言和回复中,受众会在呈现人格化感性的媒介作用下,迅速记住其中的情感属性,而记忆联结和情感共鸣很大部分是来源于疫情对于人类的创伤。

群体感染使情感变得一致且积极,在媒介象征性符号的情感联结下,符号在特定空间中被凝缩成情感记忆。麦克卢汉认为,“媒介是人类感觉和感官的延伸。”^[16] 具体而言,媒介记忆是人类记忆的延伸。疫情期间,人们通过 Vlog 将分散的、碎片化的符号记忆进行记录和分享,甚至在社交媒体与其他个体产生互动,情感转向一致并产生联结,凝缩符号逐渐形成了部分群体在网络社交中共同的情感记忆。Vlog 蕴含的评论互动、城市符号,让消极的情绪被看见,让每个自以为“独木难支”的个体有了共同的情感勾连和记忆空间。这场来自抗疫 Vlog 的情感按摩,是让受众可以达致“有苦可诉,有难即言”的情感宣泄,更让其在符号的联结中,对于媒介空间凝结形成“有时治愈、常常帮助、总是安慰”的情感记忆。网民在触媒(观看抗疫 Vlog)之后实现自我披露和他人治愈的效果,尽管个体独立意识和人格消失,裹挟在群体情感宣泄的狂欢中,个体也能获得情感释放,于群体感染中转化为一致的情感,在符号联结和媒介空间中凝缩情感记忆,从而达到按摩及修复的治愈功效。

2. 情感认同在群体中修复情感创伤

“认同”一词源于拉丁语,在社会学和心理学领域常用来指代个体与群体之间的特殊情感联系,象征性符号凝结成情感记忆,本质上这些符号大多代表城市形象,如武汉的“热干面”,广州的“烧腊”“早茶”,都是个体与城市的情感关联;进一步来说,研究后期的评论文本不仅停留在城市的文化符号,更是上升为“武汉-英雄城市”“广州-祖国的南大门”等对城市乃至国家的情感认同。千千万万的网民在对城市、民族乃至国家情感认同的基础上,纷纷书写“武汉加油”“广州加油”“中国加油”“我们一起挺住”等评论,如同一场声势浩大的宣誓仪式。此时的每个人不再只是简单的情感认同,而是在认同感和仪式感中找到具备相同情感属性的群体,汇聚“微光吸引微光,势把阴霾照亮”的群体归属感。Tajfel 和 Turner 认为群体行为是以个体对群体的认同为基础,并提出著名的社会认同理论。^[40] Algesheimer 等也提出,群体认同是群体成员对群体规范、传统、仪式,与目标的认同,以及怀有促进群体发展的意愿。^[41] 个人要发展成对一个群体的认同需要经过认知维度、评价维度以及情感维度,受众会在认知与评价的基础上认同其他成员及其组成的群体,获得情感上的群体认同,“同时成员忠诚度会随之增加,对于群体活动也会产生更高的参与动机。”^[42] 可见,情感认同会让已经形成群体意识的成员们获得共鸣和支持,更加愿意参与到集体建设中,共同治愈疫情带来的创伤。

据美国社会学家、文化理论家杰弗里·亚历山大提出的创伤理论,“文化创伤建构具有一定社会思想文化的记忆特征。”^[43] 两个 Vlog 的文本都出现了受众在评论区进行“情感宣誓”的大量评论,如“中国加油”“我为武汉加油”“我们一起战胜病毒”等,其中武汉抗疫 Vlog 比广州抗疫 Vlog 的情感表达更丰富。“书写实践可被视为一场协同生产仪式,而诉诸社交平台的在线书写无疑拓宽了这场仪

式的范围,丰富了私人话语进入公共空间的想象力。”^[44]在群体生产的大协同中,弹幕生产就像群体交织的大合唱,看似不同的声音、不同的声部,但最终会将群体的声音协调起来,贯穿成相同的旋律。勒庞认为:“群体的信仰和想法得以传播,所凭借的机制从来都不是推理,而是感染。”^[38]正是网民在内容生产实践中受到群体鼓舞的影响,正面情绪的大合唱(大多数网评)终将感染多数人,将个别不和谐的杂声(个别负面情绪的宣泄)淹没在高亢的、激励人心的大合唱中,裹挟着网民的情感慢慢修复、愈合病毒所带来的恐慌记忆、伤痛记忆。麦克卢汉的“媒介即按摩”理论延伸出媒介的抚慰功能,患难真情让情感认同得到深化并形成群体想象。群体性想象的力量,让个体在他者的评论、点赞、回复等集体行为中找到依靠的“港湾”。“孤苦无依”造就群体恐慌,终究也在与“一座城”“一个国家”乃至“千千万万的人”同甘共苦的群体认同感、归属感中消解负面情绪,修复情感创伤。

综上所述,梳理媒介生产实践和受众情感修复这两条交织的逻辑线,结合“媒介按摩”理论及扎根理论深入剖析每一个变化环节以外,笔者从共时和历时两个维度更为宏观、全面地进行总结:从共时性的角度上看,将两个抗疫Vlog文本都分别看成一个整体,结合文本内部核心类属系统性的变化,前期均高度关注“疫情防控”这一议题,Vlog的评论文本情感焦点也发生变化,由负到正,从情绪宣泄,经由“群体感染”,转为“情感认同”,获得群体性想象力量,在归属中修复情感创伤;从历时性的角度上看,两个文本主题都围绕“疫情”,发生时间不同但存在高度的关联性,广州的疫情防控会唤醒受众的“情感记忆”从而联想到武汉。值得关注的是,抗疫Vlog的情感基调发生了较大的变化,广州抗疫Vlog更为轻松,核心类属的侧重也有所不同。两个Vlog的生产间隔将近一年半,基调存在明显差异,但主题相同,均引起受众较高的情感共鸣。媒介生产变化说明受众的情感创伤在更长时间维度上因媒介按摩正不断地被修复。

四、总结及展望

迄今为止,麦克卢汉的很多媒介技术理论仍然广受学界争议。随着新媒介的高速发展,许多看似令人费解的预言都被逐一证实。“媒介即按摩”这一理论是麦克卢汉媒介观中重要的一环,是我们拓宽媒介认知的“大门”,更是开启探索当下媒介如何对我们的生活产生重大变革,甚至在新世界格局中如何打开新视野的一把“金钥匙”。新冠肺炎疫情给全世界造成沉重打击,更让无数民众饱受谣言、阴谋论、恐慌、焦虑的困扰。“数字化的技术革命对于传播格局深刻而巨大的重构,使所有按照传统模式治理传播和舆情的做法都成为一种‘刻舟求剑’式的‘菜鸟’操作。”^[45]同时也敲响了警钟:在媒介化环境中,媒介扮演的角色愈发重要,可舒纾民意、可鼓动舆情、可释缓焦虑、可躁动恐慌。亦正亦邪,就看媒介掌控者的格局和立场。

鲍曼眼中的现代社会是“无固定形态的、流动的、液态的、运动着的”^[46]。全球化风险的增多让贝克也意识到人类在“文明的火山口上”面临更多的风险景象。^[47]后疫情时代,民众在信息匮乏及生命财产安全受到威胁时产生的恐惧感,在谣言四起的网络舆论中陷入情绪恐慌和情感抑郁。在数字技术赋能的时代,抗疫Vlog可使受众在面对疫情时的情感得到按摩、宣泄和修复,如同纪录片一样成为构建人类命运共同体的新载体,“突破国家、地域、民族、宗教、信仰等藩篱,寻找人类共同关注的主题,激发人类共通的情感,进而实现情感认同。”^[48]如何在当今变动的世界中解决受众因不安全感陷入信息匮乏、恐慌焦虑“情感深渊”的困境,如何激发人类社会的有机团结、情感共同体的群体力量,这是全世界人民的共同愿望。媒介按摩就是吉登斯在现代化风险中强调的“重构现代化的重要动力”^[49],其作为“情感疫苗”的重要性在后疫情时代也愈发凸显。尤其是在媒介政治化的全球传播格局中,我们面对的不仅是国内民情的躁动、焦虑和潜在的社会行动,还包括消解国际舆论场对我们的疾病污名化、政治标签化、传播偏见化的误区。媒介应真正起到按摩的生产实践作用,形成人心之上的凝聚力和安全感,使得民众可以消除情绪恐慌,修复情感创伤,从而打破国界、种族、文化的限制,在后疫情社会治理中拥有稳定、理性的情感生活。

参考文献:

- [1] 2019 中国 Vlog 用户规模与使用行为分析. 2019-12-26. [2021-12-25] <https://www.iimedia.cn/c1020/67460.html>.
- [2] 刘娜,梁潇.媒介环境学视阈下 Vlog 的行为呈现与社会互动新思考.现代传播(中国传媒大学学报),2019,11:48.
- [3] 刘雯,徐健.新闻话语的社交液化——以类型化短视频 Vlog 为例.新闻爱好者,2021,10:89-91.
- [4] 师晓晖,张文东.共情、赋权与互动:Vlog 的传播特征与优化策略.传媒,2021,21:53.
- [5] 马歇尔·麦克卢汉,昆廷·菲奥里,杰罗姆·阿吉尔.媒介即按摩:麦克卢汉媒介效应一览.何道宽译.北京:机械工业出版社,2016:8;24.
- [6] 保罗·莱文森.数字麦克卢汉:信息化新纪元指南.北京:社会科学文献出版社,2001:50.
- [7] 何道宽.天书能读——麦克卢汉的当代诠释.四川外语学院学报,2003,1:125.
- [8] 曾一果,时静.从“情感按摩”到“情感结构”:现代性焦虑下的田园想象——以“李子柒短视频”为例.福建师范大学学报(哲学社会科学版),2020,2:122-130+170-171.
- [9] 斯坦利·巴兰,丹尼斯·戴维斯.大众传播理论:基础、争鸣与未来.曹书乐译.北京:清华大学出版社,2004:296.
- [10] 乔纳森·特纳.人类情感——社会学的理论.孙俊才,文军译.北京:东方出版社,2009:2.
- [11] 白淑英,肖本立.新浪微博中网民的情感动员.兰州大学学报(社会科学版),2011,5:60.
- [12] 郭小安,王木君.网络民粹事件中的情感动员策略及效果——基于 2002—2015 年 191 个网络事件的内容分析.新闻界,2016,7:52-58.
- [13] 自国天然.情之所向:数字媒介实践的情感维度.新闻记者,2020,5:45.
- [14] 李娜,曹茹.突发公共卫生事件中短视频的情感动员机理研究.新闻与传播评论,2021,6:83.
- [15] 梅蒂·莫利纳罗,科琳·麦克卢汉,威廉·托伊.麦克卢汉书简.何道宽,仲冬译.北京:中国人民大学出版社,2005:392.
- [16] 马歇尔·麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸.何道宽译.北京:商务印书馆,2000:33;55.
- [17] 刘涛.图像社交的兴起及其“视频转向”.教育传媒研究,2019,2:8-11.
- [18] 师曾志,杨睿.情感时代基于生命传播的观看与“跃读”.中国编辑,2019,6:37.
- [19] 李昕揆.“媒介即按摩”及其在网络时代的价值.青年记者,2012,36:44.
- [20] Norman Doidge, The Brain That Changes Itself: Stories of Personal Triumph from the Frontiers of Brain Science. New York: Penguin, 2007: 310.
- [21] A. L. Strauss, J. M. Corbin. Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. California: Sage Publications, Inc, 2008: 159.
- [22] 周高琴.突发事件中恐慌性谣言网络传播的影响因素及治理启示——基于 2015—2019 年间 15 起典型案例的扎根研究.电子政务,2021,8:95.
- [23] 牛美丽.公共行政学观照下的定性研究方法.中山大学学报(社会科学版),2006,3:77.
- [24] 2021B 站创作者生态报告. 2021-12-09. [2022-01-05] <https://www.bilibili.com/read/cv14332832>.
- [25] 陈向明.扎根理论在中国教育研究中的运用探索.北京大学教育评论,2015,1:2-5+188.
- [26] 苏郁锋,吴能全,周翔.制造视角的创业过程模型——基于扎根理论的多案例研究.南开管理评论,2017,1:183.
- [27] 张爱军,雷艳妮.恐慌、谣言、谎言:重大突发疫情舆论传播的内在心理驱动与管控.河南社会科学,2021,12:106-111.
- [28] 赵云泽,薛婷予.危机事件中恐慌情绪传播及群体认知研究.当代传播,2021,2:31-35+40.
- [29] 王小章.论焦虑——不确定性时代的一种基本社会心态.浙江学刊,2015,1:184.
- [30] 查尔斯·桑德斯·皮尔斯,詹姆斯·雅各布·李斯卡.皮尔斯:论符号——李斯卡:皮尔斯符号学导论.赵星植译.成都:四川大学出版社,2014:78.
- [31] 莫里斯·哈布瓦赫.论集体记忆.毕然,郭金华译.上海:上海人民出版社,2002:81.
- [32] 王源,李智鹏.浅析现实题材电视剧对集体记忆的建构——以电视剧《少年派》为例.当代电视,2020,1:16.
- [33] 尼克·库尔德里.媒介仪式:一种批判的视角.崔玺译.北京:中国人民大学出版社,2016:25-26.
- [34] 郭建斌.如何理解“媒介事件”和“传播的仪式观”——兼评《媒介事件》和《作为文化的传播》.国际新闻界,2014,4:6-19.

- [35] 罗坤瑾,许嘉馨. 国际性共同媒介仪式:体育精神与国家形象的建构. 现代传播(中国传媒大学学报),2022,1:82.
- [36] 常江,何仁亿. 数字时代的媒介仪式:解读建党一百周年全媒体传播实践. 新闻界,2022,2:27.
- [37] 曾一果,朱赫. 记忆、询唤和文化认同:论传统文化类电视节目的“媒介仪式”. 现代传播(中国传媒大学学报),2019,3:94.
- [38] 古斯塔夫·勒庞. 群体心理研究. 刘芳译. 上海:上海社会科学院出版社,2018:52;21;109.
- [39] 张卓,李晨. 意义、情感与认同:疫情纪录片的生命叙事研究. 云南社会科学,2022,1:183.
- [40] H. Tajfel, J. C. Turner. The Social Identity Theory of Intergroup Behavior//S. Worchel, W. Austin. Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson Hall, 1986:7-24.
- [41] R. Algesheimer, U. M. Dholakia, A. Herrmann. The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs. Journal of Marketing, 2005, 69(3):19-34.
- [42] 吴玥,王江楠,刘艺萱. 她们为何在同人社群自愿创作:以群体认同与情感付出为视角. 新闻与传播研究,2021,28(S1):111-112.
- [43] 段吉方. 创伤与记忆——文化记忆的历史表征与美学再现. 河南社会科学,2015,9:20.
- [44] 陈薇,柯金妍. 脱嵌、再嵌与联结:离散群体的疫情叙事与共同体想象. 现代传播(中国传媒大学学报),2021,8:50.
- [45] 喻国明. 重拾信任:后疫情时代传播治理的难点、构建与关键. 新闻界,2020,5:14.
- [46] 齐格蒙特·鲍曼. 流动的现性. 欧阳景根译. 北京:中国人民大学出版社,2018:21-44.
- [47] 乌尔里希·贝克. 风险社会. 何博闻译. 南京:译林出版社,2004:13.
- [48] 赵鑫,高玉忠. 国家政策的影像化传播策略研究——以“一带一路”题材纪录片为例. 电视研究,2018,3:45.
- [49] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果. 田禾译. 南京:译林出版社,2011:18-40.

From Media Massage to Emotional Recovery: The Production Practice Logic of Anti-epidemic Vlog

Luo Kunjin, Chen Danni (Guangdong University of Foreign Studies)

Abstract: Major public health emergencies cause group panic emotions, and the emotional trauma of excessive tension, anxiety, and panic needs to be massaged, released, and cathartized with the help of media content production in order to achieve group emotional calming and emotional repair. The article adopts a rooting theory approach to analyze the popular comments of Wuhan and Guangzhou anti-epidemic Vlogs, and elaborates two intertwined logical lines of media production and audience emotional repair. Media production logic provides audience emotional outlets by media collaboration, establishing group emotional connection ties in symbolic symbols, and consolidating audience emotional identity with the help of media rituals. Audience emotional repair logic uses media digital technology as an extension point of emotional memory, repairing trauma in group by post-touch media massage, so as to release group emotional and complete the journey of emotional healing.

Key words: vector massage; anti-epidemic Vlog; rooting theory; vector production; herd infection

■ 收稿日期:2022-02-07

■ 作者单位:罗坤瑾,广东外语外贸大学新闻与传播学院;广东广州 510006

陈丹妮,广东外语外贸大学新闻与传播学院

■ 责任编辑:刘金波