

北京市共建项目专项资助

体育视觉传播研究文丛

视觉媒介、奥运仪式与文化认同

贺幸辉 \ 著

清华大学出版社

视觉媒介、奥运仪式 与文化认同

贺幸辉 著

北京体育大学出版社

策划编辑：佟 晖
责任编辑：佟 晖
审稿编辑：董英双
责任校对：未 茗
版式设计：杨 俊

图书在版编目 (CIP) 数据

视觉媒介、奥运仪式与文化认同 / 贺幸辉著. — 北京：
北京体育大学出版社, 2018.7
ISBN 978-7-5644-2968-3

I. ①视… II. ①贺… III. ①奥运会 - 传播 - 研究
IV. ①G811.21

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第164057号

视觉媒介、奥运仪式与文化认同

贺幸辉 著

出 版：北京体育大学出版社
地 址：北京市海淀区信息路48号
邮 编：100084
邮 购 部：北京体育大学出版社读者服务部 010-62989432
发 行 部：010-62989320
网 址：<http://cbs.bsue.edu.cn>
印 刷：北京虎彩文化传播有限公司
开 本：710×1000 mm 1/16
成品尺寸：240×170 mm
印 张：13.25
字 数：195千字

2018年8月第1版第1次印刷

定 价：55.00 元

(本书因印制装订质量不合格本社发行部负责调换)

序 一

文化认同是人们相互信任的基础和协同合作的前提，也是社会得以稳定运行的根基所在。工业革命以来的全球化不仅打破了一个国家内部的封闭格局，而且突破了国家的界限，形成地球村的概念。这就使得文化认同呈现出令人困惑的复杂局面，既有孕育于文艺复兴和启蒙运动基于人性解放的个体层面认同，又有民族国家兴起以来深入人心的国家层面认同，还有地球村居民休戚与共的全球认同。这三种文化认同相互关联又相互矛盾，如何使之相互促进，共生共荣，而不是相互对立，相互冲突，是近代以来人类社会努力解决的时代课题，也是一个多世纪以来奥林匹克运动试图回答的问题。奥林匹克运动强调个体和谐发展的文化价值，尊重国家文化认同，以文化包容性取代其文化排他性，最终实现其为“构建一个和平而更加美好的世界做出贡献”的目标。奥林匹克仪式，尤其是开幕式以生动的视觉形象，直观地诠释了这三种文化认同的相互关系，为今天的人类社会走出文化认同困境，提供了具有启迪意义的奥林匹克方案。

现代奥运自诞生之日起便与大众传媒结下不解之缘，离开了传媒，再好的奥运方案也无法发挥作用。因此，奥运是否能依其理想对今天人类社会的文化认同产生预期的效果，媒介的作用不可或缺。媒介的传播导向决定了奥运文化认同的实际效果。作者从文化认同的视角切入，聚焦于媒体形态对奥运会开幕式的意义表达，讨论了不同历史时期主流媒体形态对奥运会开幕式意义的诠释及视觉传播，研究视角新颖。作者还深入到媒体背后的权力结构，进一步从价值层面讨论了决定文化认同的相关方的利益格局，使研究不仅有历史纵深感，而且有理论的深刻性。这一学术成果对后续研究具有重要的借鉴价值。

任海

二〇一八年七月十三日

北京体育大学

序 二

贺幸辉的博士论文要出版了，邀写序，我知道她的心意，是的，她融入体育学的研究，和我有关，她的第一篇体育学的论文《网络媒介中奥运会开幕式与文化认同——以 2012 伦敦奥运会开幕式为分析个案》是在我主编的《体育与科学》杂志 2015 年秋天发表的。

贺博士的专业是视觉传播，北师大硕士毕业分配到北京体育大学任教，教的是摄影以及影视类课程，在体育大学校园里，做的是与体育研究无关的专业教学。假如她不跟任海老师做博士，可能一生的研究和她学术环境平行而不交集。我以为她走上体育学研究之路，是有设身处地的焦虑。她在北京体育大学工作十年后，才有了要融入体育学研究的主动追求，就是这种焦虑使然。后来从纪录片进入奥运官方电影研究，算是她的纪录片专业和体育专业的结合点。直到考上任海教授的博士，才算跨行进入了体育学，才有了 2015 年第一篇体育学专业的论文。

贺博士发表《表征奥运：后格林斯潘时代奥运官方电影的影像建构》一文，已经和我有两年的学术交往，她完成了从技术视角到文化视角的转变，这是一种学术品格的提升。她在课堂上跟学生提到与我的交往，“我有一位老师，他的教学方法比广告还灵，用微信进行渗入式教学，耳濡目染，过几年就有顿悟之感。”这是拜新媒体之福，这些年，我用微信段子的方式传递自己的思想，每年要写三四十万字。许多没有见过面的博士借助微信成了神交好友，这就是文字的魅力。人类的语汇，随着读图时代的来临，尤其是智能手机普及以后，还会比游戏机更强烈地被摧残，这是没办法的，留住语汇的方式就是借助智能手机和微信平台文本化，我今天手机打字的速度几乎和电脑键盘一样快。我常常说自己是传统的恋旧者和时代的落伍者，喜欢语汇表达思想的方式。我是一个落伍者，偏偏要给大众做一个理想主义的《体育与科学》微信公共号平台。

流量，成为了今日没有理由的传播学铁律，所有人都崇拜技术精神，把人的丰富情感变成算法，AI强夺人的游戏，驱逐了人和人的文化，传统的审美或者小众的审美没有了市场，剩下投票的数量，主宰了我们的取向，这才是最重要的事情。我沮丧地想，我这一代人可能是有能力变换各种语汇来形成创作的最后一代了。贺博士和我不是一代人，她出生时我已经读大学了，还能用文字与语汇对话，实属不易。

贺博士的学术是从纪录片研究起步，纪录片可能是影视里最偏人文的，她的成长有一个过程，本科时代学习了很多人文类的课程，艺术史，文学史，而专业是影视，影视技术是直观的，所有学影视的人都迷恋技术，我给贺博士看自己的摄影作品，她还是强调光影表达就是数学，而我早就是森山门下走狗了。重视技术的人，很容易倒向科学还原论，这是我起初和贺博士交往中印象较深的。体育学术圈科学还原论至上，追求明晰化，追求确定性，不建立因果关系就心不安。我就想你学影视的怎么也走此路，为何不见人，不见主体性，这是起初对话艰难的地方。贺博士的悟性还是好，没多久她就领悟了我提出的身体认知“体认范式”的口述史研究和意象分析法，她写《表征奥运：后格林斯潘时代奥运官方电影的影像建构》，道出了奥林匹克运动的内外线索。我给她此文的评语是，奥林匹克运动的外在形式就是运动竞技，奥林匹克运动的内在观念，从古至今有一脉观念演变史，从古奥运的“欢愉”到今日奥运“文化仪式”的呈现，都是可以用“表征”的理论予以阐释的，因为体育运动作为一种文化存在方式，阐释学的研究是一条正道，那么，体育影像研究，就不应局限于媒介技术和体育运动的相互关系，其内在的文化意义更具学术价值，这就需要有“意象分析”的全新视角。唯有如此，“体育文化”研究才能避免滑入“文化中的体育”研究。

贺博士的学术心路历程，从技术派转向了人文派，有了多维视野下体育纪录片的研究理路，从影视学（作为一种亚类型的体育纪录片）、历史学（作为视觉证据的体育纪录影像）、文化学（体育文化的视觉化）、政治学（体育纪录片与身份政治）、人类学（体育纪录片与民族文化记忆）这五个维度探求纪

录片研究的前沿。从文化视角来诠释体育纪录片，她很有感悟地说：“发现同样的一个载体，切入的视角不一样，研究的问题也很不同。”突破技术思维，到达意义和价值层面，就会产生很多新的议题和研究角度。我在读杜尚的过程中也有切身体会，30年前学现代艺术史，我就读到杜尚，只是被他把小便池抬进美术馆的行为惊呆了，这也叫“艺术”？后来又陆陆续续读过杜尚，后现代的解构，让我多多少少深入一点理解了杜尚。今天，总算让我真正进入了杜尚的内心，哦，他原来是一个追寻生命不被压迫的言行一致者，他的艺术仅仅是他思想的道具。他其实是不“艺术”的，他从来就没有把艺术当成“观看”，而是思想的呈现与反映，这就奠定了现代艺术的基本格调，为此，看现代艺术作品，一定不能从“像与不像”去理解。我们传统的观点是，艺术是观看的对象，杜尚告诉了我，艺术是思想呈现的方式，这一点太重要了。

体育纪录片的研究，人是主题，讨论人的行为特征，复杂性、偶然性与不确定性共存。比如，假期出行的高峰期一定是高峰期吗？如果人人都这样认为是高峰期，错峰出行，是不是预测就完全逆转？所以，线性思维与科学还原论是有局限性的。当我们把人的行为特征研究确立于本体论的探讨，我们的认知体系便形成概念认知、形象认知和身体认知的三足鼎立，概念认知属于脑思维，形象认知着眼于视觉，身体认知强调人感觉系统的整体性，这三者有梯度关系。脑认知的学习特征很明显，其实，视觉认知的学习特征在感觉系统中，也是明显的。我曾请画家朋友一家三口吃饭，画家和五岁的儿子都说菜肴好吃，随后展示一本名画册，画家讲得头头是道，五岁的儿子好像懵懵懂懂的，看不懂。可见味觉几乎不需要学习，视觉依赖于学习才能专业化。影视的武侠片、功夫片、体育片，这些东西缠绕在一起，共同构成当代身体的视觉记忆，如何有效阐释，使用什么样的语汇结构，将见出学术品格的高低。

今年《体育与科学》杂志做“奥林匹克文化与影视传播”学术专题栏目，我和贺博士商量，她对文化符号的视觉影像传播已经有了自己的心得，她们在访谈索契冬奥会和冬残奥会官方电影谢尔盖·米洛什尼琴科和索菲亚·格韦勒导演的学术对话录中，开始谈体育纪录电影中的“运动哲学”了。奥运官方电

影的视觉文化传播，属于物类的符号化问题，即对物类的意义的认知，以及认知方式如何再现。换一句话说，也就是揭示文化的符号意义，以及考虑这种文化意义如何呈现。我讲奥林匹克文化时，常常举的例子就是，这个世界上有两种符号，是超越于语言的，一是红十字会的红十字，二是奥林匹克的五环，这类符号具有原型性物语的特征，广泛的象征力、高度的识别性、普遍的约定性和大众的传播性，为此，这种符号是再符号化的创意元素，正是在这个意义上奥运官方电影成为国家形象建构的方式。贺博士超越了技术论，从文化认同角度研究奥运影像，已经能深入到哲学层面进一步理解意象分析法，有了这些在研究议题和研究方法包括研究实践上的积累，才能做到跨学科研究。

贺幸辉博士的这本书是她的博士论文，文本做了修订，还有许多不足，但做一种跨学科尝试非常值得提倡。研究奥运会开幕式的人很多，只是很少有人研究过不同时期不同媒介载体的奥运会开幕式，这种视角需要有跨学科背景的知识准备。这本书在文化阐释的深度上还有所欠缺，文化同情后才会有文化认同，正如文化自信唯有落实在行为方式的文化自觉中。

暮归，都市牧羊人驾驭着车轮骏马，追赶着高楼大厦玻璃幕墙反射的晚霞，小区高高酷似图腾柱的塔楼在召唤即将归巢的鸽群，盘旋在璀璨的路灯前后。红灯变绿的瞬间，白色的斑马线上留下了夜幕中她的情影，一个生活在繁华都市、在体育纪录片的影视中探寻体育本体的思考者，现代体育的游戏本体和发展可能性，与城市文化的后现代走向，在多维的广泛性思考的集结呈现中，不是结论，而是开始。是为序。

程志理

二〇一八年七月十五日

灵谷寺侧不二斋

前 言

文化认同是指人们之间或个人同群体之间对共同文化的确认，即回答和解决“我是谁”以及“我们是谁”的问题。文化认同在增强社会凝聚力，实现人的社会属性和文化属性上具有重要的意义。自工业革命以来，伴随着人的主体性地位的确立、民族国家的建立以及全球贸易的兴起，出现了在个体、国家和全球三个层面上的文化认同。然而在相当长的时期，民族国家的认同居主导地位。

但是随着全球化的发展进程，一方面，民族国家仍然是现实政治生活的中心，也是人们建立文化认同的基本依托所在；但另一方面，如今的全球体系已经不能只在民族国家层面加以描述和分析，全球文化认同和个体文化认同也开始变得越来越重要。就全球层面而言，生态、移民、毒品、走私、传染病等新的社会问题需要更多的国际协作，因此在解决这些问题时，需要超越民族国家的限制，具有更为开阔的全球视野。就个体层面而言，全球化不再是抽象的概念，它开始与普通人的日常生活联系在一起，并出现了全球地方化的发展趋势。因此，在新的全球化语境下，个体、国家和全球三个层面文化认同及其相互间的关系需要调整。而奥运仪式，特别是奥运会开幕式集中反映了文化认同的演变过程，并对不同时期的文化认同产生正负两方面影响，因此本书将以奥运会开幕式为例，深入探讨在现代奥运会百年的发展历程中，奥运仪式和三个层面文化认同之间的关系。

在20世纪初，国际奥委会围绕着个人自由、国家认同以及世界和平这三个维度设计了奥运会开幕式，以期在个体、国家和全球三个层面的文化认同上达到均衡发展。然而随着当代媒介技术的飞速发展，奥运会开幕式的意义建构越来越偏向于在视觉传播过程中完成。视觉媒介绝不是简单的复制奥运会开幕

式，而是重构了奥运会开幕式的符号意义。一方面，不同的政治、经济和文化团体借助视觉媒介，通过选择性地建构符号，将自己的利益诉求加入到奥运会开幕式中；另一方面，在百年奥运历史中，由于媒介形态自身的嬗变，也使得奥运会开幕式具有了不同的文本结构和传播特点，产生了不同的传播偏向。因此，在视觉传播的过程中，不同权力结构和传播偏向都有可能放大奥运会开幕式中某一个层面的文化认同，造成了个体、国家和全球三个层面文化认同的失衡。

因此本书重点解决三个问题：首先，本书将考察国际奥委会在奥运会开幕式的符号设计中建构了何种文化认同，它如何平衡个体、国家和全球三者之间的关系？其次，本书将梳理在民族国家兴起、经济全球化和文化全球化的历史进程中，不同的权力主体借助于不同的视觉媒介，在传播奥运会开幕式的过程中，在个体、国家和全球三个层面中，究竟放大了哪一个层面的文化认同，并造成了何种文化影响？最后，针对于全球化的发展趋势，提出在未来对奥运会开幕式的视觉传播中，应当如何塑造现代人在个体、国家和全球三个层面上的文化认同？

在研究对象上，本书选择了每个时代最具社会影响力的视觉媒介，分别为电影媒介、电视媒介以及网络媒介等三种形态，重点考察不同视觉媒介形态中传播的奥运会开幕式文本。而在同一种形态的视觉文本上，选择了1936柏林奥运会纪录电影《奥林匹亚》，1984年美国广播公司（ABC）版本的洛杉矶奥运会开幕式的电视直播，以及社交视频网站YouTube中关于2012年伦敦奥运会开幕式的网络视频。之所以选择这些视觉文本，是依据以下几个筛选标准：

第一，根据本文的研究目的设定研究样本。本研究的创新之处在于将文化认同分为了个体、国家和国际三个层面，即重点考察在奥运会开幕式的视觉传播中究竟构建了什么样的自我身份、国家身份以及全球身份？而从全球化的总体发展进程上来说，柏林奥运会从反面说明了当国家力量急剧膨胀时会对奥林匹克文化认同造成何种影响；洛杉矶奥运会说明了当全球的经济力量增强时，对奥林匹克文化认同造成何种影响；伦敦奥运会则说明了当个体力量加强时，对于奥林匹克文化认同的利弊又是什么？因此，柏林奥运会、洛杉矶奥运

会以及伦敦奥运会这三个研究样本能够体现出在全球化进程的不同阶段，个体、国家和国际三个层面文化认同之间的关系，具有一定的典型性。

第二，根据社会影响力选取研究样本。本研究不仅停留在对视听语言的解读上，而是更为深入的分析奥运会开幕式的视觉影像背后所蕴含的社会权力结构和文化认同，因此在研究样本的选择上充分考虑了社会性因素。本研究并没有选择单一形态的研究样本，而是涵盖了三种类型，并且每一种类型都是某一时期最为主流的视觉传播形态，能够反映更为宽广的社会背景。在一定历史时期占有主流地位的媒介形态中，又选择了最具有社会影响力的典型样本。而柏林奥运会纪录电影《奥林匹亚》、洛杉矶奥运会开幕式的电视直播、伦敦奥运会开幕式的社交网络视频都具有一定的社会影响力，能够代表不同时代占有主流地位的媒介形态。

第三，从研究样本筛选的程序上来说，本研究按照以下步骤筛选出研究样本。首先，按照研究目的和研究框架的设计，查阅了百年奥运会的发展历史、视觉媒介的发展历史、从第一届雅典奥运会到第三十届伦敦奥运会的所有奥运会官方报告（Official Olympic Reports）、从1908年至2013年间不同版本的《奥林匹克宪章》（Olympic Charter）、国际奥委会发布的各类针对于媒体的管理文件，仔细研读了这些资料中关于奥运会开幕式的设计（Opening Ceremony）、奥运会电影制作（Olympic Film）、电视制作（TV Broadcast）、网络和数字媒介传播（Internet and Digital Media）等相关内容。通过这些原始文件，对研究样本的典型性进行判断；其次，在影像资料的准备上，本研究全面收集了自1928年荷兰阿姆斯特丹奥运会至2012年伦敦奥运会之间的奥运官方电影文本，基本涵盖了奥运会的重要历史时期；自1984年洛杉矶奥运会以来对奥运会开幕式的电视直播文本，其中2008年北京奥运会和2012年伦敦奥运会开幕式的电视直播，本研究查阅了CCTV、NBC、BBC、NHK等不同国家电视机构制作的不同版本；社交视频网站YouTube、优酷、土豆网上关于北京奥运会开幕式、伦敦奥运会开幕式以及索契冬奥会开幕式的网络视频文本。正是在对这些影像资料的全面观看和分析比较中，按照本研究的研究目的，筛选出了三

个研究样本。

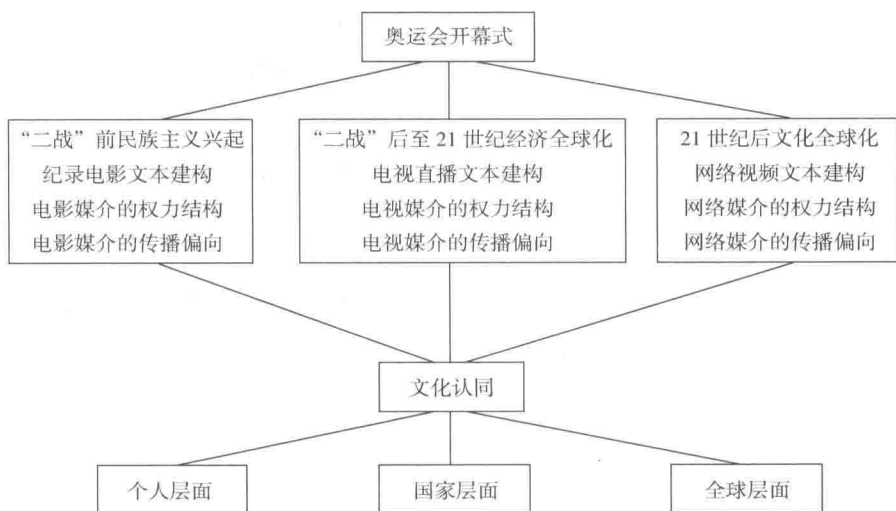
在研究方法上，主要采用了文献资料法和文本分析法。文献资料法是人文社会科学中最重要的研究方法之一，也是本研究所采用的主要研究方法。由于本研究是跨学科研究，涉及到体育哲学、文化理论、美学、新闻传播、奥林匹克等多个研究领域，因此主要从八个方面查找相关文献。第一类为历届奥运会的原始资料，主要包括奥运会官方报告、奥林匹克宪章、国际奥委会的管理文件、顾拜旦文集等等；第二类为与奥运会相关的研究资料，主要包括奥运会的历史、奥运会与媒介、奥运会与社会等方面的著作；第三类为人类学方面的研究成果，主要包括仪式理论、媒介事件方面的相关著作；第四类为文化研究类的理论书籍，主要包括文化理论、大众文化研究、媒介文化等方面的相关著作；第五类为针对于不同媒介形态的研究成果，主要包括电影学、电视学和网络传播等方面的著作；第六类为与全球化相关的著作，主要包括全球化与文化、全球化与社会发展、全球化与现代性等方面的著作；第七类为国际政治方面的内容，主要包括国际政治的历史发展，以及现代政治意识形态等方面的著作。第八类为研究方法方面的著作，主要包括大众传播学研究方法、质化研究方法等。

除了文献资料法外，本研究使用的另一个研究方法是文本分析法。陈阳在《大众传播学研究方法导论》中指出：“文本分析法是研究者用来描述和解释媒介讯息的一种研究方法，侧重于描述文本的内容、结构和功能，解释深层的潜在意义，很少使用数字和统计手段来呈现研究结果。用文本分析法研究媒介内容，也经常被称为‘解读’媒介内容。”文本分析法强调对媒介内容的深入地研究，它的优势在于能够获得深入的隐含意义，重视内在效度而非外在效度。文本分析法常使用个案研究，样本量较少，更强调研究的深度。因此在使用文本分析法时，一般不涉及到样本量大小，从个案推断总体，以及在统计意义上对某个时期内所出现的频率和变化趋势的预测等等。而本文主要研究文化认同问题，更多的与文化的意义和价值相关，而不是文化的传播与扩散规律，因此本研究采用了更偏于定性研究的文本分析法。从文本分析法的应用来

看，文本分析法主要包括符号学、精神分析、话语分析和框架分析等具体方法。本研究采用了文本分析法中的话语分析，特别借鉴了英国语言学家费尔克拉夫（Norman Fairclough）的“社会取向的话语分析”。以奥运会开幕式的视觉经验材料为研究对象，按照费尔克拉夫的话语分析框架进行研究论证。

而在整体研究框架的设计上，本书将全球化的发展进程概括为三种力量的推进。第一种力量是20世纪初民族主义运动的兴起，第二种力量是“二战”结束后经济全球化的发展，第三种力量是21世纪后从经济全球化拓展为文化全球化。需要说明的是，这三种力量的出现虽有先后关系，但是它们却是共时存在于当代社会。但是每一种新的力量的出现，都使得三个层面的文化认同之间的关系出现变化。

因此本书将通过依次成为奥运会开幕式主要视觉传播载体的电影文本、电视直播文本和网络视频文本的研究，重点考察在民族国家兴起、经济全球化和文化全球化的历史进程中，在不同的权力结构和传播偏向的影响下，究竟放大了哪一个层面的文化认同，又造成了何种文化影响？



本书的逻辑框架图

第一章 视觉媒介、奥运仪式与文化认同	1
第一节 文化认同理论	3
一、建构主义的文化观.....	3
二、个体、国家和全球三个层面的文化认同.....	6
第二节 奥运仪式、景观理论与媒介事件	10
一、仪式理论.....	11
二、景观理论.....	12
三、媒介事件理论.....	15
第三节 视觉传播理论	18
第四节 话语理论	20
第二章 20 世纪初奥运会开幕式的创建与文化认同	22
一、奥运会开幕式创建的历史背景.....	23
二、奥运会开幕式的符号建构.....	26
三、创建奥运会开幕式的权力结构.....	38
四、奥运会开幕式与文化认同.....	41
本章小结.....	47
第三章 “二战”前电影媒介中的奥运会开幕式与文化认同	49
一、民族主义的兴起与电影媒介.....	49
二、柏林奥运会开幕式的电影文本建构.....	56
三、纪录电影的权力结构.....	66
四、电影媒介的传播偏向.....	77
五、电影媒介与奥运会开幕式的文化认同.....	81
本章小结.....	87

第四章	“二战”后电视媒介中的奥运会开幕式与文化认同	89
一、	经济全球化与电视媒介	89
二、	洛杉矶奥运会开幕式的电视文本建构	96
三、	电视直播的权力结构	108
四、	电视媒介的传播偏向	115
五、	电视媒介与奥运会开幕式的文化认同	122
	本章小结	130
第五章	21 世纪网络媒介中的奥运会开幕式与文化认同	131
一、	文化全球化与网络媒介	133
二、	伦敦奥运会开幕式的网络视频文本建构	144
三、	网络视频的权力结构	154
四、	网络媒介的传播偏向	168
五、	网络媒介与奥运会开幕式的文化认同	173
	本章小结	180
	参考文献	184
	后 记	190

第一章 视觉媒介、奥运仪式与文化认同

以社会化大生产为标志的现代社会，改变了传统社会原有的结构和运行机制，人们原来的生活方式和交往方式都发生了重大改变。从封闭到开放、从稳定到剧变，不仅使“我们”必须不断直接地面对越来越多的“他们”，而且“我”与“我们”也不再天然地重合。开放和变化，打乱了传统社会原有的认同模式和认同格局，引发了真正意义上的文化认同危机。¹因此，文化认同问题在现在社会变得越来越引人关注。

而体育是现代人建立文化认同的重要载体，体育与文化认同之间的关系一直是国际体育研究的热点。特别是全球性的体育事件如世界杯、奥运会，洲际体育事件如亚运会，国家级体育事件如全运会等都对建构现代人的文化身份起到了重要作用。而在这些大型体育赛事中，又以开幕式等仪式环节最具象征性。奥运会开幕式不仅仅是一种表演，其更深层的社会功能在于构建现代人的文化身份，传递共同体的文化价值。

但伴随着城市化和现代化进程，现代人开始进入到媒介化社会，媒介成为了将人们重新连接起来的纽带。“媒介化社会从其本质上讲，意味着人的媒介化，或者说，每个人都是在媒介深刻影响下的媒介人，对于生活在媒介化社会中的人来说，不仅对于世界的全部想象都由媒介来构建，其思维方式、个体意识也烙上了媒介化的烙印。”²现代奥运会从它诞生的那一天开始，就开始不

1 崔新建. 文化认同及其根源 [J]. 北京师范大学学报, 2004(4):104.

2 孟建, 赵元轲. 媒介融合: 粘聚并造就新型的媒介化社会 [J]. 国际新闻界, 2006(7):27.

断的尝试使用新的媒介技术，以推动奥林匹克运动的传播。媒介构筑的信息环境，正在影响人们对事物的认知和选择。在媒介化社会中，奥运仪式也从现实空间移植到媒介空间，数以亿计的人通过媒介，特别是电影、电视和网络视频等视觉媒介参与到奥运仪式中。

然而，这些视觉媒介并非对奥运仪式的简单还原，它会带来新的权力关系和文化价值选择。媒介所建构的人与人之间的关系，已经完全不同传统社会。在面对面的传播环境中，人们之间彼此熟悉，生活在共同的地理空间里，有着共同的传统。但是媒介将人们从熟悉的环境中脱离出来，把背景各异的人群聚集到共同的体验上，从而创造出一个巨大的收视群体。

对于这一群体而言，由于缺少自我生活经验的参照体系，就越来越依靠媒介对于事件的解释。“事件离我们自己的直接经验越远，我们就越依赖媒介形象来得到全部认识。”¹ 媒介已经开始模糊景观和真实世界的区别，媒介的世界将会比真实的世界更真实。也就是说，当全球观众通过视觉媒介观看奥运仪式时，他们认为这就是真实的奥运仪式。然而他们信以为真的奥运仪式，却是经过视觉媒介重构的现代景观，它脱离了具体的社会语境。正如在洛杉矶奥运会的官方报告中，举办方对未来的奥运会开幕式提出了这样的建议：“未来的组织者应当避免将体育比赛同开幕式混为一谈。对开幕式感兴趣的人不一定是体育爱好者。”² 这也预示着，视觉媒介的观众与传统意义上仪式的参与者具有极大的差别，他们对自我文化身份的建构也受到视觉媒介的极大影响。

因此，在不同的视觉媒介形态中，奥运仪式如何被呈现，受到了何种权力的影响，究竟促进了奥林匹克文化认同，还是偏离了奥林匹克的文化价值，这都需要进行细致的考察。本章首先从学术思想史的角度梳理视觉媒介、奥运仪式和文化认同三者之间的关系。

1 (英)戴维·莫利,凯文·罗宾斯著.认同的空间——全球媒介、电子世界景观与文化边界[M].司艳译.南京:南京大学出版社,2001:181.

2 The Organising Committee for Los Angeles Olympic Games. 1984 Los Angeles Official Olympic Reports R/OL.206[2016-03-17].<http://www.la84.org>.