

弹幕空间青年爱国情感的激发与展现

——基于B站“爆款”短视频及其弹幕的分析

■ 刘亚琼

(中央财经大学马克思主义学院,北京 100098)

【摘要】弹幕空间已成为激发青年爱国情感的新场域。在B站,青年易感于中华悠久历史、优秀传统文化、革命英烈事迹、艰苦奋斗创业和重大发展成就等主题叙事。不同爱国故事借助弹幕互动激发情感的过程各有特点,由记忆的唤醒、惊艳的开篇、悲壮的致敬、共鸣的泪点、震撼的成就带来情绪高潮,进而展现出不同类型的爱国情感,包括慷慨和豪迈、喜爱和骄傲、敬佩和热血、悲情和感动、兴奋和自豪。由此,弹幕空间创设出新颖的爱国情感生成机制:凭借提供时空共在感、圈内人身份、情感共鸣的条件,构建虚拟群体;通过群体互动,使爱国情感萌发唤醒、同化强化、升腾升华;进而形成群体团结、爱国符号和群体道德,将短暂的集体兴奋转化为长期的爱国情感。

【关键词】爱国情感 B站弹幕 青年 互动仪式链 生成机制

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2024.04.009

2024年1月1日,《中华人民共和国爱国主义教育法》施行,要求“开发、运用新平台新技术新产品,生动开展网上爱国主义教育活动”^[1]。新时代青年在与互联网的相互塑造中成长,互联网已经成为青年不可或缺的生活方式、成长空间和“第六感官”^[2]。哔哩哔哩(以下简称B站)是广受青年人喜欢的视频网站,18-35岁的青年用户占78%^[3],其爱国主义教育功能和机制值得关注。

一、文献综述和问题提出

当前,单向的爱国主义教育存在实效性难题。青年重视互动,需要在平等交流和思想共鸣中获得存在感、参与感和满足感。B站一条爱国短视频下的评论“这就是我为什么热爱小破站

收稿日期:2024-05-01

作者简介:刘亚琼,中央财经大学马克思主义学院副教授,法学博士,主要研究青年思想政治教育。

基金项目:本文系国家社会科学基金一般项目“数字时代社会主义意识形态引领力研究”(课题编号:23BKS119)、中央财经大学“红色擎,龙马行”之教师“思政+”专项支持基金项目“弹幕空间爱党情感的激发及其内在机理研究”(课题编号:SZJ2407)的阶段性研究成果。

的原因,在其他平台上我很难有满腔热血的感受。即使他们有相似的作品,但没有弹幕里的诸位,我总是难以被调动起来”获2359个点赞,被“俺也一样”刷屏。可见,B站弹幕空间作为新型教育情境,为解决单向爱国主义教育的问题提供了思路。弹幕空间不仅包含短视频和观众,还包括观众与作者和其他观众之间的多维互动。

关于互动影响群体情感的分析源于法国社会学家埃米尔·涂尔干。他在《宗教生活的基本形式》中,提出了小群体通过互动产生团结和共有符号的模型。美国社会学家欧文·戈夫曼对互动的有效性开展研究,并认为有效的互动需要共同在场、相互关注的条件;需要尊重具有社会价值的物品,即涂尔干所称的神圣物;当仪式礼节被打破时,在场的人会感到道德上的不安^[4]。美国社会学家兰德尔·科林斯提出“互动仪式链”理论,认为互动仪式有四种起始条件:人聚集在同一场所、对局外人设定界限、有共同的关注焦点以及共享的情绪或情感体验。集体兴奋获得四种结果:群体团结、个人情感能量、群体符号及群体道德感^[5]。

随着互联网成为意识形态斗争的主阵地、最前沿,一些中国学者开始关注互动在网络空间中的特殊意义。相关研究可概括为三类:一是探讨网络虚拟空间中群体互动的适用条件,比如虚拟在场、网络亚文化圈群的局外人屏障等;二是分析互动在特定网络群体或现象中的作用,比如“帝吧出征”中的表情包、网络问政平台的政治互动、网络粉丝群体互动等;三是聚焦短视频中的弹幕互动,包括弹幕内容分析、情感分析和话语分析等。其中,包雅玮以弹幕文化为例,分析青年爱国表达的新特征,即通过创作视频、弹幕互动、发表评论等方式建立文化叙事的场域^[6]。徐明华、李丹妮提出了爱国情感弹幕互动仪式模型,将互动条件总结为弹幕视频场域、亚文化圈层设定、共同专注焦点和共享爱国情感,将弹幕互动结果归结为产生国家神圣物、国族身份认同、持续情感能量和捍卫国家的道德感^[7]。

以上研究具有重要意义,但弹幕空间的爱国情感培育仍有进一步研究的空间。第一,现有研究主要集中于新闻传播领域,从互动角度研究网络爱国主义的研究相对不足。第二,研究方法以理论研究为主,少量实证研究虽然关注到了弹幕对爱国主义教育的影响,但所使用的数据代表性有待提升。第三,理论研究及其应用还有可细化深化之处。B站有大量的爱国主义教育视频,其实际效果存在较大差异。有效的爱国主义教育视频具有哪些突出特征、能产生哪些效果、通过哪些机制产生这些效果,值得深入探索。

因此,本研究试图解决以下问题:一是哪些主题的爱国故事是青年网民易感的?二是不同故事激发爱国情感的过程有何特点?三是不同故事分别产生了何种爱国情感?四是弹幕空间是如何将爱国情感调动起来的?

二、研究设计

在《中华人民共和国爱国主义教育法》中,爱国主义教育内容十分广泛,包括马克思主义及其中国化理论、“五史”、中国特色社会主义制度及成就、“三种文化”、国家象征标志、自然人文景观、宪法法律和英烈模范等^[8]。本研究选择B站具有爱国主义教育内容且播放量达到1000万以上的5个“爆款”短视频进行典型案例分析。

一是中华悠久历史的故事。中华民族有源远流长的历史,形成了多元一体、团结集中的统一性追求,涵养了独特的价值体系和精神风骨。短视频《历史书太小,装不下一个人波澜壮阔的一生;历史书又太大,装下了华夏上下五千年》(以下简称《历史书太小》)(UP主:海棠家的大肥鱼)运用影视混剪,气势磅礴地勾勒出中国的重大历史事件,运用大量特写镜头生动展现了历史人物形象。该视频不仅讲述历史知识,更传承了民族精神,增强了中国人的志气、骨气、底气。

二是优秀传统文化的故事。中华优秀传统文化悠久绚丽,是中华民族的精神命脉。短视频《中国人不蹦洋迪》(UP主:钓可尔太曼)以民族风浓厚的电音《China》(佉族民歌《加林赛》改编)为背景音乐,混剪上海美术电影制片厂的知名动画,包括《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》《女娲补天》《九色鹿》《南郭先生》《牧童》《海螺姑娘》等,形成独具民族特色的视听体验。该视频对优秀传统文化进行创造性转化和创新性发展,并融入时尚的现代元素,充满了生机活力。

三是革命英雄烈士的故事。短视频《他们,死在了祖国胜利的前夜》(UP主:噩梦 Crazy)以“清王朝不是我的家”开篇,相继展现了秋瑾为何革命的内心剖白、闻一多等勇士的奔走呼号以及“中国不能亡”“中国必胜”的集体怒吼。在惨烈的枪林弹雨中,许多将士舍小家为大家,不怕牺牲,永不言败,为我们带来了黎明,却牺牲在胜利的前夜。

四是艰苦奋斗创业的故事。在短视频《总理,您听到了吗?飞机再也不用飞两遍了》(以下简称《总理,您听到了吗?》)(UP主:共青团中央)中,国防部发言人吴谦身着军装,情难自己地说:“(开国大典)周总理说,飞机不够,我们就飞两遍。”继而,“70年,弹指一挥间,新时代的中国早已是山河无恙、国富兵强,我们的飞机再也不用飞第二遍了”。该视频让人回忆起新中国历经苦难、艰苦创业、由弱变强的历史。

五是重大发展成就的故事。伴随中国基建和制造业的突飞猛进,许多超级工程圆满落成。中国在基础设施建设方面技术能力强、工程规模大、建设速度快,因而获得“基建狂魔”的称号。短视频《游戏里的基建狂魔,看不一样的中国!》(以下简称《游戏里的基建狂魔》)(UP主:广东共青团)用游戏展现支撑中国经济高速运转的庞大交通网络,在致敬付出辛勤汗水的无数中国劳动者的同时,展示出中国特色社会主义的显著优势。

表1 B站“爆款”爱国短视频的故事主题及要素

故事要素	事实	形象	情感	道理
故事主题				
中华悠久历史	中华民族具有百万年的人类史、一万年的文化史、五千多年的文明史	明君、文臣武将、义士	慷慨、豪迈	源远流长的中华历史形成了多元一体、团结集中的统一性追求,涵养了中国人独特的价值体系和精神风骨
优秀传统文化	中华优秀传统文化绚丽夺目,其创造性转化和创新性发展的生机无限	女娲、孙悟空、九色鹿等	喜爱、骄傲	中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,建设中华民族现代文明是新时代的文化使命
革命英雄烈士	一寸山河一寸血,无数仁人志士牺牲在胜利的前夜	革命英烈、爱国军人	敬佩、热血	和平幸福是革命先辈、爱国将士用鲜血换来的,爱国、爱党、爱社会主义在本质上是统一的

(续表)

故事要素	事实	形象	情感	道理
艰苦奋斗创业	新中国坎坷艰难而顽强拼搏,军事实力大大增强	周总理、军用飞机	悲情、感动	新中国史是党领导中国人民从站起来到富起来、强起来的发奋图强史
重大发展成就	许多超级工程圆满落成,中国有了“基建狂魔”之称	桥梁、立交桥、轻轨、铁路	兴奋、自豪	一系列历史性成就证明,中国特色社会主义道路是实现中华民族伟大复兴的必由之路

爱国故事的传播效果可以参考3个指标:传播广度、传播认同度和传播参与度。传播广度参考视频播放量。上述视频播放量最高的是《中国人不蹦洋迪》(3801.1万),印证了B站传统文化主题的短视频广受青年欢迎。

传播认同度基于B站“一键三连”指标:点赞表示对短视频内容的认同,投币表示对制作者的鼓励,收藏意味着希望再次观看。将其数量分别除以播放量,可得点赞率、投币率和收藏率。上述短视频的点赞率、投币率、收藏率最高的分别是《中国人不蹦洋迪》(7.8%)、《游戏里的基建狂魔》(6.52%)和《他们,死在了祖国胜利的前夜》(6.48%)。

传播参与度基于转发率和弹幕率:转发意在促进视频的传播,弹幕则是直接参与讨论、表达态度。上述短视频转发率最高的是《中国人不蹦洋迪》(0.89%);弹幕率最高的是《他们,死在了祖国胜利的前夜》(0.79%),弹幕高达20.8万条。

研究方法主要为大数据分析。用Python软件爬取5个典型爱国“爆款”短视频的所有弹幕,共计43.3万条。通过短视频每秒钟的弹幕数量变化曲线,找到网民的集体兴奋点及其触发因素。通过弹幕频数统计,得到每个短视频热度最高的20条弹幕,分析其展现的爱国情感。

表2 B站“爆款”爱国短视频的传播效果

短视频名称	故事主题	传播广度		传播认同度		传播参与度	
		播放量(万)	点赞率(%)	投币率(%)	收藏率(%)	转发率(%)	弹幕率(%)
历史书太小	中华悠久历史	3154.1	7.43	5.73	4.49	0.72	0.22
中国人不蹦洋迪	优秀传统文化	3801.1	7.80	4.31	3.09	0.89	0.14
他们,死在了祖国胜利的前夜	革命先辈事迹	2638.5	6.99	6.48	4.18	0.69	0.79
总理,您听到了吗?	艰苦奋斗创业	1211.8	7.54	2.25	1.73	0.50	0.48
游戏里的基建狂魔	重大发展成就	1003.8	7.14	6.52	2.92	0.54	0.44

三、弹幕空间青年爱国情感的激发过程和情感展现

不同主题的爱国故事借助弹幕互动激发情感的过程不尽相同。一般而言,爱国情感会经历

萌发唤醒、感染同化、循环强化和升腾升华的过程。在萌发阶段,弹幕帮助爱国符号解码,调动网民的相关记忆,唤醒原有的爱国情感;或为新符号注入积极的情感体验,使网民被新鲜的故事打动,萌发爱国之情。在同化阶段,弹幕构建出虚拟的群体“共在感”,加之弹幕发布门槛和网络圈群形成的多重圈内人身份,使个人产生群体身份认同,进而更容易被群体的共同情感和价值观所感染。在强化阶段,网民通过发送弹幕,从围观者变成生产者。其他网民对弹幕的积极回应会令弹幕发送者感到振奋,并产生情感共鸣。在升华阶段,网民的情绪被大量的弹幕和喧闹的人群所点燃,形成集体兴奋。个人在群体中感受到升腾的情感能量,即一种自信、热忱、有力量、主动进取的感觉,进而产生崇高的神圣感和强大的正义感。由于各种爱国故事所需的铺垫不同,情感迸发过程也各有特点。有的循序渐进,四个阶段依次呈现;有的跳跃呈现,甚至集中呈现,出现“刷屏暴击”的情形。无论过程如何,集体兴奋都是关键环节。它既是集体性的、强烈的共情推高的结果,又是爱国符号、群体团结和群体道德发展的条件。

经历集体兴奋后,青年网民的爱国情感通过弹幕得到充分展现。爱国情感类型丰富,不仅包含对本民族的自尊自信、对山水的依恋、对文化的喜爱、对爱国志士的崇敬以及对国家成就的自豪,也包含对国家苦难历史的悲情、对国家前景的忧患、对危害国家行为的愤怒以及对受苦同胞的同情等。上述“爆款”短视频都出现了集体兴奋点,其触发条件、形成过程以及展现的具体爱国情感值得研究。

1. 中华悠久历史故事的情绪高潮产生于历史记忆的唤醒,带来慷慨和豪迈

由于许多青年对中华历史有一定的认知基础和情感认同,这些元素往往能迅速调动观众的情绪。《历史书太小》的开篇是气势磅礴的画外音“天不生仲尼,万古如长夜”,配以孔丘面向火炬、眼含热泪的画面。网民情绪迅速高涨,在视频第13秒就达到高潮,弹幕“每周必看”“每日一遍”刷满全屏。在如此短暂的时间内,观众高涨的情绪显然不只是来源于视频内容本身,而是唤醒了原本储存的对春秋战国、百家争鸣的历史记忆,注入了对波澜壮阔的中华历史和儒家思想的深厚情感。

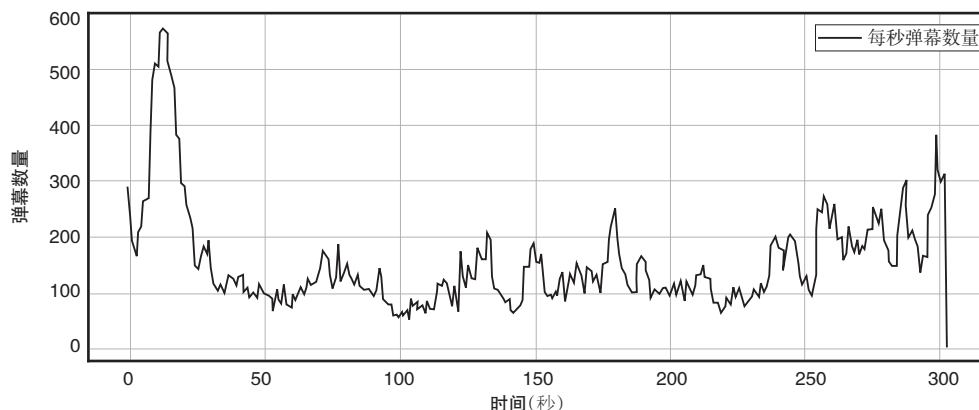


图1 短视频《历史书太小》弹幕数量变化趋势

该视频对中华一统天下、四海来朝的勾勒,触发了青年洒脱豪放、气度恢宏的豪迈之情,如唐灭东突厥后的弹幕“恭迎天可汗”“繁盛的时代”“恭迎诗仙”,汉武帝下令北击匈奴时的弹幕

“寇可往,我亦可往”“封狼居胥”“攻守之势异也”。另外,大量特写突出渲染人物的慷慨悲歌和浩然正气,引发青年对民族精神的感悟和向往,如陈胜吴广起义时的弹幕“王侯将相宁有种乎”,于谦被冤杀时的“于少保千古”“不争一世争百世”“粉身碎骨浑不怕,要留清白在人间”,以及王阳明龙场悟道时的“阳明先生”“致良知”“一生伏首拜阳明”。

表3 短视频《历史书太小》热度弹幕内容和出现频数

序号	弹幕文本	频数	序号	弹幕文本	频数
1	每周必看	5761	11	恭迎诗仙	157
2	恭迎天可汗	749	12	二爷	148
3	王侯将相宁有种乎	311	13	于谦	143
4	每天一遍	209	14	洪武大帝	135
5	天可汗	205	15	冠军侯	124
6	大明	187	16	朱棣	116
7	开局一个碗	187	17	寇可往我亦可往	110
8	于少保	184	18	天下	108
9	位面之子	178	19	阳明先生	108
10	封狼居胥	166	20	于少保千古	104

2. 优秀传统文化故事的情绪高潮产生于惊艳的开头,引发喜爱和骄傲

优秀传统文化“两创”短视频的集体兴奋点常在视频的开头,第一时间触动文化基因,吸引和征服青年。短视频《中国人不蹦洋迪》的开篇是《西游记》动画,唐僧问“悟空,你看前面是什么去处”,继而山歌响起,古人敲打编钟,神仙击打大鼓,观音菩萨谆谆教诲。网民情绪在第16秒即达到高潮,大量的预告性弹幕“大电音寺”刷屏。“大电音寺”将宁静的古代寺庙与亢奋的现代电音结合,有一种不可思议又生动形象之感,既是观众对该视频音乐风格的总结概括,也是对唐僧问题的巧妙回答。可见,惊艳的开头对于传统文化主题的短视频具有举足轻重的意义。B站短视频《鼓乐〈兰陵王入阵曲〉》和《探窗》的弹幕高峰也都在视频开端,呈现“开口跪”的特点。

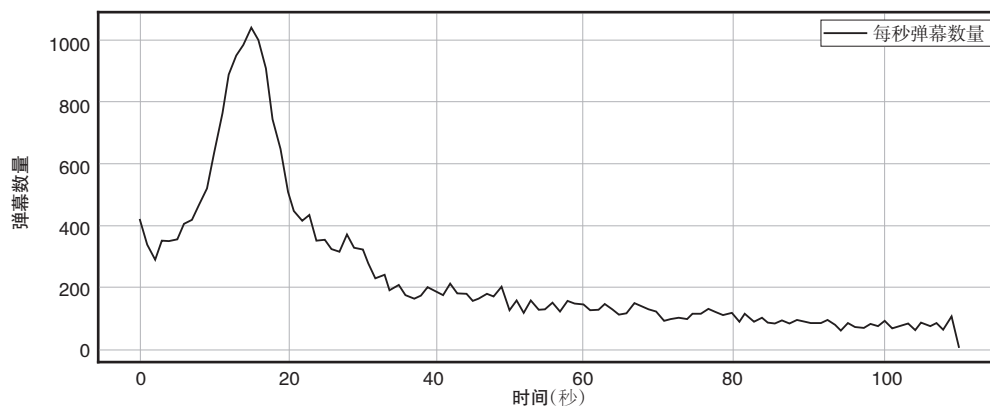


图2 短视频《中国人不蹦洋迪》弹幕数量变化趋势

优秀传统文化主题的短视频引发青年的喜爱和骄傲之情。一些青年骄傲于自己“血脉觉醒”，能轻松认出动画中的故事，如弹幕“DNA 蹦起来了”“敦煌九色鹿”。网民对民族音乐融合电子音乐的创造性转化和创新性发展，感到既魔性(如“礼崩乐坏”)又上头(如“接着奏乐接着舞”“如听仙乐耳暂明”)。许多网民表示爱不释手，要反复观看，如“好家伙变成每周必看了”“每天一遍”“再来亿遍”，并预言这个视频一定会大火，如弹幕“火钳刘明”(火之前留下名字)。

3. 革命英雄烈士故事的情绪高潮产生于悲壮的致敬，带来敬佩和热血情怀

英烈事迹主题短视频引发的情绪一般先累积、后爆发，高潮多出现在视频后段。在《他们，死在了祖国胜利的前夜》中，军人被还原为生活中的爱人、儿子和父亲，英雄被还原为历经挫折、失败却坚强不屈的平凡人。面对一个个鲜活的生命在眼前逝去，悲壮和压抑的情绪不断累积。当视频后段出现“向所有战死的兄弟们，敬礼!”的口号后，观众获得情绪表达的出口，弹幕瞬间达到高峰，“致敬英雄”“敬礼”刷屏。短视频《【祭奠英烈】中国的未来，拜托了!》的情绪高潮与此很相似，出现在视频后段“向所有牺牲的同志们敬礼”时。

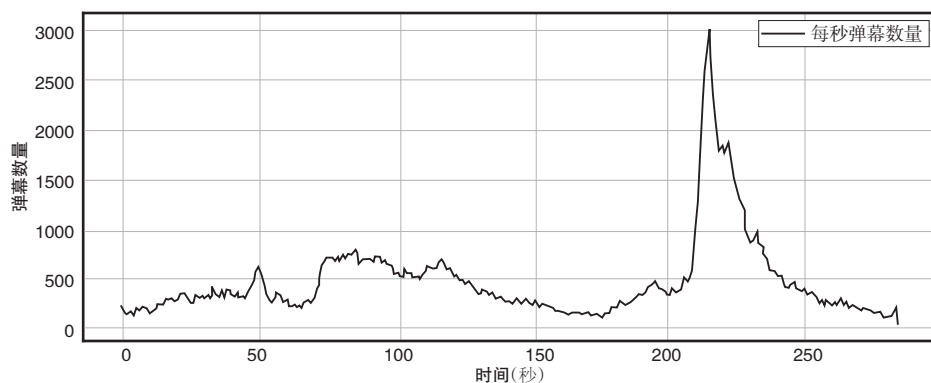


图3 短视频《他们，死在了祖国胜利的前夜》弹幕数量变化趋势

英烈事迹短视频激发青年的敬佩之情。明知牺牲在所难免，却位卑不敢忘忧国的责任使命，让青年深深敬佩、久久铭记，如弹幕“我等晚辈从未遗忘”。在民族生死存亡之际奋不顾身、挽救于万一的斗争精神催生青年的熊熊斗志，如引用秋瑾《满江红(小住京华)》中的“身不得，男儿列，心却比，男儿烈”和“俗子胸襟谁识我？英雄末路当磨折”，用“正义是杀不完的，因为真理永远存在”致敬无比坚定的信仰，用“青山处处埋忠骨，何须马革裹尸还”致敬崇高的牺牲精神。许多网民还表达了对祖国无怨无悔的爱和责任感，如“此生无悔入华夏，来世还做中国人”“山东在”“河南在”“广东在”。

4. 艰苦奋斗创业故事的情绪高潮产生于末尾情感共鸣的泪点，带来悲情和感动

艰苦创业主题短视频往往采用先抑后扬的复兴叙事。前段悲情的铺陈为后段感动的爆发奠定了基础，引发情感共鸣的“导火索”往往是一条金句。在短视频《总理，您听到了吗?》的尾端，吴谦道出“这盛世，如您所愿”，打中了青年的泪点。“身逢盛世”的判断让青年深深认同并满怀感激，“如您所愿”则成为当代青年与革命先辈隔空对话的方式。这句点睛之语成为先抑后扬的情绪高点，在热度弹幕中排名第一。

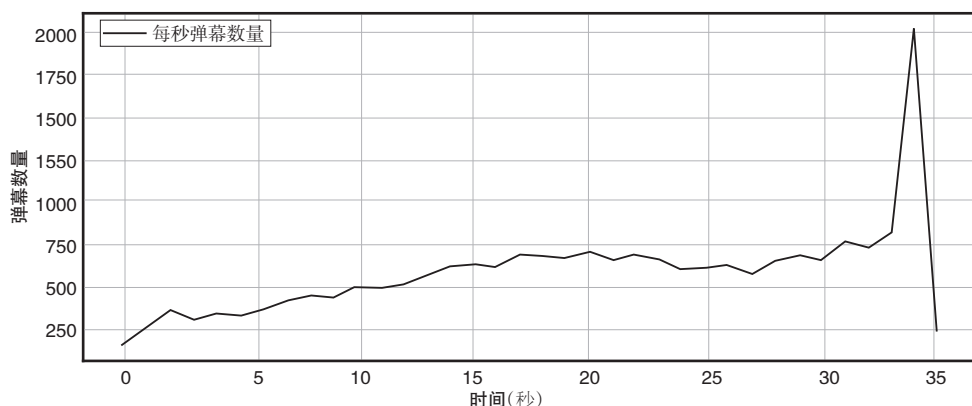


图4 短视频《总理,您听到了吗?》弹幕数量变化趋势

中国近代以来坎坷艰难、备受蹂躏的历史记忆带给人心灵深处的沉痛。但是,中华民族拥有从不低头、顽强拼搏的精神,让青年感动。祖国母亲的苦难辉煌,使得许多青年一方面“泪目”“哭了”,另一方面又对祖国的繁荣昌盛充满自豪,称赞“山河无恙,国富兵强”。祖国的由弱转强与老一辈革命家的鞠躬尽瘁无法分开,许多青年用“总理”“敬礼”“为中华之崛起而读书”表达敬佩与怀念。弹幕的主流是建设性的、健康的爱国情感,如“祖国万岁”“爱我中华”“加油”等对祖国深切祝愿,但也存在具有排外性的、盲目的民族主义情感,如弹幕“中国天下第一,中国人面前,其他人都是弟弟”等,诸如此类应引起重视。

5. 重大发展成就故事的情绪高潮产生于现实成绩和创新表达的双重震撼,引发兴奋和自豪

在对青年进行国家伟大成就宣传时,生硬的夸赞往往效果不佳,需要“青年化”的表达促成兴奋点。短视频《游戏里的基建狂魔》运用游戏这种新颖的方式,一开篇弹幕就不断攀升,在出现港珠澳大桥后达到高峰。原因不仅在于它是世界上总体跨度最长的跨海大桥,更在于海面波光粼粼的视觉效果非常逼真。该视频弹幕的次高峰来自美轮美奂的樱花庄立交桥,第三个小高峰出现于白云环绕、宛如仙境的陆家嘴金融贸易区。这几处画面都将现实场景进行了艺术化加工,融入了中国审美的浪漫,引发青年的情感共鸣。

在弹幕中,网民表达了对该短视频精良制作的惊喜,如“厉害”“显卡的香气”“大佬请收下我的膝盖”。但更深层的情感是为祖国的繁荣富强而兴奋,如“此生不悔入华夏”“中国红”“颜立表”(颜色代表立场);为家乡的日新月异而欣喜,如“我重庆666”“给杭州大排面”“我大上海啊”;为能参与社会主义中国的建设而自豪,如“基建狂魔也有我们的一份力”“你手中飘舞的红旗,是我此生不变的信仰”。

综上所述,不同爱国故事的情感激发过程各有特点,展示的爱国情感也有所不同。中华悠久历史故事的情绪高潮需要唤醒历史记忆,会带来慷慨和豪迈;优秀传统文化故事的高潮产生于惊艳的开头,能迅速让观众喜爱并感到骄傲;革命英雄烈士故事的高潮产生于悲壮情绪大量积累,向英雄集体致敬之时,带来敬佩和热血情怀;艰苦奋斗创业故事先抑后扬,高潮产生于末尾情感共鸣的泪点,带来悲情和感动;重大发展成就故事的高潮产生于现实成绩和虚拟技术表达创新带来的双重震撼,引发兴奋和自豪。

四、弹幕空间青年爱国情感的生成机制

青年是实现中国式现代化和中华民族伟大复兴的关键力量。在数字时代,青年获取信息、交流思想、交友互动的方式都发生了深刻改变,引领青年必须把握青年特点。正如“没有弹幕和评论,情绪起不来”说明,青年网民在接受爱国主义教育时,有从原子化的个人走向群体,进而寻求情感共振、建立身份认同、获得群体归属的需求。对互动的渴望使得弹幕空间成为青年爱国情感培育的新场域。如何通过弹幕建构虚拟群体,群体互动如何激发爱国情感,激烈的短期情感如何沉淀为稳定的长期情感,其机制值得探讨。

1. 时空共在一圈内人身份—感受共情:弹幕空间构建虚拟群体的三重条件

依据互动仪式链理论,群体主流情感对身在其中的个体产生感染力,需要群体的身体共在、排除局外人的屏障、有共同的关注焦点并共享情感状态^[9]。

一是弹幕构建虚拟的“共在感”,提供即时交流的感染力,将现实空间的亲身在场转变为网络空间的虚拟在场。在空间上,通过输出弹幕,替代可视的身体共在,仿若“同在”;在时间上,时隔多日的针对同一画面的弹幕会在屏幕上同时出现,仿若“同时”。

二是弹幕发布者的多重圈内人身份叠加,提升互动的安全感。网络圈群林立,与“对家”说话容易“引战”,而与“自己人”交流会带来松弛感和认同感。一方面,B站的弹幕设限基于二次元文化和用户准入机制,发弹幕有通过答题或朋友邀请的门槛^①;另一方面,许多UP主在趣缘圈群中具有一定影响力,有自己的粉丝群体。B站和趣缘群体正是“自己人”身份的叠加。

三是具有共同关注点和相似的爱国情感,提升互动的和谐性。从热度弹幕看,观众在观看爱国短视频时,讨论的话题和分享的情感相对集中,并通过有节奏地发送相同的弹幕“保持队形”,使得网民容易感受到共情。

2. 情感唤醒—同化强化—升腾升华:群体互动激发爱国情感的内在机理

爱国短视频即便制作精良,单向传播的效果也往往时好时坏,原因在于观众可能无法识别爱国符号,或难以对其注入积极情感。弹幕为打通制作者与接收者之间的“梗阻”提供可能。

一是科普型弹幕帮助爱国符号解码,唤醒观众曾经的情感。只有在观众能够识别视频中的符号并解码其涵义时,符号才会成为成功的爱国教育要素。当熟悉的音乐、图片、动画和“热梗”出现,有相关储备的青年能迅速识别曾经了解的英雄人物和听过的历史事件,并唤醒情感,更深切地融入爱国故事中去。比如,电视剧《觉醒年代》的观众看到《错位时空》里演员张晚意的微笑,能迅速识别革命先烈陈延年及其慷慨赴死的情景,唤醒敬佩、疼惜、感动等情感,而不能识别这些符号的观众则可能毫无感觉,对他人的热泪盈眶感到莫名其妙。弹幕具有科普功能,能帮助观看者理解视频中的人物和事件。比如,在短视频《他们,死在了祖国胜利的前夜》中,当演员陈道明关上合约时,弹幕“巴黎和会”“顾维钧先生”“本代表拒绝签

^① 基于B站2024年1月1日的规定,用户需要完成40道基础题和30道社区考核题且得分超过60分,或获得B站LV5及以上等级的朋友邀请,才能“转正”,拥有发弹幕和投币的权利。

字”提示观众,这里描述的是中国政府代表拒绝在《凡尔赛和约》上签字,拒绝将一战前德国在山东的特权转交给日本的场景。

二是评价型弹幕能够营造主流基调,促进情感的同化和强化。弹幕能为符号注入积极的情感能量,全程陪伴观众进入合适的体验框架中,如与革命烈士相关的弹幕“以血肉之躯唤起民族觉醒”“看这种就是忍不住想哭啊”等。主流情感基调对群体成员具有情绪感染功能,会产生同化作用,而偏离主题的弹幕则可能起到干扰作用,如“某某演员好帅”就会让人出戏。发送弹幕的行为将网民从观看者变成生产者。通过基于弹幕的互动交流,网民确认自己的体验与群体观念一致,使得不确定的观点更坚定,零散的观点更完整,原本的偏好进一步加强。

三是爆发情绪高潮,产生升腾的情感和升华的共识。当人们以激动的语气向为同样原因激动的人诉说并得到积极反馈时,相互支持的情感不断汇聚,通过有节奏的循环不断放大。在胜利和庆典中,产生集体欢腾;对敌对势力,能够同仇敌忾;对困难挑战,可以同舟共济;对建设事业,促成同心协力。

3. 群体团结—爱国符号—群体道德:暂时的集体兴奋沉淀为长期的爱国情感

集体兴奋是一种短暂的状态,虽然有巨大的情感能量,但是容易消散。热泪盈眶的激情转化为长期情感,有赖于三个要素。

一是形成爱国者的群体团结。在原子化的现代社会,许多青年被孤独、寂寞和漂浮感笼罩,内心分外渴望归属和安全感。在集体兴奋中,青年会对此时聚集起来的群体产生集体意识和依恋感,对爱国青年的身份产生认同。用弹幕表达爱国情感或捍卫国家尊严,不仅是将已然存在的国家认同转化为行动,也是强化甚至制造身份认同的方式,比如“阿中哥的粉丝”“小粉红”就是新身份认同的表达。

二是产生并尊崇爱国符号。思想情感通过符号才会长存,代表国家的符号多种多样,可以是国旗、国歌等象征物,也可以是人、物品或文字等。在“爆款”短视频中,党的领袖、革命先烈、爱国军人成为中华民族不同层面的代表;民族音乐、神话故事也被视为中华优秀传统文化的符号。新符号不断产生,原本平平无奇的物件,在被参与互动仪式的成员赋予思想情感后,会受到尊崇。比如,在短视频《鼓乐〈兰陵王入阵曲〉》中,击打大鼓时出现一段介绍:“中国鼓文化:鼓是中国人精神的象征,舞是力量的表现。‘鼓舞’是中国人创造的词汇,鼓乐是鼓舞的灵魂”。“太震撼了”“气势磅礴”“顶到天灵盖”等弹幕不断出现。此时,很多观众不仅将鼓视为一种乐器,更将其视为中国精神的新符号。

三是爱国成为群体道德。形成群体归属和神圣符号后,成员会尊重群体符号,渴望维护群体中的正义感,捍卫群体荣誉,防止其受到侵害。当国家本身或符号遭到侵犯时,群体成员会产生正义的愤怒,对破坏者进行攻击。

结语:爱国主义教育不能局限于对教育内容和教育对象的研究。相同的短视频在不同场域播放的效果不同,说明教育情境是影响教育效果的重要因素。对互动仪式链等前人研究成果进行考察,发现其在网络空间依然具有蓬勃的生命力。弹幕有助于提供时空共在感、圈内人身份、共同关注点和情感共鸣点,构建虚拟群体,为互动提供条件。强烈的爱国情感刺激是弹幕空间

多维互动的前提,中华悠久历史、优秀传统文化、革命英烈事迹、艰苦奋斗创业和重大发展成就是青年易感的爱国故事,共同组成了中华民族伟大复兴的叙事。

然而,仅有优秀的主题是不够的,还需要把握不同爱国情感的激发过程。在弹幕空间,爱国情感有的依次呈现萌发唤醒、感染同化、循环强化和升腾升华的过程,有的则跳跃甚至集中呈现。历史和文化故事通常在前期就调动历史记忆和文化基因,引发慷慨豪迈或喜爱骄傲之感;革命英烈和艰苦创业故事往往兼具“虐点”和“燃点”,在视频后段给予观众情绪的出口,进行情感升华,将悲情转化为热血,化悲痛为力量;重大成就用“萌”和“酷”的方式展现,能够避免宣教的克板性,引发青年的兴趣,让新时代青年为身处盛世而兴奋,为参与社会主义现代化国家建设而自豪。集体兴奋充满激情却短暂易逝,倘若在弹幕互动中形成群体团结、爱国符号和群体道德,则有助于将其转化为长期的爱国情感。

尽管弹幕空间作为激发爱国情感的新场域,具有独特的优势,但不能过分夸大教育情境的作用。社会存在决定社会意识,要认识到新时代青年爱国的深层逻辑。年轻一代被称为“天然红”,缘于其从小生长在综合国力日益强盛、国际地位不断提升的中国。中国成为世界第二大经济体,党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革,推动我国迈向全面建设社会主义现代化国家新征程,为新时代青年自豪感和“四个自信”的崛起奠定了坚实的物质基础。有学者提出,对于新时代青年群体,基于成就取向的“真实自豪”已逐渐取代了以往暗含他者比较的“外显自尊”倾向^[10]。但是,经过弹幕分析发现,国家历史苦难和现实威胁等主题的故事,对青年依然具有十分强大的情感调动能力,有待进一步深入研究。

需要注意的是,弹幕空间是中性的,既要积极把握规律,主动正向引导,也要规避极端民粹主义、网络暴力等问题,使爱国主义成为青年的坚定信念、精神力量和自觉行动。

[参 考 文 献]

- [1][8]《中华人民共和国爱国主义教育法》,载《人民日报》,2023年10月25日。
- [2]中华人民共和国国务院新闻办公室:《〈新时代的中国青年〉白皮书》,北京:人民出版社2022年版,第7页。
- [3]寻贝科技:《哔哩哔哩(B站)用户人群画像分析报告2023》, <https://www.bilibili.com/read/cv28330594/>
- [4][5][9]兰德尔·柯林斯:《互动仪式链》,林聚任等译,北京:商务印书馆2012年版,第45-49、79-81、79页。
- [6]包雅玮:《新媒体环境下青年爱国表达的新特征——以“B站”弹幕文化为例》,载《中国青年研究》,2021年第7期。
- [7]徐明华 李丹妮:《互动仪式空间下当代青年的情感价值与国家认同建构——基于B站弹幕爱国话语的探讨》,载《中州学刊》,2020年第8期。
- [10]徐明华 李丹妮:《从“外显自尊”到“真实自豪”:新时代青年群体的爱国情感表征与价值认同生成》,载《现代传播(中国传媒大学学报)》,2020年第6期。

(特约编辑:张 宪)