



硕士学位论文

(学术学位)



B 站历史文化纪录片青年社群的文化认同研究

Research on Cultural Identity of Youth Community
of Historical and Cultural Documentary on Bilibili

研究生姓名	雷凯虹
指导教师姓名	张健
专业名称	新闻传播学
研究方向	政治传播
所在院部	传媒学院
论文提交日期	2022 年 6 月

苏州大学学位论文独创性声明

本人郑重声明：所提交的学位论文是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文不含其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果，也不含为获得苏州大学或其它教育机构的学位证书而使用过的材料。对本文的研究作出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人承担本声明的法律责任。

研究生签名： 李新明 日期： 2022.5.21

苏州大学学位论文使用授权声明

本人完全了解苏州大学关于收集、保存和使用学位论文的规定，即：学位论文著作权归属苏州大学。本学位论文电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。苏州大学有权向国家图书馆、中国社科院文献信息情报中心、中国科学技术信息研究所（含万方数据电子出版社）、中国学术期刊（光盘版）电子杂志社送交本学位论文的复印件和电子文档，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或其他复制手段保存和汇编学位论文，可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索。

涉密论文 ☐
本学位论文属 _____ 在__年__月解密后适用本规定。
非涉密论文 ☒

论文作者签名： 曹新旺 日 期： 2022.5.21
导 师 签 名： 张伟 日 期： 2022.5.21

B 站历史文化纪录片青年社群的文化认同研究

中文摘要

B 站作为 Z 世代青年群体的“精神家园”，通过“国创崛起”与再创作不断和传统文化相融合。历史文化类纪录片的风靡使其二次元内容与 UGC 视频相互反哺的模式发生变革，青年社群也通过“参与式展演”与主流文化接轨，引发了一场亚文化群体与官方话语之间的认同狂欢。该群体通过“二次创作”与纪录片产生紧密互联，将传统文化 IP 重新演绎，以独特的弹幕话语和互动仪式塑造了个体到共同体的身份确认，以隔空狂欢的方式实现不同圈层的文化融通，继而引发了对于传统文化的认同。

本研究基于“文化认同理论”和“使用与满足”的基本模式，运用内容分析法、问卷调查法与深度访谈法，从 B 站“出圈”纪录片所覆盖的青年社群角度出发，探究其在生产传播实践中形成的认同表征以及建构文化认同的具体逻辑。

研究发现，青年社群作为文化认同主体，以弹幕话语的表意实践呈现出圈层认同景观。通过语言符号的“意义共享”将认同的主体与客体、个体与共同体相连接，衍生出的凌驾于纪录片之上的意义空间，为青年社群的情感交换、动机生产与隔空狂欢提供了“场域”。在媒介参与和生产实践中，青年社群的认同构成了“高情感-高认知”双重正向依赖的特征，并在现代语境下越来越呈现出碎片式的、多维度的趋势，个体的“差异”通过共有的文化记忆归入到群体的“同一”中，最终形成“想象的共同体”。在接受、平衡、认同、内化的过程中，青年社群的文化身份与主体意识也发生了变化，以“现实自我的再现”与“理想自我的投射”建构个体认同，既而在仪式互动与刻写实践中唤醒集体记忆，并以非抵抗式的文化扩编使原本存在断裂的传统文化与青年亚文化走向统一，最终完成了文化认同的狂欢和治愈。

关键词：文化认同；青年社群；历史文化纪录片；表征

作 者：雷凯虹

指导教师：张 健

Research on Cultural Identity of Youth Community of Historical and Cultural Documentary on Bilibili

Abstract

As the "spiritual home" of generation Z youth group, Bilibili continuously integrates with traditional culture through "the rising Chinese culture" and re-creation. The popularity of historical and cultural documentaries changes the mode of mutual feedback between two-dimensional content and UGC video, and the youth community has also connected with mainstream culture through "participatory performance", which has triggered an carnival of identity between subcultural groups and official discourse. Through the "secondary creation", the group is closely connected with the documentary, it reinterpreted the intellectual property of traditional culture, shaped the identity verification from the individual to the community with unique bullet screen discourse and interactive ceremony, and achieved the cultural interaction of different circles in the way of space carnival, then caused the identification of traditional culture.

Based on the theory of "cultural identity" and the basic model of "uses and gratifications", this study adopts content analysis method, questionnaire method and in-depth interview method. From the perspective of the youth community of popular documentaries on Bilibili, the paper explores the identity representation formed in the production and communication practice and the specific logic of constructing cultural identity.

It is found that the youth community, as the main body of cultural identity, presents the identity landscape of circles through the signifying practices of bullet screen discourse. Through the "shared meaning" of language symbols, connecting the subject and object of identity, individual and community. The space of meaning that beyond the documentary provides a "field" for the emotional exchange, motivation production and space carnival of the youth community. In media participation and the production practice, the identity of youth community constituted the "high emotion & high cognitive" double positive dependent characteristics, and the trend became more and more fragmented and

multi-dimensional in the modern context. The "difference" of individuals were subsumed into the "universality" of the group through the shared cultural memory, and the "imagined communities" was finally formed. In the process of accepting, balancing, identifying and internalizing, the cultural identity and subjective consciousness of youth community have also changed. The community constructs individual identity with "representation of actual self" and "projection of ideal self", and reminds the audience's collective memories in the interaction ritual and recording practices, then unifies the fractured traditional culture and youth subculture by non-resistant cultural expansion. Finally, the cultural identity of youth community is completed.

Key Words: Cultural Identity; Youth Community; Historical and Cultural Documentary; Representation

Written by: Lei Kaihong

Supervised by: Zhang Jian

目 录

第1章 绪论..... 1

1.1 研究背景与研究意义.....1

1.2 研究对象与研究问题.....3

1.3 国内外研究现状.....4

1.4 核心概念与理论框架..... 11

1.5 研究方法..... 16

1.6 创新之处..... 18

第2章 历史文化纪录片青年社群的文化认同话语表征.....20

2.1 弹幕话语的表意实践.....20

2.2 认同主体：基于符号象征的趣缘群体..... 33

2.3 文化表象：语言解码呈现圈层认同景观..... 36

2.4 意义共享：情感交换、动机生产与隔空狂欢..... 39

第3章 历史文化纪录片青年社群的多元认同度分析.....44

3.1 青年社群的认同度问卷量表设计..... 44

3.2 文化认同呈“高情感-高认知”正向依赖..... 52

3.3 认知、情感、行为多元认同指涉想象的共同体..... 57

第4章 历史文化纪录片青年社群的文化认同建构逻辑.....60

4.1 从“我是谁”到“我将成为谁”：自我认同的主动性建构..... 60

4.2 互动仪式与刻写实践：集体记忆的唤醒和身份确认..... 65

4.3 由断裂到统一：传统文化与青年亚文化的交融与内化..... 68

结 语..... 74

参考文献..... 76

附 录..... 82

附录 1 弹幕样本（节选） 82

附录 2 文化认同度调查问卷.....85

附录 3 受访者信息表.....88

附录 4 访谈材料（节选） 89

攻读学位期间的研究成果..... 93

致 谢..... 94

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

据 B 站 2021-2022 年度纪录片发布会数据显示，纪录片受众呈现出年轻化、高互动、高黏性等特征，其中 Z 世代（1995—2009 年间出生的一代人）用户占比 78%，讲述中国传统文化的主题纪录片成为受众兴趣所在，占比 82%^①，凸显出青年社群对于主流文化的积极融合。以 ACG（动画、漫画、游戏的总称）为核心圈层的 B 站受众常被贴上“抵抗性”、“边缘化”、“拼贴与反叛”的鲜明亚文化标签，随着纪录片、拜年祭和国创崛起等形式在 B 站的风靡，其二次元内容与 UGC 视频相互反哺的模式发生变革，青年社群也不断与主流文化接轨，这场双向互动促成了传统文化在 B 站的成长与复兴。青年社群通过“二次创作”与纪录片产生紧密互联，将传统文化 IP 重新演绎，把庄重变为诙谐，把复古变为潮流，实现传统文化与多元文化的迅速融合。

历史文化纪录片在 B 站青年社群的热捧下，累计创下播放量破亿、弹幕互动超过百万的记录，使得讲述传统文化的纪录片快速走向了年轻人，并以高度融合的态势与亚文化群体共存。由此可见，传统文化与青年亚文化从表现手法、叙事结构到价值内涵都存在一定的共性，两者之间超越“抵抗”范式，逐渐产生“互动”与“融通”。在热播的历史文化纪录片《历史那些事》、《中国通史》、《如果国宝会说话》、《我在故宫六百年》中，青年社群通过“萌、梗与仪式化”的弹幕互动对传统文化表达了出奇一致的认同感，高频词语如“双厨狂喜”^②、“awsl”^③、“破防了”^④、“致敬”、“泪目”、“为祖国打 call”、“此生无悔入华夏”、“中华文化 yyds”等，体现出对于国家、地域、民族、文化等层面的认同与情感共鸣。

随着越来越多的“主流话语”在亚文化社群中形成，引发了一场“二次元民族主义”

^① 2021-2022bilibili 纪录片发布会[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/play/ss39899/?from=search&seid=17440439272622881488&spm_id_from=333.337.0.0,2021-11-13.

^② 形容看到一个作品中同时融合了自己喜欢的两件事物时的激动心情。

^③ “啊我死了”的拼音首字母缩写，一般用来形容看到可爱之物时的激动心情，表达的是一种兴奋到窒息的含义。

^④ 本为游戏术语，意为使用特殊物理伤害突破了防御。在新媒体语境中常用于表示心理防线被突破后，产生不可抑制的震动。

①的集体狂欢,使得原本存在区隔的亚文化场域和官方话语体系之间发生交融。在B站资深的“二次元”原住民和受主流文化熏陶与道德规训的青年群体相互的影响下,Z世代纪录片社群反而有着更为开放的心态,不会先入为主地排斥题材、种类,只要能够找到相对应的“满足群组”,都会毫不掩饰地表现出狂热的认同感。在“文化复兴”的大背景下,这样的良性互动无疑是促进文化认同的有效路径。基于此,本研究聚焦于B站历史文化纪录片青年社群,探究其在特定场域中对于传统文化所表现出的认同以及形成认同的逻辑,厘清该群体观看纪录片的行为与其认同度之间的关系,以期对“文化认同”的建构有所裨益。

1.1.2 研究意义

探究历史文化纪录片中的传统文化与B站亚文化群体之间的双向互动,是衡量认同动态变化的切口,也是对青年社群文化身份转变的有力解读。随着B站亚文化群体开始摆出明显的“畅销”姿态,亚文化语汇(视觉的和言辞上的)也变得越来越耳熟能详^②,亚文化现象逐渐被主流收编进入大众语境。青年社群中的御宅族、动漫迷开始向主导意识形态看齐,通过戏谑的方式表达认同,个人风格十分鲜明。对于该现象中受众主动性的研究较少,传统研究多以纪录片的角度阐释互动机制,受众扮演的是信息接收者的角色,但在B站青年社群中更多的是参与者与二次传播者。因此,本研究以受众为本位,探究原本分散的社群通过特定的兴趣聚合,从而完成作为个体成员到群体身份确认的过程。

青年社群对于B站纪录片媒介的使用能够满足自身“功能性”和“情感性”的需求,如使用弹幕以及二次剪辑等特定功能以达到预期对历史、文化等要素的认同情感或心理状态。一方面,纪录片要将“某种中心价值”传递给受众;另一方面,受众在接收时对自己在互动中的身份有了明确的认识,个体对意识形态的承认和接收是一个“双重确认”的过程^③,在这个过程中,青年社群与传统文化通过互动建立起了特殊的认同关系。作为认同主体,该群体不能被简单划分为具有“高学历、城市化、高收入”特征的人群,应从情感、心理角度深入探究根植于历史文化纪录片中引起受众文化认同与情

① 林品.青年亚文化与官方意识形态的“双向破壁”——“二次元民族主义”的兴起[J].探索与争鸣,2016(02):69-72.

② [美]迪克·赫伯迪格.亚文化:风格的意义[M].陆道夫,胡疆锋译.北京:北京大学出版社,2009:94.

③ [法]路易·阿尔都塞.意识形态与意识形态国家机器[A].齐泽克,阿多尔诺.图绘意识形态[M].方杰译.南京:南京大学出版社,2006:120-124.

感共振的因素,从而引导青年社群包括部分亚文化群体加入优秀传统文化的传播中,为提升“文化自信”与实现“文化复兴”添薪续力。

1.2 研究对象与研究问题

1.2.1 研究对象

参考国务院印发的《中长期青年发展规划(2016-2025 年)》中的年龄定义,青年为 14-35 周岁^①人群,据 B 站纪录片发布会数据显示,其 18-35 岁用户占比高达 78%。因此本研究选取的 B 站历史文化纪录片青年社群的年龄取交集,将 18-35 岁的青年作为主要研究对象,基于 B 站播放量较高、较为出圈的四部纪录片《历史那些事》、《如果国宝会说话》、《河西走廊》和《我在故宫六百年》展开研究,受众样本的选择具有一定代表性。上述纪录片的弹幕中充斥着大量表达高度文化认同感的文本,如“文化才是我们的根啊”、“太震撼了”、“代代传承,切勿相负”、“爱故宫!爱我大中华!”等,凸显出该群体对于传统文化的积极认可。通过问卷调查与深度访谈的方式,对目标社群的社会学人口特征进行描述,探讨纪录片媒介使用与文化认同满足程度的相关性,以此洞察文化认同从个体到共同体的建构逻辑。对于弹幕的个案研究,选择《我在故宫修文物》的姊妹篇——《我在故宫六百年》进行内容分析,探究该纪录片青年社群从认知层面所表现出的认同及其话语实践特征。

《我在故宫六百年》于 2020 年 12 月 31 日在 B 站首播,时值故宫建成六百周年,作为跨年纪录片,献礼这一特殊时刻。一经播出,便获得了超过 500 万的播放量,弹幕总数 2.2 万,评分 9.8 分。经过近五年的沉淀,这部纪录片传承了其姊妹篇温情日常的表达方式,将视角依旧聚焦在文物修复师身上,带动了受众的“故宫”情怀。全片通过地基、瓦片、彩画、瓷器、木作等根植于宫殿内的文物展现了故宫建筑所凝结的艺术之美、文化之美,同时聚焦修葺过程中的“人”,以此触及与受众之间更深层次的关联。作为中华文化 IP 之一,《我在故宫六百年》展现了不可移动的古建筑、传承而来的文化技艺、历史故事及历史人物等文化要素,在彰显着跨越六百余年的传统文化的同时,也代表着历史的缩影与中华文明的见证。因此,青年社群通过弹幕实践与二

^① 新华网.中长期青年发展规划(2016-2025 年)[EB/OL].http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201704/14/t20170414_21955942.shtml,2017-04-14.

次创作留下了丰富的受众研究文本，为认同“意义的共享”奠定了基础。

1.2.2 研究问题

本研究主要关注历史文化类纪录片在 B 站平台上引发青年受众强烈的文化认同这一现象，从“出圈”作品所覆盖的青年社群角度出发，探讨该群体在认知层面所表现出的文化认同以及对主流文化形成认同的过程。青年受众对历史文化纪录片所承载的中华文化底蕴与精神内涵的认同感表现在情感、行为、价值观等多个层面，甚至围绕纪录片进行了再解构与再创作，以形成认同本体所需的某种“归属”。

基于此，选定的“历史文化纪录片青年社群”构成了本文的研究对象，以“文化认同理论”与“使用与满足”的基本模式作为指导，从受众主动性入手，衡量“认同”产生的具体效用与多元影响因素。本文提出的具体问题为：在 B 站历史文化纪录片青年社群中所形成的文化认同如何“表征”？认同度与观看纪录片的媒介行为之间有何关系？具体的建构逻辑是什么？解决以上问题，需要对 B 站历史文化纪录片青年社群的生产传播实践进行分析研究，挖掘其群体特征以及建构文化认同的过程，从认知、情感、行为各层面所引起的反应、引发的共鸣上解析产生认同的根本逻辑。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 纪录片青年受众研究

以“纪录片受众研究”为主题词在 CNKI 进行搜索，共获得 372 篇“新闻与传媒类”相关文献，其中，以硕博学位论文为主，共 209 篇，以学术期刊为辅，149 篇，同时有少量学术辑刊、特色期刊与会议论文。其关注的主题涉及到受众解码、跨文化传播、文化传播研究、国家形象建构及空间表征等层面，部分与纪录片受众认同相关的主题则包含了文化认同、仪式传播、国家认同感、青年亚文化、对外传播、B 站、工匠精神等关键词，与本研究的主题具有一定关联性。在超星电子图书数据库通过检索“纪录片受众研究”的关键词，得到 32 条相关图书数据，去掉非学术性以及与本研究无关的书籍，剩余 11 部左右。在以上论文与书籍等文献的基础上，对“纪录片青年受众”的研究现状进行如下综述。

1. 国内研究现状

“受众本位”的研究视角通常以受众为中心展开叙述,不再局限于对纪录片内容以及文本层面的分析,通过积累大量的受众资料,对其呈现出的特征与产生的效用进行深入探讨。在大众传播学和受众研究领域内,关于纪录片受众的研究主要从受众构成、对纪录片内容的反馈以及受众本身的影响等诸多方面展开,关注媒介内容对受众带来的后果,理解纪录片这一非虚构影视文体的影响过程。社会心理学的研究学者往往将受众看作信息的积极解释者,而非被动的接收者,关注其意义生产与实践的过程。尤其以主流文化内容为主的纪录片,从受众的态度和行为效果(attitudinal and behavioral effects)、认知效果(cognitive effects)及身份认同(identity)等层面窥视民族文化的影响,通过衡量受众的反馈来探究传播效果。

刘晓晓以哔哩哔哩自制纪录片的“网生代”受众为研究对象,对其进行心理剖析。通过问卷调查、深度访谈、弹幕与评论的分析等手段,发现“网生代”受众具备追求个性、反传统反权威、讨厌说教、具有强烈的表达欲、喜爱自嘲等特点。在“网生代”群体中成为现象级的纪录片作品,则呈现出娱乐性强、反传统、互动性强、主题和人物草根化、个人化的微小叙事和快节奏、碎片化的叙事特征^①。受众自身所具备的互动性与开放性和纪录片内容的新颖性与创造性相结合,在很大程度上加深了受众认同感。张雯雯在《融媒体时代中国电视文化身份论》中强调了受众文化权力的彰显以及媒介支配关系的淡化。该学者认为在消费文化背景下,带有商品化、娱乐化、世俗化特征的文化产品在受众中搭建起广泛的认同联盟,受众通过自我赋权获得了主动彰显文化诉求的机会与权力。最终的研究结果显示,伴随着个体参与性、自主性的增强,媒介与受众在以往单向传播中所形成的支配性、权威性话语逐渐为大众协商式、参与式话语所取代^②。

在受众多元化的文化身份中,边缘化与亚文化群体的身份认同颇受关注。吕新雨在《中国纪录片:观念与价值》中总体概述了中国的纪录片对于亚文化群体的展现,以其日常的细节和语言、行为方式讲述该群体最真实的生存情感^③。霍尔曾指出,“那些选择投身于青年文化的年轻人,就如同他们在纪录片中被再现的形象一样,同时也

^① 刘晓晓.哔哩哔哩自制纪录片的叙事策略研究[D].山东大学,2020.

^② 张雯雯.融媒体时代中国电视文化身份论[M].昆明:云南大学出版社,2018:143-144.

^③ 吕新雨.中国纪录片:观念与价值[J].现代传播,1997(3):57-61.

被遣返到常识为他们安排就绪的位置中,从而形成了刻板印象与文化区隔”^①。只有修复不同身份群体之间断裂的秩序,亚文化与主流文化才能够形成良性互动。童清艳在《受众研究》中认为纪录片有意识地与意识形态中心保持一定距离时,便会寻找另一个文化体系中的受众的认可,在一个更为宽泛的社会价值体系中发展。部分纪录片将视野投向处于主流群体边缘的亚文化群体,例如异乡人、少数民族文化群体等,这让处于边缘地位的一些普通人在纪录片中找到了自己的文化归属^②。

2. 国外研究现状

在国外研究方面,英国学者迪金森(Dickinson)总结了纪录片受众研究的角度,用社会学方法研究受众,通过复杂的文本研究可以有所收获;心理学方法以对受访者进行修辞和推理的理解为基础;文化研究以有内涵的、概念化的文化生产作为研究路径,各学科之间有所隔阂,但也相互渗透^③。欧洲传播学者詹森(Jensen)和罗森格伦(Rosengren)将青年受众的研究传统划分为五类,不同类型分别能够归到人文科学研究和社会科学研究范畴,前者是一种定性研究,通过话语、表征和符号学,解释受众对媒体内容的属性;后者则是一种定量研究,通过效果的测量和使用与满足研究,将影响过程转化为图形和统计模型。丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)与斯文·温德尔(Sven Windahl)认为,“受众的行为,在很大程度上由个人的需求和兴趣来加以解释”^④。两位学者从受众主动性的角度,阐明个人是带着某种目的进行媒介使用,动机往往有三个:获取信息,了解外部世界;娱乐消遣,满足情感需要;获取知识,提升自我认知。

在具体的纪录片受众研究中,美国学者盖恩(Guynn)将纪录电影同剧情电影进行比较,研究受众心理的变化。他在研究中指出,“纪录片被定义为一种具有特别前提的消费,因此受众意识到需要更多的严肃态度”^⑤,以此区别纪录片与虚构电影之间受众娱乐性的差异。德国学者霍恩伯格(Hohenberger)认为,真实的纪录电影被迫拒

^① [美]迪克·赫伯迪格.亚文化:风格的意义[M].陆道夫,胡疆锋译.北京:北京大学出版社,2009:116.

^② 童清艳.受众研究[M].上海:上海交通大学出版社,2013:78-79.

^③ [英]罗杰·迪金森等.受众研究读本[M].单波译.北京:华夏出版社,2006:202-203.

^④ [英]丹尼斯·麦奎尔,斯文·温德尔.大众传播模式论[M].祝建华译.上海:上海译文出版社,1987:78.

^⑤ Guynn, W.H. Der Dokumentarfilm und sein Zuschauer[J]. Medienwissenschaft Rezensionen Reviews,1998:25-28.

绝世俗化,观众不进行思维的、消遣式的接受^①。以上两种研究结果表明,纪录片受众在知识储备与社会地位上都有一定要求,并非流于大众,而是更加尊重知识,注重精神世界的需求。

还有学者立足于受众策略来“眺望”纪录片内容。安妮特·希尔(Annette Hill)作为威斯敏斯特学派的研究者,主张关注社会与文化变迁的传统,不拘泥于某种范式或研究方法,以跨学科和多种方法考察受众与媒体的变迁^②。从观者立场来审视真实电影,可以发现受众的观看策略显示出他们重塑事实性的过程。麦茨(Metz)指出,人们可以将纪录片话题的关注度描述成一定量的原始满足,将其作为一种高压之下的刺激,这种高压存在于本我之中^③。意在表明受众在某种程度上会使用一定的自我鞭策的策略,代表欲望的“本我”会驱使“自我”进行选择,在潜意识中感兴趣的议题,即为纪录片本身所传达的意义、内涵。

1.3.2 文化认同研究

1. 国内研究现状

我国关于文化认同的研究从单一的人类学领域延伸到了多学科范畴,包括社会学、历史学、心理学等领域,研究主题包含不同民族、地域、群体之间的文化认同。初期的研究大多聚焦于东西方之间的“文化冲突”,有学者认为在与国际接轨之前“传统中国没有认同问题,或者说,认同不是一个问题。^④”直到侵华战争的大面积爆发,我国近代史中主要的文化冲突产生,即本国传统文化与西方文化之间的博弈。由于被“裹挟”进入社会加速阶段,李慎之、何家栋透视了危机的爆发,“一切迹象都指陈,发生了文化危机,或就其本质来说是价值危机。旧的道德秩序崩溃了,新的道德秩序还没有建立起来。危机是全球性的……^⑤”处于这一境地中的中国知识分子和精英们通过自身的努力,想要超越现存的意识形态的禁锢,打破西方中心主义思想,试图重构

^① Wenzel E. Eva Hohenberger (Hg.): Bilder des Wirklichen. Texte zur Theorie des Dokumentarfilms[J]. Medienwissenschaft Rezensionen Reviews,1998:274-275.

^② 安妮特·希尔,侯晓艳.重塑“事实”——观看新闻、纪录片和真实电视[J].新闻与传播评论,2008(00):1-15-251-252.

^③ Christian Metz. Der fiktionale Film und sein Zuschauer[J]. Eine metapsychologische Untersuchung,1994(10):103-112.

^④ 张汝伦.经济全球化和文化认同[J].哲学研究,2001(02):17-24+79.

^⑤ 李慎之,何家栋.世界已经进入全球化时代[A].中国的道路[M].广州:南方日报出版社,2000:148.

属于本国的知识文化体系，以此消解日益加深的文化认同危机^①。

在后殖民主义的论述中，萨义德（Said）提出了“东方主义”（Orientalism），引发了我国的学者们对于本国文化认同以及话语权力的探讨。“东方主义”是西方对东方的错误表征，将东方世界的人描述为危险的、野蛮的、神秘的、易被征服的，以此满足其文化殖民的野心。孟鸣歧以“后现代主义、后殖民主义、后现代景观”三种理论视角，探究全球化语境中文化认同与文化冲突问题的演变，认为我国正处于前现代、现代与后现代的共时态之中，在文化多难语境下，必须在多样性的话语中坚持自己的声音^②。在部分学者看来，“东方”是西方文化以其二元对立的思维方式、以西方为中心投射出来的一个“非我”，这显示出文化之间的不平等的权力关系。俞楠在《文化认同的政治建构》中给文化认同下了简单的定义，“文化认同（culture-identity）就是对自己的文化身份和地位的自觉和把握。”^③随着文化认同的意义发生扩散，民族认同和集体认同被认为是认同发展的一种高级阶段。胡晓明总结了影视中文化认同的两点表现，其一是集体主义精神，内在的文化脉络与动力是价值观的统一与传承而来的革命精神；其二是民族主义，通过若干政论性、史学、新闻性以及焦点话题的作品，点燃对本民族认同的情绪^④。

将“文化认同”与“纪录片”两种要素结合起来进行研究，内容主要涉及两个方面，“不同题材纪录片中文化认同的表征”与“纪录片通过何种方式建构文化认同”。第一类研究主要是以纪录片个案中的详细内容进行分析，从核心议题、叙事架构中提炼出能够引起文化认同的要素。张朝阳、程原聚焦传统工艺纪录片中的普通手艺人，以其特殊的文化身份、工匠精神与传承而来的传统技艺，解构该群体所引发的认同^⑤。戴盈着眼于美食纪录片，以最能引起情感共鸣的中国饮食文化入手，将凝结在个人、家族、地区、国家中的情感和盘托出^⑥。马晓虎以少数民族题材纪录片展现的各族人民相互交融的文化记忆与现实图景，分析存在于不同叙事层次中的文化认同^⑦。

第二类研究关注纪录片中文化认同的建构方式与过程，从微观的画面构图，到中

① 俞楠.文化认同的政治建构[M].上海:上海交通大学出版社,2018:12.

② 孟鸣歧.全球化:文化认同与文化冲突[J].北京行政学院学报,2000(02):54-55.

③ 俞楠.文化认同的政治建构[M].上海:上海交通大学出版社,2018:11.

④ 胡晓明.文化的认同[M].合肥:安徽教育出版社,2008:81-82.

⑤ 张朝阳,程原.聚焦手艺人:传统工艺纪录片中的双文化叙事研究[J].河南大学学报(社会科学版),2021(06):135-142.

⑥ 戴盈.从文化支撑到民族认同和国家形象传播——纪录片《舌尖上的中国》和《寿司之神》的比较[J].现代传播(中国传媒大学学报),2014(07):103-105.

⑦ 马晓虎.日常生活视域下的家园叙事:少数民族题材纪录片的文化特征与叙事策略[J].当代电视,2019(09):72-75.

观的叙事表达，再到宏观的意义延伸，纪录影像以递进的方式逐步加强了受众对特定群体的文化认同。李鲤通过研究“一带一路”系列纪录片，认为该片以共有的兴趣和情感机制连接起相关人群的文化记忆，以多样化的语言表征和话语实践形成了“一带一路”文化共同体^①。李萌以历史文化纪录片为例，分析其影像叙事路径和特色创作手法，从而唤起青年社群对于传统文化的集体记忆，以器物本体所具有的内涵引发受众的文化认同^②。综上，文化认同在我国的发展从全球性的文化冲突到民族、集体认同的建构，再到如今文化自信的宣扬，处于一个不断上升的趋势。对于纪录片的文化认同研究尚不够成熟，未能从认同的目标对象入手，了解纪录片受众在观看过程中的认同程度与建构逻辑，因此缺少一定的现实意义，本研究将从受众角度填补这一缺口。

2. 国外研究现状

国外对于文化认同的研究最初旨在批判“认同”的合理性，并对这个未确认的概念表示质疑，随着全球化世界格局的转变，从国家战略与意识形态角度审视文化认同成为普遍的研究主题。弗朗西斯·福山（Francis Fukuyama）认为文化或代替意识形态成为国家竞争的现实内容，并支持国家是“一个由共同的历史文化连接在一起的新的共同体”^③这一说法。这与塞缪尔·亨廷顿（Samuel P. Huntington）所提出的文明冲突论相对应，该观点认为“文化和文化认同形成了冷战后世界上的结合、分裂和冲突模式。”^④将文化认同放在全球化的多元文化视野。

在许多以欧洲社会的文化认同为研究基础的理论中，不同民族、种族之间的认同问题成为迫切的隐忧，有学者认为文化因素是国家软实力的重要体现，能够在潜移默化中避免武力冲突而得到其他权力的追随。约瑟夫·奈（Joseph Nye）的观点指出，如果一个国家的文化和意识形态具有吸引力，其他国家会更愿意忠于其领导，所以软实力与硬实力（经济、军事力量）同样重要^⑤。戴维·莫利（David Morley）和凯文·罗宾斯（Kevin Robins）认为在文化认同研究中，与其逐个分析文化或民族认同，之后思考其如何相互联系，不如通过探究索绪尔所称的“同一性”如何在群体之间构成文化认

① 李鲤.“一带一路”主题纪录片对文化共同体的影像建构[J].传媒,2020(07):40-43.
② 李萌.器物文明视角下国宝的影像叙事与文化认同建构——以纪录片《如果国宝会说话》第一季为例[J].新闻爱好者,2019(01):29-33.
③ [美]弗朗西斯·福山.国家构建——21 世纪的国家治理与世界秩序[M].黄胜强等译.北京:中国社会科学出版社,2007:96.
④ [美]塞缪尔·亨廷顿.文明的冲突与世界秩序的重建[M].周琪等译.北京:新华出版社,1997:7.
⑤ Joseph S. Nye, Jr. The Changing Nature of World Power[J]. Political Science Quarterly,1990,105(2):181-182.

同^①。不同群体相互存在的差异对比突出了某一群体的共性，继而构成了认同。但随着文化认同的演变，同样随之而来的是认同危机的出现。因此，在建构认同的过程中，应避免封闭、排外、复归形式的倾向。

1.3.3 青年受众的文化认同建构研究

数字时代的青年群体在多元文化语境下加强了对于异文化的接触与交往，既能够促进文化共同体与民族意识的生成，也会引发文化认同危机。因此，建构青年群体的文化认同是一个具体而务实的话题，需要从复杂的过程中探究适用的路径。许纪霖认为当今的文化认同形态不是固有的对于过去历史中存在的文化价值的肯定，而是一种主动的、介入的、建构的方式，通过对于不同文化价值的衡量，以自主的意识逐步形成认同^②。俞楠将认同产生的来源归纳为“自我”与“他者”关系的区别，造成这种区别的基础包括两类，一是地缘位置、自然资源等物质因素，二是历史、语言、宗教、种族、价值等社会文化因素^③。前者通过物质实力决定国家利益，后者则对文化资源赋予含义，使得个体的身份认同与文化发展产生密切联系，因此文化认同的建构需借助优秀传统文化，激活历史记忆，促进时代性与民族性的相互融合。

建构文化认同不仅仅是一种社会要求，更是一种从支配性制度中产生的权力的内化，在围绕这一内在化过程生成意义时，便会形成认同。其中必不可少的构成来自人类社会的历史、地理、生物等要素，来自集体记忆，还来自权力机器与意识形态的强化^④。个体的认同是关于自我的建构，而集体的认同则涉及到更为复杂的过程。项久雨将青年对于文化的认同描述为一个从“外塑于行”到“内化于心”的质变^⑤，首先从情感、价值上对传统文化进行认可与实践，例如诗词大会、汉服圈等国风文化的外在表现；其次是从思想上引发的民族自豪与文化自信，相比于行为的改变，这种对于文化的本质认同更加隐蔽但却深远持久。该学者认为建构文化认同需采取一定的引导策略，以青年受众为主体对传统文化进行创造性的转化与创新性的发展，同时辩证性地思考与运用传承而来的文化形态，杜绝历史虚无主义，在碎片化、零散化的新媒体平台搭建脉络更完善的文化框架，以展现传统文化的全貌。

^① [英]戴维·莫利,[英]凯文·罗宾斯.认同的空间:全球媒介、电子世界景观和文化边界[M].司艳译.南京:南京大学出版社,2001:60-61.

^② 许纪霖.文化认同的困境——90年代中国知识界的反西化思潮[J].华东理工大学学报(文科版),1996(04):14-17.

^③ 俞楠.文化认同的政治建构[M].上海:上海交通大学出版社,2018:17.

^④ 俞楠.文化认同的政治建构[M].上海:上海交通大学出版社,2018:22.

^⑤ 项久雨.青年为何热衷“国风”文化[J].人民论坛,2020(17):98-101.

综上,现有的文化认同的建构研究多从文化认同的发展以及形成认同的因素方面进行阐述,在认同过程的研究中也仅关注到青年受众的外在表现,并提出针对性的框架策略,但未能够从受众群体的表征、意义生产实践等层面进行深度挖掘。在已有的案例中,有学者关注到部分历史文化类纪录片所建构的认同,并以亚文化研究视域进行审视,在亚文化不断被主流文化收编之后,其群体的抵抗性逐渐弱化,因此更应关注到传统文化与亚文化融合之后的新形态。本研究选取历史文化类纪录片的青年社群作为研究对象,从其表征与认同的影响因素推导建构认同的逻辑,以此挖掘形成认同的根本原因。

1.4 核心概念与理论框架

1.4.1 核心概念

1. 历史文化纪录片

由于分类和研究角度的不同,各学者对“历史文化纪录片”的定义也不尽相同,但仍存在一定的共通之处。王列在《电视纪录片创作教程》中将反映历史时空的纪录片分为文献纪录片和历史文化纪录片,因为二者的创作都涉及到过去时空的建构。他将历史文化纪录片定义为:从现代视角,通过回忆和研究具体的历史事件、物象、谜团和创伤,展示历史人物在整个历史发展过程中的生活、生存和文化遗产,在具体的民族身份和集体记忆中探寻流传下来的历史文化遗产^①。这一界定从题材、内容、形式以及切入的角度上系统地对历史文化纪录片作出了解释。

蔡尚伟认为,所谓历史文化类纪录片,是指通过记录历史考古、历史文物、历史民俗文化等要素,真实地描述历史事件和历史人物,并反映该地区 and 所处时代的纪录片^②。这与欧阳宏生在《纪录片概论》中的解释有异曲同工之处,该学者同样认为历史文化纪录片是利用视觉影像形式来记录和表现历史文物、建筑遗迹和文化景观的特点,反映当代人们对国家历史和文化的认知、经验和思考^③。笔者根据学术界与业界对历史文化纪录片的分类与研究,认为以下概念更符合对该类纪录片的总体认定:历

^① 王列.电视纪录片创作教程[M].北京:中国广播电视出版社,2005:218-221.

^② 蔡尚伟.电视文化战略[M].北京:中国市场出版社,2007:58.

^③ 欧阳宏生.纪录片概论[M].四川:四川大学出版社,2010:83.

史文化纪录片是对过去重要的历史事件的还原再现,使用大量的视频资料、历史影片、照片和文物等进行历史评述,尊重历史事实,具有纵深感和文献感。^①无论是对文物、建筑本身的探索与解读,还是对与之相关的历史人物与现代人物参与的故事性描绘,都符合上述定义。

2. 表征

斯图尔特·霍尔认为“表征”是“借助语言生产意义”^②,而文化涉及“共享的意义”,因此表征也是生产文化的关键要素之一。在霍尔看来,表征的含义在《牛津英语简明辞典》里有这样两个相近的意思:一是表征和描摹某一事物,透过描述或者联想在头脑中想起;二是意味着代表、象征或替代^③。简言之,表征就是我们赋予事物意义的方式,是我们理解整个世界的方法。表征的过程首先是外界事物内在化的过程,即从物转化为概念系统,通过此系统将世间万物与我们脑海中的概念一一对应,以此解读物质的存在与效用。其次是内在概念外物化的过程,即用语言代表概念的系统。由于概念的共享不能满足人们日常生活的意义交换,因此衍生了语言系统以表征和交流各种意义,在整个意义的建构过程中,语言成为了第二表征系统^④。

语言作为表征的系统,通过表征来运作,那么表征如何将意义和语言用于文化呢?霍尔就这一问题主要讨论了三种不同的途径:反映论表征途径、意向性表征途径与构成主义表征途径。其区别在于反映论中语言仅仅反映出现实世界关于人、事和物的意义;在意向性中,语言只用来表达说话者想说的内容,并代表了个人意向的意义;而所谓构成主义则是指意义是由语言产生或在语言中建构的^⑤。持反映论途径的学者认为,意义本身就存在于事物之中,语言只是一面镜子,例如希腊人将语言或绘画视为反映或模仿自然事物的方式。而持意向性途径的学者与其观点恰恰相反,他们认为说话者、作家是借助语言将他们所表达的特殊意义强加给社会,这种意义是其个人所认为的应当具有的意义。构成主义途径意识到语言是公众的、社会的,认为意义并不存在于事物自身之中,也并非由个别的语言使用者决定,而是在人们运用符号与概念

^① 广播电视简明辞典编辑委员会.广播电视简明辞典[M].北京:中国广播电视出版社,1989:76.

^② [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:15.

^③ [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:20.

^④ [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:24.

^⑤ [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:15.

等各种表征系统中意义才被建立^①。构成主义者不否认客观事物的存在，而是否认物质世界能够传递意义。

1.4.2 理论框架

1. 文化认同理论：一个概念性分析框架

“认同”一词最早在西方的传统研究中作为一个哲学概念存在，其英文“identity”既表示“身份”，又表示“认同”，本质指的是物质所拥有的同一性质或状态。在 20 世纪中后期，受到政治全球化、意识形态转型以及女性主义与亚文化等语境的浸染^②，多元文化的认同危机逐渐显现，“认同”的政治属性凸显，并形成了如文化认同、身份认同、民族认同、国家认同、自我认同等研究范畴^③。代表性研究学者包括约翰·赫尔德(Johann Herder)、约翰·费希特(Johann Fichte)、爱德华·希尔斯(Edward Shils)等人，他们所持有的“本质主义”的认同理论强调“人类在本质上归属于固定的族类共同体”，这些共同体是基于“语言、习俗、种族、宗教以及其他既定的文化属性的原生纽带”^④而形成。20 世纪之后，“认同”理论转向了建构主义，受到雅克·拉康(Jacques Lacan)、阿尔都塞(Louis Althusser)、福柯(Michel Foucault)、霍尔(Stuart Hall)等人的影响，认同的主体性问题备受关注，霍尔否定了“自然主义”的可能，将认同视为一种被建构的、不断变化的过程^⑤。

“文化认同”思想作为霍尔文化研究的后期核心问题，主要体现在三个研究层面：首先，霍尔对文化认同的主体进行了解构，强调“我者”与“他者”的身份差异，通过对比凸显自我身份的归属。其次，霍尔提出了文化认同的建构性，认为人类并不存在固定的、本质的身份，我们同属于某一具有特定含义的文化共同体，在群体中个人仍持有独立的文化身份，这是同一中的差异性；同时作为个体，我们也会寻求差异性中相同的共同体的认可^⑥，主体在差异性和同一性的断裂中持续妥协折中，最终形成一种“想象的共同体”。第三个层面，霍尔从构成主义的角度出发，通过文化表征透视文化认同形成与运作的机制，强调话语符号在建构认同过程中起到的关键作用。

^① [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:34-36.

^② 阎嘉.文学研究中的文化身份与文化认同问题[J].江西社会科学,2006(9):63-64.

^③ 王媛.非物质文化遗产的文化认同问题研究:基于中国经验分析[M].上海:上海交通大学出版社,2021:44.

^④ 左宏愿.原生论与建构论:当代西方的两种族群认同理论[J].国外社会科学,2012(3):108.

^⑤ 周宪.霍尔:谁需要“认同”?[A].文学与认同:跨学科的反思[C].北京:中华书局,2008:6.

^⑥ 杨紫秋.斯图亚特·霍尔“文化认同”思想新探[D].武汉大学,2018.

这三个层面是层层递进、有机联系的整体，主体的存在是产生认同的基础和前提，建构是其本质与核心，而表征则是达成文化认同的重要途径。在霍尔的“文化循环”论中，将表征、认同、生产、消费、规则五个方面结合在一起进行考察，这类建构出共享意义的循环过程就是符号的意指实践。由于文化认同是在延续与断裂的双重形态下不断推进，差异性的存在要求我们必须以辩证的眼光看待其内部的复杂关系。无论是从同一中寻找差异性的断裂形态，还是从差异中寻找同一性的延续形态，亦或是依靠媒介与情感支撑所形成“想象的共同体”，其建构过程都离不开对主体的解构与表征系统的生成。

2. 使用与满足理论：受众的主动性研究

“使用与满足”理论起源于受众研究的分支，詹森 (Jensen) 和罗森格伦 (Rosengren) 将受众研究传统划分为五类，其中一类便是“使用与满足”研究，主要采用经验分析方法和量化实证研究^①。从印刷时代贝雷尔森 (Berelson) 的报纸研究，到广播时代赫佐格 (Herzog) 的受众研究，再到麦奎尔 (McQuail) 在后续对于电视媒介的拓展研究，“使用与满足”呈现出逐步深化的研究态势。卡茨 (Katz) 在 1974 年发表的《个人对大众传播的使用》一文中，将使用与满足理论的路径在传播学的研究中逐渐制度化 (institutionalization) 和规范化 (standardization) ^②，并将受众的媒介接触行为归纳整理成“使用与满足”过程的基本模式^③（如图 1-1）。

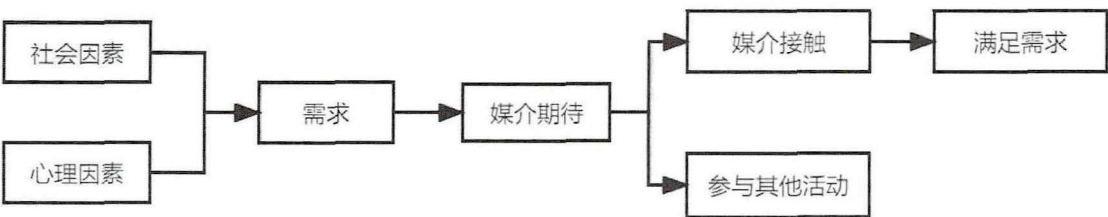


图 1-1 “使用与满足”过程的基本模式

在该模式中，受众作为媒介参与的对象，其接触行为具有独立性，不受媒介特点

^① Jensen, K.B., Rosengren, K.E. Five Traditions in Search of the Audience[J]. European Journal of Communication,1990,5(2):207-238.
^② Blumler, J.G. & Katz, E. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research [M]. Beverly Hills: Sage publications,1974:318.
^③ [美]伊莱休·卡茨,保罗·F·拉扎斯菲尔德.个人对大众传播的使用[M].张宁译.北京:中国人民大学出版社,2016:215.

的影响；但作为社会群体中的一份子，受众不可避免地被其所处的环境和社会条件所干扰，例如家庭性格、工作习惯、政治结构、文化背景等。日本学者竹内郁郎在 1977 年对卡茨所提出的基本模式作了补充性解释，如图 1-2 所示：

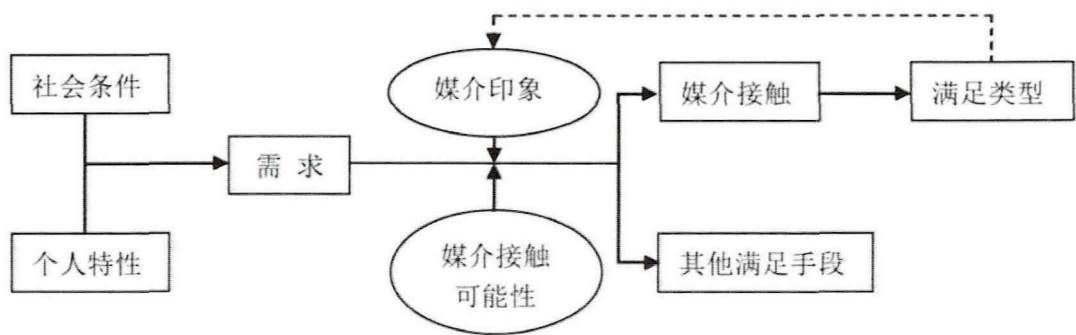


图 1-2 “使用与满足”过程的补充流程^①

两种 U&G 模式的不同之处在于：卡茨（Katz）的主要研究路径为社会因素和心理因素的共同作用引发了媒介需求，需求创造了受众对大众媒体和其他来源的期待，而期待形成了不同类型的媒介接触和参与其他活动的可能，最终完成了需求的满足过程。竹内郁郎从社会条件和个人特性方面研究需求的产生，并认为不应该将视野局限在由大众传播媒介满足的需求范围内，从而考虑到了其他满足手段的存在，同时在满足类型生成之后，还会反过来影响媒介印象和媒介接触的可能性^②。

经过理论的不完善与发展，罗森格伦（Rosengren）基于卡茨（Katz）等人的研究，从基本的受众需求着手，展现了受众使用媒介的完整过程：受众的特定需求和标准可以被视为存在的“问题”，从“问题”出发寻找可能的“解决方案”与“动机”，继而引发媒介化的使用行为，此外一些非媒介化的使用也被囊括在内（例如受众的各类社会交往与互动）。在不同的动机与需求的驱动下，受众基于信息需求、娱乐需求、社会关系需求以及精神和心理需求等层面，形成了特定的媒介选择倾向。麦奎尔（McQuail）关注到这一特点，认为该现象表明受众更趋向于具有“便利性”的媒介使用，这种行为是社会驱动、个体经验以及现实状况共同作用的结果^③。

① [日]竹内郁郎.大众传播社会学[M].张国良译.上海:复旦大学出版社,1989:111-112.
② [日]竹内郁郎.大众传播社会学[M].张国良译.上海:复旦大学出版社,1989:112-113.
③ Denis Mcquail. Audience Analysis[M]. Beverly Hills: Sage publications,1997:70-81.

1.5 研究方法

本文拟采用量化研究与质化研究相结合的方法,以客观的数据支撑与主观的深度挖掘,勾勒出B站历史文化纪录片青年社群的群像及其使用与满足过程的具体效用,以此探究文化认同的建构过程。通过文献资料的阅读,拟定主要研究方法为:内容分析法、问卷调查法与深度访谈法。一般的研究过程为:首先,利用Python数据抓取工具对B站纪录片《我在故宫六百年》三集的弹幕进行爬取,通过类目建构对样本进行内容分析,探究青年社群话语实践特征及认同表征。其次,设置使用与满足调查问卷向B站历史文化纪录片的青年社群进行发放,统计该群体观看纪录片的媒介使用行为以及认同感获取的程度等因素,利用SPSSAU在线数据处理工具进行假设检验与回归分析,较为直观地呈现该群体的需求满足状况。最后,选择20位目标受众进行深度访谈,了解他们在观看纪录片的过程中如何形成文化认同,认同逻辑是怎样的,通过定性分析探究文化认同从个体到共同体的延续和发展。

1.5.1 内容分析法

内容分析法作为一种社会学研究的实证方法,通过系统、客观、量化的方式测量文本,根据不同的研究目的进行类目建构,并将样本逐条编码、归类,以数据统计的方式得出最终结论,该研究方法曾被广泛应用于发现社会问题、探讨社会发展趋势以及评估媒介表现等领域。操作程序为:确定研究问题、假设→界定母体→抽取样本(或普查)→界定分析单位(分类对象)→类目建构(互斥性、穷尽性、可靠性)→根据已确立的编码表进行内容编码→分析采集到的数据→解释结果、得出结论。对于文本内容的分析,一般较难采用量化的方式进行测量,而内容分析法恰好弥补了这一缺憾,从定性入手得出定量的数据结果,在量化基础上深化了定性分析的内涵,是一种结构化的分析方法。本研究选取B站历史文化纪录片《我在故宫六百年》的三集弹幕作为研究母体,从中抽取3000条样本,通过分析其文本特征、内容分类、情感表达及动机生产,对该受众群体通过弹幕语言符号所形成的文化认同表征与建构的意义进行阐述,探讨受众个体之间彼此交换、共享及认可的意义生成过程。

1.5.2 问卷调查法

问卷调查是为了达到调查目的和收集必要的数据而设计出的由一系列问题、备选答案及说明等组成的向被调查者收集资料的工具^①。在量化研究中,问卷调查法在分类整理和数据统计方面具有显著优势,且受到媒介效果研究人员的青睐。问卷调查结果的可用性和真实性取决于问卷内容质量的高低,因此本研究基于国内外对使用与满足理论的问卷设计,结合文化认同程度分析,对其分类进行总结与思考,将主体部分的问卷调查内容分为三部分:受众的基本信息、受众观看历史文化纪录片的媒介使用行为、受众对纪录片所传达文化的总体认同度。对于受众认同感获取的程度,将采用李克特^②五级量表设置系列题项,通过因子分析凝聚原始的变量信息,从复杂因子中抽取代表性的需求满足要素。对于媒介使用行为与各认同指标之间的关系,将采用相关性分析方法,逐一验证研究假设。

调查问卷的发放对象为 B 站历史文化纪录片青年社群,发放方式均为线上平台,包括但不限于微信、QQ、B 站、微博、知乎、豆瓣等,通过滚雪球的方式直接或间接分享给 B 站相关用户,拟发放问卷 500 份左右,回收有效问卷 452 份。为了保证问卷调查结果的准确性和科学性,提高问卷的信度与效度,问题设置均围绕研究主题进行展开,认知、情感与行为类问题被分解为可表征的信息与可测的指标,问卷结构与答案设置相对科学合理。所有数据采用 SPSSAU 数据分析平台进行统计分析,可用分析方法包括因子分析、相关分析、多因素方差分析、线性回归、Logit 回归、信效度分析等,择适用方法进行对应分析。

1.5.3 深度访谈法

对 B 站相关受众的访谈是本文质化研究的基础,也是定性研究首要的资料收集方法。深度访谈的所有问题设置均为开放式,鼓励受访者对其特有的观点进行阐释。根据林肯和谷巴定义的五种有效访谈成果^③,其中实时实地建构(受访者对于事件、活动、情感、动机的解释)、重构(对于过去事件和经验的解释)和预测(对于所预期

^① 郭强.调查实战指南——问卷设计手册[M].北京:中国现代经济出版社,2004:21.

^② 李克特量表是社会调查和心理测验等领域中最常使用的一种态度量表形式,用来表明被调查者对某一事物的态度、看法、评价或意向。实际应用中采用五级量表形式,即“很不同意”“不同意”“说不准”“同意”“非常同意”,并用 1~5 分为五种答案计分。

^③ [美]J. 阿莫斯·哈奇.如何做质的研究[M].朱光明等译.北京:中国轻工业出版社,2007:92-93.

经验的解释)适用于本研究。本次访谈的主题为B站历史文化纪录片青年社群对纪录片内容的评价、参与互动的方式以及形成文化认同的程度和效用,并以受众角度给予纪录片提升建议。质化研究学者哈奇(Hatch)将质的访谈分为三类,非正式访谈、正式访谈与标准化访谈,具有主题或半结构化问题的正式访谈,有时候会被称为“结构性”、“半结构性”或“深度”访谈。本访谈隶属于正式访谈范畴,访谈目标希望沿着采访者引导的方向进行,在所获回应的基础上,进行试探或穷究问题到底。

本访谈提纲围绕主题共设置10个问题,由纪录片受众的媒介实践与其他开放性问题组成。访谈时间跨度为2021年10月至11月,因地域限制及疫情相关原因,所有访谈均采用线上语音、视频及电话的方式进行。受访对象共选取20位具有典型性的B站历史文化纪录片受众,对其年龄、地域、学历、职业及民族等特征作了划分要求,尽可能达到多元化群体的覆盖。通过受众观看纪录片的感受以及对文化认同的真实表达,洞悉受访者形成认同的过程及其个人经历的独特性。总结纪录片内容对其产生的心理行为上的效用,弥补问卷调查缺乏的深度,以此进一步讨论青年社群建构认同的进路逻辑。

1.6 创新之处

本研究假设纪录片青年社群在观看视频时带有“目的性”,处于满足某种认同的需求,从而引发了媒介行为,进而获得满足。作为年轻人的聚集地,B站已经成为许多Z世代群体的精神家园,历史文化纪录片能够在这一背景下出圈,与受众的主动选择休戚相关。因此,本研究从黏性较高的受众角度出发,探寻其观看历史文化纪录片时,由自身的媒介经验所引导的选择,从而产生文化认同的具体效用及过程。量化研究所得数据以及质化研究的深度访谈内容均为第一手资料,内容较为新颖,具有一定的现实意义。

在以往的研究中,一方面是以纪录片内容分析引起文化认同的因素,另一方面是关注纪录片建构文化认同的路径,两者皆忽略了由个人趋于一致兴趣而聚集形成的特殊文化群体“满足群组”。基于B站青年社群对文化的细分以及需求的增强,历史文化纪录片的“满足群组”凸显出了十分活泼的群体风格,能够瞬间激起观看者的文化认同心理,引发情感共振。从作为“满足群组”的趣缘群体角度探讨文化认同,更适用于B

站圈层化社群的特点，与既有的稳定且多元的受众需求结构相呼应。因此，对青年社群认知、情感、行为多元认同进行深度挖掘，探寻不同维度间的逻辑关系，能够更加清晰地认知文化认同的实践结构，对文化自信的培育和文化强国的建构产生针对性提升。

第2章 历史文化纪录片青年社群的文化认同话语表征

文化认同理论认为,认同首先涉及的是个体与个体之间彼此交换、共享及认可意义的过程,其产生的前提因素在于意义的建构。在霍尔看来,语言所使用的各种表达形式和与它们相连的各种精神观念,是由表征系统中的信码所提供的联系。简言之,决定意义产生的关键是语言表征系统。弹幕作为B站的标配,它能极大扩张纪录片内容的信息边界,从而衍生出凌驾于纪录片之上的意义空间,这不仅造就了独树一帜的弹幕文化,更体现了历史文化纪录片社群的话语表征。弹幕的内容正是对受众观感的直接反映,它们长短不一、形式自由,既包括对情节发展的详细评述,也有为喜爱的人或事物打call^①,更有B站独特的“二次元”话语,如“前方高能预警”“献上我的膝盖”等。因此,分析认同产生的基础需要从受众的弹幕话语实践入手,辨析认同主体的形成,从文化表象与意义共享两个维度探讨认同表征的构成。

2.1 弹幕话语的表意实践

2.1.1 历史文化纪录片《我在故宫六百年》个案简介

本文关于弹幕的研究所选取的个案是历史文化纪录片《我在故宫六百年》,通过对其文本进行内容分析,探讨青年社群在B站这一文化场域所进行的文化认同表征实践。该片于2020年的最后一天在中央电视台纪录片频道与B站同步上线,抓住紫禁城建成六百周年岁末,献礼这一特殊时刻,同时也从历史走向第六百零一年。在以青年受众为主的B站平台上,这部讲述主流文化的纪录片超越了在央视的关注度,成为众多青年的“跨年礼物”。三集完播后,总播放量近500万,追剧人数超过20万,留下近两万条弹幕,评分9.8分。热评中,“期待、使命、传承、创新”成为讨论的核心关键词,许多“故宫迷”们带着特有的情怀进行追忆、留下感慨,在这个带有“二次元”标签的平台上形成强烈的传统文化认同奇观。

“很喜欢这种讲述故宫历史、维修的纪录片,对于我这种很难去故宫的人来说,既能在细节上欣赏故宫,也能了解故宫保护的不易与必要性,更希望能承担部分的责

^① 为应援某人某事而发声,有呼喊、喊叫、加油打气的含义。

任,也希望有更多的人能认识到这部纪录片,也认识故宫。”^①

“我看到了匠心,我看到了薪火相传,我看到了历史一角,它不仅仅是一个建筑,它是活着的历史,活着的传承。”^②

“意犹未尽。希望国内的古建修缮保护工作越做越好,希望国内留存的历史建筑、遗迹都能得到保护或者重建,希望国人增进对于中国古建艺术和文化的知识,支持和欣赏我们的古建筑。”^③

评论中的认同与赞美直接或间接地影响了青年受众对于传统文化的认知,有甚者更将“文物修复”及其他与传统文化相关的职业作为未来发展的目标,在行动中践行热爱。从受众的观点中可以看出,《我在故宫六百年》之所以受到热捧的客观原因有二:其一是以“故宫”为代表的历史文化建筑群作为中华文明的象征,已然成为大热的文化 IP 之一,在层出不穷的主题纪录片中,其创作视角不断由宏观到细微,再到背后的匠人与学者,通过温情的人物故事吸引了一批具有“故宫情怀”的青年受众。其二是该片作为现象级历史文化纪录片《我在故宫修文物》的姊妹篇,在预告发布时便受到了极高的关注度,受众纷纷表示“爷青回”^④,将时隔四年的持续热度与口碑转接到姊妹篇中。两者关注的内容不同,但却有着千丝万缕的联系,前者修的是书画、青铜、钟表等可移动的文物,后者修的是宫墙、砖瓦、角楼等不可移动的建筑,在历史与现代的更替中,故宫看似不变的模样背后是物与人的永恒接力。

“作为《我在故宫修文物》的姊妹篇,它承续以往风格,从住建部的视角展现故宫人的日常。故宫,本身就是文物。除了能摆进展厅的各式文物,亭廊上的彩画、大殿顶上的脊兽,甚至每一根木材、每一片瓦块都是故宫六百年的见证。”^⑤

青年受众通过文字凸显出尊重历史与热爱历史的情感,也向守护历史的工匠们致敬。在实时的弹幕互动中,受众的喜爱之情溢于言表,不再以优美婉转的评论抒情,而是直接向正在观看纪录片的人们疯狂安利,“吹爆、满分、震撼、爱住了、yyds^⑥、

^① B 站纪录片《我在故宫六百年》热门评论[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/media/md28233210?spm_id_from=666.25.b_6d656469615f6d6f64756c65.2#short,2021-02-24.

^② B 站纪录片《我在故宫六百年》热门评论[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/media/md28233210?spm_id_from=666.25.b_6d656469615f6d6f64756c65.2#short,2021-06-15.

^③ B 站纪录片《我在故宫六百年》热门评论[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/media/md28233210?spm_id_from=666.25.b_6d656469615f6d6f64756c65.2#short,2021-11-07.

^④ “爷的青春回来了”的简称,形容与青春久别重逢的喜悦。

^⑤ B 站纪录片《我在故宫六百年》热门评论[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/media/md28233210?spm_id_from=666.25.b_6d656469615f6d6f64756c65.2#short,2021-03-21.

^⑥ “永远的神”的拼音缩写,用来表达某事物或人物十分优秀,到了能够称神的地步。

反手就是一个五星”是常用的表达，既带有青年受众新奇、自我、戏谑式的语言特点，也蕴含着对传统文化的极度肯定。通过沉浸式地观看纪录片的内容，笔者对“丹宸永固”大展、养心殿修葺和紫禁城“整容”秘术三个主题单元进行分类总结，浏览实时弹幕并记下各个重要情节的关键词反馈，对弹幕样本进行内容分析。内容分析法是一种研究信息特征的、系统的和客观的定量研究方法^①，通过对弹幕文字编码赋值，分类计算占比后对结果进行定性分析，将定量研究作为基础与定性分析相结合，因此可以较为科学地从弹幕文本中获取青年受众话语实践的主题、特征、动机等信息，操作步骤如图 2-1 所示。

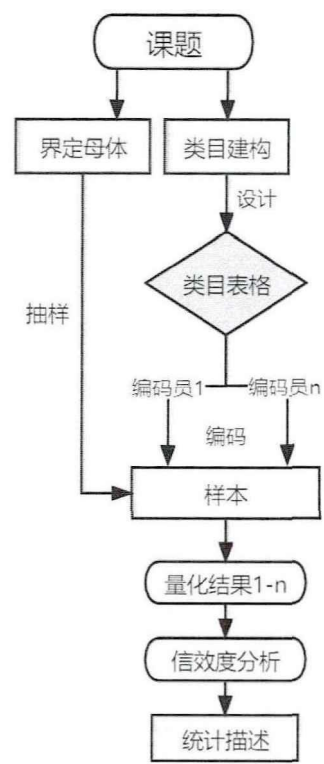


图 2-1 内容分析法步骤示意图

2.1.2 弹幕文本抓取

本研究利用 Python 数据处理工具开发爬虫获取弹幕，对纪录片《我在故宫六百年》从 2020 年 12 月 31 日开播至 2021 年 12 月 1 日 18 点的全部弹幕文本进行抓取。主要步骤分为三步：获取弹幕文件，以 csv 格式进行储存；提取弹幕信息并进行数据清

^① Neuendorf, K.A. The Content Analysis Guidebook[M]. Los Angeles:Sage,2016:20.

洗；可视化展示弹幕文本、发送时间、视频位置等信息。在 Bilibili 弹幕视频网中，每一个视频都有唯一的 aid 和 cid 编号，aid 又叫 av 号，可以从地址栏获取，数字前加上 av 即可定位到视频。以《我在故宫六百年》第一集“丹宸永固”的秘密为例，通过查看其页面源代码找到对应的 aid 编号“755947157”（图 2-2），在网页中输入“av755947157”即可打开相应视频网址。

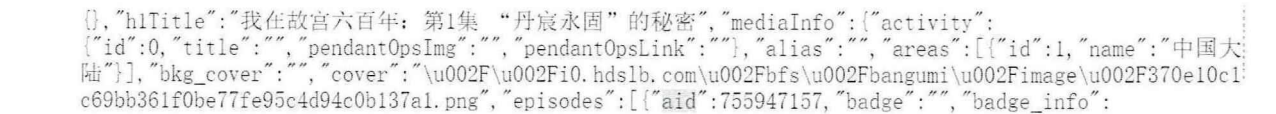


图 2-2 《我在故宫六百年》第一集视频 aid 编号

视频中的弹幕被隐藏在源代码中，以 xml 的格式进行加载，一般弹幕的 xml 页面由 `https://comment.bilibili.com/<cid>.xml` 组成，其中 cid 就是上述的 cid 编号，即元数据编号。同样以该纪录片第一集为例，通过页面源代码查找到视频 cid 为“281375024”，通过合并 xml 页面得到 url 地址“`https://comment.bilibili.com/281375024.xml`”，访问该链接就可以得到视频的弹幕文本数据（图 2-3）。



图 2-3 《我在故宫六百年》第一集视频弹幕示例

从图中可以看出，所有的弹幕文本数据都是高度结构化的，并且每一个弹幕都有

一个</d>标签,因此需要通过构建程序获取所有的标签。使用 Python 的第三方库 Requests 请求获取数据,通过基本的 get 请求访问弹幕的 url 地址:

部分代码示例:

```
import requests
#获取页面数据 html
url=r'https://comment.bilibili.com/281375024.xml'
r=requests.get(url)#访问url
r.encoding='utf8'
```

在 Requests 库的使用中,共有七种可用方法^①,分别为:

- (1)requests.request(): 构造一个请求,支撑以下各种方法;
- (2)requests.get(): 获取 html 网页的主要方法;
- (3)requests.head(): 获取 html 网页头信息的方法;
- (4)requests.post(): 向 html 网页提交 post 请求的方法,post 为字典则 html 自动编码为 form,post 为字符串则 html 自动编码为 data;
- (5)requests.put(): 向 html 网页提交 put 请求的方法,变化原则同上;
- (6)requests.patch(): 向 html 网页提交局部修改请求;
- (7)requests.delete():向 html 网页提交删除请求。

这七种爬取网页的方式涵盖了大部分的资源获取,同样也可使用其高级功能获取 cookies 和 user-agent。将现有数据导入 BeautifulSoup 库提取弹幕信息,把所有</d>标签中的弹幕内容保存为 csv 文件格式并进行数据清洗,清洗步骤如下:打开 csv 文件获取保存的弹幕文本——清除无效弹幕或无意义的弹幕符号——利用字典记录同一弹幕内容出现的次数——根据弹幕次数排序字典——对数据格式进行标准化统一。最后一步是进行数据的可视化展示,可参照 github 开源库生成动态的柱状图,但基于本文内容分析的研究方法,最终保存的文档为 excel 表格中的 xlsx 工作表格式。根据上述的爬虫分析框架,本研究分三次获取了《我在故宫六百年》三集的弹幕文本数据,共计 2.2 万条,数据清洗过后剩余可用 18277 条,对全部文本进行均匀随机抽样。

^① Requests 库[EB/OL].<https://zhuanlan.zhihu.com/p/34047964>,2018-02-27.

2.1.3 确定样本量

由于研究数据的母体涵盖的数量较大，且内容具有一定的相似性，因此不采用全样本分析，通过抽样的方式确定样本量。系统抽样(Systematic sampling)是指将容量为 N 的总体按某一顺序编号并平均分成 n 个部分，每部分包含 K 个个体 ($K=N/n$)，从第一部分随机抽取一个个体后，依次间隔 K 抽取下一个，最终获得数量为 n 的样本。以系统抽样进行抽取时，每个样本被抽到的可能性一致。已获取的弹幕数据中总量 N 不是整体，因此先通过单纯随机抽样剔除一些个体，使总量 N 能够整除所分的 n 个部分。剔除后的弹幕数量为 1.8 万，共分为 3000 个部分，间隔数为 6，将弹幕由 1-N 逐个线性排序，并上传至 DiVoMiner 数据库进行抽样。由于内容分析涉及情感、动机等相对主观的文本内容，需要人工介入，因此要通过抽样来平衡人工编码所耗费的时间精力，在编码的时效性、样本覆盖广度和编码后的分析深度上做出定量的要求。本研究最终抽取弹幕样本为 3000 条，以时间顺序进行排列（图 2-4）。

弹幕文本	弹幕发送时间	弹幕文本	弹幕发送时间	弹幕文本	弹幕发送时间
在故宫跨年四舍五入在故宫跨年	2020/12/31	顶级颜料比珠宝都贵	2021/1/10	央视的节目永远这么棒。我爱祖国	2021/3/7
新年快乐	2020/12/31	这个好好看	2021/1/10	一秒不见甚是想念	2021/3/7
一起跨年啊	2020/12/31	好漂亮	2021/1/10	漏风儿	2021/3/7
来太早了 没人	2020/12/31	出周边!	2021/1/10	落霞与孤鹜齐飞	2021/3/7
来了来了，新年快乐!!!	2020/12/31	好好看	2021/1/10	总会动的呀，10年，100年，总要再次修的	2021/3/7
太美了	2020/12/31	啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊	2021/1/10	果然历史进步离不开小推车	2021/3/7
来了来了	2021/1/1	哈哈哈当垃圾箱用了	2021/1/10	徒弟也不年轻啊	2021/3/21
六百多岁古董木	2021/1/1	郎世宁?	2021/1/10	辛苦了!	2021/3/21
旁白好像新版红楼梦里的	2021/1/1	山本	2021/1/10	吴韦路过哈哈哈哈	2021/3/22
圣祖康熙	2021/1/1	哈哈哈哈哈哈哈哈哈	2021/1/10	可爸推荐	2021/3/22
还好吧，在这里边工作就是日子长	2021/1/1	怎么就变成现代建筑，他们这是在修木头，	2021/1/10	张杰	2021/3/22
新年快乐	2021/1/1	哈哈哈哈哈哈哈哈哈	2021/1/10	士力架	2021/3/22
北京故宫是我总也去不够的地方	2021/1/1	如懿不配吗	2021/1/12	在数钱	2021/5/25
疫情期间在家里逛个故宫啊	2021/1/1	海底的月亮	2021/1/12	都是木钉啊	2021/5/25
卷棚顶	2021/1/1	富察容音?	2021/1/12	直接凿碎吗，碎砖碎瓦不是说要放库房保存	2021/5/25
明瓦? 贝壳?	2021/1/1	当时我去故宫时拍下来的照片我现在都觉香	2021/1/12	崇敬故宫匠人的工作	2021/5/26
远景门后的楼是御花园养性斋	2021/1/1	一片砖瓦都有这么好听的名字	2021/1/12	这些修复都要求是可逆的	2021/5/26
真好看瓦	2021/1/1	哈哈哈哈哈	2021/1/12	只能退而求其次，拆了明代皇陵	2021/5/26

图 2-4 弹幕样本示例

2.1.4 类目建构与内容编码

类目建构是根据研究目标而设计的对资料内容进行分类的项目和标准，在所抽取的样本有足够代表性的前提下，内容分析法所得出结论的客观性程度的高低完全取决

于编码的客观情况^①。因此在编码过程中必须遵循以下原则：分层、定量、互斥、穷尽。类目的内容与变量主要依据研究问题来设计，按照事先确定的框架进行分类，根据不同类别对文本内容进行赋值、编码，转化成可用于统计分析的数据，最后探索文本中的意义，回答研究问题。有学者指出，类目与编码通常有三个来源：数据、现有的相关研究和理论^②。最基础的类目建构可以通过归纳或者演绎的方式来确定，如果没有可供参考的研究理论，则需要从数据中总结出文本内容的规律从而一一对应编码。部分类目若有理论模型作为基础，则可省略文本总结，直接从该模型或理论中提炼出适用的一级指标，再根据具体内容进行二级指标的设置与调整。

对于弹幕话语的研究，目前主要集中于仪式传播、权力规训与亚文化等领域，在历史文化纪录片纯粹的受众研究成果较少的情况下，笔者需要深深扎根于信息内容之中，沉浸式地对弹幕进行理解与分类，并对研究内容中具有代表性的子集进行质性考察，才能够确定出与主题相关的变量。识别关键变量、准确并详细地阐述和定义恰当的类目至关重要^③，过程中主要关注两个问题：一是如何辨识和界定关键变量及类型，二是如何将分析单位分隔划入有意义的类目中。一个一级指标类目通常会涉及两个及以上的变量，一个变量可以定义为同属类型中的不同赋值，具有相似的属性特征但概念不重复。在对变量进行分类时，需将概念和命题转化为操作化定义，用可感知、可度量的事物对抽象的定义作出界定和说明^④。尤其在编码时，需清晰呈现被考察对象的测量标准以及数据收集过程，并适当给出示例加深理解。

本文对于弹幕的研究旨在探讨B站历史文化纪录片青年社群的文化认同表征，从认知层面分析该群体在观看纪录片的过程中表现出了哪些情感上的认同。基于对既有文献的梳理，类目的设置分为客观与主观两种角度，客观性类目包括文本特征与内容分类，两者较少体现内容创建者的主观意识投射，在分类过程中能够一眼辨识，且往往能达到较高的编码信度。主观性类目包括弹幕的情感表达与使用动机，在归类与定性判断时，这两种类目更需要编码员的主观感知和理解，为了缩小信度上的差异，应对其进行明确的概念化或操作化定义。对于样本的编码，除笔者以外，本研究还招募了两位喜爱历史文化纪录片的受众参与编码，通过多次简单、反复的培训后上岗。

^① 来自于研究生课程《新闻与传播研究方法》课堂笔记。

^② 邱均平,王日芬.文献计量内容分析法[M].北京:国家图书馆出版社,2008:33.

^③ 周翔.传播学内容分析研究与应用[M].重庆:重庆大学出版社,2014:168.

^④ Babbie, E.R. The Practice of Social Research[M]. Belmont, CA:Wadsworth Publishing,1992:163.

因为弹幕内容涉及部分专业词汇与特殊表达，为了能够阅读和解释文本，笔者对编码员所掌握的编码对象信息及熟悉程度做了一定要求。类目建构及编码情况如下：

表 2-1 类目建构及编码表

类目		变量	操作化定义	编码		示例说明
弹幕 文本 特征 分析	文 本 长 度	小于 5 字符	按照文本字数统计规则，单个数字、汉字、字母均计为一个字符，计数时不包含空格及符号	A	1	例如“来了”“御猫好”“文案爱上了”等，编码为 A1
		6-10 字符			2	例如“爱故宫！爱我大中华！”“前方高能预警”“太想去一次故宫了”，编码为 A2
		10 字符以上			3	例如“总会动的呀，10 年，100 年，总要再次修的”“三十年不上朝？当皇帝当了个寂寞”，编码为 A3
	文 本 构 成	汉字	由中文汉字构成的弹幕	B	1	例如“啊啊啊好美”“和故宫一起跨年”，编码为 B1
		字母	由英文字母构成的弹幕		2	例如“wow”“hhhhh”“yyds”“xswl”，大部分是网络流行语中具有特殊意义的拼音缩写，编码为 B2
		数字	由数字构成的弹幕		3	例如“1”“23333”“666”，同样是具有特殊含义的网络用语，编码为 B3
		符号	由标点符号构成的弹幕		4	例如“(*'▽'*)♪”“！！！”“.....”，多用来表达情绪，编码为 B4
		任意组合	以上各类型任意组合构成的弹幕		5	例如“清新 er 来看了！疯狂打 call！”“朱棣=Judy”“好厉害好厉害好厉害 2333(^O^)", 编码为 B5

弹幕文本内容分类	情绪抒发类	弹幕文本中含有正面情绪的词语,如“赞同、乐观、喜爱、愉快、感谢”等,表达积极态度	C	1	例如“新年快乐”“哈哈太好笑了”“真正的热爱”“好感动啊”,编码为 C1
		弹幕文本中含有负面情绪的词语,如“讨厌、忧愁、悲观、沮丧、愤怒”等,表达消极态度		2	例如“这配音好难受”“好遗憾没看这个展”“无语了,这集弹幕怎么杠精这么多????”,编码为 C2
	剧情探讨类	围绕纪录片人物刻画、情节发展、场景变换等内容表达自己的观点,涉及逻辑、意义、走向等的探讨		3	例如“我能想像老爷子是想跑起来先看一圈,泪目!”“扫描之后还是要作图,机器导出来的线条多且杂”“讲真这脊檩在天花上部其实是看不到的”,编码为 C3
	科普讲解类	针对纪录片中出现的历史人物、事件、现象、技艺等进行知识性的补充		4	例如“这个龙图案的部分叫做瓦当,图案可追溯到汉代的四神纹瓦当”“工分是那个年代的虚拟货币,你理解为积分就可以了”,编码为 C4
	提问互动类	对视频内容进行提问解答或表达观点,并与其他弹幕进行互动		5	例如“所以角楼到底是什么”“听了3集片尾的BGM是哪首曲子?”“前面的乾隆打钱真是笑死我了”“钉子是很简单的铁制品,说古代没有钉子是老谣言了”,编码为 C5
	吐槽玩梗类	使用网络语言或 B 站特色话语发出带有调侃意味的感慨,针对夸张、戏剧性、笑点、记忆点等部分进行戏		6	例如“涨姿势了”“前方高能预警”“你行你上”“又会儿腰”“御前带刀猫卫”,编码为 C6

		谑式的情绪释放			
	经历分享类	基于视频内容对个人的生活实践经历进行分享，营造纪录片与个人之间的联系		7	例如“我们家过年贴对联也是面粉打的浆糊”“我 20 年 12 月份去故宫的时候看到这个吊车在往上吊文物箱子了”“边焦虑边享乐，跟我考试前一晚还在玩手机一样...”，编码为 C7
	其他	签到、打卡以及与纪录片内容无关且不产生意义的弹幕		8	例如“来了”“滴滴滴”“看不到弹幕”“我是第一人？”“终于等到更新了”，编码为 C8
弹幕文本情感表达	特殊祝福	对特定的日期、事件或人物表达的美好祝愿，让他人感到温暖的用语	D	1	例如“大家元旦快乐！”“新年快乐”“惟愿山河锦绣国泰民安，惟愿和顺致祥幸福美满”“希望老人家们都身体健康！”，编码为 D1
	文化认同	对本民族共同体所产生的物质及精神产品具有赞同、欣赏、自豪、骄傲的情感文本		2	例如“故宫里到处都是宝藏啊”“能赶上故宫的第六百年，三生有幸”“央央中华上下五千年，厚德载物”“不要让韩国偷走我们的文化”，编码为 D2
	人格吸引	围绕纪录片中出现的人物，从举止风度、个人才能、道德品质等方面表达出喜欢、肯定和赞美之情		3	例如“爷爷 你就是神话人物了已经”“这位老师好可爱哦”“这京片儿普通话太带感了”“有纪东歌姐姐的地方就有我！”，编码为 D3
	创作肯定	从制作角度，表达对镜头、配乐、内容片段、台词等元素的观看感		4	例如“科普动画好评”“这里的 bgm 真的太震撼了”“这个历史与现实交织的画面也太有

		受			感觉了”，编码为 D4
	怀古伤今	通过追忆过去而感伤现在传承与发展的没落，表达一种遗憾、悲观的情绪		5	例如“文化艺术的传承跟不上，技术流失真的很痛心”“宫阙万间都做了土”“失去了才来悲伤”，编码为 D5
	质疑宣泄	对纪录片以及弹幕中出现的不同点提出质疑，并发泄心中的不满情绪进行反驳		6	例如“你比专家懂？？ ”“不靠科学能测出来？能保留住？呵呵”“整个一豆腐渣工程啊”，编码为 D6
弹幕文本使用动机	信息需求	通过弹幕传播、获取知识性信息	E	1	例如“明清第一座紫禁城凤阳紫禁城”“界画是中国画的传统门类，不是西洋画法”，编码为 E1
	表达观点	通过弹幕分享自己的观点、看法		2	例如“心无杂念的专注于一件事，纯粹”“好可爱的声音”，编码为 E2
	娱乐消遣	通过弹幕娱乐放松、消磨时间		3	例如“假期没事看看纪录片”“太好看了顾不上发弹幕”，编码为 E3
	寻求认同	通过弹幕寻求共鸣，找到群体归属感		4	例如“山西人前来报到！！！”“人在，历史就在！文化就在，中华民族万岁！”，编码为 E4
	社交互动	通过弹幕与他人交流互动，缓解孤独		5	例如“弹幕个个都是人才”“懂了 这就入宫丢漂流瓶”，编码为 E5
	动机不明	无明显的使用动机		6	例如“除草”“完结撒花”“到永寿宫了”，编码为 E6

注：当一条弹幕在同一类目下含有两种变量，则将其归入主要变量所在类别。

2.1.5 信度检验

内容分析法不可或缺的一部分还包括信度与效度的计算,以此保证分析结果的质量与科学性。信度(Reliability)是指根据一种测量程序,不同的研究者对同一现象进行重复测试产生一致结果的程度^①。重复测量的结果越一致,该测量程序的信度就越高;与之相反,测量结果差异越大,信度就越低。内容分析学者克里本多夫(Krippendorff)认为,在信度高于 0.80 时才报告变量结果,当信度系数为 0.67~0.80 之间时,只对变量作出“高度不确定且小心谨慎的结论”^②。也有学者考虑到排除偶然因素的统计方法,因此采取更为自由宽松的标准,将一致性系数的门槛降低到 0.70,若低于这个数值,则统计结果值得怀疑。本研究采用霍尔斯特系数^③计算公式进行信度测试:

$$PA_o = \frac{2A}{n_A + n_B}$$

公式中,PA_o表示“相互同意度”,A 表示两位编码员一致同意的数量,n_A+n_B表示编码员 A 与 B 各自编码的数量之和。这一公式的计算范围从 0.00(无一致性)到 1.00(完美一致)。由于样本数据较大,因此信度测试抽取了其中 1000 条样本编码进行计算,两两测试中,编码员 A 与 B 之间的 PA_o值为 0.758,编码员 B 与 C 之间的 PA_o值为 0.803,编码员 A 与 C 之间的 PA_o值为 0.711,平均 PA_o值为 0.757。三位编码员整体的复合信度计算公式为:

$$R = \frac{n * R_m}{1 + (n - 1) * R_m}$$

其中,R 为复合信度,n 为编码人员数量,R_m为平均相互同意度,将上述计算数值代入,最终求得复合信度为 0.90。由于手动计算存在误差,并且未剔除偶然一致性的结果,复合信度的净值应低于 0.90,但仍然高于一致性系数 0.70 的门槛,因此统计结果具有可参考性。

2.1.6 弹幕语言的基本特征分析

本研究对于编码结果的统计借助数据分析工具 DiVoMiner 平台,将样本整体数据的内容编码输入,即可按照类目顺序排布生成单变量统计图,以下分析均采用表格形

^① [美]艾尔·巴比.社会研究方法[M].邱泽奇译.北京:华夏出版社,2005:137-140.
^② Krippendorff, K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology[M]. Beverly Hills, CA: Sage,1980:147.
^③ Holsti, O.R. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities[M]. Reading, MA: Addison-Wesley,1969:235.

式直观展现。

分析历史文化纪录片受众发送弹幕的文本特征如表 2-2 所示。可以发现，在文本长度中最多的是“6-10 字符”的弹幕，共 1385 条，占比 46.17%，说明较多的受众选择发送中长弹幕，更利于意义的产生与理解。紧随其后的是“小于 5 字符”的短弹幕，共 904 条，占比 30.13%，整体的表达简洁明了，且跟评与重复度较高，大多为具有一定情绪推动作用的网络用语。比例最小的是“10 字符以上”的长弹幕，共 711 条，占比 23.7%，文本字数的跨度较大，传达的信息量也更高。在整体样本中，字符最少的为 1，包括“哇”“赞”等感叹词，“1”“6”等表示回应的数字，以及无意义的符号。字符长度最长的有两个并列 80 字符的弹幕，其一根据纪录片的内容分享了个人的生活经历：“现在的孩子怕是很少有见过全套木工锛凿斧锯的了，现如今科技进步，很多工具都更新换代了，前年家里装修，来干活的不管是瓦工，木工，还是水电工，每人标配一个激光水平仪。^①”其二则是将“鸣”字打了 80 遍组成一条弹幕。

在文本构成中，“汉字”首当其冲成为占比最高的文本格式，达到 51.8%，共 1554 条，在整体样本中已经过半。其次为汉字、字母、数字、符号的“任意组合”，共 1124 条，占比 37.47%。其余三种文本的数量都比较少，相比之下“字母”出现的数量略为可观，共 201 条，占比 6.7%，多为汉字的拼音缩写及英文单词；“数字”96 条，占比 3.2%；“符号”最少，仅 25 条，占比 0.83%，不具有内容研究意义。

表 2-2 文本特征分析结果

		弹幕数量/条	占比/%
文本长度	小于 5 字符	904	30.13
	6-10 字符	1385	46.17
	10 字符以上	711	23.7
文本构成	汉字	1554	51.8
	字母	201	6.7
	数字	96	3.2

^① 摘录自纪录片《我在故宫六百年》的弹幕。

符号	25	0.83
任意组合	1124	37.47

2.2 认同主体：基于符号象征的趣缘群体

文化认同产生的过程主要取决于认同主体与共同体之间所形成的情感纽带，个体通过语言表征系统进行意义建构，从而将“自我”融入共同体中成为“社群”。据 B 站用户统计数据显示，其受众年龄构成主要以青少年及青年为主。参考中共中央、国务院印发的《中长期青年发展规划（2016-2025 年）》中的年龄定义，青年为 14-35 周岁^①。B 站 18-35 岁用户占比高达 78%，其中 90 后与 00 后用户占比 72.26%，具有十分明显的 Z 世代青年特点。作为互联网原住民，他们个性独立、自我、网络互动参与感极高，从而在 B 站创下了该年龄段 584.15^②的 TGI 指数^③（活跃占比）。以 100 为衡量标准，该目标群体在全体用户中的活跃表现十分强势，留下了极其丰富的互动行为及文本。在历史文化纪录片板块，排名前十的视频播放量均处于千万级以上，部分弹幕数量也近百万。根据 B 站的用户兴趣构成可知，“二次元”群体从立站至今占比一直较高，这群极具青年亚文化特征的用户，表现出了对传统文化作品极大的兴趣取向和价值认同。在 B 站文化细分的趋势下，受众形成了基于自我需求的独立社群，而历史文化纪录片使其突破了原有的文化身份，获得了来自不同群体的认可。

认同主体是一个较为复杂的构成，从属于差异化的社会共同体，从国家到社会团体再到家庭，多维度的社会身份为认同提供了支撑。B 站用户群体的圈层化区分一般以和二次元的亲疏关系为依据，可分为核心圈层、外围圈层和弥散圈层，对于历史文化纪录片群体的区分亦可以按照此标准进行。核心圈层包括长期深度参与、热情投入到历史文化纪录片视频的观看、互动、再创作中，并且建立了较为稳固的身份认同和群体归属，对纪录片的风格和内容都非常熟悉，但这类用户数量相对较少，反而黏性最强。外围圈层主要包括喜爱并消费与历史文化类纪录片相关的内容及产品，但是不

^① 新华网.中长期青年发展规划（2016-2025 年）[EB/OL].http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201704/14/t20170414_21955942.shtml,2017-04-14.

^② 数据来源于 2021 年哔哩哔哩用户画像分析。

^③ 可反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势，计算公式为：TGI 指数=[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数 100。

进行深度的文化社交互动，在日常生活中也不受到纪录片的影响，不按照其审美及价值观行事，圈层成员的数量较多。弥散圈层成员是最为松散的，他们在 B 站中接触过历史文化纪录片的视频或介绍，但并没有强烈的情感认同，只是将其看作一种休闲娱乐的途径。

从核心圈层到外围圈层再到弥散圈层，其涵盖的范围以历史文化纪录片为中心，向外扩散，人数逐渐递增。核心圈层的受众会利用造“梗”文化使纪录片某一内容片段成为热门话题，例如《我在故宫修文物》中的古钟表修复师王津，因气质温文尔雅，长相帅气酷似明星郑少秋，被受众亲切地称为“钟表男神”、“故宫郑少秋”。该人物出现在第一集钟表修复片段，但后续在木器、漆器、织绣、书画等的修复中，常有弹幕刷“想念钟表男神”，令新来者一头雾水，但老粉们自有一番集体默契，形成了特有的社群文化氛围。这一现象正是由于对弹幕语言的编码、解码产生意义感知，并反馈给实时观看的受众主体，从而对所表征的事物进行解读，在特定的符号象征之下，建构出的语言表征系统吸引了相对应的认同主体。

在历史文化纪录片分区中，受众对于文化的认同和传统的集体主义并不完全一样。以爱国为例，传统的认同是基于革命教育，而青年社群的爱国情怀则更多来源于文化自信，这种情感建构了对传统文化的喜爱之情，促使这一社群的生成。B 站社区中趣缘群体的兴起是在社会分化的语境中出现的文化意义上的社会重聚，在本质上是新时代“共同体”的重建^①。乔纳森·海特将认同的特性描述为，自我通过认同与群体联结起来，形成新的整体，实现自我的扩张，从而使个人生命变得有意义。通过塑造对于历史文化的认同，产生群体的偏爱，从而使受众心理有更明显的“边界感”^②，这种“边界”就是历史文化纪录片圈层的存在。与该用户群体的成员交流后得知，历史文化纪录片也形成了一批具有高黏性的用户，在其关注的最新视频内容里，《中国》、《如果国宝会说话》（第 3 季）、《朱熹》、《西泠印社》、《与古为友》等都包含在内，证明了 B 站多元的文化场域并不影响青年受众具有主流文化的自信之态。并且上述受到关注的纪录片，与 2020 年中国纪录片新媒体热度前 30 中的历史文化纪录片（表 2-3）有所重合，侧面印证了 B 站历史文化纪录片社群的整体影响力。

表 2-3 2020 年纪录片新媒体传播前 30 中历史文化类排行

① 蔡骥.网络虚拟社区中的趣缘文化传播[J].新闻与传播研究,2014,21(09):5-23+126.
② 战泓玮.网络虚拟偶像及粉丝群体认同建构[J].青年记者,2019(11):7-8.

榜单 排名	纪录片名称	融合传播 指数	网媒报道数量	美誉度	视频点击量 (次)
1	《中国》	72.84	8683	87.87	237874208
8	《如果国宝会说话》 (第 3 季)	62.19	5310	84.38	11895642
12	《此画怎讲》	58.93	1040	76.35	39498496
20	《西泠印社》	52.51	884	81.85	1427705
21	《从长安到罗马》 (第 2 季)	51.72	266	77.53	-
28	《藏着的武林》	46.13	355	80.23	-

数据来源：笔者根据北京美兰德视频网络传播监测与研究数据库发布的榜单整理。

在霍尔看来，主体不是一成不变的存在，而是通过语言不断建构出来的，在共同的起源或者共享的特点的认知基础上，建立与他人或其他团体的共识。B 站是一个基于兴趣的社区，社区氛围与用户的风格特征息息相关，在站内找不到相同兴趣的社群或无法产生共鸣的话，用户机制的存在就会变得没有意义。为了保护这种共鸣，B 站做了很多筛选用户的工作^①，从普通游客变为正式用户需要通过 100 道题目的考核，目的是规范用户发言，明确弹幕礼仪和交流的界限。在使用过程中，B 站分区明确，常见的有动漫区、番剧区、音乐区、游戏区、鬼畜区、知识区、纪录区、国风区等，每个区又能够划分成若干兴趣群组。这里要明确一点的是，B 站用户≠up 主≠二次元，这种刻板印象的正确范围应该是：B 站用户包含 up 主与二次元群体，而 up 主与二次元群体相互有重合。这样的分区与类聚消弭了原先固有的文化壁垒，基于兴趣形成了新的圈层，圈层内的趣缘群体坚守着对各自文化的认同。

2.3 文化表象：语言解码呈现圈层认同景观

语言作为一种具有特权的媒介，是人们理解事物、生产和交流意义的主要载体，因此受众通过语言表征的观点、情感与概念，是促进认同形成的基础要素。弹幕语言

^① 李洋.最大的二次元社区 B 站是如何做内容、社群和 UGC 运营的? [EB/OL].<https://www.jianshu.com/p/a7d67e5b941b>,2019-06-22.

中的文字本身不具有任何清晰的意义,他们是传达受众内心情感的工具和媒介,发挥的是符号的功能,在接收者的理解中产生不同的释义。历史文化纪录片的受众群体在观看中通过实时弹幕发送语言文本与他人交流,对部分具有亚文化特征的人群而言,与传统文化纪录片接壤、融合,是脱离边缘化走入主流的重要途径。在对文化认同主体的探讨中,我们已知B站青年社群是不同文化间交错覆盖形成的多元重合的新生代文化社群,其具有的最大特点便是文化的圈层趋势。在以往的研究中,我们常用“青年亚文化”来指涉B站文化,它原本指处于边缘地位的青少年群体,对成年人的社会秩序采取颠覆和抵抗的姿态^①。霍尔认为,亚文化群落必须表现出足够独特的形式和结构,以便同它们的“父辈文化”清晰地区别开^②。西方学者将边缘、抵抗、越轨作为亚文化的形容词,但是显然B站亚文化群体的风格更加内敛温和,抵抗性并不强,因此也为文化融合打下了良好的基础。

在B站制作的第一部“实验性”历史文化纪录片《历史那些事》中,通过创意性中插的形式,将真人秀、脱口秀、MV、日和短剧等元素添加于正史,合理改编,又充满脑洞,吸引了众多年轻群体。甚至一些亚文化群体也表示丝毫没有违和感,并发出“恭喜你发现了一个宝藏”“文案鬼才”“小破站纪录片入坑开始的地方!”的感叹。因此在受众反哺纪录片的过程中,通过弹幕这一有选择的语言表达形式,解释各种特定的意义以形成解码的过程。例如,针对故宫中精致的文物,许多青年受众在弹幕中将其解码为一件艺术家独一无二的作品、一个文物研究的样品、一种文化与技艺的传承等,伴随文本进行意义的限定。在弹幕语言的表征系统中,“主题词频”与“内容分类”作为基础的文化表象,成为意义产生的前提。

2.3.1 弹幕话语词频解码

对于弹幕文本的分词,本研究将样本内容按照时间顺序排列,使用Python中的分词工具进行识别与分类。这一操作基于语义字典完成,将完整的弹幕语句或段落分割成若干个词汇,将单个词汇扫描后进行计数,分词结果如图2-5所示。

^① 龚丹韵.从B站破圈,看青年文化[N].解放日报,2020-04-20(9).

^② [英]斯图亚特·霍尔,[英]托尼·杰斐逊.通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化[M].孟登迎,胡疆锋,王蕙译.北京:中国青年出版社,2015:98.

幕内容的分布与纪录片本身的情节密切相关，往往在较为夸张、充满戏剧性、且兼具笑点和记忆点的部分会激发弹幕数量热潮。在弹幕内容的主要构成部分中，“情绪”与“互动”成为核心表达方向，其话语特征常常暗含多层意义，向“同一次元”的受众传递额外信息。比起评论中的成段文字，弹幕的表达更加浓缩简洁，甚至类似于“喊口号”，节奏感鲜明，在互动中能够起到一定的气氛调节作用，这也体现出了青年受众自身新奇、个性、自我的特点。

表 2-4 文本内容分类结果

	弹幕数量/条	占比/%
情绪抒发类（正面）	749	24.97
情绪抒发类（负面）	87	2.9
剧情探讨类	304	10.13
科普讲解类	352	11.73
提问互动类	1008	33.6
吐槽玩梗类	330	11
经历分享类	42	1.4
其他	128	4.27

语言作为一个表征系统，它不是照镜子式地反映客观事物，它主动参与到事物意义的建构过程当中。不同圈层的青年受众在弹幕中要证明自己“在场”，需通过语言这一媒介表征出个体差异，因此风格迥异的弹幕“梗”层出不穷。不同年龄、不同文化群体的语言在一定程度上反映着各圈层中的价值观，或是文化基因的浸染或是集体记忆的耦合与共生，最终目的都是形成认同。总体来看，霍尔认为在全球化与互联网发展背景下，认同具有极大的不稳定性，这种去中心化的特性实际削弱了个体之间的联系，使人们的群体认同感降低，甚至形成“认同危机”。但语言表征系统又提示我们无法脱离群体生活，弹幕中象征认同的语汇在丰富内容的同时，更是一种群体标签，使得同一圈层的人可以快速识别并获得认同。例如部分长弹幕中，对文物修复师群体的认同表现：

“羡慕在这里工作的朋友，那是因为你坐在屏幕前看别人，如果让你日复一日地在这里进行着同样的工作，可就是另一回事了。择一事，终一生，说说容易，其实不简单。”

“想起了法门寺地宫出土的几十层粘在一起的唐代丝绸，一年时间可能才揭开一层。文物修复的活儿，没有足够的耐心是干不了的。”

在对受众接收到的弹幕信息进行解码后，可以获得话语所建构出的深层含义，形成不同主题、群体与身份之间的一致观点，进而产生认同。

2.4 意义共享：情感交换、动机生产与隔空狂欢

历史文化纪录片社群之所以形成，本质上是弹幕将这些本来分散在不同角落的观看者呈现在“前台”，引发了一场基于纪录片内容的隔空对话。该群体的萌芽与发展让 B 站看到了一群热爱纪录片的年轻人，也体现了弹幕在纪录片中存在的必要性。B 站纪录片高级顾问朱贤亮表示，通过弹幕，让作者与观众进行了一次隔空的交流、狂欢和共情，这是完成了对作品难得的而且卓有成效的第二次创作^①。例如《历史那些事》中讲述苏轼的生平，标题直言“在下东坡，一个吃货”，看似无厘头，实则表达了苏轼人生失意、怀才不遇时，反倒以豁达的心胸坦然面对。这一设置引发了弹幕中“舌尖体”^②的疯狂输出，满屏“隔壁小孩都馋哭了”“舌尖上的苏轼”“高端的食材往往需要简单的烹饪方式”等“梗”的表达，既是两部纪录片的梦幻联动^③，也引发了一场隔空狂欢。同时，也有大量的弹幕在讨论北宋动荡的历史与诸多文学家的生平，以问答的方式进行意义交换，引发了其余观者的情感共鸣。

弹幕传播与生产意义的方式借助“语言”产生，其特征就在于用文字表达特殊的情感与观念，符号本身具有的原义在表意的过程中被拆解、演变，成为“意指”实践。霍尔认为，“意指”系统的存在是建立与维持“共同体”必不可少的要素，表征用以探讨语言与意义符号之间互动的过程与联系，以此形成某一具体的文化认同^④。在弹幕表征的意指实践中，“共享的意义”既涉及概念和观念，也涉及感情、归属感和情绪，其认知

^① 方妍.网生新派纪录片是怎样炼成的——专访哔哩哔哩（B 站）纪录片高级顾问朱贤亮[J].上海广播电视研究,2020(01):67-69.

^② 美食纪录片《舌尖上的中国》的解说词衍生出的网络文体。

^③ 意指所喜欢的两个本不相干的人或事物突然合体，就像做梦一样。

^④ 杨紫秋.斯图亚特·霍尔“文化认同”思想新探[D].武汉大学,2018.

过程为：我是谁（认同），我感受到了什么（情感），以及我感到我属于什么群体（归属感）^①。因此，对于弹幕语言所产生的意义共享，需从情感表达与动机分析两方面探究认同的表征过程。

2.4.1 弹幕文本情感意义分析

从情感表达的角度来看，受众所发出的弹幕都是基于一定的共识而产生，在营造出的虚拟在场感中寻找情绪上的平衡。在同一情感分类中，“共情”往往能促进情感的强化，引发良性的情感共鸣，反之则会受到情感对立面人群的质疑。根据表 2-5 的情感分析结果可知，目标群体的情感表达总体呈现良性循环，“认同”与“共鸣”的情感比例远高于部分带有消极情绪的质疑内容。其中，占比最高的情感类别为“特殊祝福”类，共 782 条，26.06%，主要原因在于纪录片发行的跨年时间点，引发了受众的“拜年热潮”，纷纷在弹幕中发出美好的祝福并许下新年愿望。其次为“文化认同”类，共 744 条，占比 24.8%，这是青年群体基于传统文化所彰显出的高度文化自信。其弹幕话语中既包含细致典雅的温情流露，例如“我明明没有去过故宫但对故宫一见如故”^②“这是一种信仰，能在故宫六百年时去寻找历史的痕迹真是一段美好的回忆”；也包含直截了当的交口称赞，例如“绝了绝了绝了”“我要起立敬礼了”“真是无与伦比啊！”。

位列第三的是“创作肯定”类，共 456 条，占比 15.2%，从制作层面全方位表达了喜爱之情，尤其沉醉于故宫的拍摄画面之美。“人格吸引”类弹幕数量紧随其后，共 301 条，占比 10.03%，大多对于纪录片中修复师个人的闪光点以及细节呈现表达认可与青睐，将文物的传承与匠人的守护相连接。稍有负面情感表达的弹幕包括“质疑宣泄”类，共 279 条，占比 9.3%；以及“怀古伤今”类，共 167 条，占比 5.57%，比例最低。前者质疑的内容包括纪录片中部分涉及建筑构造、材料制作等专业技术，而对于该类批评的回应则构成了大部分的“话语宣泄”，一部分人不满具体的修复内容，另一部分人进行回怼，以捍卫故宫与修复师在个人心中的地位，从而构成了愤怒、讽刺等态度夹杂其中的现象。后者“怀古伤今”所感伤的即是文化艺术传承的没落与技术的流失，多为遗憾、悲观的情绪。以上感情类目并非囊括所有弹幕样本，极少的弹幕内容没有明显的情感表达倾向，共 271 条，占比 9.04%，因此不具研究意义。

^① [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:13.
^② 本段楷体字均摘录自纪录片《我在故宫六百年》的弹幕。

表 2-5 文本情感分析结果

	弹幕数量/条	占比/%
特殊祝福	782	26.06
文化认同	744	24.8
人格吸引	301	10.03
创作肯定	456	15.2
怀古伤今	167	5.57
质疑宣泄	279	9.3

对于情感的聚合与分类，有学者称之为“共情”现象的存在。斯蒂芬·平克认为：“共情的状态可以比作一个开关，主体对其进行有效的控制，正向共情即看到有人受苦而悲伤，或者看到有人高兴而感到快乐”^①。在各类情感表达中，除了受众完全取决于自身感受而产生的情绪以外，更多的是“共情”所引发的情感认同。尤其在 B 站这一充斥着“热词”与“梗”的平台上，观看同一纪录片的受众显然具备对所使用语言共通的意义理解，构建了彼此对某一事物既定的认知基础。此外，特定用语还可以成为个体在群体中迅速识别定位对方身份的标签，并将自己也划入同属的圈子内，自动剔除“圈外人士”，以此获得身份认同。例如，弹幕中出现的“汉服爱好者”根据故宫特有的场景与服饰进行沟通，部分“行话”令其余受众感到不知所云；鬼畜区的受众通过“谐音梗”与“鬼畜主角”戏谑式地进行弹幕狂欢，他人却难以融入。这类聚合式的身份认同对于情感表达起到了一定的推动作用。

2.4.2 弹幕文本动机生产分析

学者麦奎尔(McQuail)根据受众需求的一般理论，结合心理学的受众分析，提出了一个极具“心理色彩”的受众动机理论。其中对于受众的媒介使用动机有着较为明确的划分，从“认知”“情感”等维度进行了详细探讨，总结出信息、娱乐、社交等需求动机。本研究在此基础上，将受众的弹幕使用动机根据内容细分，共划分成了五种动机，其余的为动机不明。据表 2-6 所示，“表达观点”类动机在弹幕内容中最为常见，共 1056

^① [美]斯蒂芬·平克.人性中的善良天使:暴力为什么会减少[M].安雯译.北京:中信出版社,2015:666.

条，占比 35.2%，是受众对于事物、话题、人物、剧情等事无巨细的评论。其次为“社交互动”类，共 694 条，占比 23.13%，主要目的在于通过实时的问答互动营造出一个类似于公共电影院式的虚拟观看环境。“娱乐消遣”类动机共 425 条，占比 14.17%；“寻求认同”类动机次之，共 361 条，占比 12.03%；之后为“信息需求”类动机，共 309 条，占比 10.3%。这三种动机数量稍有差距，但在总体中的所占比例相当，剩余的弹幕内容“动机不明”，共 155 条，占比 5.17%。

表 2-6 文本动机分析结果

	弹幕数量/条	占比/%
信息需求	309	10.3
表达观点	1056	35.2
娱乐消遣	425	14.17
寻求认同	361	12.03
社交互动	694	23.13
动机不明	155	5.17

由此可见，青年受众在使用弹幕时最主要的动机还是进行观点表达、社交互动与娱乐消遣，三者所隐含的意义较为丰富与宽泛；与严肃主题相关的寻求认同与信息需求动机在历史文化纪录片中有所体现，且富有更为深层的含义。由于弹幕独特的形式与特点，实时交互与滚屏流动使其更加不拘一格，激发出受众参与的兴趣。学者卡茨(Katz)同样以心理研究为出发点，探究传播者的个体特征与传播过程的发展，他认为：“动机的产生也属于‘情感的’需求范畴，也可以认为是由‘个人心理因素’引起的，但是引发这种需求的最本质、最深层的根源却是由于‘媒介’本身造成的，源于传播者和受众对于媒介本身的喜爱和好感。^①”相比于其他平台上弹幕功能的使用，B 站显然最为活跃，这是其作为“ACG 社区”的优势，通过这一优势衍生出的弹幕文本被受众本土化，形成了更加多样的认同动机。

弹幕文本对于意义的建构，将认同的主体与客体、个体与共同体相连接，以表征

^① 大众传媒受众研究理论梳理[EB/OL].<https://wenku.baidu.com/view/8ec941ae657d27284b73f242336c1eb91a37339b.html>,2019-08-01.

作为中介的方式，建立起不同受众群体隔空交流的桥梁。弹幕不仅是作者与观者之间的对话，更多的是庞大的受众群体之间的多重沟通。为了增强互动的有效性，B 站在创作、出品纪录片时都会充分考虑弹幕的发酵作用，并预留弹幕发酵的空间，吸引更多的用户参与互动。在形成群体传播效应后，情感上的共鸣更利于意义的发散与身份的接合，不同群体成员之间达成某种一致的价值观后，便能够共享相同的意义，产生文化认同。霍尔将“表征的运作”过程概括为“意义既不在客体之中也不在主体之中，意义是被表征系统建构出来的，是事物对象与我们的概念系统、语言系统之间建立起正相关联系，我们才赋予对象意义。”^①在历史文化纪录片青年社群中，不同的个体成员承认彼此作为共同体一员的身份，因为他们用几乎近似的语言表达对于传统文化、建筑、技艺甚至修复师的认同，这样的解释与意涵能够促进彼此对自身和纪录片内容的认知。由此可见，文化认同产生的一个前提性因素就在于“意义的共享和生产”，在建构出的认同主体中，不同的文化表象作为语言以及表征的活动，决定了不同语境中文化共同体的生成。

^① [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013:40.

第3章 历史文化纪录片青年社群的多元认同度分析

本章在文化表征所建构出的认同的基础上，通过问卷调查的方式，探究历史文化纪录片青年社群对传统文化所产生的认同程度。在研究模型与假设中设立高度认同与各变量间的正相关关系，以使用与满足理论为依托，通过李克特五级量表将受众的认同度数据化，以便进行计算与验证。通过信效度分析、文化认同度因子分析、问卷数据描述性统计分析与认同变量的相关性分析得出文化认同呈“高情感-高认知”正向依赖的趋势。在量化研究的基础上进行结构化访谈，将历史文化纪录片内容与文化认同程度融入到访谈之中，探究多元认同作用下的想象的文化共同体。

3.1 青年社群的认同度问卷量表设计

3.1.1 研究模型与假设

对 B 站历史文化纪录片青年社群的文化认同程度分析，本研究采取“使用与满足”理论中的各要素设计研究模型，从受众的基本信息、受众观看历史文化纪录片的媒介行为、受众对纪录片所传达文化的总体认同度三方面展开调研。其中，关于受众认同度满足的一级指标下设立三个二级指标和若干三级指标，二级指标包括文化认同的认知满足程度、文化认同的情感满足程度与文化认同的行为满足程度，三级指标由具体的问题组成（如图 3-1）。

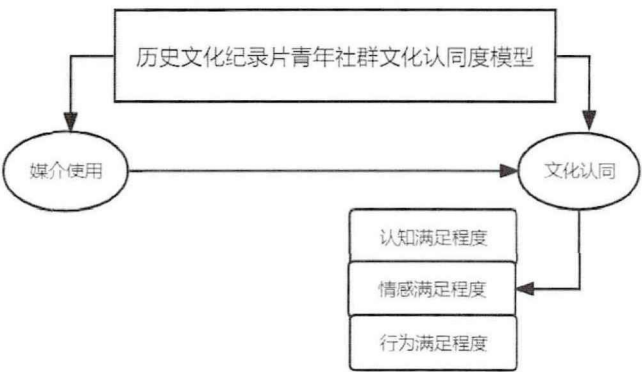


图 3-1 B 站历史文化纪录片青年社群文化认同度模型图

从第二章对于青年社群的文化认同表征分析中，能够得知在文化表象建构出的圈

层认同中可延伸出情感、动机等要素，这既是通过语言生产意义的过程，也是受众对于传统文化的认同体现。在受众与历史文化纪录片的积极互动中，我们默认文化认同已经产生，并且与媒介使用行为高度相关，因此，本研究做出以下假设：

- H1.历史文化纪录片青年社群的认知、情感、行为认同程度较高；
- H2.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与认知满足程度为正相关；
- H3.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与情感满足程度为正相关；
- H4.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与行为满足程度为正相关。

问卷调查题项与历史文化纪录片青年社群文化认同度的各级指标对照如表 3-1：

表 3-1 历史文化纪录片青年社群文化认同度指标对照表

目标	一级指标	二级指标	三级指标	问卷对应题目
历史文化纪录片青年社群	媒介使用	使用习惯	观看纪录片频率	Q6
			观看纪录片时长	Q7
			互动频率	Q9
		使用行为	观看纪录片原因	Q8
			内容认可程度	Q10
	文化认同	认知满足程度	了解历史文化纪录片所传达的文化内涵	Q11
			有助于提升对传统文化的认知	Q12
			清楚自身所持有的历史文化身份意义	Q13
			很好地传播了传统文化	Q14
		情感满足	为纪录片中所展现的历史文化成就而	Q15

		程度	感到自豪	
			产生强烈的归属感	Q16
			看完纪录片会感到愉悦	Q17
			看到负面评论会产生抵抗情绪	Q18
			传承和发扬传统文化是我的责任	Q19
		行为满足程度	乐于参与与传统文化相关的活动	Q20
			希望接触更多历史文化知识	Q21
			愿意将历史文化纪录片推荐给别人	Q22

3.1.2 问卷实施与信效度检验

问卷各指标与题项设计完成后，笔者通过问卷星平台生成链接与二维码，在社交媒体进行发放，以 B 站历史文化纪录片青年社群为目标对象，采用滚雪球式调研方法展开填写。问卷发放时间为 2021 年 11 月 10 日-11 月 25 日，发放总数约 500 份，回收到的有效问卷数为 452 份，回收率为 90.4%。为检验问卷数据的真实性与有效性，笔者将问卷结果导入 SPSSAU 在线数据分析软件进行信度与效度计算。其中，信度计算使用克朗巴哈系数（Cronbach's α ）分析，测量标准为信度值位于 0.7-0.8 之间，则信度良好，大于 0.8 则具有高信度。效度计算需进行 KMO 值分析，若高于 0.8 则说明效度高，同时还可进行巴特莱特（Bartlett）球形检验，测试数据是否是多元正态分布的总体，如果 p 值（sig 值）小于 0.05，才适合做因子分析。信效度测量结果如下：

表 3-2 总体信度分析表

测量因素	项数	Cronbach's α
受众基本信息	5	0.833
媒介使用习惯	3	0.816

媒介使用行为	2	0.796
认知满足程度	4	0.842
情感满足程度	5	0.817
行为满足程度	3	0.773

由表 3-2 可知，问卷各指标的 Cronbach's α 系数均大于 0.7，总体的平均信度为 0.813，信度较高，可以进行后续分析。

表 3-3 问卷效度分析结果

KMO 值 和 Bartlett 的检验		
KMO 值		0.793
	近似卡方	922.557
Bartlett 球形度检验	<i>df</i>	461
	<i>p</i> 值	0.000

由表 3-3 所得出的效度分析结果可知，本问卷的 KMO 值为 0.793，大于 0.7，效度较好，*p* 值为 0.000，小于 0.05，较为显著，表示数据为正态分布，适合做因子分析。

表 3-4 文化认同度因子分析

测量语句	第一因子	第二因子	第三因子
Q11 我了解历史文化纪录片所传达的文化内涵	0.877		
Q14 历史文化纪录片很好地传播了传统文化	0.859		
Q12 观看历史文化纪录片有助于提升我对传统文化的认知	0.812		
Q13 我清楚自身所持有的历史文化身份意义	0.796		
Q16 我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归		0.853	

属感			
Q15 我为纪录片中所展现的历史文化成就而感到自豪		0.819	
Q17 看完历史文化纪录片我会感到愉悦		0.806	
Q19 我认为传承和发扬传统文化是我的责任		0.773	
Q18 看到关于我国历史文化的负面评论我会感到排斥		0.757	
Q20 看完纪录片后，我更乐于参加与传统文化相关的活动			0.792
Q21 我希望在生活中接触更多历史文化知识			0.751
Q22 我愿意将历史文化纪录片推荐给别人			0.711
因子得分	3.102	3.735	2.214
因子方差贡献率 (%)	25.849	30.87	18.447
累计因子方差贡献率 (%)	25.849	56.719	75.166

提取方法：主成份。
旋转法：具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。
a. 旋转在 5 次迭代后收敛。

由上表（表 3-4）对于文化认同度各指标因子的分析可知，各因子得分均符合检验标准，累计因子方差贡献率为 75.166%，高于 60%，说明该验证性因子可进行有效解释。通过正交旋转后所得因子可分为三个变量，第一因子、第二因子、第三因子分别对应认知、情感、行为等维度，与原研究模型的类别划分一致，故沿用原变量名。通过以上分析能够看出，历史文化纪录片青年社群的文化认同度问卷中各指标与题目之间具有良好的相关性，受众的媒介使用与文化认同各变量的从属关系正确。

3.1.3 描述性统计分析

1. 受众社会学人口特征分析

在对受众的问卷数据进行统计之后，其社会学人口特征分布如表 3-5 所示，可以看出 B 站历史文化纪录片受众多集中于 18-22 岁之间的学生群体，这与本研究的限定词“青年”有密切关系。根据中共中央发布的有关规划中的定义，青年为 14-35 周岁人群，这一区间内的学生群体占比显然较大。在性别比例中，男性人数略高于女性，分别为 258 人与 194 人，占比 57.08%和 42.92%，具有微小的差距。受众的年龄构成除上述的 18-22 岁主要区间外，23-30 岁人群的数量也较大，并且 22 岁以下人群占比已经超过一半，证明了 00 后群体在 B 站纪录片中的高活跃度。以学生群体为主力军的受众，学历集中在本科及以上，共占比 71.24%，侧面印证了该群体普遍受到良好教育的特征。同时由于大部分是在校学生，其薪资水平主要在 5000 元以下，部分已经工作的人群可达 5000-10000 元，但总体超过 10000 元的非常少。

以上数据分析所构成的用户画像,与 B 站纪录片官方公布的数据具有极大的吻合性。2021 年 11 月 13 日，B 站举行的 2021-2022 纪录片发布会中，总结出了纪录片主流观看人群的特征，分别是学历层次较高，尊重知识，本科及以上学历占比 74%；位于社会中坚阶层，物质条件优越，愿为优质内容付费，月薪 7000-20000 元占比 55%；身处发达地区，一线城市占比 76%等。除了本研究对于年龄的严格限制以外，大致的群体构成具有典型性。

表 3-5 历史文化纪录片受众社会学人口特征统计

题目	选项	样本量 (个)	占比 (%)
性别	男	258	57.08
	女	194	42.92
年龄	14-17 岁	77	17.03
	18-22 岁	183	40.49
	23-30 岁	121	26.77

	31-35 岁	71	15.71
职业	学生	261	57.74
	国家机关/事业单位	69	15.27
	民营/私营/个体户	95	21.02
	其他	27	5.97
学历	高中及以下	80	17.7
	大专	50	11.06
	本科	209	46.24
	硕士及以上	113	25
收入	5000 元以下	191	42.26
	5000-10000 元	176	38.94
	10000-20000 元	50	11.06
	20000 元以上	35	7.74

2. 受众观看历史文化纪录片情况分析

受众观看历史文化纪录片的媒介使用行为特征如表 3-6 所示，通过五个题项的统计结果可以衡量受众的整体参与度。首先在观看频率上，36.5%的受众会经常观看，占比最高，而每天观看与经常观看两个频率较高的选项占比已经超过一半，证明多数受众对于历史文化纪录片内容的黏性较高。其次，受众的单次观看时长主要集中于半小时到一小时区间,很大一部分原因在于 B 站较为出圈的历史文化纪录片均集时长在此范围内，大多数人群会选择一次观看一集；观看时长小于半小时也占到 25.88%，这是由于 B 站自制的“网生新派纪录片”与微纪录片的兴起,两种形式均采用较短时长与简洁叙事快速吸引到受众。在观看原因中，“娱乐消遣”、“纪录片内容吸引”、与“获取历史文化知识”成为三个主要原因，基本一半及以上的受众都因为这三点进行观看，

对应其娱乐需求、个人整合需求与信息需求。受众的互动频率整体较高，其中“几乎每次”与“经常”两者已经达到 71.68%的比例，凸显出了 B 站互动友好型的功能与该受众群体的高活跃度。最后，关于纪录片文化内容的认可程度呈现了断层式分布，64.82%的受众认可度超过 90%，因此整体认可度极高。

表 3-6 历史文化纪录片受众媒介使用行为特征

题目	选项	样本量（个）	占比（%）
观看频率	每天观看	89	19.69
	经常观看	165	36.5
	偶尔观看	115	25.44
	想起来才看	83	18.37
单次观看时长	小于半小时	117	25.88
	半小时到一小时	192	42.48
	一小时到两小时	87	19.25
	两小时以上	56	12.39
观看原因（多选）	纪录片内容吸引	253	55.97
	获取历史文化知识	217	48
	学习或工作需要	176	38.94
	娱乐消遣	285	63.05
	他人推荐	104	23
	其他	91	20.13
互动频率	几乎每次	125	27.65
	经常	199	44.03
	偶尔	86	19.03

	从不互动	42	9.29
文化内容认可程度	10%以下	27	5.97
	10%-30%	13	2.88
	30%-60%	51	11.28
	60%-90%	68	15.05
	90%以上	293	64.82

注：“观看原因”为多选题，百分比合计大于100%。

3.2 文化认同呈“高情感-高认知”正向依赖

对于文化认同度的研究在文化认同的建构过程中有着举足轻重的作用，青年社群对于纪录片所传达的传统文化的认同度是衡量认同产生的重要依据，高认同度则是保障传统文化传承与发展的基础。相应地，对文化的认同度越高，传统文化的保护工作越能行之有效地开展。衡量文化认同的程度需要从受众主体出发，通过可量化的数据清晰展示各个不同维度的效用，本研究所采用的李克特五级量表突破了对于问题“是与否”的简单回答，通过数值反映对于主题的综合态度。经数据分析可知，受众在认知、情感、行为三个维度的总体认同程度较高，其中认知与情感为高度认同，行为认同存在但不显著，因此构成了“高情感-高认知”的双重特征。同时，将已有的描述性数据通过相关性分析验证假设，假设中各要素间的关系均为成立，并呈现出正相关趋势。

3.2.1 历史文化纪录片受众认同度描述性分析

为了将历史文化纪录片受众产生的文化认同进行量化分析，本研究对于认同度采用了李克特五级量表设置系列题项，通过因子分析划分了认知、情感、行为三个维度，对受众在不同维度的认同感做出归纳。英国学者丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)曾以受众为研究视角探寻媒介传播的效果，提出了使用与满足理论。从受众接触媒介的动机出发，研究媒介使用行为与媒介内容满足了受众怎样的需求，以此考察媒介的传播给受众带来的心理和行为上的效用。这一理论将受众看作具有某种特定需求的个人，

将其媒介接触行为看作是基于该需求动机，来使用媒介从而得到满足的过程^①。美国社会学者 E·卡茨（Elihu·Katz）等人将这一理论过程模式化，并将受众需求细分，主要分为以下五大类^②：

- (1) 认知的需要，包括信息、知识、了解情况等；
- (2) 情感的需要，包括情绪的、愉悦的或美感的体验等；
- (3) 个人整合的需要，如加强可信度、重要性或明晰身份地位等；
- (4) 社会整合的需要，如加强与家人、朋友的联系等；
- (5) 舒缓压力的需要，如逃避现实、娱乐消遣等。

本研究根据受众的需求分类，将其认知需求、情感需求与社会整合需求作为测量认同程度的二级指标，并作出一种程度假设与三种关系假设，将受众的社群成员身份和参与程度也纳入考察范围内。量表的设计采用 5 分制的方式计算符合程度，1 表示“非常不认同”，2 表示“不认同”，3 表示“不确定”，4 表示“认同”，5 表示“非常认同”，该结果显示出的认同度满足状况也能够在一定程度上反映历史文化纪录片对于传统文化的传播效果。

通过表 3-7 中的数据可知，受众整体在认知满足程度、情感满足程度与行为满足程度上的均值都大于 3，说明其总体认同度较高。其中，认知满足程度均值为 3.625，情感满足程度均值为 3.822，处于 3 到 4 分之间趋向于“认同”的位置，因此两者具有高认同度；而受众的行为满足程度均值为 3.213，处于 3 到 4 分之间趋向于“不确定”的位置，因此存在认同但不显著。从以上总体的分析中可以看出，历史文化纪录片受众的认同度具有高认知和高情感的双重特性。值得注意的是，12 个题项的标准差中有 7 个大于 1，因此一半以上的受众在认同度的分值上都具有较大分歧，个人选择的差异性较为明显。

表 3-7 历史文化纪录片受众认同度描述性统计

认同		样本	均	标准	合计
维度	题项	量	值	差	均值

^① 大众传媒受众研究理论梳理[EB/OL].<https://wenku.baidu.com/view/8ec941ae657d27284b73f242336c1eb91a37339b.html>,2019-08-01

^② [美]伊莱休·卡茨,保罗·F·拉扎斯菲尔德.个人对大众传播的使用[M].张宁译.北京:中国人民大学出版社,2016:227.

认知 满足	我了解历史文化纪录片所传达的文化内涵	452	3.43	1.12	3.625
	观看历史文化纪录片有助于提升对文化的认知	452	3.86	1.19	
	我清楚自身所持有的历史文化身份意义	452	3.14	1.06	
	历史文化纪录片很好地传播了传统文化	452	4.07	1.10	
情感 满足	我为纪录片中所展现的历史文化成就而感到自豪	452	4.14	0.99	3.822
	我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归属感	452	3.93	1.03	
	看完历史文化纪录片我会感到愉悦	452	3.43	1.24	
	看到关于我国历史文化的负面评论我会感到排斥	452	4.07	0.88	
行为 满足	我认为传承和发扬传统文化是我的责任	452	3.54	0.73	3.213
	纪录片使我更乐于参加与传统文化相关的活动	452	2.93	0.88	
	我希望在生活中接触更多历史文化知识	452	3.64	0.97	
	我愿意将历史文化纪录片推荐给别人	452	3.07	1.28	

从受众的认知满足程度来看，绝大多数受众都认同“历史文化纪录片很好地传播了传统文化”，其均值高达 4.07；其次，受众还赞同“观看历史文化纪录片有助于提升对文化的认知”，均值为 3.86。以上两点的高度认同说明历史文化纪录片对于传播传统文化的效用不可小觑，且在受众群体中效果明显。

从受众的情感满足程度来看，“我为纪录片中所展现的历史文化成就而感到自豪”均值达到 4.14，构成了单项分值中的最高分；其次是“看到关于我国历史文化的负面评论我会感到排斥”，均值为 4.07；位列第三的是“我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归属感”，均值为 3.93。以上三类情感上的认同度极高，说明受众对于传统文

化的自豪感、责任感与归属感非常强烈，并且能够主动维系“共同体”的存在，不允许他人轻易诋毁。

从受众的行为满足程度来看，调查对象主动学习、分享、弘扬传统文化的意愿较高，但并没有因纪录片影响而提升线下活动的参与度。其中，“纪录片使我更乐于参与与传统文化相关的活动”均值仅有 2.93，为所有题项中的最低值；“学习历史文化知识”与“推荐历史文化纪录片”的均值分别是 3.64 与 3.07，证明受众在认知与情感上的认同对其行为产生了一定影响，但程度不高。

3.2.2 认同变量的相关性分析及假设检验

在上述的受众媒介使用与认同程度所得数据的基础上，笔者将受众观看纪录片频率、观看纪录片时长、互动频率、观看纪录片原因、内容认可程度等题项的占比作为衡量传播效果的重要因素，使用 SPSSAU 中的 Pearson 相关系数分析受众在认知、情感、行为上的认同度与以上媒介使用行为变量间的关系。虽然在前文对数据进行了因子分析，对变量进行了降维，但是为保证其相关性更加准确和透彻，本次分析仍采用原始数据，分析结果如下（表 3-8）：

表 3-8 使用行为与认同度相关性分析

各项指标	观看频率	观看时长	互动频率	观看原因	认可程度	认知满足	情感满足	行为满足
观看频率	1							
观看时长	0.453	1						
互动频率	0.520*	0.497*	1					
观看原因	0.380*	0.367*	0.302	1				
认可程度	0.627**	0.515**	0.671**	0.643	1			
认知满足	0.331	0.554*	0.712**	0.534*	0.774**	1		
情感满足	0.503*	0.567*	0.920**	0.618**	0.811**	0.660**	1	
行为满足	0.302	0.380	0.779**	0.401*	0.506**	0.441**	0.367**	1

注：*和**分别表示在 p<0.05 水平显著相关和 p<0.01 水平极显著相关，无*表示不显著。

可以看出,受众的媒介使用行为与其认同程度中各项变量间的分析数值均大于 0,呈现不同程度的正相关。本研究主要考察受众认知满足、情感满足、行为满足与观看频率、观看时长、互动频率、观看原因、认可程度间的关系。其中,认知满足与互动频率 ($r=0.712,p<0.01$) 和认可程度 ($r=0.774,p<0.01$) 的相关系数较高,呈极显著正相关;情感满足与互动频率 ($r=0.920,p<0.01$)、观看原因 ($r=0.618,p<0.01$)、认可程度 ($r=0.811,p<0.01$) 的相关系数极高,呈极显著正相关;行为满足与互动频率 ($r=0.779,p<0.01$) 和认可程度 ($r=0.506,p<0.01$) 的相关系数较高,呈极显著正相关。

虽然分析结果中认知满足与观看频率 ($r=0.331,p>0.05$)、行为满足与观看频率 ($r=0.302,p>0.05$) 和观看时长 ($r=0.380,p>0.05$) 这三组间的相关性不显著,但总体来看,受众媒介使用与认同程度的 15 组数据中有 12 组都呈现了显著到极显著程度的正相关。综上可知,历史文化纪录片青年社群的媒介使用、认知满足、情感满足与行为满足具有显著正相关关系,即受众使用媒介的参与度越高,其认知、情感、行为的满足程度就越高,对传统文化的认同程度也会越高。

根据前文所述,通过信效度分析、文化认同度因子分析、问卷数据描述性统计分析(社会学人口特征、媒介使用行为特征、受众认同度量表)与认同变量的相关性分析等主要分析步骤,对研究假设进行了检验,验证结果如表 3-9 所示,四项假设均为成立。

表 3-9 研究假设验证汇总

假设	结论
H1.历史文化纪录片青年社群的认知、情感、行为认同程度较高	成立
H2.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与认知满足程度为正相关	成立
H3.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与情感满足程度为正相关	成立
H4.历史文化纪录片青年社群的媒介使用与行为满足程度为正相关	成立

3.3 认知、情感、行为多元认同指涉想象的共同体

在前节中对于文化认同程度与各变量之间的相关性完成分析后,可知历史文化纪

录片群体的整体认同度较高,且与其媒介使用行为呈正相关。对此,笔者通过参与式观察与调研的方法,选取了20位B站历史文化纪录片青年爱好者进行访谈,对上述认同程度进行质化研究,探讨在多元认同作用下的文化共同体的存在。

霍尔认为,文化认同在不断建构的过程中以个体的差异向共同体的同一所靠拢,使得主体在断裂与延续的矛盾中达成和解,从而形成“想象的共同体”。本尼迪克特·安德森同样认为“民族是一个想象出来的政治意义上的共同体,即它不是许多客观社会现实的集合,而是一种被想象的创造物。^①”文化是以民族为载体的,不同类型的文化由各自所属的民族共同体所创造,而文化所引申的意义也反映着不同民族的存在,成为维系民族生存与发展的精神纽带。因此,文化认同中主体所达成的一致性并不能完全与现实社会中所存在的事物与发展进程所对应,文化本身也是人们自我拼凑的想象的共同体。历史文化纪录片作品所构造出的传统文化宏大叙事,使受众在追忆与向往中构建出自己的精神家园,与之相对应的文化群体通过追求一种普遍认可的价值观,在共同体中互动进一步强化主体身份,向理想的认知状态靠拢,证实并肯定自己作为共同体的一员。

安德森认为“想象的共同体”中的成员绝大多数都是分散的、相互没有个人联系的,但他们能够通过各种媒介“想象”出一种把他们联系在一起的整体。在历史文化纪录片青年社群中,受众会通过弹幕、评论等互动方式表达自己的看法,在实时观看的人群中营造出一种虚拟在场感,尤其是作为享用一种语言、拥有共同的文学和文化资源的青年群体,极易在观点达成一致的情况下形成认同。

“我非常激动,感觉找到了志同道合的人,而且我会第一时间对他们的弹幕或者评论点赞,因为我觉得他们跟我有共同理想,这也是我们作为一个中国人的自然的情感流露。”(YGR)

“虽然说咱们处于不同地区、不同民族、不同的信仰,但是咱们总归来说还是中国人,还有骨子里的那些东西,还是会有一种亲切感。”(ZXH)

作为个体的受众彼此之间在现实中没有实质性的联系,但因为同是“中华民族”,这仅有的共同点建立起了认同的关联性,强化了作为“中国人”的主体认知,一种浑然天成的身份边界感加深了“我们”的概念,从而与其他的文化身份区隔开来。“想象的共同体”被认为是一种想象中内部“平等的社群”,安德森将其解释为“即使在现实生活

^① [美]本尼迪克特·安德森:《想象的共同体:民族主义的起源与散布》[M],吴叡人译,上海:上海人民出版社,2016:6.

中,不平等和剥削可能严重到了在社会中占支配地位的程度,但共同体中仍处于上下融合、消除了阶层区分的状态。^①从参与访谈的群体中可以看出,其社会身份与文化身份相差甚远,不同的年龄层、差异化的地区、悬殊极大的学历与专业和形形色色的职业现状,种种因素都没有成为阻挠认同产生的理由,平等化的个体是共同体的准则,也是其想象出的有别于现实的美好愿景。

在文化认同形成的因素中,认知的满足程度较高,显然历史文化纪录片对本民族文化的传播起到了显著的作用,对于传统的历史文化的“客观特征”进行展现,将共同体所认知的社会事实凝聚并强化,形成了文化认同不可或缺的认知过程(cognitive process)。这种合理的“想象”并非“捏造”,反而会促进共同体“集体记忆”的形成,产生意想不到的传播效果。许多受访者都表示,除了系统性地在学习过历史文化知识以外,生活中很难接触到专业的文化讲解,并且文字性的东西无法让受众实质性地看到文物的全景,感受不到一个地区的风土人情,而纪录片却更加真实生动,在提升传统文化认知上作用显著。

“纪录片让我更加真实客观地形成对国家的一种认知,和对这个民族的一种认可。尤其是历史上那么多民族发生的那么多故事,比如说和亲、抵御外敌等等,就会想象到我们民族发展的不易,有共同的理想,才能构筑源远流长的历史。”(YGR)

“让我意识到从古至今我们现在所拥有的丰富的历史遗迹和文化遗产,都是先辈奉献并且奋斗出来的,这种传承和底蕴深厚的历史也只有上下五千年的中国才能孕育出来。”(MQ)

在情感满足程度上,历史文化纪录片所形成的认同体现在自豪感、归属感、责任感等主观意识范畴,与说教式地宣讲带来的重复、机械方式不同,纪录片灵活的表达能够引起更为强烈的情感共鸣。尤其是在文化寻根热潮的引领下,受众在民族情感中努力创造自身与维持自身的文化身份,寻找一个与祖先群体享有同样历史的“自我”。在安德森看来,对于民族文化的认同区别于宗教认同,宗教共同体相信上帝绝对完美,而文化共同体认为,即便我的国家、民族会犯错,但在情感上,不论国家对错,它依旧是我的国家^②。许多受众认为这种感性的关联是提升认同感的重要因素之一:

“看了这些纪录片之后,我发现咱们国家的建筑、文物、美食都有这么多,这些

^① [美]本尼迪克特·安德森.想象的共同体:民族主义的起源与散布[M].吴叡人译.上海:上海人民出版社,2016:52.

^② [美]本尼迪克特·安德森.想象的共同体:民族主义的起源与散布[M].吴叡人译.上海:上海人民出版社,2016:10.

文化软实力会潜移默化对我造成一种影响,让我的民族自豪感也会慢慢提升。”(YKL)

“我看历史纪录片是出于自发的民族情感,你总要知道自己的民族从哪里来,然后又是怎么来的,为什么变成今天这个样子,就是自然而然地想去了解,像是了解这些祖先一样,你想去了解自己民族的历史文化。”(MDY)

最后,受众在行为满足程度的层面上主要受到认知与情感的积极影响,虽然认同度低于前两者,但有效的行为改变所产生的推动作用却有着实际意义,对文化的传承与发扬至关重要。受众行为认同研究的目的,重在通过考察受众外在的而非内在的表现来解释纪录片的影响,预测受众的行为,为如何建构文化认同提供参考。在“高情感-高认知”双重特征的作用下,许多受众更有意愿通过实际行动展现认同。

“我们民族文化的一部分已经让我非常地骄傲,更吸引着我多去了解一下我们祖国的文化,这5000年的历史留下来的东西太多了,从一点一滴都能体现出内在的精神内涵。”(DSQ)

“我很遗憾我们国家的很多文物现在躺在大英博物馆里,但是这件事情是没有办法挽回的,我只能说作为一个中国人我会尽力让这样的事情永远不会再发生。”(WJ J, 英国伦敦)

文化认同作为一种建构性的存在,在现代语境下越来越呈现出碎片式的、多元化的趋势,文化认同产生的过程也是多元因素凝结的结果。青年社群通过历史文化纪录片在认知、情感、行为多维度下产生的认同感,是基于一个民族共有的历史经验和文化记忆而形成。这种强大的凝聚力将个体的“差异”归到共同体的“同一”中,最终形成“想象的共同体”,为认同的建构与维系提供了基础。

第4章 历史文化纪录片青年社群的文化认同建构逻辑

在前文通过对历史文化纪录片青年社群的文化认同表征以及多元认同度进行研究后,可知该群体作为认同主体通过文化表象与意义共享建构了认同的基础。在其使用B站这一媒介的过程中,认同度在认知、情感、行为多方面都有体现,但其建构的过程不是一蹴而就的。因此,本章基于文化认同所形成的现状与程度,遵循个体到共同体的路径,倒推该群体建构认同的进路逻辑,探究群体成员在接受、平衡、认同、内化的过程中,文化身份与主体意识的变化。

4.1 从“我是谁”到“我将成为谁”:自我认同的主动性建构

在前一章中,笔者通过对历史文化纪录片青年社群在认知、情感、行为等多元层面产生的认同进行量化,以高度认同的结论推导出“想象的共同体”的生成。在B站这一被建构的文化共同体中,不同圈层的主体享有各自的文化身份意义,在对个体的评估与判断中发现差异与同一,从而强化自我的认同。霍尔认为,文化认同是一个动态发展的概念,是个体或者某一特定群体通过文化实践寻找归属感并自证“我是谁”的过程,包含着各文化与主体间融合、排异、重组等阶段。B站的青年社群通过发送弹幕与剪辑视频等方式参与到文化生产当中,成为生产性受众,其独特的“造梗”语言强化了圈层化特征,他人较难融入,为个体提供了建构主体意识的空间。尤其是在消费时代背景下,物质的饱和与精神需求的缺乏形成分裂,促使部分青年社群在自身认同产生危机时转而与传统文化进行对话,从而弥补自己现实精神的缺失。

学者埃里克森(Erikson)曾将“认同”解释为“通过自我意识选择同一性,从而塑造自身的属性,将形成的主观心理与态度赋予社会意义,继而产生认同。^①”这一概念的创新点在于,他将“认同”与“自我”联系在一起,并强调所属文化圈层的社会背景,突出个体在群体中的情感、心理的趋同过程。在文化研究视角下,认同的核心问题在于主体的建构,而主体由个体组成,个体间彼此交换、共享意义继而形成共同的价值观。在现代性语境中,认同“跨越了许多差异化且相对复杂甚至敌对的话语实践”,从

^① 伍庆.消费社会与消费认同[M].北京:社会科学文献出版社,2009:18.

“我是谁”的过去式建构,转向了“我将成为谁”的未来式建构^①,青年社群对于文化的互动也从描述性历史转变为解读与重现历史的主动性建构。学者韩炳哲认为,数字时代的媒介形式不仅是连接与传播信息的渠道,更是受众“主动地生产信息、完成交流”的中介,参与互动的受众既是消费者,又是生产者。因此,在青年社群所参与的话语生产实践中,自我认同的变化体现在对“现实自我”与“理想自我”的呈现中,通过自我意识的确立塑造出认同主体。

4.1.1 “我是谁”:现实自我的再现

吉登斯(Giddens)认为“自我认同”并非个体所固有的某种鲜明的特征,而是一个人通过对自己的人生经历进行总结与反思后产生的经验了解。“作为一个人就是要知道……自己正在做的事以及为什么要做这件事……在一个后传统秩序的脉络下,自我变成一个反思性的计划^②。”受众在对自身进行审视的过程中,个体的文化行为与自我认同都不可避免地跟纪录片所包含的传统文化产生交集并引发互动,其中既涉及到社会层面的价值取向,更体现了充分而真实的自我表达。郑晓云将个体对于文化的初步认同分为两个方面:一是根据已有的文化对应自己生存的现实环境,通过认同使自我融入到主流文化中,并赋予身边事物文化意义,最终成为个体所认可的文化的创造者与传承者。二是对相异的文化产生好奇心理,并冲破已经形成的自我文化认同的枷锁,转而认同自己圈层之外的一种文化,将新的文化内涵引入到原有的自我认同中,加以整合后形成个体所推崇的新的文化特征^③。在 B 站以弹幕、评论、一键三连等互动为基础的前提下,自我对于文化的认同不断从前者的被动融入转移到后者的主动建构,青年社群通过自己的话语方式解读传统文化,将自我塑造成一个文化化的个体,与纪录片内容相结合,并形成了深深的文化烙印。

在历史文化纪录片青年社群中,对现实自我的认知体现在与纪录片内容的互动和与其他观赏者的互动两种角度。首先,在与纪录片内容的互动中,受众主要关注其中与文化相关的“人”的故事,将自己在不同场域中的文化身份与之对应,形成对自我的肯定。在前文对历史文化纪录片《我在故宫六百年》的弹幕内容研究中,许多受众基于视频内容对自我的生活实践经历进行分享,营造纪录片与个人之间的联系,同时围

^① 杨兰,白苏婷.认同概念多学科释义与整合[J].人民论坛,2014(34):178-180.

^② [美]曼纽尔·卡斯特.认同的力量[M].夏铸九,黄丽玲等译.北京:社会科学文献出版社,2003:7-8.

^③ 郑晓云.文化认同论[M].北京:中国社会科学出版社,1992:103.

绕纪录片中出现的人物,从自身寻找共同点,并表达出喜欢、肯定和赞美之情。尤其是在纪录片“人文关怀”主题的驱动下,这些更迭千年却始终平凡的文物修复者,正是普罗大众的写照,象征着权力的宫殿建筑与普通人相关联,使得受众在宏大的历史文化中找到属于自己的一隅,不禁在弹幕中感叹:

“我们都是历史中的小人物,平平无奇但却对历史有着塑造性的作用”

“好巧我也是文物修复专业,本来对自己的前途十分迷茫,看了故宫的修复,更加坚定了我学好本专业的决心”

“我很自豪的说我在上面搭架子”

“原来皇帝和我也一样啊 不爱开会”

“乾隆他爷康熙当了 61 年皇帝,他为了以示尊重不超过他爷爷所以干了 60 年,看来就算当皇帝也要干到退休,瞬间心理平衡了”

“拿到海月贝壳的师傅,像极了拿到玩具的我,好开心,迫不及待”

这类表达“自我认同”的弹幕体现在对个人经历的分享以及对片中人物的认可层面,占弹幕样本数量的比例超过 12%,约 360 余条,通过对自身具有的闪光点以及细节的呈现,将文化的传承、融合与个人相连接,以不同的文化身份作出自己的解读。

其次,在与其他观赏者的互动中,青年社群通过弹幕表达观点与诉求,并在他人的回复中找到满足感与认同感。个体的自我意识往往需要“他者”参与才能更加显著,作为参照物的受众,在互动过程中使得文本叙事更加丰满,“自我”之外的任何针对性回复都能够促进个体对于现实自我的建构^①。在词频统计中,“师傅”“致敬”“传承”“瞩目”“厉害”“撒花”“修复”“手艺”等词汇表达了受众对于修复师的认同,并在他们身上感受到人文关怀而产生情感上的共鸣。许多还未择业的青年受众基于对这一工作内容的喜爱,表达了想成为修复师的意愿,但因不够了解而瞻前顾后。

为了坚定自我意识,他们在弹幕中提问:“考古专业是不是冷门专业啊?”“要求什么学历,材料学对口性强吗?”“我喜欢文物保护但是没能学上,过了 30 岁还来得及吗?”得到了诸多回复:“只要热爱都不算冷门,我从不后悔大学在美院选了文物修复这个专业。”“专业对口性很强,本科以上学历最好。”“我们国家对文物保护渐渐重视起来了,我和你一样本来就对这些行业有兴趣,但是苦于之前大环境影响去学了其他并不喜欢的专业,现在反而坚定了技艺传承的决心。”这些互动内容让受众体会到

^① 杨桃莲.大学生自我认同的建构[D].复旦大学,2009.

了自我的价值，建构了自信心与满足感，从而找到个体的认同所在。

4.1.2 “我将成为谁”：理想自我的投射

受众通过弹幕互动的方式对现实自我进行再现，树立了基础的认同感与满足感，同时在已有的圈层中强化了主体意识。在宏大的历史文化叙事下，这种自我的认同往往会引发其更深层次的期待，并设立“理想化”的自我，为能够成为“理想我”而不懈追求。具体的方式是，在观看纪录片时，青年社群会把自我的情感投射到他人或其他群体之中，将投射对象所持有的观点态度与生活状态作为自己的标杆进行自我延伸，从而实现理想自我的刻画。一般情况下，历史文化纪录片中优秀传统文化展现出的精神标识，例如谦逊、独立、上进、团结等特点会成为情感投射的因素，既而引发受众的自我认同。吉登斯（Giddens）将“理想自我”描述为“我想成为的自我”，“它是自我认同的核心部分，因为它塑造了使自我认同的叙事得以展开的理想抱负的表达渠道。^①”受众对纪录片中所出现的人物以及共同观看者产生的认可与赞美之情，有一部分参杂着自我认同，即发现自己与该认同对象有美好的共同之处，并将其看作自我的投射。在这一“理想自我”的身上，受众往往能看到自己想要拥有或已经拥有并想要不断加深的素质和特征。

在前文的调查问卷中，笔者设置了关于自我认同维度的问题，根据描述性统计分析，认知层面的自我认同体现在“我清楚自身所持有的历史文化身份意义”上，根据李克特五级量表计算，其认同度的均值为 3.14，处于“较高”程度；情感层面的自我认同体现在“我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归属感”题项上，其认同度的均值为 3.93，处于“高”程度。由此可见，无论是对现实自我的认同还是对理想自我的投射，该受众群体的认同度都较为可观，并能够清楚地意识到自身的文化定位与追求的情感寄托。

表 4-1 受众自我认同维度描述性统计

自我认同维度	样本量	均值	标准差
我清楚自身所持有的历史文化身份意义	452	3.14	1.06

^① [英]安东尼·吉登斯.现代性与自我认同:现代晚期的自我与社会[M].赵旭东,方文译.北京:生活·读书·新知三联书店,1998:74-75.

我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归属感	452	3.93	1.03
-----------------------	-----	------	------

受众之所以能够在纪录片中找到理想的自我,原因在于创新型的文创思维摒弃了时代大背景下官方话语的解说,将规范化、权威化的表达风格替换为风趣、亮眼却又不失格调的历史故事。这样的转变迎合了消费时代受众的文化心理,纪录片内容不再空谈伟大的理想和高尚的情怀,反而注重题材的多元与创作的个性,为许多青年受众提供感兴趣的看点。学者麦克·费瑟斯通(Mike Featherstone)在其著作中认为消费文化“强调了艺术与日常生活之间的界限的消解,高雅文化与大众通俗文化之间明确分野的消失……”^①在访谈过程中,多位受访的青年受众都提到了《历史那些事》、《如果国宝会说话》、《我在故宫六百年》等历史文化纪录片,其内容为理想自我的形成提供了参照基础。

DSQ 是一位大专院校的青年教师,师范毕业,家境较为贫寒,因贷款压力每天身心俱疲,在众多打工人中间挣扎与拼搏。“迷茫的时候,非常没有归属感,特别是在异地,只感到孤独。”虽然身为理科生,但对于历史文化独有的兴趣使他成为纪录片爱好者,同时在片中也找到了理想身份的认同。“在闲暇时间我会关注一些讲述咱们祖国历史人物和文化遗产的纪录片,比如说像《历史那些事》还有《寻找手艺》,特别是第一个纪录片,非常生动有趣。我还记得我看过的一集叫《在下东坡,一个吃货》,讲的是唐宋八大家之一的苏轼的生平,但是是从美食的角度讲的。作为一个资深的吃货,看东坡肉、东坡肘子、羊蝎子真的太过瘾了,最重要的是这些美食是他仕途受挫被流放时做出来的,这种豁达的人生态度给了我非常大的感染,我也逐渐在成为这样的人。”

通过纪录片内容所产生的归属感,会促进受众与该文化间形成情感依赖,但仍处于浅层次,当对于某一文化具象或象征的认同转变为自我认同后,其情感的黏性会极大提升,并主动映射出理想自我。受众对于历史文化的认同原本因时代与阶层不同而存在隔阂,然而纪录片中对于普通人的文化意向描写以及对于著名历史人物的世俗化刻写,使权力象征与普通受众相连接,并与自身创造的文化保持同一性,更加有利于自我认同的生成。在这一过程中,具有表意实践和传递意义的语言成为认同的中介,

^① [英]麦克·费瑟斯通:《消费文化与后现代主义》[M].刘精明译.南京:译林出版社,2000:94.

在受众互动式的交流中为文化认同的动态发展提供了第一阶段的建构。

4.2 互动仪式与刻写实践：集体记忆的唤醒和身份确认

当受众通过与纪录片内容以及其他观赏者互动而产生自我认同之后，少部分人会选择持续个体认同的状态，而大多数人则会基于高度的认同感与归属感寻找同好群体，以此形成了前文所提到的圈层化的趣缘群体，加入该群体之后，个人所持有的自我认同通常会无缝地转变为集体性认同^①。卡斯特将其描述为“借由共同的历史及政治目标，以人民的心智及集体记忆所建构的文化共同体。”^② 青年社群在观看纪录片时，通过片中所传达的符号意向、纪念仪式、英雄原型、历史故事等建构出了一种集民族荣耀与创伤于一体的二元叙事，对自己身处本民族并接受同样的历史文化熏陶有了更清晰的认知。这些讲述国家、民族过往的内容通过拼贴式的手法刻画并还原了历史样貌，受众的集体记忆被唤醒，身份意识被强化，对于民族文化的认知也更加深刻。

保罗·康纳顿区分了“集体”与“个人”记忆的概念，并将“集体记忆”从个人层面彻底剥离，认为“集体记忆并非集合起来的个人记忆，而是真正社会群体的记忆。”^③因此，历史文化纪录片中所蕴含的“集体记忆”是其成员共同书写并延续而来的，通过仪式化的过程将建构出的“文化共同体”身份对应到社会现实当中，使得宏大叙事不断被解构，以记忆的互动方式将个人共同的情感凝聚在一起。B 站的弹幕体系作为一种互动仪式，通过营造出虚拟在场的群体观看氛围，突破了物理接触的限制，使共同观看的受众沉浸到同一互动情境中，触发了短暂的情感交换。在观看视频与观看弹幕同步进行时，弹幕的内容也成为了视频的一部分，甚至能够扩展出额外的剧情和看点，这种互动的仪式感使情感表达更加强烈，潜移默化中引发多数人的集体认同。

在基于青年社群媒介使用情况的问卷调查中，受众观看纪录片时参与弹幕、评论等互动仪式的频率非常高（见表 4-2），其中“几乎每次”与“经常”两者已经达到了 71.68% 的比例，证明互动仪式是促进意义交流与认同产生的重要因素，而该社群独树一帜的弹幕文化也促成了形式自由的表达空间。在互动频率与认同度相关性分析中（见表 4-3），受众的认可程度、认知满足、情感满足与行为满足均与其互动频率呈显著正相

^① 曾庆香：“饭圈”的认同逻辑：从个人到共同体[J].人民论坛·学术前沿,2020(19):14-23.

^② [美]曼纽尔·卡斯特.认同的力量[M].夏铸九,黄丽玲等译.北京:社会科学文献出版社,2003:78.

^③ [美]保罗·康纳顿.社会如何记忆[M].纳日碧力戈译.上海:上海人民出版社,2000:38.

关, 且最高值达到了 $r=0.920$, $p<0.01$ 的程度, 可见互动在受众观看纪录片时对其认知、情感与行为产生了极大影响。

表 4-2 受众媒介互动情况描述性统计

题目	选项	样本量 (个)	占比 (%)
互动频率	几乎每次	125	27.65
	经常	199	44.03
	偶尔	86	19.03
	从不互动	42	9.29

表 4-3 互动频率与认同度相关性分析

各项指标	认可程度	认知满足	情感满足	行为满足
互动频率	0.671**	0.712**	0.920**	0.779**

注: **表示 $p<0.01$ 水平极显著相关。

在受众参与互动的过程中, 历史文化记忆的基础也通过身体操演被刻写下来, 并进行传播和保持。康纳顿将“刻写实践”描述为“一种把人声的时间属性系统地转化成书写符号的空间属性并因此而存在的实践”^①。通过解释性的方式来表达, “刻写实践”就是通过一种超脱时间与空间限制的储存机制来保存共有的记忆, 为日后他人翻阅和查看这段记忆提供记录文本。纪录片本身作为一种承载与传播记忆的方式, 在弹幕互动中又形成了新的文字刻写实践。通过弹幕, 我们可以洞悉历史文化纪录片内容的演变, 以及受众关注的核心议题的变化。从传统纪录片过渡到网生新派纪录片是其风格不断下沉的过程: 从高冷到暖萌, 历史文化纪录片愈发关注平凡人物的生存发展; 从冗长到简短, 片段式的故事化内容更加直击心灵; 从说教到交流, 纪录片与受众的双向互动取代了单一的解说; 从古板到时尚, 主流文化的认同与二次元文化并存; 从辉煌记忆到文化自信的传播, 宏大的叙事转变为具体的传统文化元素。

纪录片内容提供了诸如“民族”、“匠心”、“遗产”之类的符号表象, 受众关于历史

^① [美]保罗·康纳顿:《社会如何记忆》[M], 纳日碧力戈译, 上海:上海人民出版社, 2000:93.

文化的集体记忆也被重新唤起。我们拥有的五千年浩瀚历史,构成了辉煌记忆与创伤记忆的二元情感,无论是中华文化的深厚底蕴和历史上的繁荣盛世,还是近代的丧权辱国和战乱中的哀鸿遍野,这种共鸣的喜悦和切身的苦难,作为中华民族的一员都能够感同身受。因此,受众在弹幕中对于集体记忆的描述与回应也分为两种情感文本:一是对本民族共同体所产生的优秀传统文化具有赞同、欣赏、自豪、骄傲的情感,二是通过追忆过去的苦难与失去的珍宝,表达一种遗憾、悲观的情绪。当纪录片中讲述关于辉煌历史的片段时,弹幕包括:

“古建筑不仅仅是壕,一砖一瓦、一草一木都是尽心设计过具有高度审美的中华特色,你看中国宫殿式建筑上的五脊六兽,背后都有深刻的含义。”“人在,历史就在!文化就在,中华民族万岁!”“哇,我们中国古人留下的东西真的很有味道,是泱泱大国的气质,代代相传,切勿相负!”

当纪录片中传达出创伤记忆时,弹幕则会感叹:

“一看故宫,我就可惜圆明园,古代园林集大成,世界上的人永远也看不到。”“好恨,却不知道该恨亡了的大清还是侵略者们”“我们这个民族,经历了多少次苦难,在亡国灭种的边缘凭借向死而生的意志挺过来,才延续了五千多年。”

这些对于集体记忆的刻写与互动加深了青年社群对于自我文化身份的确认,通过阐释的方式将共同的记忆作为被推崇的故事不断分享与传播。卡斯特认为“认同的建构所运用的材料来自历史、地理、生物、生产与再生产制度、集体记忆及个人的幻想、权力机器及宗教启示等。”^①受众通过与纪录片内容进行互动而唤醒自身的集体记忆,将历史知识与传统价值观注入认知当中,从而呈现出对民族情感与文化的认同,这就是集体记忆所蕴含的“认同的力量”。

“举个例子,就看完莫高窟的那个纪录片,让我想起了清末那段丧权辱国的屈辱史,八国联军侵华,包括法国、德国还有英国的大使把我们莫高窟里的东西都搬走了,致使多少珍宝都流亡海外。当时还有一句话是说大英博物馆里的莫高窟藏品是最全的,法国卢浮宫里的藏品是最精的。我之后想去法国很重要的一个原因就是我想去卢浮宫里看莫高窟的藏品,看我们古人的技艺有多精湛。”(WJJ)

在对“集体记忆”进行刻画时,不可避免地出现了“他者”的存在,例如“被侵略的中华民族”所对应的“侵略者八国联军”。通过对“他者”的想象,作为“我者”就能够对共同

^① [美]曼纽尔·卡斯特.认同的力量[M].夏铸九,黄丽玲等译.北京:社会科学文献出版社,2003:25.

体的身份加以确认,这是基于差异性认知所形成的结果。戴维·莫利(David Morley)认为认同产生需要同时具备两个要素:对所属群体的认同和对“他者”的排斥,通过对比才能进一步加深文化认同的建构。在社会记忆被操演的过程中,文化与记忆都处于流动的时空间,我们应视之为过程而非结果,这种动态的发展使得传播与接受文化的主体在断裂与延续的矛盾中达成一致,从而获取认同。B站的青年社群圈层多元,因此常会形成不同的“风格”来缓解自身的认同危机,对主流文化和商业文化进行抵抗。但在自我认同与集体记忆双重规训的基础上,传统的历史文化内容被不同圈层的群体所接纳、认可,通过互动与意义生产将原本存在隔阂的传统文化与亚文化相连接,实现不同文化圈层的交融共享,将产生的认同感内化于心,外塑于行。

4.3 由断裂到统一:传统文化与青年亚文化的交融与内化

通过对B站历史文化纪录片青年社群的集体记忆刻画的分析,可知这一群体对于主流文化的接纳、互动和融通已经超越了抵抗范式,反而主动弥合代际产生的鸿沟,通过参与式展演的方式将原本对立的二者自然融合。以主流文化为主的历史文化纪录片原本带有明显的边界感,与部分亚文化群体自身的风格有所区隔,但B站青年社群通过拼贴鬼畜、弹幕互动以及加入“萌”“梗”元素的方式消解了两者之间固有的距离,使得亚文化的“破壁”与传统文化的“出圈”得以实现,这种双向互动加速了其由断裂到统一的过程。霍尔认为“我们理解的‘青年文化’指的是这样一个层面:青年群体在其中发展出自己独特的生活模式并且把他们的社会和物质生活经验以一定的形式表现出来。^①”显然,该群体是围绕一些既有的规则和独特的行为所形成,其紧密程度与群体关注的“焦点”密切相关。青年亚文化则建立在青年文化的基础上,有了更为独特以及标签化的行为,例如早期“越轨文化”(culture of delinquency)所具有的极端、反叛特征。当青年亚文化与B站受众相结合,这种抵抗性特征逐渐变得柔和,与本土的青年文化相适应,形成了更多以共同的小众爱好为基础的兴趣圈层。

B站受众的年龄构成趋于年轻化,在前文的调查中,历史文化纪录片受众多集中于18-22岁之间的学生群体,其次23-30岁人群也占到一定比例。这样的年龄基础使得青年受众更容易找到兴趣相投的群体,从而获得身份认同,满足自我的精神需要。

^① [英]斯图亚特·霍尔,[英]托尼·杰斐逊.通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化[M].孟登迎,胡疆锋等译.北京:中国青年出版社,2015:78.

根据调研发现，许多 B 站历史文化纪录片爱好者本身也是一些亚文化兴趣社群的成员，其中最为突出的是热爱 ACG 文化的二次元虚拟社群，其次还包括宅文化、汉服圈、Cosplay、同人圈、鬼畜文化、佛系丧文化等。这些通过趣缘形成的群体往往比现实世界的社群更加团结，认同度也更高，他们的信息分享与话语传播速度更快，有利于历史文化纪录片在其中的发展与蔓延。通过对有着亚文化兴趣特征的历史文化纪录片受众进行访谈，可将其分为两类人群：一是资深的亚文化爱好者，对传统文化的态度由抵抗、排斥到逐渐接受并主动参与生产；二是入二次元坑，对诸多亚文化形式有着极大的兴趣，但是骨子里一直热爱传统文化，认为两者并不矛盾。第一类人群中的受访者之一是一位嘻哈（Hiphop）文化爱好者，95 后，高中辍学。

“我挺喜欢看历史文化纪录片的，但不是从一开始就喜欢。我最大的兴趣是嘻哈，一般看别人唱，自己入了这个圈子之后也和他们一起玩，说唱、bbox 都会，我之前在酒吧里工作，也玩过一段时间的 dj。你说反叛也挺反叛的，纹身、喝酒都很常见，但是这种特立独行的感觉让我很自由，生活也很有趣。我们一起玩的人，你要给他讲什么秦始皇统一六国，没人听得进去，觉得你有病。后来我喜欢的两个嘻哈组合天府事变和 Higher Brothers 出了两首关于中国的歌，一首叫《这就是中国》（This is China），英文版的，我看了翻译真被打动了，然后就想知道我们国家到底是怎样的，就去 B 站搜了相关的纪录片看，我也在 B 站常驻。他们出了这种“爱国”说唱后，被很多人叫“说唱界的耻辱”，现在看来很幼稚，因为现在“政治说唱”也挺酷的，只要能表达真实的情感，谁说 rapper 不能喜欢传统文化呢？”（ZXH）

Regardless of all the prejudice in the past	抛开过去的种种偏见
today i wanna restore the impression you have on my country, China,	今天我想重塑大家对于我们中国的印象
which have been exactly fabricated by media for a long time	而这种印象已经被媒体捏造很久了
As an individual citizen based in south west of the country,	作为一个生长在这个国家西南部的独立公民
	我有话要说
We love the country, we the Chi-phenomena	我们，中国的栋梁，爱着这个国家
The red dragon ain't no evil	红色巨龙绝不邪恶
But a peaceful place	而是和平的所在
The beautiful land with rich culture remain	此处人杰地灵

图 4-1 天府事变组合《This is China》歌词截图

第二类人群对于传统文化本身就不具有明显的抵抗情绪，他们将自己热爱的亚文化形式作为一种宣传方式，与传统文化非常巧妙地结合，很大程度上促进了其发展和

传播。该群体的受访者之一是一位 00 后，刚刚成年，作为二次元的参与式爱好者，喜欢日漫、漫画、汉服和国风等诸多亚文化元素。

“我入二次元坑已经 3 年了，从初中开始就很喜欢动漫和漫画，看了好多日漫，觉得虚拟世界比现实世界更有趣更美好。后来我也看了很多国产动漫，特别喜欢那种画风，我就自己画画设计，渐渐还入了汉服圈。我在 B 站上找到了和我有同样兴趣爱好的人，他们都有群，带着我一起了解这方面的东西。我们看纪录片之后会进行交流，去买一些类似的故宫文创，还有仿唐妆，这些都加深了我对传统文化的兴趣。而且我看“国宝”那个纪录片的时候，大家在群里做了好多表情包，特别搞笑，但是这不是嘲笑，而是我们用自己的方式表达喜欢。”（HYR）



图 4-2 纪录片受众制作的文物表情包

亨利·詹金斯（Henry Jenkins）将粉丝受众形容为“文本盗猎者”，并反对将其视为蒙昧而无知的“白痴受众”。他认为粉丝群体在参与生产实践的过程中，担任了积极消费者的角色，通过已有的材料积累，对所获取的文本进行游猎式解读，以自主性的符号阐释建构出相应圈层的社群生态^①。B 站亚文化群体在进入历史文化纪录片这一场域之后，对片中的传统文化内容进行了高度自由的二次创作，无论是表情包还是鬼畜拼贴视频或是国风元素还原，都带有各自群体的鲜明烙印。B 站插画艺术 up 主“画画的玉玉卿”将纪录片中的金瓯永固杯、孝靖皇后凤冠、长信宫灯、四羊方尊等“国宝”拟人化，使得原本厚重而肃穆的尘封物件变得年轻而富有朝气，粉丝则通过弹幕的形式对文物及背后历史人物的故事进行解读，创造出彼此交流与狂欢的互动空间。在视

^① [美]亨利·詹金斯.文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化[M].郑熙青译.北京:北京大学出版社,2016:4-6.

频精彩之处，会出现大量二次元弹幕话语，例如“前方高能预警”、“啊啊啊太美了，你币有了”、“画风杀我”等，这种集中式的弹幕刷屏极易营造出“花车巡游式”的快感，使得受众通过互动展演获取个体的满足感与成就感，从而沉浸在群体情绪浸染的环境中引发对于传统文化的认同。



图 4-3 国宝“金瓯永固杯”、“孝靖皇后凤冠”拟人化形象

原本陈列于博物馆中静默的国宝在青年社群的解读之下，从“活”起来到“火”起来，并在 B 站之外的各大社交媒体成为“顶流”，例如三星堆出土的陶猪撞脸《愤怒的小鸟》中的反派绿猪、青铜人像因外型被戏称为奥特曼、西周的云纹铜五柱器设计神似现代路由器等，这些“高冷”的文物被赋予暖萌化的语境，让受众能够“触摸”“感知”到文物所具有的温度，通过再创作将其文化意义与社会互动意义重新连接。不同的亚文化群体通过拼贴、映射的方式，将文物和历史与各自圈层的语言、事物相结合，既提升了趣味，又能够增强受众的记忆与认知。通过戏谑式、世俗化的展演，看似个性、反叛的亚文化以非抵抗式的文化扩编与传统文化相融合，在相应的亚文化圈子中不断扩散，这种由兴趣引发的对传统文化的溯源和学习，为青年带来了更直接、实用的文化体验^①，从而产生认同的内驱力，提升了其文化认同度。

^① 毛湛文,高山等.青年亚文化,在“破壁”中展现新图景[N].光明日报,2020-07-24(07).

当青年亚文化主动拥抱传统文化,弥合了既有的代际鸿沟时,传统文化也有意识地将主流价值观加入亚文化元素,以青年二次元流行语有效解读重大的历史事件、传播民族情怀。《历史那些事》作为一部网生新派纪录片,内容与形式区别于以往的传统纪录片,顺应青年受众的兴趣与审美,将“创意中插”融入到鲜活的历史中,并结合大量“鬼畜梗”合理改编,被受众称为“第一个吃螃蟹的勇士”。这种传统文化传播形式的改变,与B站风格契合度非常高,但在轻松诙谐之余并不失文化深度,寓教于乐的展现形式使得青年社群更易于接受与转换知识。在第一集《在下东坡,一个吃货》中,苏轼通过rap的方式唱出自己怀才不遇,被贬之后却成为一位美食家的故事;第三集《请回答904》在讲述隋文帝杨坚的生平时,运用了“铁骨铮铮王境泽”、“窃·格瓦拉周某人”等网络热梗,拉近了原本严肃庄重的历史与青年受众间的距离。在亚文化群体以一种“新潮”的姿态主动挖掘和解读传统文化内涵时,这类官方“下场”玩梗的新创思维也有效打破了次元壁,引发了一场双向互动的弹幕狂欢。

在传统文化与青年亚文化关系的演变中,伯明翰学派所持有的“抵抗”与“收编”理论逐渐向“协商”与“融合”方向发展,当下的亚文化也在寻求主流文化的认同与肯定,寻求与主流文化的积极对话^①。尤其在B站网生新派纪录片中,主流文化的展现形式预留了弹幕发酵的空间,受众能够迅速捕捉主创埋下的“笑点”“萌点”甚至“槽点”,将其媒介效用最大化,相反关掉弹幕独自欣赏时,反而会忽略某些情节设置,产生理解上的差异。在前文对于弹幕内容的分类中,亚文化群体使用网络语言或B站特色话语发出带有调侃意味的感慨,针对夸张、戏剧性、笑点、记忆点等部分进行戏谑式的情绪释放,归类为“吐槽玩梗”类,例如“涨姿势了”、“破防了xdm”、“叉会儿腰”、“御前带刀猫卫”等,占比超过11%,证明青年亚文化正逐渐向传统文化融入,并通过文化碰撞结合出青年受众青睐的“新场域”。

弹幕文化最初作为一种反抗主流社会和大众文化的方式,常使用大众难以理解的“暗语”进行沟通,从而将主流社会和大众群体排斥在外^②。但随着传统文化不断涌入亚文化圈层,并且呈现的内容与方式也有意识地贴近其风格时,“弹幕族”小众、反叛的特点被普遍的大众文化所浸染,其语言符号也变得更加多样化。根据历史文化纪录片弹幕风格的迥异,可将其分为三类:萌、梗与仪式化文本。“萌”语言原本用来表达

^① 马中红.国内网络青年亚文化研究现状及反思[J].青年探索,2011(04):5-11.

^② 曾一果.弹幕背后青年群体的情感需要与价值诉求[J].人民论坛,2021(10):34-37.

ACGN 群体对于二次元人物的喜爱,逐渐发展为具有儿童化叙事的话语风格,如《我在故宫六百年》中出现的形似天马的摆件,弹幕纷纷称其为“超级萌的小怪兽”、“独角兽”等,通过自我幼化、矮化的语言消解了文物本身的严肃性,并提升了其亲和力。玩“梗”作为 B 站的另一大特色,能够极大增强弹幕的趣味性,以“语音变异”和“词汇变异”的方式所形成的“热梗”,能够充当受众情绪的“解压阀”,通过理解背后的“隐喻”而在同一群体中产生身份认同,如故宫系列姊妹篇上线后,众多故宫迷纷纷在弹幕中感叹“爷青回”^①,表达自己对于该主题纪录片的怀念与企盼,并且将故宫中出现的猫也戏称为“御猫展昭”。第三类“仪式化文本”具有更加直接与强烈的情感表达,许多亚文化受众被纪录片中的传统文化内容所感染,发出了如“大明强音千古不绝”、“中华文化永垂不朽”、“故宫人故宫魂,吾辈定传承”等赞叹,是其以“中华民族共同体”的身份共享主流意识形态,并与亚文化身份碰撞、结合的成果,凸显出该群体在符号与仪式的维系下内心热烈的认同情感。

B 站青年社群的文化身份原本在不同圈层中存在明显的区隔,且亚文化群体所具有的严格的准入机制使得传统文化与其产生难以逾越的鸿沟,但随着官方话语的“降维”与亚文化的积极“展演”,这种双向互动为受众提供了一种“新场域”,通过虚拟在场的弹幕仪式在纪录片中完成了彼此认同的狂欢和治愈。历史文化纪录片所展现的文物器皿与历史遗迹被视为一种带有时间维度的“文化认同物”,其内在意义通过符号象征而形成强大的“感染域”,青年社群以自己的方式解构与重构其文化内涵,将亚文化的“新知”与传统文化的“已知”相融合,促进了两者的深度参与,使得传统文化与青年亚文化的关系由断裂转向统一,提升了青年社群对于共同体的认知与民族文化的认同。

^① “爷青回”是“爷的青春回来了”的缩写,作为网络流行词常用来表达青春时代所熟悉的人或事物的再现。

结 语

B 站以系列拜年祭和国创崛起等与主流文化接轨的形式,使其二次元内容与 UGC 视频相互反哺的模式发生变革。在以传统文化为题材的作品“刷爆”B 站之后,多部历史文化纪录片与青年社群之间产生了微妙的反应,并在官方话语和亚文化群体中构筑了一种能够完成彼此认同的“新场域”。这场双向奔赴使得讲述传统文化的纪录片快速走向了年轻人,并以高度融合的态势与亚文化群体共存。B 站的青年社群以独特的弹幕话语和互动仪式塑造了个体到共同体的身份确认,以隔空狂欢的方式实现不同圈层的文化融通,继而引发了对传统文化的认同。在“文化复兴”的大背景下,这样的良性互动无疑是提升文化认同的有效路径。

本研究关注到 B 站历史文化纪录片的“出圈”,并与当代年轻人相勾连从而撬动其“认同感”这一现象,基于“文化认同理论”,运用内容分析法、问卷调查法与深度访谈法,从“出圈”作品所覆盖的青年社群角度出发,探讨该群体在认知层面所表现出的认同以及对传统文化形成认同的建构逻辑。从其生产传播实践之中挖掘青年受众的群体特征,厘清该群体观看纪录片的行为与其认同度之间的关系,从认知、情感、行为各层面分析纪录片对青年社群所引起的反应、引发的共鸣。

基于纪录片个案《我在故宫六百年》的弹幕内容分析,本研究通过青年社群的话语实践对其文化认同表征作了初步的分类与描述。笔者利用 Python 数据抓取工具对该纪录片的三集弹幕进行爬取,通过类目建构将样本指标划分为文本特征、词频解码、内容分类、情感表达、动机生产五大类,并设置关键变量逐一编码,通过分类统计勾勒出青年社群在认同主体、文化表象与意义共享三方面的话语实践特征。同时,为提升研究样本的代表性,笔者依托使用与满足理论设置纪录片受众的文化认同度调查问卷,发放总数约 500 份,通过李克特五级量表将受众的多元认同转变为可量化的数据,探讨纪录片媒介使用与文化认同满足程度的相关性。最后,在以上量化研究的基础上选择 20 位目标受众进行深度访谈,了解其在观看纪录片的过程中主动参与认同建构的逻辑,通过定性分析探究文化认同从个体到共同体的延续和发展。

研究发现,作为文化认同主体的 B 站青年社群是不同文化间交错覆盖形成的多元新生代文化群体,以弹幕话语的表意实践呈现出圈层认同景观。不同主体间通过弹幕

符号的解码构建了彼此对同一文化既定的认知基础,以语言表征作为中介,将认同的主体与客体、个体与共同体相连接,建立起隔空交流的桥梁。在以兴趣、精神需求凝结而成的趣缘关系中,语言符号本身具有的含义在表意的过程中被拆解、演变,通过“意指”实践构成认同产生的基础要素,即“意义的共享和生产”。从构成主义的角度出发,弹幕衍生出的凌驾于纪录片之上的意义空间,为青年社群的情感交换、动机生产与隔空狂欢提供了“场域”,凸显了符号表征系统在建构文化认同的过程中起到的基础性作用。

通过 B 站青年社群的媒介参与和生产实践,本研究进一步使用量化分析对受众的社会学人口特征、观看历史文化纪录片的媒介行为、总体的文化认同度及各变量间的相关性进行测量。经数据统计可知受众在认知、情感、行为三个维度的文化认同度较高,其中认知与情感的认同数值显著,与纪录片媒介使用呈正相关关系,因此构成了“高情感-高认知”双重正向依赖的特征。作为多元认同凝结的结果,青年社群所建构出的文化认同在现代语境下越来越呈现出碎片式的、多维度的趋势,通过历史文化纪录片中民族共有的历史经验和文化记忆,个体的“差异”被归入到共同体的“同一”中,最终形成“想象的共同体”,为认同的存在与维系提供了保障。

审视这场文化认同实践,可以看出青年社群在接受、平衡、认同、内化的过程中,文化身份与主体意识都发生了变化。通过自我认同的主动性建构,青年社群将“我是谁”的过去式书写转变为“我将成为谁”的未来式塑造,以“现实自我的再现”与“理想自我的投射”等方式深化纪录片与个人的情感依赖。在此基础上,纪录片中所传达的符号意向、纪念仪式等集民族荣耀与创伤于一体的二元叙事,以拼贴式的手法刻画并还原了历史样貌,使得受众在仪式互动与刻写实践中唤醒集体记忆、强化身份意识,对民族文化的认知也更具归属感。在自我与集体的双重规训下,青年社群的文化认同逐渐实现不同圈层的交融共享,跨越了诸多差异化且相对复杂、边缘的话语实践,以非抵抗式的文化扩编使原本断裂的传统文化与青年亚文化走向统一。从自我到集体再到民族文化的认同过程中,青年社群通过戏谑式的展演不断弥合鸿沟,最终完成了共同体认同的狂欢和治愈。值得注意的是,历史文化纪录片作为建构文化认同的路径之一,与青年所持有的文化共识仍存在一定差距,因此在后续的研究中应辩证思考两者间破壁融合机制的复杂关系。

参考文献

一、中文文献

1、著作类

- [1] [法]路易·阿尔都塞.意识形态与意识形态国家机器[A].齐泽克,阿多尔诺.图绘意识形态[M].方杰译.南京:南京大学出版社,2006.
- [2] [美]J. 阿莫斯·哈奇.如何做质的研究[M].朱光明等译.北京:中国轻工业出版社,2007.
- [3] [美]艾尔·巴比.社会研究方法[M].邱泽奇译.北京:华夏出版社,2005.
- [4] [美]保罗·康纳顿.社会如何记忆[M].纳日碧力戈译.上海:上海人民出版社,2000.
- [5] [美]本尼迪克特·安德森.想象的共同体:民族主义的起源与散布[M].吴叻人译.上海:上海人民出版社,2016.
- [6] [美]迪克·赫伯迪格.亚文化:风格的意义[M].陆道夫,胡疆锋译.北京:北京大学出版社,2009.
- [7] [美]弗朗西斯·福山.国家构建——21 世纪的国家治理与世界秩序[M].黄胜强等译.北京:中国社会科学出版社,2007.
- [8] [美]亨利·詹金斯.文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化[M].郑熙青译.北京:北京大学出版社,2016.
- [9] [美]曼纽尔·卡斯特.认同的力量[M].夏铸九,黄丽玲等译.北京:社会科学文献出版社,2003.
- [10] [美]塞缪尔·亨廷顿.文明的冲突与世界秩序的重建[M].周琪等译.北京:新华出版社,1997.
- [11] [美]斯蒂芬·平克.人性中的善良天使:暴力为什么会减少[M].安雯译.北京:中信出版社,2015.
- [12] [美]伊莱休·卡茨,保罗·F·拉扎斯菲尔德.个人对大众传播的使用[M].张宁译.北京:中国人民大学出版社,2016.
- [13] [日]竹内郁郎.大众传播社会学[M].张国良译.上海:复旦大学出版社,1989.

- [14] [英]安东尼·吉登斯.现代性与自我认同:现代晚期的自我与社会[M].赵旭东,方文译.北京:生活·读书·新知三联书店,1998.
- [15] [英]戴维·莫利,[英]凯文·罗宾斯.认同的空间:全球媒介、电子世界景观和文化边界[M].司艳译.南京:南京大学出版社,2001.
- [16] [英]丹尼斯·麦奎尔,斯文·温德尔.大众传播模式论[M].祝建华译.上海:上海译文出版社,1987.
- [17] [英]罗杰·迪金森等.受众研究读本[M].单波译.北京:华夏出版社,2006.
- [18] [英]麦克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明译.南京:译林出版社,2000.
- [19] [英]斯图尔特·霍尔.表征——文化表征与意指实践[M].徐亮,陆兴华译.北京:商务印书馆,2013.
- [20] [英]斯图亚特·霍尔,托尼·杰斐逊.通过仪式抵抗:战后英国的青年亚文化[M].孟登迎,胡疆锋等译.北京:中国青年出版社,2015.
- [21] 蔡尚伟.电视文化战略[M].北京:中国市场出版社,2007.
- [22] 广播电视简明辞典编辑委员会.广播电视简明辞典[M].北京:中国广播电视出版社,1989.
- [23] 郭强.调查实战指南——问卷设计手册[M].北京:中国现代经济出版社,2004.
- [24] 胡晓明.文化的认同[M].合肥:安徽教育出版社,2008.
- [25] 李慎之,何家栋.世界已经进入全球化时代[A].中国的道路[M].广州:南方日报出版社,2000.
- [26] 欧阳宏生.纪录片概论[M].四川:四川大学出版社,2010.
- [27] 邱均平,王日芬.文献计量内容分析法[M].北京:国家图书馆出版社,2008.
- [28] 童清艳.受众研究[M].上海:上海交通大学出版社,2013.
- [29] 王列.电视纪录片创作教程[M].北京:中国广播电视出版社,2005.
- [30] 王媛.非物质文化遗产的文化认同问题研究:基于中国经验分析[M].上海:上海交通大学出版社,2021.
- [31] 伍庆.消费社会与消费认同[M].北京:社会科学文献出版社,2009.
- [32] 俞楠.文化认同的政治建构[M].上海:上海交通大学出版社,2018.
- [33] 张雯雯.融媒体时代中国电视文化身份论[M].昆明:云南大学出版社,2018.

- [34] 郑晓云.文化认同论[M].北京:中国社会科学出版社,1992.
- [35] 周宪.霍尔:谁需要“认同”? [A].文学与认同:跨学科的反思[C].北京:中华书局,2008.
- [36] 周翔.传播学内容分析研究与应用[M].重庆:重庆大学出版社,2014.

2、期刊论文类

- [1] 安妮特·希尔,侯晓艳.重塑“事实”——观看新闻、纪录片和真实电视[J].新闻与传播评论,2008(00):1-15+251-252.
- [2] 蔡骥.网络虚拟社区中的趣缘文化传播[J].新闻与传播研究,2014,21(09):5-23+126.
- [3] 戴盈.从文化支撑到民族认同和国家形象传播——纪录片《舌尖上的中国》和《寿司之神》的比较[J].现代传播(中国传媒大学学报),2014(07):103-105.
- [4] 董天策,杨龙梦珏.国族的想象:作为修辞实践的网络民族主义——对 B 站《中国历代疆域变化》弹幕的幻想主题分析[J].国际新闻界,2021,43(04):6-29.
- [5] 方妍.网生新派纪录片是怎样炼成的——专访哔哩哔哩(B 站)纪录片高级顾问朱贤亮[J].上海广播电视研究,2020(01):67-69.
- [6] 李鲤.“一带一路”主题纪录片对文化共同体的影像建构[J].传媒,2020(07):40-43.
- [7] 李萌.器物文明视角下国宝的影像叙事与文化认同建构——以纪录片《如果国宝会说话》第一季为例[J].新闻爱好者,2019(01):29-33.
- [8] 林品.青年亚文化与官方意识形态的“双向破壁”——“二次元民族主义”的兴起[J].探索与争鸣,2016(02):69-72.
- [9] 吕新雨.中国纪录片:观念与价值[J].现代传播,1997(3):57-61.
- [10] 马晓虎.日常生活视域下的家园叙事——少数民族题材纪录片的文化特征与叙事策略[J].当代电视,2019(09):72-75.
- [11] 马中红.国内网络青年亚文化研究现状及反思[J].青年探索,2011(04):5-11.
- [12] 孟鸣歧.全球化:文化认同与文化冲突[J].北京行政学院学报,2000(02):54-55.
- [13] 项久雨.青年为何热衷“国风”文化[J].人民论坛,2020(17):98-101.
- [14] 许纪霖.文化认同的困境——90 年代中国知识界的反西化思潮[J].华东理工大学学报(文科版),1996(04):14-17.

- [15] 阎嘉.文学研究中的文化身份与文化认同问题[J].江西社会科学, 2006 (9): 63-64.
- [16] 杨兰,白苏婷.认同概念多学科释义与整合[J].人民论坛,2014(34):178-180.
- [17] 曾庆香.“饭圈”的认同逻辑:从个人到共同体[J].人民论坛,2020(19):14-23.
- [18] 曾一果.弹幕背后青年群体的情感需要与价值诉求[J].人民论坛,2021(10): 34-37.
- [19] 战泓玮.网络虚拟偶像及粉丝群体认同建构[J].青年记者,2019(11):7-8.
- [20] 张朝阳,程原.聚焦手艺人:传统工艺纪录片中的双文化叙事研究[J].河南大学学报(社会科学版),2021(06):135-142.
- [21] 张汝伦.经济全球化和文化认同[J].哲学研究,2001(02):17-24+79.
- [22] 左宏愿.原生论与建构论:当代西方的两种族群认同理论[J].国外社会科学, 2012 (3):108.

3、硕博论文类

- [1] 刁金星.破壁与融合:二次元文化中的主流话语实践[D].中国社会科学院研究生院, 2020.
- [2] 刘晓晓.哔哩哔哩自制纪录片的叙事策略研究[D].山东大学,2020.
- [3] 芦晨辰.文化表征视域下李子柒美食类短视频受众的身份认同建构[D].上海外国语大学,2021.
- [4] 王玉.网络表情符号及其建构的文化认同现象研究[D].兰州大学,2016.
- [5] 杨桃莲.大学生自我认同的建构[D].复旦大学,2009.
- [6] 杨紫秋.斯图亚特·霍尔“文化认同”思想新探[D].武汉大学,2018.
- [7] 朱赟.新媒体形态下非物质文化遗产传播路径认同度研究[D].中国科学技术大学, 2018.

4、报纸网络类

- [1] 龚丹韵.从 B 站破圈,看青年文化[N].解放日报,2020-04-20(09).
- [2] 毛湛文,高山等.青年亚文化,在“破壁”中展现新图景[N].光明日报,2020-07-24(07).

- [3] 2021-2022bilibili 纪录片发布会[EB/OL].https://www.bilibili.com/bangumi/play/ss39899/?from=search&seid=17440439272622881488&spm_id_from=333.337.0.0,2021-11-13.
- [4] Requests 库[EB/OL].<https://zhuanlan.zhihu.com/p/34047964>,2018-02-27.
- [5] 大众传媒受众研究理论梳理[EB/OL].<https://wenku.baidu.com/view/8ec941ae657d27284b73f242336c1eb91a37339b.html>,2019-08-01.
- [6] 李洋.最大的二次元社区 B 站是如何做内容、社群和 UGC 运营的? [EB/OL].<https://www.jianshu.com/p/a7d67e5b941b>,2019-06-22.
- [7] 新华网.中长期青年发展规划（2016-2025 年）[EB/OL].http://www.ce.cn/xwzx/gnsz/gdxw/201704/14/t20170414_21955942.shtml,2017-04-14.

二、外文文献

- [1] Babbie, E.R. The Practice of Social Research[M]. Belmont, CA:Wadsworth Publishing,1992.
- [2] Blumler, J.G. & Katz, E. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research[M]. Beverly Hills: Sage publications,1974.
- [3] Denis Mcquail. Audience Analysis[M]. Beverly Hills: Sage publications,1997.
- [4] Holsti, O.R. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities[M]. Reading, MA: Addison-Wesley,1969.
- [5] Krippendorff, K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology[M]. Beverly Hills, CA: Sage,1980.
- [6] Neuendorf, K.A. The Content Analysis Guidebook[M]. Los Angeles:Sage, 2016.
- [7] Christian Metz. Der fiktionale Film und sein Zuschauer[J]. Eine metapsychologische Untersuchung,1994(10):103-112.
- [8] Guynn, W.H. Der Dokumentarfilm und sein Zuschauer[J]. Medienwissenschaft Rezensionen Reviews,1998:25-28.
- [9] Jensen, K.B., Rosengren, K.E. Five Traditions in Search of the Audience[J]. European Journal of Communication,1990,5(2):207-238.
- [10] Joseph S. Nye, Jr. The Changing Nature of World Power[J]. Political Science Quarterly,1990,105(2):181-182.

- [11] Wenzel E. Eva Hohenberger (Hg.): Bilder des Wirklichen. Texte zur Theorie d
es Dokumentarfilms[J]. Medienwissenschaft Rezensionen Reviews,1998:274-275.

附 录

附录 1 弹幕样本（节选）

弹幕文本	发送时间	弹幕文本	发送时间
和故宫一起跨年	2020/12/31	携纪录片跨年哈哈	2020/12/31
致敬守护故宫的故宫人	2020/12/31	来了来了	2020/12/31
清新 er 来看了！疯狂打 call！	2020/12/31	这种一做就是一辈子	2021/1/1
我这辈子的愿望在北京租个房子每周去一次故宫	2021/1/1	我去了丹宸永固大展，在人还不多的时候	2021/1/1
元旦快乐！2021 年啦！	2021/1/1	六百多岁古董木	2021/1/1
好像单霁翔院长	2021/1/1	宫阙万间都做了土	2021/1/2
中国龙脉最大的两条线一个是秦岭淮河一代的龙脉，一个是燕山一代的龙脉，	2021/1/2	短短几句话，连我这种外行人听着都感觉特别有力量，很骄傲	2021/1/2
当你们自己干到这份工作就知道有多辛苦了。	2021/1/3	说的是故宫 600 年，我看就是满清三百年	2021/1/3
真想通过文物的眼去感受那份历史	2021/1/3	那个年代的这种大号贝壳估计现在已经绝种了吧	2021/1/3
看到这些总想起消失的圆明园能有多厉害	2021/1/4	六百岁的建筑和两年的疫情，最古与最幼	2021/1/4
真有文化气息，接杏子都用宣纸	2021/1/4	老将不死，薪火相传	2021/1/5
淦 看展的时候没注意	2021/1/5	什么我的大清亡了？	2021/1/5
这个纪录片拍出来说不定后人能看见呢	2021/1/6	放松心情去观赏期待已久的纪录片	2021/1/6
这个地面儿微距的感觉太棒，仿佛地面儿就是一个小小的丛林。	2021/1/7	外婆家以前也有这样的瓦片，总喜欢在底下玩光线	2021/1/7
肯定有北京户口啊，这是事业单位，有编制的	2021/1/7	我是女的也遗憾没学考古，前面喜欢学考古的等等我	2021/1/7
松木跟金丝楠木比，差的有点多吧	2021/1/7	趁夜色。。。总有一种偷运的感觉	2021/1/7
我爷爷 33 年的，希望我爷爷和这些爷爷奶奶们身体健康，长命百岁	2021/1/8	感觉上新了故宫已经变成了偏向于人和文创综艺，还是喜欢沉稳的纪录片	2021/1/8
想起了学中国建筑史的恐惧	2021/1/8	太心疼了这双手...师傅辛苦了	2021/1/8
其实中国传统绘画很早就有透视 宋代山水常有近大远小	2021/1/8	啥时候开放啊啥时候开放啊羡慕这个工作	2021/1/8
xswl 皇上头上偷工减料 这欺多	2021/1/8	和明孝宗相比，乾隆就是个铁	2021/1/9

大君啊		渣男	
你们的名字无人知晓，你们的功绩永世长存	2021/1/9	啥都不干 就撸猫 i 哈哈哈哈哈哈	2021/1/9
大明的家业，鸠占鹊巢	2021/1/9	(^· ɪ · ^)(^· ɪ · ^)	2021/1/9
延禧宫是故宫内唯一的西洋建筑	2021/1/10	大红大绿的配色唐代就流行了	2021/1/10
前面建筑学生的等等我 我也是 (/▽ /)	2021/1/10	啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊东哥	2021/1/10
要是我们能赶上第一次工业革命，国内的百年企业也不会少	2021/1/11	人一辈子能做程一个东西就是功德无量了。	2021/1/11
其实故宫一直都走车的。西边有门跟道，你出神武门前往西看就能看到，车道是跟游客隔开的	2021/1/11	别吹德国工匠精神了，和日本工匠精神一样，都属于宣传效果，水分很大的。	2021/1/11
嘉靖年间营造养心殿的工部侍郎是谁？一查一个准	2021/1/12	三十年不上朝，权利结构拿捏的死死的~~~~~	2021/1/12
穿越时空有幸看到，不知道是哪位才子写的字，潇洒笔画。	2021/1/12	比松木好的木头多得是，为啥非要用松木？	2021/1/12
边焦虑边享乐，跟我考试前一晚还在玩手机一样...	2021/1/12	工部侍郎胆大包天啊哈哈哈	2021/1/13
人均央美	2021/1/13	现代的纸保存不了一百年	2021/1/13
中国人做事情，讲究千秋万代的延续，做一件事情，都是百年规划起步	2021/1/13	拉出线，放在要划线的地方，拉起墨线，松开，利用回弹划线	2021/1/13
将来看这段纪录片，戴口罩的画面也见证了一段历史	2021/1/14	民间有言：和珅跌倒，嘉庆吃饱	2021/1/14
百年了居然没有腐朽，证明里面真的干爽，而且古时候的东西好耐用	2021/1/14	刚巧也是我在故宫修文物第三集出现的杨老师，刚才进错片场看到的	2021/1/14
致敬 谢谢你们	2021/1/15	发自内心的热爱很有魅力	2021/1/15
泪目	2021/1/15	嘉靖狂喜	2021/1/15
突然想到奇葩说的辩题 博物馆失火 是救画还是救猫 一幅幅画后面是一代代故宫人的心血	2021/1/20	说真的，看到这些工作人员就明白我们的文物能保存这么好，故宫没像法国那样着火都是有一定原因的	2021/1/20
好家伙天天用丙酮，有毒的呀	2021/1/20	京腔好重哈哈哈哈	2021/1/21
修文物是一个很漫长的过程，一修就是好久好久，不是所有人都有这份耐心的。	2021/1/21	你有当故宫泥瓦匠的资格你没去我才服你，你连资格都没凭什么说他们	2021/1/21
就故宫扫地的也可能也得是大学文凭加北京户口	2021/1/21	我拍过跟这个一模一样的 春夏秋冬啊 泪目	2021/1/21
哇哦，身为山西人不知道琉璃，惭愧了	2021/1/24	时光匆匆，2121 年的小伙伴看到这条，请点赞 o(n n)o	2021/1/24

又一个传承人	2021/1/24	可爸导师排面	2021/1/25
一到文保科技部音乐风格就变得亲民了	2021/1/25	我是一个粉刷匠，我粉刷本领强	2021/1/25
皇帝：给朕拔几根早来煮火锅！	2021/1/25	陕博出盲盒了	2021/1/25
主要还是金箔的出现吧，成本大大降低 2333333	2021/1/25	古代房屋过几年就要修缮，不管的话十几年就没了	2021/1/25
没看到是工程管理处拍的吗又不是专业的摄影师有这份记录就不错了要求那么多	2021/1/26	在家里补过墙上小窟窿眼就知道了要想把墙抹平了那真是需要技巧的。	2021/1/26
格子格子格子格子格子	2021/1/26	出同款文创吗？	2021/1/27
人都说是（清）嘉庆年，不是（明）嘉靖年。后期清朝修复的，马马虎虎修复就好。	2021/1/27	赶紧给身边坐着的德国小哥科普了一下他们德国瓷砖在紫禁城落脚的证据 hhh	2021/1/27
晃的那部分是部门拍摄的，是为了记录知识吧	2021/1/28	单院长真的把工作和爱好合而为一了！	2021/1/28
他们这都是方言，普通话也算方言一种	2021/1/28	丹宸永固，看看这词儿，老祖宗真有文化	2021/1/28
美国 299 年，可不是不止两百年吗？可没法和故宫这一砖一瓦比，还有如果你要把英国造出美国，和美国“独立自主”都算上，也没有我们一个零头啊！	2021/1/29	很棒的片子，但在第二集，第 47 分 49 秒出现的画面令我吃惊，实物应该由头部和躯干两部分粘接而成一个整体，但完成后的粘接应该是个错误，身体胸前有三缕胡须，和头像接不上，头像应该是个道教的中年人。	2021/1/29
希望故宫能拥有更多的 600 年！	2021/1/29	白天猫在睡觉	2021/1/29
又是俺老朱家的人	2021/1/30	泪目	2021/1/30
哪怕有一部分可以保留下来呢。慢慢的舍不得。看哭了	2021/1/30	雨夜时候黛玉借给宝玉照亮的琉璃灯球就是明瓦做的	2021/1/30
雪梨纸的声音真好听	2021/1/30	来！要我立马去！	2021/1/30
这么一看挺有意思的。刚被老师傅们喷了，回头就去教小朋友	2021/2/2	不知道为什么 看着一代一代人维护这这个民族的点点滴滴 居然看哭了	2021/2/20
原来的紫荆城是皇帝的紫荆城，现在的故宫是人民的故宫！	2021/2/5	绝绝子ㄟㄟㄟㄟㄟ	2021/3/6

附录 2 文化认同度调查问卷

您好，感谢您在百忙之中抽出时间参与此次问卷调查。本问卷旨在探究 B 站历史文化纪录片青年社群在观看纪录片后所形成的文化认同度，请您根据个人的实际情况进行选择作答。本问卷的填写均采用匿名形式，所得数据仅供学术研究分析使用，严格保密个人信息，请放心填写！

（备注：B 站热门纪录片包括但不限于《历史那些事》、《中国通史》、《如果国宝会说话》、《我在故宫修文物》、《河西走廊》、《我在故宫六百年》、《寻找手艺》）

一、受众的基本信息：

1. 您的性别是：[单选题]

☐男 ☐女

2. 您的年龄是：[单选题]

青年受众年龄范围为 14-35 岁

☐14-17 岁 ☐18-22 岁 ☐23-30 岁 ☐31-35 岁 ☐不在以上范围内（结束）

3. 您目前的职业是：[单选题]

☐学生 ☐国家机关/事业单位 ☐民营/私营/个体户 ☐其他_____

4. 您的最高学历是：[单选题]

☐高中及以下 ☐大专 ☐本科 ☐硕士及以上

5. 您的收入状况是：[单选题]

☐5000 元以下 ☐5000-10000 元 ☐10000-20000 元 ☐20000 元以上

二、受众观看历史文化纪录片的媒介行为：

6. 您观看历史文化纪录片的频率是：[单选题]

☐每天观看 ☐经常观看 ☐偶尔观看 ☐想起来才看

7. 您每次观看历史文化纪录片所用时长是：[单选题]

☐小于半小时 ☐半小时到一小时 ☐一小时到两小时 ☐两小时以上

8. 您选择观看历史文化纪录片的原因是：[多选题]

☐纪录片内容吸引 ☐获取历史文化知识 ☐学习或工作需要 ☐娱乐消遣

☐他人推荐 ☐其他_____

9. 您观看历史文化纪录片时参与弹幕、评论、点赞、分享等互动的频率是：[单选题]

☐几乎每次 ☐经常 ☐偶尔 ☐从不互动

10. 您对历史文化纪录片所展现的传统文化的认可程度是：[单选题]

☐10%以下 ☐10%-30% ☐30%-60% ☐60%-90% ☐90%以上

三、受众对纪录片所传达文化的总体认同度：

请您根据自身的情况对以下观点进行打分，1表示“非常不同意”，2表示“不同意”，3表示“不确定”，4表示“同意”，5表示“非常同意”。

文化认同的认知满足：

11. 我了解历史文化纪录片所传达的文化内涵[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

12. 观看历史文化纪录片有助于提升我对传统文化的认知[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

13. 我清楚自身所持有的历史文化身份意义[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

14. 历史文化纪录片很好地传播了传统文化[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

文化认同的情感满足：

15. 我为纪录片中所展现的历史文化成就而感到自豪[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

16. 我看到相关的历史文化内容会产生强烈的归属感[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

17. 看完历史文化纪录片我会感到愉悦[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

18. 看到关于我国历史文化的负面评论我会感到排斥[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

19. 我认为传承和发扬传统文化是我的责任[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

文化认同的行为满足：

20. 看完纪录片后，我更乐于参加与传统文化相关的活动[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

21. 我希望在生活中接触更多历史文化知识[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

22. 我愿意将历史文化纪录片推荐给别人[量表题]

非常不同意 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 非常同意

附录 3 受访者信息表

序号	访谈对象	年龄	地区	学历	专业	职业
1	MS	25	陕西西安	大专	动漫设计与制作	游戏设计
2	XYJ	26	江西宜春	大专	物流管理	销售
3	YGR	25	陕西延安	硕士	比较文学与世界文学	学生
4	YKL	26	湖北孝感	本科	汉语言文学	小学教师
5	BYC	31	江苏南京	硕士	风景园林	高校辅导员
6	MDY	25	重庆九龙坡区	本科	广播电视学	影视后期剪辑
7	ZS	24	山东济南	硕士	新闻传播学	学生
8	WJJ	25	英国伦敦	硕士	营销传播	学生、自媒体创业
9	ZXH	24	陕西咸阳	高中	无	销售
10	LC	24	安徽宿州	初中	无	市民中心前台
11	HZJ	33	内蒙古鄂尔多斯	高中	无	货车司机
12	SC	25	安徽合肥	本科	自动化	电气工程师
13	HYR	17	辽宁大连	高中	无	学生
14	MYF	19	香港	本科	法语	学生
15	MQ	24	陕西西安	本科	应用物理学	教培机构老师
16	LYC	30	云南丽江	本科	会计学	公务员
17	DZG	32	四川西昌	硕士	数学与应用数学	高中数学老师
18	YRW	33	北京	本科	新闻学	财经公关
19	DSQ	30	天津	本科	化学	大专院校老师
20	SSR	24	上海	硕士	传播学	广告策划

附录 4 访谈材料（节选）

节选访谈设置的部分问题，整理自 20 位受访者的回答内容。

1. 请问您看过哪些历史文化类纪录片？

YGR: 历史文化类的纪录片看的比较多，比如说《航拍中国》、《舌尖上的中国》、《河西走廊》，还有关于西安的一些纪录片，比如说《大明宫》、《盛世长安》，我忘了是不是这个名字，还有《春秋》，还有关于孔子的。

BYC: 这两天在看的就是《我在故宫六百年》，之前看过《我在故宫修文物》以及一些历史类的，就是像历史人物类型去讲述某个朝代的皇帝、大臣的故事。也看过一些文物爆款，比如《如果国宝会说话》。

DSQ: 在闲暇时间我会关注一些讲述咱们祖国历史人物和文化遗产的纪录片，比如说像《历史那些事》还有《寻找手艺》，特别是第一个纪录片，非常生动有趣。我还记得我看过的一集叫《在下东坡，一个吃货》，讲的是唐宋八大家之一的苏轼的生平，但是是从美食的角度讲的。作为一个资深的吃货，看东坡肉、东坡肘子、羊蝎子真的太过瘾了，最重要的是这些美食是他仕途受挫被流放时做出来的，这种豁达的人生态度给了我非常大的感染，我也逐渐在成为这样的人。

2. 那您觉得这些纪录片吸引你的点是什么？

YGR: 一些文化内涵，因为我们是一个历史非常悠久的国家，而且加之我是文学专业的，对这些东西就非常感兴趣，情不自禁去关注它们。想了解文化还有好奇古人是如何生存的，看看他们的文化结晶是什么，就比如说像大明宫之类的遗址，它的历史背后都有很多趣事。

YKL: 往大地说，就是里面的文化内涵，因为那些纪录片还是很有我们中国特色的，无论是《我在故宫修文物》还是《舌尖上的中国》肯定是我们中国的一种文化，所以看这些视频的话，中国人肯定感同身受，如果是外国人也能够从中感受到中国的特色。

DSQ: 这些纪录片我感觉体现出的是一种深深的文化自信，我们祖国 960 万平方公里的大好河山以及 5000 年的传统文化，还是非常值得骄傲的，这对我们来说是一种无形的财富。

3. 看完纪录片之后,会给您留下哪些印象深刻的民族国家记忆?

WJJ: 举个例子,就看完莫高窟的那个纪录片,让我想起了清末那段丧权辱国的屈辱史,八国联军侵华,包括法国、德国还有英国的大使把我们莫高窟里的东西都搬走了,致使多少珍宝都流亡海外。当时还有一句话是说大英博物馆里的莫高窟藏品是最全的,法国卢浮宫里的藏品是最精的。我之后想去法国很重要的一个原因就是我想去卢浮宫里看莫高窟的藏品,看我们古人的技艺有多精湛。

DSQ: 比如说《航拍中国》,我看了很多名山大川以及各地的风土人情,实现了足不出户了解全国的方式,真的是非常有吸引力的一件事。像山西的平遥古城就是一大群古建筑,遗留下来真的是无价之宝,因为经过了战火,对这个印象还是比较深刻的。我最近也在看我们中国建筑这方面的研究,当时的梁思成和林徽因为中国古建筑的保留真的是下了很多功夫,而且当时像一些遗址没能完好地保留下来,他们是很遗憾的。在纪录片中我们能看到平遥古城里边那一大片古建筑,真的是非常欣慰。

4. 您对主流文化的态度是怎样的?通过观看纪录片有没有发生改变?

LHP: 之前系统学习的这些主流文化,没有让我们实质性地看到过这个文物背后、这个食物本身到底是怎么样的,或者当地的风土人情是怎么样的,感受不到,现在纪录片中看到的更鲜活生动。

YKL: 我觉得通过纪录片这种视频方式,接受度肯定变高了,从整体的受众群体来看,视频还是优于传统的文字等形式。因为大部分人都依赖于通过短视频获取知识,毕竟看书的人也变少了,这是一种便捷有效而且能够直接提供历史文化知识的方式。

SC: 肯定有,因为以前只是重复式地、机械式地去认可它,现在不一样,现在是从内心去认可它。

5. 看到一些表达强烈民族自豪感的内容,您会有什么样的感触?

YGR: 我非常激动,感觉找到了志同道合的人,而且我会第一时间对他们的弹幕或者评论点赞,因为我觉得他们跟我有共同理想,这也是我们作为一个中国人的自然的真情流露。

YKL: 那我真的是也会产生共鸣,因为这些纪录片很有中国特色,那身为中华民族的

一份子肯定很认可，我看到这些纪录片的时候，回想曾经，好像也是有那种民族自豪感的，所以看到那些言论，我肯定也会有共鸣。因为我们国家的历史文化真的是太悠久了，能够用片段把它给展示出来，就是我们了解它的一个途径，如果没有这些纪录片，我们可能就没有地方去真正了解这个活灵活现的东西。

6. 这样的感受对您的民族认同产生了什么样的影响？

YGR: 会让我更加真实客观地形成对国家的一种认知，和对这个民族的一种认可。尤其是历史上那么多民族发生的那么多故事，比如说和亲、抵御外敌之类，就会想象到我们民族发展的不易，接纳别人优秀的部分，剔除自己的糟粕，不断发展。就像我之前说的，五十六个民族五十六朵花，在异中求同，然后保留各自的风俗，有共同的理想，才能构筑源远流长的历史。

ZXH: 其实影响挺深的，就是觉得虽然说咱们处于不同地区、不同民族、不同的信仰，但是咱们总归来说还是中国人，还有骨子里的那些东西，还是会有一种亲切感。尤其是很多人对于九零后、零零后，还有像我这一类“边缘”群体会产生一些误解，比如我喜欢欧美的东西，喜欢玩说唱、纹身，那我就是“不良青年”，是“废柴青年”，但我觉得我对民族国家的爱不比他们差多少。

7. 您觉得讲述传统文化的纪录片在 B 站青年群体中爆火，有什么样的原因？

MDY: 我想是因为国家实力提升了，对于民族的自信加强了，就觉得有必要把自己优秀的文化再次发扬起来，包括 B 站里的年轻人会自发地分享一些国风方面的东西，比如传统文化中很火的是汉服，很优质的内容就获得了众多粉丝的喜欢，这方面我觉得有 B 站 up 主的贡献。

WJJ: 我觉得就是因为现在青年群体大部分是 90 后，90 后这一代人可能见证了 2008 年奥运会，包括香港回归，然后很多具有民族情感的那种转折性事件，所以我们这一代人的民族认同感是非常强的，传统文化开始逐渐受欢迎，这是一个必然的趋势，我觉得是这一代人的原因，会让传统文化未来发展的越来越好。特别是在 B 站这类技术性的平台上，他们会用自己的技能，比如说插画或者剪视频、动漫，去二次创作纪录片的内容，在青年群体中的传播越来越广泛，所以说喜爱的人也越来越多了。

MYF: 做的内容很新颖,是大家想看的,而且纪录片制作的方式越来越年轻化了,懂得接梗,跟上潮流。

8. 您有没有把自己喜欢的这些纪录片推荐给别人?

ZS: 推荐过,我主要出于情感因素,感叹我们祖国居然有这么多精美的文物、巧夺天工的建筑,所以就迫不及待地想让其他人看到这些内容,和我一样产生情感共鸣。

HZJ: 其实我平常不怎么会在社交媒体上评论分享,互动的频率很低,但是我在B站看到这些真正能够触动我心灵的纪录片时,我还是忍不住安利给别人了。因为这些东西不是虚构的,是真实存在的最精华的民族瑰宝,我们在生活中接触不到也感受不到,所以必须抓住这个机会。

攻读学位期间的研究成果

[1] 《时空、资本与惯习：大运河文化纪录影像的叙事路径分析》，传媒观察，2020（12）.

[2] 《在物质性的敞开中重构故宫形象——纪录片<我在故宫六百年>的人类学解读》，中国电视，2021（09）.

致 谢

时光流转，此刻我在苏大求学的三年即将结束，犹记当初怀抱学术理想从西北内陆来到江南水乡，石桥杨柳、烟雨梅花的景色使我为之陶醉，温润如玉、暖人心扉的师长与同学不吝赐教，使我受益匪浅。如今，初心如磐，往日时光历历在目，但已然到了说再见的时候了。

本应绚丽多彩的研究生生涯被疫情占了大半，也留有些许遗憾，但我们注定要在日常生活的点滴中寻找生存的意义，因此仅有的在校时光显得格外珍贵，在这些时光中相遇、结识的良师益友也令我倍加珍惜。

感谢我的导师张健教授三年来的谆谆教诲，张老师的睿智与渊博激发了我对学术的兴趣，在无数次组会的悉心指导下，老师在学术中深耕的精神更是极大感染了我。在对选题较为迷茫时，老师常常主动为我出谋划策，一起头脑风暴思索可行的路径。每当听完老师的一席话，我便感到如沐春风，毕业论文写作过程中，更是为我拨云见日。遇此良师，荣幸之至。

感谢传媒学院的陈龙老师、陈霖老师、马中红老师、杨新敏老师、陈一老师、张梦晗老师和徐国源老师，在诸位老师对于专业知识的教授与孜孜不倦的引导与指正下，我得以构筑了一个较为全面的新闻传播知识体系，这宝贵的财富将令我受益终生。

感谢同师门已毕业的三位好友，我们在校时的点滴时光大概就是青春最美好的样子，尤其感谢勋哥离校后与我不间断的 chat，给予了我写论文时的部分笃定。感谢学术造诣颇深的张晶师姐，有趣的灵魂和直爽的性格十分圈粉，静待姐姐的好消息。也感谢建茹、媛媛、明珠等五位可爱的同门师妹，你们给我的苏大生活带来了更多色彩，祝顺利毕业！同时，感谢我亲爱的舍友上上、鑫儿和介涵，我们的性格总是相互吸引，在一起便有无限的快乐，希望我们早日重聚，drink drink~

感谢我的闺蜜改荣，无论在生活还是学习上对我无微不至的照顾，与你“再次”相遇，注定要参与一生。感谢始终陪伴我左右的男朋友闵森，于你的爱在多年沉淀后依然浓烈，以后天长地久并肩走。最后感谢我的家人，始终作为我坚实的后盾，困难一同承担就不复困难，从现在起我也能成为你们的依靠了！

学位论文答辩委员会决议

- 包括：1、对论文的评价，包括选题的理论价值和实践意义，论文理论、方法上的开拓与创新，论据的可靠充分与结论的正确性；论文所反映的作者学术视野（对本学科及相关领域研究动态的把握）、基础理论、专业知识、写作能力等；
- 2、对答辩的评价；
- 3、是否同意通过论文答辩，是否建议授予学位或是否建议在规定时间内修改论文后重新答辩一次的结论。

雷凯虹同学的学位论文选题具有较强的现实性，也具有理论价值，对历史文化纪录片的青年接受群体的文化认同问题进行了较为深入的阐述。论文研究过程设计合理，方法运用规范适切，资料与数据分析科学、准确。论文在问题与材料的关联性论述上还可以进一步加强，以凸显所考察的特定群体的普遍意义。

该同学答辩过程中表达清晰有条理，很好地回答了答辩委员提出的问题。

经答辩委员全体投票表决，一致通过该生的硕士学位论文答辩，建议授予硕士学位。

答辩委员会主席： 陈霖 秘书： 于莉莉

委员： 王同瑞、 谷明、 _____、 _____

_____、 _____、 _____、 _____

2022 年 5 月 25 日

注：本表内容（包括答辩名单）可手签或打印