

An Analysis of Online Mourning Behavior from the Perspective of Ritual View of Communication —Take Kobe's Death Related Tweets as an Example

Shi Yongjun Liu Yuan

Abstract: With the development of digital technology and social media, the traditionally private form of death and mourning have entered the public space, and online mourning for public figures in social media has become a highly publicized media event. This paper analyzes the practice of online mourning in social media and its cultural value under the theoretical framework of James W.Carey “ritual view of communication” by taking the content and comments of microblogs related to Kobe's death as samples. The study found that in the ritual field constructed by social media for online mourning, the ritual call of mainstream media and multiple ritual symbols jointly write the unique group memory of Internet users, and eventually people realize the sharing of self-expression, good maintenance of social relations, and further promote people's identification with sports culture and sports spirit, which also has important significance for the construction of sports culture in China.

Key words: Internet mourning; Communication ritual view; Kobe's death; Social media

传播仪式观视阈下网络哀悼行为探析

——以科比逝世相关微博为例

石永军 刘 元

摘 要: 随着数字技术与社交媒体的发展,使得传统私密化的死亡与悼念形态进入公共空间,

作者简介:石永军,中南财经政法大学新闻与文化传播学院教授;刘元,中南财经政法大学新闻与文化传播学院硕士研究生。

课题项目:本研究系中央高校教改项目“全媒体背景下融合传播人才培养模式创新(31412010302)”阶段性成果之一。

文章引用:石永军,刘元.传播仪式观视阈下网络哀悼行为探析——以科比逝世相关微博为例[J].中国新闻评论,2023,4(1):24-34.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0401004>

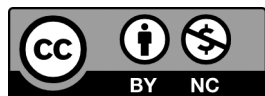
社交媒体中对公众人物的网络哀悼也成为备受关注的媒介事件。本文以科比逝世相关微博内容及评论为样本，在詹姆斯·凯瑞“传播仪式观”的理论框架下，分析在社交媒体中网络哀悼行为的实践过程及其文化价值。研究发现：在社交媒体为网络哀悼建构的仪式场域中，主流媒体的仪式感召与多元的仪式符号共同书写了网民独特的群体记忆，最终人们实现了自我情感的表达共享、对社会关系的良好维护，以及进一步推动人们对体育文化与体育精神的认同，对于我国体育文化的建设也具有重要的意义。

关键词：网络哀悼；传播仪式观；科比逝世；社交媒体

Copyright © 2023 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



美国洛杉矶当地时间2022年1月26日，誉为21世纪NBA里的最佳球员之一科比·布莱恩特坠机遇难的消息震动世界。由于新冠疫情的原因，大众无法聚集表达个人的哀思，因此在社交平台上进行悼念活动成为表达诉求的主要方式。

20世纪70年代，詹姆斯·凯瑞在《作为文化的传播》一书中提出了“传播的仪式观”概念，主张用仪式的视角来分析传播活动的本质，凯瑞强调文化的共享，目的在于维系一个社会。在媒介技术的加持下，网络哀悼成为人人都可以参与的活动，逐渐成为一种仪式，它将分散在不同地区的人们聚集在同一虚拟的社交媒体中，以群体的形式实现个人情感的表达。事实上，网络哀悼并非是近几年才出现的现象，在我国，首次出现较为专业的网上祭奠公司是在2003年3月，北京网同纪念网络技术有限公司创建了NETOR网站^①。随着互联网技术和社交媒体的快速发展，越来越多的网民在网络平台上获取信息与表达情感，网络哀悼的模式经历了从Web1.0时代的门户网站，到当下的社交媒体中进行哀悼的演变路径。如今，社交媒体中网络哀悼的行为再度兴起，主要可以归因于媒介形式的不断成熟，以及网民数量的持续激增两个因素。

^① 马征，卢佩. 网络悼念的传播学解读[J]. 青年记者，2007（14）：146-147.

一、文献回顾与样本选取

（一）网络哀悼研究

数字与社交媒体改变了传统悼念的形态，网民不仅可以通过互联网对自身亲友进行网络哀悼，也可以在媒体账号发布的已逝公众人物的信息下进行评论跟帖，网民通过发言和互动两种方式表达对逝者的集体悼念和哀思。

当前，国外关于网络哀悼研究的内容主要集中在对于已逝名人在社交网络中引发的网络哀悼行为的探索及对逝者遗留的个人社交媒体中探讨其伦理问题。^①阿赫塔尔（Akhter）从全球角度出发，分析探讨了社交媒体中的哀悼者在名人斯蒂芬·霍金逝世后是如何进行悲痛表达的，以及如何塑造数字媒介化的情感流，调查结果表明：霍金的哀悼者在社交媒体中进行了准社会的哀悼仪式，Twitter 逐渐成为一个公共悼念空间。伊莱恩（Elaine）在她的著作《网上遗产》中对“数字遗产”进行了研究和分析，她记录了人们在处理“数字遗产”时遇到种种问题，并用无数牵动人心的真实案例，让人们重新思考数字的记忆、死亡与爱。

国内学者的对于网络哀悼的研究则大多遵循国外学者的研究逻辑。马征与卢佩首先对网络哀悼进行了传播学角度的研究，在《网络悼念的传播学解读》一文中，他们将网上悼念分为两类，首先是专业网站对亲人的悼念，其次为大型门户网站、虚拟社区对已逝名人的悼念^②。作者提出所有的行为模式，如语言、动作、模仿及姿势都是一种传播模式，作者认为网络哀悼行为的本质即是关系传播行为。周葆华和钟媛通过计算传播的研究方法对李文亮微博下的 100 多万条评论进行研究，并提出“延展性情感空间”的概念，用以理解如何将临时性社区的网络哀悼行为转化为常态化的情感表达^③。研究发现：社交媒体重塑了大众哀悼与情感表达的方式，构成了独特的情感书写实践。

（二）传播仪式观理论研究

詹姆斯·凯瑞（James W.Carey）是美国的传播学者，同时也是著名的媒体评论人。他在 1989 年出版的《作为文化的传播》中提出了一种传播学研究的新路径——传播仪式观，为当时陷入瓶颈的传播研究领域打开了全新的局面，在传统的传递观理论之外提出了传播的仪式观，仪式观的主要观点归纳为三个方面。

① Brubaker J R, Hayes G R, Dourish P. Beyond the grave: Facebook as a site for the expansion of death and mourning [J]. The Information Society, 2013, 29 (3): 152-163.

② 马征, 卢佩. 网络悼念的传播学解读 [J]. 青年记者, 2007 (14): 146-147.

③ 周葆华, 钟媛. “春天的花开秋天的风”: 社交媒体、集体悼念与延展性情感空间——以李文亮微博评论 (2020—2021) 为例的计算传播分析 [J]. 国际新闻界, 2021, 43 (3): 79-106.

第一，传播的仪式观区别于传播的传递观，它源自一种宗教观——其不看重步道、说教和教诲的作用，为的是强调祷告者、圣歌及典礼的重要性。^①传播的仪式观将传播看作是一种符号过程，在这个过程中，“现实得以生产（Produced）、维系（Maintained）、修正（Repaired）和转变（Transformed）”。

第二，传播活动中的符号具有生产性（Productivity），传播通过符号形态的建构、理解与利用创造了现实。他提出传播研究就是“考察各种有意义的符号形态被创造、理解和使用这一实实在在的社会过程”。

第三，传播仪式观将传播看作是共享文化的过程、是一种文化的仪式。凯瑞认为：“传播的起源及最高境界，并不是指智力信息的传递，而是建构并维系一个有秩序、有意义、能够用来支配和容纳人类行为的文化世界。”

通过上述的理论与文献梳理可以发现，传播仪式观理论为传播学的发展提供了一个新的研究框架，本文试在文化研究范式下，结合传播仪式观理论对当前网络空间社交媒体平台中的哀悼行为进行研究，以了解哀悼方式在网络社会中的变化与发展。并深入探讨传播仪式观视角下网络哀悼行为构建的文化图景，以此展现人们的共同情感、建构集体记忆和身份认同。

（三）平台与样本选取

本文在微博中选取《央视新闻》《新华社》《人民日报》这三家主流媒体作为研究对象。作为在传播领域具有较高权威性和影响力的主流媒体，三大主流媒体的官方微博内容的话语建构是具有典型代表性和探讨意义的。并且这三家主流媒体的官方微博粉丝量均过亿，如表1所示，对于受众来说有较高的影响力和传播力。

表1 三家主流媒体的粉丝数量与转评赞数量

Table 1 The number of fans and recomments of the three mainstream media

主流媒体	粉丝量	转评赞
《人民日报》	1.5 亿	33.47 亿
《央视新闻》	1.3 亿	33.16 亿
《新华社》	1.08 亿	2.31 亿

笔者以“科比逝世”为话题在微博中进行搜索，将时间限定为2020年1月27日凌晨4时——2020年1月28日23时59分。选取三家主流媒体在该话题下符合时间限定的热门微博作为样本微博。利用八爪鱼数据爬虫工具共采集到6条博文内容和595条原始评论，通过观察采集

^① 詹姆斯·凯瑞. 作为文化的传播 [M]. 丁未, 译. 北京: 华夏出版社, 2003.

的内容可以发现，微博评论中含有大量重复信息，包括标点符号、表情符号、转发标记及重复话题等。将爬虫后的数据进行去重合清洗整理后得到有效评论文本 378 条作为重点分析样本。

二、哀悼仪式共享：社交媒体建构共同场域

共享是传播仪式观中的重要内涵之一，也是仪式形成的基础^①。要实现传播过程的“共享”，就需要建构一个共同的场域，让众多参与者进行交流互动。在传统的媒体时期，大众对逝去名人的情感表达和哀悼方式较为单一且难为人知，受地域、时差、交通等多方面原因的影响，在哀悼现场的粉丝与不在场的粉丝难以实现实时的表达与分享。而互联网的出现则打破这一空间与地域的限制，将拥有同一境遇与情感的人聚集到一个共同的仪式化场所，社交媒体也成为众多网民寄托哀思的新型场所。

（一）主流媒体的仪式感召

主流媒体在设置议题、引导情感和建构集体记忆上始终发挥着重要组织作用。在悼念科比的过程中，微博上出现的三次热搜话题，分别由《央视新闻》《新华社》《人民日报》三家官方媒体组织，如表 2 所示，在（1 月 27 日至 1 月 28 日）这一时间段中，三家官方媒体均发布了回忆科比的微博内容，微博话题#科比逝世#点赞量共计约 50 万，浏览量达 1 亿，话题讨论量达 1000 万。

表 2 微博三大官媒对科比逝世的报道情况

Table 2 Reports on Kobe's death by the three official media on Weibo

媒体	微博话题	转发量	点赞量	评论量	发表时间
《央视新闻》	# 科比球星坠机身亡 #	2.1 万	4.7 万	1.1 万	04:35
	# 泪别科比 #	1 万	4.5 万	0.9 万	10:34
《新华社》	# 科比坠机事故丧生 #	0.4 万	4.2 万	0.6 万	08:21
《人民日报》	# 转发回忆科比 #	6.4 万	4.4 万	2.2 万	07:59

同时，我们可以看出在社交平台中媒体的表达方式逐渐趋于多元化，《央视新闻》《人民日报》《新华社》均发布了#回顾科比、泪别科比#相关“图文+短视频”，如表 3 所示，其中《央视新闻》在 27 号当天北京时间 10:34 发布了一条长达 5 分钟的回顾科比职业生涯的短视频，《人民日报》更是连续发布两条短视频回忆科比的视频。因此，以传播仪式观理论审视，媒介事件的公开呈现就是一种仪式化的“文化表演”，媒体在社交平台发布科比逝世的消息凸显媒介事件所具有的仪式属性，再经由媒介技术的加持，媒体所发布的内容被网民所关注、评

① 李可. 仪式观与身体规训：从“刘畊宏现象”探究“云健身”传播逻辑[J]. 新媒体研究, 2022, 8(17): 74-77.

论及转发，二者共同参与呈现出更高层次的仪式空间。

表 3 微博样本中三家官方媒体悼念科比的文本内容

Table 3 The text contents of three official media mourning Kobe in the microblog samples

媒体	表达方式	话题	评论数	点赞数	内容主题
《央视新闻》	“文字+短视频”	# 泪别科比 #	3589	5.2 万	回顾科比职业（8:31）生涯
《新华社》	“文字+图片”	# 美国篮球名将科比丧生 #	6221	4.2 万	科比与女儿在坠机事故中丧生
《人民日报》	“文字+图片”	# 永远的凌晨四点 #	1.4 万	36 万	愿青春永在，热爱永存

（二）网民：实时分享与表达

凯瑞认为，传播活动代表着秩序和规范，传播与仪式在形成团体、分享意义方面具有一致性。社交媒体中的网络哀悼仪式不是由单独的传播者完成的，而是媒体与网民共同参与才得以实现的。科比·布莱恩特坠机遇难的消息震动全网，各类媒体在微博等社交媒体平台发表悼念科比的博文，网友跟帖评论进行互动，表达自己的哀悼之情，线上相关话题阅读量数亿百万计。在《人民日报》发布的视频回顾：# 科比与女儿的暖心瞬间 # 这条博文下，一个 ID 名为 @Lee 老李头评论“虽然不经常看球，就知道他是传奇”，如图 1 所示，这条评论随之受到 1.3 万的点赞量和 89 条回复。



图 1 微博中网民评论的部分截图（来源于微博平台）

Figure 1 Screenshots of netizens' comments on Weibo

《新华社》发布的逝世消息的评论中，一位评论内容为“身穿 24 号球衣的科比，如图 1 所

示，在42岁离开了这个世界。无数热爱科比的人，青春真正死在了这个凌晨四点的洛杉矶。再见，科比！”，随即获得3643条其他用户的点赞。用户在被转发、被关注、被评论这一过程中获得情感认同与理解，也满足了其个人情感的表达需求。

（三）“哀悼场域”弥补无法亲身参与的遗憾

芬兰赫尔辛基大学的约南·苏米亚娜教授（Johanna Maaria Sumiala）提出了“媒介化的仪式”概念，她认为在现代社会中媒介化的仪式是不可或缺的，当发生自然灾害和社会灾难时，它们能提供秩序感和凝聚感^①。网络哀悼仪式是发生在新媒体环境中的媒介实践行为，并逐渐的渗透到新媒体的日常活动中去。

受疫情的影响及地域上的限制，大多数国内的球迷和粉丝无法前往科比的追悼会现场，参与到现场悼念仪式，微博中三家主流媒体建构的共同场域，让用户可以在该场域中释放个人情感，并寻求志同道合的人。用户在微博中参与群体性的悲伤情感表达，在评论、点赞、转发的过程中是不同用户建构出的一种特殊的仪式感。用户的悲伤情感在该仪式场域中集中爆发，使得进入该仪式中的用户的情感能够在短时间内被煽动，自发地参与到其中并且持续推进这种具有仪式感的评论互动。随着该仪式被不断地推进、壮大，拥有类似情感的用户被聚集到一起，为用户营造出“亲身”到场参与这场哀悼仪式的虚拟真实感。用户的情感在被迅速集中起来，因此产生较大的情感能量。

三、网络哀悼中的多元仪式符号

凯瑞提出：符号是一个群体文化需求和文化认同的直接或间接表现，其作为传播活动中具有独特属性和意义结构的构成要素，符号“既是对现实的表征，又是对现实的表征”^②。

他认为传播研究就是“考察各种有意义的符号形态被创造、理解和使用这一实实在在的社会过程”。网络哀悼中丰富多元的符号便成为哀悼仪式展演中的重要道具。

（一）文字符号建构群体记忆

凯瑞认为在建构大众的生活与时间这一过程中，符号的呈现和介入扮演着十分重要的角色。

本文采用微词云进行文本自动分词，根据词性过滤，剔除量词、人称代词、副词等明显情感表示实际意义的中文词，如“醒来”“好吧”“我们”等，将名词、形容词、动词等情感特

① 樊奕. 网络哀悼的仪式化传播研究 [D]. 扬州: 扬州大学, 2022.

② 李亦宁. 央视春晚公益广告的意义建构与话语指向——基于传播仪式观理论的考察 [J]. 当代传播, 2021 (3): 103-105.

征较为明显的词性作为下一步的统计和分析。通过选取的微博评论的词频统计，可以看出，其中“凌晨”（82）、“四点”（56）、“篮球”（38）是出现频率最高的，这些话语映射了网民对科比的尊敬和怀念。对于众多球迷来说，这句“凌晨四点的洛杉矶”也成为一种符号象征，它意味着科比一直以来所传递的“永不言弃、永不畏惧”的黑曼巴精神，排在第二位的就是“一路（32）”天堂（35），此类话语符号表达了用户对科比的哀悼和惋惜之情，由于科比去世的消息是在北京时间的凌晨，不少网民表示这个消息令人猝不及防，难以接受。第三类是“男孩”（34）、“青春”（32），科比的粉丝绝大多数都是男孩，因此有不少网友评论道“还未醒来的男孩儿们看到这个消息得多绝望”“那是多少男孩逝去的青春啊”，突出科比在球迷心中的不可比拟的地位。

表 4 微博评论文本词频统计图

Table 4 Word frequency statistics of microblog comments

单词	词性	词频
凌晨	名词	82
四点	数词	56
篮球	名词	38
一路	数词	36
天堂	名词	35
男孩	名词	34
青春	名词	32
相信	动词	25



图 2 微词云

Figure 2 Microword cloud

（二）人物符号直击用户心灵

对于一篇报道已逝名人的内容而言，人物符号是首要思考的条件。从“人”的角度出发，在形式上以人物特写的为主体可以使得内容更有力度和温度。1月27日上午，《人民日报》官方微博连续发布了两条回忆科比的微博内容，第一条视频，如图3所示，是科比参与配音的动画短片《亲爱的篮球》，在此短片中，科比担任了其中编剧及制作人，还为短片录制旁白，该短片主要讲述了科比从一个不谙世事小的男孩逐渐成长为湖人球队超级巨星的传奇历程。第二个视频内容为科比与二女儿戴安娜（Dianna）的父女互动暖心时刻，在此次坠机事件中，科比与二女儿不幸一同遇难，令众多网友和球迷感到惋惜和难过。在视频内容中，网友和球迷能够可以直观地看到科比和戴安娜在世时的音容笑貌，过往的人物画面直击用户的心灵，直接地影响观者的情绪。



图3 网民评论的部分截图，来源于微博平台

Figure 3 Some screenshots of netizens' comments, from Weibo platform

（三）表情符号渲染悲伤情感

网络中表情符号在社交平台上的频繁使用已成为重要的文化现象。当下，表情符号的呈现方式有合成动图、单个表情及颜文字等组合。表情符号在网络哀悼中也发挥着重要的作用，能够起到渲染用户的情感作用。比如，在《人民日报》发布的这条悼念科比的微博评论中，不少网友在文字后加入哭泣、爱心、蜡烛等表情，这些表情都是情感指向性较为明确的表情符号，

如图3所示。表情“符号+文字”增加了的多模态话语模式在一定程度上增加了文字动态性，更贴切地传递出用户对科比的哀思与怀念。

四、社交媒体中网络哀悼的文化价值

凯瑞的传播仪式观理论认为，仪式化传播不仅仅是提供信息，还是人们基于一定的情境，通过互动达到一定的情感和意义的共享。^①情感也促使人们去参与到网络哀悼行为中，该行为本身与“死亡”话题紧密相连，能够直接地激发用户的悲伤情感。同时，传播更加重视在时间上对社会的维系，而不是信息传递。人们通过在社交媒体中实现情感共享，通过互动产生一定的关联。在当下的互联网时代，网络哀悼也成为维系社会关系的途径之一。

（一）情感共鸣维系社会关系

情感是一切实践活动的内在特质，网络哀悼仪式中往往伴随着对逝者的悼念和怀念之情，由于整体的感情基调以悲情为主，哀悼仪式与情感流动也密切相关。从某种意义上说，网络哀悼行为是一种媒介情感实践，随着社交媒体的发展，人们更容易在互联网上倾诉和表达自身情感，从而构建社交媒体情感的舆论地。网民在新浪微博评论区进行文字评论完成网络哀悼仪式，留下对偶像和逝者想说的话，并且与媒体和他人进行实时互动，形成一条情感互动仪式链，在该仪式中，人们通过情感互动到完成身份认同，通过群体符号增强情感能量，达到了较好的传播效果。

微博中的网民自发的围绕事件进行悼念行为，通过一遍遍身份共情的表达，情感的传递、交流、融合、凝聚最终结成了一个先于或超越社会关系而存在的、以个体情感相互勾连的“情感共同体”，塑造了一个接踵而至的私密又开放的情感空间和记忆空间。

（二）网络环境维护社会秩序

关于仪式的社会作用最早由社会学家涂尔干提出，他认为仪式是社会群体定期重新巩固自身的手段。之后，戴杨和卡茨研究电视媒体中的仪式化行为，并认为仪式可以使特定的文化价值观念得到强化。

新媒体环境下的仪式化哀悼行为具有维护社会秩序的功能和意义。首先，网民在网上的悼念仪式中表达个人情绪，这是一种悲伤情绪的表达方式。在传统意义上，哀悼仪式是葬礼仪式的一个组成部分，而网络社会中的在线哀悼由于身体和仪式的分割及情感的延续，在网络空间

^① 席研，罗建军. 社交媒体哀悼空间中的记忆书写与话语实践——基于@xiaolwl微博评论的分析[J]. 新闻界, 2022(2): 40-48.

中被长期记忆。在网络空间，通过对公众人物死亡的情感宣泄和互动，网络用户建立了一个稳定和规范的社会秩序，这与凯瑞提出的“强调文化的共享，目的在于维系一个社会”不谋而合。仪式建构组织秩序，社会秩序在网络环境中重新建构，网络社会构建了新的社会存在，在其中形成了独有的社会秩序，并作为传统线下社会秩序的延伸而存在，与传统社会互为一体，融合发展。

（三）延伸：“曼巴精神”作为外来体育文化带来的启示

随着体育赛事的国际化发展，我国人民能够通过多种途径接触到外来的体育文化，对于外来体育文化，我们应该坚持以传统为主的同时，适时吸收外来精华，并借鉴其带来的启示。“曼巴精神”的本质是对科比在其职业生涯中表现出的永不言弃、持之以恒、严于律己的体育精神的高度概括，与科比自身的良好意志品质有着密不可分的关系。“曼巴精神”虽然是外来文化，但体育精神却没有国界。

体育精神在体育运动中对人的发展具有启示和影响作用。它内化为人们心中的一种信仰和追求，已超出体育运动本身。同时，这些良好的信仰和追求以体育明星为载体传递给大众，体育精神虽不是体育明星所特有的事物，但体育明星在竞技场中取得了骄人成绩和诸多荣誉，在人群中拥有极高的知名度和可信度。当体育明星这个载体将良好的精神品质传递给人们，则会加深这些品质所带来的能量，更能赢得人们的敬佩和崇尚，由此，体育明星在对于推广体育精神的过程中具有一定的催化作用。最后，在我国提倡大力发展体育文化的背景下，以讲好运动员的文化故事及背后的体育精神为主体，将体育精神所带给人们的正能量进行传递，这对进一步推动人们对体育文化、精神的认同，对于我国体育文化的建设也具有重要的意义。

五、结语

社交媒体建构了一个共同哀悼场域，用户在这场哀悼场域中共享情感，平等对话，通过在微博中与主流媒体及其他用户的双重互动实现了对社会关系的维护，在对科比的崇敬与悼念下完成了这一场网络哀悼仪式。令人欣慰的是，科比虽然已经离开了，但人们逐渐把曼巴精神中“永不言弃、持之以恒”品质内化为心中的信仰和追求。使得人们对优良的体育文化与体育精神更加认同。