

文化软实力传播效能的思考

——以伦敦奥运会开幕式为个案

吴 潮

摘 要：奥运会开幕式是集中体现举办国民族文化符号与内涵的舞台，它的软实力传播效能首先来自视觉映像的冲击；其次是各类文字和网络媒体对其内涵的评论分析，从而诠释出在不同文化背景中成长起来的各民族所共同认可的人文关怀和价值观的多元走向。

关键词：软实力；传播效能；伦敦奥运会；开幕式

作者简介：吴 潮，男，教授。（浙江传媒学院 国际文化传播学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G12 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552(2012)06-0029-03

100多年前由法国人顾拜旦力主创立的现代奥运会发展至今，已经跃出了体育的层面，每一届奥运会的举行，都成为辉映世界历史进程的重要事件。奥运会的举办过程，交织着国际社会政治经济文化的广阔背景，至少向世人提供了三个场景的观赏价值：第一，竞技体育的大赛场；第二，商业经济的大战场；第三，民族文化的大舞台。本文主要围绕第三个场景提出相关的研究看法。

一、奥运会开幕式与软实力的具象化

从民族文化与价值观上考察奥运会，涉及到近年来一个十分走红的术语：软实力。

当下有关软实力的论著可谓是层出不穷，虽然相关的定义表述也因此而五花八门，不过其核心概念基本上都没有脱离“软实力”术语创始人美国学者约瑟夫·奈的表述框架——一个国家的软实力主要通过其文化、价值观、意识形态、外交政策等方面的因素构成，本文的观察亦是从此立意出发。

一个国家硬实力的考量——诸如经济实力、基础设施、军事力量等等——可以通过大量的数据以及硬件的实体得以体现，软实力则主要由精神层面因素构成，因而它的展现要复杂得多，需要使用各类传播媒介借助各种传播手段，现代奥运会无疑是一个蕴含极高价值的传播平台，这也是各国争办奥运会的重要缘由之一。

就文化传播效能考量，开幕式在奥运会举办全程中具有至高无上的地位。在当今世界上，一场历时数小时的文化活动，能够在数年间持续不断地汇拢全世界各类媒体目光，吸引几十亿受众的关注，除了奥运会开幕式，没有任何其他的活动能与其比肩。虽然伦敦奥运会期间在英国各地举办的各项文艺展演多达一万五千场，但这些散装式的文化展示对受众的影响力有限，媒体的关注度更有限，只有开幕式才能够最大限度地吸引媒体和受众，从而使传播效能达到最大化。

奥运会开幕式也因而成为最集中体现举办国民族文化符号与内涵的舞台。软实力一词在理论的框架内，相当的学术气和抽象化，奥运会开幕式就是将其具象化的最好舞台。

具体到伦敦奥运会，受众可以从两条渠道，感觉到伦敦奥运会开幕式中所体现出来的英国文化软实力。

二、视觉的冲击

第一条渠道，来自于最直观的视觉映像。开幕式上大型的文艺表演和各种桥段设计通过电视转播，

形成受众对英国文化软实力的视觉冲击和直观感受。因此组织者和导演必须浓缩和精炼地选取英伦文化元素融会于开幕式之中。英国人展现的主要内容有：

科技：工业革命时期的英国工程师伊桑巴德·金德姆·布鲁内尔^①；万维网（英文全称为“World Wide Web”亦作“Web”、“WWW”、“3W”）发明者英国科学家蒂姆·伯纳斯-李等；

制度或体系：工业革命，英国王室，女权运动，全民免费医疗体系等；

文学与艺术：莎士比亚，摇滚音乐，童话（彼得潘）与魔幻文学（哈利·波特），影视艺术（007），喜剧艺术（憨豆）等。

传递这些文化符号的形式丰富多彩且出人意料：

其一，以平民的身份出现。事先大家都在猜测是否由贝克汉姆或者什么名家巨星来点燃奥运火炬，最后真正点燃火炬的却是7个籍籍无名的青少年运动员。

其二，以生活的常态展现。开幕式上许多演出桥段都是由普通市民志愿者以非常生活化的方式随意地进行。例如全民免费医疗体系的演出，由一群真正的医护人员推着真正的病床上场表演。

其三，以幽默的内涵表现。除了著名的憨豆插科打诨，甚至连堂堂英国女王都变身为“邦女郎”，让人瞠目结舌。

开幕式有效地传递了文化符号与信息，从而在塑造了当今英国国家形象的同时，引起了广泛的共鸣。笔者援引一段传媒研究者的相关评论：“007与英国女王，失聪儿童与伏地魔，家庭女作家与憨豆，烈火战车与猜火车，流行歌曲与互联网，没有工业革命迷恋，没有田园牧歌沉醉，日不落帝国今日的文化软实力依然令人窒息。”^[1]

三、细节的力量

第二条渠道，来自于文字评论。视觉的映像固然具有冲击力和震撼力，但是这些画面所呈现的文化信息和所蕴含的文化内涵，需要一个思考的空间来进行处理。开幕式之后，我国的平面媒体与网络媒体对开幕式中视觉映像的符号，以文字评论的形式为受众进行了深度解读。

许多的评论文章将伦敦奥运会开幕式与北京奥运会开幕式进行了比较，这种比较的背景有着厚重的历史感，因为中国和英国这两国恰好是古代东方传统文化与近代西方工业文明的杰出代表。从传播学意义而言，这种比较也具有现实性——如何通过开幕式演出短短的几个小时，更有效的传递出相关信息和文化符号。说得更直白一些：主办者如何使辛辛苦苦搏来的举办机会更有价值，让花费出去的钱获得尽可能多的回报？

网络媒体的评论比较集中地反映了草根阶层的看法，平面媒体的文章则更多的体现了主流的价值观。但是，这两类媒体发表的评论文章都注意到了伦敦奥运会开幕式中的一些细节安排，并围绕这些细节进行了热烈议论，评论者们认为“细节决定成败，英国人在这场极力表现自信、内敛、包容与自由的开幕式上，将细节也做得相当到位。”^[2]这些细节包括：

残疾人参加演出：开幕式上的童声合唱是由一群健全儿童和残疾儿童共同完成。他们并没有光鲜亮丽的衣着，有的只穿着睡衣登场，但是表演投入，情感饱满。媒体评论说：“这样一种充满人文精神的方式，向世界传达了伦敦奥运会宽怀博爱的精神宗旨。”^[3]

^① 布鲁内尔形象在开幕式上的出现还引发了中国观众对历史教科书的质疑。有读者写信给媒体说：他们从小学习的关于第一次工业革命提到的重要人物有：发明珍妮纺纱机的哈格里夫斯、发明水力纺纱机的阿克莱特、改良蒸汽机的瓦特、发明蒸汽机车的史蒂芬逊和发明蒸汽船的富尔顿等。而在伦敦奥运会开幕式上，前面所提的人名基本没出现，瓦特的名字也是一闪而过，最突出的却是布鲁内尔。中国学校中所有的历史教科书中为什么都没有这位大师级工业革命英雄布鲁内尔的名字和事迹？参见：乐梦融《历史教科书遗漏了重量级科学巨人？》，《新民晚报》2012年7月30日A6版。

引导员裙装上的笑脸：各代表团入场时，引导员所着的裙装上，印着一张张的笑脸，这些笑脸来自参加奥运志愿者选拔最终落选的人员。媒体评论说：“组委会用这样一种匠心独具的方式让他们以另一种方式参加了开幕式。”^[4]

70亿张小纸片：代表团入场时，开幕式现场挥洒了70亿张小纸片，代表着全球70亿人。媒体评论说：“70亿小纸片飘下来，连我也算进去，有点感动了。”^[5]

场馆建设者在现场迎接火炬手：奥运火炬手入场时，首先受到了在体育场入口处身穿工装的500名工人的迎接，他们就是体育场的建设工人。媒体评论说：“当五百名参与奥运建设的建筑工人头戴头盔夹道欢迎火炬入场时，我恍然大悟，原来可以用这样的方式向劳动者致敬，继而向奥林匹克致敬。”^[6]

曼妙的细节常常比威严的框架更具有渗透力与亲和力。正是在这一连串细节的缀连之下，传递出了英国乃至更广义上西方文化的软实力内涵，一种人文情怀被接受了。正是这些细节，发挥了润物细无声的作用，得到了非常成功的传播效果。这就是软实力输出的细节效应。

但是，并不是说只要善于发掘细节和完善细节，就可以达到传播效果的最大化了。支撑这些细节的，是文化底蕴的深厚积淀。简单而刻意的创意模仿，是很难真实而完美地展示软实力的内涵，进而为受众所接受。

四、结 语

一种文化是否先进，不是靠硬性的比较来表达出来的，而是其特点和内涵是否为他民族他文化所认可所接受，甚至心甘情愿地将其植根于本民族的文化与历史之中。中华传统文化在这方面的成功例证，当属唐朝时期对日本等东亚国家的影响。

但是文化软实力不是仅仅由传统文化构成，要想达到最好的传播效果，必须了解当今受众的心理、当今的文化观价值观演变走势等等。在当今这个强调个性化的社会，在90后逐渐成为社会主要消费力量和时尚潮流牵动力量的时代，文化观价值观的走向正呈现出强烈的多元认同感。“对人性的尊重与启发，拉近开幕式与观众的距离，加大普通人的参与度，把年轻人作为主角，就这一点而言，伦敦奥运开幕式既完成了自我实现，也超越了之前所有的历史。”⁷从媒体对伦敦奥运会开幕式的评议，很好地诠释出在不同文化背景中成长起来的不同民族所共同认可的人文关怀和多元走向，这给我们提供了一个思考的空间和视角。

参考文献：

- [1] 希霆. 伦敦 VS 北京 [N]. 温州晚报, 2012-07-28 (11).
- [2] 瑶瑶. 当时, 我真希望007就降落在身边 [N]. 沈阳日报, 2012-07-29 (A11).
- [3] 李志刚. 难上奢华晚宴 专攻精美小菜 [N]. 齐鲁晚报, 2012-07-29 (A21).
- [4] 王琼. 我们的感动更来自普通人 [N]. 钱江晚报, 2012-07-29 (B7).
- [5] clpxzr. 猫眼看人跟帖 [EB/OL]. <http://club.kdnet.net/disppbs.asp?boardid=1&id=8506097&page>.
- [6] 马未都. 伦敦奥运 [EB/OL]. http://blog.sina.com.cn/s/blog_5054769e0102e22w.html.
- [7] 朱轶, 张婧, 陈均. 伦敦奥运开幕式最大的创意是“平凡” [N]. 东方早报, 2012-07-29 (A12).