

新媒体视域下仪式在交互领域的研究

张莹莹, 杨政毅

南京信息工程大学艺术学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年12月5日; 录用日期: 2023年12月25日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

新媒体技术的不断发展使得人们能够获取更加多样化的信息、实时互动以及进行个性化的创作, 同时催生了新的互动仪式与交互模式。而大量信息的涌入给人们带来了焦虑与社交压力, 在此情境下, 人们不断寻求更具参与感和仪式感的解压方式, 并从传统文化元素中寻找归属与心灵抚慰, 以提升幸福感。本文由网络祈福引入, 通过对仪式及其在中国的特定文化内涵的解读, 探讨在数字化环境中如何将仪式融合于用户的交互体验中。

关键词

新媒体, 仪式, 交互

Research on Rituals in the Field of Interaction from the Perspective of New Media

Yingying Zhang, Zhengyi Yang

School of Art, Nanjing University of Information Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Dec. 5th, 2023; accepted: Dec. 25th, 2023; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

The continuous development of new media technology has enabled people to obtain more diverse information, interact in real time and create personalized creations, and at the same time give birth to new interactive rituals and interaction models. The influx of information has brought people anxiety and social pressure. In this context, people are constantly looking for ways to relieve stress with a sense of participation and ritual, and to find belonging and spiritual comfort from traditional cultural elements to enhance their sense of well-being. This article is introduced by the concept of online blessings, exploring how rituals can be integrated into users' interactive

experiences in the digital environment through the interpretation of rituals and their specific cultural connotations in China.

Keywords

New Media, Ritual, Interaction

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化文化不断交融与数字化技术不断发展的背景下,网络传播以更加立体的“波浪式涌动”态势将用户紧密联系起来。加之疫情对社会经济文化及人们心态的冲击,“转发锦鲤”、“电子烧香”等网络祈福仪式以及“电子木鱼”等解压方式在各大社交媒体引发狂欢式传播。人们对仪式感及缓解内心焦虑的需求显著上升。那么如何利用新媒体技术这一利器将仪式结合交互设计,从而更加真切地提升人们的幸福感,引发用户的情感共鸣呢?

2. 关于新媒体

新媒体是相对于传统媒体而言的,是报刊,广播,电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态,新媒体是利用数字技术,通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道,以及电脑、手机、数字电视机等终端,向用户提供信息和服务的传播形态[1]。新媒体条件下,信息的表现形式更多样化,声音、文字、视觉画面、交互内容等可融为一体;受众的选择更加丰富,个性化突出,且接受信息时不受时间、地点的限制。

与传统媒介相比,新媒体的交互性极强。通过网络,受众可以与传播的信息进行互动,并进行反馈,同时使得个人也可以通过网络发表内容,这使得传播者与受众的关系走向平等。

3. 仪式的概念及其与艺术设计的关系

3.1. 仪式的概念

仪式最初属于人类学和宗教学范畴,指按一定的文化传统将一系列具有象征意义的行为集中起来的安排或程序。仪式通常可以追溯到宗教与巫术活动,但又限于此。

现代人类学家认为,“仪式”是一个具有理解、界定、诠释和分析意义的广大空间和范围;被认为是一个巨大的话语(large discourse) ([2]: p. 1)。仪式作为一种传播活动,通过传播媒介将特定的文化内容传递出去。

人类学家 Turner 用单词“liminality”解释仪式,“liminality”有阈限、临界性、中介状态的意思,他认为仪式代表着人从一种状态向另一种状态转变的过渡阶段[3]。人类社会生活的许多场合都有仪式的“参与”,我们在不同的时间、空间维度扮演着不同的社会角色,通过特定的仪式,人们能够获得群体的独特属性,从而获得归属感与认同感。赫胥黎曾提出,“仪式化”事实上是在自然和社会压力下的有目的的选择,形成了一种适应性的形式和情感动机行为化的疏通和网络([2]: p. 6)。而大多数仪式都具有集体性的特点,通过仪式,人们进行紧密的社会联系,产生强大的社会凝聚力。每年春晚的结尾,大家一起合唱《难忘今宵》就是一场欢乐且盛大的仪式,它陪伴了人们岁岁年年,歌叹旧一年的结束与新一

年的伊始, 营造出团圆的美满氛围和幸福景象, 带给人们慰藉和对新一年美好生活的期望。

3.2. 仪式与艺术设计的关系

巫术说认为所有的原始艺术都与巫术有关, 虽然这已被后来的学者证实是并不完善、并不绝对的, 但巫术活动对艺术具有的启发意义及其与美学的联系都是不容置疑的。仪式作为巫术的重要组成部分, 不仅与艺术设计关联紧密, 还是文化的具体表达形式。仪式可以带来不同于日常生活的感受与体验, 赋予事物以特殊含义。它能够让人们获得某种解脱式的理由、权威感。仪式与艺术设计的结合, 能带来新的艺术思考和独特的审美感受, 让作品或是某件事物迸发新的活力和魅力。

3.3. 仪式在中国的文化内涵

中华民族的形成过程与礼乐文化的起源密切相关, 长期以来的礼乐文化熏陶奠定了我们强调孝道尊祖与和谐合作的文化传统, 也使得中国民族格外注重仪式与仪式感。周公制礼作乐, 将饮食、起居、祭祀等社会方方面面都纳入“礼”的范畴, 以规范人们的行为, 维护宗法等级秩序; 孔子推崇儒家“礼乐”, 期望建构一个理想的和谐有序的“小康”乃至“大同”社会([4]: p. 22)。

古往今来, 随着制度的更迭、社会思潮的进步, 这些“礼乐”中或诞生、或消亡、或创新了无数“仪式”, 这些仪式大到国庆盛典、节日庆贺, 小到衣食住行、娱乐消遣、祈福求愿。

在古代中国, 龙便被视为消灾降福、行云布雨的吉祥物。在汉代, 舞龙是祭会上的玩艺, 作为一种祭祀祖先、祈求甘雨的仪式。舞龙的恢弘场面极大刺激了人们的情绪, 鼓舞了人心。因此, 舞龙成为人们表达美好祝愿、在重大节日中祈求、宣泄欢乐情绪的仪式, 也成为维系中华民族传统文化的美好乐章。

而现在网络的“转发祈雨”、“转发好运”、“电子拜佛”等, 与古代舞龙祈雨有异曲同工之处, 只是数字化的发展让祈福仪式的形式和传播媒介发生了变化, 祈福的对象更加多元和广泛, 各地人群都可以参与、互动、传播。快节奏的生活、碎片化的信息让人们感到疲惫的同时, “摆烂”、“躺平”、“低欲望”等文化给人们带来强烈的冲击, 人们对待祈福仪式的观念也更加开放。一个简单的仪式就像一个阀门, 可以引发人们的共鸣, 让人们宣泄情绪, 短暂地从现实抽离。

4. 仪式交互的数字转化

4.1. 虚拟化的仪式元素

仪式由传统习惯发展而来, 是一种普遍为人们所接受的行为方式, 其基本作用是人们之间互相理解([2]: pp. 13-17)。因此, 网络祈福仪式在交互设计中具有很强的可用性, 人们对于这些祈福仪式是熟知的、可以溯源的, 因此可以轻易理解、利用祈福仪式。在网络祈福的交互中, 内容、形式流程和功能都影响着用户的体验感受。我们要对祈福仪式进行符号的提炼和形式的创新, 由此, 我们可以将数字化的技术和新媒介巧妙融合仪式元素。

传统祈福仪式中有许多代表性的元素, 如蜡烛、熏香、祷告、祭坛、祭祀水果、香囊、刺绣、寺庙等。中国幅员辽阔、人口众多, 不同民族、不同地区有不同的祈福习俗与元素。例如山西民众习惯在窗户上贴窗花以祈祷来年幸福安康, 江苏民众则有跳马灯、拜观音以祈求吉祥丰收的风俗仪式。通过对仪式符号提取, 再利用互联网平台、虚拟现实(VR)或增强现实(AR)技术将这些仪式元素数字化, 可以创造出更具可参与性的体验。

敲木鱼作为中国佛教一种修行仪式, 近日被制作成“电子木鱼”, 成为一款 APP 或桌面小组件。它将“敲木鱼”电子化, 并改变“功德”的输出、展现形式。人们只要对着手机屏幕轻轻一敲, 足不出户就能实现灵魂救赎、缓解精神压力, 获得“功德”。这类仪式还包括电子烧香、电子转经筒等, 年轻人

在面对社会压力时, 通过这些仪式互动进行自我疏解与情绪调节, 寻求心灵寄托。

4.2. 虚拟空间的社交联动

1) 搭建数字平台

依托于特殊的时间、空间以及特定的行为, 创造出一种“群体仪式”的体验[5]。我们可以利用数字平台, 使不同地区的用户能够在虚拟空间中一同参与祈福仪式。通过实时的社交互动, 增强用户间的联系感, 提高仪式的共享性。这种沉浸式视觉空间带来的角色转换, 将观者从旁观作品的角色成功转变为身处作品内部的主角角色, 从而得到一个全新的观展体验感([4]: pp. 23-24)。

2) 多感官融合设计

近年来, 元宇宙作为一个全新的概念被广泛应用, 交互的内容和形式也因此更加多元化。通过多感官、跨媒介的形式与技术手段, 打造出一个虚拟世界, 体验者可以通过设备实现感官层面颇为真实的虚拟与现实互动。

3) 情感化设计

将仪式内涵融入到数字化展示的空间意象中, 引导参与者参与沉浸式体验。通过声音交互和情景反馈, 吸引参与者触发体验、在体验中进行交流, 在交流中重组集体记忆。从而增加集体交流和触发情感互动[6]。

4) 综合案例

在杭州亚运会中, 虚拟数字化的火炬传递、放飞 AR 孔明灯、AR 吉祥物互动等仪式, 运用了多种感官结合的设计方法。并将传递火炬仪式数字虚拟化, 并且利用算法生成本人火炬传递的图片供其收藏、分享, 触发参与者的情感互动。开幕式当晚, 向主场馆奔赴的“数字火炬手”由超过 1 亿人参与数字火炬传递而汇聚成。这些都是数字化的仪式交互典范, 让大众参与、分享、共创, 用科技与艺术传递了浪漫与情怀。此外, 在浙江美术馆中, “星星知我心”的公共艺术计划能够让展览现场的观众通过互动设备, 用极具个人化的艺术形式为亚运点赞。观众佩戴的人脑电信号检测设备可以实时采集注意力、愉悦度、放松度等数据, 通过技术与艺术手段生成独一无二的“星星”, 观众可以将生成的“星星”发送到现场的大屏幕上。人们自古就对“宇宙”、“星星”充满想象, “星星”元素作为较为典型的仪式符号, 经常被应用于祈福中, 如利用星星的占卜活动、向星星许愿等。而“星星知我心”活动将“发射星星”、“助力亚运”中的仪式符号变成更加可视化的形象, 增强仪式感和创新性, 提高了群众的参与感和凝聚力。

5. “仪式”中的交互设计

5.1. 案例分析

目前市场上将仪式交互与数字媒介结合的产品与项目主要分为两类, 一是“电子烧香”等娱乐类 APP 和小程序, 二是艺术馆与展馆中的虚拟现实互动装置。对这两类产品的分析见表 1。

Table 1. A case study of products combining ritual interaction and digital media

表 1. 仪式交互与数字媒介结合的产品案例分析

产品类型	用户群体	使用方式	主要功能	不足	优势
娱乐类 APP	年轻一代网民	手机操作	功能简单, 进行虚拟祈福, 如烧香、转发祈福、敲打木鱼等	交互形式与反馈方式单一	门槛低、可传播范围广、交互方式简单、成本较低
展馆互动装置	博物馆观众	现场互动操作	让观众获得沉浸式、多感官的感受, 帮助人们突破时空限制, 在虚拟与现实对话	使用门槛高、传播面较窄、成本较高	沉浸式体验、反馈机制完善、交互性强

上述案例中,仪式与数字媒介相结合的产品受众大多为年轻一族,及一些有文化背景的中老年人群。使用这些产品,人们能投射个体情绪,获得慢生活仪式感。这些产品大多需要通过智能手机操作,或扫码进行等,这对在网络时代长大的年轻一族而言较为简单,而对中老年人群不太友好。其交互方式略为单一,用户能接受到的反馈形式比较刻板,多为被动接受特定内容,且大部分以视觉感受为主,难以让用户进行个性化参与和唤起用户的情感共鸣。如何探索出更加沉浸式的交互体验,将仪式、交互、新媒体进行更加深层次的结合是当下需要解决的问题。

5.2. 仪式交互及反馈机制

1) 动作仪式化

提取场景动作符号,将动作放大并仪式化,成为贯穿整个场景仪式的纽带。增强交互体验感,让用户感受到仪式特性。

2) 场景还原

新媒体环境下的仪式交互设计,应该遵循用户的使用习惯与生活常识,降低用户的认知成本。尤其是在虚拟现实技术的应用上,需在虚拟空间中模拟现实生活的场景、情境。例如游乐场中的5D冒险类电影,模拟了现实生活中的撞击带来的震动,用摇晃观众所乘坐“船体”的方式进行更丰富的反馈,让用户更沉浸式地享受这一娱乐项目。对仪式的设计,可以在其文化寓意的基础上融入手势交互、声音交互、情境再现、体验式触摸等方式。

3) 仪式化情感叙事

将事物具象化表征与人们文化认同结合,唤起人们情感记忆,个体的相互关注在情感互动中生成身份认同,建立情感连带建立起互动式情感链接[7]。

斯洛维奇曾提出“情感启发”(Affect Heuristic)的概念,即人脑会被任何附带情绪的信息所吸引,无论情绪好坏与否。将“情感启发”结合反馈交互,我们的设计更能让用户产生共鸣。大多数仪式本身就带有强烈的情感倾向、内涵寓意和文化驱动力。深度挖掘符号背后的文化隐喻,将富含情感倾向的仪式放大、再创,赋予其积极、可视的形象,并营造更利于用户共情的叙事语境和空间环境,探索更多正向反馈模式,我们打造出的产品会更容易被大众接受、传播且更具有亲和力。这些结合了“情感启发”的产品,能够潜在影响人们的思考和行为,因此更要符合主流价值观与文化,传播具有正能量的情感和思想,提高人们生活的幸福感。如音乐类软件将播放器界面设计成黑胶唱片的形式,并且在播放开启时有“打碟”的仪式体验,让用户沉浸式享受音乐。

5.3. 机遇和挑战

祈福只是结合仪式交互的一个例子,仪式在交互领域还有许多可探索的方向,譬如将其应用于普通互动、社交软件、游戏设计中。将行为仪式化,能够激发用户对产品的使用欲望、提高用户的产品使用体验。

AR扫福、电子红包、数字窗花、掌上写对联等都是现在流行的依托互联网技术而实现的数字祈福仪式活动。AR扫福使人们凭借手机扫码就能收集“福卡”,并将其传递、分享给亲朋好友,在春节时还可瓜分红包。这种将春节的传统仪式与数字化结合的方式,使得受数字化影响颇深的人们感受到了另一种更具互动仪式感的年味。但数字窗花、数字写福的流行,在激发人们兴趣的同时,也使得传统的手工剪纸、写福艺术逐渐淡出人们尤其是年轻人们的视野,这给中国传统手工艺习俗文化的传承带来新的挑战。如何将传统文化元素与数字化有机融合、达到平衡是我们面对的一大难题。

6. 结语

新媒体技术数字化的特点, 突破了传统仪式的传播单一和空间局限性, 其具有强互动性、创造性的特点让人们更广泛地参与进来。而仪式将个人的失落或不满的体验(比如死亡的不可避免)游戏化([2]: p. 26)。祈福仪式与交互的结合, 让人们进行自发的情感调节, 舒缓压力。同时仪式作为一种载体和机制, 对民族文化自信培育至关重要。仪式交互与文化间存在逻辑关联性和共通性, 将仪式交互与文化有机融合, 能够更好地构建文化认同[8]。搭建虚拟场景和数字平台对空间进行还原与再现, 结合情感化叙事联结起人们情感记忆, 不断寻求创新, 重新思考当下仪式交互的可能性。

参考文献

- [1] 本书编写组编. 公务员核心能力提升培训教材[M]. 北京: 中国言实出版社, 2014.
- [2] 彭兆荣. 人类学仪式的理论和实践[M]. 北京: 民族出版社, 2007.
- [3] 张洪友. 通过仪式: 自我再生神话的仪式书写——维克多·特纳仪式理论的神话学解读[J]. 东方论丛, 2011(2).
- [4] 姚琪. 仪式感塑造在数字虚拟博物馆中的交互应用研究[J]. 美与时代(上), 2018(7): 22-25.
<https://doi.org/10.16129/j.cnki.mysds.2018.07.006>
- [5] 杨玮亚. 数字媒体艺术与虚拟现实技术发展模式的共性研究[J]. 艺术品鉴, 2019(20): 78-79.
- [6] 岳威, 曾燕婷, 黄蓉, 等. 集体记忆视角下的民俗仪式交互设计研究——以皖北蒸灯为例[J]. 设计艺术研究, 2023, 13(4): 77-82.
- [7] [美]兰德尔·柯林斯. 互动仪式链[M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 译. 北京: 商务印书馆, 2009: 95.
- [8] 武红勇. 仪式传播视域下文化自信培育研究[J]. 经济师, 2023(11): 225-226+228.