狂欢与冲突：体育赛事现场观众自我呈现的文化透析

——以足球赛事为例

项杨春

（世新大学 新闻传播学院，台北 350108）

摘 要：以互动仪式链理论为参照，建构体育赛事现场观众人际互动仪式模型，对现场观众的自我呈现进行剖析，探寻观众观赛的文化诉求及满足。以足球赛事为例，通过参与观察、文献资料及逻辑分析等方法，分析体育观众现场观赛的自我呈现机制及多重文化意蕴。认为，追求现场观赛，观众实现了身体同在的群体聚集；对比赛的共同关注，形成基于共同焦点的情境际遇；借由此际遇之上的互动，观众达成了高度的情感共鸣，并陷入匿名狂欢；此外，集体狂欢产生了仪式团结和身份认同，观众归属感获得满足。同时，观众进行高端热忱或低端沮丧的情感表达，彰显出多维情感；拥有团结感的观众对球队标志物尤为推崇，表现出类图腾崇拜的尊重，观众信仰获得替代实现；而对仪式团结和标志物的不敬会遭到严厉谴责甚至引发冲突，观众由此陷入非理性的沉沦。

关键词：体育赛事；现场观众；人际互动；自我呈现；文化意蕴

中图分类号：G80-05 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-3596（2022）01-0077-07

在现代体育运动中，赛场观众构成了赛事不可或缺的一部分，是赛事重要的参与者，与运动员、教练员以及裁判员等一同构建了赛事景观。过去对体育观众的研究较多集中在观赛动机、观赛行为等方面，对球场观众暴力、越轨行为的探究是其中最显著的部分。早期的美国传播学者 Jensen 认为体育“迷”是危险的，将其描述为“狂热的孤家寡人”“疯狂的全体成员”[1]。美国学者 Collins 则将运动暴力区分为选手暴力和观众暴力，并将观众暴力分为有赖于比赛的观众暴力和发生于场外的观众暴力，前者如观众闯入球场、观众向场内掷物、观众和选手对打、观众和观众互殴等形式[2]。Spaaij 的研究则表明，体育粉丝暴力是个体、人际、情境、社会环境和社会结构因素之间相互作用的结果[3]。黄艳红、范成文的研究则指出体育赛场常见的观众行为失控现象包括言语攻击、乱扔杂物、球迷间冲突、与安保人员冲突以及攻击球员、教练和裁判等等，并指出行为失控的心理因素有挫折心理、从众心理、投机心理和质疑心理等[4]。

也有一些学者对球迷现场观赛的影响因素进行了实证研究。方怡洁、王俊人指出赛程时段、对战组合、营销活动与特殊比赛是正向影响观众进场观看职棒球赛的因素[5]。李娜的分析表明，

收稿日期：2021-04-08

作者简介：项杨春（1980－），男，安徽芜湖人，在读博士，研究方向为体育传播。

文本信息：项杨春.狂欢与冲突：体育赛事现场观众自我呈现的文化透析：以足球赛事为例[J].河北体育学院学报，2022，36（1）：77-83.

主观规范、知觉行为控制和观赛意向对球迷现场观赛具有正向预测作用[6]。还有学者从微观层面探讨了观众如何受到球场气氛的影响而发生“情绪感染”的历程[7]。

从上述文献的回顾中可以发现对现场球迷、观众的研究多着眼于观赛动机、越轨行为，对人际互动的研究较少，事实上，赛场观众彼此间的人际交流是推动一项赛事持续发展的重要因素，正是在赛场观众互动行为的推动下，比赛气氛才能达到最高点。观众彼此之间的互动交流是赛事文化的重要组成，故对现场观众的沟通、互动机制的科学系统考察就显得尤为必要。

本研究拟从赛场观众自我呈现的角度切入，考察其中的人际互动机制，并透析这种自我呈现的文化意蕴。现场观众的自我呈现和比赛进程、节奏和结果紧密相关，表现出狂欢与冲突等多维特点。观众的观赛过程也是社会关系再生产的过程，通过观赛，人们的心理、行为都获得了重塑，情绪得到宣泄[8]、苦闷得以排遣、心理获得调适，对赛事现场观众形象的文化透析可以帮助我们更好地把握观众群体的心理、行为特征，了解观众的需求以及情感的碰撞、交融、摩擦和冲突，进而更深入地理解体育运动所传达的社会价值和意义。

1 体育赛事现场观众人际互动仪式模型

本研究借鉴美国社会学家兰德尔·柯林斯（Randall Collins）的互动仪式链（Interactive ritual chain）理论，建构足球赛事现场观众人际互动仪式模型，将观众的观赛行为视为一种仪式过程，来解析现场观众互动交流的意蕴。互动仪式链理论的核心机制是相互关注和情感连带，该理论认为仪式是一种相互专注的情感和关注机制，它形成了一种瞬间共有的实在，因而会形成群体团结和群体成员身份的符号。“高度的相互关注，即高度的互为主体性，跟高度的情感连带——通过身体的协调一致、相互激起/唤起参加者的神经系统——结合在一起，从而导致形成了与认知符号相关联的成员身份感；同时也为每个参加者带来了情感能量，使他们感到有信心、热情和愿望去做出他们认为道德上容许的事情。”[9]

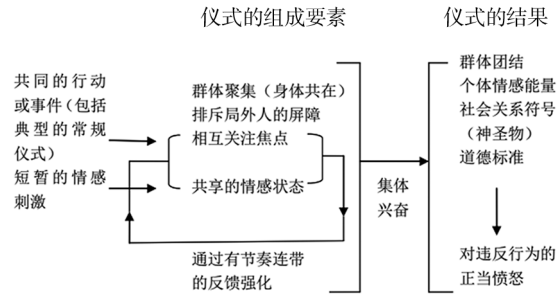

图 1 互动仪式链[9]

参照互动仪式链理论可以发现，足球比赛现场观众的观赛即是一种典型的建立在际遇之上的情境互动，其既是一种仪式体验的过程，也是一种观众自我呈现的过程。本文结合足球比赛现场观众观赛的形象呈现，建构出赛事现场观众的人际互动仪式模型（图 2）。

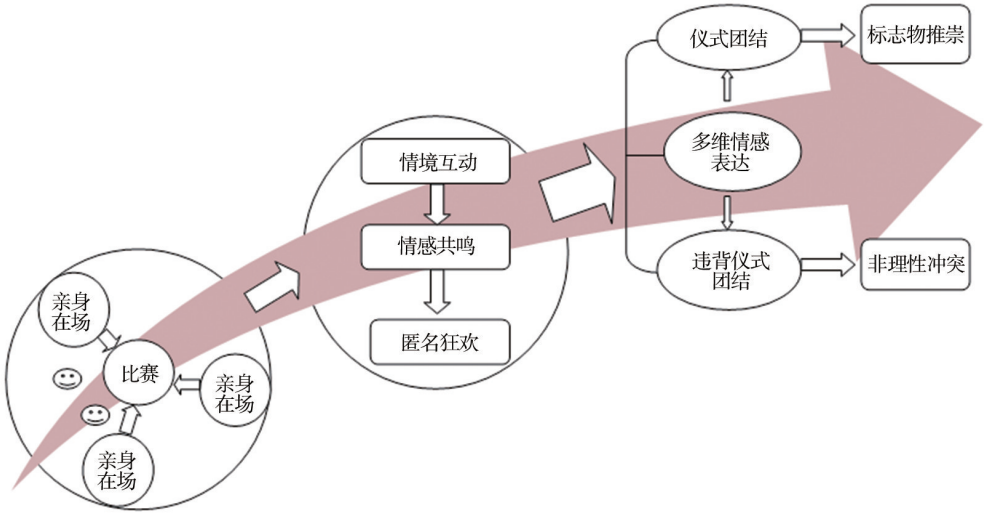

图 2 赛事现场观众人际互动仪式模型

借助该模型，我们可以更好地认识现场观众的言行表现和观众的自我呈现形象，以及赛场观众的狂欢或冲突等的形成机制。该模型将观众的人际互动过程分为三个阶段，第一阶段，观众的亲身在场营造了热烈的比赛氛围，因为对比赛的共同关注，观众被带入到特定的情境际遇中；第二阶段，观众在互动中产生了情感的共鸣并引发狂欢；第三阶段，观众表露出多维情感，仪式团结的达成促进了归属感的建立，而对抗仪式团结的行为却可能引起非理性冲突。

2　从身体同在到集体狂欢：情境互动下的观众自我呈现

身处同一赛场的观众客观上形成了一种“身体同在”的效果，通过对比赛的一致关注，观众之间形成了一种“情境际遇”，产生了交流互动的情感来源。伴随着比赛的进行，处于情境互动中的观众逐渐实现了“共享的情感”，达到了情感上的共鸣，不由自主地陷入“狂欢”状态中。

2.1　亲身在场的群体聚集，观众热衷现场“朝圣”

球赛现场的观众大多是陌生的。他们的社会角色不同，职业、阶层不同，但进了赛场，他们却有一个共同的身份——“球迷观众”。在这一刻观众之间的地位和身份差距被“消弭”，且拥有了显著的、共同的情感基础——对于自己支持球队的挚爱与拥护。

在大众传播媒介发达的今天，观众不去现场同样可以欣赏比赛，但这仍然阻止不了拥趸们涌进球场的热情。现场观赛可以带来更多的情绪体验和更强的亲近感，球星们的表演就在目之所及的范围，喜怒哀乐尽收眼底。“若球迷组织经常性地开展积极的、健康的团体活动，在赛场营造出浓烈的支持性氛围，沉浸其中的观众必然会受到良好氛围的感染，可能会促进其采取更为直接的支持方式，即更为频繁地到现场观看足球比赛。”[6]有些狂热的球迷会竭尽所能地去到现场，每周的比赛成了他们日常的朝圣之旅，观赛成了他们生命中庄重的仪式事件，缺席意味着生命旅程的不完整，错过比赛会产生长久的遗憾感。

现场观战的球迷是一种亲身在场的群体，在观众席上实现了“身体共在”，正如柯林斯所说的“仪式本质上是一种身体经历的过程。人们的身体聚集到同一个地点，开始了仪式过程。”[9]“同时聚在一起，也便于表达他们共同的情感——这样他们就会共同欢呼，上下团结，比赛才会与每个球迷息息相关。”[2]现场观众身处赛事的仪式中心，在这一刻，他们能分清谁是他们的伙伴，谁不是。现场观众通过身体同在达成在一定时空内的群体聚集，这赋予了他们特有的身份象征——“比赛现场的、身体同在的观众”。

2.2　共同关注比赛，观众形成情境际遇

在人们日常接触的社会结构中，人们彼此有直接的身体在场时就形成了际遇，关键的因素是维持一个“单一的情境定义”[10]，即形成际遇的人们拥有着共同的、相互的关注焦点。对同一对象的共同关注，将人们统领在一种他们一致认可的情境定义中。关注焦点，并且也知道身体共在的其他人也在关注着同一焦点，即共同关注焦点，同时因对共同焦点的关注，人群彼此也成为对方的关注点，由此形成基于共同关注焦点的单一情境际遇。

来到现场欣赏足球比赛的人们被赋予了统一的身份，在这一刻，他们扮演的是同一角色，比赛成为他们共同的关注点，即注意力聚焦点。正是对于比赛的共同关注才使得现场观众彼此认知、行为趋同，实现情感上的协调一致与相互增进。“当人群作为观众因某项活动而形成关注焦点时，某种较高程度的团结才有可能出现。只有当观众参与集体行动——鼓掌、欢呼或嘘声时，瞬间的团结感才可能会变得非常强烈。”[9]

对比赛本身的共同关注将赛场观众带进同一的情境际遇中。比赛成为牵动观众情绪、言行的那条主线，拨动着人们的情感神经，将观众带入或欣喜或悲伤的情绪体验中。观众身体在场只能说明其参与了群体聚集，对比赛本身态度淡漠的观众是被排除在这种际遇之外的，其扮演的仅仅是一个被动的旁观者的角色。由于未能融入观赛的整体氛围中，其也较难参与到观众的统一行动中，亦会让其显得与整体情境格格不入。在赛事现场，对比赛的关注与否以及关注程度也成为区分“真球迷”和“伪球迷”的重要标尺。

2.3　高度的情感共鸣，观众陷入“匿名”狂欢

互动仪式链理论认为，参与者情感与关注点的相互连带，产生了共享的情感、认知体验[9]。现场观众的情感会通过彼此多种形式的身体反应得到相互增进，通过情绪感染实现共有的情感体验。作者在现场观察发现，足球观众中的部分群

体[①]发出类似“哼哼”的加油助威声，其他零散球迷也会跟着这样的节奏一起哼唱。当赛场响起由球迷会带头吟唱的战斗歌曲时，其他观众的情绪被点燃了，也会不自觉地加入进来。这是一种“情感连带”的表现，它引导个人成为一群支持者的一部分[11]，通过相互的情绪传染形成“共享的情感状态”，此时的观众达成了一种“仪式传播”[12]情境，经由彼此的沟通、互动实现了对情感意义的共享。此种集体情感是人们在观赛中自然形成的，观众亲身参与其中，被盛大的场景所震撼，被浓烈的气氛所感染，自己的情绪也被现场喧闹的人群所影响。

现场观众的情感连带是一个渐进的、深入的过程，随着情感交流、彼此互动的增加而进入到更深层的情境定义中。比赛初期，观众彼此生疏，随着比赛进行，人们会越来越关注到彼此的存在，并在情绪感染的作用下，相互分享情感体验。比赛激战正酣时，不同区域的观众会高喊、呼应，对战斗口号进行接龙，形成新的群体互动。比赛渐入佳境时，赛场观众会引吭高歌，几万人共同演唱一支歌曲，在足球赛场掀起人浪，观众席的狂欢被推向高潮，这是一种显在的“集体兴奋”，也是全体观众共享情感的最高表现。

现场观赛过程中，情绪的传染具有强大的力量，“处于激情状态的人们最容易感情用事，对别人产生偏见，即使观众原本持有的社会知觉是正确的、客观的，也会由于情绪效应而变得偏激”[13]。很多人会在现场强烈氛围的感染下做出不理智的举动，当裁判或另一方球迷触怒到本方球迷时，他们会和大家一起谩骂、怒吼，连同日常生活中的郁积、愤懑一起发泄出去。群体很容易受人暗示，最初的提示通过相互传染的过程，会很快进入群体中所有人的头脑[14]。“在球场的看台上，大家都是‘匿名’的，匿名会产生一种类似于安全感的心理体验，就很可能出现任意行动、为所欲为、不受规范约束的行为。”[15] 在这样一种情境中，观众陷入了“另类狂欢”。

3 从仪式团结到对立冲突：多维情感促动下的文化镜像

经历情感共鸣的观众会产生一种团结的姿态，一种彼此具有高度认同感的“仪式团结”，其会赋予观众强烈的归属感，并可发展为对群体依存的长期情感，尤其表现为对球队标志物类似图腾的尊崇。观众亦会随着赛事进展呈现出多维度的情感姿态，或欢快热忱，或沮丧低落，而对仪式团结的破坏则可能会引发冲突，观众陷入非理性的盲从行动中。

3.1 集体狂欢带来仪式团结和身份认同——观众归属感的满足

足球赛事现场观众由身体的同在发展到情感的共鸣，人们从空间上的身体聚集发展为身心的协调共进，在共有的情感推动下，对彼此产生强烈的认同。“足球给人们提供了聚会和庆祝的场所和形式，在足球赛场里，相识和不相识的人们都会成为朋友，他们会为了场上某一个动作，为了某一个进球或失误，共同欢呼或共同沮丧。所有的激动和兴奋、沮丧和懊恼都会有人认同。”[16]

来到现场观看比赛的观众因共同的关注焦点而彼此认同，并会产生高度团结的姿态。当赛场出现令人激动、振奋的场景时，在高亢的情绪下，会引发人们的集体兴奋。如在一次有威胁的进攻中，观众纷纷鼓噪，随着进攻的推进，鼓噪逐渐升温，在射门得分的一瞬，激动的观众会迸发出仪式团结的姿态——互相击掌、触碰或拥抱，进球将人群带入了最高程度的集体兴奋。同样，当比赛结束，比赛结果符合观众的预期时，也会产生类似的团结感，在这一刻，人们感觉彼此是“同类”人。这种彼此身份的认同能够带给他们安全感，并且促成更高程度的默契，做出更加统一的言语与行动表达。

“集体认同是在个体认同的自我概念中对所处群体的了解、情感寄托和价值观趋同，是个体情感、价值观与群体的共同价值观的高度统一的过程。”[17]观赛的过程即是集体认同形成的过程，人们会逐渐从被动的旁观者转变为主动的参与者，将自身融入到整个比赛的进程中，随着比赛局势的变化，与在场的其他观众一起呐喊、欢呼和拥抱。“当人群从无动于衷的旁观者成为积极参与的一部分时，这种集体团结与身份的感觉越来越强。这种经历不仅是响应人群中的其他人，而且也是影响他们，因此随着个人更加充分地融入其中，会越来越成为相互连带的一部分。”[9]身体同在产生的集体情感将人们带入身份一体化的境遇之中，同时，成员身份的认同也会赋予观众强烈的归属感，这是一种超越利益、摆脱世俗、基于爱好的天然归属感。

3.2　进行热忱或沮丧的情感表达——观众多维情感的彰显

观众对比赛结果满意能建立起高度的情感能量，除了在赛场进行呐喊、吼叫等强烈的情感表达和做出击掌、触碰与拥抱等团结姿态外，还会结伴参与到赛后场外庆祝的游行队伍中，以继续释放自身的情感能量。胜利的结果会带来强烈的情感满足，需要集体行动参与才会得以平复。有经验证据表明，与赢得比赛相关的积极情绪状态会持续很多天，并会花费更多的时间进行社交活动[18]。高度的情感能量亦成为下一次际遇的情感基础。

理想的比赛结果会将观众带入积极的情感表达中，相反则会导致观众情绪的消沉。足球魅力的一个特点是情绪激动的程度及其公开展示，涉及正面和负面的感情，如突然而来的喜悦和沮丧、悲伤的眼泪[19]。低端的情感能量是作为相反的情形呈现的。当比赛状态不佳时，或者说比赛本身形成“逆感倾向”[20]时，较低的情感能量会占据主导，观众表现为惊讶、沮丧，彼此也缺乏互动的热情，甚至会选择提前离场来逃避，对比赛的痛心甚至会转化为对现实生活失去一定的热情。

观众有时会做出喝倒彩、拒绝退场等极端的举动，通过对抗的形式来表达愤懑。2019 赛季中超第 14 轮江苏队主场 0 比 1 不敌上海申花比赛后，愤怒的主队球迷迟迟不愿离场，并高喊“假球”！在随后的一个主场（中超第 17 轮江苏队对阵上海上港）比赛中，到场的主队球迷更是采取了静场、背对球场以及喝倒彩的方式继续表达愤慨。“球迷对自己所喜爱的球队只盼望赢，而不愿看到失败的结局。在这种心理的驱使下，一旦有暂时的落后，就很难从失落状态下自拔，进而形成集群行为。”[21]比赛结果与自己的期望相违背，容易导致球迷产生挫折感，自控能力减弱，倾向于通过骚乱和暴力来宣泄自我或发泄情绪。部分球迷的行为失控会演化为一种潜意识形态并形成情感互动，引起其他球迷情绪上的共鸣，最终引发球迷集体骚乱和行为失控[4]。

在这样的情感境遇中，人们无法建立起群体的仪式团结，会变得消极、失落、垂头丧气，并伴有羞耻感。投入的情感能量与情感回报不对等，会产生行为的背离。如果一支球队表现糟糕，观众会逐渐舍弃现场观赛，逐渐疏离他们。上述谈及的两场比赛，就因江苏队前一个主场输球，后一个主场上座率锐减了近 3 万人。

3.3　对球队标志物表示尊崇——观众信仰的替代实现

观众借由仪式团结形成了强烈的群体归属感，充满群体归属感的观众对群体符号格外尊重，尤其表现在对球队标志物②，也就是“神圣物”的尊崇上。这时，对共享情感的关注就转化为对具体象征物的尊敬，而对它的轻蔑会遭受相当程度的谴责，同样，对它不敬的观众也会被剥夺群体成员的身份。“他们会在比赛场地的固定看台，身着与运动队或运动员约定俗成的统一服装，有延续性比较显著的支持歌曲、口号、队形。在某些特殊情境下，他们在情绪上会与‘对方’的体育迷发生允许范围内的言语冲突。”[22]建立起群体归属感的观众会在赛场身着印有球队标志物的球衣、围巾和帽子等，收藏带有球队标志物的物品等，在为球队加油助威时，呼喊共同的名称和口号。对球队标志物，人们表现出一种类似图腾的崇拜和尊敬，这是一种信仰的满足。球队标志物赋予了他们一种身份和象征，彰显其成员归属，而对群体符号的共享则将人们带入更深层次的情境团结中。

对球队标志物的尊崇和依恋将观众凝聚在一起，使人们的身份和立场保持统一，进入到同一的情感境遇中。这种团结感不仅表现在赛事现场，还延伸到场外，赛后球迷们继续延续着仪式活动，穿着主队的服装、喝着带有主队 LOGO 的啤酒[23]。如在平日的生活中，球迷注意到身着自己喜爱球队 LOGO 服饰的路人时会格外注意，并对其产生高度的认同感。其会反过来再次确认自己的身份，以表明自己和对方的群体同一性，以此获得相当高的情感能量。在统一的符号指引下，球迷们相聚成群，成为情感牢靠的群体组织，围绕球队共同行事，甚至追随球队征战南北。

3.4　违背仪式团结导致责难与冲突——观众非理性的沉沦

因所支持的球队不同，赛场观众相应地区分出不同阵营。“在他们的价值判断中有一种明显的‘好’，这种‘好’好像是与生俱来，不管现在比赛与否，它都深刻存在于他们所钟爱的球队身上，这种价值判断与一种强烈的情感同在，在共同价值与强烈情感的驱动下，两个分别支持不

同球队且相互对立的集群产生了。”[24]赛场上的标志物成为划分不同群体的界线，身着不同标志服饰的观众天然地分成不同的派别。将人们情感统摄起来的球队标志物具有强大的力量。以球队名称为指称，一方对另一方阵营进行言语攻击，或对对方吉祥物、队旗等标志物表示不敬的行为会引起对方的愤怒，甚至招致其猛烈的回击。

事实上，赛场上还存在嘲讽对方的“仪式”的问题。其中主队球迷和客队球迷之间的“言语交锋”最为常见。赛场上一方球迷随比赛进程形成仪式团结并产生情感共鸣时，来自另一方球迷的挑衅和嘲笑会激起其反感和憎恶，在这种回击过程中，更增强了回击一方成员彼此之间的归属感和认同感[25]。赛场上，破坏仪式团结的行径很多，如一方取得进球而陷入集体狂欢时，另一方则以喝倒彩的形式进行回应。在这样的情境下，仪式礼节一旦被打破将产生冲突，可能从球场内的言语攻击逐渐发展为言语暴力、身体暴力，并蔓延到球场之外[26]，“轻则互相辱骂、互扔杂物，重则进行人身攻击，发生肢体冲突，造成流血伤害事故。”[4]2020赛季中超第16轮争冠组上海上港点球6比5淘汰上海申花赛后，双方球迷爆发激烈的冲突，相互谩骂、叫嚷，上港球迷更是从球场高处向申花球迷狂掷杂物，现场混乱不堪。

群体感情的狂暴，会因责任感的彻底消失而强化，人多势众而一时产生的力量感会使群体表现出一些孤立的个人不可能有的情绪和行动[14]。赛场内外，因挑衅导致对立球迷之间的冲突、纷争屡见不鲜，并有进一步演变为社会骚乱的危险。冲突、暴力和骚乱的出现是一种极端情况，由于比赛进程和结果的不可控性，冲突和纷争也就具有了不可预见性。

值得注意的是，体育比赛有演化为局部人群纷争的可能性。要进一步对观众观赛中易引起摩擦、冲突的缘由进行深入分析，为赛事决策和管理方提供智力支持，使其做到提前部署与预防，采取必要的规避手段，降低冲突的发生，保证观众更好的观赛体验。

注释：

①这里的“部分群体”指区别于散客的球迷会，数量少则几十人，多则几百甚至几千人。

②这里主要指球队名称、LOGO、口号、服饰等符号或对象。

参考文献：

[1] JENSEN J. Fandom as pathology: the consequences of characterization[M]//LEWIS L. Adoring audience: fan culture and popular media. 2nd edition. Lonon: Routledge, 2001.

[2] COLLINS R. Violence: a micro-sociological theory [M]. Princeton: Princeton University Press, 2008.

[3] SPAAIJ R. Sports crowd violence: an interdisciplinary synthesis[J]. Aggression and Violent Behavior, 2014, 19(2): 146.

[4] 黄艳红，范成文. 体育赛场观众行为失控的社会心理学分析[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版)，2016，19(3)：100.

[5] 方怡洁，王俊人. 中华职棒观众进场观赛之因素分析[J]. 大专体育学刊，2019，21(2)：97.

[6] 李娜. 职业足球联赛中球迷现场观赛的影响因素分析：基于计划行为理论框架[J]. 沈阳体育学院学报，2016，35(4)：66.

[7] 林若慧，陈思伶，蔡昀儒. 以气氛理论建构并解读观赛休闲者的情绪感染[J]. 观光休闲学报，2018，24(3)：235.

[8] 陈志斌，单一飞，海宛平. 中国足球超级联赛球迷观赛动机与购买行为关系研究[J]. 沈阳体育学院学报，2014，33(6)：39.

[9] 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.

[10] 欧文·戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢，译. 北京：北京大学出版社，2008.

[11] LESTRELIN L. Entering into, staying, and being active in a group of football supporters: a procedural analysis of engagement. The case of supporters of a French football club[J]. International Review of Sociology, 2012, 22(3): 492.

[12] CAREY J W. A cultural approach to communication[M]//CRAIG R T, MULLER H L. Theorizing communication: readings across traditions. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.

[13] 赵阳，石岩. 我国足球场观众言语攻击现象探析[J]. 体育与科学，2006，27(2)：82.

[14] 古斯塔夫·勒庞. 乌合之众：大众心理研究[M]. 冯克利，译. 北京：中央编译出版社，2005.

[15] 周秀军，毛志晨. 我国足球赛场球迷越轨行为分级及趋势探析[J]. 体育与科学，2011，32(6)：103.

[16] 曹祥发，侯磊. 中国足球运动发展演变的社会学分析[M]. 成都：西南交通大学出版社，2010.

[17] 金瑞静. 集体身份认同视域下中英足球球迷文化的比较研究[J]. 体育与科学，2015，36(2)：68.

[18] JONES M V, COFFEE P, SHEFFIELD D, et al. Just

a game? changes in English and Spanish soccer fans' emotions in the 2010 World Cup[J]. Psychology of Sport & Exercise,2012,13(2):162.

[19] 泰德·理查兹.足球与哲学:美丽的运动,激情的思辨[M].雷国楝,谢朝忠,译.武汉:武汉大学出版社,2016.

[20] 孙杰.我国足球球迷行为的社会学特征研究[D].武汉:武汉体育学院,2013.

[21] 赵建安,张鲲.足球赛场球迷骚乱和暴力成因的社会心理学探析[J].西安体育学院学报,2013,20(6):112.

[22] 冯瑞.体育迷的身份认同维度研究[J].成都体育学院学报,2014,40(11):50.

[23] COTTINGHAM M D. Interaction ritual theory and sports fans: emotion, symbols, and solidarity [J]. Sociology of Sport Journal,2012,29(2):168.

[24] 唐国勇,胡科.断裂的集群:对足球球迷骚乱发生过程的社会学阐释[J].武汉体育学院学报,2007,41(12):19.

[25] Radmann A. Hooligans: nice guys or the last alpha males? a study of football supporters' self-image [J]. Soccer & Society,2014,15(4):548.

[26] 石岩,王莹,赵阳,等.球场观众暴力的发展趋势、研究进展与遏制策略[J].体育科学,2007,27(1):24.

Carnival and Conflict: A Cultural Analysis of the Audience's Self-presentation in Sports Events

——Taking Football Match as an Example

XIANG Yangchun

(School of Journalism and Communication, Shih Hsin University, Taipei 350108, China)

Abstract: Taking the interactive ritual chain as a reference, this paper constructs the interpersonal interaction ritual model of the live audience in sports events, analyzes the self-presentation and explores the cultural requirements and satisfaction of the audience. Taking the football match as an example, this paper analyzes the self-presentation mechanism and multi-cultural connotation of live audience by the methods of participation observation, literature and logical analysis. It is believed that the pursuit of on-site watching enables the audience to gather in groups with the same body; The common attention to the game forms the situational encounter based on the common focus; The audience reached a high degree of emotional resonance and fell into an anonymous carnival by the interaction based on the encounter; In addition, the collective carnival produces ritual unity and identity, and the audience's sense of belonging is satisfied. At the same time, the audience expressed emotion of high-end enthusiasm or low-end depression showing multi-dimensional emotion; The audience with a sense of unity especially respected the team logo showing the respect of totem worship and audience belief is realized by substitution; The disrespect for the ritual unity and the symbol will be severely condemned and even lead to conflicts, which will lead to the irrational degradation of the audience.

Key words: sports events; live audience; interpersonal interaction; self-presentation; cultural connotation