

上太空的玩偶： 非制度化国家象征策略的国别比较研究

徐 佳

内容提要 1961年，在人类第一次太空旅行中，苏联宇航员加加林携带一个玩偶作为零重力指示物。此后，伴随各国航天员上太空的玩偶被策略性地用作非制度化的国家象征。这赋予了航天作为国家硬实力的现实主义表征功能之外建构性的象征功能与丰富的象征意义。半个多世纪以来，各航天大国主要采用四种象征策略及其组合：将太空玩偶作为国家指向、社会动员、个体共情与传统表征，并构成三种典型的象征类型：置换修辞型、黏合延展型以及系统互文型。太空玩偶以象征想象建构起国家意象，“作为审美的想象启迪”与“作为情感活动的想象认知”相得益彰，反复更新着关于特定国家的“感受的历史”。以象征想象的国家意象是隐形的、泛在的，一旦达成又是长效的。

关键词 太空玩偶 非制度化国家象征 象征想象 国别比较

一、引言：从零重力指示物到国家象征

1961年4月12日，苏联宇航员尤里·加加林（Yuri Gagarin）在人类第一次航天飞行中随身携带一个玩偶作为零重力指示物（zero gravity indicator）。当玩偶在舱内漂浮起来，即表示飞船已脱离地球引力进入太空。在加加林的偶然行为之后，携带玩偶上太空成为各国航天员的习惯。玩偶从纯功能型视觉指示物逐渐发展为具有文化意义的象征物——史努比、愤怒的小鸟、幼隼、北极熊、爱因斯坦、巴斯光年等等玩偶都曾作为特殊的“太空乘客”见证人类探索宇宙的历程。2021年农历牛年，中国神州十二号载人飞船航天员刘伯明携带小牛玩偶进入太空，这是第一枚中国太空玩偶。这些看似微小的文化现象，实则蕴含着丰富的象征意义——柔软的玩偶承载着人类的信息与情感，搭乘表征国家硬实力的航天飞船进入太空，在从地面到太空的旅程中，执行象征国家的使命。每发送一个玩偶上太空，皆是策略性地制造“被看见”的国家象征的文化过程。

回顾历史，人类航天技术甫一诞生便具有显著的国家属性。任何国家实施航天任务，特别是载人航天任务都采取举国体制^①。尽管 20 世纪 70 年代以来一些国家开始探索商业化航天，尤其是美国积极推动商业航天公司参与国防和太空任务，力图利用其创新能力和灵活性，实现资源优化配置^②，然而，国家从不曾退场；相反，在太空竞争日趋激烈的情况下，国家始终主导着航天业的发展。近年来，在军事航天大国的推动下，太空已成为国家安全和军事实力的重要组成部分^③。目前，已有学者关注到代表国家“硬实力”的航天事业中的科技传播、航天文化传播、对外传播等“软实力”因素，聚焦具体实践展开应用型研究^④，也有学者开展了关于“太空名人”、航天员社交媒体参与^⑤等更有具体指向性的研究。总体上，既有研究在机制探索和理论创新方面尚不足以反哺航天这一事关国家的战略性议题，特别是，对于能够作为国家象征的、具有鲜明特征和互动维度的实在“象征物”的研究还有待进一步加强。

二、国家象征研究的跨学科理论脉络

象征，即以有形具象的事物来表现无形抽象的事物，并在两者之间建立意义关系。文学的象征主义、哲学的象征系统、社会学的符号互动论、人类学的仪式象征等，共同揭示了象征在人类社会沟通中的特有地位。20 世纪 90 年代，政治学的“象征政治理论”被再发现^⑥，国家象征即在其研究范围之内。国家象征指的是在

-
- ① 吴季：《关于载人航天走向商业化的思考》，《中国航天》2021 年第 9 期。
- ② 赵玉洁：《2024 年国外太空态势感知领域发展综述》，《国际太空》2025 年第 3 期。
- ③ 孔敏、李榕：《世界主要国家太空力量发展现状》，《国际太空》2024 年第 2 期。
- ④ 王润珏、张若溪：《国际传播视域下的航天故事讲述与国家形象塑造——基于 CGTN 的实践经验》，《电视研究》2022 年第 4 期；李雪莹、梁晓波：《概念隐喻视角下嫦娥五号系列报道中的国家形象建构研究》，《长沙大学学报》2021 年第 3 期；刘德寰、傅居正：《主流媒体航天新闻实践中的全媒体传播建构——以中央广播电视总台对“神舟十三号”的报道为例》，《传媒》2023 年第 9 期；涂雨秋：《“天宫课堂”：基于模因论视域下的航天文化传播》，《中国广播电视学刊》2023 年第 3 期。
- ⑤ Damjanov, K., & Crouch, D., “Global Media Cultures among the Stars: Formations of Celebrity in Outer Space,” *International Journal of Cultural Studies*, vol. 21, no. 5, 2018, pp. 553 – 568; Loner, E., & Fattorini, E., “From Space to Social Media: How Female and Male NASA Astronauts Promote Women’s Participation in STEM on Facebook,” *The Communication Review*, vol. 28, no. 2, 2025, pp. 221 – 243.
- ⑥ Brysk, A., “‘Hearts and Minds’: Bringing Symbolic Politics Back In”, *Polity*, vol. 27, no. 4, 1995, pp. 559 – 585.

具象的物与抽象的国家之间建立映射关系^①，使人们无法直接看到或感受到的抽象存在的国家变得具体有形^②，也就是人们得以通过对具象的象征物的感知来建立并表达对国家的情感和认同^③。

在目前的学科归属上，国家象征主要是一个政治学术语。政治学相关研究主要关注国家象征在民族国家内部形成、维护和巩固认同的意义。每个国家及其国民在种族、经济、宗教和历史等方面皆具有一定的多样性^④，而国家象征便是用来取代这种多样性，在国族成员之间建立独特纽带，即共同感的工具。简言之，国家象征通过塑造国家认同在当代政治中发挥重要作用^⑤，且“一个有意义的国家象征应该不断提醒人们他们的国家认同”^⑥。

政治学相关研究区分了两种类别的国家象征：一是制度化象征（如国旗、国徽、国歌等），具有“政治-经济”取向，主张划定边界区别内外；二是非制度化象征，指在文化上约定俗成的象征，具有“文化-社会”取向，主张跨越边界融合延展。非制度化国家象征不断自我创造并创造关于国家的新的意义。两种象征彼此诠释。据此，本研究讨论的太空玩偶象征属于非制度化国家象征范畴。

就非制度化国家象征研究而言，政治学研究路径在一定程度上遮蔽了文化象征的时空延展性与想象力，因此，有必要引入象征的文学与哲学传统，以期传播学研究非制度化国家象征提供跨学科支撑。文学传统中的象征，是一种反对抽象^⑦但又不同于现实主义“再现现实”的风格，主张通过可感知的形貌表达意念^⑧。20世纪以来，一群象征主义文学家将作为诗学学派、文学创作流派的象征纳入哲学体系当中，认为象征究其本源是一种认知世界、把握世界的独特方式，是一种世界

① 王海洲：《想象力的捕捉：国家象征认同困境的政治现象学分析》，《政治学研究》2018年第6期。

② Walzer, M., "On the Role of Symbolism in Political Thought," *Political Science Quarterly*, vol. 82, no. 2, 1967, pp. 191 - 204.

③ Geisler, M. E., *National Symbols, Fractured Identities: Contesting the National Narrative*, Lebanon: University Press of New England, 2005, pp. XIX - XXVII.

④ Connor, W., *Ethnonationalism: The Quest for Understanding*, Princeton: Princeton University Press, 1994, p. 202.

⑤ Zhu, J., & Ilsinger, G. "Political Animals in the Modern World: An Investigation of the National Animal Symbol," *Studies in Ethnicity and Nationalism*, vol. 23, no. 2, 2023, pp. 195 - 215.

⑥ Finell, E., & Liebkind, K., "National Symbols and Distinctiveness: Rhetorical Strategies in Creating Distinct National Identities," *British Journal of Social Psychology*, vol. 49, no. 2, 2010, pp. 321 - 341.

⑦ 蒲度戎：《叶芝的象征主义与文学传统》，《外语与外语教学》2007年第7期。

⑧ 廖星桥：《外国现代派文学导论》，北京：北京出版社，1986年，第146页。

观。象征不再仅仅是文学意义上由形式或内容所决定的，运用隐喻、暗示等假定性手法投射作家内心世界隐秘感受与超验体验的方法，而是内容与形式交织于一体的对世界的认识，是一种对象征世界亦即本真世界的追求^①。进而，哲学上的象征具有了认知论意味。在特定历史条件下，象征亦指向社会动员。例如，五四期间诸多中国文人不约而同地趋向象征主义，及至20世纪30-40年代象征从文学出发，走向思想批判与社会变革实践^②，也标志着象征在具有审美功能、认知功能的基础上，还具有社会动员功能。

文学与哲学领域关于象征的论述为传播学研究国家象征提供了跨学科基础——国家象征是建构主体与认知主体双重能动的机制：一方面，建构主体建构起一套既非写实又非抽象的关于国家的象征（物）体系；另一方面，认知主体在对特定象征（物）体系的体认过程中联想到特定国家^③，不断“二次创造”象征本身，并赋予其新的意义，由此不断产生关于该国家的行为以及（永远不是最终的）结果。

传播学领域与国家象征相关的研究亦关注建构与认知两个面向。象征建构研究关注谁应该拥有国家象征^④、主体如何使用国家象征^⑤等；象征认知研究则主要关注接受效果，包括关于本国的国族想象、民族身份与国家认同^⑥及其正反两方面效果分析^⑦，以及国家象征的跨文化认知困境^⑧等。此外，还有一些研究以具体的文

-
- ① 杜文娟：《象征主义，洞察本真世界——安德烈·别雷象征主义文学理论探微》，《外国文学评论》1998年第4期。
- ② 陈旭光：《严肃时代的自觉——论四十年代现代主义诗潮对象征主义的反思和超越》，《文学评论》1998年第5期。
- ③ 王海洲：《国家形象塑造的象征政治学阐释》，《南京社会科学》2016年第10期。
- ④ Isaacs-Martin, W., "Strengthening National Identity Through National Symbols and Historical Narrative? Do National Leaders Have a Role to Play?" *Africa Insight*, vol. 40, no. 3, 2010, pp. 80-91.
- ⑤ Wiltgren, L. K., "Youth Using National Symbols in Constructing Identities," *Journal of Youth Studies*, vol. 17, no. 3, 2014, pp. 308-323.
- ⑥ Finell, E., Olakivi, A., Liebkind, K., & Lipsanen, J., "Does It Matter How I Perceive My Nation? National Symbols, National Identification and Attitudes toward Immigrants," *Scandinavian Journal of Psychology*, vol. 54, no. 6, 2013, pp. 529-535; Bechhofer, F., & McCrone, D., "Imagining the Nation: Symbols of National Culture in England and Scotland," *Ethnicities*, vol. 13, no. 5, 2013, pp. 544-564.
- ⑦ Marinthe, G., Testé, B., & Kamiejski, R., "Don't Burn our Flag: Patriotism, Perceived Threat, and the Impact of Desecrating a National Symbol on Intergroup Attitudes," *Current Psychology*, vol. 42, no. 5, 2023, pp. 3780-3793.
- ⑧ 关世杰：《论“龙”与德文“Drache”》，《北大新闻与传播评论》2014年集刊；施爱东：《中国龙的发明近现代中国形象的域外变迁》，北京：九州出版社，2024年，第11-12页。

化符号为对象，勾连起建构研究与认知研究^①。

本研究立足非制度化国家象征，基于横向国别比较与纵向历史比较，考察各国持续将玩偶送上太空以象征自身的行为过程，以描绘六十余年来全球太空玩偶演化的完整谱系，并在此基础上试图解析太空玩偶非制度化国家象征的建构路径为何，各航天大国在象征策略方面存在哪些共性和差异，建构主体的行为与意义之间有何关联。本研究力图回应当前各国国家形象塑造中普遍存在的想象力缺乏问题。

三、各国太空玩偶国家象征的建构路径

太空玩偶伴随载人航天业诞生。本研究梳理 1961 年人类第一次太空旅行至今所发送的五十余枚玩偶。这些太空玩偶主要由俄罗斯、美国、中国三个航天大国发送，携带玩偶进入太空的宇航员来自全球 17 个国家。本研究结合政治经济背景和社会文化语境阐释，分门别类地呈现各国太空玩偶国家象征的建构路径。

（一）俄罗斯路径

俄罗斯的航天业继承自苏联。1957 年 10 月 4 日，苏联发射了人类历史上第一颗人造卫星“斯普特尼克一号”（Sputnik-1），成为冷战时期“肉眼可见的”苏联国家成就象征，其象征意义甚至大于空间科学探索的意义^②。20 世纪 60-70 年代，苏联经历了国内外政治与经济上的动荡，太空预算及资产大幅减少，失去了其前期建立起来的太空优势。21 世纪以降，俄罗斯在苏联基础上重启太空军事发展战略，同时开始策略性地发送太空玩偶以象征其国家。由俄罗斯宇航员携带进入太空的玩偶可大致分为两类：一类直接指向国家，一类承载个人情感（主要是亲情与友情）。

表 1 俄罗斯的太空玩偶

象征策略	太空玩偶	时间	航天项目
国家指向	小北极熊	2002. 10	联盟号 Soyuz TMA-1
	小北极熊	2008. 10	联盟号 Soyuz TMA-13
	索契冬奥会吉祥物北极熊	2013. 11	联盟号 Soyuz TMA-11M
	斯普特尼克卫星模型	2017. 9	联盟号 Soyuz MS-06
	俄罗斯世界杯吉祥物扎比瓦卡	2018. 3	联盟号 Soyuz MS-08
	俄罗斯经典动画形象切布拉什卡	2022. 9	联盟号 Soyuz MS-22

① 彭佳、陈艳花：《中华民族共同体视域下的符号互动与认同建构——以“马”符号的格雷马斯方阵演进为例》，《广西民族研究》2021年第6期。

② 徐佳：《作为卫星、通讯社与疫苗的斯普特尼克——以俄罗斯国家形象建构为视角的考察》，《新闻大学》2021年第12期。

续表

象征策略	太空玩偶	时间	航天项目
个体共情	愤怒的小鸟	2011. 11	联盟号 Soyuz TMA - 22
	小丑人	2012. 12	联盟号 Soyuz TMA - 07M
	小白狗	2013. 5	联盟号 Soyuz35 TMA - 09M
	小黑猫 Dimlar	2013. 9	联盟号 Soyuz36 TMA - 10M
	小鸭子 Quack	2014. 3	联盟号 Soyuz TMA - 12M
	雪宝	2014. 11	联盟号 Soyuz TMA - 15M
	猫头鹰	2015. 12	联盟号 Soyuz TMA - 19M

注：本文表格均综合互联网公开信息形成

1. 以经典象征指向国家

在所有国家中，俄罗斯最早使用太空玩偶指向自身，其基本方式是将若干经典的既有国家象征物以玩偶的形式送上太空。

熊最常充当俄罗斯太空玩偶形象。熊是俄罗斯的国家图腾，是善良、质朴、憨态可掬的“森林主人”，被广泛用于市徽、党徽等标志物设计中。宇航员尤里·隆恰科夫（Yuri Lonchakov）于2002年、2008年两次携带“小北极熊”玩偶搭乘联盟号飞船进入太空。2022年，宇航员谢尔盖·普罗科皮耶夫（Sergey Prokopyev）携带切布拉什卡玩偶搭乘联盟号进入太空——由熊演变的介于小熊和小猴子之间的虚构“物种”切布拉什卡是苏俄儿童文学作家艾杜瓦德·乌斯宾斯基（Eduard Uspensky）创造的广受欢迎的文化形象，数十年来在俄罗斯社会生活乃至政治大选中持续充当象征物^①。

在俄罗斯与西方关系的长期历史上，西方对俄罗斯采取二分法认知：善与恶、光明与黑暗、自由与奴隶制、民主与专制的宗教政治斗争等^②。因此当西方称俄罗斯为“熊”时，往往意指其野心和贪婪，喜欢使用武力粗暴处理问题、入侵并强行兼并邻国^③等等。对此，近年来，俄罗斯对其传统的熊象征进行了诠释，同时寻找本国文化中其他的替代性形象来象征国家。比如，俄罗斯于2011年2月发布了2014年索契冬奥会的吉祥物：北极熊、兔子与雪豹组合。2013年11月，宇航员米哈伊尔·图林（Mikhail Tyurin）将北极熊玩偶带上太空，并在太空行走中展示了冬奥会火炬。在飞船发射前的新闻发布会上，图林将北极熊与象征和平的奥运会做了强关联：“我们将它（北极熊玩偶）带上代表国际合作的空间站，很高兴可以将奥

① 新民网：《本次俄罗斯大选高投票率的背后：地方各出奇招进行差异化动员》，2024年3月21日，<https://news.xinmin.cn/2024/03/21/32613368.html>，2025年5月1日。

② 徐向梅：《西方视野下的俄罗斯形象：历史嬗变与现实定位》，《俄罗斯东欧中亚研究》2020年第4期。

③ 陈春彦：《“今日俄罗斯”重塑国家形象的传播战略研究》，《对外传播》2019年第2期。

运和国际空间站联系在一起。”^①又如,2018年,宇航员奥列格·阿特米耶夫(Oleg Artemyev)携带狼形象的俄罗斯世界杯吉祥物扎比瓦卡玩偶进入太空。

从苏联延续至俄罗斯的卫星象征亦被用作太空玩偶形象,构成最为特殊的俄罗斯象征。半个多世纪以来,俄罗斯十分重视对卫星象征的战略构念:从冷战时期苏联冒险成功发射人类第一颗人造卫星斯普特尼克,到21世纪俄罗斯以斯普特尼克为名组建通讯社开展其对外传播,再到2020年率先注册全球第一款新冠疫苗并再次以斯普特尼克命名,俄罗斯持续以卫星为象征制造了一个个“技术震惊时刻”,力图形塑国际公众对其的长期认知图式^②。2017年,斯普特尼克卫星发射六十周年,宇航员亚历山大·米苏尔金(Alexander Misurkin)携带斯普特尼克模型搭乘联盟号飞船进入太空,再次指向制造“震惊时刻”的俄罗斯科学技术实力。

2. 以共情象征“取代”复杂国家

以太空玩偶进行个体共情的传统亦由俄罗斯开创。承载亲情的太空玩偶大都由宇航员的孩子挑选,其中一些玩偶以孩子的名字命名。2013年上太空的小白狗玩偶是宇航员费奥尔多·雅金奇(Fyodor Yurchikhin)的朋友三十年前赠予的,承载着历经时间的友情。

个体共情玩偶看似微观,实则指向的是国家,要解决的问题是“取代”国家的复杂性,构建起一种共在、共通的共同感。历史上,俄罗斯的形象本身多变复杂:它是“欧洲落后的野蛮人”,也是打败拿破仑、希特勒的强国,是四处镇压革命的欧洲宪兵,也是撒播革命火种的第一个无产阶级专政国家^③。若如19世纪俄国诗人费德罗·丘特切夫(Fedor Tyutchev)所言,“理性不能了解俄国,用普通的尺子无法测量俄国”^④,那么以情感,尤其是人类普遍共通的亲情与友情来叙述国家,则成为当代俄罗斯的合理策略。

上太空的宇航员经历着人类所能体验到的最极端的“分离”,不仅与家人分离,也与整个地球生态系统和人类文明物理隔离。在浩瀚的太空中,这些来自亲友的陪伴玩偶是家庭情感和地球生活的物质化象征,充当了宇航员乃至全人类的情感锚点。国家英雄、科学精英与慈爱父母、重情朋友等身份叠加在一起,使得“最强大的国家”与“最本源的人性”合为一体,力图以人类共通的感情统合具有复杂

① Pearlman, R. Z., “Olympic Torch Launches into Orbit with New Space Station Crew”, 2013 - 11 - 7, <https://www.space.com/23498-olympic-torch-space-station-crew-launch.html>, 2026-4-8.

② 徐佳:《作为卫星、通讯社与疫苗的斯普特尼克——以俄罗斯国家形象建构为视角的考察》,《新闻大学》2021年第12期。

③ 朱建刚:《保守主义、东正教与俄罗斯国家形象建构》,北京:中国华侨出版社,2023年,第1页。

④ 刘怡彤:《信仰与审美的互动:俄罗斯文学思想史的反思》,《俄罗斯文艺》2024年第3期。

历史与矛盾认知的国家形象。

(二) 美国路径

自 20 世纪 60 年代以来，美国是发送最多玩偶上太空的国家，其象征策略亦最多元，主要包括国家指向、社会动员以及个体共情。

表 2 美国的太空玩偶

象征策略		太空玩偶	时间	航天项目
国家指向		隼 Aurora	2018. 10	(俄) 联盟号 Soyuz MS - 10
			2019. 3	(俄) 联盟号 Soyuz MS - 12
			2024. 9	SpaceX Crew - 9
社会动员	太空探索	史努比	1990. 1	哥伦比亚号 STS - 32
	航天教育	麦哲伦泰迪熊	1995. 2	发现号 STS - 63
		巴斯光年	2008. 5	发现号 STS - 124
		洋娃娃 Stargazer Lottie	2015. 12	Orbital ATK CRS - 4
		宇航员造型的史努比	2019. 11	波音公司 CST - 100 星际客机
		《坎巴拉太空计划》中的宇航员 Jebediah Kerman	2022. 5	波音公司星际客船 Starliner
		爱因斯坦	2022. 10	SpaceX Crew - 5
		宇航员造型的史努比	2022. 11	Artemis 1 火箭
		泰迪熊 GiGi	2023. 5 2024. 11	Axiom Mission 2
	医学研究	穿航天服的毛绒狗 Jude	2021. 9	SpaceX Inspiration4
		长耳狗 Caramel	2022. 4	Axiom Mission 1
	环境保护	烟雾熊 Smokey the Bear	2012. 5	(俄) 联盟号 Soyuz TMA - 04M
		毛绒地球 Earth plush	2019. 3	SpaceX Crew Dragon Demo - 1
		“我的第一个企鹅” Guin Guin	2021. 4	SpaceX Crew - 2
		胸前绣有南极帝企鹅图案的北极熊	2025. 4	SpaceX Fram2
	个体共情	亲情共情	恐龙	2013. 9
长颈鹿			2014. 5	(俄) 联盟号 Soyuz TMA - 13M
雷龙 Tremor			2020. 5	SpaceX Crew Demo - 2
境遇共情		《星球大战》角色 Baby Yoda	2020. 11	SpaceX Crew - 1
多元文化指向		(孔雀色的) 乌龟 Pfau	2021. 11	SpaceX Crew - 3
		乌龟、猴子	2022. 4	SpaceX Crew - 4
		手工钩织的千纸鹤 Droog	2025. 3	SpaceX Crew - 10
		小天鹅 Joy	2025. 6	Axiom Mission 4

1. “隼”与“鹰”的象征互文

美国使用能轻易唤起国家联想的隼作为太空玩偶形象。隼玩偶 Aurora 曾三次进入太空——美国宇航员尼克·黑格（Nick Hague）分别于2018年、2019年两次携带 Aurora 搭乘俄罗斯联盟号飞船对接国际空间站，并于2024年搭乘美国 SpaceX 飞船第三次进入太空。

隼之于美国国家力量的指向性是显而易见的。传统上，隼和鹰被用于指代美国空军军事实力，如美对外出口量最多的一型喷气式多用途战斗机 F-16 的代号为“战隼”，美研制的双发重型战斗机 F-15 的代号为“鹰”。通常与隼联用的鹰又是美国的国鸟：白头鹰于1782年被制度化为美国国家动物^①，用于国徽、总统徽章以及国防部、国务院、司法部等联邦机构的标志上；2024年，拜登签署国会法案，正式将白头鹰确定为美国国鸟。

以隼与鹰互文，是美国力图实现非制度化与制度化国家象征彼此诠释的典型策略。白头鹰是“体型强壮”、“眼睛锐利”、擅长“撕裂猎物”的猛禽，是“名副其实的国鸟”^②，而隼虽然同属猛禽，却体型较小，以速度敏捷、精准击杀为特征。巧妙的是，太空玩偶 Aurora 被设定为一只未成年的幼隼，意在规避关于美国攻击性的联想，同时唤起对其强大潜能的想象。

2. 以象征开展社会动员

更为典型的美国太空玩偶象征被用来介入具体的国家生活，开展社会动员。借助太空玩偶，美国将其太空探索、航天教育、医学研究和环境保护等事务带上太空，意欲引发国内及全球关注。在操作层面，社会动员策略通常由美国国家航空航天局（以下简称 NASA）与相关事业机构或商业团体合作实施。

（1）太空探索动员

最为显著、持续历程最长的是关于美国太空探索本身的动员性象征。1990年，美国发射哥伦比亚号 STS-32，史努比（Snoopy）玩偶随五名宇航员首次“具身”进入太空，延续了自20世纪60年代末卡通角色史努比对美国登月计划的持续介入。

为应对苏联发射第一颗人造卫星后形成的美苏“外空差距”危机^③，并反制其太空宣传活动，1961年，美国宣布启动“阿波罗”登月计划。最初几年，该计划

① Nix, E., “How did the Bald Eagle Become America’s National Bird?”, 2025-2-28, <https://www.history.com/news/how-did-the-bald-eagle-become-americas-national-bird>, 2025-5-25.

② 美国驻华大使馆微信公众号：《白头鹰：名符其实的美国国鸟》，2025年1月3日，<https://mp.weixin.qq.com/s/PGzJFCS5Xyjepbs8TsM1YA>, 2026年3月19日。

③ 石海明：《外空、冷战与象征政治——苏联人造卫星事件对美国外空政策变革的影响（1957-1961）》，《自然辩证法通讯》2015年第5期。

遭到科学界的严重质疑，尤其是1967年1月“阿波罗一号”的指令舱在例行测试中发生火灾，导致三名宇航员丧生，美国面临重大科学危机与公共信任危机。为恢复其员工及合作方的信心，NASA发起一项激励计划。时任休斯顿载人航天中心公共事务总监卓普（Al Chop）提议，请“常常蹲在自己的狗屋上想象自己是飞行员”的史努比代言美国航天安全。彼时，史努比在全球已拥有约3.55亿粉丝。NASA的说辞是“史努比的国家需要它”，且“如果将来美国宇航员登月，史努比也能登月”^①。国家名义的召唤叠加商业憧憬令史努比的创造者舒尔茨（Charles Schulz）倍感荣耀，他绘制了“月球上的史努比”，设计了用于激励计划的海报，并制作了“银史努比（the Silver Snoopy Award）”奖章^②。

1969年5月，美国发射“阿波罗十号”载人火箭。NASA将其登月舱命名为“史努比”，并将指挥舱和服务舱以史努比的朋友查理·布朗（Charlie Brown）命名，以此动员公众信任，为进一步开展“阿波罗”计划获取支持。“阿波罗十号”成功在月球表面进行了一次登月舱测试飞行，并模拟了异常中断情况下的起飞，为两个月后“阿波罗十一号”载人飞船成功发射、宇航员尼尔·阿姆斯特朗（Neil Armstrong）完成人类首次月球行走奠定了基础。在戴扬（Daniel Dayan）和卡茨（Elihu Katz）的论述中，通过电视直播的月球行走是经典的媒介事件^③。“阿波罗”登月的电视直播以“征服”为经典脚本，目的是建构历史飞跃过程中的美国英雄形象^④。

在效果反馈方面，依据美国总统科学顾问委员会发布的《后阿波罗时代的太空计划》报告，那些在早期反对过“阿波罗”计划的科学家“发生了重大的思想转变”：他们不仅接受了计划，还努力利用公众对太空的热情来捍卫基础研究——“有什么价值可以与载人登月所产生的心动和对国家精神的激励相提并论呢？”^⑤

从海报与奖章上的形象、航天器的名称到太空玩偶，史努比代表的是这样一种典型的美国路径：借助流行文化形象在国内及全球消费市场上广泛的认知基础开展动员性象征，为太空探索获取认知支持。

① Marshall, T., “No Retirement for Snoopy at NASA,” *Houston Chronicle*, 2000 - 1 - 7, <http://www.collectspace.com/news/news-021400a.html>, 2025 - 5 - 28.

② 1968年美国国家航空航天局设立“银史努比”奖项，以激励在美国载人航空的安全与成功方面做出杰出贡献的员工与合作方员工，登月造型的“银史努比”奖章由宇航员带上太空后颁发给获奖者，该做法延续至今。

③ [美] 丹尼尔·戴扬、伊莱休·卡茨：《媒介事件：历史的现场直播》，麻争旗译，北京：北京广播学院出版社，2000年，序第2页。

④ 董天策、郭毅、梁辰曦、何旭：《“媒介事件”的概念建构及其流变》，《新闻与传播研究》2017年第10期。

⑤ [美] 王作跃：《在卫星的阴影下：美国总统科学顾问委员会与冷战中的美国》，金辉、洪帆译，北京：北京大学出版社，2011年，第335页。

(2) 航天教育动员

“阿波罗”计划成功以后，太空玩偶史努比的动员功能转向青少年航天教育动员，为美国储备人才。2019年，以“史努比太空之旅”五十周年为契机，宇航员造型的史努比玩偶搭乘波音公司CST-100星际客机再次进入太空。2022年，宇航员史努比玩偶又搭乘Artemis 1火箭再度进入太空。Artemis 1是美国重返月球计划的一部分，史努比的任务是激励美国青少年将航天作为职业理想并对科学、技术、工程、数学(STEM)课程产生兴趣。同时，在地面上，NASA与花生动画公司联合若干第三方开展航天教育，包括：与学习软件GoNoodle合作推出一套面向青少年的新课程与短视频，开展关于地球引力、团队合作、太空探索等的教育；与AppleTV+合作推出《太空中的史努比》第二季，宣传美国如何训练宇航员、为何运行空间站、登月以及未来登陆火星的意义等。

与史努比合作开展美国青少年航天教育动员的模式亦被NASA复制到与其他知名流行文化“偶像”或商业品牌的合作中，包括：1995年，六名宇航员携带麦哲伦泰迪熊玩偶搭乘“发现号”STS-63进入太空，以引发小学生对地理、科学和社会学的兴趣；2008年，七名宇航员携带巴斯光年玩偶搭乘“发现号”STS-124进入太空，以其座右铭“飞向宇宙，浩瀚无垠”激发青少年对太空的想象；2015年，Orbital ATK CRS-4搭载爱尔兰玩具公司Arklu的洋娃娃Stargazer Lottie对接国际空间站，这款具有明显性别指向的玩偶意在召唤普通女孩对太空探索的热爱；2022年，两名宇航员携带《坎巴拉太空计划》游戏中的宇航员角色，坎星最优秀的“宇航员”Jebediah Kerman(Jeb)玩偶乘坐波音星际客船进入太空，Jeb象征不断试错、坚持改进的工程师精神，同时肩负向青少年推广STEM课程的使命；2023年，四名宇航员携带泰迪熊玩偶GiGi搭乘Axiom Mission 2进入太空，GiGi同样被用来推广航天相关课程。

此外，2022年，由the Unemployed Philosophers Guild礼品公司制作的爱因斯坦玩偶随四名宇航员搭乘SpaceX Crew-5进入太空。在提出狭义相对论以后，爱因斯坦提出了一个快乐的想法：人在自由落体时感受不到自身的重量，为广义相对论的诞生以及人们对引力和时空曲率的理解提供了假设基础。上太空的爱因斯坦玩偶被用于象征科学的快乐——“我们正在经历的是爱因斯坦最快乐的思想，国际空间站已经让其不间断地实现了二十多年。”^①

(3) 医学研究动员

太空玩偶的动员型象征功能还被用于美国医学研究领域。2021年，身穿航天

^① Pearlman, R. Z., “Astronauts Fly Albert Einstein Doll to Demo Physicist’s ‘Happiest Thought’,” 2022-10-6, <https://www.space.com/spacex-crew5-einstein-zero-g-indicator>, 2025-4-28.

服的毛绒狗玩偶 Jude 搭乘 SpaceX Inspiration4 进入太空，为儿科癌症医疗研究募资。Jude 的原型是美国圣裘德儿童研究医院的两条金毛服务犬，四位平民宇航员中包括圣裘德医院医生助理、儿科癌症幸存者海莉·阿塞诺（Hayley Arceneaux），其本身亦是相关医疗成就的象征，与“服务犬”Jude 构成双重象征。与之类似，加拿大蒙特利尔儿童医院基金会的长耳狗玩偶 Caramel 随加拿大投资商人、平民宇航员马克·帕西（Mark Pathy）搭乘美国 Axiom Mission 1 进入国际空间站，为慢性疼痛与睡眠障碍等疾病收集医学数据——一些宇航员在微重力、放射性物质环境与孤立环境中可能会出现上述症状。

（4）环境保护动员

美国还将太空玩偶用于其国内自然资源与全球生态环境保护动员型象征。2012 年，美国宇航员、森林保护支持者乔·阿卡巴（Joe Acaba）携带美国森林服务局吉祥物烟雾熊玩偶，搭乘俄罗斯联盟号 Soyuz TMA-04M 对接国际空间站。上太空的烟雾熊玩偶动员人们关注森林防火、地球观察、太空植物种植以及材料科学实验等。此类案例还包括：2019 年，Celestial Buddies 玩具公司的“毛绒地球”玩偶搭乘 SpaceX Crew Dragon Demo-1 对接国际空间站，以将“地球”抽离出地球的方式动员身在地球的人们关注气候变化、保护地球环境；2021 年，由 JellyCat 公司制作的“我的第一个企鹅”Guin Guin 玩偶搭乘 SpaceX Crew-2 进入太空；2025 年，胸前绣有南极帝企鹅图案的北极熊玩偶搭乘 SpaceX Fram2 进入太空，两个玩偶都意在致敬极地自然，传达希望人类与地球万物和谐共生的愿望。

3. 以“我们”象征搭建“世界”框架

共情象征方面，美国的太空玩偶采用两种策略的组合：境遇共情与亲情共情。

在最微观的层面，美国运用太空玩偶象征全球共同境遇中作为个体的每一个“我”。2020 年，四名美国宇航员携带 Baby Yoda 玩偶搭乘 SpaceX Crew-1 对接国际空间站，鼓励每一个人乐观坚韧地应对新冠疫情。《星球大战》系列中的 Yoda 具有至高品德与强大智慧——“Baby Yoda 让我们脸上有笑容，这就是计划。”^① 此类“我”象征往往以“小人物英雄主义”叙事召唤全球共情——Yoda、Jeb、“普通女孩”Stargazer Lottie 等等，包括史努比与查理·布朗，皆是尼采所创造的“查拉图斯特拉”，是西方世界以生命和人的意志为准的价值体系的标志性象征^②。

“我们”象征则基于家庭亲情展开，“我与我的家人”构成了世界的基本单位。

① Wall, M., “Here’s Why SpaceX’s Crew-1 Astronauts Chose Baby Yoda as Their Zero-g Indicator,” 2020-11-20, <https://www.space.com/spacex-crew-1-astronauts-baby-yoda>, 2025-5-1.

② 黄克剑：《“回归‘赤子’与祈向‘超人’——一种对尼采学说的检讨》，《哲学研究》2004 年第 8 期。

代表性的案例是,2013年,美国宇航员凯伦·尼伯格(Karen Nyberg)搭乘俄罗斯 Soyuz35 TMA-09M 进入太空,她用食品包装材料和一件T恤为孩子制作了一个恐龙,是迄今唯一在太空上“诞生”的玩偶,最大限度地拉长了共情叙事的物理线索。2020年,凯伦·尼伯格的丈夫、宇航员道格·赫尔利(Doug Hurley)与另一名宇航员鲍勃·本肯(Bob Behnken)携带各自的孩子挑选的雷龙玩偶 Tremor 搭乘 SpaceX Crew Demo-2 进入太空,完成美国宇航员家庭的叙事:“我们”穿行于世界之中。

在美国象征路径中,个体与家庭构成了世界。个体以及个体的品德与智慧,是每个人与世界相遇的出发点;亲情,作为全球超多元价值的最大公约数之一,在充当动员性象征时往往最能起到“统合”的作用,正因如此,亲情象征也是美国以及各国普遍采用的太空玩偶象征策略。通过境遇共情与亲情共情,美国试图建构起一个以“个体-家庭-人类”为基本单位的、认知世界的框架。

4. 以多元文化象征营造主导地位

美国象征的根本目标并不在于呈现一个具有世界主义色彩的世界观,而是指向美国本身——作为主导者的美国角色。这一目标通过多元文化象征实现。

一些太空玩偶复合指代美国项目中多国宇航员的职业受训经历及文化背景。2021年,孔雀色的乌龟玩偶 Pfau 搭乘 SpaceX Crew-3 进入太空。Pfau 由三位美国宇航员拉贾·查里(Raja Chari)、汤姆·马什本(Tom Marshburn)、凯拉·巴伦(Kayla Barron)以及德国宇航员马塞厄斯·莫勒(Matthias Maurer)共同设计。“Pfau”是德语中“孔雀”的意思,指向德国宇航员的参与;孔雀是 NASA 第19期宇航员培训班代号,指向参训宇航员汤姆·马什本;乌龟是第22期 NASA 宇航员培训班代号,指向参训宇航员拉贾·查里和凯拉·巴伦。

2025年以来的美国太空玩偶被用于更为直接地象征美国在国际太空合作中的主导地位,该目标通过以玩偶复合指代美国项目中各国宇航员的多元文化背景实现。2025年3月,手工钩织的千纸鹤 Droog 搭乘 SpaceX Crew-10 进入太空,四名宇航员来自美国、日本和俄罗斯,千纸鹤在日本文化中象征和平与友谊,“Droog”是俄语“友谊”的意思,千纸鹤 Droog 的尾部则带有美、日、俄三国国旗。类似地,同年6月,小天鹅玩偶 Joy 搭乘 Axiom Mission 4 进入太空,四名宇航员来自美国、印度、波兰以及匈牙利,天鹅符号在这些国家拥有丰富的象征意义:在印度,天鹅是女神萨拉斯瓦蒂的坐骑,象征智慧、学习与纯净,在纷扰中辨明真理;在波兰,天鹅象征坚韧;在匈牙利,天鹅则象征优雅。千纸鹤 Droog 象征与小天鹅 Joy 象征本身指向国际合作与人类友谊,搭乘美国飞船上太空,与航天器象征形成互文,则重新指向美国驾驭多国太空翱翔的角色地位。

(三) 中国路径

新中国历来重视发展航天事业并以之传播国家形象。1965年8月2日,中央专门委员会正式批准“东方红一号”卫星研制立项。周恩来总理对中国第一颗人造

卫星提出的要求是：“必须考虑政治影响，要比美国、苏联的第一颗卫星先进，技术要新，重量要重，发射机的功率大，工作寿命长，能听得见声音。”^①“东方红一号”的总体技术目标被确定为“上得去、抓得住、听得见、看得见”^②，卫星“能不能清晰地播放出《东方红》乐曲”与“能不能准确入轨”“还能测量哪些空间物理参数”^③同样重要。1970年4月24日，“东方红一号”成功发射，用20.009兆周（即“兆赫”）的频率播送《东方红》乐曲，采用大型地面站接收，再通过广播电台转播，实现“听得见”目标。为使人们从地球上“看得见”，钱学森主持在末级火箭壳体外部装上一条表面镀金属膜、直径达四米的“观测裙”，卫星入轨后末级火箭跟在卫星后面飞一段时间，在阳光照射下，“观测裙”的亮度接近肉眼可见的二等星，在黑夜晴空的映衬下肉眼就能“看得见”。“东方红一号”成功发射以后，周恩来总理还要求实现预报飞经各国首都的时间，以便各国人民观看。

中国的太空玩偶承续了航天象征国家的使命任务。从2021年神舟十二号航天飞船发射开始，两类玩偶伴随中国航天员进入太空——表征中华传统文化的玩偶和承载人类共通的亲情的玩偶。

表3 中国的太空玩偶

象征策略	太空玩偶	时间	航天项目
传统表征	牛娃娃	2021.6	神舟十二号
	太空兔	2022.6	神舟十四号
	吉祥龙	2023.10	神舟十七号
个体共情	小兔子	2021.10	神舟十三号
	两个安抚玩偶	2024.4	神舟十八号

1. 传统文化与当代成就象征互文

传统表征通过代际传承形成具有意义共识的符号系统，这些稳定且连续的符号系统唤起共同的文化记忆与身份认同。表征传统的太空玩偶主要以中华民族传统节日与古典传说为叙事内容。

第一枚上太空的中国玩偶是农历牛年的吉祥物“牛娃娃”，也取中国文化中“牛气冲天”的喜庆寓意^④，由神舟十二号航天员刘伯明携带。神舟十二号完成了

① 徐忠：《周恩来与“东方红一号”卫星发射成功秘事》，《党史博览》2016年第11期。

② 倪思洁：《55年，看见“东方红”》，《中国科学报》2025年4月24日第1版。

③ 徐忠：《周恩来与“东方红一号”卫星发射成功秘事》，《党史博览》2016年第11期。

④ 央视新闻微博号：《#中国航天员的vlog#【牛气冲天！#中国空间站挂着牛娃玩偶#[牛牛哒]】》，2021年6月23日，<https://weibo.com/2656274875/KluCpwzTB>，2025年6月1日。

我国空间站建设阶段中国人的首次“太空漫步”，被认为是“中国航天事业更进一步的伟大象征”^①。“牛娃娃”传统文化象征与当代航天成就象征彼此诠释，指向一个立体的中国。

“天宫”空间站建成之后，生肖玩偶“吉祥龙”被带上太空。2023年，神舟十七号航天员汤洪波、唐胜杰、江新林携带国家文旅部海外大型文化交流活动“欢乐春节”吉祥物“吉祥龙”进入太空。以2024年农历龙年春节与“天宫”空间站为时空情境，三位航天员在“吉祥龙”的陪伴下写春联、挂灯笼、吃年夜饭、看“春晚”，向世界展演中国仪式。十二生肖源自中国古老的干支纪时，是传统中国延续至今的“时序”，“天宫”空间站则是当代中国人在太空建设的家园：“我们的太空之家”^②，进入“天宫”的生肖玩偶融合了关于中国的时间象征与空间象征，时空互文，指向中华民族悠久的文明与当代中国伟大成就。

中国探月航天IP形象“兔星星”则集中体现了多重象征互文。2022年6月，神舟十四号航天员陈冬、刘洋、蔡旭哲携带“太空兔”玩偶进入太空。2023年农历兔年，“太空兔”被命名为“兔星星”，寓意“玉兔巡月，扬帆星河”，英文名“To star”意涵“我们的征途是星辰大海”。“太空兔”以玉兔为原型，嫦娥怀抱玉兔奔月的神话传说源自先民对星辰的崇拜，又在中华民族历史长河中结合民俗、道教、文学、艺术等形成内容体系，并流传至今。古老的“玉兔”手握五星红旗，头戴宇航帽，采用体现航天科技属性的红蓝白配色，既“寄托中华民族千百年来的探月梦想”，又“表达新时代中国航天向宇宙深空进发的豪情愿景”，融合关于悠久文明与现代国家先进科技的双重叙事。从时间维度上看，2022年，我国探月工程四期全面启动，神舟号航天员携带“太空兔”玩偶上天，构成载人航天工程与探月工程之间的象征互文，指向作为一个整体系统的中国航天事业^③。

2. 个人经验与国家发展象征互文

与其他国家一样，中国亦以太空玩偶开展个体共情象征。2024年，航天员李广苏携带“伴随孩子出生到上幼儿园成长经历”的两个安抚玩偶搭乘神舟十八号进入太空，希望它们“替我可爱的孩子看看星星会不会眨眼”^④。此前，2021年，

① 金羊网：《“太空漫步”为奋进伟大征程注入强大精神力量》，2021年7月5日，https://wap.ycwb.com/2021-07/05/content_40121517.htm，2025年6月1日。

② 新华网：《国家主席习近平发表2023年新年贺词》，2022年12月31日，http://www.xinhuanet.com/politics/2022-12/31/c_1129248100.htm，2026年3月14日。

③ 新华网：《中文名“兔星星”英文名“To star”——中国探月航天太空兔名称正式对外宣布！》，2023年1月14日，<http://www.xinhuanet.com/video/20230114/2a16c55615744210b251e7accbafcbdl/c.html>，2025年6月1日。

④ 澎湃新闻：《航天员李广苏将女儿的毛绒玩具带上太空》，2024年4月25日，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_27158664，2025年6月1日。

中国女性航天员王亚平从地球携带六岁女儿的小兔子玩偶搭乘神舟十三号进入太空；在轨 183 天以后，王亚平如约从太空摘回给女儿的“星星”。柔软的“小兔子”与来自广袤宇宙的“星星”构成象征互文，展开一对中国母女“天地之间”的亲情叙事。

区别于其他国家，“小兔子”玩偶和“摘星”不仅是个人与家庭的情感叙事，也呼应了中国载人月球探测重大科技工程的使命愿景，形成了个人经验与国家发展象征的融合。此外，沿着“幼吾幼以及人之幼”的中式情感逻辑，中国航天员对子女的爱也推及至更多的中国孩子。神舟十三号在轨期间，王亚平、翟志刚、叶光富三位航天员共同开设了中国空间站首次太空授课，向中国青少年展示在轨生活工作场景，演示微重力环境下细胞学实验、人体运动、液体表面张力等神奇现象。太空第一课以后，“天宫课堂”逐渐发展成为中国太空科普教育品牌，以天地协同互动的方式，依靠中继卫星系统通信传输，为青少年开展科学实验演示与知识讲解。

神舟十三号返回地球以后，与王亚平强关联的“星星”象征符号被多次用于激励中国青少年、中国女性追逐梦想。如王亚平在《人民日报》撰文《用知识点亮浩瀚星空》^①、在全国妇联“三八”国际妇女节特别策划《她说》上发表《去采撷最璀璨的星》演讲^②等。可见，与美国目标指向明确的青少年航天职业教育动员不同，中国的航天教育意在激励普遍意义上的梦想精神、激发家国情怀。

（四）其他国家

日本、意大利、阿拉伯联合酋长国（以下简称阿联酋）等尽管尚无载人航天，亦通过一些太空项目或由其宇航员搭载俄罗斯或美国飞船将象征自身的玩偶送上太空。

表 4 其他国家的太空玩偶

国家	象征策略	太空玩偶	时间	航天项目
日本	流行文化象征	凯蒂猫 Hello Kitty	2014. 8	Hodoyoshi3 微型卫星
		松弛小熊 Rilakkuma	2016. 7	(俄) 联盟号 Soyuz MS - 01
意大利	传统表征	朱诺、朱庇特、伽利略 乐高玩偶	2016. 7	(美) 朱诺号木星探测器
阿联酋	教育动员	Suhail	2019. 9	(俄) 联盟号 Soyuz MS - 15
			2023. 3	(美) SpaceX Crew - 6

① 王亚平：《用知识点亮浩瀚星空》，《人民日报》2022 年 4 月 22 日第 20 版。

② 王亚平：《去采撷最璀璨的星》，2024 年 3 月 8 日，<http://politics.people.com.cn/n1/2024/0308/c1001-40191347.html>，2025 年 6 月 1 日。

日本在2008年以前受和平宪法制约只能“和平利用太空”，尽管国会通过《太空基本法》删除了相关禁令^①，但日本的综合实力尚不足以满足其“太空野心”。同时，日本与美国在太空领域交流密切，达成多个双边合作关系^②。相应地，在太空玩偶象征策略上，日本主要效仿美国，以流行文化象征指向国家——将其可爱文化的两个典型代表 Hello Kitty 和 松驰小熊送上太空。

作为日本政府推动高科技产业和经济增长计划项目之一^③，2014年，东京大学纳米卫星研究中心研发的实验性地球观测微型卫星 Hodoyoshi3 携带四厘米高的凯蒂猫 Hello Kitty 玩偶进入太空。Hello Kitty 被放置在小卫星窗口前，前方摄像机拍摄下其与窗外地球的合影，并将画面传回地球。将拥有全球知名度的 Hello Kitty 置入民间研制的微型卫星，日本力图形成一个复合的象征：一是向世界放大展示日本的技术和工程实力；二是动员更多民间力量对日本卫星领域产生兴趣；三是通过 Hello Kitty 把粉丝给亲友的留言从太空传回地球，来展演情感。2016年，日本宇航员大西卓哉携带 San-X 公司著名的松驰小熊“Rilakkuma”搭乘俄罗斯 Soyuz MS-01 进入国际空间站，“Rilakkuma”这一名字融合了英语的“relax”与日语的“kuma”（熊），象征舒缓压力的日式松驰生活方式。

意大利利用太空玩偶向世界推广其古典文明与科学成就。2016年，美国发射朱诺号木星探测器，其木星红外极光测绘仪由意大利国家天体物理研究所设计制造^④。朱诺号搭载三个乐高玩偶：朱庇特、朱诺及伽利略。在罗马神话中，朱庇特是天帝及木星的代表，木星的英文 Jupiter 也是因其得名，其妻朱诺是天后及婚神星的代表。朱庇特和朱诺玩偶象征提醒世人，罗马神话是西方文化的源头，奠定了西方世界语言、信仰、法律、政治等基础。伽利略形象的太空玩偶象征则指向文艺复兴时期意大利天文、物理等科学成就对西方世界的深远影响。

中东地区居于航天业领先地位的阿联酋则注重培养本土航天人才，其太空玩偶象征功能被明确界定为“青少年太空教育”动员。自2014年，阿联酋系统性地开展航天研发，阿联酋宇航员于2019年搭乘俄罗斯 Soyuz MS-15、2023年搭乘美国 SpaceX Crew-6，将其国家宇航员计划吉祥物“Suhail”玩偶送上太空。“Suhail”在阿拉伯语中意为老人星——夜空中第二亮的恒星。老人星位于遥远的南天星空，地球上北纬37度以南的地方才能观测到，而阿联酋位于北纬

① 孔敏、李榕：《世界主要国家太空力量发展现状》，《国际太空》2024年第2期。

② 宫铨志、崔瑞飞、陈思睿等：《美太空领域国际合作情况分析及其启示建议》，《国际太空》2023年第8期。

③ 澎湃新闻：《日本把 Hello Kitty 送上太空，拍下与地球合影》，2014年8月15日，https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1261848，2025年6月1日。

④ National Aeronautics and Space Administration, “Juno Launch Press Kit,” 2011-8, https://www.jpl.nasa.gov/news/press_kits/JunoLaunch.pdf, 2025-5-1.

22至26度之间，Suhail 玩偶所指代的老人星高悬其上，照耀着阿联酋青少年的航天理想。

四、太空玩偶国家象征的运行机制

自人类第一颗人造卫星上天以来，航天业即作为大国科技与军事硬实力的表征体系，制造种种媒介事件令世人“看见”“听见”。与此同时，航天业亦建构起一个指向国家的象征体系：一方面，它在每一个核心环节上皆向世人展示神圣、权威的制度化国家象征，尤其是印刻在发射基地、运载火箭、载人飞船内外、宇航员舱内与舱外航天服上的国旗；另一方面，通过策略性地搭载作为零重力指示物的柔软玩偶等，各国将非制度化的国家象征送上太空，与国旗等制度化象征彼此诠释，以融合延展的方式在关于国家的叙事与大众认知之间建构起更为丰富的映射关系。

（一）太空玩偶国家象征的共通机制

俄罗斯与美国较为成熟地开发了太空玩偶国家象征策略。中国航天员携带玩偶上太空是一个晚近的习惯，目前处于探索阶段，但已经形成了鲜明的中国特色象征。日本、阿联酋等国家尽管尚无载人航天，但其太空玩偶象征策略先行。尽管各航天大国政治制度、文化背景与航天计划各异，但在其发送玩偶并成功实现从一件玩具（或消费商品）到一种国家象征跃迁的策略机制呈现出一些共性。

在形式上，太空玩偶总是柔软的、幼小的、个人化的乃至亲密的。各国通过玩偶“柔性传播”与作为宏大建制的国家航天事业形成矛盾修辞——柔软的玩偶“拔地腾飞”，飞跃卡门线，高悬在数百公里以外的太空，将自身绝对客体化，成为人类审美认知和身份认同的对象。

在内容上，各国皆采用动物象征：在本研究所分析的五十余枚太空玩偶中，七成玩偶以动物为原型。事实上，在人类历史中，动物作为指向国家的独特的政治象征一直存在。动物象征往往利弊参半，可以在国内统一语境下起到凝聚认同的作用，却同时可能因跨语境认知差异导致不良的国际反应乃至国家之间的不团结^①。为规避该风险，各国往往将太空玩偶的动物原型作可爱化处理。动物象征之外，另有约二成的太空玩偶以人物为原型，包括历史上的真人、类人格的“人”以及神话中具有人性的神。与地面上将具体的真人尤其是政治人物作为国家象征不同，太空玩偶象征提取的是符号化的人，因而规避了具体的人所身处的复杂的社会时代背景所可能引发的矛盾认知，确保了国家象征物所传达的意义能够达成事实判断和价

^① Zhu, J., & Ilsinger, G., “Political animals in the Modern World: An Investigation of the National Animal Symbol,” *Studies in Ethnicity and Nationalism*, vol. 23, no. 2, 2023, pp. 195 – 225.

值判断的统一。

在具体操作上，主要呈现以下三种象征方式：一是象征的象征，以具有明确政治或文化象征意义的既有象征作为象征；二是复合象征，即一个太空玩偶中融合多种象征元素，复合指代；三是合作象征，尤其以拥有市场认知基础的流行文化形象来象征。

因而，从传播主体看，随着商业航天的推进，过去完全由国家主导的航天象征的生产权、解释权和使用权开始向社会弥散，并初步形成多元主体竞争协作的象征市场。除国家及代表国家的航天机构以外，美国、俄罗斯、日本、意大利皆有企业参与到太空玩偶的发送和传播过程中。近来，中国的潮玩企业也捕捉到了太空商机——2025年1月，泡泡玛特公司 Space Molly 潮玩公仔搭乘“谷神星一号”（遥十六）运载火箭进入太空^①。

（二）太空玩偶国家象征的类型分野

运用非制度化的太空玩偶象征国家，各国主要采用四种象征策略及其组合：国家指向、社会动员、个体共情与传统表征。国家指向策略主要被俄罗斯与美国所采用；社会动员策略回应国家生活的具体方面，是美国采用最多的象征策略，日本、阿联酋亦效仿美国利用太空玩偶开展社会动员象征；个体共情策略是最为普遍的太空玩偶象征策略，各国皆有采用，尽管策略目标有所不同；传统表征策略主要由中国、意大利等拥有古老文明的国家所采用。四种象征策略的不同组合构成了以太空玩偶象征国家的三个典型类型。

一是置换修辞型，偏重以社会维度置换或对冲国家维度，以俄罗斯为代表。新世纪以来，俄罗斯将具有强大国家指向与个体柔软共情的两种玩偶交替发送至太空。指向国家的太空玩偶映射出俄罗斯既有象征物存在跨文化认知矛盾等问题。因此，俄罗斯还借由太空玩偶以人类普遍共通的亲情与友情来“取代”其国家的复杂性。

二是黏合延展型，偏重国家维度与社会维度的交融，以美国为代表。美国开创了社会动员象征策略，通过让太空玩偶介入国家生活的具体事务将国家和社会“胶黏在一起”，以此实现非制度化国家象征能力的“弥散”^②。同时，美国改编了俄罗斯开创的个体共情策略，试图构建起以“个体-家庭-人类”为单位的世界（空间）观。在由多元文化构成的（太空）世界，美国试图凸显自身的主导地位。

三是系统互文型，偏重建立国家、社会和文明三维框架，以中国为代表。作

① 中国经济网：《泡泡玛特 SPACE MOLLY 首次进入太空 携手星河动力打造跨界新创意》，2025年1月21日，http://finance.ce.cn/stock/gsgdbd/202501/21/t20250121_39273550.shtml，2025年5月1日。

② 王海洲：《国家能力建设的象征维度》，《政治学研究》2021年第3期。

为一个文明古国，中国立体化地扩展了既有玩偶象征的维度。同时，中国又是拥有丰富象征传统的国家，诸多象征之间彼此诠释。利用太空玩偶，中国建构起一个象征互文体系，包括历史与现实、传统与当代、个体与国家的象征互文，也包括重大航天工程之间的象征互文——坚毅的“曙光”照拂着可爱的“牛娃娃”，“小兔子”与“星星”在天地之间联动，载人航天工程“神州号”搭载探月工程“太空兔”，一系列互文指向的是作为整体架构的中国航天事业以及作为统一主体的国家。

五、结语：“想象”一种“国家意象”

在当代，航天是人们认知国家的重要对象。作为科学探索的航天表征国家，是对国家硬实力的现实主义呈现，构成国家形象；作为象征体系的航天则搭载国旗等制度化象征与玩偶等非制度化象征，这些象征彼此诠释，不断生成关于国家的意义。与国家表征不同，国家象征是非写实的；与制度化国家象征不同，非制度化国家象征是不阐释的，甚至不是绝对理性的。

基于对各国太空玩偶的经验研究，本文提出，非制度化国家象征的方法是“想象”：传者以想象启迪，受者以想象认知。一方面，太空玩偶象征物的建构主体，如同波德莱尔（Charles Boudelarie）笔下的诗人，其任务是“去想象”国家“发出的召唤”^①。正如诗人的想象力不表现为逻辑求真，而是即刻的综合的感觉，也就是发现美，对于象征物的建构主体而言，想象是关于国家的审美。另一方面，借由太空玩偶等象征物，认知主体以想象联想到特定国家——“放弃理性与意志，那只会令我们以碎瓦认知世界，而应该去‘颖悟应和’，用‘同情’和‘爱’的眼光观照与自身相仿的宇宙万物，以获得整体的、人性的发现。”^②在此，想象是一种情感活动。“作为审美的传者的想象启迪”与“作为情感活动的受者的想象认知”彼此参与。

可见，象征想象书写的是关于国家的“感受的历史”而非“事实的历史”，尽管两者之间存在必然关系。在国家内部，归属感并非仅源于构成国家复杂面向的“事实的历史”，而源于个人“感受的历史”，即一个人在情感上与国家的互动^③；同样，在外部，人们对于另一个国家的认知亦是源于情感互动的“感受的历史”。

本文关注到，以象征想象达成的是一种“国家意象”，国家意象具有强大的文

① 波德莱尔原话是“想象大自然发出的召唤”。

② 李丹：《通感·应和·象征主义——兼论中国象征主义诗论》，《文学评论》2011年第1期。

③ Guibernau, M., “Anthony D. Smith on Nations and National Identity: A Critical Assessment,” *Nations and Nationalism*, vol. 10, no. 1-2, 2004, pp. 125-141.

本开放性、意涵吸附能力和生成能力。区别于以表征指向的国家形象，国家意象将“情与景、意与象融成一片”，“有形的意象与无形的情思合二为一”，“暗示给我们丰富且隽永的意义与兴味”^①。因此，相较于国家形象，国家意象更具能动性，它不仅生成关于国家的意义，还生成关于国家的兴味，“一种含蓄蕴藉、富有情趣，能引发读者受众极高兴致，能让读者受众回味无穷的美感”^②。国家意象是建构主体与认知主体的双重能动，后者因兴味而不断探索关于特定国家的新的意义，反复更新关于特定国家的诸多小记忆并构成超越具体时空的大记忆^③。总体上，国家意象“藉有限表无限，藉刹那抓住永恒”^④，是泛在的，嵌入国家生活的各个方面，一旦达成又将是长效的。

宇宙是浪漫的，太空玩偶是人类对自身所做的诗性象征，每一个开展航天事业的现代国家皆发送了象征自身的太空玩偶，在卡门线以外制造着关于各自国家的意象。“以象征想象建构国家意象”或能回应当下各国国家形象塑造中想象力普遍缺乏、象征载体意义单一乃至枯竭的现状。象征想象具有显著的建构性，而太空玩偶所承载的人类浪漫，正在于其满怀建构主义色彩。

本文系国家社科基金一般项目“中华文明标识体系的建构机制及跨文化传播路径研究”（项目编号：24BXW003）的阶段性研究成果。

作者：复旦大学新闻学院副教授

① 梁宗岱：《象征主义》，《文学季刊》1934年第2期。

② 孙超：《释“兴味”》，《文艺理论研究》2018年第3期。

③ 〔爱〕威廉·巴特勒·叶芝：《随时间而来的智慧：书信·随笔·文论》，王家新编选，北京：东方出版社，1996年，第219页。

④ 梁宗岱：《象征主义》，《文学季刊》1934年第2期。

governance patterns: technology – dominated models in the east, hybrid – adaptive models in the central regions, and culture-priority models in the west. Because digital technology does not dissolve local contexts but instead forms a governance structure of dynamic negotiation between technological logic and local order through continuous mutual construction with rural societies, the practice of advancing smart governance should be tailored to local conditions. This approach fosters differentiated mechanisms for the digital transformation of rural governance, enabling the orderly realization of an AI-empowered future for rural governance.

56 · The Dolls that Go to Space: A Comparative Study on the Strategies of Un-institutional National Symbols

· *Xu Jia*

During the first human spaceflight in 1961, Soviet cosmonaut Yuri Gagarin carried a doll as zero-gravity indicator since when space dolls have been strategically used as un-institutional national symbols. This grants the aerospace industry constructive symbolic functions alongside its realistic representation of a nation's hard power. Over the past half-century, major countries have primarily adopted four symbolic strategies, i. e. national indication, cultural representation, social mobilisation and individual empathy. Typical symbolic genres include the substitutive-rhetorical, the adhesive-extensive and the systematic-intertextual. Space dolls use imaginary symbolism to construct national imagery, within which aesthetic imagination inspires and affective imagination cognizes. The interaction of the two consistently renews a country's "felt history." The imagined national imagery is intangible, ubiquitous, and, once achieved, long-acting.

77 · Mobile Power Infrastructure: Time Business, Spatial Weaving, and Competitive Infrastructure

· *Liu Zhanwei, Sha Fanru, Liu Jie*

In the mobile internet society, every smartphone operation relies on electricity.