

# 可见性视角下的网络短视频中的乡村文化：形态与价值悖论

胥天琪

(苏州大学社会学院, 江苏 苏州 215123)

**[摘要]**当下,以短视频为代表的网络视听行业呈现出极速发展趋势,短视频不仅是信息传播的新途径,更是展示自我,获得他人注意的新空间形态。在“可见性”视角下,短视频展现出的乡村文化包括对日常生活的记录与注视、原生态的土味文化以及残酷滑稽的身体实践。农民在网络短视频中不断进行着自我展示和自我认同,受技术和资本的约束,要注意和反思短视频在传播过程中可能引发个人主体的衰落及社会群体的隔阂等价值悖论。

**[关键词]**可见性;短视频;乡村文化;价值悖论

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.07.1246

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,我国网民规模达10.11亿,手机网民规模达10.07亿,其中农村网民规模达2.97亿,占网民整体的29.4%。短视频以其准入门槛低、观看便利等优势,是新网民最优先尝试的视频类内容,已成为图文和语音之外的移动互联网“第三语言”。当前,短视频用户规模持续扩大,网络短视频用户规模达8.88亿,占网民整体的87.8%。短视频已成为农民用户的重要娱乐渠道,短视频像一只神奇的魔术手,将长期缺乏关注的乡村风物拢到聚光灯下,创造出一个个乡村叙事的媒介传奇,在短视频平台上,每个用户都尽情地展现自我,争夺他人的注意,在此种“可见性”下网络短视频中展示了何种形态的乡村文化?在风行的过程中是否会造成价值悖论?

## 一、可见性：理解媒介的新视角

自从二十世纪七十年以后,科技变革的速度不断加快,这为全新媒介的产生奠定了基础,为后续公共领域的相关研究提供了极大的便利条件。丹尼尔·戴扬(Daniel Dayan)针对网络等新媒体出现后当下公共领域发生的转变,提出了“可见性”(visibility)概念,所谓可见性,包含着看见和获得他人注意的双重含义。<sup>[1]</sup>当获得的注意力达到一定规模,即产生了可见性。在网络新媒体出现在人们的视野之前,大众化的媒体决定了什么在公共空间里可见的,什么是不可见的。但是随着新媒体的出现,不在意可见性作为定义。新媒体在其他方面做了全新的要求<sup>[2]</sup>。他认为,可见性是人的一项权利,包括被看见的权利,以自己定义的方式被看见的权利,以及给予他人可见的权利。因此,在看到媒介信息的功能效用的同时,要将媒介与可见性联系起来。

在短视频出现之前的媒体叙事中,乡村永远处于一个被凝视的观看结构中,而观看主体属于掌握着话语权的都市。传统媒体对于乡村问题的关注聚焦于某些特定的社会问题,或者作为抚慰都市人情感的“想象中的故土”。也就是说,在先前的主流话语体系中,乡村只能用一种被迫、消极的方式进入公共视野。

伴随着短视频的兴起,乡村有机会挣脱都市的叙事枷锁,获得自我言说的机会,相比于语言文字表达所需的知识素养,短视频的生产创作准入门槛低。纵观抖音、快手中的乡村短视频,内容大多聚焦于普通人的日常生活图景。因此,乡村短视频意味着一场话语赋权和话语解放,其逻辑指向乡村空间的“可见性”。因此,短视频的出现赋予农民的正是一种“以自己的方式被看见的权利”,使农民可以管理和支配自己的可见性。短视频中乡村空间的出场,展现的就是被城市主流话语忽略的,推向远处的乡村日常生活形态。

## 二、可见性下网络短视频中的乡村文化

列斐伏尔认为,特定的社会形态及生产模式与特定的空间生产方式相对应。在传统媒体叙事中,乡村电影、电视剧是乡村媒介形象与话语的重要解读文本,大多融入象征性符号进行宏大叙事,例如电视剧《最美的乡村》聚焦于青年共产党人带领村民脱贫攻坚,展现在社会变革下的整体乡村形态。与传统结构完整的虚实线条存在着很大差异性,乡村视频更加乡村的小故事为核心。农民将自己真实的生活体验呈现出来,给予观看者更加真实的感受。这种视频不追求艺术性,且门槛比较低,因此,短视频不成为了当下乡村较为真实的自我表达方式。网络短视频聚焦到农民日常生活中,农民以当事人身份表达自己个人的生活经历,建构起关于自我的身份认同。

### (一) 日常的生活场景：构建身份认同

短视频平台给予用户机会记录和上传最朴实的乡村生活场景,例如耕田插秧、喂猪喂鸡、一日三餐,这些短视频展现了村民原汁原味的生存状态。更重要的是,通过拍摄与上传,这些日常琐事被赋予新的社交意义:可观可感的生活影像的书写和传播与观者本身的乡土经历相结合,观者能从中获得社会认知,从而实现身份认同。

例如,“南方小蓉”的拍摄地是山间小茅屋,这类特有的乡村象征符号的出现,富有乡村生活气息。而她在视频中所展现出的辛勤劳作画面和娴熟的农耕技艺,引发了具有同样经历的观看者的情感共鸣。从传播机制上看,通过短视频发布的“拍摄-发布”到“认同需求-拍摄-发布-得到回应”的路径,属于乡村受众的“使用与满足”行为。在现代性观念入侵乡村的状况下,这样的相同价值聚合重构了乡土社会的向心力,使村民重新感受到归属感与认同感,并且可触摸到的生活记录在短视频平台上更容易引发乡村人的深层共鸣。

### (二) 残酷的身体实践：迎合技术逻辑

目前,在短视频媒介中不难发现一些农民创作者把一些自虐视频当作噱头,引发舆论的高度关注,例如鞭炮炸裤裆,生吃猪肉等。虽然存在审查机制的把关,但通过挑战人类认知而博眼球获得流量的风气依然盛行。海量的乡村人口执迷于使用快手生产低俗、粗糙、简陋的短视频,犹如在一个乡村江湖中上演各种魔幻现实景观。

这类荒诞乡村景象的出现,本质上与短视频平台制定的“游戏规则”有着密不可分的联系,在流量为王的时代,社交媒体的奖励机制是一系列注意力指标,快手平台使用排行榜的方式决定一条短视频的生命力。因此,怪异恶搞视频的风行,实际上是服务于一个更大的技术逻辑,即人们的窥探心理与猎奇欲望。根据戈夫曼的拟剧理论,短视频中呈现出的乡村个体被推上了表演的前台,社会化媒体重构了交往情境,表演者需

要根据观友的想法进行表演活动。相比于城市市民偏向美学化的网络直播,乡村个体的受众心理特征具有粗糙甚至审丑化趋向。短视频制作者为了迎合自身受众的观看需求,获得资本的青睐,只能将沉重的肉身推向前台,通过自虐、搞怪等方式获得流量。

### 三、可见性下短视频平台的价值悖论

现代性社会的发展伴随着个体化进程。中国社会长期的城乡二元主体制使农村居民在教育、医疗方面无法享受城市居民拥有的社会资源与社会福利,因此乡村个体更容易从现有制度中脱嵌,实现个体化,乡村结构随之开始分散,村民对村落社会的认同降低,乡村共同体瓦解,农民难以找到归属感与认同感。而短视频的兴起,有效通过视频的观看与发布联系起一个虚拟交流空间,为支离破碎的乡村现实提供线上群居部落,新的群体认同生根发芽。但是,资本主导下的可见性可能引发个人主体的衰落与社会群体的隔阂等价值悖论,值得关注并引起预警。

#### (一) 个人主体的衰落

短视频平台上一部分村民将时间精力投入到短视频的生产之中,他们以新奇之状接受用户观看,以恶搞之态被公众围观。在乡土视频中,单纯展示自然风景的内容十分罕见,而身体表演才是视频平台的主角,这其中既有正向的技艺、娱乐展示,粗陋、暴力的内容也屡见不鲜。在长期的看与被看下,个人的主体性呈现出一定的衰落:一方面,内容生产者的身体成为了暴力、色情、丑陋的符号隐喻;另一方面,乡村受众凝眸于短视频又心不在焉的“在场的不在场交流”情境变得寻常可见。也就是说,在平台“记录生活”理念下,用户通过短视频不断认识着世界,但是对自己“在场的世界”的注意力会随之分散。因此,短视频的风行造成了内容生产者与观看者双方的主体衰落。

#### (二) 城乡群体的隔阂

由于城市所代表的主流话语的挤压与乡村传统社会的崩塌,传统乡村文化逐渐流失,“农民”在一些群体心中也成为了贫穷、落后的符号象征,乡村集体性身份焦虑出现,在短视频中体现出对城市主流文化的向往与抗争。

有研究者认为,新媒体打破了以往社会分层的对话机制与模式,使不同社会阶级能够广泛对话。柯兰等学者却认为,社交媒体非但没有加深人群的理解,反而强化了既成的社会体系与封闭的社会群体。在快手,城市潮流是最前沿的时尚趋势,贫穷落后的先决物质条件带来的文化自卑性让乡民将城市元素视为一种好的标准。一部分内容生产者视图通过模仿来贴近城市文化,而另一部分则通过对主流文化形态的滑稽模仿,将主流视为戏谑对象的反抗心理,为传统的高雅祛魅。

乡村的自我身份界定就夹杂在对城市的向往与对抗的矛盾之中,促使乡村进行“我是谁”的思考,从而对乡村社会地位与话语权力有所认知。而城市的回应则是疏离的,乡村用户在发现自己永远无法融入城市主语文化后,愈加加重了城乡之间的断裂与隔阂,强化了高雅与“低俗”的趣味区隔。

### 四、可见性下网络短视频中的乡村文化良性发展的建议

#### (一) 强化责任意识,引导乡村用户传播正能量

短视频平台运营方在对自身价值进行定位时,不能仅把自身定义为一个需要盈利的企业,更应意识到自身是一个需要承担社会责任的传播媒介。因此,短视频平台运营方要强化自身责任意识,以一个较高标准来要求自己,严格遵守互联网相关

条例,加强与相关监管部门之间的协作,提升短视频内容审核的标准,同时还要对审核团队政治素养培育的力度要加大,注重对审核团队政治素养的考核。除此之外,短视频运营方还应积极引导乡村用户传播正能量。网络短视频作为互联网中的一部分,短视频平台上不应充斥着低俗、泛娱乐化的内容,而应让正能量内容占据主导。因此,短视频运营方可以创建积极向上的话题,引导乡村用户参与其中。如,目前新农人计划等正能量活动。其次,短视频平台还应改进相关算法机制,将正能量的短视频内容推荐到用户首页,从而使网络短视频平台充满正能量。

#### (二) 加强乡村用户的自律,自觉传播正能量

要使网络短视频中乡村用户意识到,网络短视频虽然给了他们一个展示自我、表达自身需求的平台,但是在享受网络短视频平台带来的表达权利时,也必须意识到自身的责任和义务,在享受自由的同时,必须受到一定的约束。因此,广大乡村用户应该加强对自身言行的规范,做到不在短视频平台上传播低俗、泛娱乐化等与社会价值观相悖的内容。严格约束自身,不要为了吸引他人的眼球,而制作出“生吃死猪肉”这样毫无底线的视频。网络短视频间从来都不是法外之地,每一个乡村用户必须遵守相关的法规条例,以自律避免他律。如果不能自律,对自己的言行进行规范,那么必将受到监管部门的处罚。

#### (三) 树立“内容为王”的视频创作意识

网络短视频中除了低俗、泛娱乐化内容泛滥,网络短视频内容的同质化现象也很严重。

在快手、抖音等短视频平台上,当一个短视频成为热门后,后续都会有大量相似的视频跟风出现。这种情况在乡村用户群体中较为常见,然而这些同质化的内容会使观看者产生审美疲劳,同时乡村用户跟风制作的网络短视频很难获得观看者的欣赏。因此,从乡村用户的角度来谈,为了能使其创作出来的短视频受到更多观看者的喜爱,不应盲目模仿“热门”视频的创意,而应主动进行创新,创作出有着自身特色的短视频,只有这样才能满足观看者的需求。从短视频平台角度来看,同质化内容的泛滥,会让受众群体丧失对平台的兴趣,不利于短视频平台的长远发展。因此,乡村用户也应主动进行创新,积极树立“内容为王”的视频创作意识。

### 五、结语

乡村影像是塑造乡村媒介形象的重要渠道,以网络短视频为代表的乡村自主表达,背后是更加深刻的经济、社会、文化和话语等问题的耦合。在乡村集体记忆与乡土价值观念逐渐崩塌时,短视频的兴起通过媒介的手段加强了乡村部落凝聚力,重塑乡村身份认知。同时,关注短视频带来的价值悖论,对乡村话语进行二次赋权,也成为了当下应给予关注的焦点。乡村短视频不应一味走向与城市话语的二元对立,而应该在“美美与共”中呼唤优秀传统乡村文化的复归。

### 参考文献

[1]姜红、开薪悦:《“可见性”赋权——舆论是如何“可见”的?》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》,2017年第3期,第146-153页。

[2]Daniel Dayan. Conquering Visibility, Conferring Visibility: Visibility Seekers and Media Performance. International Journal of Communication, 2013 (7), 139.