

文化社会学视角下青年视频博主的叙事话语

——以传统文化类视频为例

燕道成 胡 奥

【摘要】 视频作为一种易读文本，日益成为以传统农耕文化为展演内容的青年博主进行文化传播的主要介质，在传统文化类视频赛道中逐渐兴起了如“李子柒”“彭传明”“滇西小哥”等众多吸引国内外观众的头部自媒体博主。文章通过系统梳理传统文化类视频青年博主在视频话语中融入的不同文化要素，揭示青年博主在生产富含传统民俗和生活色彩的视频时采用的多媒介文本修辞叙事的技法，及其向受众构建的“社会工厂背离者”角色，以及借助田园牧歌式的情境在社会仪式的时序中面向观众进行话语输出的叙事手法，进而透视青年博主在流行文化生产过程中怎样做到以一种社会性表演协作的视角为观众带来一种独特的文化返乡之旅。

【关键词】 青年博主；叙事话语；内容建构；民族图式；文化返乡

【中图分类号】G206.2 【文献标识码】A 【文章编号】1000-4769(2023)04-0190-08

视频博主李子柒在网络的爆红，成为众多学者研究跨文化传播的典型案例，继李子柒爆红网络后，“彭传明 pcm”账号也在网络迅速走红，甚至被网友称为“男版李子柒”。李子柒虽已停更，但作为青年视频博主的代表，其叙事话语已经成为各大MCN（网红代理公司）以及中小视频博主竞相模仿的对象，形成了独特的视频赛道。无论是有意的模仿还是无意的风格贴近，青年视频博主生产的此类传统文化视频风格已经类化。从这一现象出发，青年博主在社会网络中怎样进行文化传播并如何利用个人优势激活民族文化图式以获得成功成为本文探讨的核心问题。具体而言，此问题的解决将化简为：青年视频博主在原创性视频生产中如何将文化要素融入话语建构的过程以达到快速建构粉丝圈层的目的。此问题对应着本研究的主旨：叙事话语。通过对青年博主叙事话语的分析，我们将进一步了解传统文化在视频生产中的社会学意义。

一、文献回顾

（一）文化社会学的理论演进

文化，作为一个宽泛的概念，要想实现精准定义十分困难。有学者曾归纳了四种维度的文化概念：主观意义的文化；结构意义的文化；拟剧意义的文化与制度意义的文化，并指出了文化的主观内在性以及融入民族生活的外显性、结构性与社会期待。^①而文化社会学作为一种社会心理分析，它的目标是将

【作者简介】 燕道成，湖南师范大学新闻与传播学院教授、博士生导师；

胡 奥，湖南师范大学新闻与传播学院硕士研究生，湖南 长沙 410081。

【基金项目】 湖南省哲学社会科学基金“学术湖南”精品培育项目“青少年网络文明建设体系研究”（22ZDAJ006）

① 周怡：《文化社会学发展之争辩：概念、关系及思考》，《社会学研究》2004年第5期，第67—79页。

社会的无意识流动和群体性规约纳入人们的视野范畴，将文化视作一种调节社会的无意识结构纳入到意识性的思想之中。^① 文化社会学的研究倾向大致可以概括为：文化-结构倾向、文化-目的倾向与文化-行动倾向。文化-结构倾向，以克利福德·格尔茨（Clifford Geertz）为代表，其主张：文化是一些由人自己编织而成的意义之网，文化尽管是非物质的但却并不是一个超自然的实体，对于文化的分析是一种探求意义的解释科学。^② 文化-目的倾向认为文化是人行为的目的，人行动的最终目标是要建构一种传统或者改造自己的行为以接近某种带有特定文化传统的社群。学者隋岩依据文化形态的不同目的所构成的本质区隔，将当代中国的文化形态划分为主导文化、高雅文化、大众文化。^③ 文化-目的倾向源自韦伯以来的一种“文化扳道工”的传统，韦伯认为文化塑造人们追求经济利益的目的，这一目的反过来驱使人们展开特定的行动。文化行动观则认为文化是由不同的社会要素构成，人们利用文化建构自己的行动路径。典型的代表是安·斯威德勒（Ann Swidler）的“文化工具箱”和查尔斯·蒂利（Charles Tilly）的“剧目库”思想，将文化的意义强烈主题化，认为文化具有约束力，通过体验获得的文化信息比通过其他方式获得的信息更强大，人们能够战略性地使用文化元素来追求有价值的目标。^④ 此种倾向也成为本文所立足的研究取向。文化社会学学者安·斯威德勒用“文化工具箱”的观点颠覆了人们惯用的关于价值观与行为之间关系的解释。斯威德勒将文化看成一个收纳象征符号、故事、仪式、世界观的“工具箱”。在稳定文化时期，作为“工具箱”的文化能够为人们组织实施多种可能的行动提供可用的资源，人们凭借“工具箱”来建立日常行动策略。视频博主的内容生产也是一种对于文化的拼贴和引用，博主通过提取“文化工具箱”中的不同组件来建构视频内容。^⑤ 本文以“文化工具箱”涵盖的各类象征性概念为切入点来分析视频博主叙事话语中的文化内涵，但需要注意的是，“文化工具箱”理论最大的意义并不是提出了一个文化要素框架，其更大的意义在于研究者文化观念的转变，不再单一地将文化看作人们行为的目的，而是将文化纳入人们的行为框架当中进行考察。因此本研究更多的是从斯威德勒的文化建构行动这一观念出发，对青年视频博主的视频叙事行为进行分析。

（二）青年视频博主的研究取向

青年视频博主作为网络视频生产的主力军，其叙事话语的建构与观者对视频要素的解读具有典型性，视频的模式塑造对整个网络空间的视频生产具有借鉴意义。针对视频博主的分析中，“环境-行为”的理论脉络成为学者的主要关注点，媒介技术论和戈夫曼“情境限定”论的结合，扩展了基于vlog（网络视频日志）这一核心媒介技术载体对视频博主“前后台”展演的研究。^⑥ 同时“拟态环境”的建构也成为学者研究视频博主对用户感知环境的构建及影响的切入点。^⑦ 此外，女性博主的性别议题、港澳台地区博主的身份议题也被纳入研究视野。^⑧ 总的来看，针对视频博主的媒介呈现与生活展演更多地受到研究者关注。而具体研究案例方面，李子柒作为典型化、风格化的视频博主，以其富含的文化气质与精美的符号语言受到广泛关注，被频繁作为个案研究，并多从跨文化传播的角度进行分析，其中包括情感向度的视频内含的享乐感、幸福感和观众情感体验的契合等。^⑨ 本文则以李子柒、彭传明、滇西小哥等博主为基础案例，分析其传统文化视频的生产方式，由个案到群体，发掘青年视频博主这一群体类别的

① J. C. Alexander, *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*, London: Oxford University Press, 2003, p. 4.

② 克利福德·格尔茨：《文化的解释》，韩莉译，南京：译林出版社，2014年，第5—13页。

③ 隋岩：《当代中国文化形态的划分和嬗变——对三种文化形态的哲学思考》，《北京大学学报》（哲学社会科学版）2002年第4期，第47—52页。

④ A. Swidler, "Culture in Action: Symbols and Strategies," *American Sociological Review*, vol. 51, no. 2, 1986, pp. 273-286.

⑤ 周怡：《文化社会学：经典与前沿》，北京：北京大学出版社，2022年，“前言”，第2页。

⑥ 刘娜、梁潇：《媒介环境学视阈下Vlog的行为呈现与社会互动新思考》，《现代传播》2019年第11期，第47—54页。

⑦ 汪雅倩：《“新拟态环境”：短视频博主的人格化表达及其对用户的影响研究》，《中国青年研究》2020年第1期，第68—75页。

⑧ 徐智、高山：《网络女性自治区中的性别歧视内化——自媒体美妆视频中的女性嫌恶现象及批判》，《国际新闻界》2019年第6期，第145—163页；王先伟、孙云、刘楠：《在陆台湾自媒体博主的媒介呈现与生活展演研究》，《青年探索》2021年第4期，第104—112页。

⑨ 程思琪、喻国明：《享乐感与幸福感：跨文化传播中的“直通车”模式构建——基于李子柒短视频评论的分析》，《新闻大学》2022年第5期，第36—49、119页。

叙事话语与成名路径。从文化与叙事的角度出发，探讨青年视频博主叙事元素的文化内涵，考察传统文化视频中蕴含的丰富乡土元素，分析受众观看体验与传者内容构建之间的深层关系。

二、青年视频博主的叙事话语建构

青年视频博主通过混合使用各类象征符号，以节庆仪式作为视频输出时序，构建一种“社会工厂背离者”的新角色，在田园牧歌式的情境中满足观众对于民族图式的认知。

（一）符号修辞：青年视频博主多媒介文本叙事的“新技法”

传统文化类视频青年博主在多媒介的象征符号中突出视觉修辞技法的运用，为观者构建一幅美好的田园文化图景。象征符号一般不会单独出现，而是不同的符号形成组合，构成一个合一的表意单元，即通常所说的“文本”。视频属于多媒介文本，在具体的内容生产中又可以分解为声音、文字、图像三者。青年视频博主的内容生产中，象征符号通常带有一定的文化属性，视频博主常常通过象征符号建构起与观众共通的文化语境，在共通的民族文化语境中进行内容传播。罗兰·巴特指出，通过符号能指、所指与符号的双重意指，在符号表意第二序列当中将产生一种现代性的神话。而皮尔斯则提出，符号的三元指涉结构由能指（符号载体）、所指（对象）、引申意义（解释项）三元构成，强调了符号表意展开的潜力。以李子柒的一期视频内容为例，对其视频符码的“能指”（直接意指）与“所指”（含蓄意指）及其引申意义进行归纳，我们可以对其深层表意结构进行了解^①：

表1 李子柒视频内容的符号表意

视频标题		【春节年货】挂灯笼、贴对联、备好年货过大年啦		
		能指	所指	引申意义
图像符号	主角	李子柒、婆婆	视频的拍摄者与人物	温馨的家庭关系
	地点	家中老屋、前坪与菜地	生活场所	“家”的象征
	行为	制作窗花春联等春节节庆物品，贴春联、挂灯笼、贴窗花、插画进行春节节前准备；制作特色美食	朴实的劳作	对于春节的迎接，年味的塑造与传统的回归
图像叙事	取景内容与镜头	自然景色的慢镜头延迟空镜	时光的流逝	自然的静谧和谐
		制作食物的中景镜头与特写	朴实的劳作	人物的心灵手巧
		人物活动的中景镜头与特写	朴实的劳作与休闲的生活	轻松惬意的生活
	背景营造	中式书架、传统米仓、木质碗碟	居所的构造	品质优雅的生活场景
光影与色彩	随时间的光影变幻；红色的氛围物点缀；冷暖的衬托色调	时光的流逝与节日氛围的塑造	逐渐浓厚的节庆氛围	
文本符号	背景音乐	钢琴、古筝、笛子混合的轻音乐	音乐	轻松惬意的生活
		对话	李子柒：你买没有？婆婆。 李子柒：我都闻得到金桔的味道婆婆：火别大了，等会儿别烧焦了。 李子柒：婆婆，下雪了。	人物的对话
	环境声	狗吠、鸡鸣、鸟叫、虫鸣	自然声音	自然的静谧和谐
	文字文本	字幕	雕版年画；窗花；写春联；蛋酥花生；吉祥桔饼	为迎接春节而劳作

在视频内容的建构当中，符号形式与现实文化语境之间存在着强烈的指涉。在图像素材的选用上，带有强烈民族文化色彩的窗花、春联等节庆物品以及传统中式布局的庭院结构和屋内装饰，指向了色彩鲜明的传统中式文化。占据音频内容主要部分的是贯穿始终的背景音乐，也主要以古筝、笛、箫等民族器乐为主，点缀其中的是象征乡愁叙事的自然环境音和地方色彩浓厚的方言对话。文字文本的出现则更是对图像素材的进一步解读，艺术字体的中文旁白字幕传递着鲜明的民俗仪式。各类素材的选用在符号的表征层面上构成了一种综合文化语境的表达。

① 秦宗财、李心洁：《城市形象塑造的短视频符号修辞研究——以Bilibili网站美食类短视频的典型样本为例》，《现代传播》2021年第4期，第93—97页。

需要注意的是,对于视频符号的表征分析强调的仅是视频内容的形式属性,对于象征符号中暗含的文化意涵的强调才是一种美学形式的语境和功能特性的分析。文化符号是视频中所呈现的,但也是在视频博主生产文本和观众观看视频之前的经验世界中可以访问到的东西,这种文化现象的维度并不受创作者话语的特殊性所干扰,但是视频符号意义的生成过程却往往伴随着创作者对素材内容的修订和转变。海德格尔声言当前时代已经步入了“图像时代”。在声音、图像、文字三者之中,视觉性符号是视频最为重要的符号类别,是影响观众的主因。视频创作者选用象征符号的关键就在于如何形成一种视觉性的修辞,传递一幅特定的文化审美图景,以此来感染观众。在视觉修辞研究中,图像符号的“视觉劝服”功能受到关注,视觉图像通过修辞意象,以某种难以看见的方式让受众产生情感上的认同,并且通过特定的修辞策略,将受众短暂的、原始的情感体验转换成持续的自反式思维活动。在这样的视觉修辞过程中,完成了图像符号与文化意象,文化意象与价值信仰的完美桥接。^① 视频中每一个独立的象征符号都在博主不断的创造、操纵、解释过程中化身为直面观众的审美对象。^② 视频象征符号构成的修辞景观使得民族语境和个人情感在一定程度上被技术话语重新塑造。我们可以看到李子柒、彭传明这一类再现传统农耕文化技艺的青年视频博主,通过对田园牧歌式生活的渲染,构建了一个“文化同温层”,维持住了人们对中国乡村传统生活的“共同想象”。视频博主们通过素材内容编排、场景调度、滤镜渲染等多种视觉内容生成机制,让观众在观看视频时处于一种微观的、隐性的视觉景观笼罩之下,这种视觉景观正是个人情感与民族语境的双向融合。在此视觉景观中,各类象征符号与情感意象相结合的叙述方式助力了内容的传播,并增强了视频信息的说服力。观众的观看此时不再是一种意味着控制和默从、分离和孤独的迷人性的“看”,而是变换为一种以存在感、亲密感、归属感的幻觉为中心的个人情感依存。存在感来自于弹幕、点赞等视频互动行为构建的“同时在场”;亲密感产生于符号的生活性指向,即视频中的视觉符号往往围绕食、住、行等传受双方日常生活中都会进行的同质行为展开;归属感则更出自观众对中华农耕文化这一深层民族图式的认知。而这种幻觉,正是视频博主将一系列传统文化中的乡村元素融入视频文本的深层结构,并经过叙事化的修辞编码,把民族语境中的乡土情怀转化为具象化、实在化的视频表征的结果。在这样的视觉修辞下,视频的结构被确立,意义的网络被编织,一幅美好的田园文化图景依托视频载体被传播出去。

(二) 故事展演:青年视频博主的叙事“新角色”与“新情境”

传统文化视频青年博主的故事展演由“社会工厂背离者”的叙事“新角色”与田园牧歌式的叙事“新情境”构成。“电影是一种每个人从很小的时候就学会‘阅读’的语言”,而微电影化的网络视频作为一种易读的文本,在当下也被受众广泛接纳。^③ 经典叙事学研究将“故事”划分为场景、角色、事件三个部分。依此路径来看,青年视频博主生产的视频均由一系列事件构成,成为一个完整的故事,具备普罗普笔下明显的叙事功能。但不同于一般的视频叙事,青年视频博主的“故事”具备一种“新角色”的视角,并发生在媒介化的“新情境”当中。

早期文化研究中,“利维斯派”学者关注到了工业社会中经典文化在中产阶级内部的异化,由此西方国家中生活在近郊的中产阶级的文化取向成为一种独特的“近郊主义”,在工业化过程中田园牧歌式的世界不复存在,取而代之的是“近郊主义”的乏味平庸。^④ 在当下,工业社会也已成为一种过去的传统,信息社会中传统的文化地理空间秩序已经被打破。身陷“近郊主义”的青年人群不再是真正身处地理空间上的郊区,而是被一种消费主义、物质主义建构的经济壁垒所围困。经济因素的扩张进一步挤压了他们的文化生活空间,使得他们离传统、自然的文化图景越来越远,此时的“近郊主义”已经变成了人们对于传统文化的脱离和孤立。传统文化类青年视频博主在叙事的角色取向上,敏锐地意识到了自己作为青年群体中的一员摆脱“近郊主义”束缚后的身份优势。对比之下,在以视频为媒介的互动中,

① 王超群:《情感激发与意象表达:新媒体事件图像传播的受众视觉框架研究》,《国际新闻界》2019年第10期,第75—99页。

② David Myers, “Signs, Symbols, Games, and Play,” *Games and Culture*, no. 1, 2006, pp. 47–51.

③ Wiebke Finkler and Bienvenido León, “The Power of Storytelling and Video: A Visual Rhetoric for Science Communication,” *Journal of Science Communication*, no. 5, 2019, p. 9.

④ 约翰·斯道雷:《文化理论与大众文化导论》,常江译,北京:北京大学出版社,2019年,第34页。

“近郊主义”的观众与传统文化视频博主之间不再仅仅是观看者和制作者的角色区分，更是一种社会工厂的“规约者”和“背离者”的差异化对比。青年视频博主作为社会工厂的“背离者”，其身份属性对于尚处在资本律令规约下的观众有着独一无二的吸引力，更能产生一种同龄人之间的情感能量，获得更广泛的关注。视频的传播往往通过三种方式影响观众：与人物建立联系和认同；减少对故事中论断的反驳；以及通过为抽象概念提供具体的解释来提高真实性和可信度。^①而角色作为视频叙事和讲故事的重要组成部分，观众可以通过认同一个角色对角色的目标和身份产生同理心。青年视频博主的角色性表演与后台的日常生活深深地嵌套在一起，通过对日常生活仪式的描摹，角色性表演和日常生活不再有所区分，观众在视频中看到的是熟悉的自然文化图景在博主日常生活中的复现，对于博主生活理念的认同感在观看过程中会进一步加深。

此外，视频文本并不一定具备某种固有的意义，意义是文本在特定情境下获得的东西。后现代社会中情境的演化在不同社会群体之间产生，以新兴媒介为渠道，促进了地域观念、群体经验的混合。媒介用户的个人经验、文化认同与价值观念都受到混合情境的影响。“流动的社会”之下，视频观众的经验来源不再局限于本地化这一种方式，以视频为载体的外部经验传输同样重要。人们在新的混合情境中将产生一系列新的个人感知与行为呈现。视频博主的叙事情境在新媒体环境中则变为了一种制作者与观看者双重指涉的媒介化情境。在此背景下，视频博主的故事更多地表现出跨情境的倾向，通过故事的讲述脱离地域重围的限制，展现民族语境中的普遍性文化仪式。故事的生产与解读不再是单一的博主视野，而是在不同情境的双向互动中进行。青年视频博主的内容以贴近年轻人生活的视角，打开了观众们观察世界的新窗口。后现代主义文化具有一种“仿像”的特色^②，博主将多维的、结构性的、有厚度的现实中“朝向镜头的一面”推向镜头，成为镜头里的“记录之物”，作为表现故事的能指进行呈现。^③复杂的情境化叙事此时便成为了平面维度的空间叙事。由此，观众与博主借助平面化视频媒体进行的表意交换成为了一种特殊的“平面性的空间美学”。^④

“近郊主义”的观看情境与视频博主田园牧歌式的表演情境依托由屏幕构成的平面性空间美学形态连接。观众通过对视频符号的解码了解视频意义的指向，博主通过对观众情境的感知在后期制作中对故事编码进行调整，双方借助屏幕完成表意交换。由此，青年视频博主建构了由新角色、新空间构成的媒介化情境中的故事，以一种带领观众告别乏味平庸的“近郊主义”视角，描绘田园牧歌式生活。

（三）媒介仪式：青年视频博主的叙事“新时序”

青年视频博主的传统文化类视频输出，与其他视频博主的最大不同是注重双重时序的运用，双重时序即视频内容中叙事时间序列的编排与视频发布时间的结合。以李子柒为例，因其内容强调农耕生活的节奏，其视频带有明显的顺应节气的特征，在视频“《小麦的一生》一株小麦，变化出扎根在每个人记忆里的味道”中，从开始播种到麦芽生长、小麦成熟收获以及利用收获制作美食，完整的耕种生活都被收录其中，并保持了与当地气候环境协调一致的农耕生活节奏。小麦生长过程的自然时序构成了故事完整的叙事时间。同时其视频发布的时间节点，也顺应了自然时钟，比如春节期间发布有关春节节庆的视频，十月中旬发布有关丰收的视频等，博主的视频内容与当前的自然时节具有较强的贴合性。

民族图式的建构和传播离不开媒介仪式的表演和重复。这种时序的贴合，是媒介仪式的重要表征，具有强烈的文化实践指向。学者卞冬磊曾指出：“在电子媒介塑造的文化环境下，社会事件（客观时

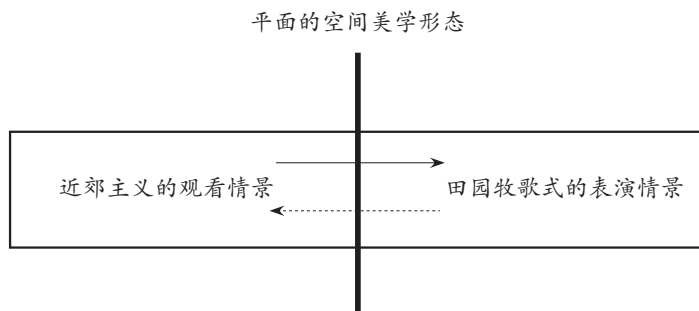


图1 平面性的双重情境指涉

① M. C. Green, “Narratives and Cancer Communication,” *Journal of Communication*, no. 1, 2006, pp. 163-183.

② 杰姆逊：《后现代主义与文化理论》，唐小兵译，北京：北京大学出版社，2005年，第148页。

③ 刘涛：《隐喻论：转义生成与视觉修辞分析》，《湖南师范大学社会科学学报》2017年第6期，第140—148页。

④ 周宪：《视觉文化与消费社会》，《福建论坛》（人文社会科学版）2001年第2期，第29—35页。

表2 李子柒视频的输出时序

视频标题	叙事时序	发布时间	自然时序
《烙锅和缙云烧饼》当烙锅遇上缙云烧饼，你以为有故事？并没有！	日常劳作的时间顺序	2020.01.01	寒冷的冬天
《腊肠煲仔饭》当腊味煲仔饭遇上胡椒猪肚鸡，你又以为有故事？还是没有！	从猪肉腌制到熏蒸再到美食制作的长周期时序	2020.01.08	小寒过后，腊月十四
《棉花》寒夜里最柔软的守护，暖暖的，很贴心——棉被	从种棉、采棉到弹棉被的完整制作长周期时序	2020.01.20	大寒，临近春节
《蓝染》印染在花布上的靛蓝，铭刻在骨子里的传承——蓝印花布	从种苗、染料制作到印染、成衣制作的长周期时序	2020.03.22	春分之后
《桃花节》骑马踏青，取花为食，才不辜负春日好时节——上巳节	采花、修剪羊毛到制作美食、出门踏青的混合时序	2020.04.02	仲春，上巳节一周后
《大蒜》一棵蒜苗的一生，最难割舍的家常滋味——大蒜	种蒜、蒜苗成长、美食制作	2020.04.13	季春
《豌豆的一生》豌豆大丰收！得闲把豌豆吃食都做个遍	种豆、豆苗收获、豆类美食制作	2020.04.30	季春
《小麦的一生》一株小麦，变化出扎根在每个人记忆里的味道	从19年秋到20年立夏种麦、收获、小麦手工及美食制作	2020.05.19	冬小麦收割季
《土豆的花样吃法》农耕之乐，劳作之美，饮食之道——土豆的一生	耕种、收获、美食制作	2020.06.03	孟夏
《油菜的一生》最是难忘菜籽香，新榨的菜籽油做啥都好吃呀	从19年白露到20年清明播种、收获、榨油及美食制作	2020.06.20	仲夏
《祝大家端午安康》我小时候吃过的传统笋壳粽子，你那有吗？	剥笋壳、制作内馅等美食制作过程	2020.06.25	仲夏，端午当天
《番茄》泥土地里肆意的生长！小苗苗结出大果实——番茄的一生	播种、田地改造、收获及美食制作的混合时序	2020.07.09	仲夏
《黄瓜的一生》黄瓜正当季，那就变着法来吃个黄瓜吧	修整院落、播种收获及美食制作	2020.07.20	仲夏
《秋葵和牵牛》用秋葵“凑”了一堆菜，吃饱喝足乐颠颠	从立春到大暑，播种到美食制作的全过程	2020.08.13	立秋与处暑之间
玫……玫瑰花……的一生？	从惊蛰到立夏，播种到收获的全过程	2020.08.28	孟秋
《西瓜和葡萄的一生》摘了西瓜，酿了葡萄酒，迎着月色一起喝一杯呀	从立春前到小暑，播种到收获的全过程	2020.09.14	仲秋
《丰收季》一年忙忙碌碌，为的就是谷物满仓的踏实感	从惊蛰到秋分，各种作物播种到收获的全过程	2020.10.10	寒露之后
《芋头的一生》辣椒……是送的	从春分到霜降，芋头的播种到收获过程	2020.11.08	立冬之后
愿一串串的红柿子给大家带来新一年的柿柿顺心	从19年霜降到20年大雪，柿饼和挂柿的制作过程。	2020.12.09	大雪之后

间)、新闻时间(文本时间)、阅读时间(阅听众主观感知时间)之间的时间差正被努力压缩,甚至归零。”^①如图3中,“丰收季”“芋头的一生”“一串串的红柿子”等视频内容,内容的拍摄完成于发布时间的一到两周前,内容最后的呈现时间与发布时间的贴合性越来越强。客观时间和文本时间的趋近,体现的是视频博主们参与建构大众媒介的仪式传播的积极性。博主们主动参与到某些重要的共同性社会活动当中,付诸一种公开性、象征性和表演性的文化实践行为,具有极强的媒介仪式性表意。^②

同时,传统文化视频从内容和输出时序上属于一种媒介仪式展演,但以其视频传播的特性来说,则构成一种信息共享、维护社会的“传播的仪式观”。传播“仪式观”的提出者詹姆斯·凯瑞在《作为文

① 卞冬磊:《再论媒介时间:电子媒介时间观之存在、影响与反思》,《新闻与传播研究》2010年第1期,第50—55、111页。

② 冯月季:《传播符号学教程》,重庆:重庆大学出版社,2017年,第159页。

化的传播》中区分了“传递观”与“仪式观”的不同向度。正如凯瑞所言，“传播的仪式观并非直指信息在空中的扩散，而是指在时间上对社会的维系”，传播的仪式观是一种团体的共同信仰的表征。^① 传统文化类视频内容维度上具有程式化、象征性和表演性的仪式特征，同时在动态的仪式组织过程中，具有共同文化信仰的人们参与了“组织化的表演”。在大众传媒的叙事传播过程中，宗教化或原始化的传播仪式已经逐渐退场，取而代之的是一种由传媒内容构建的日常化媒介“仪式”。传统文化视频的传播通过对集体记忆的追溯和钩沉，将个体情感融入公共性媒介话语当中，从而不断建构一种表征情感和记忆的叙事。在此维度下，传统文化类视频作为一种符号体系，其作用就不再是提供信息，而是在特定社会仪式时间对人们的民族身份和情感记忆进行确认，进而建构并维系了一个传受双方共同认可的文化图景。青年视频博主的传播活动确认了人们深层的文化理念，在体系化、程序化的仪式特征中进行信息共享，对于维护和扩散人们对于民族传统文化的认知意义有着特殊作用。在此维度上具备一种“仪式的传播”向“仪式化的传播”的进阶，即本身传播内容上是一种仪式化现象的传播，但同时对于此类传播活动而言，又构成一种“仪式化的传播”。

（四）民族图式：视频内容的最终文化镜像

在对青年视频博主的叙事语法进行分析之后，需要回到开篇的研究讨论中解决最重要的一个问题：青年视频博主究竟建构了一种怎样的民族文化图式？只有解决这个问题，才能真正彻底弄清青年视频博主的叙事特色。要理清这个问题，需要从传受双方的“共同体想象”着手。

民族文化图式的呈现和解读不是单一维度的，而是一种民族内部人们对其自然及文化倾向性的认可与共识。^② 传统中国社会是“礼俗式”的，以熟人为链接，以“礼俗”为基础维持着社会的运作。有学者认为“礼俗”是分置的概念，国家之礼与民间之俗呈现出的是国家政治与民间自治之间联合运作的社会形态，在礼与俗的互动中，人格价值和政治价值的双重秩序被整合到国家大一统的文化历史当中。^③ 从代表地方社会价值的“俗”的角度出发，以亲缘关系为纽带的人际网络构成了个人所处的家庭和宗族传统，以地缘关系为纽带的基层组织形成了聚落联合体这一基层形式。从代表社会教化和精英思想的“礼”的角度出发，对于儒家文化的持续传承和集体记忆，成为长期以来传统社会权力统治的合法性来源，规范化和礼制化的思想随之下沉至世俗社会。在“俗”与“礼”的互动下，个人、家庭、宗族、国家被串联起来，相应地演化出了映射在人们行为传统中的“勤俭节约的生活观、人伦和谐的社会观、天下一统的国家观与兼容并蓄的文化观”。^④

视频在博主的编排利用之下，成为了达成人们对民族内部自然及文化倾向共识的重要载体。本尼迪克特·安德森曾指出18世纪初兴起的两种想象形式——小说与报纸，为“重现”民族这种想象的共同体提供了技术的手段，因为它们的叙述结构呈现出“一个社会学的有机体遵循时历规定之节奏，穿越同质而空洞的时间的想法”。^⑤ 同理，视频是“民族”步入现代性过程当中一种新的想象形式，视频作为一种现代性的技术手段对“民族”这一特殊的群体认知进行了不同于小说与报纸的“重现”。在前述分析中，我们可以看到传统文化类视频博主的内容主要围绕传统农耕生活展开，将传统民俗嵌套进个人的日常生活当中。民族文化的观念约束了视频博主的视频建构行为，但也使得视频制作者在文化要素的选择与文化观念的约束之间达到了一种平衡。顺应节气的劳作、手工打造的中式家具、庆祝节庆的仪式性装扮等各种文化要素在视频当中的嵌入，强化了传受双方的互信和人们对于民族身份的观念意识。在博主的组织下，声音图景、文本范式、画面走向在新视角、新情境的加持中构成了一幅递归的文化图景，这幅图景正是对嵌入人们意识深层的生活观、社会观、文化观的写照。视频博主在视频内容的建构中，将符号元素与叙事技法合而为一，以特定文化图景下人们共享的认知结构和超个人的文化现象，激活了受传者之间共通的世界观。透过视频，我们得到的是一幅勤俭节约、人伦和谐、回应自然的文化图式。

① 詹姆斯·凯瑞：《作为文化的传播》，丁未译，北京：中国人民大学出版社，2019年，第18页。

② 贺金瑞、燕继荣：《论从民族认同到国家认同》，《中央民族大学学报》（哲学社会科学版）2008年第3期，第5—12页。

③ 张士闪：《礼俗互动与中国社会研究》，《民俗研究》2016年第6期，第14—24、157页。

④ 罗豪才：《弘扬中华优秀传统文化 增强民族认同感和凝聚力》，《中央社会主义学院学报》2007年第2期，第5—7页。

⑤ 吴叡人：《认同的重量〈想象的共同体〉导读》，本尼迪克特·安德森：《想象的共同体》，吴叡人译，上海：上海人民出版社，2011年，第8—9页。

三、结语：双层镜面下的文化返乡之旅

综上，在博主的叙事建构中，传统文化视频的传播具有一种鲜明的文化社会学特色。这些青年视频博主的成功相对其他内容生产者而言形成了一种独特的文化路径：在主观维度的叙事建构、话语编排与客观的传统文化内核双层镜面中，让受众经历了一次独特的文化返乡之旅。

首先，在内容的生产上，李子柒、彭传明以及滇西小哥等传统文化视频博主关于视频内容的建构与输出，实质上是对于传统文化的再发掘，属于雅、俗两种文化在网络空间的耦合，有别于其他视频博主的以流行文化为单一维度的叙事方式。以文化品味为划分的高雅与通俗文化二分法，体现了文化的内在裂变。经历了前现代、现代、后现代三个时期的动态转变，传统的剧院式展演已经不再是主要的文化输出渠道，雅、俗的分化也逐渐转变为融合，“文化折衷主义”的提出为理解文化品味的区隔提供了一个新的视角^①，在市场机制的作用下，雅、俗完全的分化对立统一于市场经济的规律之中，由此我们看到了诸多平民化路线的文化建构。传统文化视频作为一种特殊的文化产品，其内在的核心属性是一种以民族情绪为基底的传统呈现，体现的是非凡技艺背后的精英审美，但是在网络平台的注意力经济影响下，传统文化视频被赋予了商品化生产的价值内涵。

其次，在舞台的展演中具有贴地性。青年博主的生活场景即是素材来源，表演的舞台带有明显的“空间转向”，家庭与生活场景由叙事中的边缘地位走向舞台中央。正如文化地理学家段义孚所言，“人类的独特之处在于其把家作为地方的意识”。^② 乡土文化叙事的情境与受众的个人记忆贴合，传统文化视频博主的成功是一种集体“在地”观念的凸显。在地观念是人们地方感的输出，而地方感正是“人们对于某个地方的感知和情感眷恋甚至依附”，地方感的创设为人们基于地域共同体共享文化、社会、政治空间创造了基础。^③ 博主展现的地点从“第三者化的”他者空间转向了博主私人的空间，过去强调立意深远而淹没在复杂叙事序列中的情境被简单化，即使是十几分钟的长视频，除了转场的空镜，场景也不过是在日常生活的有限地点中游移。

最后，在巡游的视角中，越来越多的博主开始以日常 vlog（网络视频日志）作为切入点，视频博主的创作趋近于一种将个人的日常生活融入视频内容当中进行的社会性表演协作。戈夫曼以一种“社会心理学”的视角为媒介研究打开了一扇新的窗户。^④ 如果依照“拟剧论”的观点说现实生活中的每个人都是处于一种表演状态，那么青年视频博主视频中呈现的日常生活状态就是一种双重表演，既具有日常的生活性表演，也存在一种镜头前的表演协作。电视媒体的新常规是“一边生活，一边讲述”，而不是“先生活、后讲述”，^⑤ 而现在这种规则已经从电视常规转向了自媒体视频制作领域。青年博主的视频拍摄就处于一种“边生活、边讲述”的状态之中，每一项事件都摒弃了明显的剧本式对话和剧情，只围绕生活日常展开。但这种日常仍然是被建构的日常，是一种表演式的协作，甚至是双重的表演：在现实生活中熟人关系社会中的表演与镜头前的表演的结合。

（责任编辑：潘纯琳）

① 姚文放：《审美文化的内在构成——对于高雅文化与通俗文化之关系的历史考察》，《社会科学战线》2009年第8期，第193—202页。

② 段义孚：《空间与地方：经验的视角》，王志标译，北京：中国人民大学出版社，2017年，第111页。

③ 吴红雨、潘忠党：《绘制一座城市：一项城市广播电台的个案研究》，《新闻与传播研究》2022年第4期，第73—92、127—128页。

④ 刘娜、梁潇：《媒介环境学视阈下Vlog的行为呈现与社会互动新思考》。

⑤ 卞冬磊：《再论媒介时间：电子媒介时间观之存在、影响与反思》。