

DOI: 10.12046/j.issn.1000-5285.2023.01.012

作为舆论的短视频： 影像表达、功能属性与风险争议

汤天甜¹, 周经伦²

(1. 西南大学 新闻传媒学院, 重庆 400715;
2. 中国管理科学研究院, 北京 100089)

摘要: 在景观社会, 短视频顺应了大众视觉化的认知诉求, 成为嵌入日常生活中的影像化文本, 承载了公众意见表达与情感释放等社会功能。作为舆论的短视频, 其多模态的文本及乡土调性促进了公众话语权的下沉及公域与私域相交织的新公共空间的构筑, 并在舆论场域内发挥了舆论符号、舆论协调与舆论监督等功能, 助推了舆情讨论的热情, 提高了社会议题的能见度。然而, 短视频传播在带来机遇的同时, 也可能引发视觉文化背景下的认知错位、智媒技术过滤后的信息超限排斥、舆论影像化表达的法律侵权等风险。识别关键节点上的短视频舆论, 并对其可能引发的风险结果予以类型化分级和针对性应对, 有助于短视频舆论风险的防范和化解。

关键词: 短视频; 舆论影像化; 社会议题; 风险争议

中图分类号: G206.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-5285(2023)01-0111-10

在移动拍摄、手机剪辑、图像美化等数字技术的赋权下, 那些由人们自发创作的短视频, 打破了传统媒体所垄断的影像生产格局。公众不再是单向的观看者, 也是制作者、评判者。截至 2022 年, 短视频用户规模达 9.62 亿, 较 2021 年 12 月增长 2805 万, 占网民整体的 91.5%。^①在短视频影响力日趋扩大的同时, 众多娱乐社交平台也参与到短视频的赛道中, 成为短视频二次发酵的关键场域。短视频凭借其视听符码、碎片形态、多元内涵及戏谑语态, 广泛嵌入各类社会议题中, 并逐渐演化为公众意见集合与态度表达的载体——公众舆论, 这不仅顺应了当下公众的舆论诉求, 也为公众参与社会议题提供了更为丰富的介入途径。不容忽视的是, 以短视频为代表的舆论影像化文本中隐蔽的视觉修辞与流变的意义内涵也可能导致主体间意见交互的错位, 进而引发舆情波动、社会矛盾乃至法律争议, 成为当下舆情风险研究的新热点。

收稿日期: 2022-09-22

基金项目: 共青团中央青少年发展研究课题“青年亚文化群体的思想状况分析及引导策略”(22JH018); 重庆市社会科学规划项目“风险传播视域下的影像舆论极化及其治理机制研究”(2022NDYB106)。

作者简介: 汤天甜, 女, 西南大学新闻传媒学院副教授、硕士生导师。主要研究方向: 风险传播、网络舆情。
周经伦, 男, 中国管理科学研究院学术委员会特聘研究员。主要研究方向: 情感传播、社会政策分析。

^① 《第 50 次中国互联网络发展状况统计报告》, 2022 年 8 月 31 日, <http://cnnic.cn/NMediaFile/2022/1020/MAIN16662586615125EJOL1VKDF.pdf>, 2022 年 12 月 21 日。

一、问题提出

沃尔特·李普曼(Walter Lippmann)指出:“他人脑海中的图像——关于自身、关于别人、关于他们的需求、意图和人际关系的图像,就是他们的舆论。”^①这一有关“舆论”的阐释为后续舆论的影像化研究提供了合法性依据。如果说李普曼对舆论与影像之间关系的界定是理论层面的阐释,那么短视频、表情包的广泛传播则为舆论的影像化实践提供了直观的现实佐证。

近年来,国内外学者们对静态图像和动态影像相关的社会现象和问题展开了一系列研究:首先,讨论了图像、短视频等影像化载体区别于文字表达的“转基因”性^②、“典型特征”^③及“视觉框架”^④等。上述研究多从理论层面出发,探讨了影像化表达中所显示或潜存的异质元素、同性要素及其从边缘文化实践向社会活动接入的转型过程。其次,是关于舆论影像化传播效果的分析。一是从宏观传播效果角度洞悉“帝吧出征”^⑤“农民工讨薪”^⑥“涉官”^⑦等舆情事件背后,影像作为“编制出可被重新检索与激活的视觉化舆论”^⑧,赋予了公众“以自己的方式被看见的权利”^⑨，“造成了一定程度的视觉喧嚣与能指膨胀,需要从社会治理的角度考量其保障与规制”^⑩;二是从微观视角出发,在图像或视频等文本的基础上,关注“生态变革”^⑪“互动分析”^{⑫⑬}“动态演化”^⑭“创新法则”^⑮“舆情管理”^⑯“众包实践”^⑰等变化。该类研究结合量化与质化的研究方法,探究了视觉化实践对信息传播的渠道、文本、主体等层面所产生的影响。整体来看,一方面,关于影像化载体的理论研究,多从信息视角下切入至影像,但往往将作为信息的影像与作为舆论的影像混为一谈,导致该领域研究对象的暧昧不清,缺乏更加准确、深刻的理论

① [美]沃尔特·李普曼:《公众舆论》,阎克文、江红译,上海:上海人民出版社,2006年,第21页。

② 彭兰:《短视频:视频生产力的“转基因”与再培育》,《新闻界》2019年第1期,第34-43页。

③ 张杰:《读图时代对网络舆论生成与特征的影响》,《新闻界》2011年第9期,第63-66页。

④ 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。

⑤ 谷学强:《互动仪式链视角下网络表情包的情感动员——以“帝吧出征FB”为例》,《新闻与传播评论》2018年第5期,第27-39页。

⑥ 彭华新:《影像传播与符号权力:“农民工讨薪”的阶层分化研究》,《湘潭大学学报(哲学社会科学版)》2016年第1期,第149-153页。

⑦ 刘滨、许玉镇:《网络“舆情问责”的控权机理何以生成?——基于抖音36起“涉官”舆情事件的扎根研究》,《电子政务》2021年第4期,第90-104页。

⑧ 汤天甜、温曼露:《影像舆论的本体溯源、表征属性及风险审视》,《南昌大学学报(人文社会科学版)》2021年第1期,第84-91页。

⑨ 严功军、仝莹莹:《想象污名与赋权消费:农民短视频传播的实践批判》,《当代传播》2021年第4期,第103-104+110页。

⑩ 杨绍婷、郭小安:《视觉传播时代的图像赋权:研究理路、展演策略及实现路径》,《郑州大学学报(哲学社会科学版)》2020年第4期,第120-125页。

⑪ 虞鑫、董玮:《从公众舆论到日常生活:后台化生产与短视频治理的生态变革》,《中国编辑》2022年第2期,第71-75页。

⑫ 黄方楠、李明德:《短视频舆情的非理性表达与互动分析》,《情报杂志》2022年第3期,第152-158+113页。

⑬ Zhao, X. L., MA, J., “Analysis on the Interaction Characteristics of Users and Contents of Instant Video Based on the TikTok Application-Focusing on the Case of Chinese Men in Their Twenties-,” *Journal of the Korean Society of Design Culture*, Vol. 26, No. 2, 2020, pp. 527-537.

⑭ 刘耀焯、马书琴、赵丹:《新媒体时代短视频网络舆情传播的影响因素及动态演化研究》,《情报科学》2022年第4期,第179-185页。

⑮ 郭小平、贾瑞欣:《短视频新闻的创新法则、发展困境与提升路径》,《中国编辑》2022年第3期,第86-90页。

⑯ 刘丽群、马明:《从人工走向智能——人工智能技术在音视频舆情管理中的实践与思考》,《中国新闻传播研究》2021年第6期,第42-54页。

⑰ 王明、郑念、宋雨琦:《短视频时代政府辟谣机制创新研究——基于“抖音辟谣”的众包实践分析》,《自然辩证法通讯》2022年第2期,第75-82页。

探索。另一方面, 针对舆论影像化效果的研究更多地指向单一的社会现象案例或具体的文本影像形态, 较少从理论层面论及舆论影像化表达的深层内涵, 导致部分研究的科学性遭到质疑。本文拟将短视频置于公共舆论的场域内进行审视, 聚焦舆论影像化表达的内在逻辑及影响趋势, 推及其在舆情事件中的角色及所发挥的功能; 同时, 从风险视角切入, 讨论作为舆论的短视频传播可能引发的社会风险及争议。

二、短视频传播中舆论的影像化表达

进入视觉时代, 无处不在的商场景观、媒介奇观等视觉消费场景包裹了公众的生存情境。与此同时, 5G、CG、AI 等数智技术的迅猛发展, 更催生出以短视频为代表的新兴舆论文本。鉴于此, 对舆论在短视频传播中的认识不能简单地停留于信息文本的变化, 需从舆论环境、舆论主体以及舆论形态等维度出发, 探究舆论影像化表达的必然性、过程性以及趋势性。

(一) 舆论环境: 景观社会中的新公共空间

从现实空间中的广告海报, 到网络空间里的奇观展演, 人们的日常生活被大量的景观元素所包裹, 情绪感知也易被强冲击力的视觉形象所吸引。集刺激性影像与情境性音乐等特征于一体的短视频, 在短时间内成为强势的话语文本, 并以线上景观的存在方式, 影响着舆论氛围的形成, 重塑着人们对公共空间的想象。“公共空间”最早由德国女思想家汉娜·阿伦特(Hannah Arendt)提出, 最初是指古希腊的城邦政治生活。后来, 尤尔根·哈贝马斯(Jürgen Habermas)将“公共空间”嫁接至新的社会场域, 旨在为现代社会问题的解决提供讨论空间。随着网络空间的崛起, 人们不得不重新审视公共空间的内涵。但无论从哪个视角切入, 公共空间的落脚点始终是一个自由而包容的舆论空间。

作为短视频传播的中介场域, “平台的设计方式也使得它们对不同用户具有吸引力。虽然经常把自己作为空白的空间, 供他人互动, 但事实上平台却体现出一种策略”^①。当前, 作为新兴的舆论空间, 短视频平台呈现出显著的公共属性: 一方面, 短视频平台中去精英化的传播秩序, 能够最大程度地吸引各个文化与年龄阶层的公众参与其中, 促进了舆论的民主化传播; 另一方面, 作为可辨识的影像文本, 短视频顺应了人们“眼见为实”的认知惯性, 使人们不再盲从于占据优势地位的舆论话语, 而是根据直观的视觉证据作出自己的判断。可见, 短视频平台中无限的讨论空间、开放的参与秩序以及可塑的影像文本, 在相当程度上破除了大众参与社会议题的障碍, 为网络语境中社会矛盾的协调提供了具象化的交涉空间。可见, 以短视频为代表的影像化生存方式已经渗透至公众的日常生活, 其所营造的舆论氛围顺应了当下人们对去中心化、具象化、互动化的舆论期待, 预示着舆论影像化表达的必然。

有报告指出, 目前短视频用户总时长占全网用户的 28%^②, 另据腾讯 2022 年二季度公告显示, 微信视频号总用户使用时长超过了朋友圈总用户使用时长的 80%^③, 短视频与直播已成为当前舆情信息的重要来源^④。此外, 不同平台间的短视频传播, 既有以社会关注度为参照的舆情议

① [加拿大]尼克·斯尔尼塞克:《平台资本主义》,程水英译,广州:广东人民出版社,2018年,第53页。

② 《QuestMobile2022 中国移动互联网半年大报告》,2022 年 7 月 26 日, https://mp.weixin.qq.com/s/3LwB1_eQFMYHbK-RO_AO4Tw, 2022 年 12 月 20 日。

③ 《腾讯公布二零二二年第二季及中期业绩》,2022 年 8 月 17 日, <https://static.www.tencent.com/uploads/2022/08/17/edc989fb139819b8e6c024abde716ca0.pdf>, 2022 年 12 月 20 日。

④ 刘鹏飞、曲晓程、杨卫娜:《人民网舆情数据中心连续第十年发布互联网舆论场分析报告》,2021 年 8 月 20 日, <https://mp.weixin.qq.com/s/AEFZZhSMgyDMIMWYBUplNw>, 2021 年 10 月 1 日。

题中心——舆情热榜，也有基于算法逻辑推送的个性化议题，形成了公域与私域两个维度的舆情讨论层，共同构筑了新的公共空间，助推了舆情讨论的积极性，提高了社会议题的可见性。

(二) 舆论主体：权力下沉后的乡土调性

作为国内最早出现的短视频平台，抖音、快手等凭借随时拍摄、酷炫包装、滑动观看等便捷式操作与低门槛内容在短时间内爆红，吸引了大量来自三四线城市用户。目前，抖音平台的日活跃用户数量已突破7亿^①，快手日活跃用户数量达到了3.4亿^②，微信视频号也在短时间内达到了4.5亿的日活跃用户量^③。“精英/草根、市民/农民等不同身份的主体都可以广泛深度地参与网络短视频，这体现出新媒体时代的UGC(User-generated Content)对传统媒体时代的OGC(Occupationally-generated Content)的挑战”^④，是互联网生态下扁平化权利带来的积极效应。一方面，人们借助短视频将复杂的社会事件编辑为形象生动的视听语言，解构或补充了传统媒体所建构的事实框架与话语逻辑；另一方面，模式化的短视频生产拓展了公众的话语表达形式，有助于唤醒底层群体的表达欲望，提高底层话语的能见度。当每个人都拥有影像化表达观点的权利时，舆论事件的呈现也更加丰富饱满，这在一定程度上拉近了舆论主客体之间的心理距离，对圈层互动、趣缘联结、情感共振产生了助益效果，有利于议题的讨论甚至矛盾的解决。

草根群体通过短视频积极记录生活、展示才艺，既提升了所属群体于网络场域内的能见度，也赋予了短视频内容鲜明的乡土情怀与土味风格。过快的城市化进程引发了现代中国人强烈的漂泊感，人们乐于沉浸在乡土短视频中以逃避现实压力，重温乡土情怀。^⑤无论是李子柒、桃子姐还是丁真，以他们为主体所创作的短视频，远离了城市喧嚣与网络轰炸，重现了日出而作、日落而息的传统中式生活。此外，由草根群体所创作的乡土短视频更是在海外引发了热议，为外国公众了解中国提供了更为自然、生动的影像文本，也成为讲好中国故事、塑造中国形象的重要舆论素材。

(三) 舆论形态：多模态实践下的互文仪式

受制于文字载体的抽象形态，传统的舆论表达方式可供修饰的文本空间十分有限且门槛较高，难以满足大众差异化的认知取向及理解能力，这在一定程度上限制了舆情的发酵速度和影响程度。以短视频为代表的舆论影像化载体，集合了人物形象的在场、直观证据的呈现以及真实场景的营造等优势，增强了舆论的可信度。同时，文字、影像与音乐等多模态信息的叠加，扩充了单位舆论的信息承载量，为公众从多个角度介入并参与舆情讨论提供了更多的机会。特别是在呈现复杂的社会议题时，直观且通俗的短视频更有助于简化事件中的繁琐细节与晦涩术语，但这并不意味着短视频内部形成了完全独立的表意系统，其本质仍是依存于多文本集合的互文文本。对作为舆论的短视频中的互文关系予以考察，可以发现，一是文字与影像之间的互文。自古以来，“诗中有画，画中有诗”等词句佐证了诗词与绘画创作之间的渊源。在日常的意见交流中，抽象语言与具象符号的应用场景存在较大差异：前者多用于主体间理性观点的交涉，后者则直观地投射出主体的情感变化；二者之间构成了既相互独立又互为补充的关系。作为集文字与影像于一体

① 《抖音日活7亿用户量背后的真相》，2022年7月19日，<https://new.qq.com/rain/a/20220719A08BUN00>，2022年12月21日。

② 《快手2022年一季度日活3.46亿，增速较四季度放缓》，2022年5月24日，<https://www.163.com/dy/article/H85EKU2K051980A4.html>，2022年12月21日。

③ 《2022微信视频号生态发展研究报告》，2022年4月14日，<http://www.199it.com/archives/1416170.html>，2022年12月21日。

④ 张爱凤：《“底层发声”与新媒体的“农民叙事”——以“今日头条”三农短视频为考察对象》，《广州大学学报(社会科学版)》2019年第4期，第49-57页。

⑤ 曾一果、时静：《从“情感按摩”到“情感结构”：现代性焦虑下的田园想象——以“李子柒短视频”为例》，《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2020年第2期，第122-130页。

的文本载体,一方面,短视频是对文字的模仿与延伸,最初以颜文字、GIF等形态出现;另一方面,短视频中的影像始终占据着视觉中心的位置,而文字仅以字幕或补充说明的形式,出现在短视频画面的边缘位置,依附于影像而存在。总之,“视觉强化了人们的认知,给文字一个阐释的空间;文字给视觉一个思维指向,并进一步开掘思维空间,二者互文,形成了极富意蕴的‘暗含话语’”^①。二是短视频与其他媒介影像之间的互文。短视频作为电影、电视剧、音乐短片、新闻报道、游戏直播等已有媒介影像文本的变体,兼具了文本盗猎者与游牧者的双重角色,既突破了单一文本形态的限制,又能够广泛嵌入各类社会议题中,是影像化舆论文本的重要来源。

总之,短视频作为大众化的影像文本,在人们的日常生活中占据着越来越重要的位置,甚至沉淀为一种世俗化的仪式:一是在抖音、快手等短视频平台中出现了大量颜值秀场、名人模仿、才艺展示等奇观化的短视频内容,人们被其中反常的社会现象或人物举动所吸引,并从中获得逃离日常秩序后的自由快感;二是vlog的走红掀起了一场生活化短视频记录的热潮,人们吃饭、散步、化妆、自习甚至休息等日常行为被记录下来,并内化为社会公众的一种生存方式——“一种粘连生活与媒介的界面,同时影响着人们的现实生存与媒介表达”^②。可见,作为社会生活的反视镜,短视频在内容形式、行为习惯与时间秩序等层面的仪式化趋势,既是反现实的惊奇化加工,又是对现实的媒介化投射,其对现实场景的模仿与再造,为人们的数字化生存提供了影像化的参与经验。在影像实践大众化的浪潮下,以短视频为代表的影像化交互文本超越了单一的娱乐向度并融入人们的日常行为,成为公众意见表达的新样态,被视为重塑社交途径与舆情生态的重要力量。

三、功能体现:作为舆论的短视频

以短视频为载体的舆论影像化表达,作为一种强视觉化、去中心化的公众意见样态,携带着显著的修辞属性,在舆论场域内的影响力不断扩大,成为当下颇具代表性的网络行动路径。

(一) 意见展演中的共识符码

短视频作为一种新兴的舆论符号,其视听一体的表达特点突破了文字舆论的离身属性,形象地复现了人们的意见姿态,即通过“亲身在场使人们更容易察觉他人的信号和身体表现;进入相同的节奏,捕捉他人的姿态和情感;能够发出信号,确认共同的关注焦点,从而达到主体间性状态”^③。例如土味短视频作为“网民创造出来的一种对快手、抖音等短视频平台上诸如‘喊麦’‘社会摇’及其他具有浓厚的乡土气息和原生态气质的内容的统称”^④,往往由粗糙的画面、洗脑的旋律、粗俗的话语、夸张的表情等元素组成,其代表性动作及标志性口号更成为人们争相调侃与模仿的对象,被广泛应用于日常生活交流之中,成为互联网空间中的流行性意见元素而广泛传播。此外,短视频的碎片化时限、节奏感音乐、文字性符号与隐喻化形象等元素,已日渐沉淀为一套相对固化的舆论表达样态,其“发展—高潮—反转”式的叙述逻辑,为人们大规模使用短视频参与舆情事件讨论提供了模板化的操作方式。

(二) 舆情发酵中的调节中介

受信息碎片化与技术偏向性等因素的影响,当下的舆情爆发速度与路径呈现出波动且循环的

① 韩丛耀:《图像:一种后符号学的再发现》,南京:南京大学出版社,2008年,第249页。

② 彭兰:《视频化生存:移动时代日常生活的媒介化》,《中国编辑》2020年第4期,第34-40+53页。

③ [美]兰德尔·柯林斯:《互动仪式链》,林聚任、王鹏、宋丽君译,北京:商务印书馆,2009年,第106页。

④ 杨萍:《赋权、审丑与后现代:互联网土味文化之解读与反思》,《中国青年研究》2019年第3期,第24-28页。

反复态势。作为舆论协调的短视频,在舆情酝酿、爆发、反转与消弭的发展过程中,往往承载着差异化的功能角色。在酝酿阶段,那些处于第一现场的公众所拍摄、发布的短视频,与媒体的新闻报道之间形成了互补的关系,在一定程度上促进了舆论议题的推进。在爆发阶段,短视频中视听剪辑、文字解释与现场录音等元素的叠加,在短时间内即调动起公众的感官情绪。特别是那些引发社会广泛关注的短视频,其短时间内的多个强节奏或情节点设计,成为驱动公众点赞、评论以及二次创作的刺激点,加速了舆情事件中典型人物或情节的持续曝光。在反转阶段,不断更新的争议性短视频及其中的颠覆性元素可能将公众再次拉回舆论争议的原点,结果使舆论事件陷入螺旋式的风险循环之中。在消弭阶段,舆论事件的持续发酵与反转极大地消耗了公众的耐性,加速了舆论场域中繁杂信息的退潮,反而为理性观点的析出预留了空间。

总之,作为舆论的短视频不仅直观呈现出公众对社会事件的态度,其中的点赞、一键转发、弹幕留言等社交功能,兼具了可复制性与强互动性的特征,促进了影像化舆论应用范围与影响领域的扩大。因此,作为舆论的短视频充当了推进象征系统与社会治理内外衔接的重要中介,在社会环境、社群关系、公众心态等层面发挥着调节作用,其在促进主流文化同大众文化、亚文化、边缘文化等交融共生的同时,也被视为思想引领、价值引导与文化融合的结晶。

(三) 网络行动中的社会监督

舆论监督作为公众社会参与的重要形式,是民主权利的象征。在传统媒体主导社会信源与传播技术的背景下,公众不得不寄希望于新闻媒体来表达诉求,但舆论监督权利的中介化却引发了话语不对等、意见扭曲、诉求掩盖等舆论风险。以短视频为代表的新兴舆论形态既是对传统信息权力的挑战,又作为公众舆论监督的新方式而受到广泛关注。当前,网络舆论场域内的社会热点事件持续爆发,海量的短视频在为公众提供多角度观点的同时,也导致了舆论监督的泛滥与真相的频繁反转。为避免人肉搜索、认知疲倦等不必要的次生舆论风险,人们在数次“狼来了”的教训后,对处于前兆阶段的争议性事件往往持观望态度。这种基于短视频参与舆论围观的行为,其本质“就在于它能够同时满足被动消费和主动消费的需求;它既可以成为你工作的背景音,乖乖为其他事务让位;也能成为你的视线焦点,从而开启一段奇妙旅程”^①。这意味着公众拥有了是否介入舆论事件的充分自主权——深度参与或边缘围观都被视为有效的舆论监督行为。在此过程中,用户也充当了中介的角色,其参与形成了舆论圈,将权威网络包裹在其中,新闻知识并不仅仅体现为单个的作品,而是在各行动者互动中形成一种过程,揭露事件背后的真相甚至推动事件的解决。^②

2022年6月,一段关于唐山烧烤店打人事件的短视频引起了互联网的广泛关注和热烈讨论。除了对该事件本身的暴力性争议外,在以截取部分监控录像而来的短视频中,固定的俯拍视角、现场的实时声音和低质的影像画面,在强化事件的突发性与真实性的同时,也遮蔽了信息的全面性,这进一步刺激了网友的好奇心理。网民们通过翻译现场方言、提升影像画质、补充现场细节等方式,自发地参与到还原事件始末的行动中。随后,该短视频在各大平台迅速发酵,引发了大范围的社会关注,最终,相关涉案人员在事发后两日内被缉拿归案,充分体现了此次舆论监督的有效性。

^① 张园:《“慢直播”帮我们安静地凝视这个世界》,2021年1月14日, <https://m.gmw.cn/baijia/2021-01/14/1302036518.html>, 2021年10月1日。

^② 李学孟:《边界、权威与知识形式:移动短视频新闻认识论》,《东北师大学报(哲学社会科学版)》2022年第1期,第67-74页。

四、短视频在舆情传播中的风险争议

短视频作为新兴的舆论表达形态, 在创新与丰富舆论景观的同时, 也引发了难以被预测与控制的风险。鉴于此, 本文尝试从文化、技术与法律三个层面入手, 审视舆论的影像化表达可能导致的风险争议。

(一) 文化风险: 视觉凝视中的认知错位

当下, 以短视频为代表的视觉媒介的强势传播, 进一步推进了“视觉文化”的主流化趋势, 成为人们建立社会关系、参与社会实践的重要手段。视觉文化的社会化渗透过程不仅是视觉技术被广泛运用于创建、编辑、分发与传播舆论信息, 也体现为从现实体悟、文字阅读到影像观看的大众认知方式的转变, 与之伴随的则是舆论凝视行为的泛滥。

长久以来, 观众对电影、电视等视觉媒介的认知, 多被解释为格式塔心理的作用结果, 即人们本能地具备了将视觉画面补充完整的内在驱动力。相较于传统媒介, 短视频内部强节奏的背景音乐、高密度的画面内容、隐秘化的剪辑切口进一步充溢了留白, 也强化了格式塔心理的效果, 迫使观众服从于感性的意识冲击而放弃理性的逻辑思辨。“真正占据客体的位置的, 正是观众自己。真正的主体是屏幕上的演员, 他们试图令我们热血喷张, 而我们这些观众则沦为瘫成一堆的客体——凝视。”^① 虽然作为短视频创作者的舆论主体无法透过屏幕, 直接接收到来自于观者的凝视目光, 但他们通过对他者的想象, 完成了对自我观点的审视。正如让-保罗·萨特(Jean-Paul Sartre)所指出的:“如果我体会到注视, 我就不再知觉到眼睛。”^② 短视频创作者们虽难以与受众的凝视目光相交汇, 但出于对流量的渴求, 他们致力于剖析平台算法与用户喜好, 通过想象性的自我检视以获得高关注度。在视觉文化的影响下, 无论是舆论主体的心理审视还是影像观者的心流运动, 都是单向度的自我想象与空洞投射, 缺乏双向互动与意义交换, 暴露了短视频凝视过程中交流属性的弱化与意见立场的强化。受此影响, 公共或私人、现实或虚拟空间中无处不在的、海量的影像记录文本都成为评价公众道德与伦理行为的依据, 甚至渗透至人们的日常生活, 塑造着公众的价值观念与行为实践。

与此同时, 以短视频为载体的动态影像, 无论是在形象塑造还是视觉符号上都比静态的文字舆论更为复杂, 大众在理解短视频内容时, 受制于差异化的文化视角, 易陷入立场先行、认知断裂等风险。例如, 《战狼2》《红海行动》等主旋律军事题材电影在国内凭借高质量的制作水平赢得票房与口碑的双丰收, 但此类以国族认同为底色的新主流电影在海外却遭遇冷场, 鲜明的国家特征与民族色彩成为影响其对外传播效果的重要因素。影片中多次出现的五星红旗、中国护照、军人群像等片段被剪辑为短视频后, 在 TikTok、YouTube 等平台传播, 原本指向积极正面的精神标识在影像加工后被恶意曲解为“煽动偏执的民族主义”“肆意出征的大国霸权”等涵义, 这种误读甚至还延伸至政治外交场域, “战狼”一词成为西方眼中我国的外交符号, 用于污名化中国的和平崛起进程。这暴露了海外观众对于影视作品的宏观背景与故事缘起的错识, 在本质上是因意识形态差异而导致的文化隔阂。

^① [斯洛文尼亚]斯拉沃热·齐泽克:《斜目而视: 透过通俗文化看拉康》, 季广茂译, 杭州: 浙江大学出版社, 2011年, 第190页。

^② [法]让-保罗·萨特:《存在与虚无》, 陈宣良等译, 杜小真校, 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1997年, 第335页。

(二) 技术风险：舆论过滤后的超限效应

在数字信息时代,5G、虚拟现实、增强现实、区块链等智能技术消除了因现实地理界限所导致的交流障碍,使观点形成、话语表达与意见传播趋于简便化与可视化。同时,数字平台中算法技术的引入,缓解了用户的信息消费压力,促进了舆论环境的净化。然而,基于算法的短视频平台在为用户提供沉浸式的信息体验、持续性的兴趣刺激以及透明化的信息环境的同时,也使之付出了牺牲多元价值观及个体隐私的代价,并频频导致信息茧房、信息鸿沟、大数据杀熟、隐私侵犯等扰乱正常舆论秩序的风险。事实上,短视频“对于真实世界的认知是碎片化、零散化的,远离现场感知的‘真相’是情感驱动下生成的主观化的‘事实’,是客观事实被主观情感所干扰的作用结果”^①。换言之,公众情感作为影响群体性事件自始至终的关键性变量,既可能引发冷漠群体的离散,也易导致极化群体的集聚。当人们在已有情感参照下实施一系列高强度与连续性的集体付出后,其所处的群体立场或升华为不容置疑的评判标准,此时,分散的个体也将集合为具有强大组织能力与实践指向的行动者网络。特别是在群体利益驱动下,个体可能陷入理性丧失与情绪激化的认知状态,并对与之相驳的群体观点进行暴力性矫正。

在无节制的道德审判下,争议性影像的传播极有可能加剧舆论盲从的规模,刺激着舆论场域的激荡乃至舆论群体的极化。此时,平台内的信息交互也难以发挥舆论自净的作用,反而沦为悬浮信息、虚假新闻与暴力行为的温床。处于该风险信息环境中的当事主体,也可能陷入对自我生存环境的失控感与压抑感之中,甚至产生反向的信息排斥行为。正如韩炳哲(Byung-Chul Han)指出的:“积极的社会,逐渐发展成一种‘兴奋剂社会’(Dopinggesellschaft)。过去的负面用语‘大脑兴奋剂’已经被‘神经增强剂’取代。兴奋剂导致了一种没有产生效能的效能。”^②换言之,算法对个体有限的认知能量的过度挖掘,易导致公众对舆论参与行为产生麻木心理而陷入“超限效应”(Overrun effect)。在新冠疫情期间,现实空间的隔离迫使人们不得不将注意力灌注于网络空间。出于对陌生病毒的恐惧,人们试图通过搜寻与疫情有关的信息以确保自身安全,但对疫情相关的短视频内容长期且过量的消费,反而加剧了人们的心理负担,处处充斥的谣言更是不断冲破大众的心理防线。

在后真相时代,人们通过网络虚拟身份发表的舆论意见,往往缺乏现实依据的支持,这导致舆论信息内容的可信度与有效性降低,因此,人们迫切地寄希望于从不确定性信息中寻找潜存的确定性。以生动、形象的视听形式而存在的短视频为公众判断舆论信息的真伪提供了视觉途径,顺应了当下人们“眼见为实”的认知惯性,在短时间内即赢得了人们的信任,但这种相对草率且盲从的判断,也引发了意想不到的风险争议。在视觉技术的修饰下,影像舆论的生产也表现为未经策划的“自然衍生”结果,这在一定程度上可能引发更深层次的风险——媒介技术的拟人化危机。机器新闻写作、聊天机器人、人机象棋博弈等技术的落地,警示着人们“在面对真实世界中的信息不完全状态时,计算机已展现出它可以进行‘类人’式互动与决策的潜质”^③。以FacePlay、崽崽ZEPETO、ZAO等为代表的AI换脸软件已实现了将不同个体的面部嵌入他者身体,并同时输出动作流畅、画面清晰、语态自如的动态人物影像功能。然而,这种逼真人物形象的随意嫁接或盗用,可能造成诋毁个人信誉、煽动暴力活动、激化社会矛盾等风险,对个体、行业乃至国家都可能造成不同程度的威胁风险。

① 张贝:《“后真相”时代公共舆论的情感表达》,《山东师范大学学报(人文社会科学版)》2019年第3期,第134-139页。

② [德]韩炳哲:《倦怠社会》,王一力译,北京:中信出版社,2019年,第27页。

③ [英]阿里尔·扎拉奇、[美]莫里斯·E.斯图克:《算法的陷阱:超级平台、算法垄断与场景欺骗》,余潇译,北京:中信出版社,2018年,第20页。

(三) 法律风险: 舆论影像化的侵权行为

短视频作为舆论的影像化载体, 在席卷舆论场域、释放舆论潜力的同时, 也挑战着长期以来由文字舆论所建构的法律秩序。

一是隐私泄露而引发的法律风险。我国《民法典》第一千零三十二条指出: 隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。其中, 舆论作为信息内容的重要组成部分, 在某种程度上也成为隐私侵犯行为的温床。具体而言, 鉴于文字舆论形态的抽象性、内容承载的有限性, 公众对事件的认知多局限于舆情案例本身, 较少涉及现实身份、个体形象、关系网络等内容。然而, 部分公众出于好奇心或愤怒感, 可能对涉事主体展开进一步的人肉搜索, 这在很大程度上构成了侵犯他人隐私的舆论暴力行为。值得注意的是, 不同于文字舆论发酵过程中的隐私权争议, 作为舆论的短视频多由直观形象与真实声音所构成, 其本身的可信度与说服力即通过曝光涉事主体的部分隐私而实现。例如“丰县生育八孩女子”事件在舆论场域的迅速引爆, 便源于一则私密的家庭生活影像在网络的广泛传播引发了社会的广泛关注。此外, 在部分涉黑涉黄案件中, 受害人通过上传手持身份证且正对镜头的短视频, 向有关部门检举犯罪分子。该检举形式虽然强化了舆情事件本身的真实性, 但同时也暴露了检举者的身份证号码、家庭住址、个人形象等, 可能产生威胁其人身安全的风险。如果说上述短视频内容源于舆论主体主动让渡隐私权, 那么更大范围的侵权短视频的拍摄则并未取得当事人的同意, 而是通过偶然围观或隐秘拍摄的形式, 将镜头对准了具体的个人, 并通过泄露未成年人信息、整蛊街边路人、报复矛盾对象等形式来博人眼球, 实际上都对他人的名誉权、肖像权等构成了侵害。

二是著作权争议引发的法律问题。《中华人民共和国著作权法》第一章第三条对享有著作权的作品早有界定, 即“文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果”。具体到短视频领域, 海量短视频的传播范围和传播逻辑都存在不确定性, 侵权行为在一定程度上被隐匿, 部分短视频以片段化截取或颠覆性改编等形式出现, 挑战着人们的鉴别能力, 加大了平台监管及创作者监督的难度。当短视频原创者们向平台或者相关机构申诉时, 面临着繁琐的程序, 他们为保障自身权益所投入的成本甚至远高于所能获得的赔偿。

三是谣言传播导致的法律风险。舆论作为社会的皮肤, 其所掺杂的流言、谣言等不确定性因素, 或将对公众心态、经济发展、国家安全等方面造成难以挽回的损失。因此, 我国《刑法》《民法典》《治安管理处罚法》等法律皆涉及打击网络谣言的相关内容。然而, 短视频中的部分虚假、暴力的舆论观点被视听技术所美化, 加大了法律监察的难度。例如2021年7月期间, 河南省出现了极端的强降雨天气, 导致郑州、焦作等城市陷入洪灾之中。在自然灾害侵袭的同时, 以短视频为载体传播的各类谣言也不胫而走。部分短视频“拍摄”到郑州海洋馆的鲨鱼、鳄鱼等动物逃走的内容, 引发了公众的恐慌情绪。后经证实, 这类短视频为不法分子恶意合成的虚假影像, 实质是将动物影像嵌入郑州当地的受灾影像之中, 引发了公众对海洋馆运营、城市管理等方面的质疑, 阻碍了相关救援工作的及时开展。

综上所述, 本文尝试透过短视频传播现象, 探究舆论影像化趋势下的舆论环境、舆论主体、舆论形态的多维推演。整体来看, 作为舆论的短视频契合了景观社会的属性, 其多模态的交互性文本促进了舆论话语权的下沉, 形塑出公域与私域相交织的新公共空间。在舆论的影像化表达中, 短视频已然从单纯的娱乐文本转化为世俗化仪式, 广泛嵌入人们的日常生活中, 且在舆论场域中充当了话语符号的协调中介和监督载体, 为公众参与舆情讨论、化解舆论矛盾等提供了多元化的选择。不可忽视的是, 新舆论形态的流行也可能引发诸多意想不到的风险: 一是视觉文化泛

滥导致的单向度舆论凝视,以及舆论主体间的认知错位;二是智媒技术在过滤舆论、净化场域的同时,也强化了群体极化乃至信息倦怠的趋势;三是舆论的影像化传播对隐私权、著作权、公共秩序等构成的挑战。当然,风险的结果也并非是不可逆的,实际上,风险“既不完全是一种正面的图景,也不完全是一种恐怖的图景,相反,它展现了多种多样的、极其矛盾的发展可能性”^①。因此,风险“自反性”成为一种面向未来的新视角,为审视不确定因素与风险结果之间的相互影响提供了可能性。

(责任编辑:林春香)

^① [德]乌尔里希·贝克、[德]约翰内斯·威尔姆斯:《自由与资本主义——与著名社会学家乌尔里希·贝克对话》,路国林译,杭州:浙江人民出版社,2001年,第95页。

~~~~~  
(上接第110页)

的新文化现象。微文化具有即时性、通俗性、便捷性等特征,微短和极速是网络新媒体出现后注意力经济加持下的产物。<sup>①</sup>短视频的符用优势在于其具有贴身微使用的特点,能嵌入到各种语境中去展现。然而短视频能在诸多微文化中横空出世与其自身的交互性特征密切相关,受众并非被动接受,而是主动刷屏互动、近距触屏互动,这种互动行为又被平台追踪,因此符号互动的背后又兼有大数据算法的跟踪推送,进一步加持刷屏活动。最后,就短视频自身的符号机制而言,短视频的符用特点倒逼其在符号文本上调用视觉像似符和听觉像似符以增强对人们感官的刺激力,并且让其需要在屏幕空间符号的选用和符号意义的传达速度上具备嵌套性,从而实现碎片化的视频自由。

(责任编辑:林春香)

---

<sup>①</sup> 王小英:《媒介突围:网络文学的破壁》,北京:商务印书馆国际有限公司,2022年,第52-63页。