

短视频文艺: 文艺大众化的 符号构筑与接受^{*}

王小英

摘要 短视频文艺的兴盛是媒介人性化发展趋势下的产物,智能移动设备的普遍使用和视听技术的人性化发展为其大众化提供了物质基础,而互联网平台则为其提供了传播渠道和持续发展的经济支持。短视频文艺一方面聚拢了散落在民间的、转瞬即逝的各类微文艺,另一方面也激发了普通民众在新媒介时代的各种表演能力。它建构了一个以影像为主导的符号世界,因为缺乏明确的体裁划分,所以呈现出野蛮生长的状态。本人出演和实景拍摄是短视频文艺最为常见的编码方式,使短视频文艺呈现出的世界与现实世界有高度贴合的假象,但其亲在性和具身性又使其具备艺术的出场符号性质。短视频文艺的传播接受取决于其文本与用户的既有认知间的审美距离,需要保持一定程度的陌生化,这可以选择从文本表达层的形式、内容层的形式和实体三个维度寻求突破。

关键词 短视频文艺;符号学;文艺大众化;影像;陌生化

中图分类号 I05 **文献标识码** A **文章编号** 1001-8263(2022)09-0131-09

DOI: 10.15937/j.cnki.issn.1001-8263.2022.09.013

作者简介 王小英,暨南大学文学院教授、博导 广州 510632

短视频文艺是新媒介文艺的重要组成部分,有抖音、快手、微信视频号、QQ视频号等人所周知的社交媒体平台栖身,因其能在手机、IPad、电话手表等移动终端制作和播放,从而形成一种令人瞩目的文艺现象。短视频平台上通常没有虚构/纪实、广告/记录、原创/转载等明确区分,也没有文艺/非文艺的确切标志,短视频内容可以广告、可以科普、可以新闻、可以教育、可以健身,但更多的短视频则没有什么明确的意图,其存在只在于无目的的合目的性,这并非否认短视频文艺的商业价值,却是文艺在短视频中占据重要分量的主要原因。美感、创意、个性不仅在传统文艺的视频中呈现,也普遍存在于家庭剧、街拍、风景等

各种形式的短视频文艺中。图像、文字、音乐、自然声音、表情、身姿等多种符号聚合的更为直观、通俗的短视频文艺借用手机为主的移动媒介技术的发展,大幅降低了文艺制作的大众化门槛,且增加了短视频文艺转发传播的便捷性。可以说,短视频文艺是新媒介发展到一定程度对人们文艺活动符号能力的提升,有效突破了文艺在语言能力或绘画、舞蹈等方面特殊技能的限制,也是对普通人文艺需求的解放。

一、短视频文艺繁盛之因:移动媒介对视听符号生产力的发掘

手机类移动终端上视听技术的人性化,是保

^{*} 本文是国家社科基金重大项目“视觉修辞的理论、方法与应用研究”(17ZDA290)的阶段性成果。

罗·莱文森(Paul Levinson)所言的媒介人性化发展趋势的必然,其对短视频文艺的助推作用有二:其一,将图像符号的制作几乎都变成了影像符号的制作,且这种制作变得简单易得,发展出了能够离开绘制这种高能力才可以获得的图画,使得仅仅凭借手机等便携式设备就可以对事物进行直接的处理而得到影像符号;其二,抖音、快手等短视频平台,以及微信、微博等社交媒体对短视频传播渠道的建设与将其建成视频社交方式的努力,对其盈利模式的多方拓展,制造了很多平民致富的例子,进一步确立了短视频文艺存在的经济合法性,也有效激发了大众的短视频文艺生产力,促进了短视频文艺的持续发展。

(一) 手机的普遍使用与视听技术的人性化

以智能手机为主的移动媒介上视觉技术的人性化,对传统文艺的大众化起到了关键性的推动作用。艾布拉姆斯(Meyer Howard Abrams)在《镜与灯》中提到艺术品总要涉及四个点——作品、艺术家、世界和欣赏者,四者构成一个三角模型。各种批评理论都在这四个要素组成的框架中来阐释艺术品的意义和价值。单小曦倡导的媒介文艺学则在这四个基本要素之外,增加了传媒作为文学活动的基本要素,并将之在要素坐标系中居中,由此构成了圆形动态的五要素说,并明确指出“媒介文艺学构成了对语言文论的扬弃和改造”^①将媒介系统结构而非语言作为形式去对待。单小曦敏锐地注意到新媒介对语言符号的突破,但其媒介文艺学关注的主要对象依旧是文学。如果放眼新媒介实践的发展,我们会发现,短视频文艺作为新媒介文艺中影响力不可忽视的重要组成部分,在降低文艺门槛、突破语言符号壁垒上居功甚伟。短视频文艺之所以成了更大众化的文艺形式,是与智能手机拍照、录像、剪辑、配音、配乐等视听技术的人性化发展直接关联在一起的。也正是因为这些技术的发展,夫妻、翁婿、婆媳、耕种、制作等题材内容都有了视频化的文艺形式。

手机与人如影随形,发展出的适宜人观看的屏幕,是短视频这种微文化的主要生存环境,且赋予了它贴身微文化的初发优势。但从客观上来讲,手机上发展出来的贴身微文化并不止短视频

这一种,微短的文字信息也是其主要表现形式。短视频在应用场景和形式上与其他微文化相比,拥有突出的优势,“日常生活视频化”和“视频的日常生活化”即是其主要的表现。日常生活并不是自在地成为某种媒介符号的,其中的某些对象与某种类型的符号连接,形成某种符号把握模态,这一模态既指明了对象,也同时指明了观看对象的关系背景,即观看的眼睛和视听感知。换言之,日常生活中的对象被作为某些范畴类型的符号组合为符号文本,这些符号文本同时规定了其呈现的对象和感知这些对象的方式。

短视频文艺作为一种非常典型的以视觉符号为主的媒介文本,它成功突破了文化身份的限制,将制作、识别和传播门槛降低到可以使用智能手机的任何阶层。短视频文艺以其简便和灵活,实现了诗之“兴观群怨”功能,也使文艺在新媒介时代实现了大众化。因为短视频中有图像符号的持续出现,其具象化的程度很高,现场感强,使得相较于文学这种语言宰制性强的符号文本而言,其跨文化传播的能力更强。

短视频文艺建立在三种感官的共同作用下,即以手摸屏幕的触觉,以眼看的视觉,以耳听的听觉。触觉保证了短视频的贴近感。视觉包括图像、汉字等;听觉既包括自然界的声,也包括音乐旋律和人物语言。短视频的编码既有视觉层面的编码,又有听觉层面的编码。可以说,对视觉和听觉的共同征用,是短视频触发符号感知的基本法则。

具体来说,视觉上触发符号感知的有人物、图像、风景等,听觉符号上触发感知的,则可以是自然界的声,激昂紧张的音乐、人们说话的语言以及嘈杂声。但不同声音符号所传达的意义非常不同,音乐虽然运作方式很精准,在指涉上却并不如语言符号稳定。诉诸声音的语言符号将短视频的意义予以固定,但诉诸音乐符号的短视频,则为意义圈定的是一个比较模糊的范围。如果说前者是指称性为主导的话,那么后者则是以抒情性为主导。图像符号和声音符号借助不同的感知渠道来捕捉短时间内的意义。这可以理解一种呼唤,是通过符号刺激感官对意义的召唤。故而,短视

频文艺的意义超越了普通的视觉文本,在诉诸视觉、听觉和触觉三种感知渠道上,共同发力,形成感官联动。

感性和理性在不同性质符号的组合中共同抓取人们的注意力。符号引发的认知和行动是渐进的,情绪性的反应居先,逻辑性的居后。感情、经验和习惯在意义效果上发挥重要的作用。情感的触发需要通过人的感官,人的五感有先后序列之别。赛吉维克(Eve Kosofsky Sedgwick)以“欲望”一词对各种感官的级差做出了一个排序,即从视觉到听觉再到触觉,其与所指涉的“欲望”关系越来越紧密,而与“理性”的关系越来越远,即视觉代表着“理性”“理智”^②。视觉引发的感觉倾向于理性,而听觉、嗅觉、味觉和触觉引发的感觉愈来愈趋于个人化的感性。在视觉符号引发的符号感中,图像与文字相比更为直观,但却表意模糊,图像的符号感是形象的、同时也是理性的。屏幕上图像的质感有区别,但却很容易因设备的不同而被消磨掉。从有声的听觉开始,符号所激发的感知,就会带来很强的质感。^③虽然诗文也可以用来煽情,但相较于声音语言普遍携带的情感个性,文字的煽情功能就弱了很多。在短视频文艺中,虽然视觉图像符号占据了主导性位置,但实际情况中,经常是文字、声音等多模态符号联合表意,所触发的是人的视听符号感的联合作用。

(二) 互联网平台对微文艺的激发和造就

文艺自古是人类的普遍需求之一,《毛诗序》有云:“诗者,志之所之也,在心为志,发言为诗。情动于中而形于言,言之不足故嗟叹之,嗟叹之不足故咏歌之,咏歌之不足,不知手之舞之、足之蹈之也。”^④诗与人的语言能力相捆绑,吟和歌与人的音乐能力相关联,舞蹈是人用形体符号来表达意义。诗、乐、舞等传统文艺要登大雅之堂,对渠道和创作者的艺术能力要求较高,但并不是说普通人就不可为。大众可为,却缺乏展示平台和传播记录的机会,这是文艺大众化的主要障碍。

手机摄影技术的发展,使影像符号的制作降低了门槛。短视频平台则为影像传播提供了极其广阔的空间,二者交遇之后将普通民众的文艺才能充分展示了出来。常言道,人生如戏、逢场作

戏,做戏的能力人人都有,而在移动媒介上,这个“戏”成功地变成了短视频文艺。如果说绘画、舞蹈、音乐等还需要经过比较多的专业训练的话,那么即兴发挥的一个生活片段,则不需要任何特殊的专业训练就可以将之通过手机变成影像符号,即便是十分粗糙的。

虽然短视频平台并没有以文艺/非文艺来对短视频进行区分,但我们仍旧可以注意到短视频文艺的诗性特征:记录类短视频文艺对表现对象的挑选,拍摄选景选人上对审美或审丑的极端追求,叙事上悬念手法的使用等。短视频文艺以其混融性栖居在短视频平台上,但却不能遮蔽其自身的文艺创造性。

短视频文艺兼具短时性、视觉性和诗性三种特质,它兴盛于移动媒介影像技术的发展与短视频平台的勃兴之际,是小屏幕上传播的以图像为主导的文化,方便开始和结束。小而灵活,形象而直观是其突出的优势,也是其对微文艺的发扬光大。唱一首歌、吟一首诗、跳一支舞、设计一出恶作剧、讲一段小故事,本就是散落在民间的文艺碎片,也是民众的日常微文艺方式,但在移动互联网普及和手机摄影技术成熟之前,因为缺少记录,所以难以得到更为广泛持久的传播。短视频则通过便捷的影像符号将之投放到视频平台上,使这种即兴的、转瞬即逝的文艺得以持续保存并可随时调阅,这可以视为微文艺的视频媒介化集中。

短视频文艺借助的视觉传播,具有短、平、快的特征,并不需要费力思考便可进入。时间上的短和符号感知上的直观,结合起来构成了短视频在符用上的突出优势——用于碎片时间的零碎休闲。不仅如此,因为短视频主要是在手机屏幕语境上出现的,而手机是现代赛博人普遍化的主要构成原因^⑤,所以短视频文艺,也可以理解为赛博人之微文化的构成部分——它是特定技术条件和社会语境中的微文化之一员。作为短视频之重要构成部分,短视频文艺具备一切短视频的共同特征,能够贴身“微制作”“微使用”,不会对正经严肃的现代文化构成威胁,却能更充分地表达个体生命的自由性和多样化。

低进入门槛的短视频文艺也为创作者屡屡创

造出令人艳羡的收入奇观:大二女生拍视频月入70万;仅以YouTube的流量分成来计算,李子柒年收入潜力为4000万人民币,“办公室小野”为5000万人民币,“朱两只吖”年收入超千万。^⑥短视频平台对盈利模式的各种探索,为短视频文艺的发展注入了经济活力。而丰厚的经济收入也将短视频文艺从单纯的自我表达,推向了一条有策划和持续投入的文艺生产轨道。

综上,在一个具体的交流活动中,手机或iPad、小屏幕、数字编码、互联网平台与短视频文艺文本的结合属于卢曼(Niklas Luhmann)所说的“松散耦合”,前者是后者的物质基础,但也会对后者发挥独立的建构作用。实际上,“短视频文艺”这种文艺形式的繁盛正是基于这种频繁出现的松散耦合。

二、短视频文艺的构成:以影像为主导的符号世界

虽然互联网平台竭力打造短视频文艺的社交属性,但其仍然很容易剥离某一具体平台语境,甚至断网而存在,因而依旧可以被视作作品。短视频文艺作品由不同的符号形态按照一定规则构成符号文本,这一文本有可以从其推导而出的隐含作者(implied author)。

短视频文艺的类型众多,按照虚构/非虚构来划分,可以分成虚构类的,如“朱一丹的枯燥生活”“广西母女”“多多情感故事”“鬼哥”,也有非虚构类^⑦的,如李子柒美食系列、大庆赶海系列、每时每刻美拍、小橙子先生等;按照剧情强弱来划分,有情节性强的,如朱两只吖、小元来了噢,也有情节性弱的,如兜宝一家、李子柒系列等。

短视频文艺与微信文学一样,因为没有明确的体裁划定,所以属于野蛮生长状态的文艺,或者说泛文艺的范畴,经常有一些跨类作品出现。有些短视频的文艺属性一目了然,比如歌舞戏曲、影视剪辑等,但有些却不太容易分辨,譬如,《回村三天,二舅治好了我的精神内耗》当属非虚构类的短视频文艺,虽然调用了真实影像,但与之配合的语言文字符号具有很强的诗性,自指性而非指称性突出,短视频呈现的只是“我看到的二舅”,

不同于“真的二舅”。而之所以出现这种状况,主要在于短视频文艺主要是通过影像建构的一个符号世界。“影像(包括视像)是现代摄影、摄像、数码技术发展的产物,是对事物进行直接的物理、化学、数字处理而形成的。图画则是手工或机械、电脑绘制的事物的摹体,并不是由事物直接作用形成的。”^⑧影像与事物像似建立在切实的关联上,也正因为此,影像经常被视为透明的,与世界有对应的指称关系。但短视频文艺的影像,应理解为与影视具有相同性质的影像。只是,由于短视频文艺具有大众化的基本特征,其影视符号世界具有一定的特殊性。

影视是文化工业的产物,其制作需要一个少则三五人、多则上千人的团队,有精细的分工协作。短视频文艺的创作,虽然也可以是一个团队,文案、摄影、字幕、剪辑、演出等各司其职。但相较于影视艺术,短视频的最大贡献就是将创作者的数量大幅减少,降低到了单个人即可实现的地步。甚至这一单个的人并不需要有多高的文化水平和文字能力,会用移动手机即可,这是短视频文艺下沉、大众化的最突出表现。

(一) 极简形象编码:本人出演与实景拍摄为主

媒介技术和互联网平台的发展给了人们发展短视频文艺的机会,大众也开发了降低短视频拍摄成本的方式。其中最为常见的方式即是本人出演与实景拍摄,这经常与记录类短视频相混淆,符号世界看起来就是真实世界的影像记录。但二者有较大的区别。

首先,短视频文艺中本人出演是非常普遍的做法,其优势在于不需要做太大的身份转变和表演训练即可胜任,大大降低了表演的门槛。但镜头世界里的“自己”,并不可理解为本色出演,也并非日常生活中自己的如实出场,而毋宁说是影像符号世界中的形象建构。如果说戈夫曼的拟剧理论,将人在社会上的活动场域分成前台和后台,认为人会在前台使用各种符号和道具展示自己设定的形象以便取得好的效果的话,那么短视频影像世界中的“自己”则又特地划出了一个“媒介前台”,媒介前台属于前台的构成部分,但在这个空间中的“自己”尤其会注意以特别的语言、造

型、动作、神态甚至人生姿态等来力图完成某种自己或一个团队设定好的形象,也就是所谓的人设。因此,即便“媒介前台”中的自己被丑化也变得无足轻重,因为这本就是一种刻意为之的艺术处理。短视频文艺世界里的符号自己、社会生活中的前台自己、后台自己存在着身体、称呼、社会身份上的一致性,但在自我的符号建构上有很大的差异。自己的影像符号呈现与自我呈现并不是一回事。

非虚构类的短视频文艺莫不如此,李子柒短视频中的李子柒就是李子柒,“南爸北妈”中的南爸和北妈本就是夫妻,且就如同剧中所示是一个南北组合家庭,喜欢记录普通人生活的“小元蹭饭”中的小元就叫小元,《普利桥种粮记》本就是真实事件,只不过是事后真人扮演拍摄。即便在虚构剧情类的短视频,譬如,《朱一旦的枯燥生活》中“朱一旦”的名字也来源于饰演者“朱亘”的拆解,尽管指明了属于“扮演”性质,但角色和本人也存在极高的重叠度,朱亘现实生活中就是一个老板,名下有多家公司,形象气质也迥异于影视大片中的霸道帅气,自有其去不掉的油腻和土气。《有姐姐的弟弟像根草》(七颗猩猩)可能会用一些群众演员,但其中的姐姐们都扮演的是自己。用群演来演与自己身份近似的人物也是虚构类短视频文艺的普遍做法,这也可以视为本人出演之一种。

其次,视频文艺有一个空间维度。短视频的空间呈现经常是将实景拍摄影像化了的,空间,而很少是刻意建构的华丽场景,所以这一空间可能是优美的山水景色,但更可能是田间地头、街道码头、小家别院等随处可见的、非常接地气的场所。这一取景上的特点,进一步拉近了短视频文艺世界与现实世界的距离,也使二者经常被认为等同。即便其中出现的物件之功能不过是道具而已。

本人出演与实景拍摄,让短视频的影像符号世界与现实世界产生了高度贴合的假象,尤其是当这种对象表现为现实世界中的人和事时,就如真人秀一样,经常被视为现实世界的一个拟态。这种拟态赋予短视频“断章取义”上极大的优势:在几秒钟到几分钟的时段内,它能够迅速与人的既有认知对接,让人刷过即可有一种直观的感官

沉浸,虽然很可能并不知道自己沉浸的是什么。这是一种“走马观花”式的体验,与移动传播中人的移动接受方式一致。

(二) 能指优势的强化:不同显现性的出场符号

赵毅衡指出,在科学实验活动中,符号表意需要明确传递意义,因此必须是“所指优势”符号为主导,而在艺术/仪式/文化的表意活动中,能指会形成一种独立价值,不需要有明确的所指,因此是能指优势符号为主导。^⑨在《普通语言学教程》中,针对语言符号,索绪尔(Ferdinand de Saussure)认为能指是音响形象在人们心理上留下的痕迹。^⑩将能指的概念从语言扩展到所有类型的符号,我们可以认为能指是符号自身所具有的可被感知性。艺术的能指优势,以雅各布森(Roman Jakobson)的六要素论来看,指的就是符号的自指性。赵奎英进一步主张用“出场符号”(presencing sign)来概括艺术的特征,“出场符号具有一种‘亲自’出场的‘亲在性’或‘具身性’。出场符号也不是代表对象的工具或载体,它就是对象的存在本身,因此也是不能随着意义的显现而被取消掉的”^⑪。短视频文艺中用于显示自身的出场符号是多样的:人物间视觉形象的对比呈现、声音语言的具象、自然界的聲音及音乐对短视频文艺作品内部氛围的渲染、事件中矛盾的制造、剧情中的发现和突转等。

人物、环境这些短视频文艺中出现的视觉符号,有时看似随意而为,但通常有一个对比法则的存在,譬如,高矮、胖瘦、美丑、大小、健全与残疾、挺拔与弯曲、整齐与邋遢等经常相伴出现,形成视觉上的对照,而其作用便在于增加视觉画面的冲击感,提高其细节的显示性。同时也正因此,我们可以发现短视频文艺中的视觉重点非常突出。众人聚集、万物杂叠的大场面并不适合短视频文艺,因为难以从视觉感官上增加其显现力。

在短视频文艺的听觉符号中,声音赋形会加强其与众不同的特征,语言台词的巧妙设计会加强视频的冲突感和戏剧性。譬如,papi酱就惯用变声来消磨人物声音的个别性,而朱一旦的配音富有磁性且刻意拉长,这些非人声或人声都是在让声音形象出场。同样,自然声音和音乐都属于

气氛符号,突然的尖叫声易于制造恐怖的效果,加强视频环境的出场。潺潺流水声、下雨声有助于制造轻松的、贴近自然的氛围。李子柒类视频中的耳骚(autonomous sensory meridian response)即是在制造这种效果,给人带来放松舒适的感觉。台词的风格化、口头禅的使用,都会增加影像的可感性。亚里士多德(Aristotle)所总结的戏剧中的“发现”和“突转”技巧,同样成为短视频文艺剧情设计中经常使用的手段,也经常成为视频中的亮点。

当然,短视频文艺的出场符号是相较于其他性质的短视频而言的,也是基于一定的文化背景而言的,有其相对性,但也构成了其诗性功能主导的特质。譬如,文字是用来记录语言的,但在诸种文字中,汉字又比较特殊,汉字是语象合治,汉字符号以象形象意为基础,其主要特点就是字形能直接表意,不但义存于声,而且寄义于形,既有拼音文字共有的音义系统,又有独特的形义体系,因此古人认为汉字以目治^⑫,强调的正是其视觉特征。而其他表音文字是语言声音偏向型的,偏重听觉感官方面。所以于中国人而言,汉字自带视觉显现性。于拼音文字文化中的人来说,文字更多的是展现声音显现性。短视频文艺中出场符号的显现性,不仅显示出艺术作品自身的存在,而且照亮那个以往人们所不曾关注到的关联世界,并将对之发生兴趣的观众带向这个短视频文艺的存在场域,与各种因素共同发生作用,从而生成短视频文艺看似无意味的意义。

三、短视频文艺的接受:陌生化与用户认知

短视频解放了大众的文艺潜能,但并不意味着短视频文艺都会得到很好的传播接受。在海量的短视频中,我们会发现,相较于新闻类视频的时效性、健身类视频的气氛感,文艺类的短视频反而是比较容易经得起时间考验的类型。但哪种特质的短视频文艺更容易获得认同和传播,是一个值得探究的问题。

短视频文艺是由多层次的媒介系统构成的,不仅包括图像构成的图底,亦包括语言层、文字层和声音层。大众化的短视频文艺有微型影视性

质,“陌生化”这一俄国形式主义提出的伴随“文学性”而来的术语,同样适用于探索短视频文艺的接受规律。从审美上来看,陌生感的获得来自审美主体与经过艺术处理后的熟悉事物的距离,也就是说艺术处理让审美主体与日常熟悉事物有了一定的间距。在短视频文艺中,陌生化手法通过对前在经验的背离,制造出一种符号经验。这种符号经验具有当下性,颠覆了之前的符号经验所给予主体的期待视野,所以能够赋予观看主体一种新奇感。由于短视频文艺的多模态特征,陌生化可以努力的方向变得十分多样。在传播机会均等的条件下,经过改造的陌生化诗论也可以解释短视频文艺的接受状况。陌生化诗论的滥觞是“新奇”诗论,自亚里士多德、马佐尼(Giagomo Mazzoni)、华兹华斯(William Wordsworth)、柯勒律治(Samuel Taylor Coleridge)和黑格尔(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)均有相关的论述,在黑格尔那里,“惊奇感是艺术起源和发展的内在动力与源泉,艺术的发展是不断地维持惊奇感的过程”^⑬。陌生化既然是一种感受,那么就必然既与短视频作品相关,也与刷短视频的用户相关,它是一个互相作用的结果,有其复杂的运作机制。

短视频文艺的传播离不开互联网,但互联网环境是一个塑造过度注意力(hyper attention),而非深度注意力(deep attention)的环境。过度注意力意味着用户的注意力经常在各种活动中游离,因此,引发注意需要的是高刺激度的信息。而深度注意力意味着对单一任务持续、长时间的深度投入。短视频文艺的短暂性意味着其需要比较高的刺激性,而这种刺激性不可以理解为单纯的怪异,而应该理解为存在一定距离上的认知差异性。简言之,短视频文艺文本的适度陌生化能够产生一定的刺激,但这一刺激能否产生、如何产生取决于文艺文本与短视频用户是否有契合点。很多专业的传媒机构,虽然有丰富的视频制作经验和良好的条件,但在短视频文艺领域屡屡折戟沉沙,相反,一些草根制作的短视频却频繁出圈,因为短视频能否获得认同在于作品与用户能否契合。

如赵毅衡所言,文本可以引导解释^⑭,但文本并不能左右解释。解释发生在解释者与解释对象

之间。具体到短视频文艺而言,即用户对作品需要有一定的陌生感,能够让用户感到新奇却又不至于完全看不懂。

(一) 短视频文艺作品的三个向度与陌生化

短视频文艺作品可以从多个向度进行拆解分析,譬如,灯光声色、语音图像等,但为了能从整体上把握其构成,笔者借用经由英国符号学家丹尼尔·钱德勒(Daniel Chandler)改造了的丹麦哥本哈根语言学家叶尔姆斯列夫(Louis Hjelmslev)的表达层和内容层的划分来加以理解。叶尔姆斯列夫认为,应将索绪尔提出的语言的能指和所指改称为表达层和内容层,并提出每层都包含实体和内容两个方面。钱德勒认为这种划分可以用于包含语言在内的所有符号,如表1所示:

表1 实体与形式^⑮

| | 实体 | 形式 |
|-----|--------------------------|--------------------|
| 表达层 | 媒介的物质材料(如照片、录音、纸张上的印刷字体) | 语言、形式句法结构、技巧和风格 |
| 内容层 | “人类内容”、文本世界、体裁 | “语义结构”“主题结构”(包括叙述) |

短视频文艺的物质材料与其载体媒介有直接关系,手机屏幕的大小、音色、字体的设置等都是其表达层的实体,它与短视频文艺的关系属于松散耦合。也就是说,短视频文艺在表达层实体方面在相当大程度上取决于用户的移动上网设备,故不在本文讨论的范围之内。但表达层的形式,如所使用的语言、风格,内容层的叙述方法、展现的题材等则是可以进一步考虑分析的维度。

从我们既有的视频经验来看,影视、广告、新闻、视频通话是最为常见的视频经验。在这个经验范围内,广告在时间的短暂性上是最接近短视频文艺的,但广告有非常明确的劝服意图,且通常是专业团队制作。近年来虽然文艺活动也经常插入软广告和广告片段,文艺创作者也不得不为金主代言,但广告无论在时间上还是在重要性上都不能在文艺文本中喧宾夺主,必须明确自己的地位。短视频文艺亦如此。

单独来看,与影视艺术相比,现代影视技术经过长时间的发展,各种叙事手法都已经比较成熟,多视角叙述、有限人物视角叙述等都已经比较常见,短视频文艺在表达层的形式上并没有太大的

发挥空间。但短视频文艺的实体和形式上却因其对大众的可及性,从而激发了更多的创意,也将全民演员化从实践上变成了可能。短视频文艺表达层的形式,内容层的实体和形式,我们可以将之简单理解为:(1)调用了哪些符号和符号句法去表现?(2)演示的是什么?(3)演示采用的是何种叙述/描述结构?短视频的陌生化产生于这三个维度之中。陌生化是一种认知效果,但并非是说越陌生越好,陌生化概念的提出是对熟悉化的一种反抗,但陌生化需要有一定的限度。于短视频文艺而言,用户观看时获得愉悦感非常重要,“太简单或太熟悉的东西都不能使人产生愉快的情绪,与此相反,太复杂或太新奇的东西容易使人产生不愉快感”^⑯。所以,陌生化需要符号文本与观看者之前所接触到的符号经验有一定的差异,保持适当的距离,这与观看者的前在经验直接相关。但这并非说陌生化是不可把握的、因人而异的完全个体化的体验。实际情况是,短视频用户经常是社群式存在,其选择倾向和趣味都有迹可循。

以当下中国流行的短视频文艺为例来看,我们会发现其在陌生化上都有一定的章法,如果我们将每个维度计数为1,那么传播接受度高的短视频多是大于等于1而小于3。譬如papi酱的《互联网的美妙之处》^⑰在表达层的形式方面,会故意对语言(指口语)进行变声处理,让其不同于自然人的说话,且调用了很多乱七八糟的特殊符号;演示的是关于西红柿炒蛋放不放糖的吵架,无论什么立场都会被吵,最后这个吵架会以另一个吵架开始而结束,内容是对互联网争辩的高度提炼和浓缩;演示采用的叙述结构很简单,先用语言点明主题,即“互联网吵架的美妙之处”,然后五个素人代表不同的群体,按照时间的先后出场,完整而快速地展示一次吵架的进展,在第二个吵架开始时结束。其陌生化之处在于表达层的形式和内容层的实体,语义结构上并没有特殊之处,但其对互联网吵架精髓的展示则让人眼前一亮,其陌生化并不是完全的陌生化,而是基于既有的、熟悉的互联网经验基础之上,以新的符号,拉开对熟悉之事的距离,重新拓宽人们的认知。而朱两只只

的系列短视频,在表达层上完全没有什么特殊之处,摄像和语言、字幕,都是短视频剧中经常可见的手法,之所以收获那么多的粉丝^⑮,一方面在于展现的是育儿家庭日常生活中,童言童语,孩子与父母斗智斗勇的生活;另一方面则在于短片设计结构上的巧妙,以爸爸作为叙述者,通过语言和镜头讲述萌娃眼中的日常生活,经常在两分钟内构成四个以上出人意料的剧情“突转”,而这个突转类似于“欧·亨利式的结尾”,却没有那种黑色幽默和沉重感,仅仅是家庭成员间的相爱相杀,博人一笑。头条号上“云飞和热尼娅”的短视频,一般在十多分钟,也是男主以第一人称的方式来讲述特殊家庭(中国小伙和俄乌混血姑娘)的婚姻生活,视频在表达层和内容层的形式上都没有什么过人之处,但因为特殊的题材和当下俄乌战争的持续,而使他们在海外艰难处境中的乐观态度带上了迷人的陌生化色彩和感人的力量。在国外风行的中国街拍短视频,很少使用某种语言,只是配乐展示某些人的走路姿态、衣着造型、表情神态,表达层的形式上大量减少了规约符号的使用,内容层在形式设计上也无甚特色,其展示的内容对中国人而言司空见惯,很难引起国人的关注,但却因其表达层上视觉符号的新奇为国外观众带了陌生感,被解读为自信、自由、率性的象征,引发了比较广泛的关注认同。可见,短视频的陌生化可以着力的层面,会因用户文化群体不同而不同,有其相对性。

(二) 陌生化与用户社群及文化语境

有些短视频会比另外一些更引人注目,但却很少有能达到全民关注的程度,这其中固然有传播渠道的原因,但也与不同群体的文化习性、趣缘差异及所在语境相关。可感性是短视频文艺在海量的网络信息社会中得以存在的潜在前提。“可感”意味着短视频文本在对观众视觉和听觉注意力的争夺上是有力的,能打破视听上的接受定势,而这些的实现可以从以上三个层面对文艺作品的设计制作来实现。但其最终的达成离不开对短视频用户群体的判断。

与短视频新闻相比,短视频文艺并不着眼于某时某刻,时效性并不突出。但社会思潮会构成

文化语境,让某种类型的短视频文艺更容易突显。这里的文化语境即刘涛所定义的侧重于生态系统的,“强调在一个时代集体共享的某种领悟模式中接近意义的密码”^⑯的文化语境。譬如,现代都市生活的紧张焦虑繁忙,构成了李子柒式诗意田园生活短视频兴起的文化语境。只是文化语境有其时代性,也有其在性别、语言、兴趣等方面的区隔性,单靠语言符号作为主要推动力量的短视频,很难想象会在异质文化中流行。譬如,朱两只吖拍摄的灿灿短视频,不太可能会在英语世界流行,因为里面太多的情节突转是通过语言符号的力量来实现的,也有太多对中华传统文化中既有育儿模式的背离,这都需要有比较多的前在理解方能实现。时代语境中的陌生化,需要唤起时代情绪,回应时代命题,唤起时代共有的能量包,简言之,要与人们在当今时代所需的情感要求,或者某种身份焦虑的缓释相关联。

短视频文艺因为大众化程度很高,所以与影视剧相比,更具原生态活力和创造性,在表达和回应个体的时代情感上也有更多的创意,即便零散而碎片。正如有研究者注意到的,第一人称拍摄视角是短视频不可忽视的现象,“第一人称叙事为短视频账号赋予了生动的人格,在持续产出中形成了独特的账号‘人设’,成为深受受众喜爱的一种短视频内容呈现形式”^⑰。而短视频中的第一人称与其说是一种拍摄视角,不如说是讲述者“我”+镜头眼构成的叙述方位,是由“我”这个讲述者显身或显声或显字而进行的镜头叙述。这个镜头可能是“我”手持的,但也可能完全不是,只是在各种方便位置的拍摄。其所起到的作用在于,作为观众的“我”与视频文艺中的普通人“我”贴合,这样更容易代入短视频建构的世界,进而从短视频文艺中的“我”那里找到文艺的兴味,找到情感共鸣。不管“我”显露或隐藏,短视频文艺只有能够回应时代情绪,并将之以适度陌生化的方式加以呈现方可得到接受认同。需要注意的是,这里的“陌生化”并非越离奇越难懂越好,而是指保持适当的距离,如朱光潜所言,距离太远,结果是不可了解,距离太近,结果让实用动机压倒了美感,因此不即不离是艺术的最好理想。^⑱也就是说

要基于不同观众群体的符号经验,能够产生熟悉中的陌生感,延长感受方为上佳。故而短视频文艺中汉语言文字文本发挥重要作用的短视频,因其很强的文化规约性,大概率很难在异质文化语境中流行,而规约符号少的短视频文艺反而具有更强的文化穿透力。

何为陌生,何为熟悉,有一个变化的过程。陌生化的手段很容易被琢磨出“套路”而变为陈词滥调,此时就需要有新的陌生手段才可以延长艺术所需要的感受。延长感受并不一定是通过增加美感而获得的,也可能是以“丑怪”而取胜的,这都是创新求异的方式。不同的文化群体欣赏的短视频文艺并不相同。但有一点是肯定的,短视频文艺需要呼应特定时空中用户群体的需求,这种需求可能是表达层的,但更多的应是内容层的。

四、结语

短视频的兴盛,一方面以视频的形式保存了散存于民间的微文艺、即兴文艺,另一方面激发了大众的文艺潜能,大幅拓展了文艺大众化的范围。短视频文艺依傍于以智能手机为主的移动屏幕上,以其时间上、空间上的便捷性构成了其符用上的优势,也成为贴身微文化中娱乐的重要构成部分。主要建立在拍摄形成的物理联系上短视频,影像像似奠基了其整体上的形象性,语言文字点明了其指称性,非语言声音符号营造了气氛。但这种像似并非真实的保证,而是有意的提取建构。由于短视频平台上并不明晰的体裁分类,构成了短视频文艺与非文艺、虚构与非虚构大量混杂的状况。某个账号出现的短视频文艺,经常会形成连载模式,构成连续剧的样式。短视频文艺的陌生化是基于与受众既有的前在理解比较而产生的,可以在表达层和内容层上发力,从而保持文艺文本一定程度的陌生化,而这一陌生化要得到更广泛的认同则需要能满足特定文化语境中人们的需求。

注:

- ①单小曦《媒介文艺学对语言论文论的改造》,《文艺理论研究》2016年第5期。

- ②Eve Kosofsky Sedgwick, *Touching Feeling: Affect, Pedagogy, Performativity*, Durham: Duke University Press Books, 2003, pp. 35 - 65.
- ③王小英《超级符号的建构:网络文学IP跨界生长的机制》,《中州学刊》2020年第7期。
- ④李壮鹰主编《中华古文论释林:先秦两汉卷》,北京大学出版社2011年版,第287页。
- ⑤王小英《论移动互联网时代手机对人之自我的建构及驯化》,《符号与传媒》2019年第2期。
- ⑥参见阿辉555《00后大二学妹拍段子月入70万,这位妹子是怎么做到的?》, https://www.sohu.com/a/544760301_120312480; 张吉龙《李子柒:网红背后的新媒体生意经》,《环境经济》2020年第1期; 寒江孤影《朱两只吖能挣多少钱(朱两只吖真实简介)》, <https://www.06rs.com/263463.html>。
- ⑦之所以用“非虚构”而非“纪实”的叫法,是考虑到短视频文艺具有高度的挑选性和一定的表演性,且都会加入艺术化手段,如矛盾、对比、解说等,这些都会对作品的释义起到关键性作用,并不完全是真实生活的记录。
- ⑧肖建华《图像文化的哲学基础》,《国外社会科学》2009年第1期。
- ⑨赵毅衡《符号学》,南京大学出版社2012年版,第92—93页。
- ⑩费尔迪南·德·索绪尔《普通语言学教程》,高名凯译,商务印书馆1980年版,第101页。
- ⑪赵奎英《试论艺术作为出场符号》,《文学评论》2018年第4期。
- ⑫黄翼齐、黄青《说文同声旁字义训》,岳麓书社2020年版,第1页。
- ⑬杨向荣《陌生化》,《外国文学》2005年第1期。
- ⑭赵毅衡《文本如何引导解释:一个符号学分析》,《河南师范大学学报》2014年第1期。
- ⑮Daniel Chandler, *Semiotics: The Basics (Second Edition)*, London And New York: Routledge, 2007, p. 57.
- ⑯箱田裕司等《认知心理学》,宋永宁译,华东师范大学出版社2013年版,第42页。
- ⑰截至2022年8月10日,在微信视频号上的点赞数是1.1万,转发数是2.1万,爱心数是4.0万,评论数是3215。
- ⑱截至2022年8月11日,抖音号“朱两只吖”共发布短视频作品205则,获赞3.6亿,粉丝3774.8万。
- ⑲刘涛《视觉修辞学》,北京大学出版社2021年版,第107页。
- ⑳王亚男《生活式演绎:短视频中第一人称叙事研究》,《视听》2022年第6期。
- ㉑朱光潜《文艺心理学》,北京三联书店2005年版,第17页。

(责任编辑:青末)

(下转第155页)

On the Development Patterns and Action Strategies of Discipline Intersection

Ma Huanling

Abstract: The intersection of disciplines is the product of the internal cultivating and external introduction of human cognitive development and the complex needs of society, which can be explained as the process of gathering and dispersing resources, including human resource, financial, material, time, space and information based on the superposition of knowledge. According to the standard of knowledge superposition structure, the evolution of discipline intersection can be divided into three stages including exploration period, growth period and maturity period. The attributes of discipline' knowledge system and organizational construction determine that the interdisciplinary development follows the two core logics of knowledge and governance. Based on the matrix analysis of the core logics and evolution stages, Discipline Intersection presents six patterns, namely exploration-knowledge-oriented mode, exploration-governance-oriented mode, growth-knowledge-oriented mode, growth-governance-oriented mode, maturity-knowledge-oriented mode, and maturity-governance-oriented mode. Based on the analysis of the generation mechanism and barrier problems, targeted action strategies such as changing the closed knowledge production mode, optimizing the interdisciplinary incentive mechanism, and constructing the multi-subject academic governance pattern should be adopted to promote the high-quality and advanced development of discipline intersection.

Key words: discipline intersection; knowledge logic; governance logic; development pattern; action strategy

(上接第 139 页)

Short Video Art: the Construction and Acceptance of Popular Art

Wang Xiaoying

Abstract: The prosperity of short video art is the product of the development trend of media humanization, the universal use of smart mobile devices and the humanized development of audio-visual technology provide a material basis for its popularization, while the Internet platform provides it with communication channels and economic support for sustainable development. On the one hand, short video art gathers all kinds of micro art scattered in the folk and fleeting, on the other hand, it also explores the various performance capabilities of ordinary people in the new media era. Short video art construct a symbolic world dominated by images, and because of the lack of clear genre divisions, it present a state of barbaric growth. Performing by oneself and live-action shooting are the most common coding methods for short video art, so that the world presented by short video art has the illusion of being highly compatible with the real world, but its affinity and concreteness make it have the nature of an artistic presencing sign. The communication and acceptance of short video art depends on the aesthetic distance between its text and the user's pre-cognitive cognition, and it is necessary to maintain a certain degree of defamiliarization, which can choose to seek a breakthrough from three dimensions of the text, that is, the form of expression, the form and substance of content.

Key words: short video art; semiotics; popularization of art; video; defamiliarize