

当代文化中的演示与“互演示”

赵毅衡

(四川大学文学与新闻学院 四川 成都 610064)

关键词: 演示;互演示;文化转型;艺术产业

摘要: 演示艺术是当今艺术产业最重要的体裁,它包括戏剧、影视等当代文化中的主导体裁,更包括目前异军突起、在互联网传播的短视频等多种群众自娱与互娱的体裁样态。本文讨论的是演示艺术作为符号文本的根本意义特征。演示媒介的独特性在于充分利用身体性或道具等,将这些作为身体器官的延伸;演示艺术有强烈的意动性,这是由内模仿造成的生理与心理反应。在当今的数字时代,“互演示”成为社群性艺术最普遍的渠道,其中的朋友圈短视频,成了普及程度远远超过历史上任何时期的群体性艺术交流媒介,它们催促构成了新型的艺术产业社群。

[中图分类号]I01

[文献标识码]A

[文章编号]1003-7535(2023)-001-08

DOI: 10.13399/j.cnki.zgwxj.2023.04.001

Performance and Mutual Performance in Contemporary Culture

ZHAO Yiheng

(School of Literature and Journalism, Sichuan University, Chengdu, Sichuan 610064)

Key words: performance; mutual performance; turn in culture; art industry

Abstract: Performing art is the most important genre-group in culture today, including theatre, film & television and other leading genres, and also new genres and subgenres, such as short-video, emerging on the Internet and created by masses for mutual entertaining and self-entertaining. The present paper focuses on the signification of performing art, as well as its media which are mostly made of “ready-made” means like the human body and its extensions such as props and instruments. Performing art has a strong conative force which induces physical and psychological effects based on inner imitation. In this digital age, mutual performing has been becoming the most powerful channel for popularizing community art. The short videos circulated in the circles of friends have been made into a mass art that has surpassed in scale any period before and created a new type of art industry.

一、演示艺术的“媒介等值”

演示艺术最典型的体裁,当然是舞台表演,虽然演示艺术在生活中处处可见,但舞台表演依然是最具代表性的多媒介艺术。王国维在《宋元戏曲考》中,定义戏剧为“合言语、动作、歌唱,以演一故事”。多媒介、身体媒介、现场表意,的确是各种演示艺术最明显的特点。本文以下讨论的各种演示体裁,有时论说得比较抽象,但都可以在戏剧演出中找到非常具体的实例。

“演示”(performance)”一词有多种含义,涉及人类行为诸多层面,如艺术行为(表演、演奏等)、日常生活中的实践活动(操作、实行、表现等)、介于艺术与日常行为之间的某些社会行为(宣讲等)、哲学范畴中的言语行为(行为功能等)。谢克纳(Richard Schechner)在《人类表演与社会科学》一文中指出,演示

[收稿日期] 2023-02-11

[基金项目] 国家社会科学基金重大项目“当代艺术中的重要美学问题研究”(20&ZD049)

[作者简介] 赵毅衡,博士,四川大学符号学与传媒学研究所名誉所长,教授,博士生导师。

叙述在当代文化外延极广:

日常生活中的表演,包括各式各样的集会;运动、仪式、游戏和公众政治行为;解析传播中非书面语言的各种模式;人类与动物行为模式间的联系,尤其在游戏和仪式化的行为方面;心理治疗中强调人与人之间的互动,行动表达,以(及)对身体的意识;人种学和史前学,包括外来的和熟悉的文化;建立一种统一的表演理论,即行为理论。^{[1](P1-2)}

不过本书只处理了作为艺术文本的诸种演示体裁,即各种表演(戏剧、马戏、杂技、相声、演唱演奏等)、记录下来甚至编辑处理过的视频(电影、电视),以及群众的自娱与互娱(各种群众歌舞、技艺表演、视频发表、朋友圈发布、公共空间的展示等)。

所有的演示艺术,都用非特制媒介描述事件变化。演示情节必然卷入人物,或是将情节中的行为者“拟人化”,最重要的是,这些演示活动都是群体性(都需要有观众,或意图展示给观众看)的艺术活动。而且,这些演示性活动,皆不可避免具有以下三个特征:

身体性是演示艺术的第一特点。演示艺术往往是多媒介的,通过不同的感觉渠道,以多种符码,整合成一个表演艺术文本。但是所有演示中,最主要的媒介是身体(马戏中的动物身体也是身体),即便是乐器演奏表演,也是基于“身体性”:表演者的演奏活动,都是依靠身体控制乐器。因此,观众听到或看到一段表演,他内心都会产生“内模仿”:自己暗暗跟随哼唱,或四肢应和暗地手舞足蹈。这种基于心理与身体感应的“内模仿”,是接收与理解任何演示艺术的特有的效果。因此,对演示艺术的解读,不只是基于文本意义的,还是身体性的,它包括接受者全身所有感觉。身体性是演示艺术的演出与接受两端均有的根本品格,也是演示艺术与其他艺术文本相区别的本质性特征。

这就是观众往往不满足于录像录音,更喜欢现场演出的原因,因为现场表演清晰可感的“在场性”会带给观众更清晰的身体体验。对文明过于成熟的当代人来说,其所接受的艺术方式越来越精微复杂,但表演艺术的基础却是原始的身体性,令我们回到原始状态,不仅回到感觉之中,而且回到身体肌肤的动势中,确确实实地感同“身”受。这是演示艺术最能动人之处,也是演示艺术最具人性的特点。

由此产生的演示艺术第二个特点,是所有的演示艺术都必须用可感的形式,克服内容与形式之间的鸿沟,表演必须强调表现情节的某种外部特点。例如台上或银幕上讲到台词“我对你的情感犹如大海”,要让观众感到情感深切如“大海”,声音就需要一定的“深沉”、身体姿势与景色的展示也需要是宽广而舒张的。要达到这种阐释效果,艺术家的表达方式各有千秋,打出一张海边的镜头是其中比较笨拙的办法。演示艺术是艺术内容的外化。如果表演不能有效发挥此种身体的外化功能,表演艺术便不存在。这似乎是俗气的套式,导演需要好好设计一番,但是要反其道而行之,恐怕很难。

在戏剧表演中,某些导演体系,例如一度负有盛名的“斯坦尼斯拉夫斯基体系”,便要求演员“全身心地与角色合一”。这是个不太可能做到的悖论,因为演员必须知道他是在用身体表演一个并非自己的人物。此时他虽然身处两重人格的夹缝中,但是专业演员的基本要求就是暂时悬置自我,与角色越合一越好。对演员来说,“斯坦尼斯拉夫斯基体系”要求的“合一内化”是艺术对身体性的要求,他是媒介,而不是角色人格。一旦进入舞台展示,观众要看到的不是演员的心理,而是意义活动的“外化”,并且是观众能理解的外化形式,只有这样,观众才能明白演示出来的意义。

第三个特点是“媒介等值”,这点似乎比较抽象,实际上它是各种演示中最为具体、最为根本的品质。任何演示艺术,在再现的媒介上是等值的,演出一个情节,例如接吻或枪杀,就必须在舞台上和银幕上演示这个身体动作,诚然可以有手法作假,或用替身,但是必须让观众“觉得”是真的。同样,戏剧或电影拍摄的材料剪辑后进入文本的部分,演示动作与效果也是“等值”的:演员走5步从房间一头到另一头,角色在被叙述世界也走了5步;指挥打出什么节拍,音乐也出现什么节拍;视频里某人一脚踩空跌一跤,演出人也必须或真或假地跌一跤。

与演示艺术很不相同,其他艺术媒介的在场(时空等)量值与再现方式,与理解意义反差可以极大。媒介是用来再现的。所谓再现,是发送者另用媒介编码构筑,接收者在心里解码后得到理解,因此无需

等值。例如,小说中说一句“他这一生快过完了”或“他几十年心里很抑郁”,文本中完全可以理解,演示文本却无法呈现此种总结再现。当然,可以借助语言旁白,或借其他方式说出,但要借助灯光或其他“视觉变形”手段都很困难。演示文本的构成,“媒介等值”依然是基础,这是演示让观众参与的最根本因素。

再扩大一步,情节上的“媒介等值”,会直接引向“判断待定”。演示本身不能做任何价值判断,一段舞蹈,无法自己说“舞跳得真好”,或许它可以通过打字幕(即用“画外音”),或通过演示中出现一个角色观者喊好等方式展示出来,但这些又会成为演示文本的一部分,此类“判断”反过来成为待判断的内容。因此,演示会不断地把文本外的观众纳入演示,这就是为什么从人类文化的最原始阶段开始,演示各体裁都极为重要的原因:演示把观众参与变为文本的一部分。

亚里士多德在《诗学》中,论述了戏剧情节的“一致性”原则,认为戏剧“所模仿的就只限于一个完整的行动”,这实际上就是以“媒介等值”显示整体感。这个原则最后发展成古典主义的“三一律”,布瓦洛把“三一律”总括为“要用一地、一天内完成的一个故事从开头直到末尾维持着舞台充实”。戏剧的延续严格受制于媒介的展开,如此戏剧,过分地依靠“媒介等值”,拒绝可能的媒介变形手法,巧则巧矣,难免勉强,结果是因自缚过多、自限过分,以致被后世认为是愚蠢的。

借媒介变形以摆脱“等值”束缚,在演示的各体裁中,电影提供了最灵活的可能性,例如用四季景色变换表示岁月流逝,用日落日出黑夜白昼的交换表示一天过去,用莲花渐变表示岁月老去。但至少在单个镜头里,演示与被演示依然“媒介等值”,这就是电影经常不得不用语言(字幕、人物言语、景色时素等)说明时间的非等值变异的原因。“媒介等值”的优点在于它比文字文本更容易被观众信以为是世界实在的呈现,更容易取得“逼真感”,让观众投入感情,这也就是演示成为当代艺术产业重要分支的原因。

二、演示艺术的意动性与可干预性

演示艺术必然具有意动(conative)品质,即发送者与接收者之间有一种直接的意向性联系。文本获得“意动”品质,即有形无形地促使甚至命令接收者采取行动以“取效”。皮尔斯认为,符号的意义在于解释产生的效果,为此他把符号的“解释项”分为三类:情绪解释项(emotional interpretant),这是某些符号能够产生的唯一意指效力;能量解释项(energetic interpretant),这是一种非常强势(muscular)的意指行为,常常作用于内心世界,主要发挥其心灵作用;逻辑解释项(logical interpretant),这是由符号过程引起的效力构成^[2](P45-48)]。符号文本的这三种效果,都蕴含了推动解释者获得做相应行为的能量,而演示符号文本很容易激起情绪解释,因此后二类的解释效力更强。

雅克布森在讨论符号“六主导功能论”时指出:“当符号表意侧重于接收者时,符号出现了较强的意动性,即促使接收者做出某种反应。”^[3](P175)]文本的“意动性”,即是催促接受者做出某种行动。笔者曾撰文讨论过“普遍意动性”问题,认为所有的意义表达都有这种催促倾向或暗示:“意动性似乎特殊,实际上却是许多符号过程都带有的性质……‘普遍意运性’,是指所有的叙述多少都有以言取效的目的。”^[4](P57-60)]但演示艺术的意动性更加明显,由于演示文本是“在场”的,观者感同身受、身临其境,哪怕当场没有采取行动,内心也会产生实施行为的冲动。

奥斯汀(John L. Austin)的言语行为理论中有“以言取效”的说法,他在1961年出版的《怎样以言行事》一书中,将充满实践性的日常言语分成两类:证实性言语(constative utterance)和表演性言语(performative utterance)。证实性言语对既成事实做出正误判断,表演性言语是具体的行为。在此理论基础上,奥斯汀进一步区分出三类表演性言语行为:语内表行为(illocutionary)、语外表行为(locutionary)和表达效果行为(perlocutionary)。在这个基础上,数字时代出现了许多新的“言语行动”格局,各种符号文本的表演性与“互演性”进入新的阶段,理论需要新的推进。

言语实际上可以扩大到所有的符号表意系统,尤其适用于演示文本。演示艺术更倾向于“以言行事”。言语行为本身就是一种创造和生成行为,演示性将符号表现行为和意义自身建构成一个开放延展的序列,明显地催促观者与听者采取某种行动,效果追求最为明显。许多论者认为奥斯汀的整个“以言

行事”(speech act)理论,实际上来自对语言中隐含的演示性的观察,是演示行为的语言化。

各类演示艺术的意动性之强烈,导致被意动的观众在传播中扮演着更重要的角色,形成演示的另一个特点,即可干预性。最简单的干预是掌声、喝彩、呼喊,可以给表演者鼓劲,增加气氛效果,或者“喝倒彩”“砸场”以示不满。当今的演唱会经常邀请听众参加合唱,已经成为歌手制造演唱会高潮气氛的诀窍。沙姆韦认为应当“把摇滚视为某个历史阶段一种特殊的文化活动”^{[5](P57)},因为“摇滚乐是一种符号系统——或许是多个这种系统的聚合——同时又是一种活动;它是符号学的一种形式,又是演奏者和听众共同参与的活动”^{[5](P59)}。演示艺术的这种强烈互动性,一旦观众带着情绪参与,其效果就非常不同,因为观众分享了文本发送的主体性,而上文提到的互演示,即互作演员与观众,更是需要关注彼此反应、“点赞”才能进行下去。

所有的演示文本,都必然在一个框架中进行。这框架可以是有形的,如银幕、屏幕、舞台、灯光等;可以是无形的,靠手势、言语等暗示表演者已进入演出“场子”,与实在世界(观者的世界)划开距离。这个框架在许多情况下只是一个从物理到心理的约定,很容易被打破,而一旦被打破,首先出现的效果就是观者干预演出的冲动,如同干预现实一般。当观众想要喊出来“朱丽叶没有死!罗密欧你别自杀!”或者《白毛女》的观众拔枪要为喜儿报仇时,被演示世界与演示世界的框架边界就被打破了。

只有当观众感觉到他们的参与有可能扭转局面时,他们内心才能发生参与冲动。面对一本小说,很少有人会动手改写人物的结局,只有演示艺术文本,才具有这种意义的“现在在场”品格,给观众以强烈的“眼看情况正要发生”的效果。舞台上的表演与台下观众接受之间,存在一种“异世界认同”的张力。看杂技马戏,往往使观者紧张万分,如坐针毡,因为“媒介等值”,他们在体验一个活生生的人在历经的危险。同理,看足球赛、拳击赛,往往让观者捶胸顿足、狂吼怒喊、不能自己,甚至隔着电视屏幕都可能有效果,与对方球迷打架是常见的事。

因为演示意义总是在此刻当场实现,情节的下一步发展要下一刻才能知道,这就是为什么演示叙述如此扣人心弦。马戏空中飞人是否能接得住(摔下的后果不堪设想)、飞刀是否会扎中人、篮球禁区外三分球是否能投进,都是未知的,因此观众步步悬在意义的空白中。小说与历史等叙述,固然也有悬疑,但其内在叙述时间是回溯的,不管什么情节,在叙述时,在阅读时,一切都已成事实,哪怕虚构也已经写定。读者或许急于知道下一步情节,但不能够参与其中,成为事实的情节无法改动,也没有那种不敢呼吸地等下一刻的紧张感。

今日的电子游戏,更是扩大了参与的程度:接受者靠键盘控制着文本,在虚拟空间中,“正在进行”已经不再只是感觉,而是切切实实的手头经验。“下一刻悬疑”,实际上与经验世界的意义方式同构,在经验世界中,过去能提供无数细节,关于下一刻(例如股票涨跌、彩票开奖、求婚能否成功),任何人一无所知。此中极端不平衡的结构,与演示艺术的意义方式完全相同,只不过演示艺术把它更戏剧化地处理了,而与经验世界更为贴近。此种“下一刻悬疑”,令观者心里产生压力巨大的“空位”,从而取得演示艺术的特殊解释张力。

三、演示因互动而成为“公众艺术”

演示艺术的“可被干预潜力”即互动潜力,是一个交流过程,有时候是接收者的感觉冲动。这个哪怕尚未付诸行动的心理冲动,也很强烈。斯坦尼斯拉夫斯基描述过这种戏剧对观众的影响:

观众能够创造出一种精神上的共鸣条件。他们一方面接受我们的思想感情,一方面又像共鸣器一样,把自己活生生的人的情感反应给我们。^{[6](P318)}

观众很容易“相信”演示为真实,并且在情感上深陷其中,这是其他文本方式,包括小说诗歌,所无法做到的,因为只有演示能够叙述意义的“当场性”,观众能进入同一个叙述时空。演示使用的是“非特殊媒介”,即每个观众使用自己具有的身体、嗓音,与触手可及的器物,形成场景似乎确在的“媒介等值”,这是读小说或剧本时绝对无法感受到的。此时,符号载体的象征意义被解释“充实”,可以取得令人惊奇的效果。

演示叙述的现场表演(在电影中是“意识中的现场表演”)的“逼真性”投射,哪怕与现实完全不对应,效果也往往惊人。这在戏剧理论中被称为“假定性”。《空城计》中诸葛亮处于大军围城的紧急状态,但是舞台上只有背着四面旗的司马懿,面对着在纸板城墙上抚琴弹唱的诸葛亮。如此场面,要观众心里替诸葛亮捏把汗,只能靠“假定性”的逼真联想能力即演示符号,让观者自愿投入情感,悬搁“让人不信”的各种因素,只采取“可信因素”。索绪尔曾经讨论过西方舞台上“以将代军”的安排,指出这种象征的解释力来自观众同意的默认。中国戏剧观众则对演示的仪式象征联想能力更强,可把将军背靠插的四面旗理解成四路大军。

阿尔托讨论戏剧演出时,认为其中有类似于祭祀仪式中的“临界状态”:

在观众身上完成(进行)一种祛邪术,应该医治在文明中病得不轻的西方人,(医治的方法就是)在观众身上重新产生“生活”和“人”——不是“具有不同情感和性格特征的人”。^{[7](P277)}

他的意思是戏剧这种仪式性的表演,类似先民的巫术,可让患者感到直接通神,从而医治观众的各种“现代文明病”。这话听起来夸张,实际上非常有理。

因此,演示艺术作为“公众艺术”(communal art)的社会效应,不仅是演出者演给观众看,也不仅是让观众沉浸于其中,更是由广大人群自己参与的演出活动,它们本身就是大量的社会演示活动的一部分。

这个问题,很值得艺术社会学家仔细讨论。柯林斯(Randall Collins)的“互动仪式链”理论(interaction ritual chains),为演示叙述的互动行为作了一个精辟的意义归纳:

互动仪式理论的核心机制是,高度的相互关注,即高度的互为主体性,跟高度的情感连带——通过身体的协调一致、相互激起/唤起参加者的神经系统——结合在一起,从而导致形成了与认知符号相关联的成员身份感;同时也为每个参加者带来了情感能量。^{[8](P79)}

群众对这种互动仪式的热情投入,组成了新的符号身份集合,与平日的的生活不同,视频参与共享了这种艺术方式,互演互看,组成了新的社会互动形式。既然演示艺术的对象是群体性的,包含着强烈的互动与交流,那么演出意义的制造过程,也就是演出者与参与者共同制造仪式的过程。在互动中得到了一定程度的对庸常的超脱,也就是进入了艺术境界。

鲍曼(Richard Bauman)在20世纪七八十年代提出了一套“社会表演理论”。在《作为表演的口头艺术》一书中,他把表演视为一种交流现象(communicative phenomenon),从口头交流到表演情境中的整个动态过程,都强调了“意义共同体”的生产与建立^{[9](P4)}。鲍曼在此基础上写的另一本著作《故事、表演和事件:从语境研究口头叙事》^[10]以德克萨斯流传的口头叙事作为个案进行分析,是其表演理论的实践运用。他的观察类似薛艺兵对宗教仪式的描述:

仪式强化了个体对集体(或群体)的归附感,也就强化了表现为“宗教力”的集体力,也就将微弱的个体力量提升到强大的集体力量中。在这个过程中,仪式的功能就是凝聚社会团结、强化集体力量。^{[11](P47)}

符号学家塔拉斯蒂在表演艺术符号学的理论中,提出了一个重要观点:表演艺术的核心是身份主体在表演中的变化。这样理解,表演就成了演员从本色自我向本色的非我一步步推进的符号化过程,从“总的个人事实”,向“总的社会事实”的一步过渡。这个符号传播就成为一个充满张力的意义生成过程。

如此复杂的表演过程,使演示文本脱离了表演的纯身体性,仅仅是歌舞动作,也会成为一种非常复杂的社会现象、文化现象。这些表演交流理论,在分析数字时代的社会文化时,都只具有对照参考意义,因为数字化使整个社会文化条件发生了剧烈变化。

四、自我表演与网络“互演示”

任何表演都是各种人时时刻刻在做的事,我们按一定的社会身份表现自己,认为这是我们的本性:女学生像个“女学生”,男子汉像个“男子汉”,有了一官半职就必须像个“领导”的样子。我这里打了引

号,是因为类似“男子汉”等这些行为方式是社会规定的。这也许是不成文的规定,但连我们自己可能都没有意识到,这些只是对特定角色的一套假设,反而觉得理该如此,只有这样做才是正常的。不仅我们自己如此,而且我们也用如此的角色分配、看待其他人。我们知道他们的身份,正是因为他们的表现符合社会性角色的要求。因此,广义的演示,包括“仪式、游戏、体育、大众娱乐、表演艺术,还涉及社会、职业、性别、种族和阶级,甚至医学治疗、媒体、网络中的角色扮演行为”^{[12](P2)}。对演示的研究也往往会拓展到多个方面。

戈夫曼的“拟剧理论”在当代数字社会,终于显示成为一种可观察到的形态。戈夫曼(Erving Goffman)提出过社会关系“戏剧化论”,他是做比喻,是在讨论“人生如戏”,他特别强调人生是在“社会舞台”上的一系列演出。这种演出本身无可避免的是社会性的。表演是每个人进行“自我形象管理”的一种手段,是个体以戏剧性的方式,在与社会(他人或自己)的互动中建构某种人物形象。因为自己与他人的参与形成了一个演者与观者互动的过程^{[13](P67)}。戈夫曼未曾想到数字时代的今日,短视频这样一个互演互观的平台,真正实现了几乎人人拥有实践人生戏剧化的机会。尤其是“朋友圈”的图像与短视频的互演示,成为当今艺术产业的重要部分。对于为数巨大的普通大众来说,“朋友圈”的互演示已经成为日常文化生活中不可或缺的艺术活动。没有这种演示与展示,当今社会的文化生活,甚至日常事务运转,都几乎不可能实现。当今社会到处都是低头的“刷屏人”,在街上走路如此,在老师与家长的严厉训斥下如此,在家自由支配的时间更时时离不开“刷视频”。有些资料指出,短视频引发的“网瘾”已经开始超过电子游戏。尤其是在“朋友圈”里,刷视频与“互晒生活照”联络,形成了新的社群构筑方式。

短视频如火燎原,成为当今数字社会的一个重要的媒介方式。数字媒介中的自我表现,从博客、QQ空间到微博微信,舞台不断扩展变换,最后在当今朋友圈和短视频的互动中,达到了高潮。据最新的统计数字,截止到2022年6月,中国的网民总数已经达到10.51亿。而且这个数字近几年变化不大,看来已经到顶。令人感兴趣的是,其中短视频用户有9.62亿,几乎全体网民都在使用短视频,而且这个数量相比前两年也增加不多,看来也已到顶,即所有的网络用户,都在用微信和短视频。据说仅仅“抖音”一个平台,就拥有2.5亿日常用户,其国际版TikTok风靡全球,其用户几乎超过Facebook。刷屏者累计的时间量是惊人的。据国家广电总局发布的《2020年全国广播电视行业统计公报》显示,我国网民日均刷视频约100分钟,互联网视频年度付费用户达6.9亿^[14]。但《2022年移动状态报告》显示,中国人平均每天的用机时长接近5小时,已经能轻松挤进全球前十。当然手机还有其他用途,但报告指出,大部分中国用户玩手机主要是在刷视频^[15]。

可以说,中国已经进入“全民刷屏”时代,短视频已经成为当今社会最普及、最受欢迎的媒介方式。短视频的最大特点是使用门槛越来越低,表演者只用15秒就可以结束表演,最长只有几分钟。从2013年最早的“小咖秀”“美拍”,到后来的“微视”“yoo视频”“新浪秒拍”,再到现在的“抖音”“快拍”,平台的支持技术越来越高明,能玩的花样越来越多,使用方式也越来越简便。一个App上全面提供“美颜”“美体”“滤镜”,可切换的舞台装置、装饰品,以及包括“耳虫神曲”“爆款新曲”在内的各种音乐。各种复杂的制作方式在App上都能够一键解决,实现“傻瓜性操作”。在先前,群众只是偶尔“业余演出”,偶尔地借用演出中的场景(例如模仿电影中的歌曲场面,在亲友同学前演出),但随着当今数字化技术的普及,视觉场景大为变化:微信“朋友圈”中的大量视频能够让每个人都可以进行演出。

或许比技术更吸引用户的是网络的“非在场性”,发送者不需要直接面对观者。一般人都用化名,在一定程度上“匿名”。发出者与观者的匿名与非在场性,与普通演示的在场具名性不同,这改变了整个社会交往的格局。一般非演员出身的人,要表演一段情节,伪装一个人物,总觉得不适应,甚至风景照上摆个姿势,或在公众场合发表意见,也怕“太冒失”。而在微信与短视频里,观者是千里之外的陌生人,没有被辨认出来的危险,就可以大胆应对。而欣赏或点赞也是用化名,这是网络“互演示”活跃的重大条件。虽然经常发送短视频的,依然是“外向型”“表演型”性格的人,但是非在场的“匿名性”,肯定是网络视频互演活动如此普及的一个决定性条件。

所有这些条件叠加起来,造成了互联网短视频的泛滥,因为“内容越来越精彩”。刷视频的观者推刷几乎不挑选,反正选错了或不对胃口,一闪推走而代价不大。对某些“对胃口”的视频点赞多了,就会影响后台的大数据,形成有针对性的推送,造成观者的上瘾,也让推送者获得点击量。如此操作,结果之一便是视频内容渐渐走向类型化。据说,针对不同观众的反应预期,视频主要分为“分享体验型”(美食、旅游)与“能力显示型”(颜值、歌舞才艺、摆弄年幼子女、摆弄宠物),一切以轻松搞笑为主,让刷屏者忘掉正常时间与日常生活。从对短视频使用者大致身份的调查可以看出,短视频发送者与观看者大体上以青少年居多,女性居多,而且现在二、三线城市的居民居多。6大核心短视频平台的男女用户比例为48:52,这与CNNIC《第42次中国互联网统计报告》显示的中国网民男女比例52:48十分接近,短视频用户性别比基本持平。但是这里没有计算刷屏时间^[16],有报告说女性刷屏时间明显多于男性,从产业效应上说,短视频形成了可观的“她经济”。

人人可演、人人可观,这就是当今艺术产业中典型的“互演示”。视频创意似乎不多,内容雷同趋势严重,有一些平台开始组织“热点运营”“微博大V示范”“明星带流量”,但效果都不一定很好。短视频最主要的功能,是看其他“与我差不多的人”做出来的事,从而形成感情交流。点击量高的成功的短视频,可能很有“创意”,甚至“魔性”,但是看得出来制作者是与“我”差不多的、可比较的、可交流的人,也就是“我”的影子投射,我们不仅浏览视频,而且是和创作者互动浏览。所以平台改变策略,改向“扶持达人”。靠大家捧红,效果反而可能更好一些。

应当说,短视频的推送与“刷观”,由于其上瘾式的普及,已经在当代文化中形成一个影响巨大的新现象,是任何观察当代文化产业的人都不可忽视的方面。虽然演出者是“一个”,观者是“多个”,但由于视频传播的“非在场性”,观者的直观感觉就是“我”在面对“一个与我(或我的亲友)差不多的人”。这种认同效果,在其他任何演示场合都不可能形成。迷上刷屏,实际上是迷上我自己扮演的可能性,是每个人探索“自我形象管理”的一种努力。在“在场社会”中,那些不想或不敢轻易抛头露面的人,在与他们类似的普通人演出的视频前,看到自己的投影,哪怕没有立即仿效,他们也获得了对自己身份的自信心。

微信与短视频结合的“朋友圈”,可以被视作皮尔斯设想的“阐释社群”论的有形体现,因为短视频演出与观看基本上是在一个有形的社群中进行的,演者与观者紧密交融。观看外国人视频的现象比较少见,因为我们往往不懂其妙处。社群性还表现在,视频演出的语言中“我”与“你”的指称是不断变化的。演者说的“你”究竟是谁,会随着演者与观者所处的语境而飘移:有时候“你”是直接对象,下一句话就变成整个社会。皮尔斯指出,介词与指示词,在说话者与听话者的关系中至关重要,它们的特点是随发送者与接收者所处的关系而变化:当这些介词指示的是说话者的已经被观察到的,或被假定为已知的位置和态度之情况时(这是相对于听话者的位置与态度而言的)……以上这些词意味着听者可以在他能够表达或理解的范围内随意地选择他喜欢的任何实例,而断言的目的就在于可适用于这个实例^{[17](P290)}。皮尔斯的解释听起来很复杂,他实际上是说,一段话语中的指示词(你、我、左、右、内、外等)究竟指的是什么,要看说话者与听话者的具体关系而定。此种漂浮不定的意义,正是演示艺术的最大机动能力所在。

哈贝马斯把这种社会活动称作“交往行动”(communicative action):“通过这种内部活动,所有参与者都可以相互决定他们个人的行动计划。因此可以毫无保留地追求他们的非语言活动目的。”^{[18](P372)}在当今的网络世界中,在似乎不见面的个体之中,我们都是靠“演出”才互相确定身份。然而,哈贝马斯认为,在失去了合法性的晚期资本主义社会中,人的交往不合理,因为人成为机械的工具,不可能表现出主体的需要。只有在理想的社会中,交往才能取得共同的主体性,才能使各个主体“无保留地”即自由地追求他们的“非语言活动目的”,用演出艺术的行为交往来达到超出文本的感情沟通目的。无穷的“上当受骗”案例,恐怕是这个“相互戏剧化过程”的有趣后果^{[19](P154)}。

论者认为,在数字元宇宙立得住脚的体裁,必须具备创造(create)、娱乐(play)、展示(display)、社交(social)、交易(trade)五个元素。应当说,短视频这项体裁的成功普及,正是因为它兼具了这五种品质,而且在这五个方面都充分动员了大众,也充分调动了科技的力量。它很接地气,但却融合了许多先进科

技。应当说,这是一种理想的当代艺术产业体裁,而且它不断演变,绝不停滞,其发展前途是无可估量的。

新的数字化“互演示”媒介方式,比20世纪上半期的广播、下半期的电视,比任何时代的演示艺术都更为深入人的生活,影响社会文化的发展,且成了当今艺术生产的重要渠道。随着当今社会日益数字化,这个趋势正在日益加速扩张,完全出乎艺术学家、社会学家、教育专家的意料,但至今尚未见到理论界出现比较全面的总结及比较有穿透力的讨论。

[参考文献]

- [1]理查·谢克纳著,孙蕙柱主编.人类表演学[M].北京:文化艺术出版社,2008.
- [2]皮尔斯.皮尔斯:论符号[M].赵星植,译.成都:四川大学出版社,2015.
- [3]赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京:南京大学出版社,2016.
- [4]赵毅衡.广义叙述学[M].成都:四川大学出版社,2013.
- [5]王逢振.摇滚与文化[M].天津:天津社会科学院出版社,2000.
- [6]斯坦尼斯拉夫斯基.斯坦尼斯拉夫斯基全集:第二卷[M].林陵,史敏徒,译.北京:中国电影出版社,1985.
- [7]艾利卡·费舍尔·李希特.行为表演美学:关于演出的理论[M].余匡复,译.上海:华东师范大学出版社,2012.
- [8]兰德尔·柯林斯.互动仪式链[M].林聚任,等译.北京:商务印书馆,2009.
- [9]BAUMAN R. Verbal art as performance, long grove[M].Illinois:Waveland Press,1984.
- [10]BAUMAN R. Story, performance, and event: contextual studies of oral narrative[M].New York:Cambridge University Press,1986.
- [11]薛艺兵.神圣的娱乐:中国民间祭祀仪式及其音乐的人类学研究[M].北京:宗教文化出版社,2003.
- [12]SCHECHNER R. Performance studies: an introduction[M].London and New York: Routledge,2002.
- [13]GOFFMAN E. The presentation of self in everyday life[M].New York:Doubleday Anchor Books,1956.
- [14]我国网民日均刷视频约100分钟,你每天花多少时间看视频?[N/OL].澎湃新闻,2021-5-14.https://www.sohu.com/a/466468856_260616.
- [15]2022年中国人每天用手机时长创新高:都在狂刷视频、玩游戏等[N/OL].环球网科技,2022-12-29.<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1753529002573334019&wfr=spider&for=pc>.
- [16]卡思数据联合新榜研究院权威发布《2019短视频内容营销趋势白皮书》[N/OL].火星研究院,2018-12-06.https://www.sohu.com/a/280072965_813600.
- [17]PEIRCE C S. Collected papers of Charles Sanders Peirce(vol.2)[M].Cambridge Mass: Harvard University Press, 1931-1958.
- [18]哈贝马斯.交往行动理论:第一卷[M].洪佩郁,蔺青,译.重庆:重庆出版社,1994.
- [19]李娟.论社交网络中的符号身份[J].符号与传媒,2017(15).

(责任编辑:王 健)