

短视频文本生产的 “刺点”与“展面”逻辑

曹忠

(四川大学 文学与新闻学院, 四川 成都 610064)

【摘要】文本不仅是媒介内容的载体,也是媒介内容生产的逻辑显现。罗兰·巴尔特在其摄影文本研究专著中提出的文本“展面”与“刺点”概念,较好地揭示了视觉媒介内容生产背后的文本逻辑。文章认为,短视频的文本形式实际决定了文本内容的表达,短视频特殊的文本生产机制是对传统视听文本生产模式的颠覆与重构。与电影等传统媒介文本相比,短视频本质上是一种弱意图文本。因而短视频文本生产的核心是对文本意图性的弱化与弃置,从而制造出文本“刺点”狂欢。但随着短视频时长递增,剪辑技术的全面应用,以及短视频商业化浪潮来临,短视频的文本意图性得到进一步提升,逐渐呈现出文本的“展面”狂欢。这一现象使中国当下的短视频生产面临文本特异性消失的风险。

【关键词】短视频 文本生产 展面 刺点 文本意图性

【中图分类号】G232 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-6687(2022)11-063-06

【DOI】10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2022.11.009

一、“展面”与“刺点”：理解短视频生产的文本视角

2011年以来,短视频尤其是移动短视频的迅猛发展,已成为中国互联网界的现象级事件。根据第49次《中国互联网络发展状况统计报告》数据,“2021年,短视频用户规模持续增长,行业依然保持稳定增长态势。截至12月,我国短视频用户达到9.34亿,占网民整体的90.5%”。^[1]数量巨大的用户意味着在当下的中国,每天都有巨量的短视频被生产和消费。之所以用现象级来描述近年来短视频的发展形势,意在说明短视频的发展已非正常媒介生态进化的结果,其更多呈现为一种文化转向下的骤变趋势。而短视频之所以发展成为一种现象级媒介奇观,除媒介语境及社会文化等因素的影响,媒介的文本形式也发挥了至关重要的作用。因为文本不

但是媒介内容的载体,更是媒介内容生产的逻辑体现,在这个符号能指决定所指的时代,短视频的内容生产实际由文本形式所决定。而短视频作为一种文本特征极强的新视听文本,其文本生产机制及其特征也与传统视听媒介截然不同,甚至是对传统视听媒介文本生产模式的颠覆和重构。

近年来,学界对短视频的研究分析可谓繁多,但大多致力于分析短视频的内容生产,对短视频文本生产中的文本因素研究不多。因而本文的重要任务,就是对短视频这一文本特征极强的视听媒介的文本生产进行考察。而要分析短视频的媒介文本生产,则首先需要对文本的概念与起源进行了解。从词源上看,文本的西文意义是“something woven”(编织)。^{[2][41]}因此,罗兰·巴尔特将文本定义为“文学作品的现象表层,是进

基金项目:国家社会科学基金重大项目“当代艺术提出的重要美学问题研究”(20&ZD049)

作者信息:曹忠(1989—),男,四川泸州人,四川大学文学与新闻学院博士研究生,电子科技大学成都学院助理研究员,主要研究方向:符号学、新闻与传播。

入作品并经安排后确立了某种稳定的且尽量单一意义的词语编织网”。^[3]需要注意的是，巴尔特这一经典文本定义主要针对的是语言文本，其文本定义等同于讲述义，或“语篇”义，巴尔特、格雷马斯、克里斯蒂娃等学者所提的文本概念基本遵循这一定义。只是这一定义的对象范畴显然过于狭窄，因而巴赫金、洛特曼、乌斯宾斯基等学者进一步拓展了文本的对象范畴，将任何符号的表意组合都定义为文本。因此，广义上的文本实际就是“任何符号表意的组合”，即一个“合一的表意单元”。^{[2](40)}在广义文本概念下，文本超脱出语言文本的狭窄意指，一首诗、一个视频、一个历史事件，甚至整个日常生活世界，都能被视为一个文本。

如果从广义文本概念考察短视频，则所有短视频都能被视为文本。而如果对短视频进行文本学分析，则不难发现短视频最鲜明的文本特征就是“短”。这种“短”不仅反映了当下社会的深层文化心理，更是一种媒介文本的结构转向。这种转向是隐秘的、令人不察的，因为电子媒介兴起后视觉文本取代了纸质文本，“视觉滥觞”和“读图时代”一度成为这一时代电子媒介文本生产的主要标签。短视频作为一种随着智能移动设备普及而兴盛的视听媒介形式，其文本生产逻辑往往容易被等同于电影、电视一类视听文本。但短视频这一新兴媒介形式的出现，贡献的不仅是碎片化的内容，更是一种再造的、新的文本生产模式。实际上，短视频作为一种新兴的视觉文本，其媒介文本生产逻辑在很大程度上已经与电影、电视等传统视觉文本不同。这一不同不仅体现在短视频文本形式的“短小”上，更体现在短视频文本的生产逻辑是制造一种“弱意图性”文本。

意图性是鲍德朗德概括的文本的七种品质之一，其特指作者在文本中发出的意图。^{[2](42)}在书写文本时代，文本意图的重要性曾被极度高扬，但随着视觉媒介的兴起和泛滥，视觉文本已取代书写文本，成为人们获取信息的主要方式。与书写文本不同，电子媒介时代的视觉文本，其文本意图性明显弱于书写文本。这是因为文字作为一种表意符号，其具有更为精确的表意能力，能将作者的意图更为精确传达出来。但视觉符号（图片和影像）在表意上则更强调表意的开放性，这也导致视觉文本对作者意图的传达偏弱。此外，视觉文本内部的不同类型文本之间的文本意图性强弱也有差别，如图片文本的意图性就明显弱于影像文本。因为图片文本是静止的，观者在静止的画面中，往往很难精确识别拍摄者的意图。但如果照片运动起来，形成活动影像，创作者的意图就会更容易被识别。克里斯·纽博尔德曾将电影

业、电视业、影像产业制造的产品都归于“活动图像”范畴。^[4]在纽博尔德对“活动图像”的描述中，电影和电视产业所生产的产品都有一个共通之处，即电影和电视的文本生产都离不开蒙太奇的剪辑艺术。而电影和电视的文本剪辑，实际是一种最直接的创作者将创作意图强加给受众的方式。正如安德烈·巴赞认为的那样：“无论是画面的造型内容，还是各种蒙太奇手法，它们都是帮助电影用各种方法诠释再现的事件，并强加给观众。”^{[5](66)}

与书写文本相比，作为大众媒介的电影和电视等视觉媒介所生产的视觉文本，虽具有弱意图性，但需明白这种弱意图性，是由视觉文本的内在属性所决定的，视觉文本的叙事并没有消解文本意图性的企图。相反，电影、电视等视觉媒介还通过迎合大众心理，以便更好地传播文本意图。赵禹平在分析中国新主流电影时，就论及主流电影在追求传播主流思想过程中，积极在风格上追求去异化，以满足正向价值的群体性要求，从而完成主流思想传播。^[6]换言之，在媒介大众化的浪潮下，电影和电视并未放弃其作为意图传达工具的核心功能。

短视频作为一种视觉文本，虽然其本身也逃不过迎合大众的铁律，但短视频文本的生产，在本质上是一种真正试图弱化和消解文本意图的文本生产实践。这种对文本意图性的消解逻辑，较好地契合了巴尔特在其摄影文本研究专著中提出的文本“展面”与“刺点”概念。

何谓文本“展面”与“刺点”呢？在*La chambre claire. Note sur la photographie*这一考察与研究图片文本的经典之作中，巴尔特认为照片中都存在着两类元素，并且正是这两类元素的存在才使他对摄影照片产生了兴趣。^{[7](47-49)}巴尔特将第一类让他产生一般兴趣、中性情感的元素称为studium；将第二类能“刺痛”他、让他生起激烈情感和偶然兴趣的元素称为punctum。

巴尔特在这里用了一对不是很好理解的词。在*La chambre claire. Note sur la photographie*的诸多中文译本中，大多数译者都将punctum译为“刺点”。而对studium的翻译，不同学者间存在较大差异。学者许绮玲将studium译为“知面”，^{[8](36)}赵克非将studium译为“意趣”，^[9]赵毅衡则建议将studium译为“展面”，这一译法考虑的是符号视野下的纵横聚合关系。^{[2](164-165)}应该认识到，对studium的三种不同中文译法，无疑说明studium存在多种意义。在法文原本中，巴尔特也宣称找不到一个法文词能准确表达这一与punctum相对的概念，因此他只能用拉丁文中的studium一词表达其意义。^{[7](48)}但巴尔特在书中曾再三强调studium是一个多义之词。如果从情感的激

烈与否出发,巴尔特将studium定义为一种平淡的情感,是一种基于礼貌和教养上的兴趣和不起涟漪、不带责任的情感关注;如果从知识层面来考察,studium则具有知识背景的含义,即studium是整个照片的延续性文化系统,其涵涉整个照片文本的文化知识和意义。^{[7](50)}

国内不同学者对studium的不同译法,本质上是对巴尔特阐释的studium不同意义的分别论述。如许绮玲将studium译为“知面”是对studium“学习”(研究)之义的体现。^{[8](36)}不过巴尔特在法文原本中指出studium并不是直接意义上的学习之义,其更体现为一种对某事的专注,对某人具有好感的情绪,是一种不敏感非激情的情感投入。^{[7](48)}至于“意趣”,董迎春认为赵克非“意趣”的译法是依据了“意趣”文化性的可行分析,是巴尔特法国式的书写特征及符号学思维,将意趣与刺点关联,形成一种抽象的纵深关系。^[10]因为本文试图以巴尔特的studium与punctum概念对当下中国短视频的文本生产进行分析,故而选择将studium译为更具有符号纵横聚合意味的“展面”,以便从文本层面揭示当下中国“短视频热”现象背后的文本生产逻辑。

二、短视频文本生产的“展面”消解与“刺点”狂欢

如果以巴尔特文本“展面”和“刺点”概念考察短视频发展初期的文本生产形态,会发现短视频文本的生产逻辑呈现出文本的“展面”消解与“刺点”狂欢现象。其中,文本的“展面”消解,意指短视频创作者对传统文本生产中作者意图权威的反对,以及对既有文本接受规则的反抗。文本的“刺点”狂欢则强调了文本创作过程中,情感的刺激性和创作时机的偶发性成为短视频创作者开展创作时的主要心理动机。从本质上看,无论文本的“展面”消解还是文本“刺点”狂欢都指向了一种“弱意图性”文本生产逻辑。这一新的文本生产方式,使发展初期的短视频在文本生产上呈现出与电影、电视等传统媒介不同的特征。虽然这些特征随着短视频的发展逐渐被消解,但正是这些原初的文本生产逻辑特征,彰显了短视频与电影、电视等传统大众媒介在文本生产上的本质不同。

1. 短视频文本生产的“展面”消解

巴尔特指出,文本“展面”实际是文本中让人产生一般兴趣、中性情感的元素。巴尔特进一步声明,这种元素还是一种“能使我产生一般兴趣,有时也能使我感动的因素,只是这种感动是经由道德政治文化的理性中

介所熏陶的情感,是一种调教出来的情感”。^{[7](48)}因此在巴尔特看来,文本“展面”实际是代表了文本的“强意图性”,因有表达作者意图的核心功能,其装载了被社会所规约的知识、文化,以及文本阅读和接受的规则。在短视频的发展初期,短视频的生产逻辑首先体现为对文本“展面”的消解,而其本质就是对文本“强意图性”的消解与削弱。

从意义形式上看,文本“展面”是一种延续性的整体文本形式,文本“展面”的存在使文本拥有一个意义完整的叙事链条。在符号学层面,这种意义完整性体现为文本“展面”的符号组合并不随意,而是按照“合一的意义”组合而成的。正是这种“合一的意义”组合,保证了文本内意义的连续性和完整性,因此能更好地传达文本意图。短视频发展初期文本生产的“展面”消解,主要就体现在对这种文本内“合一意义”的完整叙事链的破坏。这种破坏体现在两个方面:

(1)这一时期短视频文本生产多以弃置“蒙太奇”剪辑手段的“长镜头”方式拍摄。短视频的“长镜头”创作之所以是对文本内“合一意义”叙事链的破坏,是因为“长镜头”实际上是“一种保持现实的多义性和时空的连续性”^[11]的影像段落。因而通过“长镜头”方式生产的短视频文本必然是“多义”的,这种“多义”因为消解了文本中的“合一意义”(完整连贯叙事链),从而使短视频文本的生成呈现为一种“多义”生产。需要指出的是,即使是这种“多义”的文本生产,也并非创作者意图于文本中创造多个意义。实际上,这种“多义”的文本生产也是一种“无意图性”生产。因为,短视频用以拍摄的摄像机具有“真实记录”的功能,尤其是在“长镜头”拍摄过程中,作为创作者的摄影师意图“只是在选择拍摄对象、确定拍摄角度和对现象的解释中表现出来”。^{[5](11)}因此,“长镜头”模式拍摄的短视频,实际是对被拍摄对象的客观展示。从理论本质上看,这种短视频文本生产所呈现的客观展示性,是摄影技术区别于书写文字和绘画的主要特征。在安德烈·巴赞看来,“一位画家不论有多巧,他的作品总要被打上不可避免的主观印记。而照相术完全满足了我们将人排除在外、单靠机械的复制来制造幻象的欲望”。^{[5](10)}因而,摄影技术对视听文本生产最大的影响,实际是它能真实客观地记录被摄物,并将被摄物所有的视觉(也可能包含声觉)细节囊括进去,甚至将那些创作者目光关注之外的细节和元素也携带进作品。这一过程就像巴尔特所说:“拍摄者在拍摄某个事物整体时不得不把其中的细节都拍摄下来。”^{[7](80)}由此可见,短视频创作者在进行

“长镜头”文本生产时，因弃置了“蒙太奇”剪辑手段，总会夹带创作者意图之外的元素，这种被无意图夹带出来的元素，或者说是细节，以无意图的形式建构了文本的“多义”性。

(2)从文本时长看，这一时期短视频文本生产通过对文本时长的严格限制，从根本上限制了创作者实现一个完整意图表达的可能。短视频自诞生起，就将文本的短小作为核心。各类短视频APP出现之前，在微博和陌陌等社交平台已出现了15秒时长的短视频。这种15秒的短视频当时主要针对的是UGC用户，即用户生产内容。在真正意义上的短视频平台出现后，视频文本的时长得以增加。其中，微信的小视频功能由最初的6秒扩展到10秒、15秒，直到现在的几分钟。抖音短视频的最初文本时长普遍为15秒，只有那些粉丝量超过1 000人的博主才具有发布1分钟短视频的资格。另一款短视频APP快手提出了57秒的时长建议，并试图将其作为短视频的行业标准。但不论是6秒的超短视频还是1分钟的短视频，其本质上都是通过限制文本时长，从客观上剥夺创作者表达完整清晰意图的可能。如短视频APP陌陌曾专门搜集短视频创作者拍摄的时长15秒视频，以期展示出时代青年群像。但当时陌陌15秒的时长既不够讲清楚一个故事，也不够表达一个清晰意图，所以活动中的创作者都只是展现了一个意图性很弱的影像碎片，这些碎片本质上都是每一个创作者自我的私人情绪表露，是未加载公共意图的自我文本生产结果。

2. 短视频文本生产的“刺点”狂欢

巴尔特将文本中能“刺痛”他，让他生起激烈情感和偶然兴趣的元素称为“刺点”。这一描述指出了文本“刺点”的两个主要特质：激烈情感、偶然兴趣。激烈情感强调了文本“刺点”要素对创作者与读者情感的强烈刺激作用；偶然兴趣强调了创作者和读者对文本“刺点”的创作和阅读，是基于偶然兴趣而发生。如果单纯从文本生产角度看，文本“刺点”对情感的刺激以及创作时机的偶发性，实际都指涉了文本的“弱意图性”生产。

就激烈情感而言，最初短视频创作者的文本生产，大多呈现为对自我激烈情感的宣泄与表达，亦即通过短视频拍摄，将日常生活这一巨大“文本”中“刺痛”自己的情感段落截取出来，并使之成为自我情感高潮的影像见证。巴尔特在《文之悦》一文中，从情感激烈程度出发将文本分为“快乐的文本”和“极乐的文本”。其中的“快乐的文本”指“那种愉悦得以满足、充实、由（其他人们熟悉的文本所）引发的文本。其源自文化而

不是与之割裂的文本，是和阅读的适意经验密不可分的文本”。^[12]而“极乐的文本”指“那种置于迷失之境的文本，令人不适应（甚或已到某种厌烦的地步）的文本，其动摇了读者的历史、文化、心理的定势，瓦解了他的趣味、价值观、记忆的连贯性，他与语言的关系处于危机状态上”。^[12]

可见，巴尔特所描述的这两种文本实际分别对应了文本中的“展面”与“刺点”，即文本“展面”所引发的是情感上的“快乐的文本”感受，文本“刺点”所引发的是情感上的“极乐的文本”体验。如巴尔特所言，“极乐的文本”首先是一种让人“置于迷失之境的文本”。因而，短视频创作者在体验和抓取到这一文本时，其心智是迷失的，也即处于丧失一切文化政治理性和道德准则的状态，巴尔特为此将这种情感下体认的文本称为“醉的文”，并称其是在形式上表现为“整体语言结构和文化的碎片化，是不可表述交流的”。^[13]由此不难发现，当短视频创作者在日常生活这一巨大“文本”中体认到情感上的“极乐”段落（文本）时，显然已处于一种迷狂和“醉”的心智状态，这一心理状态根本上决定了短视频创作者对“极乐”情感状态的片段截取，是一种弱意图甚至无意图的操作，也即短视频创作者因体验到了某个情感上的“极乐”片段，才引发了将其以短视频文本方式记录下来的创作动机。

另一方面，这种对“刺痛”自己的情感片段的记录并非早有意图，而是由一种偶发兴趣所引发。这也使得这时期短视频创作者的创作往往呈现为一种兴之所至的“随手拍”模式。这种“随手拍”的文本生产模式之所以得以可能，是因为短视频的创作工具（手机）操作门槛极低，甚至可以说每一个可以使用智能手机的用户，都具备短视频创作能力，且手机还具有随身携带功能，这也保证了短视频创作者可随时随地进行创作。实际上，为方便创作者的随手创作，这时期的抖音短视频等平台方甚至专门开发了短视频的“随手拍”功能。

文本形式上，这种“随手拍”模式还体现了创作者对文本框架的自由构筑。在符号学的阐释中，框架提供了一套关于意义生成的语境认知系统。因而在人文学科，尤其是符号学文本理论中，文本的识别和边界确定源自文本解释者对文本框架的自由构筑。学者赵毅衡就认为，“‘文本性’是接收者对符号表意的一种构筑态度，文本的构成并不取决于文本本身，而在于接收方式”。^{[2](43)}因而在具体文本框架的构筑中，因为解释者对文本需求的不同，其对同一局面或事件可以解释出不同的文本。换言之，对某一文本的体认，实际是由文本

解释者的构筑态度所决定的。虽然文本解释者在解读文本时，需考虑文本生产者的生产意图和文本体裁等因素，但解释与构筑文本的主动权始终在自己手中。巴尔特认为，每一个体的文本“刺点”都是相异的，因而即使是面对同一个生活世界，每一个短视频创作者所体认到的“刺点”也不尽相同，自然他们所生产出的短视频文本也只体现了自己的情感特质，只展现了自己的情感“极乐”。这种创作自我性的彰显，无疑也是一种排遣意图的“弱意图性”文本生产。

三、从“展面”消解到“展面”狂欢：短视频文本生产的逻辑演变

发展初期的短视频文本生产，从本质上讲是制造一种弱意图性文本。但这种弱意图性文本短视频，在短暂的兴盛后，就迅速走向了复苏并强化文本意图性的道路。究其原因，一方面，在知识传播时代，短视频作为当下网络受众最广泛接受的媒介形式，自然被赋予了知识传播功能。第49次《中国互联网络发展状况统计报告》就提道：“2021年短视频平台在加速布局知识领域，推动知识传播。”^[1]在知识传播要求下，短视频逐渐拥有了电视的新闻播报功能、电视剧观看功能，微博的日志功能，影院的电影观赏功能等。短视频被赋予这些媒介功能的同时，也表明了短视频需要跳出单一的文本生产范式，转变为与电影、电视、微博等传统大众媒介一样具备强意图传达功能的媒介；另一方面，短视频这一媒介形式被广泛接受后，迅速被资本力量所裹挟，逐渐变成了流量变现的工具。这些转变表明，当下中国短视频正从一种“展面”消解的“弱意图性”文本生产，逐渐转变为“展面”狂欢的“强意图性”文本生产。

1. 文本时长逐渐提升，文本生产“知识传播化”

短视频的文本“展面”狂欢，首先体现为对短视频的文本时长进行持续延展，以满足知识传播的需要。比较显著的事件是2019年抖音短视频为更好地传播知识和技能，对知识类这种具有强烈意图传达性的短视频创作者开放了5分钟时长权限，但其主要创作者被限定为抖音科普顾问团以及“DOU知短视频科普大赛”通过初选的参赛队伍。为满足普通创作者的意图表达需求，当年4月，抖音又向短视频创作用户全面开放了1分钟时长的拍摄权限。其他短视频平台方面，微信小视频也从最初的6秒时长增加到1分钟以上，快手短视频的文本时长也从最初的57秒，逐渐递增至4分钟以上。实际上，为保证较为完整的文本意图表达和知识传播，许多短视频平台不仅

持续延长文本时长，甚至对最低时长进行了强制要求。如国内当下很火的短视频vlog，是一种具有鲜明的意图表达诉求的短视频形式。为保障文本意图性传达，诸多短视频平台都对vlog的最低文本时长进行“兜底”要求。如微博就要求vlog的文本时长须超过1分钟，对最大文本时长则没有限制；B站（bilibili）要求vlog的文本时长须大于30秒，同样对最大文本时长未做限制；西瓜视频、好看视频等平台也要求vlog时长须超过1分钟。虽然许多短视频平台对vlog的文本时长上限不做限制，但vlog毕竟是一种短视频，不是电影或者纪录片，因而2分钟到5分钟的“中视频”在实践中被广泛接受，其既能表达较为完整的意图和故事，也具有短视频的“耐看性”。文本时长的增加虽使短视频满足了知识传播时代的知识传播需求，但短视频本身的“短”这一文本核心特质却在逐渐消解，当下短视频的文本生产显然面临着一场文本独特性消失的危机。

2. 剪辑技术全面应用，文本生产“电影化”

因为短视频文本生产是对被摄对象的“客观真实”展示，为尽可能减少短视频文本生产中的主观要素介入，早期短视频拍摄一般采用“一镜到底”的“长镜头”拍摄手法。而随着短视频文本意图性的强化，短视频的文本生产已背离最初对视听影像“客观展示”的文本生产机制，逐渐演化为与电影、电视剧创作一样的蒙太奇剪辑范式。为方便操作，许多短视频平台都在短视频创作功能中植入了“傻瓜式”的便捷剪辑软件。如抖音短视频推出的“剪映”就是一种能快速自由分割视频，控制时间，添加交叉互溶、闪黑、擦除等特效的手机剪辑软件，即使是毫无剪辑基础的人群也能快速掌握。

蒙太奇剪辑手段的普遍性应用，使当下的短视频创作不再是之前兴之所至的“随手拍”模式，而是变成了一种“电影化”的文本生产。为更好地表达意图以及呈现更优质画面，许多短视频创作者开始利用专业摄影机取代手机进行拍摄，以往作为核心拍摄工具的手机逐渐沦为短视频的展示平台。与发展初期的“长镜头”拍摄不同，这时期的短视频创作者会根据确定的创作意图，拍摄多个镜头段落，并将这些镜头段落通过蒙太奇的电影剪辑手段合成一个具有“合一意义”的、意义连续的影像文本。剪辑手段的普遍应用还催生了近年来火热的“短视频电影”与“短视频电视剧”，这是一群掌握电影剪辑技巧的短视频博主将冗长的电影和电视剧剪辑成几十秒、几分钟到几十分钟不等的影像片段，发布于短视频平台供人们观看。这些短视频文本虽然被拆分，但

它们都被按照剧情编号，并以编号顺序排列，甚至被置于一个“合集”之中。如一个在抖音平台发布了电影《东邪西毒》的博主，其将电影拆分为三个部分，他不仅按照剧情对三个片段进行了标注（《东邪西毒》01、《东邪西毒》02、《东邪西毒》03），还将其纳入《东邪西毒》这一合集中。因此，虽然“短视频电影”与“短视频电视剧”在形式上呈现为时长不一的文本片段，但因为被置于一个完整意义的阅读框架中，因而也是一种“强意图性”的文本生产。

3. 商业资本介入，文本生产“流量化”

随着短视频这一媒介形式被广泛接受，其迅速被资本力量所裹挟，逐渐变成了流量变现的工具。如前所言，短视频发展初期，其文本创作动因由偶然兴趣所引发，这一过程既无提前预设的创作设想，也无剧本、创作团队。但短视频逐渐被商业资本介入后，“流量变现”已成为众多短视频创作者的核心追求。在“流量为王”的思维下，这一时期短视频的文本创作显示出强烈的文本意图性。

这种文本意图的彰显首先体现在文本生产者对自我情感“刺点”的让渡。因为在短视频作品数量泛滥和同质化严重背景下，只有那些“博人眼球”和“让人共鸣”的作品，才能迅速获得关注、收获流量。因此，为使生产出来的短视频文本能更好地取悦观众，创作者在文本生产中已经放弃自己的自我“刺点”，转而寻找和锚定目标受众的公共“刺点”。在传媒与科技高度结合的今天，这种锚定可在算法的加持下高效实现。如抖音短视频就在短视频的推广过程中，大量使用了“基于用户信息的基本协同过滤”算法，这一算法通过获取用户注册时的基本信息，实现了对用户画像的大致描绘。^[14]为使短视频创作者能高效使用平台算法得到的用户画像，许多短视频平台都推出了“拍同款”功能，以方便创作者能更精准地定位目标受众，并了解目标受众的公共“刺点”。

此外，商业资本的介入，为短视频的创作赋予了强烈的商业色彩和带货意图。如抖音短视频中一个卖牛肉丸的主播，在短短数年间就发布了15万条短视频作品，经计算其每天几乎要发布上百条短视频。而这些短视频无一例外都是在宣传与推销自己的商品。在商业资本的裹挟下，许多流量博主也都签约到资本机构，成为资本“流量变现”的工具，也因此丧失了短视频文本生产中至为核心的自我文本的自由生产权力。如近年来刷爆网络的“李子柒事件”，便是短视频博主与资本力量争夺

创作自由权的典型。

结语

从生产逻辑上看，短视频的文本生产是一种与电影、电视等传统视听媒介不同的新文本生产方式。发展初期的短视频文本生产，在本质上是一种弱意图文本生产实践。但当下的短视频文本生产范式，无疑已从弱意图文本生产走向了强意图文本生产，这一变化既是短视频顺应时代需求自我革新的结果，也是短视频文本独特性消失的危机显现。如何兼顾短视频的文本生产特异性，以及知识传播时代对短视频文本意图性的需求，是摆在中国短视频产业面前，亟待解决的问题。

参考文献：

- [1] CNNIC. 第49次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].[2022-04-07].<http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202202/P020220407403488048001.pdf>.
- [2] 赵毅衡. 符号学原理与推演[M]. 南京：南京大学出版社，2016.
- [3] 史忠义，户思社，叶舒宪. 风格研究 文本理论[M]. 开封：河南大学出版社，2009：297.
- [4] 奥利弗·博伊德—巴雷特，克里斯·纽博尔德. 媒介研究的进阶：经典文献读本[M]. 汪凯，刘晓红，译. 北京：新华出版社，2004：547.
- [5] 安德烈·巴赞. 电影是什么[M]. 崔君衍，译. 北京：中国电影出版社，1987.
- [6] 赵禹平. 作为正项的中国新主流电影：一个符号学分析[J]. 编辑之友，2019（8）：66-71.
- [7] Barthes R. La chambre claire: note sur la photographie[M]. Paris: Gallimard Seuil, Éditions de l'Étoile, 1980.
- [8] 罗兰·巴特. 明室：摄影札记[M]. 许绮玲，译. 台北：台湾摄影出版社，1995.
- [9] 罗兰·巴特. 明室：摄影札记[M]. 赵克非，译. 北京：中国人民大学出版社，2011：34.
- [10] 董迎春. 当代诗歌“刺点”及“刺点诗”的价值及可能[J]. 当代作家评论，2019（3）：173-174.
- [11] 许南明，富澜，崔君衍. 电影艺术词典[M]. 北京：中国电影出版社，1986：68.
- [12] 王洪岳. 论巴特的文本的愉悦理论及其他[J]. 海南大学学报（人文社会科学版），2007（4）：458-462.
- [13] 罗兰·巴特. 文之悦[M]. 屠友祥，译. 上海：上海人民出版社，2009：63.
- [14] 赵辰玮，刘韬，都海虹. 算法视域下抖音短视频平台视频推荐模式研究[J]. 出版广角，2019（18）：76-78.

（下转第112页）

- [26] The Student PIRGs. Ripoff 101: How the Current Practices of the Textbook Industry Drives Up the Cost of College Textbooks[EB/OL].[2022-04-20].
- [27] Association of American Publishers. Student spending on college course materials continues multi-year decline. [EB/OL].[2022-04-20].<https://publishers.org/news/student-spending-on-college-course-materials-continues-multi-year-decline/>.
- [28] The New York Times. That digital textbook? Your college has billed you for it[EB/OL].[2022-04-20].<https://www.nytimes.com/2020/02/28/your-money/college-digital-textbooks.html>.
- [29] 彭克勇. 美国数字教材销售新模式: 费用全包访问模式[J]. 科技与出版, 2019 (11) : 104- 107.

The Generation and Relief of the Dilemma of High-Priced College Textbooks in America

LI Xin (Institute of Chinese and Culture Education, Huaqiao University, Xiamen 361021, China)

Abstract: The prices of American college textbooks have soared all the way for nearly four decades, causing higher costs of education and further deteriorating the college student debt crisis, thus causing protests and resistance by the college student community. In order to alleviate the dilemma of high-priced textbooks, the US government, universities and publishers have taken a number of positive measures. Publishers promoted the development of digital teaching materials and introduced open textbooks as new business model. High-priced textbooks dilemma is relieved, college students' textbooks spending has decreased, types of textbooks and access methods are getting more diversified. However, problems such as bad sales behavior of publishers, congenital defects in digital textbooks and insufficient development of open textbooks remain. The game between multiple interest groups around the American university textbook industry will also exist permanently.

Keywords: America; higher education; college; textbook

(上接第68页)

The Logic of Short Video Text Production: "Punctum" and "Studium"

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

Abstract: Text is not only the content carrier of media, but also the logic of the mechanism of media content production. The concepts of "studium" and "punctum" put forward by Roland Barthes in his monograph on photographic text research better reveal the text logic behind the content production of visual media. Therefore, this paper attempts to investigate the text production mechanism of short videos and the paradigm evolution of short videos text production in China based on "punctum" and "studium". This paper holds that the text form of short videos actually determines the expression of text content, and the special text production mechanism of short video is the subversion and reconstruction of the traditional audio-visual text production mode. Compared with traditional media texts such as movies, short video is essentially a weak intention text. Therefore, the core of short video text production is to discard the intention of the text, so as to create the text "punctum" carnival. However, with the increasingly lengthening of short video, the massive application of montage editing technology, and the advent of the wave of short videos commercialization, the text intention of short videos has been further strengthened, gradually showing the "studium" carnival of the text. This phenomenon makes China's current short videos production face the crisis of the disappearance of text features.

Key words: short video; text production; punctum; studium; text intentionality