

传播符号学



地方性知识如何参与乡村媒介行动： “土味”短视频传播的人类学考察^{*}

李 菲 李士艳

摘 要：人类学有关地方性知识的论说，以“情境”“特定”“专属”等特征与前现代/传统社会的特定时空、地方和人群相联系。在传媒技术、话语生态快速迭代的当前社会语境下，众多“土味”短视频凭借低门槛、高弥散的媒介技术属性全面介入日常生活，也在中国城乡关系的重构过程中拓展了地方性知识嵌入媒介社会行动的新讨论空间。本研究凸显媒介空间地方性知识的实践面向，基于一个西北乡村媒介生活图景的民族志深描，从符号人类学视域出发考察乡村日常生活的符号化与媒介化的具身实践，观照“刷”短视频这一微观身体操演中隐含的知识平权、信息扁平和基层主体身份意识的建构和表达，从而在媒介符号“可见性”“可供性”与“可刷性”的复杂关联中看到，地方性知识不仅作为一种知识要素嵌入了“土味”乡村的媒介符号图景，也作为重要的行动路径折射出乡村民众从“地方”这一特定历史位置参与当下媒介世界的复杂经验和主体意义。

关键词：地方性知识，媒介行动，“土味”，符号人类学，乡村

^{*} 本文为教育部人文社科重点研究基地“十四五”重大项目“中国俗文化研究的跨学科理论与方法探索”（22JJD850015）中期成果，中央高校基本科研业务项目“数字时代民族互嵌型社区铸牢中华民族共同体意识的媒介构筑与表达”（31920220118）中期成果。

How Local Knowledge Participates in Rural Media Action: An Anthropological Examination of Short Videos with a “Local Flavour”

Li Fei Li Shiyao

Abstract: The anthropological discourse on local knowledge, characterised by the concepts of context, specificity, and exclusivity, is associated with specific times, spaces, places, and populations in pre-modern/traditional societies. In the current social context of rapid iterations of media technology and discourse ecology, numerous “local flavour” short videos, with low-barrier and highly dispersive media technology attributes, have fully penetrated daily life. This phenomenon has expanded the space for discussing how local knowledge can be embedded into media-based social actions during the reconstruction of urban-rural relations in China. This study highlights the practical aspect of local knowledge in the media space. Based on an ethnographic deep description of social media depictions of daily life in a village in northwestern China, the study examines the embodied practices of symbolisation and mediatisation of rural daily life from the perspective of symbolic anthropology. It considers the implicit construction and expression of knowledge equality, information flattening, and grassroots subject identity awareness in the microscopic bodily practice of “browsing” short videos. Within the complex association of media symbols’ visibility, affordance, and browsability, it is observed that local knowledge not only embeds itself as a knowledge element in the media symbolic landscape of rustic villages, but also represents an important action path, reflecting the complex experiences and subjective meanings of rural people participating in the current media world from the specific historical position of locality.

Keywords: local knowledge, media actions, “local flavour”, semiotic anthropology, rural areas

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202402013

引言：综述与问题

“地方性知识”的观念早在古希腊哲学思想中即已存在，但明确将其作为一个学术概念加以研究并引发国际学术界广泛讨论的学者当属美国人类学学者格尔茨。以格尔茨为代表的人类学地方性知识主要指一种与地域和民族、民间相关的知识和认知模式，带有浓厚的后殖民色彩。作为人类学为人文社会科学学科锻造“元方法”的又一重要贡献，“地方性知识”概念迅速引发学术界的跨界应用和激烈讨论，尤其在中国本土语境中形成了几种代表性的研究取向。(1) 将地方性知识视为一种科学实践哲学。在不同的哲学语境中，地方性知识有不同的指称，如“殖民化的”（对应“西方的”）、“前现代的”（对应“现代的”）、“情境化的”（对应“普遍性的”）（刘大椿，赵俊海，2016），等等。科学实践领域的地方性知识理论以科学知识为主体，力求在普遍的科学知识中带入地方性情景，而非简单地用从普遍到特殊的知识结构来理解科学（莫愁，2020）。(2) 将地方性知识视为一种“知识观念”。这里的地方性知识，不是指任何特定的、具有地方特征的知识，而是一种新型的知识观念，包括特定价值观念、立场和视域等（盛晓明，2000）。地方性知识的确认对于传统的一元化知识观和科学观具有潜在的解构和颠覆作用（叶舒宪，2001）。(3) 尤其重视地方性知识与“本土”“传统”等知识形态的承继与关联，提升“本土知识”（张永宏，2009）、“民间知识”（陈爱国，2015）、“土著知识”（游承俐，孙学权，2000）、“传统知识”（薛达元，郭烁，2009）的当代价值意义。这些地方性知识往往强调植根于当地人深厚的传统知识体系中，与正规或抽象的专业知识不同，是行动者自己的“常识”或“一般的情境化知识”，而并非只是“土话”或“琐事”（Mitchel, 1997, p. 2）。

上述以人类学为代表的人文社科领域有关地方性知识的论说，均以“情境”“特定”“专属”等特征与传统社会特定时空和地方相联系。正如格尔茨本人的立场——地方性知识是一种后现代主义话语，其目的在于提供矫正现代化和对抗全球化的工具和武器（2000, p. 19）。本研究的问题意识也在上述讨论的基础上导向三个值得商榷的重要方面：(1) 当下媒介世界正是滋生于格尔茨意欲批判的全球化进程和现代化情境内部，地方性知识能否在媒介世界找到自身存在的合法性？(2) 以“流动性”为本质的媒介世界中，传统

意义上专属、特定的地方性知识如何被呈现和表达,被看见和感知?“地方性”与“流动性”如何互嵌?(3)充分揭示地方性知识的知识哲学、知识观念、知识形态的多重“知”之属性之后,能否超越“知识/话语”路径,理解地方性知识如何参与媒介行动,从知识论立场迈向“行”的实践面向?因为地方性知识本质上必然从实践出发而归于实践。

值得注意的是,格尔茨既是人类学有关地方性知识的重要论述者,也是人类学符号研究的重要贡献者。他在《文化的解释》(1973)一书中首次援引符号学的概念进入人类学领域,指出文化是由人编织的意义之网(2014, p. 65)。卡西尔敏锐地看到了符号化思维和行为在人类生活中的重要意义(1997, p. 35)。符号学和人类学二者在探究意义的层面共同导向对意义结构的文化分析。本文沿着格尔茨的路径,将符号、符号化作为民族志深描方法和阐释人类学分析重要基础之一,对地方性知识与人类学符号研究加以关联讨论,以中国西北乡村媒介生活图景为个案,考察个体符号化、媒介化具身实践。已有大量研究讨论区域社会整体媒介转型变迁的个案,因此本文并非以勾勒村落媒介实践的现象为目的,而是以深描村落媒介实践为研究起点,深入讨论媒介空间地方主体的行动策略,从“行动”的意义上考察地方性知识。文中所讨论的地方性知识并非智识主义立场的“知识”,而是媒介空间具像化的“知行”符号实践。当快手、抖音等短视频平台成为重塑乡民具身嵌入和参与内外世界的行动逻辑,方寸指端的“刷”视频就成为一种隐含知识平权、信息扁平化、底层主体意识建构和表达的重要微观身体操演。从媒介学视域出发,在可供性、可见性、可“刷”性的复杂关联中,我们看到作为社会行动的“刷”视频和地方性知识,进一步考察地方性知识作为知识要素嵌入“土味”乡村的媒介符号途径,以及乡民在“地方”这一特定位置参与当下媒介世界的“知行”经验和主体意义。

一、打柴沟村:一个西北乡村的媒介生活图景

研究选取天祝藏族自治县打柴沟镇打柴沟村作为田野调查点,主要采用“线上+线下”田野考察、参与式观察、深度访谈的方法,关注乡民围绕短视频的媒介生活实践。^①打柴沟镇距县城19公里,打柴沟村是打柴沟镇17个

^① 田野调研时间为2021年10月至2022年10月。

行政村之一，是镇政府所在地，村内常住人口 215 户 834 人^①，有藏族、土族等少数民族，属于汉族与其他民族杂居社区。该村紧邻 312 国道，地理位置优越，交通便利，乡民多采取半工（周边务工）半农（农业种植）半牧（畜牧养殖）模式维持生计，经济发展水平高于周边其他村庄。自 2005 年开始，个别富裕家庭陆续接入宽带，配备台式电脑，截至 2022 年底，打柴沟村宽带和电脑普及率达 60% 以上。调查期间，笔者抽样的 215 位调查对象中，201 人持有手机（190 人手机中安装了微信、抖音、快手、西瓜视频等 App，其中尤以抖音、快手深受喜爱），13 人表示家里人有手机，1 人（孤寡贫困户）没有手机。选取打柴沟村作为田野点，原因在于：其一，该村手机和互联网覆盖率较高，网络基础设施建设日益完善，能为理解短视频媒介在乡村社会的嵌入提供充分的材料；其二，短视频已然跃升为一种现象级的文化实践，打柴沟村异质行动者热衷使用短视频的媒介实践行动，嵌入了乡村内生性发展的过程，对媒介空间地方性知识的重塑有重要影响，具有一定典型性和代表性。

改革开放以来乡村媒介历经广播、电视及以微信、短视频为代表的移动终端的不同发展阶段。近年来，在国家“数字基建”顶层制度设计和基础设施建设实践迅猛推进的背景下，智能手机以不可抵挡之势占领乡村，网络通信设施逐渐成为和家屋、农田等其他物质同等重要的村民日常生活的基础设施之一。访谈中乡民表示，手机基本都随身携带，田地里、院落里乡民“刷”视频的身影随处可见。手机和短视频同其他物质一同构成人们日常生活的场景，自然地嵌入个体的生活空间，“刷”视频日益成为人们消磨时间的首选。可以说，媒介技术的发展重塑了社会行为、关系和结构，也改变着人们认识、走进“地方”的方式。

“地方”作为人类学、社会学、人文地理、媒介地理等学科的重要研究母体，承载着社会和文化的意义。媒介的崛起颠覆和消解了地方的传统意涵，媒介文本建立了观看世界的方式，建构起地理的想象（克朗，2004，pp. 107 - 130）。反观打柴沟村的媒介生活图景，既有强调地方本身客观属性的物质性要素，如自然、农田、村舍等地方文化符号表征；又有在地生活场景的可视化生产，与日常生活紧密相连的耕田插秧、美食制作、牧马放羊、上山进城等实践性要素；更有人们通过日常生活实践构建的地方经验和生命

^① http://www.gstianzhu.gov.cn/art/2023/2/3/art_6183_1047901.html. 浏览时间：2023 年 3 月 18 日。

感受,以及节日习俗、民意风情、手工技艺等围绕“地方”锻造出的文化景观。媒介空间将承载地方性知识的“事”“物”“意”转化为文字、声音、影像等丰富的视听表征符号,绘制出乡村地方生活图景。

二、短视频中的地方性:乡村生活的符号化和媒介化编码

保罗·亚当斯(Paul Adams)认为,地方意味着传播所“承载和传输的社会现象和经验”,经过传播的现象和经验包含了“媒介化经验和直接经验”,进而产生了地方意象,具有一定的社会建构性。(2020, p. 5) 物理空间是建构异质性媒介空间的基础,短视频在乡村的下沉,将媒介与地方密切相连,虚拟/现实、线上/线下互相嵌套,蕴含“土味”的物质要素、实践行动、非物质文化被转译为可观看的符码。

(一) 活在乡村:村民媒介生活的流量密码

当地人短视频使用的情况,大致可分为三类:一类既“看”也“被看”,既观看视频也参与拍摄和发布;一类以“看”为主,他们较少发布作品,热衷于观看和收藏,属于“沉默用户”,在当地短视频使用中占据主流;还有一类主要是老年人(≥ 60 岁)和儿童(≤ 12 岁),一般作为拍摄对象或背景存在。为了更系统、整体地了解当地乡民媒介生活图景,笔者深度参与并观察乡民的短视频媒介行动,主要采取目的性抽样法及滚雪球抽样法,选取10位具有不同职业身份、文化水平等的乡民,覆盖该村短视频媒介接触的各类人群(当地网红、普通用户、新农人、返乡青年、农牧民、大学生等),其中女性3人,男性7人,年龄集中在25~60岁;访谈形式为无结构式访谈,每次访谈时间均保持在20分钟以上。具体情况如表1所示。

线下田野调查期间,笔者参与观察乡民使用短视频的具体场景,将多元主体短视频媒介实践放置于乡民日常生活的脉络中观察行动者的媒介实践。同时,线上不间断观察乡民短视频平台上的粉丝参与度、视频播放量、直播带货销售量等。

表 1 受访者信息

受访者	性别	年龄	职业	民族	文化水平	短视频使用平台
A1	男	45	司机	土族	高中	快手
A2	男	50	农民	汉族	本科	快手
A3	男	41	农民	藏族	初中	抖音
A4	女	58	农民	土族	初中	快手
A5	女	40	粉刷匠	汉族	初中	快手
A6	男	37	村干部	藏族	本科	抖音
A7	男	40	牧民	藏族	初中	抖音
A8	女	30	农民	汉族	初中	快手
A9	男	28	个体经营者	藏族	大专	快手 抖音
A10	男	35	农家院老板	汉族	初中	快手

那么，媒介空间多元主体如何以具身实践表达地方性知识？对此，下文聚焦个案进一步阐释，并在个案研究基础之上，整体性分析打柴沟村的地方媒介生活。

受访者 A9，“90 后”，藏族，大学毕业后返乡创业，在县城经营一家土特产销售店；注册了抖音、快手账号，是“新农人”的典型代表。随着网络平台的崛起，他开始使用短视频，除拍摄生活日常外，逐步开始网络直播带货，粉丝量可观（表 2）。

表 2 A9 短视频账号数据^①

统计项目	抖音平台	快手平台
获赞数	73.1 万	95.7 万
发布作品数	181 件	182 件
粉丝数	5.7 万	12.9 万

分析受访者 A9 的账号内容，“剪羊毛”“挖虫草”等生活视频占比较大，此类日常实践行为是镌刻于当地人头脑中的一套文化系统，经当地人对所在

^① 数据统计截止日期为 2023 年 4 月 13 日。

地深入观察、细致体悟、经验积累形成具体知识体系,是指导当地人实践行为的基点,内嵌于当地人的日常生活之中。

传统乡村社会女性经济不独立,较少参与社会活动,短视频为乡村女性进入公共空间提供了更多可能,一定程度上提升了乡村女性的地位。受访者A8,是一位“90后”家庭主妇,爱好跳舞,2018年注册快手账号,起初以“看”为主,2018年底发布第一条作品,截至目前发布作品500余件,粉丝17.3万,获赞121.4万次。^① 田间地头、房前屋后、山间野外都是她的直播场景,凸显自身“农人”身份,发布展示个人才艺、“泛生活化”视频,虽内容琐碎,但恰因极具生活底色而吸引围观者,将原本处于“后台”的内容“前台化”。

(二) “土味”:媒介空间中的乡村符号化编码

约翰·哈特雷(John Hartley, 1999, p. 218)最早明确提出“媒介空间”概念,他将媒介空间视为符号空间,认为媒介空间充满了符号运作和象征性实践。媒介中的“地方”往往被塑造为“符号的地方、场所的地方和消费符号的地方”,媒介的这种地方性是由“地方”和“空间”同时在场决定的(邵培仁, 2010)。短视频作为乡村景观的“取景器”,沉浸在乡村日常生活中,将人们带入丰富的视听语言和符号呈现中参与媒介消费。

媒介文本的符号表意,首先要将对象符码化,经过编码之后的符号文本才能携带发送者的意图。符号文本的意义以“媒介再现”展示在接受者面前,通过接受者对符号文本的解码,实现意义的传递。有学者(徐新建等, 2020)主张,乡村生活的本体论价值在于乡民主体在场的生活世界本身。乡民随时拍摄、剪辑、上传视频,展示乡村生活,个体媒介实践行为背后是活生生的地方生活场景,将生活世界中可操作的经验转化为媒介空间符号化的信息。在一系列的短视频里,鲜活的农人形象、传统的游牧生活场景、充盈地方实践智慧的人与自然相处之道,无不折射着地方性知识,体现出日常生活的地方韵味,展现具象的乡村景观与多元的视觉符码。

(三) 媒介化:多元行动者的具身实践

法国学者雷吉斯·德布雷(Régis Debray)将人类文明史划分为文字(逻各斯域)、印刷(书写域)和视听(图像域)三个不同的媒介域(2014,

^① 数据统计截止日期为2023年4月13日。

p. 48), 德布雷曾用极富文采的语言描述视听(图像域)对文字(逻各斯域)、印刷(书写域)造成的冲击,即“活生生的肉体战线恢复了力量,它使干瘪的语言战线变得哑口无言”(p. 47)。从媒介的特性来看,短视频突破了文字的藩篱,其诉诸视听文本而非书写文字的形式大大降低了信息传受的门槛,激发了普通人的传播本能,重构了信息传播路径。

乡村媒介实际行动中,新农人、驻村书记、村镇干部、普通乡民、大学生等异质网络行动者们不断形塑乡村媒介化的动态传播图景,生产出大量乡村的微记录。如受访者A1的作品“看社火和灯会”,再现了乡村传统民俗活动。他表示“以前也想发布,但不知道怎么写,就没发过。现在有了短视频,简单好用,可以随时发布”。受访者A6发布当地藏族手工编织物品,传统藏族手工编织是藏民族生产生活实践中形成的本土智慧和文化生活,地方对于“物”的实践,蕴含着丰富的本土文化。

乡民们的短视频大多文案朴实无华,也没有刻意的拍摄技巧,透过个体微观而具体的感官体验,体现出日常生活的价值。乡村网络行动者的媒介实践,让地理空间不再局限于静止的位置坐标,乡野、农家、田园等乡村景观成为“地方”的标签,激活身体活动的通感体验,展现出“自在”的乡土生活。

三、“刷”视频:乡村地方主体的媒介参与与流动的社会关系

有研究者(关琮严,2020)通过对新中国成立后农村媒介实践史的考察指出,“媒介主体性”在中国本土语境中始终承载着“乡村媒介启蒙的核心意涵”;乡村媒介空间中人的主体性的生成与发展是媒介技术启蒙与国家培育共同发挥作用的结果。在全球化、市场力量、现代媒介技术介入等多重因素影响下,在乡村媒介环境从传统向现代转型的过程中,技术给乡民带来了全新的体验,孕育出乡民强烈的媒介参与意识,媒介实践逐渐转化为乡民日常的生活惯习。

“刷”视频的阅读习惯不同于传统的“读”“看”,从阅读行为和意愿来看,“刷”较为随意,随时可进入;从阅读体验来看,“刷”强调快,快速浏览、快速跳跃;从阅读主体而言,“刷”这一行动更强调主体能动性。“刷”短视频已然进入乡村日常生活的实践领域,成为形塑个体社会行为并建构新的社会关系的重要介质,折射出当代媒介世界和媒介行动前所未有的广度和深度。

(一) “刷”视频：媒介行动的基层参与与数字平权

文化政治学视角下的底层群体，尤其是乡民群体，在既往的权力结构中处于弱势地位，普遍缺乏话语权。短视频时代信息的创生与获取引发巨大变革，任何人——消弭教育背景、经济实力等的障碍——都可以借助短视频参与媒介实践，拉平了个体间的信息鸿沟，乡村获得了自我言说的媒介机遇。“去专业化”的个体表达，促推平民化、碎片化信息的生产，形成了源源不断的信息流。“去中心化”的传播格局，赋权普通人社会话语的表达权，极大拓展了个体媒介实践的平权。借助短视频平台，乡民不仅可以向政府部门表达诉求、反映民生问题，也可以获取政务信息，讨论公共事务，学习农业知识传播和技能等，彰显乡民主体性和公共意识的觉醒。从媒介参与的具体路径来看，“刷”视频的行动包含发布、搜索、关注、点赞、评论、转发等。调查获知，乡民每天将一定量的时间投入短视频，在丰富的视听符号呈现中参与媒介消费，进入社会信息交互。

发布：乡民发布的作品主要以具体的位置坐标和空间景观出现。位置坐标聚焦于承载文化的地域、场所等载体，空间景观以物质和非物质场景的符号化再现。如荒野山头砍柴、生火，就地选择食材制作传统美食，日常养猪喂鸡等纯粹生活场景的记录，将乡村转化为具象的被观看、凝视、消费的对象。

搜索：通过关键词或主题可以快速进行内容搜索。短视频虽提供丰富信息，但内容质量参差不齐。

点赞、评论、关注：在抖音、快手等短视频平台中，一键即可轻松关注，“一般会关注自己感兴趣的内容，方便下次观看”（受访者 A2）。点赞、关注是对博主的肯定，传递出积极的意义，评论则提供了表达与互动的可能性。

转发：通常是分享自己认为有价值或感兴趣的内容，实现信息裂变传播，延伸传播范围。

点赞、评论、转发等外显文本是视频传播效果、热度、能力的量化体现，数字越大，裂变式传播能力越强。点赞数代表认可度，评论数是话语互动的表现，转发数的多少意味着裂变传播的强弱（王小英，祝东，2023）。短视频强制性携带的这些外显数字，是其突破意义空间的“社交+互动”传播机制的展现（晏青，罗小红，2019），同时也是媒介技术介入日常生活，推动传统中国社会差序格局和城乡阶序关系发生数字转型的重要途径。

（二）“刷”出来的关系：媒介关系与乡民交往实践

短视频成为乡村社会文化呈现的重要介质，闲暇时间乡民会看视频或拍视频，既在网络空间“流动”，也将个人日常生活编织进媒介空间。丹尼尔·米勒（Daniel Miller）指出“数码定位并不意味着空间的消亡，反而，这意味着无法磨灭的空间烙印”（米勒，霍斯特，2014，p. 36）。受访者 A10 表示“看视频时，会看村里认识的人，看他们发什么”；受访者 A7 表示“看熟人的视频看得多，有时也会看看陌生人”。从表面上看，“刷”视频是被商品世界界定的媒介行动，媒介提供什么，用户“刷”什么。深层次展开发现，用户“刷”什么，怎么“刷”，仍取决于行动者的主体能动性。一般来看，乡民“刷”视频时趋向于关注与自己相关的、附近的生活化内容，通过具身体验确立个体的主体性地位。

就乡村内部媒介关系而言，这涉及集体化时代的媒介参与模式改变之后，如何确保农村公共媒介空间媒介工具理性和价值理性的持续均衡发展。调研结果显示，当地人“刷”视频的行为中，点赞、评论、分享的视频来自亲人或同村、同镇的人居首，陌生人次之。短视频连接起具有强关系的用户，重构“熟人”间的跨时空关联，呈现出熟人连接的新形态，熟人关系逐步从线下延伸至线上，助推重建以现代媒介为中心的乡村媒介公共空间，“地方”由此纳入网络空间，网络空间以新的逻辑反作用于“地方”。

就乡村外部媒介关系而言，形成以趣缘关系为纽带的群体，为乡民再现超经验和超地域的外部世界。受访者 A5 表示“喜欢手工技艺，关注了织毛衣、剪纸艺人”。网络空间中个体可随时依据自身的身份、利益、爱好、情感、价值等因素与他者建立或中止连接（喻国明，耿晓梦，2021），社会关系的建构越来越不受地点的限制或物理位置的束缚，短视频逐渐成为乡村社会与外界共享、交换、交往的通道，拓展与外界以及更广泛的世界联系。总之，当代视觉文化不再被看作只是“反映”和“沟通”我们所生活的世界，它也在创造这个世界（拉康，鲍德里亚，2005，p. 12）。

四、可供、可见、可“刷”：作为媒介行动的地方性知识

“可供性”理论源于生态心理学，由詹姆斯·吉布森提出，后引入传播学领域，成为讨论新媒体技术影响的重要视角。短视频自由编辑的操作界面提供了信息生产的可供性，实现了乡村的“出场”；快速传播的移动可供性

使不同圈层的人参与其中,突破“在场”之维,建构起强劲的关系链条,提供连接的可供性,内容生产者和消费者间的点赞、评论、分享等显性社交行为疏通了媒介行动者的关系网络。总之,媒介世界的乡村具备了可供性的潜在全方面可能。“可见性”是媒介可供性讨论中的伴生词汇,丹尼尔·戴扬(Daniel Dayan)指出“可见性”是“被看见的、以自己的方式被看见以及让他人可以被看见”(2013, pp. 137 - 153)。地方性知识的可见性与媒介提供的“可供性”资源紧密相关。

(一) 乡村主体主导的“被看见”

以受访者 A9 为例,他透过乡村日常生活,呈现出与生计相关的地方性知识,展现出基于共同地域,并经过长期生活实践留下的独特生活标记、制度规范、宗教信仰、生态知识等的总和,是具有实用价值和本土特色的生活实践本相。乡民的短视频媒介实践可视为技术赋权语境下追求可见性的一种能动体现。能动指涉乡民的主体性实践,可见性的获得将乡民塑造为乡土社会的传播主体,他们历经“自在”“自为”“自觉”的意识转变,激活个体“显示自己,让自己被看到”(Zizek, 2012, p. 701)的欲望,进入短视频构建的展示与观看、描述与想象的关系之中。在远处的其他人可以在几乎相同的时间框架内变得可见,即可以在他们说话的时刻被听到,在他们行动的时刻被看到(Thompson, 2005)。

长期以来,我国城乡的二元结构、农村话语权和话语生产能力的缺失,导致媒介传播格局呈现高度的城市中心主义,乡村成为传播中的“他者”,乡民成为“沉默的另一半”(杨慧,雷建军,2018)。短视频在乡村的下沉,使身处不同时空的个体变得可见,作为边缘群体的乡民在信息传播系统中得以凸显,通过主动参与短视频媒介实践获得可见性,同时,原本遮蔽在传统媒介空间中的“土味”也“被看见”。这在微观层面上为乡村生活进入更大平台提供了机遇,乡村从被言说、被定义的状态中挣脱出来,看似无意义、无价值的日常生活的呈现,统合形成乡村的意义,一定程度上“看不见的乡村”走向“随处可见的乡村”。短视频“平等普惠”的价值观和独特的人工智能推荐算法,打破一直以来由精英阶层主导话语场的局面,打破信息壁垒,增加个体“被看见”的可能性。可见,经由媒介技术赋能,越来越多的乡村主体主导了选择哪些地方生活“被看见”的路径,不仅在流动的媒介空间中扩展了地方的“数字化在场”,也表征了乡民的数字公民权。

（二）反凝视与地方性知识的“她叙事”

雪莉·奥特纳（Sherry Ortner, 1972）主张从自然与文化二元结构入手思考人与自然之间的关系，分析社会性别关系的建构，认为男人和女人没什么不同，而事实与差异只有在文化界定的价值体系框架内才具有“优越的/低劣的”这种对比意义。传统社会秉持男主外女主内、男尊女卑、男主女从等性别偏见，女性的经济地位和话语权往往被忽视和压制（Judd, 2009）。随着女性地位的不断提升及媒介技术的迭代，技术的可供性提高了乡村女性的媒介可见性。

有研究显示，在快手这个格外被农村用户偏爱的 App 中，农村青年女性网民的增长最为迅速（He, 2020），新媒体为广大农村女性提供了信息供给和接受的渠道（何晶，2015），为乡村女性提供了一个延伸的现代空间。在短视频平台，乡村女性获得了前所未有的展演机会，平时“看不见”的乡村女性，在媒介空间“随处可见”。乡村女性发布的作品中，既有村里吃酒席、下地干农活、放学接孩子、在家做针线、饭后跳广场舞等内容，也有编织、刺绣、剪纸、缝纫等传统中国乡村社会的“女红”文化。从地方性知识生产的视角来看，女性经验是地方性知识的重要成分，是女性根植于复杂社会生产劳作及生活实践中积累起来的经验结晶。乡村女性生产的短视频内容体现出传统农耕文化生存与发展的智慧，凸显了地方性知识的女性主义认识论的价值和意涵，激发女性价值观念及“她意识”的觉醒，跳脱出以男性为主的权力凝视运作逻辑，走向女性视角的反凝视，赋予女性更多性别潜能的释放，改变了大众传播时代女性形象的“象征性歼灭”（斯特林纳提，2001，p. 198）。

（三）地方性知识的媒介可供性、可见性与可“刷”性

可供性强调客观环境赋予主体行动的可能性条件，适用于考察媒介环境变革对媒介实践主体及其行动所产生的影响（Gibson, 2014，p. 10）。乡村网络基础设施建设的推进和智能手机的普及，大大提升了乡民的媒介接近权，拥有一部智能手机即可进入短视频，扩展了个体媒介实践的可能半径，为“土味”文化的传播提供了技术可供性。从传播层面看，短视频固有的扁平化特征在于“短”“碎”。“短”是时间短，短视频时长几秒至几分钟，开启应用界面，上下滑动手指，无需点击视频即可切换播放信息，随时开始，随时结束；“碎”即打破传统线性叙事基本逻辑，在有限的时间以拼接的形式

重构叙事话语,直接呈现亮点,抓住受众注意力。这种毫无障碍的交互方式和技术框架,为用户提供了极大的使用便利和无缝接续的休闲体验,符合碎片化时代用户接收信息的需求。

近年来,响应乡村振兴、数字乡村建设等官方政策支持,以抖音和快手为代表的短视频平台加大对“三农”短视频创作的扶持力度。从长时段的历史考察来看,短视频让很多处于“失语”状态的“无名者”不再被忽略,普通人在短视频平台也能够得到展示机会,出现了无数的“平民起居注”(潘祥辉,2020),构筑了一个“生活史的博物馆”(快手研究院,2019, p. 200)。处于边缘的乡民涌入大众视野,将短视频作为个人生活记录、自我表达的新手段,创造出海量生活化视频,生成大量“三农”议题,与精英文化形成对抗。

作为本文核心的可“刷”性,就是乡民“拍”视频和“看”视频行动中的地方性知识。那么,为什么地方性知识可以作为媒介行动?从内容生产者的角度而言,乡民的地方性知识媒介行动影响了媒介空间的可“刷”性,乡民将基于个体生活经验、实践感知、情感体验的地方性知识,转化为媒介空间中可感的视听符号,媒介空间的可“刷”性进而成为可以由内容生产者控制的可见性。所以,地方性知识不是一个干巴巴的关于地方的知识和现象,而是经由主体内化以后带有个体情感投射、生命体验、意向指引的知识,这种地方性知识可能不在乎流量,不具备表演性或者是抵抗性的。由此可见,此时的地方性知识不再是专属于“地方”的知识,而是体现在个体身上。正如本文受访者A9作为众多牧民中的一员,他在短视频里呈现的地方性知识既是有关牧民的地方性知识,也是独具特色的具身化地方性知识。可“刷”性由此获得了一种可行动性,重构了媒介空间地方性知识的“知行”实践。

结 语

短视频和网络直播等新媒介技术在乡村社会无差别的介入,拓展了地方性知识的既有认知。原本处于各自区域、自成体系的“地方”知识系统,在媒介空间有了多重含义。人类学家强调“地方性”,重视“深描”的显微研究法。本文通过对西北乡村社会典型媒介行动个案的阐释,超越地方性知识的认知论立场——“知”,迈向实践论立场——“行”,从社会行动的视角考察媒介空间地方性知识如何作为知识要素重塑乡民具身嵌入和参与内外世界的行动逻辑。地方性知识作为重要的行动路径折射出乡民从“地方”这一特

定历史位置参与当下媒介世界的复杂经验和主体意义。世界各地正在进一步扩大互相联系，而这一过程导致了相互作用和相互依赖的复杂形式（Thompson, 1995, p. 149）。事实上，媒介空间多元异质行动者“刷”视频的媒介行动中隐含着被忽视的地方性知识的情感面向，在此，地方性知识并非空洞的“知”，而是连接主体的情感因素，透过媒介空间乡民朴素的、生活化的、日常性的短视频，折射出个体的生命情感和生活意蕴，体现出地方性知识由“知”而“行”的实践面向。

引用文献：

- 陈爱国（2015）. 民间知识视野下的环境问题——以湖泊渔民的“想象力”和“生活经验”为中心. 文化遗产, 1, 112 - 119 + 158.
- 德布雷, 雷吉斯（2014）. 媒介学引论（刘文玲，译）. 北京：中国传媒大学出版社.
- 格尔茨, 克里福德（2000）. 地方性知识——阐释人类学论文集（王海龙，译）. 北京：中央编译出版社.
- 格尔茨, 克里福德（2014）. 文化的解释（韩莉，译）. 南京：译林出版社.
- 关琮严（2020）. 乡村家庭媒介空间中人主体性生成的历史考察——以甘肃省滋泥水村为例. 新闻爱好者, 6, 31 - 34.
- 何晶（2015）. 新媒体与农民工的信息化路径分析. 现代传播（中国传媒大学学报）, 37（2）, 129 - 134.
- 卡西尔, 恩斯特（1997）. 人论（甘阳，译）. 上海：上海译文出版社.
- 克朗, 麦克（2004）. 文化地理学（王志弘等，译）. 台北：巨流图书.
- 快手研究院（2019）. 被看见的力量：快手是什么. 北京：中信出版集团.
- 拉康, 雅克；鲍德里亚, 让；等（2005）. 视觉文化的奇观：视觉文化总论（吴琼，编）. 北京：中国人民大学出版社.
- 刘大椿, 赵俊海（2016）. 科学哲学的经验主义新建构. 中国社会科学, 8, 47 - 65 + 205.
- 米勒, 丹尼尔；霍斯特, 希瑟（2014）. 数码人类学（王心远，译）. 北京：人民出版社.
- 莫愁（2000）. 从格尔茨“地方性知识”理论出发阐释民俗学关键词“地方性”. 温州大学学报（社会科学版）, 33（3）, 47 - 53.
- 潘祥辉（2020）. “无名者”的出场：短视频媒介的历史社会学考察. 国际新闻界, 42（6）, 40 - 54.
- 邵培仁（2010）. 地方的体温：媒介地理要素的社会建构与文化记忆. 徐州师范大学学报（哲学社会科学版）, 36（5）, 143 - 148.
- 盛晓明（2000）. 地方性知识的构造. 哲学研究, 12, 36 - 44 + 76 - 7.
- 斯特林纳提, 多米尼克（2001）. 女权主义与大众文化（高燕，译）. 载于陆杨，王毅（选编）. 大众文化研究, 197 - 208. 上海：上海三联书店.

□ 符号与传媒 (29)

- 王小英, 祝东 (2023). 微文化·交互性·像似符: 短视频的符号互动与文本构成. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 1, 102 - 110 + 120.
- 徐新建, 孙九霞, 李菲 (2020). 民俗·遗产·旅游: 乡村振兴的实践与思考. 西北民族研究, 2, 35 - 52.
- 薛达元, 郭冻 (2009). 论传统知识的概念与保护. 生物多样性, 17 (2), 135 - 142.
- 亚当斯, 保罗 (2020). 媒介与传播地理学(袁艳, 译). 北京: 中国传媒大学出版社.
- 晏青, 罗小红 (2019). 流动的意义: 传统文化移动传播的符号学阐释. 中州学刊, 1, 166 - 172.
- 杨慧, 雷建军 (2018). 乡村的“快手”媒介使用与民俗文化遗产. 全球传媒学刊, 5 (4), 140 - 148.
- 叶舒宪 (2001). “地方性知识”. 读书, 5, 121 - 125.
- 游承俐, 孙学权 (2000). “土著知识”研究. 中国农业大学学报(社会科学版), 1, 36 - 41 + 45.
- 喻国明, 耿晓梦 (2021). “深度媒介化”: 媒介业的生态格局、价值重心与核心资源. 新闻与传播研究, 28 (12), 76 - 91 + 127 - 128.
- 张永宏 (2009). 本土知识概念的界定. 思想战线, 35 (2), 1 - 5.
- Dayan, D. (2013). Conquering Visibility, Conferring Visibility: Visibility Seekers and Media Performance. *International Journal of Communication*, 7, 137 - 153.
- Gibson, J. J. (2014). *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition*. New York: Psychology Press.
- Hartley, J. (1999). *Uses of Television*. London: Routledge.
- He, L. (2020). “The Toad Wants to Eat the Swan?” A Study of Rural Female Chibo through Short Video Format on E-commerce Platforms in China. *Global Media Journal*, 18 (35), 1 - 6.
- Judd, E. R. (2009). Starting Again in Rural West China: Stories of Rural Women across Generations. *Gender & Development*, 17 (3), 441 - 451.
- Mitchell, B. (1997). *Resource and Environmental Management*. New York: Routledge.
- Ortner, S. B. (1972). Is Female to Male as Nature is to Culture?. *Feminist Studies*, 1 (2), 5 - 31.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Redwood: Stanford University Press.
- Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22 (6), 31 - 51.
- Zizek, S. (2012). *Less than Nothing: Hegel And the Shadow of Dialectical Materialism*. London and New York: Verso.

作者简介:

李菲, 教育部人文社科重点基地四川大学中国俗文化研究所教授, 研究方向为文学人类学、非物质文化遗产、西南少数民族文化。

李士艳, 四川大学文学与新闻学院博士研究生, 西北民族大学新闻传播学院教师, 研究方向为文学人类学、媒介人类学。

Author:

Li Fei, professor of Institute of Chinese Secular Culture, Sichuan University, Key Base of Humanities and Social Sciences, Ministry of Education. Her research fields are literary anthropology, intangible cultural heritage, and ethnic culture of southwest China.

Email: fz75420@126.com

Li Shiyan, Ph. D. candidate of School of Literature and Journalism, Sichuan University, teacher of School of Journalism and Communication, Northwest Minzu University. Her research fields are literary anthropology and media anthropology.

Email: 448978023@qq.com