

新大众文艺的一种形态及其反思

——以短视频为中心的分析

王光东,汪一辰

(上海大学 文学院,上海 200444)

[摘要]短视频作为“‘新大众’文艺”的一种典型形态,建构了一个数以亿计的超大规模“文艺人口”,它是当下社会中各行各业、具有一定文化素养且掌握一定技术能力、以中国公民占多数的集合体。同时,作为“新‘大众文艺’”的短视频,具有多样化、平滑、互动性等文本特征。在短视频中,算法技术造成的审美趣味单一化、内容的平庸化,是亟需关注的两大问题。“新大众文艺”是“进行中的文艺”,在短视频中,只有基于人的文化素质的整体性提高,建立起技术与文化共生的良性循环机制,方可真正实现“新大众文艺”的审美理想。

[关键词]新大众文艺;短视频;文本特征;反思

[中图分类号]G122;G124

[文献标识码]A

[文章编号]1671-3842(2025)05-0005-07

“新大众文艺”的概念内涵是复杂、丰富的,它一方面包含了伴随着数字技术的迅猛发展,尤其是移动互联网、智能手机和社交平台的普及,由技术与艺术的融合催生出的许多新的文艺形式、文艺形态;另一方面也包含了与传统大众文艺相关的文艺创作,譬如王计兵、“沂蒙二姐”等人的创作。本文主要讨论的是以“短视频”为代表的技术与艺术融合生成的新的大众文艺形态。“新大众文艺”以“新”修饰“大众文艺”概念,首先体现了一种历史性的回眸。文艺大众化作为中国文学百余年的历史进程中的重要实践方向,与中国式现代化和中国社会的发展进程密切相关^①。然而,在数字技术深刻重塑文艺生态的今天,“新大众文艺”的提出不仅延续了这一历史脉络,更试图在新的时代语境中,从学理层面理解大众文艺形态的嬗变。作为修饰词的“新”,提出了一个极为重要的理论问题:“新大众文艺”究竟“新”在何处?我们不妨从如下两个层面来理解:“‘新大众’文艺”和“新‘大众文艺’”。前者侧重于从文艺主体角度探讨数字时代大众身份、角色的变化与其相对应的文艺形态;后者则将“大众文艺”作为一个整体概念,强调在数字技术条件下产生的一大批新的大众文艺形态。

目前看来,网络文学、短视频、电子游戏、(线上)博物馆展览、说唱、脱口秀、播客、AI生成艺术等等,均是“新大众文艺”的重要组成部分。这些新的大众文艺形态,虽然有“新大众文艺”的共性特

[作者简介]王光东,上海大学文学院特聘教授、博士生导师;汪一辰(通讯作者),上海大学文学院讲师、硕士生导师,上海市“晨光学者”,邮箱:wych14101310@126.com。

^①这里的“百余年”是从1921年开始算起的。1921年《中国共产党第一个决议》中,就提出成立工人学校的设想;同年的《北京共产主义组织的报告》中,专门指出知识分子应当与工人阶级“加强内部联系,为此,我们决定在长辛店创办劳动补习学校,训练两千名铁路工人”。虽然这些思考当时没有直接提及文艺问题,但是其中蕴含走向工人、接触工人的思路,已经呈现出文艺大众化的思想萌芽。参见《北京共产主义组织的报告》,中央档案馆编:《中共中央文件选集》(第1册),北京:中共中央党校出版社,1989年版,第10-19页。

征,但是由于媒介载体、艺术语言、体验方式的差异,所以各文艺形态也存在一定的特殊性。因此,我们认为,试图阐明清楚“新大众文艺”到底“新”在何处,区分不同文艺类型而展开具体讨论,是尤为必要的。基于此,本文拟以“短视频”^①为对象,展开新大众文艺的内涵、特征和价值的分析,以期深入展开“新大众文艺”的讨论。

为什么选择短视频作为论述的核心?一方面,在经由“图像转向”的视觉文化主导下,短视频以其直观、即时、平滑的表达方式,迅速成为当下大众文艺消费的重要形式。据统计,截至2024年底,中国短视频用户规模已达10.4亿人,网络直播用户规模为8.33亿人,微短剧用户规模也达到6.62亿人^②。如此庞大的用户基数,不仅标志着短视频作为一种新兴文艺形态的普及性,更意味着它已然构建起一个数以亿计的超大规模“文艺人口”。这一现象不仅改变了传统文艺的生产与传播模式,也为文艺理论研究提供了全新的观察视角。另一方面,短视频的独特性不仅体现在其受众规模的庞大,更在于其内在的技术逻辑与文本特征的深度融合。短视频平台通过多重技术机制,实现了创作、传播与接受的全链条重构。这种技术逻辑不仅赋予大众以创作主体的身份,打破了传统文艺生产的精英化壁垒,还通过算法推荐机制实现了内容的精准分发与个性化匹配,极大地提升了文艺传播的效率和覆盖面。因此,以短视频为分析对象,更容易发现技术时代“新大众文艺”的新质因素及其存在的问题,这构成本文展开论述的学理前提。

一、“‘新大众’文艺”的“大众”

从中国文化史发展角度来看,传播媒介发生了多次变化,每一次媒介的变迁,都会带来文化形式和文艺形态的变化,特别是近代以来,印刷技术进入工业化阶段,促进了纸质传播媒介的繁荣,出现了大量的报纸、刊物,推动了知识的传播和思想的解放,同时也扩大了“受众”的范围,与此相关,文艺的形式也发生了变化,譬如,大量长篇通俗小说以及娱乐性、消遣性报纸的出现,这些文艺形式都具有“大众性”“通俗性”的特点。当下数字传播媒介的出现比纸质传播媒介更为便捷和迅速,其“受众范围”也更为广泛。那么,数字技术到底如何塑造了“新大众文艺”中的“新大众”?除了数量上前所未有之“大”以外,“新大众”在质上呈现出怎样的新内涵?这是本文需要讨论的第一个问题。

首先,从“短视频”这一“新大众文艺”形态来看,“新大众”已经不是一个单一身份划分可以定义的群体,在一定程度上,它是当下社会中各行各业、具有一定文化素养且掌握一定技术能力、以中国公民占多数的集合体。在过去的大众文艺中,“大众”在具体的社会语境中是有特定身份所指的,如从晚清到五四时期与通俗文艺相关的“市民”“平民”、“左联”时期的“普罗大众”、“延安时期”的“工农兵”等。当下从农村到城镇、劳动者到退休人员、青年群体到老年群体,他们都可以参与到短视频的制作、观看中。这种变化从根本上说,是科技赋能的结果。若是没有以5G为代表的高速流量、没有屏幕的换代更新(如高清屏、折叠屏、VR头显等),短视频中以“屏”为中介的“新大众”是无

^①多“短”的视频才能称为“短视频”?目前学界和业界都还没有形成统一的共识,5-15秒、1分钟以内或5分钟以内,均有论调。从这个层面上说,“短”是一个相对“长”(电影、电视剧)而言的概念。有学者认为,短视频是指“播放时长在5分钟以内,以PC端或手机移动端为主要播放载体,能够与社交平台无缝对接、用户可以实时分享的新型视频形式。”参见张健:《短视频类型创作导论》,苏州:苏州大学出版社,2021年版,第6页。我们认为,这个定义比较中肯,限定了短视频的时长,也对短视频的媒介载体和社交性能予以凸显。本文所谈的“短视频”,基本是在这个定义的视域内展开。

^②中国互联网络信息中心:《第55次中国互联网络发展状况统计报告》,https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2025/0220/MAIN1740036167004CKE0DITFO1.pdf,2025.01.17。

法生成的——不论是生产者意义上的“录屏”还是接受者意义上的“读屏”。所以，“文化素养和技术能力”构成“新大众”的第二个限定语，因为这里的“大众”与传统大众文艺指涉的“大众”不同之处在于，他们不仅能识字阅读，而且要有“技术装备(手机、电脑等)”且懂得一定的技术操作能力，这里的大众有了极大“创作—观看”的主动权。之所以说“新大众”群体“以中国公民占多数”，是因为“非中国公民”的外国人，也通过相关平台，参与到短视频的文艺的建构、欣赏中，这既包括参与中国故事讲述、分享文艺作品的“洋博主”，也包括在使用中国社交平台的外国人。前者如“浙江媳妇ROSE”(非洲)、“B站”UP主“我是郭杰瑞”(美国)、抖音号“iam迪娜”(摩洛哥)、微信短视频中的“提姆哥和妮可姐”(英国)等，后者的典型案例则是TikTok的“出海热”，近期非常火热的话题就是“China Travel”。有报道统计，在TikTok上“带有‘China Travel’标签的视频播放量基本都是10万起步”，这些具有“原生感”的中国实地旅游视频，引发了外国民众的“震惊”，这让他们有机会看到真实的中国^①。

其次，从短视频的生产格局上看，新“大众”另一个新特征，是从“单维度的接受大众”转变为“双维度的‘创作—接受’大众”。传统的“大众文艺”往往是由特定社会内精英阶层或专业机构主导的，内容的生产和传播是自上而下的，在此情况下，“创作者—大众(接受者)”之间总是存在一定的位差，这种位差造成的被动接受，在延安文艺初期充分暴露出来，例如当时戏剧界流行“大、洋、古”的创作倾向，这导致“戏剧工作者就完全和广大人民群众隔离了……群众看不懂……老百姓看了仍然莫名其妙”^②。所以，在《延安文艺座谈会上的讲话》中，毛泽东专门强调文艺工作者需要走向群众、深入生活，“为要在党政机关，在农村，在工厂，在八路军新四军里面，了解各种人，熟悉各种人，了解各种事情，熟悉各种事情，就需要做很多的工作”^③。但是，在“普及”为主导的文艺创作年代，欣赏者依旧是单维度的接受。哪怕在建国之后，出现了“工人文艺竞赛、战士诗歌运动和农村民歌运动”^④，但是这种个体性的身份转变并没有从结构上改变“创作者—大众(接受者)”之间的位差。1990年代以后，伴随着现代文化工业创作下电影、卡拉OK等新型大众文艺的兴起，似乎民众的参与性更强，社会主义市场经济下文艺创作出于市场的逻辑会考虑大众在接受视野和审美趣味，但是大众本身仍是无法直接参与到创作过程中的。相较之下，当下短视频领域则大大不同，智能手机简单、便捷的拍摄功能使得日常生活中的表达成为可能。外卖小哥的工作记录、老人的广场舞、厨师的烹饪过程等等，这些原本被认为是琐碎的日常活动，通过视觉化的表达，也获得了传播的可能性。这种改变，使“大众文艺”在“为大众服务的文艺”基础上，衍生出“大众自身创造的文艺”。当然，若是从美学角度对这种“大众自身创造的文艺”进行审视，或许不少短视频的制作在运镜、配音、剪辑等方面会显得“不专业”或“不美观”。但是，“参与”这一行为对于个体性的创作者而言，本身就具有意义。从这个角度而言，“新大众”的参与性与主体性，也赋予了“新大众文艺”一个重要特征，即它是一种“行动的文艺”。

第三，“新大众”呈现出的虚拟性“趣味共同体”特征也愈加明显。正如上文所言，之前的大众文艺有着明确的阶级或阶层限定，由此构成的“阶级意识”或“阶层意识”主导着文艺的生产、传播和价值判断。但是，在当下，个体性的“趣味”成为结构起大众的一种新方式，由此构成线上以点赞、分享、留言、投币为表达方式的“趣味共同体”。当然，“趣味”首先是欣赏者自身的趣味，但是短视频文艺形式中算法机制的参与，在推荐功能的参与下，个体性的趣味在一定程度上具有被塑造的属性。

^①Tk观察：《外媒拦不住了，TikTok上的老外爱上“中国游”》，<https://www.asiaecs.com/blog-index-detail-490.html>, 2025. 03. 02。

^②高杰：《延安文艺座谈会纪实》，西安：陕西人民出版社，2013年版，第158页。

^③《毛泽东选集》(第3卷)，北京：人民出版社，1991年版，第850页。

^④王本朝：《百年中国文艺大众化的内在逻辑及其现实意义》，《中国文学批评》，2025年第1期。

时至今日,已不能简单地将算法理解为一种基于特定指令的计算机解决问题方案,以人工智能为主导的算法革命,已经逐渐形成了一个“算法社会”,“从信息交换到社会交往,在万物互联基础之上,一个联结人与人、人与物、物与物的算法网络正在形成……从社会视角看,算法关联着社会要素,借助价值匹配,生产和发展着社会要素的关系——社会结构”^①。算法技术在短视频中所关联起的趣味共同体,以及所体现出的审美观念和价值判断,是值得高度重视的问题。

二、短视频的文本特征

数智技术不仅催生了“新大众”,同时也生成了“新文艺”。但是,需要注意的是,“新大众”和“新文艺”其实是一体两面的,因为基于庞大的“文艺人口”,文本特征必然需要发生相应的形态变革以提供相应的载体支持。一方面,短视频的普及和大众化让文化创作的门槛降低,越来越多的民众都能通过简单直接的方式参与其中;另一方面,这种文化生产和消费模式的变化,也推动了文艺形式的创新与多样化,形成了一个充满活力的创作生态。这里只是为了分析的需要,对文艺的主体和文艺的形式分别展开讨论,但在实际的文艺活动中,二者其实是统一的。

从内容上看,短视频文艺呈现出高度的多样化特征。从创作需求来看,巨大的接受者体量为短视频创作提供了多元化的需求市场。据2024年短视频报告显示,在10岁以上的网民中,有94.4%的人观看短视频,这一行为在“看电视节目”“看网络长视频”“听网络音频”等媒介使用行为中排名第一,是中国大众文艺最为火热的领域^②。在强大的用户需求驱动下,短视频平台打造了多样化的短视频内容类型。以“B站”的短视频分区为例,包括了“番剧”“国创”“综艺”“动画”“鬼畜”“舞蹈”“娱乐”“科技数码”“美食”“电影”“电视剧”“纪录片”“游戏”“音乐”“影视”“知识”“咨询”“小剧场”“动物”“家装房产”“旅游出行”“情感”“汽车”“vlog”“户外”“三农”“生活兴趣”“时尚美妆”“绘画”“健身”“亲子”“生活经验”“体育运动”“人工智能”“手工”“健康”“公益”共计37种分类。这种多样化的短视频分类使得短视频平台成为一个充满无限可能的文化“实验场”。从短视频的内部构成而言,“多样化”的特征更为明显。在媒介形式上,短视频对图像、音乐、字幕、动画等多种表现手段的融合,使其成为一个综合性的艺术表现平台;在语言使用上,不仅有普通话、各种方言、网络用语、外语等,还涵盖了非文字性的交流符号(如表情包、GIF、滤镜效果等)。多样化特征不仅满足了不同群体的文化需求,也营造了一个巴赫金意义上的“杂语”空间。不同于统一而纯粹的“诗语”,小说“杂语”是“历史上具体存在着的活生生的多种语言”^③,也就是说,“杂语”是文化复调性的集中体现方式之一。这正如在短视频中,官方与民间、国内与国外的多种声音碰撞,严肃高雅与娱乐通俗相互交织,甚至一些低俗的作品也泥沙俱下。这种“多样性”,也就是“去中心化”的表现。造成上述特征的原因也不难理解,因为不论创作者还是接受者,他们遍布于全国各地乃至世界各地,不可能围绕一个“中心”去制作短视频,也不可能有一致的思想和审美趣味。

从接受上看,短视频也呈现出平滑特征。联想到当下不断优化的手机屏幕(从LCD屏到OLED屏),特别是观看短视频过程中指尖的上下滑动,“平滑”在某种意义上成为某种具身性的话语修辞。那么,短视频的平滑性是怎么生成的?这依旧和短视频的文本特征密切相关。一方面,是在叙事形式上短视频独特的注意力抓取机制。区别于传统的“深度注意力”(deep attention)建构,短视频真正实现了“过度注意力”(hyper attention)的形塑,“焦点在多个任务间不停跳转,偏好多重信息流动,

^①喻国明,耿晓梦:《算法即媒介:算法范式对媒介逻辑的重构》,《编辑之友》,2020年第7期。

^②收视中国:《短视频用户年度调查报告(2024年)》, <https://lmtw.com/mzw/content/detail/id/238203>, 2025.04.07。

^③巴赫金著,钱中文译:《巴赫金全集》(第3卷),石家庄:河北教育出版社,2009年版,第115页。

追求强刺激水平,对单调沉闷的忍耐性极低”^①。从形式上看,短视频之“短”,即其“碎片化”特征,使观众能够在极短的时间内接收并体验一段相对完整的信息内容。这种信息呈现方式打破了传统文本所依赖的线性、连续性结构,转而呈现出一种流动性强、无间隙、无须停顿的“平滑性”。从内容上看,短视频往往依赖于“强刺激性”的内容设计,这是“过度注意力”现象形成的关键诱因之一。这种刺激可能来源于“奇感”——即新奇、怪异、出人意料的视觉或叙事元素,也可能源自“爽感”——即情绪释放、节奏明快、视觉冲击所带来的快感。此外,平滑性还体现在短视频无缝衔接的播放机制上。短视频平台通常通过算法推荐和流媒体播放的方式,将视频内容无缝地衔接在一起。当然,不能简单地从否定意义上审视“平滑”,如韩炳哲所言,“平滑是某种单纯惹人喜爱的东西。它没有对立的否定性,不再是对抗体……平滑的积极性加快了信息、交际与资本空间的循环”^②。以“中国人不蹦洋迪”视频为例,它将《金猴降妖》《南郭先生》《哪吒闹海》《大闹天宫》多个动画影视的视听画面进行重组串联,每个画面大约持续1至3秒钟,并将具有民族音乐和电子音乐两种风格的电音歌曲融入其中,打造了一个具有独特风格的中式赛博短视频作品。这一短视频在“混剪—拼贴—再语义化”这个“平滑”建构过程中,一方面呈现出感官上的刺激性视听体验,但也完成了对传统文化意象的现代重构,这是深层次上文化身份的自觉表达。尽管短视频的“平滑”在一定程度上与当代社会的“加速”体验构成合谋关系,但这一文艺形式仍有可能为接受者的主体精神提供安放空间,近些年一些精品微短剧的出现,就是典型表征,如《三星堆:未来启示录》《湘西那个夏天》《退休返聘之一鸣惊人》等。

从关系上看,短视频依托网络这一媒介优势,展现出较强的互动性特征。传统艺术作品限于纸媒的文本形式以及传播机制,故而在“作者—读者”以及读者之间的交流颇为受限,呈现明显的时差性。伴随着数字媒介的介入,以文本为中心的互动性不断增强,如早期的超链接文本,或者网络文学中的留言评论机制。从这个角度看,互动性并不是短视频独有的特征,现代社交媒介下点赞、评论、转发已经是一种公共性现象。特别是当下不少短视频对“流量变现”的追求,这使得创作者愈发重视接受者的审美趣味。短视频的互动性,主要体现在两个层面,这也丰富了新媒介文艺互动的的基本方式。其一,是“弹幕的文本化呈现”。在短视频观看中,观众的留言可以及时性地呈现在短视频本身的“原文本”上。这样一种后天性生成的“二次文本”(即“弹幕”),衬于“原文本”之上,形成了一种独特的视觉文本景观。“弹幕”一般是围绕内容的评论、吐槽,尽管如“B站”等平台具有“屏蔽弹幕”的功能,但是不少青年网民甚至将“看弹幕”作为短视频观看的一个部分,可以说,这种“弹幕的文本化呈现”本身就是一个个虚拟性趣味共同体展开交流的表现,“弹幕不仅是网络文化的娱乐消费工具,而且还是一种构建数字社会关系的全新行为……弹幕艺术重新定义了创作者与观看者之间的关系,推动了网络文化生产与消费的‘去中心化’结构”^③。其二,是一种新型的“互动类短视频”出现,即作者特意在视频中为读者设置可供选择的情节走向,由读者自行决定故事的发展趋势和结局。据相关统计,互动性视频在“B站”的用户卷入度相对较高,不逊色于其他类型视频^④。以“你被困在2019年10月25日,如何逃出这一天?(三种循环体+随机选项+多结局)”这一视频为例,它被列入“B站必刷98大视频”榜单,是互动类短视频播放量第一的作品。这则短视频主要从第一视角的“我”被困在了2019年10月25日之后,需要通过杀死或拯救平行时空被困住的那个自己来获得解脱的故事。创作者设置了3个不同的决策循环体,使观众在“新手”“杀手”“救兵”的多重身份流转,

①凯瑟琳·海尔斯,杨建国:《过度注意力与深度注意力:认知模式的代沟》,《文化研究》,2014年第2期。

②韩炳哲著,关玉红译:《美的救赎》,北京:中信出版社,2019年版,第14页。

③向勇:《异质与共在:弹幕艺术的关系重构》,《美术观察》,2025年第4期。

④赵瑜:《叙事与沉浸:Bilibili“互动短视频”的交互类型与用户体验》,《西南民族大学学报》(人文社会科学版),2021年第2期。

根据不同情节节点的选择,分别走向共计约24种故事路线。这种多样化的情节路径,使得观众收获不同的观看体验,以获取更具个性化和可塑性的文本“定制感”。同时,平台对视频内容和互动内容进行界面整合,使后者成为文本的组成部分。在上述视频的评论区,一名ID为“我妻四五”的网友就评论道:“我感觉真正恐怖的是弹幕,随着你一次次的循环,你会看到之前的弹幕,然后……也许,你真的陷入了时间循环”,这条评论在共计31754条评论中热度排行第三,截至2025年3月26日已获得了12564次点赞,足以说明这一体验引发了大部分观看者的共鸣^①。

三、“新大众文艺”:面向未来的反思

“新大众文艺”这一概念讨论的困难性,主要表现在它并不是对既有文学史问题的回顾和阐释,而是对当下鲜活的文学现象的实时介入与反思。“新大众文艺”应被视作一种“进行中的文艺”,这种即时介入性决定了该讨论必然带有鲜明的“现在进行时”特征。在概念层面,当我们为包括短视频在内的新媒体技术主导的文艺形式进行命名时,这一过程不仅仅是对现实现象的反映,更隐含着一种期许:避免陷入以标准化生产麻痹主体意识的“文化工业”,而能朝着一种符合数智时代发展需求的“以人民为中心”的文艺方向发展。正如黑格尔所言:“概念无疑地是形式,但必须认为是无限的有创造性的形式,它包含一切充实的内容在自身内,并同时又不为内容所限制或束缚。”^②黑格尔强调,概念不仅是形式的表达,它本身也是充满创造力的,它能够将不断变化的现实内容有机地包容和提升,而这一点正是“新大众文艺”作为一个概念所应具备的特性,因为其内容和形式都在不断变动,这种变动本身即是“创造性”的体现。因此,在分析“新大众文艺”的现象时,应当加入反思的维度。这里的“反思”,可以视为一种基于现实问题所期许的规约,进而使这一文艺形态能够真正体现出对人民精神需求的尊重与引领。

第一,算法技术造成的审美趣味单一化问题需要重视。“算法”是短视频生产和欣赏过程中“看不见的手”,“算法推荐”与“控制”是反思短视频的一个重要向度。以“抖音”为例,它虽然在不断地优化算法,避免“信息茧房”,但在实际的观赏过程中,这个问题还是存在的。依据我们看到的资料,抖音的算法逻辑可以这样理解:它会给每一个作品提供了“流量池”,平台则根据点赞量、评论量、转发量、完播率等因素对作品做出评价,进一步进行叠加推荐,扩大视频的传播范围。“抖音”平台还会对短视频进行特征提取,将这些特征与平台数据库进行匹配,以确定感兴趣的人群。在视频推荐给用户后,用户的反馈会被搜集用于算法调整,用户感兴趣的视频会有更多的机会推荐给该用户,这就形成了抖音平台算法推荐的一个重要功能——“个性化推荐”。个性化推荐服务满足了人的内心需要和审美趣味,使单个人的观赏趣味获得了更多数量的短视频的支持,个性化推荐服务表面上看是通过算法推荐满足了人的内心需求欲望,使观赏者便捷地得到他所需要的东西,但从另外方面说,算法无形中又构成了“茧房”效应,进而形成一种“控制”。也就是说个人在满足自己观赏需求的时候,却失去了对海量信息资源的更多选择机会。“抖音”平台的多样化视频与个人观赏视频的有限性形成了一个矛盾,这种矛盾是推荐算法逻辑造成的结果。技术虽然是“中立”的,但技术无形对人所设置的“限制”,却呈现出对人的控制。如果说,抖音平台的流量池是一个湖泊,通过算法推荐的个性化服务,流量池的海量视频变成了流出湖泊的无数条溪流,流向四面八方,去满足单个人的欲望需求。对于使用抖音平台的用户来说,可以说满足自己的结果是失去了更大的世界。

^① GoldenEggs:《你被困在2019年10月25日,如何逃出这一天?》, https://www.bilibili.com/video/BV1UE411y7Wy/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=9cd3568e4429404598a8021e1041ba05, 2025.01.03。

^② 黑格尔著,贺麟译:《小逻辑》,上海:上海人民出版社,2009年版,第303页。

更重要的问题是个人对某类视频的点赞、评论、转发、完播率又会反馈给平台,为平台进一步推荐同类视频提供了依据,如果这类视频是具有正能量的优秀作品,自然会对用户带来好的影响,但如果是低俗、空洞、无聊的视频则有相反的结果。当然,抖音视频的平台用户其观赏趣味也不是一成不变的,他们在动态的观赏过程中,可以有多种选择。正是这种选择的多样性,用户与平台建立了隐性的、文化的联系,在平台与用户的双向联系与作用下,丰富了抖音平台的文化内容,但由于算法推荐逻辑是不可改变的,也就是说某类视频只要有人观赏和喜欢,其数据就会反馈平台进一步推荐,这也就难以避免一些水平低劣的视频出现。

第二,是短视频内容的平庸化倾向。2025年4月10日,抖音安全中心发布了一则关于打击违规微短剧的公告,表示就3月以来累计拦截下架违规微短剧476部,主要原因是相关内容“渲染人性阴暗”“渲染婆媳矛盾”“宣扬不良婚恋观”,一言以蔽之,即作品的内容低俗,其蕴含的价值观存在严重问题^①。这其实反映了一个极为严肃的问题,即短视频依托技术实现了“形式上的新”,但是“内容”层面的建设是否做到了相应的引领“新风气”?可以说,当下短视频依旧有一些“平庸”内容,这体现在多个方面。其一,是形式的技术炫技而内容本身的空洞。一些短视频的创作往往依赖特效、滤镜、快速剪辑等技术手段,形成强烈的视觉冲击,但内容本身却缺乏深度。例如,某些“变装视频”通过夸张的妆容和运镜制造戏剧性反差,但其叙事内核仍是简单的身份转换,缺乏真正的思想表达。其二,是内容的泛娱乐化。短视频的“短”叙事决定了它必须迅速抓住观众注意力,而娱乐性内容(如搞笑段子、魔性舞蹈)因其短平快的节奏,最易引发即时快感。这种机制导致严肃议题被消解,甚至社会事件也被包装成“梗”或“戏仿”,使深度思考让位于感官刺激。其三,是直接性的内容低俗。有学者做了很好的概括,“未成年妈妈、农村说唱、残疾人表演、配阴婚、事故现场、黄段子等,将许多阴暗的、难登大雅之堂的东西统统搬上了网络,充分满足了受众的猎奇、消极、低俗的阴暗心理”^②。从宏观的文艺史角度来看,平庸化现象的出现并非偶然,而是“大众文艺”所面临的一个不可回避的问题。从这个角度而言,短视频的平庸化,是媒介技术、资本逻辑和受众心理共同作用的结果。

总的说来,作为数智时代出现的新的文艺形态,短视频还存在着相关问题,但一种新的文艺形式已经生成,这其中便蕴含着希望,“随着‘新媒体’的持续进步和‘新大众’创作群体的不断壮大,这一新的文艺形态也必将在未来孕育出更加丰富的文艺生态和创作平台”^③。从文化的角度看,在今天如何理解技术的权力是一个重要问题。这一问题的解决,除了进一步优化算法审核机制和推荐机制外,说到底还是要回到“人”本身,只有人的文化水平和欣赏水平提高了,才能改变低层次的点赞率、完播率、转发率,进而影响到短视频的制作,提升视频制作的思想艺术质量。这种由“人”的内在文化提升带动的反向推动,才可能建立起技术与文化共生的良性循环机制,从而真正实现“新大众文艺”的审美理想——既普及,又不流俗;既大众,又有品质。

[责任编辑:李 炜]

^① 抖音安全中心:《476部微短剧,拦截下架!》, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1829013069077552361&wfr=spider&for=pc>, 2025. 04. 09。

^② 赵萌:《网络短视频:自媒体时代的网络文化新形态》,《传媒》,2021年第2期。

^③ 曾军:《新媒体·新大众·新文艺》,《中国文学批评》,2025年第1期。