



# 论当下主题性短视频的工业美学生产与文化传播\*

陈旭光 张明浩

**摘要:**短视频借助互联网传播成为热点并几呈爆发式增长态势。短视频已经从青年亚文化形态进入主流,呈现出强大的传播力和影响力。尤其是疫情以来,短视频迅速成为一种重要的强势社交与娱乐媒介。但短视频也存在“信息茧房”“狂欢无序”等问题。近年来,一些精品短视频以主题性生产为总纲,用短视频的“轻快”方式来书写崇高、记录时代,追求在短时长下表现叙事集中性、故事完整性与戏剧性,并谋求在青年形象、青年文化别样表达的同时传递时代主题。这种在“有限”之中探索“无限可能”的创作特质,表现出这些网络精品短视频努力在网络与现实、青年亚文化与主流文化之间,寻求折中与平衡的文化生产策略,表现出短视频独特的“工业美学”生产探索。

**关键词:**短视频;主题性生产;叙事集中;电影工业美学;戏剧性探索

**中图分类号:**G122

**文献标识码:**A

**文章编号:**2095-5669(2022)06-0077-08

短视频借助互联网传播成为热点并几呈爆发式增长态势。短视频已经从青年亚文化形态进入主流,呈现出其强大的传播力和影响力。尤其是近年以来,短视频迅速成为一种重要的强势社交与娱乐媒介。根据中国互联网络信息中心发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报告》:截至2021年12月,短视频用户规模达9.34亿,较2021年6月增长4600万,占网民总量的92.8%<sup>①</sup>。并且,仅抖音平台的日活动量已经极高:截至2021年9月,抖音日活动量约6.4亿<sup>②</sup>。

短视频使普通大众都有成为“创造者”的可能。数据显示,2021年抖音平台视频发布总量逾7.9亿条<sup>③</sup>。有学者表示:“短视频的传播正从传统媒体的单向传播,完成了全民参与、共同转发的传播转换。短视频融合了传统新闻实践与以网络短视频为代表的移动互联实践的特征和优

势。”<sup>[1]</sup>如今短视频已然融入人们的日常生活,甚至可以说我们已经进入到了“短视频时代”。陈旭光曾总结过互联网时代短视频的特质:“短视频形成于我们的日常生活,它还把微、短、感性冲击、身体展示等特征融入我们的日常生活思维之中,把一切文化都变成了消费,把一切东西都经过短视频的包装而变成了‘符号的消费品’和经济的消费。”<sup>[2]</sup><sup>12</sup>并且描述过短视频的传播特点和传播力:“是一种非常有效的‘病毒性’‘长尾式’的组合式营销,它可以带给用户大量相近主题词的短视频,也可能引来大量‘自来水’。”<sup>[2]</sup><sup>12</sup>这种媒体跨越、重组、融合的短视频能够强烈吸引受众,引发一场视听享受的狂欢,这是青少年文化的狂欢,也是主流文化与青少年文化、资本文化联手合谋的狂欢。这场狂欢实现了互联网传播语境中短视频强大的内容

收稿日期:2022-09-10

\*基金项目:国家社会科学基金艺术学重大项目“影视剧与游戏融合发展及审美趋势研究”(18ZD13)。

作者简介:陈旭光,男,北京大学艺术学院教授、影视戏剧研究中心主任、教育部长江学者特聘教授(北京100871),主要从事影视文化、影视理论与批评研究。张明浩,男,浙江大学传媒与国际文化学院博士研究生(浙江杭州 310058)。

再生产功能,也不断地生成新的形式。短视频正在势不可挡地成为当代一种新型的消费美学和消费文化。

短视频依靠其独特的算法,精准投放给目标受众,使受众“沉迷其中”“狂欢其中”。但短视频内容生产更需要“把关人”,更需要精品化导向。如今,短视频“肆虐”“铺天盖地”,无疑直接影响着我们的心智与体验。而短视频的算法会导致“信息茧房”问题加剧,即“因公众自身的信息需求并非全方位的,公众只注意自己选择的东西和使自己愉悦的通讯领域,久而久之,会将自身桎梏于像蚕茧一般的‘茧房’中”<sup>[3]</sup>。若民众只看自己喜欢的短视频,那便是将自己置于一种信息的持续再生产下,信息闭塞,极易出现如阿多诺所言的“群氓文化”：“群氓文化轻而易举地对种种程式、惯例和标准进行着持续的再生产,这导致绝大多数人就连说话的方式都像是一个模子里刻出来的。”<sup>[4]</sup>无疑,当民众每日看到生产方式一致,且完全符合自己要求的短视频时,他们便会形成一种“个人中心主义”。若不正确引导短视频,而是使其变为宣泄的主场,无疑会导致诸多社会问题的产生。

因此,从国家广播电视总局推出的精品网络短视频之中,研究短视频精品化策略与内容生产方式,不仅有利于为当下多元甚至是杂乱的短视频生产“正本清源”,而且为今后短视频发展提供生产指引与方向指导。从2020—2021年国家广播电视总局推优的短视频<sup>④</sup>中不难看出,这些作品既包括对国家最新政策、发展规划的传播与解读,又包括对抗击疫情的记录、对脱贫攻坚精神的影像呈现、对一线战士的多样展现、对中国文化的影像讲解等。在主题上以传递主流价值观念为目标,在影像呈现上追求一种趣味性与时尚性。

## 一、形式创新:主题性短视频生产的趣味影像探索

近年来,主题性艺术生产在电影领域表现集中,并且谋求创新。尹鸿曾对主题性创作进行过总结:“近年来,随着电影的社会影响力和市场地位的提升,党和政府加强了对电影意识

形态作用的领导和引导,电影更加自觉地配合党的宣传中心工作,为各种重大历史节点提供献礼创作,建党、建国、建军、改革开放纪念、抗美援朝纪念、抗日战争纪念、脱贫攻坚纪念、庆祝党代会召开……几乎每年中国电影都出现了‘献礼创作’。”<sup>[5]</sup>电影领域的主题创作、献礼创作,在短视频领域也有延续。

主题性短视频生产是推优短视频作品的显著特点。比如《“十四五”,再出发》等作品以“十四五”为聚焦点;《阳台里的武汉》《最美的平凡:普通人逆行一线抗击疫情纪实采访》《缅怀战“疫”英雄》《2020使用说明书》《防疫先驱伍连德》《山东“战”疫原创沙画不平凡的平凡》聚焦书写抗疫故事;《穿越时空 歼-20飞行员陈浏致敬战斗英雄刘玉堤》《英雄,今天回家!》则是纪念抗美援朝精神与历史的短视频;《带着妈妈孩子去扶贫》等作品则是聚焦脱贫攻坚。总之,近年来优异的短视频作品,大多为各个重要历史节点提供献礼创作。

但短视频用户相对于电影用户而言,又具有独特性。短视频具有快速、精短、轻快等特点,那么这就要求主题性短视频创作探索出一种趣味性与生动性兼而有之的模式,否则在浩如烟海的短视频之中,传播力度将不大。由此,如何平衡主题性创作与短视频趣味性,成为精品短视频创作中需要处理的“二元难题”。这些精品短视频大部分似乎都抓住了网络短视频轻巧性的精髓,以一种趣味性的影像呈现方式来进行主题传递与故事讲述。

《三星堆“黄金面具”咋搞出来的?》将三星堆面具背后的秘密以一种轻巧、搞笑而又不失文化底蕴的方式进行影像呈现。在该片中,三星堆的文物成了“会动”的“二次元”漫画人物,并且搭配搞笑的声音解读,又穿插进当前流行语,使整体影像轻快、可爱、巧妙。比如该作品在对青铜器与黄金进行对比时,以俩人对话、攀比的形式,讲解了为什么当时朝代能够制作出三星堆的黄金面具,因为当时的炼铜术已经能够支持黄金熔铸。在此过程中,两个文物如同两个小孩,以“大头照”的形式不断在影像中摇动,并且搭配了较为可爱的语调,使整个影像趣味横生。在此过程中,既满足了受众看短视频

消遣的需要,又使受众学到了文化知识,达到了主题书写与趣味表达的相互融合的效果。

《驻村摩托“自白说”》以让驻村第一书记的“摩托车”“自白”的形式展现第一书记在驻村过程中的辛劳与付出。在该片中,蓝色摩托车一出场就好似《变形金刚》中的主角,它自说自话,并且称自己为“高贵”的摩托车,不能下地,以一种“抱怨”主人使唤它的形式,嘲讽主人50岁依旧要学习骑车,并抱怨主人每日“睡得比月亮晚”等。在整个片子中,摩托车以一种搞笑的讲述,在自恋、自嘲、反对主人、抱怨生活中串联起整个扶贫故事,彰显出驻村第一书记的不易与辛劳。整片没有一句驻村书记的“自说自话”,而以贴身“摩托车”“第三视角+第一视角”的形式来表现人物,起到烘托作用,使整部作品没有进入“说教”的模式之中,反而让大家看到了一辆想“躺平”而不得的摩托车与一位处处为民着想的驻村书记。显然,这种将亚文化特征与扶贫故事结合的作品,既能满足青少年趣味性消费的诉求,让大家想看、爱看,又成功地进行了扶贫主题的书写。

《2017年新疆采棉工的真实工作状态》表现出劳动人民对生活的热情,以及乐观、积极的人生态度。该片不同于以往简单的“采访、诉说、说教”的人物访谈方式,而是以被采访者怼采访人的形式,在幽默之中表现人物的豁达、热情。比如:采访人问有没有时间,被采访者说没有;采访人问想不想孩子,被采访者说有手机。诸如此类“反套路”的对话,使该片走红网络,更表现出农民质朴、乐观与积极的人生态度。显然,该片在一种“反套路”的影像呈现之中,表现出劳动人民朴素的人生观。

《跨越万里去爱你》讲述当代边防军人与军嫂之间的爱情故事。该片以“千里寻夫君”这一设置为开端,吸引受众,并以回忆式影像+主人公自述+军人焦急等待的形式,呈现出当代军人之爱。影片女主角积极追求爱情,男主角含蓄而内敛,这种对比,使该片具有浓浓的温情与爱意。影片中,观众亲眼见证了军人“身骑白马”在雪地里接自己爱人的桥段,既浪漫,又温馨,传递出边防军人及其家人舍小家、为大家的奉献精神。

由此可见,这些精品短视频都探索出独具互联网与短视频特征的“轻快”方式来书写崇高故事,而这种书写表现出短视频制作者在形式创新上的深入探索,更为今后主题书写及其如何满足青年现实需求这一问题,提供了有力参考。

## 二、故事创意:短时长下叙事集中性、完整性与戏剧性探索

故事是影视的关键,也是影像吸引人的重点,但故事却是很多短视频缺失的部分。如今,纵观短视频内容,很多作品都是以“照片+音乐”“纪实影像”“搞笑段子”或“社会热点”等为主,而以一种具有完整性、讲述性的故事来进行短视频生产的并不很多。而故事,恰恰是打动观众、传递观念的重要支撑。当然,短视频故事性薄弱与其媒介本身有关。短视频时间短,这就决定了若要用短视频讲故事,需要耗费功夫。很多生产者求快、求流量,自然会以其他形式来博眼球。但国家广播电视总局推优的这些短视频,在内容上基本保持了完整性,甚至很多都在探寻一种在较短时间内讲述宏大故事或宏大主题的路径,并加以戏剧性叙事尝试。而这种对故事性、完整性及戏剧性的探索,值得今后短视频创作者借鉴、学习。

《为了与你相遇,我已经走了3072小时》以一粒米如何从播种到人们餐桌上这一宏大命题为讲述对象,时长3分钟,将一粒米从经历种子到播种再到生产与再生产的全过程进行了展现。该片以“沙画”的形式呈现,不仅在形式上具有较高的艺术水准,更在“一粒米如何成为我们餐中物”这一命题上完整呈现。这种在较短时间内讲述“成长故事”,并借用新媒介传承文化、传递“爱护粮食”观念的创作,无疑体现出短视频创作者对完整性、主题性书写及主流价值观传递的“平衡”与“融合”。

《我,就是中国》传递“青年奋斗”的主题,讲述“青年就是中国的未来”这一宏大命题。该片仅用3分钟左右的时间,以历史影像串联的形式,将中国各个历史发展阶段中的青年形象纳入其中。作品虽简短,但情节起起伏伏,扣人心



弦,完整讲述了建党百年历程中的“大时代故事”。这不仅让受众看到了我国发展的历史变化、青年力量与一代代的英雄人物,更表现出精品短视频的独特优势与内在气韵。

《英雄,今天回家!》以迎接抗美援朝战士遗骸回家为切入口,采用英雄采访、历史影像串联等形式,将抗美援朝战争背后的故事进行了展现,传达出老一辈革命英雄们的无私奉献与勇于担当精神。该片在讲述波澜壮阔的历史故事中传递主流观念,在集中的有限时间内,显现一个个英雄人物背后的故事。

《穿越时空 歼-20飞行员陈浏致敬战斗英雄刘玉堤》以青年一代空军战士致敬老一辈空战传奇英雄、自己的姥爷刘玉堤为切入口,讲述抗美援朝战争中刘玉堤以一敌多、勇敢无畏、保家卫国的传奇故事,展现了跨越时代的抗美援朝精神的传承。该片虽然简短,但通过主人公的讲述及其姥爷的自述,将主人公为什么选择空军以及如何实现自己的空军梦进行了展现,人物刻画完整,青年一代的选择之中,也有戏剧冲突。无疑,这种完整性、戏剧性故事的表现,将红色故事与当下青年的成长进行了巧妙结合。

再比如《“努尔飞腿”用梦想力量射进一记“励志波”》完整且戏剧性地呈现了一个农村孩子如何从爱好踢球,到想尽办法用身边各种条件练习踢球,到马上进入球队但测试不合格,再到刻苦训练最终进入球队完成愿望的故事。整个短视频仅3分钟左右,却将人物、目标、人物在完成目标时所遇到的困难,以及完成目标等戏剧性故事元素都纳入其中,在完整、集中且具有戏剧性的叙事中,更激励人心。

此外,《带着妈妈孩子去扶贫》《新影像·春节特辑》《跟着林占熺种草去》《中国新疆·跨越1400公里的生命接力》《三星堆“黄金面具”咋搞出来的?》《“数读”北移亚洲象奇幻旅程》《大山里的音乐课》等都具有基本的完整性,让受众的心情在跟随主人公的故事起起伏伏的同时,又接受主流价值观念的洗礼。

有论者曾对纪录片的故事性进行了研究,并探讨了当下观众对影片故事性与真实性的诉求:“故事对于故事片来说是虚构的,但故事对于纪录片来说却是真实的,它来源于被纪录的

真实故事本身和编导的创作。现在的观众已不满足于对‘故事’或者‘真实’的单一索取了,他们呼唤两者的兼得。”<sup>[6]</sup>这一判断对于同具纪实性的短视频而言,同样适用。尤其是当前在短视频快、短、多、平的潮流下,保持故事的完整性、通过短视频讲好故事、发掘短视频主人公背后的故事,显得尤为可贵与重要。显然,短视频作为一种能够影响受众“心智”的影像,也需要深入探索、由衷书写,只有这样,才能使短视频成为促进时代发展、传递文化与展示历史脉络的一种重要媒介。

### 三、主题创造:展现青年力量、 回应时代命题

青年是当前社会主体与社会发展力量之所在。诸多短视频都在展现青年力量,传递青年人接续奋斗的主题。这些短视频或弘扬中国精神,或探讨文化遗产、生态保护等时代命题。

#### (一)书写青年文化、打造青年形象

一是展现青年投身一线,保卫祖国、积极奉献。《穿越时空 歼-20飞行员陈浏致敬战斗英雄刘玉堤》展现青年一代空军在老一辈空军精神影响下,继续报效祖国、勇敢前行的故事。在该片中,青年飞行员陈浏讲述自己从小到大的理想,并以实际行动投身到保卫祖国之中。《扫雷英雄杜富国跨界播音讲述鲜为人知的扫雷故事》以扫雷英雄杜富国讲述“排雷兵”的故事为切入点,讲述“90后”排雷战士们的生活、无畏与奉献。该作品以扫雷英雄回忆扫雷过程与精神表达相结合的方式,展现出新一代青年的崇高信仰与社会责任。该片以主人公自己讲故事搭配视频讲解的形式,展现了杜富国如何险些丧命但依旧笑对生活的人生态度,颂扬了青年英雄不怕牺牲、保家卫国、无私奉献的精神,也表现出青年一代对民族精神及爱国主义、集体主义的继承与发扬。《跨越万里去爱你》讲述了青年军嫂前往边疆看望丈夫的故事,从山东威海到新疆喀什,将近万里的“寻夫路”“追爱路”,既表现出青年军嫂勇于追求心中至爱的品质,又表现出青年军人舍小家为大家的无私奉献精神。该片以特殊的青年叙事视角记录“去爱你”

之旅途,但实际上故事呈现的是青年一代既坚守爱情,又胸怀大爱的内核。在该片中,既有作为情侣的相互奔赴,又有双方的互相理解,将现代爱情、青年精神进行了一次直接、全面、立体的展现。该片创新式地以“军队爱情”为切入口,以小家见大家,塑造了守护边疆的军人与军嫂形象,更表现了青年力量与青年精神。

二是展现青年创造时代。《大山里的音乐课》讲述青年一代投身大山教育的故事,杨老师将口风琴带入学校,以一种“美育”的教育方式,尝试以音乐丰富孩子们的精神世界。在这里,杨老师是新时代的青年,他不仅积极投身山区教育,更克服山区劣势条件进行针对性教学(选择口风琴教学相对于山区孩子来讲,更适合其实际情况),这表现出青年人从实践出发进行创新的特质。《我,就是中国》以表现不同时期青年为切入口,将新民主主义革命时期、社会主义革命和建设时期、改革开放和社会主义现代化建设新时期、中国特色社会主义新时代四个历史时期中的青年故事串联起来,将历史变迁与青年成长、青年奋进、青年激情、青年梦想结合,讲述中国历史中的青年故事,以及青年人创造的中国历史。用简短的2分21秒,讲述了青年一代又一代前赴后继、奋勇争先、勇于创新、敢于突破、为国奉献的故事。

三是展现青年逐梦、不断奋斗。《“努尔飞腿”用梦想力量射进一记“励志波”》聚焦来自农村、无训练资源支持的新疆青年努尔买买提·热西甫,充分利用自己周边各种环境训练踢球,在不懈努力下进入新疆天山雪豹足球队,并在比赛中为球队赢得宝贵成绩的故事。该短视频以讲述其训练过程为主要脉络,传达出青年人敢于追梦、不畏艰难、勇于拼搏的精神。

四是展现青年科技创新与创新意识、坚守精神。《2人3000亩“无人农场”玩转科技种棉》聚焦两位“90后”男孩将无人管理理念引入大规模种植之中,用“科技创新”来管理3000亩农场的故事。两位青年将北斗卫星导航系统与机器自动驾驶结合,以航拍飞机与智能手机结合的方式实时监控,设置智慧农场系统(预测天气、自动施肥、智能电动)、物联网数据监控以精准作业等,大大提升农业种植效率并使农业现代

化成为可能。显然,两位青年敢想敢干、勇于实践,更是将科技融入农业生产,将“不可能变为可能”,展现出青年一代坚韧不屈与敢于创新等优秀品质。

## (二) 展显中国精神的图景

书写中国精神、展现中国精神、传递中国精神,是精品短视频的共性。近年来许多优秀的精品短视频都在书写着、传递着中国精神。

《阳台里的武汉》《最美的平凡:普通人逆行一线抗击疫情纪实采访》《缅怀战“疫”英雄》《2020使用说明书》《防疫先驱伍连德》《山东“战”疫原创沙画不平凡的平凡》等传递出“生命至上、举国同心、舍生忘死、尊重科学、命运与共”的抗疫精神。在这些作品中,“逆行者”“志愿者”构建起一幅美好、温暖的中国图景。

《带着妈妈孩子去扶贫》《驻村摩托“自白说”》等则在展现当下“上下同心、尽锐出战、精准务实、开拓创新、攻坚克难、不负人民”的脱贫攻坚精神。《驻村摩托“自白说”》以摩托车“自白”抱怨自己的主人——扶贫干部的形式,讲述山区扶贫干部的辛酸、坚毅与不屈。该视频加入喜剧化音乐,借助摩托车讲述驻村第一书记“跑滴滴”“拉化肥”“一刻不停歇”“下农田”“月亮睡了才和自己说晚安”等扶贫事迹。值得一提的是,该片以摩托车“自白”的形式展现驻村第一书记的辛苦、辛劳,不仅让“物”活起来,更创新了扶贫纪录片的表现形式。全片生动、活泼,甚至处处透露出摩托车想要“躺平”的心理,以此对比来彰显扶贫干部的辛劳、奉献与默默无闻。无疑,这是一种时尚的、青春化的记录时代的方式,也是短视频书写时代的一种创新模式。

《星空解语人》等作品则展现出中国人“淡泊名利、甘为人梯”的科学家精神。《星空解语人》以“主人公自述”的方式讲述业余天文研究者陈栋华为传播天文知识办杂志、守人情、引新人、传播天文理念、探索浩瀚宇宙、追求科学真理的故事。他将自己的研究观察与报告无私地提供给全国研究者,并通过自身努力让大家对天文感兴趣,将自己的业余兴趣变为人生追求,并为提升国民科学素养积极奉献,这是奉献精神、探索意识与无私品质的生动体现。

《老西藏故事》等作品,则展现出中国共产

党人“特别能吃苦、特别能战斗、特别能忍耐、特别能团结、特别能奉献”的老西藏精神。《老西藏故事》系列短视频以历史变迁、时代抉择、人民发展等多维视角讲述西藏和平解放70周年的历史故事,刻画了鲜活的解放军战士形象并歌颂了他们大无畏的英雄气概,对于中国精神进行了全面而深入的展现。首集短视频讲述了当年因考虑国外反华势力入侵而决定“宜早不宜迟”的背景,描述了“以边疆为家”的解放军战士的持续坚守,表现出中国一代又一代共产党人的“老西藏精神”。

此外,《穿越时空 歼-20飞行员陈浏致敬战斗英雄刘玉堤》《中国新疆·跨越1400公里的生命接力》等作品也都传递出一种历久弥新的中国精神。

### (三)时代书写、文化传承与环保理念的传递

短视频在书写青年、展现中国精神的同时,也在承担起书写时代、传承中华文化等使命。

首先是书写时代大美,书写时代中普通人的入性之美。《中国新疆·跨越1400公里的生命接力》聚焦大时代中无私奉献的普通人。该片聚焦男孩生命危急时刻的“断肢再植”8小时,展现不同领域的普通人对生命的无私帮助。从陆地交通、航天交通的支持,到医护人员的不懈努力,再到飞机上普通老百姓的无私奉献,所有人众志成城,在8小时内创造了奇迹。《阳台里的武汉》以3分20秒的时间,将疫情中武汉市的医护人员、志愿者以及其他领域的普通民众进行了集锦式展现,最后以阳台为视角表现灾难中普通中国人的抗疫故事。

其次是以特殊思维表达文化、传播文化。《新影像·春节特辑》从历史之维以影像记录的方式将“春节”进行了全景式展现。该短视频以讲解、影像融合的形式,展现南北方春节前的不同准备:以食物“馒头”与“元宵”等展现小家庭的生活,同时通过集市的历史发展变化,展现春节期间大家庭中传统习俗的传承。《三星堆“黄金面具”咋搞出来的?》以一种“二次元”的“绘图”形式,轻松、愉快地讲解了“黄金面具咋搞出来的”这一问题,将巫术、青铜器文化等汇入视频之中,并将制作面具的整个过程进行展现。整个短视频将现代元素(如二次元漫画、表情

包)融入历史讲解之中,将三星堆的黄金面具“萌化”,并配以搞笑解说,在轻松愉快中将文化知识进行了深入传播。作品不仅涉及古代器具文化,更涉及黄金的熔点及铸造等知识。

最后是提倡环保理念的传递。从关注生态环境,到倡导动物保护,展现大美中国,此类作品更重视表达尊重生命的观念。《“数读”北移亚洲象奇幻旅程》将亚洲象迁移过程的相关资料进行数据化整合,并将迁移过程中相关地的民众进行展现,以大象的奇妙之旅传递“生态共生”的理念。《丁真的世界》讲述了在短视频平台走红的丁真,担任类似“家乡解说人”的故事,展现了四川理塘的生态环境与人文之美。该片将祖国的地域之美与文化之美进行了影像呈现,一望无际的草原、热情好客的当地群众,不仅展现出人与自然和谐相处的生态美,更表现出祖国之辽阔与时代发展的壮美。《多样星球》以展现“生物多样性”为主旨,将现代媒介与多样生物融合,传递生命多元与生态保护的理念。

## 余 论

丹尼尔·贝尔在《资本主义文化矛盾》中提到:“当代文化正在变成一种视觉文化,而不是一种印刷文化,这是千真万确的事实。”<sup>[7]</sup>若放到当下短视频之中,我们甚至可以说,当下文化正在转变为一种“短视频文化”。短视频已然成为我们日常生活的一部分。“作为一种‘媒介文化’,短视频反映和贯穿了某种后现代文化逻辑与精神。作为一场文化狂欢,短视频正在势不可挡地成为一种新型的消费美学和消费文化,有着强大的文化生产力和经济生产力。但,必要的反思、规约、规范和引领也必不可少。这更要求我们正视短视频内容生产与文化传递,对短视频内容生产要进行正向引导。”<sup>[12]</sup>

显然,在庞杂、多元甚至良莠不齐的短视频生产领域,主题性短视频的内容生产无疑能够为短视频生产提供关键参考与重要借鉴。短视频无处不在,并悄然影响着我们的思维方式与价值观念,而主题性短视频恰好能够引导行业生产,起到积极传递社会正能量与主流核心价值观的作用。



从内容生产方面来看,主题性短视频内容多元,具有历史感与当下性:从关注历史到聚焦当下,从大时代到小人物,从革命英雄到普通群众。主题性短视频聚焦时代变迁、社会发展、人民幸福、家国理念,展现当下中国之风气、人气与志气。这有利于观众全面认识中国的历史、现在及未来。并且,主题性短视频的内容生产往往关注基层干部、医护人员等活跃于一线并为人民服务、为国家奉献的平民英雄。这能促使人民真真切切体会、感受到国家建设之不易与相关人员之辛苦,促进人民积极投身于社会建设与国家发展之中。同时,主题性短视频内容的趣味性、青年性甚至是二次元特质,也促使“主题”真正能够“飞入寻常百姓家”——主题性生产因为涉及的“主题”为较抽象的理念等,一般会给人以说教的感觉,但主题性短视频的丰富内容、集中叙事、趣味情节,恰好能够使主题落地。

不仅如此,主题性短视频探索“叙事化、故事化、电影化”的发展方式,对短视频生产创作传播领域具有较高的价值与意义。如今,大部分短视频都以碎片化或无叙事性的搞笑段子、无故事性的个人表达等为主要内容,打磨时间不长,故事性不强;而主题性短视频试图用短时间讲故事,这就需要主题性短视频在生产制作之初便要精心策划选题、考虑情节发展与编排故事走向,这无疑能够促进短视频内容精品化。并且,故事是民众共情的关键,探索短视频的故事化,有利于对短视频所承载的文化进行更为多元、更具广度和深度的传播。正如电影理论领域,亚·阿斯特吕克在《摄影机——自来水笔,新先锋派的诞生》中认为电影的艺术性体现在电影创作者可以使用摄影机来自由“书写”自己的思想一样<sup>[8]</sup>,当短视频也在不断探索主题性表达、故事性创作与思想性传递的时候,也正是其成为“艺术”的一种标志。

从文化传播方面来看,主题性短视频在主流文化与青年亚文化之间“折中”,对中国历史文化、经典文化、红色文化等进行了有效传播,并且探索出一条能够让大部分青年接受的文化传播之路——以青年“逗趣”文化与中国主流文化融合的形式加强文化传播。就文化传承与创

新而言,主题性短视频将家国情怀、集体主义、奉献精神等与更符合青年一代心理需求与接受习惯的表达方式相融合,并且进行了轻、巧、快、趣的影像转化。这不仅能够促进多元文化格局的形成,更能够促进文化自信与文化自强。值得一提的是,诸多主题性短视频借助国外版抖音等平台进行了良好的国际传播,这种传播方式不仅能够促使海外受众便捷、快速地了解中国风貌,更有利于中国文化的海外传播,促进文化强国建设。

总之,从国家广播电视总局推优的精品主题性短视频来看,这些短视频似乎都在“有限”之中探索“无限”:在有限时长内,探寻故事完整性、情节趣味性与戏剧性张力;在有限表达内,探寻趣味性、青年性与主题书写的平衡;在有限形式中,尽量探寻形式创新与故事创意。无疑,这种探索趋势不仅表现出短视频在工业美学实践中体制内生产、网络化生产、青年化生产的种种特质,也表现出这些短视频精品努力在网络与现实、青年亚文化与主流文化之间寻求折中与平衡的生产探索,更表现出主题性短视频的巨大发展潜力。在当下短视频时代,很多精品主题性短视频已经为短视频生产提供了内容、形式与主题表达多维度的、可持续的生产参考之路,但也存在很多问题,我们要对短视频的“信息茧房”、狂欢无序等弊端冷静思考、从容引导。未来,我们期待短视频更加稳健、良好、有序发展。

#### 注释

①中国互联网络信息中心:《CNNIC发布第49次〈中国互联网络发展状况统计报告〉》,中国互联网络信息中心网, <http://www.cnnic.net.cn/n4/2022/0401/c88-1131.html>, 2022年2月25日。②36氪:《抖音调整组织架构,2021年DAU增长承压》,百度网, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1715210450081871552&wfr=spider&for=pc>, 2021年11月1日。③飞瓜数据(抖音版):《2021年短视频及直播营销年度报告》,腾讯网, [https://view.inews.qq.com/k/20220120A01ZUJ00?web\\_channel=wap&openApp=false&autoopenapp=ampzkqw](https://view.inews.qq.com/k/20220120A01ZUJ00?web_channel=wap&openApp=false&autoopenapp=ampzkqw), 2022年1月20日。④2020年国家广播电视总局推优短视频,如《总书记问策“十四五”》《“十四五”,再出发》《总书记您听》《阳台里的武汉》《最美的平凡:普通人逆行一线抗击疫情纪实采访》《缅怀战“疫”英雄》《2020使用说明书》《防疫先驱伍连德》《山

东“战”疫原创沙画不平凡的平凡》《并肩前行》《扫雷英雄杜富国跨界播音讲述鲜为人知的扫雷故事》《星空解语人》《盼归》《跨越万里去爱你》《生态管理员——卓玛加》《为了与你相遇,我已经走了3072小时》《北大通知书飞进云南小山村!会泽这所中学,杠杠滴!》《好生活在路上 交通扶贫川西十二图鉴》《丁真的世界》《再见,王美丽》《带着妈妈孩子去扶贫》《中国飒爽女兵图鉴》《驻村摩托“自白说”》《多样星球》《“百战老兵”古文正:任何敌人也不可能摧毁我们的国家》《看见》《2020教师图鉴|这个教师节再说一声:老师好!》《遇见非遗之丹棱冻粑制作技艺》《欢迎来到居买的无声照相馆》。2021年国家广播电视总局推优短视频,例如《〈平“语”近人〉之〈典故后面有故事〉》《英雄,今天回家!》《穿越时空 歼-20飞行员陈浏致敬战斗英雄刘玉堤》《2017年新疆采棉工的真实工作状态》《新影像·春节特辑》《跟着林占熿种草去》《中国新疆·跨越1400公里的生命接力》《我,就是中国》《三星堆“黄金面具”咋搞出来的?》《“数读”北移亚洲象奇幻旅程》《“努尔飞腿”用梦想力量射进一记“励志波”》《大山里的音乐课》《百年大党——老外

讲故事》《老西藏故事》《2人3000亩“无人农场”玩转科技种棉》《大湾区里的全球乡愁》。

#### 参考文献

- [1]方磊.让传统媒体短视频成为主流“好声音”[J].当代电视,2022(8):101.
- [2]陈旭光.短视频:媒体融合的“狂欢”与内容再生产的消费美学[J].教育传媒研究,2022(2):11-12.
- [3]桑斯坦.信息乌托邦:众人如何生产知识[M].毕竞悦,译.北京:法律出版社,2008:18.
- [4]斯道雷.文化理论与大众文化导论[M].常江,译.北京:北京大学出版社,2010:78.
- [5]尹鸿.主题性电影创作的创新方法论:建党百年献礼片分析[J].电影艺术,2021(6):71.
- [6]冷冶夫.纪录片的故事化[J].当代电视,2002(8):56.
- [7]贝尔.资本主义文化矛盾[M].赵一凡,蒲隆,任晓晋,译.北京:生活·读书·新知三联书店,1989:156.
- [8]阿斯特吕克.摄影机:自来水笔,新先锋派的诞生[J].刘云舟,译.世界电影,1987(6):22-26.

## On the Industrial Aesthetics of Contemporary Thematic Short Videos Production and Cultural Communication

Chen Xuguang and Zhang Minghao

**Abstract:** The short video becomes the hot spot through the Internet, and presents the explosive growth trend nowadays. Short video has entered the mainstream from the form of youth subculture, showing its strong dissemination and influence. Especially since the outbreak of the pandemic, short video has quickly become a powerful social and entertainment medium. Short video also exists “Information Cocoons” and “Carnival Disorder” problems. In recent years, some quality short video take theme production as a general program, rely on a relaxed way to tell noble stories, and record the road of the era. Short videos have made great efforts to focus on narrative and dramatic in a limited time. The expression of the image of young people, youth culture in short video also inherit the theme of the times. These short video explores the creative characteristic of “Infinite possibility” in the “Limited”, and shows that they are trying to find a balance between the network and the reality, the youth subculture and the mainstream culture, which shows the unique “Industrial aesthetics” production exploration of short video.

**Key words:** short video; thematic production; narrative concentration; film industrial aesthetics; dramatic exploration

[责任编辑/周舟]