

论短视频文化现象

——基于大众文化批判角度

张金烁

苏州大学政治与公共管理学院，江苏 苏州

收稿日期：2024年10月11日；录用日期：2024年11月28日；发布日期：2024年12月5日

摘要

短视频作为一种新兴的网络媒介的方式，在社会范围内兴起并且取得较大的成功的同时，也导致了个体创造性的丧失，理性批判和超越维度的丧失以及审美的异化等消极影响。短视频之所以存在这些弊端在于它的实质是文化工业的一种表现形式。法兰克福学派对文化工业做出了深刻的批判，他们从文化艺术活动的本质规定性出发，反思了文化艺术在发达工业社会当中严重的异化现象，深刻揭示出现代发达工业社会中大众文化的平庸化、商品化和意识形态的功能。虽然该理论存在局限性，但对于我们全面反思当下短视频文化现象的影响，争取文化市场的健康发展有重要的启示。

关键词

短视频文化，文化工业，理性批判，审美重构

On the Phenomenon of Short Video Culture

—From the Perspective of Mass Culture Criticism

Jinshuo Zhang

School of Politics and Public Administration, Soochow University, Suzhou Jiangsu

Received: Oct. 11th, 2024; accepted: Nov. 28th, 2024; published: Dec. 5th, 2024

Abstract

As a new way of network media, short video has emerged and achieved great success in society. At the same time, it also leads to the loss of individual creativity, the loss of rational criticism and transcendence dimension, and the alienation of aesthetics. The reason why short video has these

disadvantages is that its essence is a form of expression of the cultural industry. Frankfurt scholars made a profound criticism on the cultural industry. Starting from the essential regulation of cultural and artistic activities, they reflected on the serious alienation of culture and art in the developed industrial society, and deeply revealed the mediocrity, commercialization and ideological function of mass culture in the modern developed industrial society. Although the theory has limitations, it has important enlightenment for us to comprehensively reflect on the impact of the current short video culture phenomenon and strive for the healthy development of the cultural market.

Keywords

Short Video Culture, Cultural Industry, Rational Criticism, Aesthetic Reconstruction

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

伴随着科学技术的不断进步，生活节奏的不断加快，生活越来越呈现出一种碎片化发展趋势。在这种社会背景下应运而生的短视频作为一种全新的文化形态迄今为止越来越参与人们的生活，取得较大成功。与此同时，随之而来的众多文化隐忧，又迫使我们理性看待并反思这一现象级文化形态对个体的影响，进而思考如何摆脱这一消极影响，推动文化市场的健康发展。

2. 短视频与文化工业概述

(一) 大众文化与文化工业

大众文化即“借助大众传播媒介(电影、电视、广播、报纸、广告、杂志等)而流行于大众中的通俗文化，如通俗小说、流行音乐、艺术广告、批量生产的艺术品等”([1], p. 147)。法兰克福学派的代表人物霍克海默和阿多诺在《启蒙辩证法》一书中首次提出文化工业的概念，并且用“文化工业”一词来代替大众文化。文化工业指的是依托现代科技与大众传媒进行大规模复制和批量化生产的工业体系，他们丧失了自身艺术创造性，具有标准化、齐一化、操纵性和欺骗性的特征，成为独裁主义培植社会顺从意识的工具。

大众文化批判理论指出如今资本主义社会的大众文化已然成为“大众文化”的异化。原先作为艺术和审美形式的文化走向了异化，大众文化传播媒介的发达，艺术在普及化和大众化的同时，开始丧失自身的超越性，从“最具创造性”的领域变成了商品，成为欺骗人统治人的异化力量。

(二) 短视频兴起的背景

短视频兴起的外部客观原因是通讯时代的变革，社会进入了一个“碎片化”的时代，个体更倾向于在闲暇时间或者空闲的时间里获得更多外部世界的讯息，而短视频以其时长较短，内容精简的特点满足了这一需要。短视频兴起的内部原因则是由于相较于传统的图文介绍，其特点是内容精简、自身的时长短、题材新颖、有创意，因此克服了传统的图文介绍的缺点并且脱颖而出，无论是在获取难度上还是传播性上都有了很大的突破。短视频的发展历程可以追溯到2005年YouTube推出的视频UGC平台，但是受制于当时的经济和文化条件并未在社会上产生现象级的影响，在国内的发展也十分缓慢。直到微博视频分享功能推出，短视频才开始在国内兴起。同时，伴随着普及度非常广的交流平台——微信的短视频功能设置的发展，短视频开始真正进入每个人的生活。

(三) 短视频的定义及特征

短视频，即时长较短，内容精简的视频，一般来说播放时间不超过五分钟的视频都可以称其为短视频。短视频需要适合在不同的网络新媒体平台上进行播放，具有较高的推送频次以及相对较短的播放时间，并且更为重要的是需要适合用户在移动状态下或者是较短的碎片化时间内观看。

短视频往往具备以下特征：一是短。这一突出特征迎合了人们在碎片化时间里进行娱乐的需要，使得短视频对个体闲暇时间的支配成为可能；二是快。互联网发展一个突出特点即信息流动性强，更新换代快，能否快速地对社会热点作出恰当的反应很大程度上决定着网络媒体的成功；三是有创意。无论是短纪录片还是创意剪辑都需要制作者具备一定的技术水平；四是轻。短视频内容通常是轻快的，不沉重的，迎合了从事机械劳动的个体的需要，个人在进行一天的机械劳动之后，身心的疲惫往往使他们疲于思考，此时轻快的短视频往往会使他们获得沉浸式的享受；五是碎。短视频的内容通常是不系统的，呈现为零散对空闲时间的占用。这恰恰反映了短视频自身的经济效益指向和满足个人需要的针对性指向。

(四) 短视频的运营模式

国家版权局发布的《中国网络版权产业发展报告(2020)》显示，2020年我国网络版权产业规模首次突破一万亿元。我国移动网民每日有超过四分之一的时间在使用短视频应用，短视频已经成为图文和语音之外的移动互联网“第三语言”。短视频能获得这样的成功，同它的运作模式紧密相关。

短视频的运营模式为：首先视频制作者根据目标群体的需求，利用群体的从众心理，采取不同的方式，尽可能地新颖和猎奇地来确定视频选题例如蹭热度。之后制作者再进行视频内容产出，他们的产出频率通常较高并且在内容上遵循着“垂直领域”的原则，即视频产出的内容同选题相一致，与目标群体的需求相符。在此基础上利用大数据推送提高曝光率就可以拥有一定数量的粉丝，而粉丝和曝光度恰恰就是视频制作者经济效益的来源。在这个过程中当创作者的内容或者粉丝数目呈现一种饱和态时，粉丝数量的增长进入瓶颈期，这时视频创作者就会采取裂变的方式增加粉丝数，通常采用评论区互动或者打感情牌的方式拉近与粉丝之间的距离，利用粉丝的宣传达到“吸引新粉”的效果。由此可以得出，短视频无论是在制作目的、内容还是在运营模式上都呈现为一种工业结构化的特征。短视频以其简短的视频内容支配个体的闲暇时间，有针对性地满足了个体在碎片化时间里摄入信息的需要。在时间上，越发简短；在内容上，受时长的限制，它提供的大部分内容实质上只是一种浅层快感，通过时长和内容的调整更加精准地延长控制，最终达到盈利的目的。个体在观看短视频的实践活动中担任的只是被动的文化承受者，在此过程中个体的思维将一直处于被压抑的状态。

(五) 短视频文化现象的实质——文化工业

从上述短视频的运营模式可以看出短视频实质上是文化工业的一种表现形式。如今，部分短视频制作者在创作过程中更多关注作品带来的经济效益，“在作品丧失艺术性和审美鉴赏性的过程中非但没有反抗，反而发誓否认这种独立性”([2], p. 148)，艺术作品更多地选择作为商品而存在，依附于经济效益。在内容制作上呈现出齐一化，丧失了艺术的自由性，内容同质化严重，变成了可替代可复制的商品。部分短视频由于过度利用群体的从众心理，往往选择同一个选题和热点进行创作，并且模仿其他视频制作者的作品，呈现出标准化的特征。视频剪辑等技术的发展使得同类型的短视频大批量地产出，实现短视频的产业化成为可能，在时空上具有更强的占有性。短视频制作者的初衷是获得更多的流量，赚取热度带来的经济效益。这就很大程度上使他们在视频内容制作上缺乏对“真善美”等深层次价值导向的关注，低俗内容泛滥，作品本身丧失自身的艺术性和创造性。短视频的上述特征使它具备一定的强迫性。无论是在时长还是内容上都以个体的需要为转移，大数据算法通过不断重复推送的方式迫使个人观看它想要呈现给大众的讯息。在选材、制作还是在粉丝的运营模式上趋向于对人进行控制，久而久之，个体在娱乐活动中不再是主动选择娱乐产品的一方而成为被动接受的一方，通过不断重复的典型做法迫使闲暇的

人不得不接受视频制作者提供给他的东西。而这实质上是资本的强迫，短视频只是作为资本操纵的文化工业的一种形式实现对大众的操纵和统治。文化工业的操纵性体现在对个体价值观的导向作用，个体在观看短视频时总是一定程度上会受到视频表达的观点的影响。这种影响在接受新兴事物时的作用尤为明显，“先入为主”的效应，直接影响个体对与之相关的事物的观点表达。文化工业的统治性体现在它对于日常生活的渗透性，覆盖人们生活的方方面面，支配个体的闲暇时间，生活在文化世界当中的个人受到这种文化工业的影响是难以避免的。

3. 短视频文化现象的消极影响

短视频的发展有其明显的优势，但是现如今短视频领域抄袭和模仿泛滥，呈现为一种良莠不齐的状态，而观看短视频的个人将会在不同程度上受到其消极影响。短视频作为文化工业的一种表现形式的实质对个体将会产生以下几种消极影响：其一是创造性的丧失，其二是伪个性的出现，其三是审美的异化，其四是理性批判和超越维度的消解。

(一) 个体创造性的丧失

“文化工业的全部实践把赤裸裸的利润动机置于各种文化形式之上”^[2] (p. 152)，这种创造性的丧失表现在文化的商品化带来的“拜物教”，个体对一种文化形式的崇拜异化为对该种文化形式带来的交换价值的崇拜。无论是短视频还是其它的文化形式当它进入一种流水线式的生产时也就意味着艺术本身的创造性的丧失，而这种创造性的丧失实质上是对艺术自由性的抛弃从而进入一种结构化的生产模式，逐渐商品化。同时，以短视频文化形式为代表的的文化工业的出发点不再是艺术的完满和审美价值而是对市场利益的追求，利润成为文化制作者首要考虑的对象。由此便导致了一种人本主义的缺失和功利主义的泛滥。

(二) 伪个性的出现

伪个性即虚假的个性，伪个性的出现是以短视频文化形式为代表的文化工业泯灭个性并且以无个性粉饰个性的结果。以短视频文化形式为代表的文化工业具有大批量生产和复制的特征，这样生产出的文化产品就不可避免地趋同甚至完全一致，例如短视频市场的同质化趋向。因此，它便丧失了艺术自身的独特个性，成为可替代可重复的商品。即便文化市场看似是“百花齐放”，实际上遵循着相同的框架结构，艺术作品的生产过程成为无个性的模仿和复制。而这种标准化、齐一化的文化工业最终导致了个体的异化。“按照同一个模子铸造出来的文化也使人变成了同一模式的人，单调乏味的文化也使人变得单调乏味。”^[3] 单调乏味的个人面临的将是生活信念的缺失和空洞情绪的滋长。

(三) 审美的异化

文化工业导致的审美的异化主要包括两个方面：一是审美降级，二是审美畸形。

(1) 审美的降级

审美的降级即个体对文化形式交换价值的崇拜一跃成为审美活动中优先级最高的存在，艺术品自身的审美价值不再是主要矛盾，在审美活动中的地位退居交换价值之后，甚至更低一级的位置，呈现出一种主次颠倒的怪相。它的出现不是文化工业单方影响的结果，而是文化工业和社会个体双向选择所导致。一方面单调乏味的文化使个体的审美受到了侵蚀，虚假的个性不断蔓延，文化创作者的个性和创造性被压抑，疲于独立创作和思考。同时在消费主义泛滥的社会导向中不再把作品的审美价值作为优先考虑的事，反而将如何迎合市场，获得更多的经济效益置于首位。而社会个体在进行审美活动的过程中，也不再优先考虑艺术作品的审美价值，而看其是否满足自身的需要。

(2) 审美的畸形

审美的畸形一个突出表现即审丑现象的出现。审美活动本身是人建立在实践基础上能动的按照美的

规律来进行的活动，而随着社会实践的发展，“新媒体发展中的部分审美活动将审美过程两端置换，为了异化的审美满足，将审美创造和审美享受的目标放在获取利益和博得关注上，产生了一些不符合美的本质规律的异化行为，如表现丑，宣扬丑”([4], p. 19)。审丑活动本身是作为审美的重要内容而存在的，通过揭示和批判丑来欣赏美。现代社会的审丑只是作为一种表层感官刺激而存在，个体在审丑活动中获得的只是一种浅层快感，不再对丑进行批判和揭露。同时，文化工业的审美成为主流审美，个体的审美信仰受文化工业审美影响不自觉的与之相一致，并且做出符合主流审美，而忽视美本身和个人审美理想的选择，从而使个体审美受社会主流审美所支配。

(四) 理性批判和超越维度的消解

大众文化与现代传播媒介相结合异化产生的大众文化具有意识形态的特征。这一特征表现在文化产业的内容和价值要服从于意识形态，而意识形态是统治阶级意志的体现，因此文化工业在很大程度上成为统治阶级意志的表达。在齐一化、标准化的文化工业影响下培养出来的个体是对现存制度持肯定和顺从态度的个体，其否定和批判维度被消解，认为现存的一切都是合理的，不需要去否定的。批判和超越维度的丧失意味着事物“否定之否定”的发展过程受到了阻碍，“辩证法的否定不是单纯的否定而是获得具体规定性的扬弃，扬弃前一阶段的消极因素，同时保留其积极因素，因而是推动事物向更高阶段发展的转折点”([5], p. 341)。文化工业对否定维度的消解，使个体难以实现思维层次上的跃迁，从而成为在平面模式中生存的个人。在这种肯定性的文化产业中个体失去了自主选择的能力，被动承受着资本灌输的观念，仅仅作为一种被规定的存在，变得疲于思考和逃避现实。“结果，艺术家很少能够创作出具有个性和思想深度的作品，而且人们也不愿意欣赏严肃的艺术品，而满足和习惯于平庸的无个性的大众文化消费品。”([5], p. 341)

4. 短视频文化的健康发展展望

(一) 理性批判和超越维度的恢复

文化工业的齐一化、标准化等特征消解了个体的批判和超越维度，同质化的文化产业内化为个体单一的生存模式。个体批判和超越维度的恢复不仅需要从根本上对文化产业进行调整，而且需要个体不断提高自身素质，自觉抵制文化工业的消极影响。

首先是国家层面，国家应促进文化产业进行自我完善，积极改革文化体制机制，完善相关的法律法规。文化体制机制的相关法律不完善是导致文化市场乱象的一个重要原因。国家应当加强对文化产业的监管，对部分扰乱文化市场秩序，污染文化市场环境的产业进行必要的整治，对低俗有害的文化作品进行严厉打击。国家应当积极发挥导向作用，纠正文化产业对个体价值观的歪曲，促进更多健康的文化产品出现。同时监管过程中把握好尺度，避免矫枉过正。在尊重文化市场发展多样性的基础上，引导个体的价值观，使个人变得从内心对人生进行体味和思考。

其次是个体层面。个体层面又分为两个主体，一个主体是文化创作者，另一个主体是文化承担者即现实的个人。文化创作者是文化活动中的重要一环，他们作品蕴含着创作者的观念和思想，将会对个体产生最直接的影响。“除了先锋派音乐之外，今天的音乐都不再具有创造性，成了商品，他们是受市场导向的，受利润动机和交换价值支配的商品。这种大众化的音乐的创作者所关心的是上座率和经济效益，而不是艺术完美和审美价值。”([1], p. 148)正是在这种动机的驱使下，部分文化从业者采取一些匪夷所思的行为提高关注度，甚至钻法律的空子。因此，文化制作者应当改变整体复制，批量生产文化产品的方式，致力于解决文化产品同质化和低俗化的现象；改变不断重复，整齐划一的典型做法，减少对个体的强迫和控制，提高自身的社会责任感，将作品的艺术性和审美价值放在首位。

对于文化承担者即现实的个人这一主体而言，选择的最终做出取决于个体本身，个人在理性批判和

超越维度的恢复中起决定性的作用。个体应当提高自身的审美鉴赏能力，克服盲目从众的心理。在进行文化活动时要擦亮眼睛，拒绝低俗、乏味的文化作品，自觉抵制享乐主义价值观对个体价值观的歪曲，坚守自身的审美信仰和文化追求。其次，社会当中的个体应当不断提高自身素质，树立正确的消费观，培养更高级的审美趣味，拒绝在同质化泛滥的文化工业中迷失自我，牢固树立自我主体意识，加强自我反思。

(二) 新媒体时代审美的重构

摆脱文化工业的消极影响的另一个重要方面即重构新媒体时代的审美，实现审美救赎。尊重审美的多样性并不意味着肯定审美畸形的合理性，审美异化的两个关键点在于文化制作者和个体自身，要实现审美的救赎就必须着眼于艺术作品的创造活动和个体对艺术作品的审美活动。因此新时代的审美救赎主要包括两个方面：社会层面和个体层面。

首先是社会层面，文化制作者应把艺术作品的审美价值放在首位，加强自律，明确责任担当，正确引领和导向社会的审美取向。“新媒体应弱化审美经济功能，强化自身社会责任感和文化导向功能，培养和引导用户走向正确的审美趣味，构建积极、健康多元向上的大众审美文化共同体。”([4], p. 39)

其次是个体层面。个体在进行审美活动时应当提高自身的辨别能力和审美素质，坚守自身的审美信仰和文化追求，树立正确的审美观和审美理想。当今时代消费主义和享乐主义盛行，美与真善相脱离，个人面临严重的审美贫困，自身的精神价值丧失，内心变得空洞，沉浸于世俗的享乐，浮于表面，难以深入分析美。个体应当积极参与健康的审美活动，并且在审美活动中充分展现自我意识，进行独立思考和判断，深入体会美、分析美，只有重构崇高美，才能呼唤自我价值和定位的回归。

5. 结语

短视频作为一种新兴的网络媒介的方式，在丰富个体的生活，促进社会的进步的同时，其消极影响也应被反思和正视。研究通过探讨短视频文化现象的特征及运作模式得出了如今普及度极高的短视频的实质即文化工业的一种表现形式，深刻揭示了短视频实质的消极影响并且提出摆脱这种消极影响的手段。呼吁个体在享受短视频文化的同时，也应跳出文化工业的控制和强迫，对之进行反思和批判。

参考文献

- [1] 衣俊卿. 西方马克思主义概论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2019.
- [2] 马克斯·霍克海默, 特奥多·威·阿多尔诺. 启蒙辩证法[M]. 洪佩郁, 蔺月峰, 译. 重庆: 重庆出版社, 1990.
- [3] 刘放桐. 新编现代西方哲学[M]. 北京: 人民出版社, 2000: 469.
- [4] 张雨欣. 新媒体审美异化现象研究[D]: [硕士学位论文]. 安庆: 安庆师范大学, 2020.
- [5] 赵敦华. 西方哲学简史[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.