

# 从“情感按摩”到“情感结构”：现代性焦虑下的田园想象

——以“李子柒短视频”为例

曾一果 时 静

**【摘要】**现代社会是一个不断加速的社会，每位个体都被迫卷入竞争、效率和速度的加速世界之中，普遍的现代性焦虑由此而生。然而，现代人也在采取各种方法对抗社会加速以缓解焦虑，本文所考察的“李子柒现象”便是如此。李子柒用短视频，艺术化地重构和再造“田园生活”，从视觉、心理和审美等不同层次“按摩”焦虑中的观众，激活和唤醒了他们对业已消逝的乡村田园世界之情感，并努力在新社会语境中建构人们对过去世界的“新情感结构”。本文从情感视角对李子柒所制作的系列短视频展开媒介文本解读，深入探究社会加速时代“李子柒现象”背后的情感肌理、文化机制和消费逻辑。

**【关键词】**现代性焦虑；李子柒；短视频；情感按摩；情感结构

**【作者简介】**曾一果，男，暨南大学新闻与传播学院教授、博士生导师，暨南大学新媒体文化研究中心主任，主要研究方向：媒介文化、城市传播和影视文化；时静，女，暨南大学新闻与传播学院博士研究生，主要研究方向：新媒体文化（广州 510632）。

**【原文出处】**《福建师范大学学报》：哲学社会科学版（福州），2020.2.122～130

**【基金项目】**国家社会科学基金重大招标项目“数字媒介时代的文艺批评研究”（19ZDA269）。

## 一、引言：加速社会的“现代性焦虑”

现代社会是一个“加速”的社会。保罗·维希留、哈特穆特·罗萨等人对现代社会的不断加速现象给予了高度关注。

维希留将速度视为构成现代文明的基本条件，在《速度与政治》（Speed and Politics, 1977）一书中，他提出了“竞速学”（Dromology）概念，并认为自工业革命以后，人类文明便处在追逐速度的竞赛中，政治将逐步失去领土支持而由速度统治，变成加速度的战争。所以在现代社会里，“根本就没有所谓的‘工业革命’，有的只是‘竞速革命’；根本就没有所谓的‘民主政体’，有的只是‘竞速政体’；也根本就没有所谓的战略，有的只是竞速学”。<sup>①</sup>罗萨则在《新异化的诞生：社会加速批判理论大纲》一书中，从批判理论的立场对当代社会的加速现象作了批判性的思考。他认为社会加速是现代性的核心过程，社会结构、传播沟通、生活方式和行动步调等都不同程度地呈现出“加速”的特征。“我们现代人可以时刻体会到周遭世界在不

断地加速。”具体来说，在罗萨看来，新近的科技进步、社会进步和生活步调加速逐渐形成一个封闭的、自我驱动的“加速循环”，这三种力量是现代社会加速的重要表征，它们相互影响、相互作用和相互循环，导致现代社会中的人们“经验与期待的可信赖度的衰退率不断增加，同时被界定为‘当下’的时间区间不断在萎缩”。<sup>②</sup>而正是社会不断加速导致了人的“新异化”。

现代性的“加速”使得当代中国发生了巨大变化。改革开放以来，中国社会发展日新月异，科技进步、社会进步和人们的生活步调不断加快，“快餐”“快递”“快时尚”乃至“闪婚”“闪离”等“快”现象普遍存在，每个人都不得不卷入其中。在加速社会中，人们的生活节奏越来越快，但可自由支配的时间却越来越少，人们必须不断调试自己以适应时代发展，而当个体无法适应加速社会和激烈竞争的环境时，基于“就业”“购房”“婚姻”等现实压力，一种“害怕落后”的焦虑情绪便悄然滋生。可以说，当代中国已经进入了“全民焦虑”的时代。“焦虑不再只是个体层面

的一种偶尔的心理不适或症状,而是已成为一种持续的、弥散的社会心态,一种浮动于社会或群体中的、具有普遍性、代表性、基调性的生活体验。”<sup>③</sup>在一定程度上,焦虑已经成为当下社会的一种“病症”,是加速社会中的人们对现实和未来无法把握的情感表征。

马克斯·韦伯在分析资本主义与传统社会较量过程时曾经说,“某些社会力量会被召集出来,对抗资本主义”<sup>④</sup>。在今天,情况或许依然如此,当所有人都卷入到讲求竞争、效率和速度的世界之中时,“传统的世界”反而被召唤出来对抗“加速社会”,本文所讨论的“李子柒及其短视频”爆红网络便属于这种情况。李子柒,这位来自乡间的、文化程度不高的女孩在大城市漂泊几年后返乡创业,在短短几年内制作了一系列短视频,努力重构和传播崇尚古风的乡村田园生活,赢得了全球成千上万视频观众的追捧,成为各类社交媒介空间的超级“IP”,其本人也被誉为“东方美食生活家”。在各类社交媒介空间里爆款的“李子柒现象”意味着什么?如何看待其短视频所展示的“古风世界”?本文将从情感传播的角度试图对此展开深入的文化解读,探究社会加速时代“李子柒现象”背后的情感肌理、文化机制和消费逻辑。

## 二、媒介按摩:李子柒短视频的“情感表征”

“媒介即讯息”是马歇尔·麦克卢汉提出的著名观点。其实,麦克卢汉还曾经提出了另外一个著名说法——“媒介即按摩”。在麦克卢汉看来,媒介给我们大脑以讯息,就好比按摩女郎按摩我们的肌肉一样,“媒介影响的穿透力极强,无所不在,在个人、政治、经济、审美、心理、道德、伦理和社会各个方面都产生影响,我们的一切方面无不被触及、被影响、被改变”。<sup>⑤</sup>“媒介即按摩”强调媒介使用对受众身体和精神情感的影响,使用媒介即享受按摩,“新的媒介形态改变(按摩)着我们对于自身和社会的经验,这种影响最终比它所传达的特定讯息的内容更重要”。<sup>⑥</sup>这种按摩是舒适的、愉悦的、清爽的,它集中表现为一种“情感的体验”。乔纳森·特纳认为这种情感体验包含身体、认知和文化等三个层面:“从生物学视角看,它包括身体系统的生理变化,例如自主神经系统、神经递质和刺激神经激活的激素等系统的启动;从认知角度来看,情感是对自我以及环境中客体某种有

意识的感受;从文化的观点来看,情感是一种符号话语标签,即人们对特定生理唤醒状态的命名。”<sup>⑦</sup>本文认为。李子柒能够在全球坐拥上千万的粉丝,根本原因在于其短视频满足了公众的视觉欲望、释放了公众的精神压力、慰藉了公众的文化情感,起到了媒介按摩和情感传播的功效。这样的媒介按摩具体而言主要包括视觉按摩、话语按摩和审美按摩。

### (一)感官愉悦的“视觉按摩”

英国学者约翰·伯格在《观看之道》(Ways of Seeing)开门见山地指出,观看先于言语。<sup>⑧</sup>这句话实际上折射出了人们获取信息和知识的基本逻辑。相比文字语言,人们往往优先取用那些形象直观、易于理解的视觉讯息。短视频作为一种新的视觉媒介表现手段,因其具有麦克卢汉定义的“高清晰度”和“低参与度”特征而迅速赢得了人们的追捧,“李子柒短视频”爆红得益于短视频制作与参与门槛的大众化,观众能够借助手机等移动媒介迅速浏览视频内容。

充满诗意的自然风景、逍遥自在的田园生活、纯真温暖的祖孙世界……通过剪辑、特写、场景调和色彩渲染等多种视觉展示机制,“李子柒短视频”成功营造了一个个富有诗意的“田园景观”,调动和满足了社会加速时代短视频用户的“观看癖”,“观看与阅读是一种情绪,一种迷恋,其所提供的瞬时的快感有效地缓解了现代人生存压力。”<sup>⑨</sup>“李子柒短视频”刻意营造的乡村田园美景,容易让加速社会中的人们压力和紧张感得到释放。

“李子柒的田园生活诸如耕耘、织工、酿造、建造等,在正常的时间周期中一般是漫长的。比如为了表现原汁原味的‘有机’过程,短视频常常要表现农作物历经寒暑春秋的生长。这一过程在作品中被当作是诗意的前奏和铺垫。于是,那些农作物埋种、破土、抽枝、开花、结果等最重要的时刻被剪接组合在一起。这时,影像创作者运用的镜头语言是灵动活泼的,似乎镜头也有了生命,配合着有情的草木。风卷云舒、花开花落,通常是延时摄影与轻灵回旋的音乐相配合,仿佛是叙事段落与段落中的间奏,充满抒情气息。而镜头俯仰跟转的运动变化则呼应着大自然生命的脉动,活泼的画面似乎诉说着田野乡村的勃勃生机。”<sup>⑩</sup>“媒介是人的延伸”,通过观看短视频,

观众的感官功能得以延展。随着镜头的剪接组合和场景的调度转换,视频观众仿佛穿越时空,抵达短视频所营造的极具烟火气息的乡村田园世界中。在短视频的“视觉按摩”下,因程式化的工厂生活和喧嚣都市空间中倍感压抑的情绪得到了宣泄。

当然,“李子柒短视频”中充满诗意的乡村田园风景展示及从原料采集、生产制作到产品消费的手艺制作过程,不仅给人以“视觉享受”,而且一定程度上满足了“碎片化时代”人们知识获取的需求。

## (二)深入人心的“话语按摩”

在视觉传播时代,短视频注重的是“视觉表达”,与感性的“视觉按摩”相比,理性化的“话语按摩”亦不可少。里蒙·凯南曾区别了“显示”(showing)和“讲述”(telling)的两种话语路径:“‘显示’被认为是事件和对话的直接再现,叙述者仿佛消失了,留下读者自己从他所‘见’所‘闻’中的东西中得出结论。反之,‘讲述’是以叙述者为中介的再现。”<sup>⑩</sup>前面所提到的充满诗意的“视觉景观”,主要运用的是“显示”的方法——直接的“视觉呈现”。而优秀的短视频在注重视觉展演,强调视觉按摩的同时,往往还需配合必要的“叙述话语”丰富和完善所展示的内容,在故事叙述中建构意义。

“李子柒短视频”的叙述话语是含蓄的、隐藏的。短视频中除了极少的文字解说和人物交流外,叙述话语大都是通过镜头剪辑、人物特写和场景调度等技术手段完成的。短视频不仅展示了精美绝妙的“田园景观”,也讲述了当代都市人早已陌生的中国传统生活形态——人与自然、人与人、人与社会和谐相处的中国传统农耕生活。在“李子柒短视频”的系列镜头叙述中,有“离离原上草,一岁一枯荣”的自然万物生长轮回的故事;有“种豆南山下,草盛豆苗稀”的辛勤劳作场景;有“暧暧远人村,依依墟里烟。狗吠深巷中,鸡鸣桑树颠”的乡村日常图景;每个故事的叙述内容都是简单重复的。从叙事的角度而言,“仔细看来,李子柒的影像作品都有着非常相似的叙事特质。这类作品在叙事形态上是非戏剧化的,没有强烈的冲突,没有大悲大喜,大开大合,有的只是循着生命法则的事件流动。简单地概括,李子柒的影像叙事可以称之为任务达成型叙事。即每一集自成独立单元,作为主人公的李子柒必须完成

一个任务——这些任务应该是由幕后团队在中华民族农耕传统文化的范畴中寻找并确定”。<sup>⑪</sup>

借助于循环重复的“类型化叙事”和非戏剧化的“叙述话语”,“李子柒短视频”将其要表达的叙事主题(这些主题可以归纳为“岁月静好”“自给自足”“怡然自得”等)用短视频这种新媒体手段有效地传达给观众。单调重复的“类型化叙事”和含而不露的“非戏剧化叙事”看上去漫不经心,却能够将“短视频”(快速表现)与“过去”(缓慢世界)巧妙地结合起来,从而在不经意中唤醒了人们对过去世界的“共同情感”。

## (三)诗情画意的“审美按摩”

中国传统美学讲究的是“意境”,宗白华在讨论中国艺术中的“意境”时指出:“艺术家以心灵影射万象,代山川而立言,他所表现的是主观的生命情调与客观的自然景象交融互渗,成就一个鸢飞鱼跃,活泼玲珑,渊然而深的灵境,这灵境就是构成艺术之所以为艺术的‘意境’。”<sup>⑫</sup>“意境”强调的是静默观照和物我两忘,但是加速社会恰恰导致了“审美意境”的丧失。在《机械复制时代的艺术作品》中,本雅明也批评照相机这种媒介技术的出现破坏了艺术作品的韵味(Aura)。他所强调的“韵味”在某种程度上也相当于宗白华所说的“意境”,当然,那是一种西方意义上的“意境”。

意境在某种程度上只属于“传统的艺术”。作为社会加速的产物,“快而炫”的短视频本来与“意境”没有关系,甚至这种新的媒介形式本身就破坏了讲究格调、韵味和静观的传统艺术之审美意境,就连曾被认为缺乏艺术性的电视媒介在短视频面前都要显得更有“品味”。事实上,“短视频”这种较新的媒介方式也可以和传统艺术相结合。李子柒制作的短视频赢得了无数观众的追捧,一个重要原因就在于其用短视频这种媒介方式完美地呈现了传统的“审美意境”,让人在感官心理上获得了古代农耕社会悠然自得的意境体验。只不过,今天的“审美意境”的形成和产生不再仅靠艺术家和个人的独特体悟获得,而是由短视频创作者、受众和多样化的传播手段共同营造的结果。

“一切景语皆情语”。从意境的审美范畴出发,景色与情感的交融使意境产生成为可能,而“诗情画意”正是李子柒短视频所要创造的“情语”和“意境”,也是李子柒与观众共情机制发生的基础。李子柒在

短视频中通过镜头的剪辑切换、重组时空,创造出了一个虚实相间、主观的生命情调与客观的自然景象交融互渗的“审美意境”,以短视频的方式实现了传统美学的现代性转换,这是对中国传统美学的成功回应。“李子柒短视频”所展现的一幅幅富有中国传统审美意境的田园世界,激活了人们脑海里中国古典诗歌的“审美意象”,唤醒了“采菊东篱下,悠然见南山”“明月松间照,清泉石上流”等中国古典诗歌所蕴含的山水和田园美景,满足了中外观众对中国诗歌所建构的审美意境的“期待视野”。

在新媒介和社会加速时代,李子柒用短视频的媒介方式视觉化、艺术化地再现和重构“过去”,并从视觉、心理和审美等不同层次“按摩”着观众,激活他们对过去世界的情感,努力在社会加速时代建构人们对过去世界的“新情感结构”。下面,我们就进一步讨论这种“新情感结构”所包含的具体内容。

### 三、共同世界:李子柒短视频的“新情感结构”

“媒介按摩”的效果更多的是表层的,以感官的享受和体验为主。而在深层的文化和身份认同层面,威廉斯的“情感结构”(structure of feeling)为我们更深入地认识“李子柒现象”提供了理论切入点。

1954年,雷蒙德·威廉斯在与奥罗姆合著的《电影导言》(Preface to Film)一书中首先提出了“情感结构”(又叫“感觉结构”)这一概念。<sup>①</sup>在威廉斯眼里,“情感结构”是理解一个时期人们生活方式和文化风格的重要切入点。在《漫长的革命》中,威廉斯进一步讨论了“情感结构”的内涵,他将情感结构看作是“一个时代的文化”,这种文化是跟某种新的文化潮流兴起有直接关联的。在威廉斯看来,一种文化潮流的兴起不是无缘无故的,它是社会上某种共同情感的产物,“这种感觉结构就是一个时代的文化:它是一般组织中所有因素带来的特殊的、活的结果。……但我认为在所有实际存在的共同体中,感觉结构的拥有的确到了非常广泛而又深入的地步,主要是因为沟通和传播靠的就是它。”<sup>②</sup>也就是说,在一个时期内,人们之所以忽然对某种传统或者流行时尚感兴趣,这都是原因的——一种新的情感结构往往会体现在某种物质性的文化实践或者文化潮流中,并随着社会生活的变化而不断变化。因此,通过威廉

斯的“情感结构”理论,人们可以从受众共同情感的形成角度,更好地去理解某种文化潮流为何会兴起。

藉由威廉斯的“情感结构”理论,我们便可以发现“李子柒现象”在新媒介环境下的出现和受到追捧,在某种程度上,正是因为其回应了加速社会普遍蔓延的“现代性焦虑”,并通过建立一种崇尚古风生活、维护传统价值的文化潮流和新情感结构,尝试为人们摆脱“现代性焦虑”提供一种新的途径。具体而言,我们认为李子柒短视频所建构的“新情感结构”主要有以下三个方面内容。

#### (一)怀旧的“新乡愁”

威廉斯认为“情感结构”具有发展性,这种特性在社会转型时期最为突显,那些隐藏于大众内心深处的集体无意识由于社会的加速变化而被激活,显化为一种“怀旧的情感”。关于“怀旧”,斯维特兰娜·博伊姆认为,“怀旧是一种丧失和位移,但也是个人与自己的想象的浪漫纠葛”。<sup>③</sup>怀旧不仅具有“美化过去的功能”,而且也是自我身份认同建构的重要途径。

在当代中国,随着城市化的快速发展,大批农民离开了原生清静、安逸美丽的乡村故土,走进了充满环境污染、交通拥堵和传染病频发的现代都市。在现代性风险不断加剧的情况下,人们对传统乡村的追忆愈加强烈,渴望回到曾经那个清静安逸、美丽自然的乡村成为大多数城市人的普遍诉求,这些挥之不去的共同情感和集体记忆被“李子柒短视频”点燃、激发和召唤。“李子柒短视频”美轮美奂地“展演”出一个未遭现代工业侵蚀的生态农村——纯净的天空、美丽的山川、清澈的小溪、宁静的村庄,甚至在漫长历史岁月积淀的传统生活方式和文化形态也完整地保留着,这是在召唤视频观众的无边乡愁。“好美啊!”“好怀念儿时生活过的小山村!”无数视频网民的心声实际是对“农裔都市人”内心世界隐藏的怀旧乡愁的一种“情感共鸣”。

当然,“李子柒短视频”不仅激发了观众对美丽乡村风景的思慕追忆,更有一种让他们萌生重返家园的寻根渴望。城市生活中的人们大都面临就业难、婚恋难和住房难等现实困境,孤独、焦虑与彷徨已然是当代人普遍存在的心理状态,怀念那自给自足、友善和睦的乡村世界成为人们情感记忆的归属。看了李子柒短视频的网友说:“上小学的时候,妈妈经

常教我整理棉花不长棉桃的枝,顶着太阳那叫辛苦,摘棉花也是隔几天摘一次,看见她拍的视频,就仿佛又回到以前……”然而,网民的这种乡愁植根于过去与现在、城市与乡村两种时空的碰撞处,是不得不面对乡村日益消逝的现实而生发出的一种“浪漫凝视”。正如台湾学者廖新田所说:“美不在‘旧’中,而是藉由现代的凝视……易言之,只有用特殊的眼光才能发觉乡下朴实之质、斑驳之美。”<sup>①</sup>“李子柒短视频”正是带着这种“现代的凝视”欣赏和回望日益远去的“过去”,美丽的自然景观、丰富的田园物产、纯朴的农家生活无不呼唤着现代人的怀旧乡愁和家园之思。

## (二)古风的“新生活”

西美尔、帕克等学者视现代性社会为一个“陌生人社会”,陌生人社会形成了不同于传统社会的社会关系、道德结构和生活方式。在陌生人的社会里,像帕克所说的那样:“许多人在大城市中互相毗邻而居,但却几年之中甚至素不相识,在这种环境中首属团体的亲密关系削弱了,基于此种关系的道德结构秩序也逐渐消逝了。”<sup>②</sup>

陌生人社会在当代依旧存续着,不过,即使在陌生人社会中,人们仍然需要彼此交流和建立亲密的情感关系。特别是随着社会加速、时空分离和虚化的脱域关系,以及各种不确定性风险因素的增多,普遍存在的现代性焦虑让人们开始重新怀念那些远离的传统生活和伦理亲情。“李子柒短视频”让现代人对于传统乡村物质和文化生活的怀旧情感有了着落点。在短视频中,李子柒为奶奶做各种食物,每次和奶奶吃饭,她总是先用筷子给奶奶夹上美味佳肴。观看了这一幕后,有网友留言:“以前过年的时候,一大家子都在爷爷奶奶家吃年夜饭,奶奶如今不在了,好想念奶奶做的腊肠。”观看“李子柒短视频”已成为不少当代观众重新想象和进入那日渐消失的传统家庭关系的一种有效的视觉途径。

当然,“李子柒短视频”建构当代观众共同“情感结构”的高妙之处在于,不仅要通过短视频的视觉叙事将观众拉回到“古风世界”中,也经由女主的奋斗故事重新确认女性的“现代性身份”。在古代中国,“男主外女主内”是日常生活中性别位置的基本分配,在此性别位置的分配秩序中,妇女往往被冠以

“贤妻良母”的居家角色。但在不断加速的现代性社会,传统的女性身份角色日渐式微,参与社会的职业女性越来越多,愿意居家和善做家务活的青年女性越来越少。然而,“沿袭古老传统,遵照古法工序,古朴炊具,制作出一道道古风美食”的李子柒却严格遵从和践行传统的礼仪规范,处处展现“上得了厅堂,下得了厨房”的中国古典女性美德。更难得的是,李子柒还精通各种现代技艺,是集传统与现代于一身的“古风新女性”。她用得了电锯、接得了水管、建得了房屋、弹得了吉他,这仿佛在宣告“古风新女性”不再是男性父权制社会的附属品,而是能够与男性一样承担现代家庭和社会责任的时尚女性。无所不能的李子柒于是瞬间成为众多男女青年膜拜的“女神”,“娶妻当娶李子柒”的婚偶标签则生动地反映出男性对女性传统和现代生活角色的“双重期待”。

## (三)文化的“新传统”

在《文化记忆》一书中,扬·阿斯曼指出,记忆在不断经历着重构,持续向前的当下生产出不断变化的参考框架,过去在此框架中不断被重新组织,记忆不仅重构着过去,而且组织着当下和未来的经验。<sup>③</sup>因此,每种记忆在某种程度上都是立足当下的记忆。另外,根据英国社会学者史密斯(Smith)的观点,现代民族国家是一个“法律—政治”共同体,也是一个“历史—文化”共同体。前者通过国家机器来实现其合法性,后者则凭借集体经验、历史记忆和共享的文化符号实现合法性。因此,从某种意义上说,“文化记忆”不仅是意义生产的过程,也是构建文化共同体的过程,“通过对外的独特性和对内的持久性建构出社会群体的自我同一性”“以期形成文化系统内稳固的社会形象和具有同一性的文化认同”。<sup>④</sup>“文化记忆”是身份认同、民族认同和国家认同的基础,而各种现代媒介则是实现“文化记忆”稳定性和持久性的关键,例如《中国诗词大会》《国家宝藏》等一些传统文化类的电视节目便借助背诵古诗词或分享文化背后的历史故事等方式,展示中国传统文化的意蕴魅力,唤起电视观众对中国传统文化的集体记忆和文化认同感。<sup>⑤</sup>

在新媒介飞跃发展的时代,短视频不仅是日常信息传播和消遣娱乐的主要媒介手段,也成为展示和“活化”传统文化、唤起人们集体记忆的崭新媒介平台。蜀

绣、红妆、古法酿造、千层底儿布鞋、活字印刷术、手工楮皮纸……这些早已与当代社会脱钩的传统手艺经由李子柒创造性的“再造”得以奇迹般的“复活”。与一般侧重器物静态展示的传统影像不同，“李子柒短视频”展示的不是死的“过去”和“传统”，而是通过亲身的手工劳作和生产实践演绎的活的“生命”和“文化”。这不仅能让观众学习到“传统知识”，也让他们在李子柒的乡村影像实践中完成主体身份的转换和再确认，从而获得对中国传统文化的新领悟。

阿尔都塞在讨论电视媒介与其观众关系时强调，电视等媒介通过召唤的手段将（观众）询唤成为“主体”，完成个体成员的身份转换。<sup>②</sup>“李子柒短视频系列”借助于对“传统产品”生产制作流程的详细叙述，不仅向观众展示了中国传统文化的意蕴魅力，更是带着观众展开了一种集体的“文化追思”，召唤了他们对过去世界的共同情感和集体记忆。在此过程中，观众被纳入到短视频所建构的昔日重现的社会场景和文化共同体中，其身份归属则在传统世界重新得到了确认。而在全球化时代，乡村传统的丧失和现代性焦虑的蔓延已成为全人类的普遍性状态。“李子柒短视频”所展现的中国文化形象受到西方观众的追捧，不仅说明“古风中国”自身独具文化魅力，而且也折射出“李子柒短视频”的现代性反思和对传统世界的寻根得到了全球观众的“情感共鸣”。

#### 四、田园乌托邦：消费主义的“情感消费”

短视频是新型媒介技术发展的产物，其内容生产和传播形式迎合了加速社会下人们的浏览方式和观看习惯，为娱乐化、浅显化、低俗化和快餐化的内容消费提供了平台支撑。李子柒独具匠心地将短视频与中国传统文化有机结合在一起，对中国传统乡村田园风景和日常生活进行精心的“视觉展示”，满足了加速社会中当代观众对传统生活的“文化追忆”和对现代性社会的“文化批判”之双重需求。

需要指出的是，尽管“李子柒短视频”以美轮美奂的视觉展示和镜头叙述让传统的乡村田园生活重回“现代”，但在全球消费主义的现实语境中，李子柒的“古风生活”对于绝大部分当代人来说是不切实际的。这种用短视频“再造的田园”始终是一种“拟像”化的呈现，而“‘拟像’说到底是有文化的传媒的拟像，

因为正是文化和传媒，在创造并且指导我们如何感知现实”。<sup>③</sup>现实的乡村田园经过媒介过滤而“拟像”为一种“超真实”和“超现实”的存在，进而沦为消费社会的一种“视觉奇观”，其根本目的是为了满足不同都市人的“田园想象”，尽管真实的田园生活显然并非镜头中那样美好。

事实上，“李子柒现象”是新媒介与消费主义环境下商业资本和怀旧文化的“合谋”。随着人类进入消费社会，消费开始主导着人类生活的方方面面，包括人类的精神文化。而李子柒之所以能成为一种“爆款”现象，是其对当下中国消费文化视觉转向的“一种迎合”。面对短视频创业风口刚刚兴起，各类短视频遍地开花，许多短视频都要通过“吸引眼球”来创造经济效益。在此背景下，李子柒独辟蹊径，通过自己对乡村生活经验的掌握、中国城乡分离二元社会的洞察和都市青年人内心需求的体会，以美食文化作为主线，展现和提供了一幅幅令人赞叹的田园牧歌景象，以激发当代视频观众对传统世界共同的乡愁和家园情感。其实，李子柒无所不能的形象背后有一个个强大的幕后商业和媒体团队为其视频制作和传播提供助力，所谓的“前期视频从编导、摄像、出演、剪辑都由李子柒完成”之言显然不可信。

在一些消费文化理论家眼里，消费社会中的一切都可以是消费的对象，包括人类的情感。梅斯特罗维奇就认为，在当代社会，情感不但没有消失，反而在社会文化生活中越来越膨胀。这种情感方式是一种新的“综合”——被理性化、知识化、大众媒介生产和操作的“后情感”。<sup>④</sup>梅斯特罗维奇的后情感思想借鉴了里斯曼的“他人导向型”概念。在他看来，“他人导向型”的“后情感”很难区分真实与虚假，是一种“不真诚的真诚”，它带有“虚假的开放性”。“他人导向型”的“后情感”说明，情感的真实与否本身已经不重要，重要的是表达情感的态度和技巧。<sup>⑤</sup>在这个意义上，“李子柒短视频”实际上是对观众的一种“后情感操控”：一方面，李子柒抓住了现代人普遍的焦虑感，希望通过其短视频的文化重构为加速社会中的人们提供一份“情感按摩”，充当一剂缓解人们精神疲惫的良药；另一方面，李子柒在短视频中通过对中国传统文化的展演，又为观众建立起新的“情感

结构”，以满足现代人对过去的怀旧和猎奇的需求，但最终，观众充当的不过是“情感的劳工”。

另外，鲍德里亚在分析消费社会时指出，人们对物的消费不再是基于“使用价值”，而是“符号价值”，因为人们消费的所有物品都象征着某一方面的声誉、地位和欲望，“即共同拥有同样的编码、分享那些使您与另外某个团体有所不同的那些同样的符号”。<sup>⑤</sup>从这个角度来说，“李子柒短视频”的运作本质是一场商业化的“符号经济”建构。安逸宁静的乡村呈现不过是一种表象，其目的是通过高识别度的媒介内容和媒介形象获得粉丝，一袭古装、长发飘逸的李子柒本人便是一个高显示度的形象符号。短视频中，美食的烹饪和传统手工艺等内容都作为经济符号加以“重新生产”和“集中展示”，并通过“IP”化的开发和观众的购买而获得价值。

总而言之，在现代消费主义语境中，按照“李子柒短视频”所提供的“古风样式”生活对于大多数当代人而言是不现实的，“李子柒短视频”不过是用短视频营造了一个“乌托邦”的田园幻景。

### 结语

李子柒凭借自己曾有的乡村生活经验，在对当下都市人内心需求深刻洞察的基础上，以中国传统美食文化作为主线，为观众制作和展示了一幅幅令人向往的田园生活图景，并成功上演了一场中国网红的“出海记”。中西方文化语境虽然不同，但在社会加速的全球语境中，中外观众对宁静悠闲的田园生活都有着共同的体验和渴求。因此，李子柒为当代中外观众提供了一个用短视频观看和了解传统文化的机会，这是难能可贵的。同时我们也清楚，这种“田园牧歌”式的生活终究是一场拟态化的媒介真实。因此，人们在享受李子柒所提供的“情感按摩”同时，亦要防止商业资本和新媒介对中国传统文化和观众情感的过度消费。而如何让“短视频”等新媒介真正成为激发文化市场活力、传承和传播中华文明的主要平台和手段，这是今后更值得思考的新媒介技术和文化问题。

### 注释：

① Paul Virilio, "Speed and Politics, trans. Mark Polizzotti", Los Angeles, CA: Semiotext(e), 2006, p.69.

② [德]哈特穆特·罗萨：《新异化的诞生：社会加速批判理

论大纲》，郑作或译，上海：上海人民出版社，2018年，第18页。

③ 王小章：《论焦虑——不确定性时代的一种基本社会心态》，《浙江学刊》2015年第1期，第184页。

④ [德]马克思·韦伯：《民族国家与经济政策》，卜永坚译，北京：生活·读书·新知三联书店，1997年，第118页。

⑤ [加拿大]马歇尔·麦克卢汉著，[美]昆廷·菲奥里、杰罗姆·阿吉尔编：《媒介即按摩：麦克卢汉媒介效应一览》，何道宽译，北京：机械工业出版社，2016年，第24页。

⑥ [美]斯坦利·巴兰、丹尼斯·戴维斯：《大众传播理论：基础、争鸣与未来》，曹书乐译，北京：清华大学出版社，2004年，第296页。

⑦ [美]乔纳森·特纳：《人类情感——社会学的理论》，孙俊才、文军译，北京：东方出版社，2009年，第2页。

⑧ [英]约翰·伯格：《观看之道》，戴行钺译，桂林：广西师范大学出版社，2005年，第1页。

⑨ 师曾志、杨睿：《情感时代基于生命传播的观看与“跃读”》，《中国编辑》2019年第6期，第37页。

⑩ 刘永昶：《关于时空、韵律与意境——从“李子柒”看短视频的影像美学》，《传媒观察》2020年第2期，第28页。

⑪ [以色列]里蒙·凯南：《叙事虚构作品》，姚锦清等译，北京：生活·读书·新知三联书店，1989年，第193页。

⑫ 刘永昶：《关于时空、韵律与意境——从“李子柒”看短视频的影像美学》，《传媒观察》2020年第2期，第29页。

⑬ 宗白华：《美学散步》，上海：上海人民出版社，2005年，第121页。

⑭ Raymond willams and Michael Orrom, "Preface to Film", London: Film Drama Limited, 1954, p.22.

⑮ [英]雷蒙德·威廉斯：《漫长的革命》，倪伟译，上海：上海人民出版社，2013年，第57页。

⑯ [美]斯维特兰娜·博伊姆：《怀旧的未来》，杨德友译，南京：译林出版社，2010年，第2页。

⑰ 廖新田：《近乡情怯：台湾近现代视觉艺术发展中本土意识的三种面貌》，《文化研究》(台湾)2006年第2期，第175页。

⑱ [美]R.E.帕克：《城市：对于开展城市环境中人类行为研究的几点意见》，见R.E.帕克等著：《城市社会学》，宋俊岭、郑也夫译，北京：商务印书馆，2012年，第25页。

⑲ [德]扬·阿斯曼：《文化记忆：早期高级文化中的文字、回忆和政治身份》，金寿福、黄晓晨译，北京：北京大学出版社，2015年，第35页。

⑳ 鲍士将：《文化记忆、凝聚性结构与影像的互文性建构》，《文化研究》(第37辑)2019年夏季卷，第303页。

㉑ 曾一果、朱赫：《记忆、询唤和文化认同：传统文化类电视节目的“媒介仪式”》，《现代传播》2019年第3期，第92页。

㉒ [法]路易·阿尔都塞：《意识形态与意识形态国家机器(一项研究的笔记)》，见齐泽克、阿多尔诺等著：《图像意识形态》，方洁译，南京：南京大学出版社，2006年，第120-121页。

㉓ 陆扬：《日常生活审美化批判》，上海：复旦大学出版社，2012年，第141页。

㉔ [德]Stjepan Mestrovic, Postemotional Society, London: SAGE, 1997, P.22, P.55-57.

㉕ [法]鲍德里亚：《消费社会》，刘成富、全志钢译，南京：南京大学出版社，2000年，第87页。