

# 乡村世界的图像化建构:当代中国 短视频文化的“乡村图像”书写

柴冬冬

(杭州师范大学文化创意与传媒学院,浙江 杭州 311121)

**摘要:**“乡村图像”是指乡村世界被媒介再现与建构而生成的一种可见可感的图像。它既是人们认知、理解和阐释乡村的基本路径,也是乡村文化的重要表征物。当代中国短视频文化在展示乡俗、乡物、乡景、乡味的过程中,推动了一种新的“乡村图像”的出场,实现了乡村可见性的重构。新的“乡村图像”遵循想象—图像的生产逻辑,具有景观性与世界性的特点。景观性意指短视频文化将乡村从现实语境中分离出来,成为一种弥散的图像景观,包括物理图像、认知图像和交往图像。世界性意指短视频文化构建出了新的乡村图像信息场,场本身即是情境和媒介,它连接了展示者的世界与观看者的世界,并为二者提供新的世界经验。“乡村图像”是融合了技术性与文化性的图像体制,它调和了图像审美品味与乡村审美品味的关系,使不同主体形成了共同的感知基础。同时,它也是从古典到现代的中国乡村文化经验的当代化重构,是乡村元素的精神性和物质性图像的综合体,是理解当代中国乡村文化的重要“方法”。

**关键词:**短视频;乡村图像;乡村文化;可见性;图像体制;乡村世界

**中图分类号:**G 206

**文献标识码:**A

**文章编号:**1000-260X(2023)05-0126-10

在乡村的文化表达和意义生产史中,“乡村图像”<sup>①</sup>(rural image)具有十分重要的作用。乡村世界内的生活与生产场景、自然与人文景观、文化与历史表征、政治经济与社会状况,以及其中所牵涉的人、事、物、情等所有相关要素被建构成媒介形象,表征为可见可感的图像,如影像、画像、景象、视像等,这些可见可感的图像即“乡村图像”。“乡村图像”既是人们认知、理解和阐释乡村的重要方法,也是乡村文化的重要表征物。自摄影与电影艺术传入中国之后,乡村作为一种形象的生产方式逐渐从文字主导转向图像主导,“乡村图像”问题开始显

现。特别是随着新中国成立以来现代化建设进程的持续推进,乡村的影视化呈现成为常态,“乡村图像”逐渐成为大众消费品,与大众的文化经验、社会发展之间形成了更深入的互动,日益释放出重要的社会能量。

近年来,随着乡村短视频在当代中国的持续流行,乡村重新成为了被大众观看、凝视和消费的对象,一种新的“乡村图像”得以出场。它重构了乡村的可见性,使乡村在表征(representation)层面进入到了一种新秩序之中。短视频文化对乡村世界的图像化建构既不同于传统的绘画艺术,也区别于摄

**收稿日期:**2023-08-12

**基金项目:**国家社科基金青年项目“当代中国短视频文化的‘乡村叙事’研究(21CZW011)

**作者简介:**柴冬冬,文学博士、博士后,杭州师范大学文化创意与传媒学院副教授、硕士生导师,主要从事视觉审美文化研究。

影、电影、电视等相对现代的视觉艺术,呈现出了独有的生产、传播、消费与话语构建特点;由此推动而成的“乡村图像”生产现象也并非一个自律性的文化事件,而是深度嵌入于当代中国乡村文化、网络消费文化、大众审美文化的融合化发展进程中,同时也离不开“乡村”这一在中国历史文化语境下具有特殊意义的能指符号所包含的复杂文化内涵。这种新的“乡村图像”其实是一个可以阐述多元社会文化问题的“理论客体”,其生成实践有着重要的文化范式论意义。

## 一、被把握为图像的乡村:短视频文化对乡村可见性的重构

“乡村图像”的出场与乡村存在方式的嬗变紧密相关。历史地看,乡村作为乡民从事生活和生产活动的地理空间的指称,在进入语词系统、感知系统,被能指化之前,是以一种“不可见”(invisibility)的状态存在的。“不可见”不是指乡村的物理外观不被肉眼所见,而是说,受到人类对世界的认知水平和社会实践能力的制约,乡村没有进入任何媒介所构建的展示与观看、描述与想象的关系之中,在乡民的认知活动和文化实践中没有形成一种具有系统意义的乡村“符号”,也不存在一个清晰的乡村概念。不管是在象征秩序还是在符号秩序上,乡村都没有成为感知的素材,并经由视觉(眼睛、心灵)向内形成幻象、观念、意象,向外具象化为图画、影像等<sup>[1]</sup>。反过来,乡村获得可见性(visibility)是说乡村在能被看见、能被感知的基础之上获得了一种表象,成为了符号(symbol)、象征(symbol)或图像(image),呈现在观者眼前或者内心之中。可见性有着复杂的哲学意味,且与再现、观看、觉知等范畴存在关联,但有一点是肯定的:可见性指的是显露的有意义的东西,而非遮蔽的、不明确的、无意义的东西。

乡村获得可见性的过程离不开乡村的文化表达活动,即乡村获得语词层面的确定性,进入意义生产流程,产生表意实践。乡村的文化表达包括了从语言、言语、象征符号、身体动作、社会制度以及各种各样的人造物品层面对乡村的展示、呈现、表

现,这些表达物通过表达乡村及其文化而得以展示自身<sup>[2]</sup>。乡村的文化表达活动使乡村被纳入到了一种可见性秩序之中。可见性秩序指的是为了使乡村成为“可见的”而形成的一套总体系统,既包括看与被看的结构关系,也包括生产观看(觉知)主体的制度、机器、话语之间的复杂的相互作用,还包括形成这种相互作用的认知场<sup>[3]</sup>。可见性秩序对乡村的形象和意义产生形塑作用。

那么,乡村为何会被不断吸纳进可见性秩序之中?或者,乡村的可见性秩序为何会被构建出来?这与乡村本身所蕴含的复杂文化意义有关。乡村是历史地存在着的,它并非一个单一的地理学概念,还包含了建筑形制、社会结构、经济模式、风土人情、生活方式、价值理念等。这决定了乡村是一个有着完整结构的文化系统,是一种人类的独特存在方式,多数学者将乡村的这种功能性称为乡村的文明属性。而在中国语境下,乡村文明其实是由农耕文明传统与农业社会历史塑造的一种文明体系<sup>[4]</sup>,且与中国传统文化的演进紧密绑定。由于中国的农耕文化传统赋予中国社会强烈的“乡土本色”,并由此催生出了一系列重要的伦理道德和文化精神,乡村被不断嵌入中国的社会发展和中国人的生存世界构建中,逐渐成长为社会治理、文化构建、个人生存的核心领域,成为处理人与人、人与自然、人与社会之间的一系列矛盾和问题的重要抓手。这构成了乡村被纳入可见性秩序的必要性。

中国语境下的乡村可见性秩序并非一成不变的,而是受到社会文化环境的制约。根据当前主流观点,中国社会文化在历时维度上大致可以现代性为界划分为传统与现代两种主要范式。两种范式的文化特质与生产机制存在重要差别,这影响到乡村的可见性秩序构建。

传统文化时期乡村的可见性秩序是建立在现实—文本逻辑之上的。这段时期中国社会处于农耕文化阶段,文化方面呈现出了鲜明的延续性和一致性,乡村社会赖以运作的宗族传统、礼治秩序、熟人社会、天人和谐、家国一体、日常即道等文化要素与传统文化精神高度呼应。彼时,由于儒家和道家思想在一定程度上統合了城市与乡村文化,还未出现城乡之间严重的二元对立和文化冲突,乡村文化也

具有超强的稳定性,乡村没有被置入被改造、被革命的语境之下,也不是虚构的乌托邦,而是与生存其中的存在者紧密绑定,带有浓厚的文化“原乡”属性。故而,在乡村成为可见物的过程中遵循的是现实逻辑。现实是对乡村形象的显在性和潜在性构建,是乡村的表达者们致力于将他们切实体验和观看到的乡村恰当地呈现出来。不管是以浪漫主义的态度歌颂迷人的山水田园,还是以现实主义的视野揭示底层劳动人民的生活,乡村形象虽多样,但却真实;虽有一定的意识形态性,但较少受到政治、商业因素的制约。而由于表达媒介主要是语言文字,因此传统文化时期乡村形象是通过文本叙事逻辑被塑造出来的。

现代文化时期乡村的可见性秩序是建立在想象-图像逻辑之上的。这段时期中国社会开启了现代性进程,社会文化层面的剧烈变革使得文化记忆中断,传统文化所构建的永恒的价值认同感消失,民族认同成为突出问题,如何通过文化想象构建新的“凝聚性结构”显得十分重要。乡村想象正是据此而展开的。想象是主体对乡村生活方式和乡村社会环境所展开的形象思维活动,它能满足他/她的期望,以及支撑这些期望的“更深层的规范观念和形象”<sup>[9]</sup>,农民和乡村则是展开这种期望活动所依托的符号。而由于想象本身也是一种社会实践<sup>[6]</sup>,故而乡村想象其实成为了传达现代性变革的一个方法。在此背景下,乡村呈现出两种相互矛盾的形象:既被视为贫穷的、落后的,需要被改造;又被视为传统的、生态的、诗意的,需要被保护。这是类似于海德格尔意义上的“世界图像”的生成,亦即乡村被把握为“图像”。图像在此并不是指乡村的某个摹本,而是乡村作为存在者的整体,成为了人的表象和有用物<sup>[7]</sup>。乡村的叙述者们则是以观念关系来实现乡村的可见性构建的,比如在20世纪的乡土文学创作中,诸多作家就是依靠自身的问题意识对乡村展开文化批判、民族忧思与情感表达的。时至图像消费时代,视觉媒介更是极大地推进了想象-图像逻辑,主导了当代中国人对乡村的认知。

短视频文化对乡村可见性的重构恰恰是以想象-图像逻辑为基础的。从生成上看,短视频中的各类乡村表象来源于制作者意识和想象活动,受

其对乡村的认知水平、理解能力和表意目的的制约,这类短视频同时也具有传统影像的流动性、逼真性、可编辑性特点。从属性上看,短视频文化对乡村的图像化再现依然具有文化反思与文化记忆构建功能。如“李子柒”系列短视频通过对传统乡村美食、民俗、服饰、建筑的展示与演绎所构建出的诗意乡村、文化乡村、田园乡村,虽具有典型的乌托邦性质,但却唤起了多数人的乡愁,引起了社会对乡村传统文化、城乡文化关系、乡村社会问题的再思考。

然而,由于文化生产方式与大众审美经验的变迁,乡村可见性的诸多新特点也值得关注。其一,算法技术使乡村的可见性进入到一种权力机制之中。算法是“组织和操作数据以快速达到特定结果的一套逻辑化的程序步骤”<sup>[8]</sup>,既可以进行信息的个性化推荐,又可以对热点信息进行集体化整理<sup>[9]</sup>,从而最大程度地维系受众对信息的依赖。当算法介入乡村的可见性生产后,也意味着可见性成为被分配与可规训的资源。其二,视觉消费使可见性的展示价值变得异常重要。获取点击量和关注度是乡村短视频博主的普遍诉求,因为无法获得关注,后续变现会成为难题。于是,乡村必须转化为形象,形象必须服务于视觉的优先性和至上性。其三,短视频的展示属性使“乡村图像”成功介入到乡民的自我文化实践和社会文化经验活动中,可见性由此获得了主体性权力,而观看属性又决定了可见性呈现为对象物,故而展示又显得是隐秘的。由此看来,乡村的可见性在此变得更为复杂,更有权力性、资本性、隐秘性的特点,它不再严格受到时间、空间和主体的限制,又深深植根于消费、娱乐、技术,在表征为“乡村图像”的过程中会产生更多变量。比如,乡村短视频在展示乡村美食、风景、乡民、民俗、特产等标识性元素的同时,还具有文化表达、形象构建、产业/产品宣传、知识普及、问题呈现等属性。

## 二、弥散的可见性:作为景观的“乡村图像”

当乡村进入现代工业和科技所构建的可见性秩序,成为具有商品属性的图像之时,乡村也就不可避免地进入到了景观逻辑之中,展现为景观的庞

大聚集。德波曾说,“景观展示其所是:一种以生产力的增长为基础的、受制于机器独立运动的、产生于一种日益精确地将劳动分工碎片化为姿势和动作的自在发展的分离力量。于是,工作的目的就只是为了不断扩展的市场”<sup>[10]</sup>(P8)。据此,德波进一步提出了“‘景观即商品’,景观的目的在于自身,它不断扩大和复制自身”的论断。景观逻辑使乡村作为一种表象不断地从原来的语境分离出来,具有了不断复制自身的属性,促使表象的接受者由此向观赏者、消费者转变,从而形成一种视觉生产闭环。以此为出发点,乡村性<sup>②</sup>借助视觉技术开始不断蔓延,促成可见性的弥散,景观由此成为“乡村图像”的表征机制。

从文本形态上看,作为景观的“乡村图像”呈现为物质乡村、文化乡村、社会乡村3个基本维度,它们分别被表征为不同的图像形态,生产出不同的乡村形象。

物质乡村是第一个层面,意指物理图像与乡景的生产。物质乡村是乡村的生产与生活、自然与人文景观所形成的物理图像,它可以直接被感官感知,是观者认识和理解乡村的起点,包括乡村生产、生活、聚落、自然等图景的图像化构建。短视频中的乡村生产图景多数以农业生产活动为主,包括犁地、播种、收割、浇水、施肥、采摘等种植活动,养鸡、养鱼、养猪、捕捞等养殖活动,以及剪纸、编织、炒茶、磨面、木工、剪裁等非农业性质的手工艺活动,注重对传统农业生产场景的还原,凸显劳作过程中人(身体)与土地、农产品之间的关系,着力构建一种与工业生产相区别的乡土氛围。生活图景主要是乡民对自己的生活和文化趣味的展示,如饮食制作、作物收割、手艺展示、工具打磨等,这些图景是嵌入于生产活动中的,涉及人与土地、人与人、人与农产品、人与社会之间的关系,充满着文化和伦理色彩。聚落图景主要是各类特色乡村民居的展示,带有鲜明的空间性和文化性,而由于乡村聚落是由乡民经过长期的选择、营建、积淀而成的<sup>[11]</sup>,因此聚落其实是生活观念、生存方式、文化趣味的演绎场。自然图景聚焦乡村所拥有的各类自然环境,着力展示与塑造乡村的“诗意”“生态”“美丽”形象。

文化乡村是第二个层面,意指认知图像与乡情

的生产。文化乡村是乡村作为一种观念系统被构建而成的图像。它以物质乡村为基础,并延伸至知识生产和形象再现层面,属于被构想的范畴,具有符号性和象征性。文化乡村中的“文化”是功能意义上的,指短视频文化在构建乡村可见性的过程中,对乡村的意义与乡村形象的筹划。很明显,通过物理图像的生产,乡村被赋予了诸多象征性内涵,如种菜、犁地、丰收象征着劳作的趣味性,方言、犬吠、鸡鸣、流水声象征着生活的返璞归真,吃饭、串亲、聊天象征着社会的和谐,此类图像使观者形成了一种温馨、诗意、和谐、趣味、轻松的乡村形象认知。文化乡村的出场与工业化、都市化促逼下乡愁的广泛弥散相关,同时也是对乡村相关民众在面对乡土传统被价值理性和资本逻辑侵蚀时所产生的怀乡、恋乡情绪的放大。文化乡村作为认知图像的意义在于它通过唤起乡愁建立了一种田园乌托邦,使观看和消费乡村成为补偿乡愁最为重要的路径。尽管对多数观者而言,现实世界或许并没有那么不堪,他们可能也早已脱离乡土社会,但对宁静、和谐、生态、诗意的世界的想象却是普遍的共鸣,这其实是个体通过情感的消费构建出的一种新的文化记忆和主体身份,其有助于实现现代文化与传统继承之间的平衡。

社会乡村是第三个层面,意指交往图像与乡民的生产。社会乡村是乡村作为一种生活空间被构建而生成的,它以乡民之身份与身体的生产为核心,连通了物质乡村和文化乡村领域,是关系性的,属于交往图像。“社会不仅通过传递、通过交往/传播而存在,而且我们可以正当地说社会存在于交往/传播之中。”<sup>[12]</sup>社会乡村的形成首先以短视频作为视觉景观基础。德波曾指出,景观社会的景观其实本身就展现为社会自身,“景观不是影像的堆积,而是以影像为中介的人们之间的社会关系”<sup>[10]</sup>(P3)。景观的社会属性使得乡村短视频本身在其生产与消费的过程中就承担了社会组织功能,如观者与观者之间、观者与创作者之间通过平台的点赞、留言、分享、直播等功能展开的互动,就体现了参与式观看和分享对人与人之间关系的构建作用,这种关系也是网络空间所构建的虚拟社会的一部分。社会乡村作为交往图像的形成还是乡村本身所蕴含的交

往属性被符号化构建的结果。如在“田野里的七月”发布的乡村生活短视频中,无论是陪女儿玩耍、给婆婆买衣服、做饭,还是与村民打招呼、聊天、为其提供帮助,都可以看出她对自己所处社会空间的肯定和信任,且对关系的处理游刃有余。从评论区的留言来看,观者对她所呈现的这种乡村交往关系也多持肯定态度。当然,乡村社会不可能像“田野里的七月”所描述的那样是没有任何矛盾冲突的,但不管是创作者还是观者,都不约而同地肯定乡村社会的积极性,这显然是为了满足情感消费诉求而采取的符号化运作。

需要指出的是,物理图像、认知图像、交往图像分别对应的是乡村在表征层面的不同面向,是基础性的。由于乡村短视频不能脱离资本、技术、消费的控制而存在,它是被置于不同的话语秩序之中的,故而作为景观的“乡村图像”还存在功能性维度。比如,为了满足观者对传统乡土文化的想象,乡村会被塑造为怀旧性图像;为了迎合观者对生态环境和诗意栖居的需求,乡村会被塑造为诗意性图像、原生态图像。再如,创作者为了追求流量效应而将各种娱乐元素融入短视频制作中,乡村会被塑造为猎奇性图像、窥视性图像、陌生性图像(事实上,在一些剧情类乡村短视频中,存在整蛊、恶搞、戏谑、怪诞等基本的元素,乡村在此是被解构的)。现实的乡村是复杂的生活世界,而当它进入话语秩序之中时,其真实形态又往往容易被遮蔽,甚至发生变异,这使得“乡村图像”既可能是理想化图像,也可能是奇观化图像。

### 三、“与图共生”:作为世界的“乡村图像”

“乡村图像”具有广泛的受众基础和深远的社会影响力,是一种新的日常经验物。抖音平台发布的《2022丰收节抖音电商助力乡村发展报告》显示,截至2022年9月20日,该平台在过去一年时间中新增乡村短视频4.3亿条,乡村短视频播放量增长77%,有384亿人次为乡村短视频点赞,乡村短视频的关注度常年居于榜首<sup>[13]</sup>。持续上涨的点击率和关注度在给乡村短视频带来火爆影响力的同时,也

带动了乡村文化旅游产业的飞速发展,众多账号通过短视频展示乡村风景、兜售乡村商品、宣传乡村文化。该报告还显示,从2021年9月至报告发布日,抖音平台三农电商短视频共计播放2873亿次,电商直播间里主播讲解农产品时长累计达到3195万小时;平台内商城带动的农特产销量同比增长了527%,搜索和店铺橱窗带动的农特产销量同比增幅也都在300%以上;“山货上头条”助农话题累计被点赞、评论、分享了近9000万次<sup>[14]</sup>。从数量庞大的乡村短视频文本到持续暴涨的流量,再到巨大的产业带动与文化辐射效应,“乡村图像”成为了庞大的信息流,既作为受众青睐的视觉消费品融入其经验世界的活动中,同时又展现出了对现实乡村的文化、经济、社会等层面的筹划。这无疑表明,乡村的可见性在短视频这种新视觉媒介的运作下获得了前所未有的扩张,它作为一种能动之物展现出了对现实世界的参与和构建能力,“乡村图像”因而获得了一种“世界”属性。

“世界”在此描绘的是“乡村图像”对人、物、事在话语、经验、形象等层面展开持续施事、形塑,并与它们进行互相建构的状态及其结果。具体来说,它意指“乡村图像”在经由短视频平台不断生产、传播、消费的过程中构建出了一个以乡村性为核心的图像(媒介)场,乡村所特有的人文与地理特色、价值观念与伦理规范、审美品位与文化趣味、生产与生活方式合力构建出一种特殊的意识形态,场内的行动者通过习得这种意识形态,从而生成一种感知结构,对这种意识形态产生认同,又因认同而产生反向的能动性实践。“世界”在这里是一种情境、中介、背景,既是生产性的,伴随着乡村短视频观看活动的存在而存在;同时也是同化性的,能将场内的行动者与物都转化为生产资料,为实现场的扩张而服务。

“世界”既是一种形象比喻,也有其现实的认识论根基。媒介理论家们认为,媒介并非是人们之间进行信息交流的手段,它们本身即是环境,且媒介具有改变文化和知觉方式的能力<sup>[15]</sup>。如果媒介本身即是环境,那么不能忽略的是,自视觉媒介采纳数字化生产逻辑以来,其对人的生存环境的介入要远远超过以往的媒介。比如麦克卢汉就认为,以电脑

为代表的数字技术延伸的是人的意识,即“给人的感觉编制程序,使之接近于人的意识”<sup>[16]</sup>(P84),其结果就是技术(媒介)开始彰显出极强的控制功能。卡斯特尔也指出,基于数字化技术的新的传播系统构建出了“互联网星系”,它对人的生存时空、社群组织方式、社会认同和社会运动方式都产生了颠覆性影响。这种新型的传播系统制造出来的是一种“真实虚拟文化”,它能有效地将诸多不同的文化融合汇聚在一起,从而“构建出一个新的象征环境,使虚拟性成为我们的现实”<sup>[17]</sup>(P403)。在他看来,这种现实“是个‘假装’(make believe)的世界,在其中表象不仅出现于屏幕中以便沟通经验,而且本身变成了经验”<sup>[17]</sup>(P404)。鲍德里亚从视觉角度将这种现象描述为世界开始纯粹表征化,其重要特点便是本质与现象、表象与真实之间的差别被模糊,一种比真实还真实的“拟象”逻辑得以出场。

既然人的意识、经验、生产、生活均受制于视觉媒介,那么“乡村图像”作为媒介的一部分就不应该仅仅具有认识论意义,还应当具有鲜明的存在论内涵。尽管在海德格尔看来,“图像化的中心是人类中心化,而世界也被除魅了”这一事件发生在现代社会的开端,但不能否认,世界成为表象和有用物这一论断对当今的现实依然是适用的。因为这种表象和有用物恰恰在数字媒介时代完成了物化(视觉化),成为了实在可感的图像。“媒介将一切人与物都转化为媒介而建构了这个世界,这个生成的过程就是一个同化的过程。”<sup>[18]</sup>也正如麦克卢汉所说的,“电灯一亮,就出现一个感知的世界。电灯一灭,这一感知世界就荡然无存”<sup>[19]</sup>(P160)。不仅如此,媒介在多数理论家看来并不是被动性的。如维纳在《控制论》中就曾指出,作为媒介的机器是自主性的,是一种与外界保持开放交互的有机性生成;西蒙东在《论技术物的存在方式》中也认为,技术物是不断发展进化的,趋向自然物的属性,它有一种在各要素之间构建关系的能力,既自我生成又缔造环境;而在基特勒、彼得斯等学者看来,数字媒介在展示其生成性的过程中,可能还存在对人的生活世界的反向介入(甚至是殖民),使人被数字化(即被转化为数据,成为相互连接的数据点),进而成为数字媒介的延伸<sup>[18]</sup>。

从这个角度来看,“乡村图像”之所以成为了“世界”,就不仅仅在于它作为视觉装置的产物开启了新的视觉信息场域,且与观者的视觉经验相互构建;还在于它本身就是媒介,它有无限的生成性,能够通过可感知与可参与的图像将乡民、技术、乡物、乡情、观者连接在一起,演变出一系列关系性活动的连接点,使它们各自幻化出潜力,并将它们转化成自己的媒介,获得可见性。人之此在本质上是在世界之中存在,世界就是人之此在的全部生存活动,因为“不存在无世界的单纯主体性,也不存在与此在绝缘的所谓‘世界’”<sup>[7]</sup>。不管是将乡村短视频视为满足乡愁幻想的造梦机制,还是将其视为文化和商业资本,我们都应该看到,乡村在表征层面已经与数字技术构成一个系统,它们共同生成了新的实践场景和时空关系,它将观众的认知经验从日常中剥离出来,通过分配符合其品味的可见性资料,进而重建其对世界的经验。不过,这种剥离和重构过程显然不是受制于现实世界的,而是一种抽象化的观看关系。从这个角度看,作为世界的“乡村图像”很明显提供的是一种迥异于日常的世界经验。

事实上,随着短视频消费的日常化,“乡村图像”已然成为当代中国大众的日常生活物,对其产生了重要的世界构建作用。首先,“乡村图像”成为了大众的消费物、审美物、社交物、知识物,进而改变了其生活方式、审美方式、社交方式与知识习得方式。其次,“乡村图像”所承担的媒介功能既使得“我的世界”的维度得以凸显,也使得“他人世界”的维度变得突出——如何使他人注视我的乡村生活与如何通过我的乡村生活与他人建立联系都变得更加重要,这促进了个体性与公共性向线上虚拟空间的转移。再次,“乡村图像”改变了乡村的社会文化组织方式,如乡村媒体人、乡村野居青年、乡村网红等的出现既改变了乡村的阶层结构和权力构成,也促进了乡村文化的多元化发展。最后,“乡村图像”革新了乡村的政治生活,如抖音平台中大量的乡村选举视频以留言、连线形式与乡民展开互动,实时传递选举信息,使乡民和公共事务的联系得以强化,激发了乡民共同参与乡村治理的热情,为乡村政治生活增添了活力。

#### 四、可见性的分配:作为体制的 “乡村图像”

如果说景观、世界分别从文本、观者的层面规定了乡村的可见性,使“乡村图像”获得了其生产资料,那么还存在一种将二者关联起来的机制,通过它,“乡村图像”可以获得生产的动力机制。如何来确定这种机制?这里可以将问题分为两个层面:其一,短视频作为一种视觉装置,在文本层面形成了对观者的规定;其二,乡村成为可被观看的对象后,在文本层面形成了对观者的规定。前者提供的是一套媒介系统,后者提供的是一套形象系统,二者合力构成“乡村图像”。

短视频作为视觉装置首先提供的是一套意义生产和接受系统。什么是装置?按照福柯的说法,装置是“一种彻底异质的集合”,功能在于使话语、制度、建筑、法律、慈善等要素之间构建起一种关系,从而“找出异质要素之间存在的关联的本质”<sup>[21]</sup>。福柯所讨论的装置更多地是化约在其权力思想中的,装置所生产的其实是个体主体化过程中的权力关系。这一点我们并不能否认,因为只要存在话语描述、捕获以及行为实践引导与塑造的地方就存在权力。与福柯不同的是,德勒兹认为装置具有一种生成性的意义,可以创造界域,使事物的辖域化与解辖域化成为可能,而事物在此过程中不断生成<sup>[22]</sup>,它包含了“物、行动和激情的系统”以及“符号学的系统”两个层面<sup>[23]</sup>。弗鲁赛尔则认为装置就是一种媒介技术进行信息生产、存储和传播的系统,我们无法离开装置而生存<sup>[24]</sup>。这些论述虽有所不同,从中却也不难推出共性:其一,装置是特定语境下各类话语、制度、物质、表征、意义、主体接合的场域;其二,装置是一种社会构型的方法,通过它可以探寻某种生产体制。视觉装置作为装置在视觉领域的变体,显然也具有这些共性。

那么,短视频作为视觉装置是如何施展影响力的?首先,短视频是基于数字存储、交互、展示、连接技术的图像生产装置,它的视觉信息生产和接受有极大的自主性、交往性、便捷性,这在制度层面对观者产生了吸引力。其次,短视频的看与被看通过屏

幕展开,形成的是一种虚拟的在场关系,这是非强制性和非规定性的,类似德波“全景敞视舞台”和福柯“全景敞视监狱”的集合体<sup>[25]</sup>,这在权力层面给观者带来吸引力。再次,短视频所形成的信息场是一个多元话语杂糅的场,观看者只要在平台和信息监管政策允许范围内,都可以进行自由的话语构建,这在话语表达层面对观者形成吸引力。最后,短视频作为技术信息生产的新形态,已与观者的娱乐、审美、消费、生活、社交等活动紧密绑定在一起,这在生存层面对观者产生了吸引力。

随之而来的问题是,乡村如何形成了对观者的规定?通过当前的乡村短视频实践来看,对乡村景观的营造及其视觉消费功能的挖掘无疑是核心路径。由特殊的社会语境所催生的文化乡愁和乡村现代性情结是乡村短视频能够对观者施展影响力的重要的社会心理基础,但除此之外,乡村短视频所提供的大量信息其实有着相当高的娱乐、审美、实用、经济价值。而从发布者群体来看,除了最具代表性的乡村守护人、乡村电商,乡村医师、美食达人、建筑民工、护林员、农艺师、非遗传承人、育种专家等群体也被包含在内。这表明,乡村短视频正在成为当代中国网民(包括乡民)的一种日常媒介实践,通过短视频观看与消费,乡村已成为共同的文化品味。据此也不难推断出,“乡村图像”作为技术图像与文化图像的结合体,其在与观者的互动中构成了一种图像体制,这套体制得益于短视频装置对乡村的符号性统合,而乡村品味的视觉化展演及其在分配过程中对乡村“感知共同体”的培育,应当是这套体制的核心。“体制”在这里涵盖了装置的内涵,是装置进一步演化、跃升的结果。

关于图像体制,阿瑟·丹托、乔治·迪基、贝克尔等艺术理论家将其归为关系性和施事性的,它能够按照特定的规则对乡村短视频系统内的各要素(主体、平台等)的位置、功能和作用方式进行编排、分配,构成一个不断运作的建制场域<sup>[26]</sup>。在图像内部,体制高度依赖于装置与主体、对象、文化、经济、社会的交互过程。这决定了“乡村图像”内部要素的关系配置,在表征层面呈现为哪些类型、哪种风格、哪类博主的图像会更受到观者与社会的肯定。此外,交互氛围的不断强化所产生的“同质性”和“异

质性”要素也值得注意。同质性确保的是体制的相对稳定性,意指对象的符号化与重复化构建。如“李子柒”的诗意田园场景、“巧妇九妹”的农业致富场景、“张同学”的日常生活场景等在各大平台上并不是个案,而是有着高度的重复性;再如,农田、小院、渔船、果园、工厂、养殖场、美食、才艺、民俗等乡物的呈现也是高度符号化的,它们既有代表性,在类目上又具有重复性。异质性则为体制提供变革的力量,包括观者的不同声音、文化语境和市场环境的变化等。

图像体制虽是一种建制性的力量,但在其运作过程中仍然存在共识与差异两个层面,因为假如创作者和观者都缺乏对“乡村图像”展开品味的意愿,那么乡村短视频的展演就会是缺乏持续性的。因此,对“乡村图像”的审美的、实用的感知,以及由此所形成的“乡村品味”的分配显得更为根本。而当乡村转化为符号化的生产资料,被视为一种审美之物、实用之物进入到视觉消费进程时,那么一种新的基于视觉活动的“乡村品味”的出现就十分必然了。“乡村品味”在这里不是强调鉴赏层次、格调的“品位”,也不同于康德所说的需要更高级的感性综合能力的“趣味”,而是一种与日常性的乡村文化经验密不可分的、具有普遍意义的审美活动。“乡村品味”通过构建审美鉴赏场景与审美经验,能给人以愉悦感和满足感。不过,由于工业文明时代的品味成为了一种被调控的经济产品,演化成了日常生活中的统治力量<sup>[25](P6)</sup>,且成为了“一个服从于审美判断的吸引力和排斥力的审美空间”<sup>[25](P201)</sup>。因此,“乡村品味”虽使得乡村审美进入到了日常化、民主化和普遍化阶段,但还应该清醒地认识到,它在根本上是嵌入于资本运作体系中的,是审美与资本媾和的产物,带有娱乐性与消费性,并非古人所倡导的那种人与自然和谐相处、人与人之间关系朴实无华的“乡村品味”。

图像其实就是一种操作的游戏,它是可感物的一部分,当我们谈论图像时,不能将目光仅仅放在图像的内涵、制度上,我们更应该回到图像的表面,考察其如何可见和可说,以及在感知和意义模式中所处的位置<sup>[26]</sup>。说到底,不管图像的显在与隐在意义为何,它首先与某种感知模式有关,因为正是感

知活动赋予了图像以意义。这也就意味着,“乡村图像”其实表征了一种图像感知品味,且这种品味与“乡村品味”形成了协调关系,不仅使得感知与意义之间达成了协调,也使得不同主体在面对“乡村图像”时形成共同的感性基础。从美丽的田野、和谐的邻里关系、原生态的食物、别致的农家小院、勤劳朴实的农民等诗意图像,到奇装异服、搞怪戏仿、角色扮演等奇观图像,再到家庭矛盾、邻里失和、贫富差距等对立图像,不同的观者往往能够从不同的图像中习得一种普遍的共性,原因就在于这些图像能够与不同的品味相契合。

当然,共性之间依然存在着差异。创作者对乡村的可见性构建既不可能是全面的、系统的,也不可能是完全公正的,甚至还可能产生戏谑、歪曲、丑化,致使“乡村图像”的文本发生异化。而观者对乡村的观看也并非完全中立的,一方面,短视频的奇观化、自由化、互动化图像生产策略,使观者极易陷入虚假的想象性满足之中,进而对自我的身份定位、权力施展产生误解与误用;另一方面,由于受到平台与社会文化场域的制约,观者往往陷入虚拟身份与真实自我的矛盾之中,产生话语行为的断裂,由此影响到“乡村图像”的价值定位。这时候“乡村图像”内部就会产生“歧义”。但恰恰是歧义的出现才促使异质性因素从不可见转为可见,致使感知被重新进行分配,“乡村图像”因此发生变革。这也是乡村短视频能够不断蔓延、推陈出新的基本逻辑,亦即“乡村图像”作为体制有一种制造图像和乡村品味的能力。

## 结 语

随着短视频成为大众的日常生活媒介,“乡村图像”既成为当代中国人重要的精神文化食粮,带动了乡村的社会经济发展;也使得中国乡村以多样且复杂的面貌呈现于当代世界,进而成为重要的全球性审美文化现象。应该认识到,短视频文化所构建的“乡村图像”不是凭空生成的,它是从古典到现代的中国乡村经验的当代化、审美化重构,是可辨认的具有“乡村”元素的精神性和物质性图像的综合体,是理解当代中国乡村社会和网络社会的一种



重要“方法”。尽管其在推动乡村文化发展、丰富大众的精神世界和美好生活追求方面起到了积极作用,但其中隐含的一系列问题也值得警惕:如一味追求流量和商业利益导致乡村被过度美化,致使乡村的真实状况被遮蔽,乡村被文化与图像消费所裹挟;再如,缺乏管控导致乡村的奇观化构建日趋严重,乡村形象的虚假乌托邦化日趋明显;此外,配方式的生产 and 规训式的图像体制虽容易构建共识,但难以容纳差异和创新,长此以往势必造成观者的审美疲劳。当然,仅仅有理论阐释和批判显然是不够的,对平台的引导和制约,创作主体的责任意识、审美意识和创意意识培育,以及消费者的批判意识培养和品味塑造等都是有利抓手,唯有在多维关系中进行合理规制,才能确保“乡村图像”的生产走在良性轨道上。

#### 注:

- ① 图像与可见性密切相关,它是视觉文化的一个基本表征方式。多数视觉文化学者认为可以从广义与狭义两个层面理解图像。广义上,图像是以“象”或“像”为基础的图画、雕像、图案、镜像、投射、景象、类象、表象、梦、记忆、观念、模拟、影像、幻影、隐喻、描述等的统称,涵盖了心理学、物理学、艺术史、文学以及它们之间的交叉层面,其对应的英文词为“image”;狭义上,图像专指通过视觉技术制作的各类可见性图像,如影像、画像、景象、视像,其对应的英文词有“picture”“icon”“spectacle”“simulacra”等。本文对图像的使用不是在本质主义意义上给出一个确定的本质,而更倾向于用图像学者 W.J.T.米歇尔式的家族相似方法来对其予以确认,即广义上的图像。本文认为,“乡村图像”的形成是十分复杂的,其属性有物象、意象、属象、道象等层次,但由于它成为一种意义凸显的图像文化是以短视频技术为基础的,因而对它的分析应该以可见可感的图像为基点,再逐步扩大到广义层面。另外,本文在正文部分对“乡村图像”的使用,如无特别说明,均指短视频文化语境下新的“乡村图像”。
- ② “乡村性”作为乡村研究的核心概念,意指一种关于乡村的全能型叙事结构。按照克拉克的说法,乡村性包含了乡村的人文地理、空间和时间,以及经济文化属性;库塔和辛普森则使用“扎根规范性”(grounded normativity)来描述乡村所特有的不同于现代性意义上的城市的知识体系、文化实践和价值体制,根据他们的观点,

这种特性来源于土地本身。本文所使用的乡村性指的就是广义上的、乡村区别于城市的属性的统称。参见孙萍:《“乡村性”的概念重构——数字时代的淘宝村建构》,《社会发展研究》2021年第1期。

#### 参考文献:

- [1] 肖伟胜.图像的谱系与视觉文化研究[J].学术月刊,2012,(10):109-116.
- [2] 赵旭东.文化的表达:人类学的视野[M].北京:中国人民大学出版社,2009.2.
- [3] 吴琼.视觉性与视觉文化——视觉文化研究的谱系[J].文艺研究,2006,(1):84-96+159.
- [4] 胡惠林.乡村文化治理:乡村振兴中的治理文明变革[J].福建论坛,2021,(10):62-75.
- [5] (加)查尔斯·泰勒.现代社会想象[M].林曼红译.南京:译林出版社,2014.18.
- [6] (美)尼古拉斯·米尔佐夫.视觉文化导论[M].倪伟译.南京:江苏人民出版社,2006.29.
- [7] 俞吾金.海德格尔的“世界”概念[J].复旦学报,2001,(1):39-45.
- [8] Gillespie,T. The Relevance of Algorithms[A]. T.Gillespie, P.Boczkowski, K.Foot (eds.).Media Technologies: Essays on Communication,Materiality,and Society [C].Cambridge,MA: MIT Press,2013.167-194.
- [9] 周葆华.算法、可见性与注意力分配:智能时代舆论基础逻辑的历史转换[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2022,(1):143-152.
- [10] (法)居伊·德波.景观社会[M].王昭风译.南京:南京大学出版社,2006.8.
- [11] 李晓峰.乡土建筑——跨学科研究理论与方法[M].北京:中国建筑工业出版社,2005.201.
- [12] John Dewey.Democracy and Education[M].New York:Macmillan Co,1916.5.
- [13] 苏亦瑜.报告:短视频记录美好乡村“禾下乘凉梦”成最热词[EB/OL].中国新闻网,http://www.chinanews.com.cn/cj/2022/09-22/9858123.shtml,2023-09-16.
- [14] 刘锐.抖音电商发布助农数据:一年助销农特产 28.3 亿单[EB/OL].光明网,https://m.gmw.cn/baijia/2022-09/23/36044837.html,2023-09-16.
- [15] 张咏华.媒介分析:传播技术神话的解读[M].北京:北京大学出版社,2017.110.
- [16] (加)麦克卢汉.理解媒介:论人的延伸[M].何道宽译.南京:译林出版社,2019.84.
- [17] Manuel Castells. The Information Age:Economy, Society

- and Culture Volume 1; The Rise of Network Society[M]. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing, 2000. 403.
- [18] 胡翼青. 作为媒介性的生成性: 作为世界的媒介[J]. 新闻记者, 2022, (10): 3-15.
- [19] (法) 米歇尔·福柯. 权力的眼睛——福柯访谈录[J]. 严锋译. 上海: 上海人民出版社, 1997. 182.
- [20] 刘涛. 超越“象征之殇”: 物质逻辑与图像阐释的媒介视角——通往以媒介为方法的图像阐释学[J]. 探索与争鸣, 2022, (12): 57-73+211.
- [21] (美) 查尔斯·J. 斯蒂瓦尔·德勒兹: 关键概念[M]. 田延译. 重庆: 重庆大学出版社, 2018. 137.
- [22] Vilém Flusser. Gestures[M]. Nancy Ann Roth(trans.). MN: University of Minnesota Press, 1991. 16.
- [23] 柴冬冬, 金元浦. 数字时代的视觉狂欢: 论短视频消费的审美逻辑及其困境[J]. 文艺争鸣, 2020, (8): 79-86.
- [24] 吴琼. 视觉批判导论[M]. 重庆: 西南大学出版社, 2022. 376.
- [25] (法) 奥利维耶·阿苏利. 审美资本主义: 品味的工业化[M]. 黄琰译. 上海: 华东师范大学出版社, 2013. 201.
- [26] Jacques Rancière. The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible[M]. Gabriel Rockhill(trans.). London: Bloomsbury Academic, 2013. 95.

【责任编辑: 龚紫钰】

## The Pictorial Construction of the Rural World: The Writing of “Rural Image” in Contemporary Chinese Short Video Culture

CHAI Dong-dong

(School of Cultural Creativity and Media, Hangzhou Normal University, Hangzhou, Zhejiang, 311121)

**Abstract:** “Rural image” is a kind of visible and perceptible image generated by the reproduction and construction of the rural world by the media, which is not only the basic path for people to recognize, understand and interpret the countryside, but also an important representation of rural culture. Contemporary Chinese short video culture promotes the appearance of a new “rural image” and realizes the reconstruction of rural visibility in the process of displaying rural customs, things, scenery and tastes. The new “rural image” follows the production logic of image-picture, which has the attributes of landscape and world. Landscape attribute means that short video culture separates the countryside from the real context and becomes a dispersed image landscape, including three levels of physical image, cognitive image and communication image. World attribute means that short video culture builds a new rural image information field, which itself is the living situation and media. It generates an invisible perceptual structure, connects the world of the presenter and the world of the viewer, and provides new world experience for both. “Rural image” is an image system integrating technology and culture, which harmonizes the relationship between image aesthetic taste and rural aesthetic taste, so that different subjects form a common perception basis. At the same time, it is also the contemporary reconstruction of the experience of Chinese rural culture from classical to modern. It is a complex of recognizable spiritual and physical images with “rural” elements, and an important “method” to understand contemporary Chinese rural culture.

**Key words:** short video; rural image; rural culture; visibility; image institution; rural world