

# 大众文化批判视域下短视频发展审思及应对之策

孙美晴

(东北师范大学思想政治教育研究中心,吉林长春 130024)

**[摘要]**随着互联网的快速发展,短视频的出现与发展为人们带来了全新的生活方式、消费体验与文化景观,改变了人们的生活方式和思维模式。人们享受着这种短视频的文化模式的同时,也必须警惕这种泛娱乐化的发展模式背后的文化隐忧,如短视频文化同质严重化、具有低俗化的倾向、被流量资本所支配控制、内容低俗且脱离现实、缺乏正确的价值导向、文化理念畸形等乱象。本文以具有代表性的APP为例,基于法兰克福学派的大众文化批判理论视角,对短视频的发展现象进行分析,以期对短视频文化健康发展提出理论指导与应对之策。

**[关键词]**短视频;大众文化;发展审思;应对之策

**[作者简介]**孙美晴(2001—),女,吉林长春人,东北师范大学思想政治教育研究中心2023级硕士,研究方向:思想政治理论与实践。

**[DOI]** <https://doi.org/10.62662/kxwxz0202005>

**[本刊网址]** [www.oacj.net](http://www.oacj.net)

随着互联网的普及和科技水平的高速发展,短视频作为一种全新的媒介形式,迅速崛起并占领了大量用户的碎片化时间。从野蛮生长到全民抖音,再到站在风口上的短视频产业,以抖音、快手等为代表的短视频平台异军突起,成为当下人们关注和使用最多的传播媒介。自互网络普及后,中国短视频行业便实现高速发展,诞生了抖音、快手等数亿用户量级的平台。如今,有空就刷短视频已经成为了很多人的生活习惯。短视频内容创作领域日益丰富,从早期的休闲娱乐不断拓展至新闻、科普、教育等多领域,推动短视频用户渗透率进一步提升。近年来,短视频用户规模持续增长,截至2022年12月,中国短视频用户规模达10.12亿,首次突破十亿大关,短视频的发展进入了热潮,有分析预测到2024年12月,短视频用户可能增至11.48亿人。作为一种“全民性”的文化盛况,短视频的发展也存在着很明显的文化乱象,值得我们审思与警惕。

## 一、短视频景观发展的正向效应

近年来,作为一种新兴的视听业态,短视频的用户规模和使用率一直保持着稳步增长的态势。数据显示,2018年至2022年,发布过自制短视频的用户比例从28.2%攀升至46.9%,我国有近4.75亿短视频用户不同程度地参与了内容创作,短视频成为普通人记录生活、表达自我的重要形式。“当代文化已逐渐成为视觉文化而不是印刷文化。”短

视频的特质刚好契合当代文化的发展特点,从而逐渐演变成一种潮流的亚文化繁荣发展,延伸至人们日常生活的方方面面。

首先,短视频满足了人们的社交分享欲望。短视频平台提供了丰富的互动交流方式,如点赞、评论、打赏、转发等形式,可以与自己喜欢的短视频互动,也可以通过发布视频分享自己的日常或者其他方面,吸引其他人互动。各个平台的短视频,如抖音、快手、微博等APP,都设置了一键分享的功能,可以很轻松地将自己喜欢的视频分享给身边的朋友、亲人,一起欣赏与讨论,这种便捷的社交分享属性、高度的交流互动让人们会有高度的参与感与体验感,吸引了更多的人了解、接触短视频。

其次,短视频契合人们的娱乐需要。短视频以其短小精悍的内容形式,迎合了人们在繁忙的日常生活之中碎片化的阅读习惯。人们可以随时随地打开手机浏览然后选取自己感兴趣的视频内容,不需要花费整块甚至很长的时间去阅读长篇文章,观看完整视频就可以快速获取信息。短视频内容涵盖各个领域,涉及搞笑、美食、音乐、影视、旅游、美妆等人们日常生活的各个方面,内容的多样性极大地满足了人们各个层面的需求,人们可以根据自己的喜好选择观看的内容。短视频具有轻松、欢快的特点,因此成为人们日常休闲娱乐的主要方式。观看短视频可以让人们在繁忙压抑中得到短暂的轻

松与慰藉,享受到快乐与娱乐,在一定程度上可以舒缓压力,放松心情。

## 二、大众文化批判视域下短视频发展景观的审思

(一)商业性批判:短视频发展被资本控制,流量至上

抖音、快手等短视频平台,在快速发展的同时,也被资本所控制。资本是逐利的,资本的加入加快了短视频行业的发展速度,也使得短视频发展变得更加迅猛。资本在短视频行业起到了非常大的推动作用,甚至在短视频这个领域中占据了绝对优势。资本介入短视频行业后,会不断地制造出各种各样的热点事件、热点话题。在这些热点事件和话题中,流量放在了至上的地位。在“流量至上”的发展形势下,网络流量成了很多人的价值标尺、利益之源。当一起网络事件成为全民热点之后,很多人会借此炒作,导致事情变得更加复杂,甚至有的博主为了吸引流量,故意在视频内容中制造矛盾,吸人眼球。“任何客体都不具有内在的价值;它只有通过交换才能获得价值。”一方面,短视频文化的商业化为现代社会的消费带来了新的经济增长点,博主通过短视频平台,如抖音、快手、虎牙等APP平台进行直播带货、短视频广告推销,使得短视频文化产品进入了消费领域,促进了消费的增长与经济的发展。但在另一层面,资本对于利润的追逐本性使得短视频变成了一种交换的商品,通过直播带货、插入广告等手段创造商业价值,消解了短视频本身应该创造的精神价值,其交换价值掩盖了使用价值,沦为一种资本逐利下的文化商品。正如短视频的文化产品带来的流量与利润代替了它本身应该具有的对于人的提升与促进作用,博主更加关注各种热点问题与短视频媒介会为自己带来的利益,却不去在意视频本身的作用与功能,更多地在意其流量与价值。正如前一段时间热议的“胖猫事件”,在事件发酵热度鼎沸时,有人冒充事件“女主”的口吻发微博,编造事实,激发矛盾,无底线地博取流量;很多短视频博主录视频甚至开直播热议此事,在视频乃至直播间带有此事件的话题,甚至刻意歪曲事实,引发网友共情,增加自己的曝光度,博取流量。

(二)技术性批判:短视频发展被技术控制,推送精准

网络科技的快速发展为短视频文化的传播提供了有效的载体,为短视频文化的传播创造了广阔的空间,技术为短视频的传播创造了便利的条件,但与此同时,短视频文化也陷入了被技术支配的情况。短视频文化的发展被资本与技术所控制,技术

的发展编制了精密的算法牢笼,其背后的逻辑是通过数据分析受众喜欢什么、经常浏览的内容是什么、偏好是什么,从而生产什么内容。通过数据分析受众的心理需求与感兴趣的内容,精准推送受众所喜爱的短视频内容,这种“私人定制”式的内容推送会让受众产生一种平台很懂我的感觉,进而沉迷其中,不可自拔。时间久了,平台在广泛的视频信息中进行筛选,只推送受众所喜爱、感兴趣的那一类视频,过滤掉受众不喜欢的视频类型,最大程度地满足用户的偏好,久而久之,受众就会被困在这种精密的算法牢笼里,只能接受到某类的信息,被困在同类的“信息茧房”之中,而此时,一些有效且有价值的信息就会在推送环节被筛选掉且很长时间内无法获得,受众只会在这类自己感兴趣的视频类型中越陷越深,获取的信息内容越发匮乏与单一,视野愈发受限,喜爱偏好愈发固化,沉迷在短视频文化通过技术算法所构建出来的碎片化的虚假图像世界里。

(三)标准性批判:短视频发展同质化严重,叙事浅层

短视频文化发展也面临着同质化比较严重的现象,一种模式火起来,就会被其他不同的博主复刻,进而产生了同一种视频“批量生产”的短视频文化现象,正如“文化还是消除了它们拒不妥协的特征,使它们遵循着固定的程式,而不是作品本身”。短视频博主希望在很短的时间内火起来,吸引到流量,追求经济利益,这就是造成短视频文化标准化的主要动因。一旦有一个模式成功,之后便会涌现众多复制粘贴的样子。当一种短视频内容模式被投放到短视频平台并收到广大受众点赞与讨论后,那段视频就会成为“标准的模板”,引起其他博主依赖并争相模仿此类视频的内容、形式等方面,以求能复刻出同样水平与热度的短视频内容,以此来生产这种符合广大受众的喜爱与口味的短视频,这种方式是最快获取商业利益与流量热度的方式。在这种情况下,一大批制作粗糙、内容相同、缺乏个性与创造性的短视频产品就出现在市场上,出现了同一标准的短视频商品生产景观。这种同质化不仅表现在短视频的生产方面,还体现在受众的体验方面。平台通过精密的算法,推送受众所偏爱的那一类短视频产品,用户在选择产品时容易被相似的内容吸引。不断刷到相似的短视频内容时,受众会不断沉迷在这种“同质的视频牢笼”中,难以脱身,就好像一台精密的仪器,掐准了受众的兴趣命脉,不断生产同类型的短视频文化产品。然而这样时间

长了,受众难免会产生审美疲劳,正如一位抖音忠实粉丝用户二佬所说:“刷来刷去都是那些视频,内容同质化有些让人冒火。”

短视频最重要的一个特点就是时间短,十几秒、几十秒,最长的不过几分钟,极大地迎合了当今社会快餐式、碎片化的生活方式。人们在生活的碎片化时间里,只需要花很短的时间就可以获取信息,极大地降低了生活的时间成本。在另一层面,短视频最大的特点就是时间短少,所以排斥时间长、内涵深层次的内容。随着媒体智能化发展,人们相比于文字更愿意观看视频,短视频的快捷形式逐渐为大部分网民所接受。相对于传统媒体的文字表达而言,短视频缺少文字表达的严谨逻辑和事实关联,其叙事结构和表达逻辑呈现出碎片化、浅层化特征,缺少严谨脉络与深入分析。虽然其场景化特征是优势,但在场景化的过程中缺少逻辑性和层次性,容易让受众产生误解,短短的几十秒、几分钟有时难以描绘出事件的全貌,获取的信息过少,难以对事件产生整体性、系统性的把握,只能产生短时间内的“平面的快感”,难以产生“立体而全面”的深层次感受。有的视频内容为了制造热度,刻意剪辑容易引起矛盾的环节,如微博上前一段时间爆火的“胖猫事件”,为博眼球选择性地截取聊天记录,制造容易引起同情与矛盾的文案,以片面化的叙事操纵舆论,挑拨网友的热议。正是因为短视频内容叙事浅层且信息片面,才会发生这种事件反转的情况。

(四)娱乐性批判:短视频的价值观念畸形,娱乐至上

短视频已经成为现在的一种流行的文化,其背后的精神实质是“娱乐至上”的思想价值,“猎奇”“刺激”“过瘾”“擦边”等是短视频文化发展的潜在现象与标准。短视频内容符合这些标准,就会受到广大网友的追捧与点赞,反之,则被漠视。即使短视频的内容涉及广泛:生活美食、才艺展示、科学教育、情境短剧、奇闻轶事、知识普及等方方面面,但最受到追捧与爆火的是以“娱乐”为内容的短视频。“文化工业对消费者的影响是通过娱乐确立起来的”,短视频对受众的控制也是通过娱乐确立起来的。短视频APP通过精密的算法迎合受众的精神需求,受众越是喜欢滑稽搞笑、擦边低俗、刺激享受的内容,APP越是不断地推送相似的短视频,因而受众的粘性越强,其娱乐观感越发强烈,对于短视频的依赖越发深刻,就像是一种“精神鸦片”,不断吸引受众打开APP刷短视频,侵占了受众的碎片化

时间。一条一条的短视频,连续不断的精准推送,每条视频笑点满满,充满娱乐性,没有反应的空白,不需要过度的思考,就能产生连续不断的兴奋感、娱乐感,精神得到虚假的满足与刺激,逃离现实世界,沉醉在网络世界中不可自拔。短视频文化就是通过这种娱乐的快感满足来控制受众群体的精神世界,这种快感并不是真实的、幸福的,而是虚假的、短暂的。当人们从短视频文化中脱离出来,就会感到空虚,荒废了时间。这种娱乐是对于劳动的延伸,使人们处于满足的快感刺激中。

当前短视频文化发展的过程中还存在着一些问题,如价值观念扭曲,解构与瓦解了中国传统文化、道德观念、思想意蕴、时代精神等,对于主流文化产生了一定的冲击,侵蚀着受众的价值观念。在短视频文化中,由于受众的素质较低,大量低俗、暴力、色情的视频泛滥,其中包括一些未成年人的视频,这些视频传播的内容和思想非常不健康。此外,随着移动互联网时代的到来,移动终端设备以及网络技术也发生了巨大的变化,在这一背景下,手机上的各种应用软件层出不穷。但是由于相关监管力度不够以及手机用户自身素质和文化程度较低等原因,大量垃圾信息在手机上泛滥,也使得部分低俗、暴力、色情等视频能够在网络短视频文化中迅速传播,腐蚀受众的思想健康。

### 三、促进短视频健康发展的应对之策

短视频是互联网蓬勃发展的产物,不仅契合人们的需要,也体现了鲜明的时代性。面对短视频发展的多重问题,破解短视频发展过程中的种种乱象,不仅要主体层面发力,同时也要注意主流价值对短视频文化发展的引领作用,使短视频走向健康的良性发展,满足人们更深层次的精神需要。

#### (一)重构价值主体的精神追求

短视频如今已经渗透到大众生活的方方面面,成为人们日常生活的重要组成部分,在一定程度上展示着人们的情绪、品位、感情等方面,因此更要注意人的主体地位。首先,要鼓励人们根据自己的实际生活进行短视频创作,不能脱离实际生活,要在日常生活中寻找创作灵感,生产具有积极意义的、有内容深度的正向短视频文化产品,契合人们的实际生活。其次,平台在向用户推送视频时,不能仅仅把流量与利益作为唯一标准,更要兼顾主体需求与价值引领,体现人文精神与关怀。平台同时应该承担起自己的监管与监控责任,着重推出弘扬中华优秀传统文化与社会主义核心价值观的高质量短视频文化产品,加大对优秀短视频的传播力度,更

加注重主体的精神价值的培养,满足人们更深层次的精神文化需要。

### (二)发挥主流价值的引领作用

短视频文化发展中的过度娱乐化、商业化、价值扭曲体现了其在文化价值与主流价值方向存在不足,需要更具有内涵与正向的主流价值引领。一方面,国家应该鼓励平台多推出能展现当代中国价值、中国特色的文化短视频,鼓励创作者在创作中将中华优秀传统文化融入短视频创作,将时代精神融入文化创作,生产出高质量、具有中国特色的文化短视频。在社会层面,多宣扬优秀的短视频内容,促进优质短视频的传播,带动更多的创作者生产出高质量的短视频。其次,主流媒体应该入驻短视频平台,发挥自己的引领作用,利用短视频平台与短视频的特点,在政治、文化、经济等方面宣传主流价值。但值得注意的是,在创作过程中可以娱乐幽默,但不能过度娱乐化,在严肃中不失娱乐,把握好娱乐的边界线。另一方面,要对短视频进行高位引领,把握好底线。短视频内容泥沙俱下,各类混杂,要用主流价值引领其向先进文化方向发展,坚决抵制发表错误言论、不符合社会主义核心价值观内容的短视频。短视频可以娱乐大众,但要牢牢掌握道德底线,不得违背公序良俗,挑战社会道德底线,生产低质无效的文化产品,更要牢牢树立法律意识,不得逾越法律红线。

### (三)重塑主体的批判辨别意识

短视频存在着低质化、同质化的问题,质量参差不齐。很多短视频会故意制造矛盾引发人们的热议,博取眼球,造成一个又一个的事件反转。在

过度娱乐化、商业化的包装之下,人们在现实与网络之间存在着很深的壁垒,很多短视频经过层层包装,被加上了厚重的滤镜,使人们很难看清事件最真实的面目,模糊在事实之外,被网络所裹挟诱导,被层层信息包裹。因此,在这种短视频与信息涌现的生活中,要提高自己的批判辨别意识,不能盲目跟风,享受眼前的娱乐而不辨别真假;要锻炼自己的批判思维与辨别意识,透过层层滤镜看到背后的本质,时时刻刻保持清醒,不成为娱乐奴隶。在纷繁复杂的短视频中,保持自己独立思考的能力,坚持真善美的价值追求,抵制不良信息与思潮的侵袭。

短视频文化作为网络时代新兴蓬勃发展的文化,不仅为人们的生活带来了便利,而且也带来了隐忧。作为大众文化的组成部分,短视频文化深刻影响着人们的价值观念与生活方式,因此促进短视频文化朝着健康良性的方面发展至关重要。

### 参考文献:

- [1] 马克斯·霍克海默,西奥多·阿多诺.启蒙辩证法[M].渠敬东,曹卫东,译.上海:上海人民出版社,2020:139.
- [2] 丹尼尔·贝尔.资本主义文化矛盾[M].严蓓雯,译.南京:江苏人民出版社,2012:112.
- [3] 尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.桂林:广西师范大学出版社,2009:16.
- [4] 王乃哲.大众文化批判理论视域下短视频文化存在的问题及解决路径[J].大众文艺,2022(17):213-216.
- [5] 赵明哲.数字文化逻辑下短视频对影视作品的“再媒介化”研究[J].东岳论丛,2024,45(3):79-86.
- [6] 杨光强,曲含蓄.法兰克福学派大众文化批判理论对我国流行文化发展的启示[J].西部学刊,2023(11):60-63.

## The Development of Short Video from the Critical Perspective of Popular Culture and the Countermeasures

SUN Mei-qing

(Ideological and Political Education Research Center, Northeast Normal University, Changchun Jilin 130024, China)

**Abstract:** With the rapid development of the Internet, the emergence and development of short video has brought people a new way of life, consumption experience and cultural landscape, and changed people's lifestyle and thinking model. When people enjoy this cultural model of short video, they must also be vigilant about the cultural worries behind this pan-entertainment development model, such as the serious homogeneity of short video culture, the tendency of vulgarization, the control of flow capital, the vulgar content and the disconnection with reality, the lack of correct value orientation, and the abnormality of cultural concepts. Taking a representative APP as an example, this paper analyzes the development phenomenon of short video based on the critical theory of popular culture of Frankfurt School, in order to put forward theoretical guidance and countermeasures for the healthy development of short video culture.

**Key words:** short video; popular culture; development thinking; countermeasures