

“无名者”的出场： 短视频媒介的历史社会学考察

潘祥辉

摘要

作为一种流行于互联网上的新型视听媒介，短视频的崛起或许在媒介史上具有革命性的意义，它将互联网时代的“自媒体革命”推进到一个新的阶段。短视频媒介是“后文字时代”的一种平民媒介，它唤醒和激发了普通人的传播本能，促成了福柯所言的“无名者”的历史性出场。短视频媒介最大的社会价值即其“全民记录”价值。与文字时代的帝王起居注迥异，短视频时代出现了无数的“平民起居注”，其对社会的影响既是共时性的，也是历时性的，其历时性影响之一在于它生成了一种新型史料。短视频有着自身的媒介逻辑和历史社会学效应，其带来的“无名者的出场”并非国家所赐，而是互联网商业化创新的一种“溢出效应”，这种“溢出效应”可能在历史社会学层面产生不少“意料外后果”。理解这种“溢出效应”与“非预期后果”，我们需要一种历史的“后见之明”。

关键词

无名者、短视频、媒介史、信息史学、媒介社会学、历史社会学

作者简介

潘祥辉，南京大学新闻传播学院教授，博士生导师。电子邮箱：willingpom@126.com。

The Appearance of The Unknown : A Historical Sociological Study of Short Video Media

PAN Xianghui

Abstract

As a new audio-visual medium popular in the Internet, the rise of short video may be revolutionary in media history. Short video is a kind of civilian media in the post-literary era, which awakens and stimulates the communication instinct of ordinary people. The biggest social value of short video is its “public record” value. Different from the imperial notes in the literal age, countless civilian notes appear in this short video age, whose influence on the

society was synchronic and diachronic. One of the diachronic effects of the short video is that it produces a new kind of historical data, which is very valuable for the study of social history. Short video has its own media logic and historical sociological effect, and the appearance of the unknown is not the gift of the power, but a “spillover effect” of Internet commercial innovation. To interpret the medium of short videos, we need a kind of historical hindsight.

Keywords

The Unknown, Short video, Media history, Historiography of information, Media sociology, Historical sociology

Author

Pan Xianghui is a professor and doctoral supervisor at the school of journalism and communication, Nanjing University. Email: willingpom@126.com.

一、引言：短视频让大家“看见”彼此

一场突如其来的疫情，打乱了社会运行的脚步。“新型冠状病毒”侵扰下的2020年可谓史无前例。当然，这一切终将进入历史。想象一下，假如一位生活在2520年的历史学家，他对五百年前的这段历史感兴趣，那么他依靠什么来认知和复原我们今天的世界呢？毫无疑问，这取决于他能够获得的史料。信息史学认为，历史学的本原是信息，还原历史的过程其实就是一个处理信息的过程（王旭东，2019）。史学家傅斯年先生告诉我们：“史学即史料学”（傅斯年，2016：4）。这一论断不仅适用于我们当代的历史学家，也一定适合于未来的历史学家。我们今天所有的新闻报道，不论来自报纸、电视还是互联网，也不论官方的还是私人的，这些记录毫无疑问都将成为未来的历史文献。可想而知，作家方方用文字记录下来的、轰动全国的60篇“武汉日记”，一定会成为一种个人化视角的“史料”。不过，另外一种非文字的、更为大众化的“史料”也不容忽视，这就是“短视频”所记录和呈现的日常点滴和普通人的生活。比如封城期间一位武汉女市民在阳台上敲锣救母的情景，一个女孩深夜追赶殡车哭喊着“妈妈”的情景，就被人以短视频的形式记录下来，在网络上广泛传播。一位湖北的卡车司机，拉货期间碰到封城，在高速公路上流浪了一个星期之久，他在自己货车头里自拍的一段视频中一脸疲倦地哭诉：“真的太累了，太累了。唯一的希望是，能有个地方让我停下来，好好睡一觉、吃一口饭，我就满足了。”类似这样呈现普通百姓生存状态的短视频不胜枚举。

短视频的出现让人们即便在封城期间还能够了解周围的世界，并“看见”彼此。这些普通人拍摄的短视频数量巨大，从不同侧面记录了抗疫期间中国民众的日

常百态。它们出现在抖音、快手、新浪微博、微视、bilibili等各个短视频平台，也在微信朋友圈和微信群中广泛传播。这些记录或将成为未来历史学家研究我们这个时代的重要史料。如果未来的历史学家对这些史料的载体感兴趣或足够敏感，他会敏锐地发现：在我们这个时代，一种新的媒介形态——短视频正在流行，并日益成为互联网上的一种主导性媒介。今天，短视频不仅在民间的传播活动中占据主导地位，就连官方的信息传播，也正在“短视频化”。第44次《中国互联网发展状况统计报告》显示，截至2019年6月，中国网络视频用户规模达7.59亿，占网民整体的88.8%；其中，短视频用户规模为6.48亿，占网民整体的75.8%（中国互联网络信息中心，2019年8月29日）。接触和使用短视频已经成为中国民众生活中的常态。

短视频的流行似乎正在成为一种新的媒介和文化景观。鉴于媒介“已然成为社会和文化实践的一个结构性条件”（夏瓦，2013/2018：5），并且在历史、社会和文化转型中发挥着巨大影响，我们也极有可能因此处在一个历史发展的分水岭上。当未来的历史学家反观我们这个时代，一定无法回避如下问题：对于那个时代的中国而言，短视频为何会突然崛起？短视频的崛起对于当时的社会历史而言，带来了什么样的改变？促成这些改变的原因又是什么？这一新的媒介形态的崛起及其后果对历史走向和历史研究又带来了什么样的影响？要回答这些问题，就离不开对这一媒介的历时性分析，将短视频置入一种历史社会学的视域中来考察。

二、全民记录：短视频媒介革命的信息效应

在21世纪10年代末，随着互联网的普及和人工智能技术的不断发展，短视频媒介异军突起，用户规模不断扩大，至2020年，用户规模将超过10亿。随着5G技术的发展和普及，短视频或将成为主流传播以及人们社会性认知的最重要的媒介表达形式（喻国明，2019）。从全球范围来看，不论影响力还是使用人口的规模，短视频在中国的发展无疑走在世界的前列，可谓一道极具中国特色的媒介景观。

（一）短视频媒介对文字记录历史的挑战

对短视频媒介的理解离不开对互联网历史的考察。事实上，短视频是互联网发展到“自媒体时代”的产物，是“自媒体革命”的新发展。自媒体革命将传统媒介时代潜在的、数量有限的信源及沉默的受众变成了积极的、无量的传播者（潘祥辉，2011）。短视频的崛起则将自媒体的演进推进到了一个新的阶段。比起其他类型的自媒体，短视频媒介的使用者更加广泛，也更加“平权化”和草根化，并且更加彻底地摆脱了文字媒介的束缚，显示了其潜在的革命性。正如喻国明教授所言：

过去在互联网上,虽说人人都是传播者,但是都以文字书写为主要的表达方式,而文字书写从深层的逻辑上看,仍然是以精英人士的表达为主流的一种表达范式。因此,在书写时代,能够在网络上表达思想、看法的始终是社会上的一个小群精英,95%以上的大众只是旁观者、点赞者和转发者。而视频则是与之前媒介表达方式不同的一种泛众化的传播范式。从4G时代开始,视频为普罗大众赋能赋权,将社会话语的表达权给了越来越多的普通人,每一个人都可以用视频这种最简要、直观的形式与他人和社会分享,这是一种具有革命性意义的改变(快手研究院,2019:290)。

从长时段的人类媒介的发展史来看,短视频的流行确实构成了对文字主导历史记录的一种颠覆。自古以来,文字一直在人类历史上都具有无可替代的价值。在德国学者阿斯曼(Jan Assmann)看来,文字是记录的媒介,也是记忆的媒介,文字在人类社会“凝聚性结构演变的历史长河”中影响巨大。文字的发明和使用将人类的历史分成了两个截然不同的阶段:“以仪式为基础不断重复的阶段和基于文本进行解释的阶段。这两个阶段之间的分水岭令人瞩目。”(阿斯曼,1992/2015:96)历史发展到21世纪20年代,我们似乎正在面临另一个分水岭,视频尤其是短视频正在日益发挥着重要的记录和记忆功能,甚至可能超越文字媒介在历史上的地位。尽管视频媒介早在20世纪就已经出现,但不论是电影还是电视,都还只是一种单向传播,是少数人才拥有传播主体权的媒介。短视频是互联网发展到自媒体时代和人工智能时代的产物,是智能手机及移动互联网的普及之后的一个新物种。不同于长视频,短视频的篇幅更加短小(一般5分钟以内),非常容易制作和传播,适应了碎片化时代人们的信息偏好。正如研究者所言:“短视频制作简单,没有题材限制,不需要高学历,甚至都不需要会写字,是人人可以拍,人人可以看的。”(陆地,杨雪,张新阳,2019)“去文字化”的短视频真正实现了表达的平民化和大众化,将人类传播的历史推进到了一个新的阶段。法国学者德布雷(Régis Debray)用“媒介域”这个概念来描述信息传播的媒体化配置所形成的包含社会制度和政治权力的文明史分期,并将人类文明史划分为三个不同的媒介域:文字(逻各斯域)、印刷(书写域)和视听(图像域)(德布雷,1991/2017)。短视频作为一种新型视听媒介,可以看作是“视听域”的一种新的进化形态。当短视频成为一种主导性媒介,它自然会给社会带来巨大的影响。这种影响不仅是即时性的,也是历时性的。不仅表现在社会层面,也表现在历史层面。

(二)“无名者”的出场与“平民起居注”的崛起

从媒介学的观点看，媒介不仅是一种信息载体，也是一种技术体系和文化体系，还是一种历史结构（陈卫星，2016）。一种新媒体的出现不仅意味着信息生产方式的革新，也意味着围绕它的某种组织性和结构性的变动，并将在社会历史层面上产生重要影响。如果拉长观察时段，我们将会发现，短视频媒介的历史社会学效应首先就表现在它促成了“无名者”的历史性出场。有了短视频媒介，无数“看不见”的无名者不再是被历史排斥或忽视的“沉默的大多数”，而是变身为能够记录自己和他人的能动传播者，这是一个划时代的变化。

从历史演变来看，自智人走出非洲，人类大体上历经了5000—10000代，一共约790亿人，但这么多“过客”能够在历史上留下痕迹的却寥寥无几。即便进入文字社会，能够在历史上留下只言片语的，也只有极少数人，能够留下全息影像的，更是凤毛麟角。记录媒介的缺乏是造成这种状况的重要因素。这一点也正是福柯在《无名者的生活》一文中所谈及和反思的问题。通过翻阅18世纪的历史档案，福柯关注到了那些出现在档案中的“无名者”。他发现这些无名者之所以被记录，不过是因为与权力的偶然遭遇。档案对他们的记载只言片纸，模糊不清。福柯感叹到：

“长期以来，只有贵族的编年史，才值得人们用不带嘲讽的口吻来讲述；只有血统的传承、出身与英雄事迹才赋予一个人进入历史的权利。而如果说有时确实有些卑贱之辈会得享一种荣耀，那也是借助了某件异乎寻常的事情，这件事要么圣洁辉煌，要么罪大恶极。”（福柯，1999）“无名者”的这种遭遇，在历史上是常态，要么不被记录，要么被任意歪曲。在中国古代，文字和记录也是掌握在权力者手中的。“二十四史”几乎都是帝王将相的历史。中国特色的“起居注”只被用于记录皇帝和皇后的日常生活，记录“起居注”的则是供职朝廷的专职史官。近代大众传媒的出现打破了这种文字垄断，但能够进入媒体视野，留下姓名或影像的，主要还是精英阶层。传统媒体时代的记录者是职业记者，人数有限，普通百姓由于缺少媒体接近权，只能被动地进入媒体。只有到了互联网兴起后的“自媒体时代”，随着“传播个人主义”的崛起，“无名者”才获得了表达权和记录权。而到了短视频时代，这种“传播个人主义”无疑得到了进一步的扩展。短视频给平民在历史中登场提供了极大的便利，绝大多数人都能够记录自己，呈现自己，制作自己的“起居注”。短视频时代因此也可以看作是一个“平民起居注”兴起的时代。

“记录”是短视频时代的关键词。短视频平台“快手”的口号是“记录生活记录你”，“抖音”的口号是“记录美好生活”，都突出了“记录”二字。短视频媒介确实是一个适合“无名者记录”和“记录无名者”的媒介。无数普通人通过短视

频记录自己的生活，将自己呈现在世界面前，包括那些平时很少有机会“露脸”的打工崽、残疾人、空巢老人以及农村的留守儿童等。在“快手”上，我们可以轻易“看见”各行各业的普通人：卡车司机、船员、煤矿工人、高压电工、开吊车的女司机、潜水打捞队员、接尸人等。每个人都很普通，却组成了一个充满烟火气息的真实世界。短视频为我们记录下百万个普通人的百万种生活方式，这种记录是海量的、全方位的。2019年，仅“快手”的内容生产者的数量就已超过2亿，每日产出的UCG内容超过1500万，原创视频库存已超过130亿条（快手研究院，2019：17-18）。这显然是一种真正意义上的“全民记录”。

短视频时代的这种“全民记录”使得“平民起居注”成为一种新的记录方式，一种“微型史记”。据快手大数据研究院的统计，仅在快手上，就有超7000万作者记录家庭生活和日常生活。这些日常生活既涉及工作场景、吃喝拉撒、也涉及文化和精神生活。在笔者看来，对文化和精神生活的全民记录是一种更有价值的记录，更具公共性和历史社会价值，典型代表就是一些“乡土文化”类的视频。快手发布的“非遗”数据报告显示：在快手，每3秒钟就诞生1条“非遗”视频。在2018年里，有252万名用户发布了1164万条“非遗”视频内容，累计获得250亿播放量，收获5亿次点赞（快手大数据研究院，2019）。这些所谓的“非遗”，其实很多是尚没有完全消失的，仍然活跃在民间的文化传统，或者本身就是一种生活方式，如婚礼、丧葬、祭祖等，既是文化仪式，也是生活本身。短视频对于保留这些民间的文化传统及文化生活，可谓居功至伟。在“快手”上，有一位名叫魏宗富（快手号：835521006）的甘肃省环县的农民，他出身皮影世家，14岁开始跟爷爷学习演出。可惜的是，他爷爷和父亲的演出都没有被记录下来。只有他，适逢短视频的兴起，幸运地拥有了自己的记录媒介和记录平台。他的演出可以在“快手”被他人看见并与他人共享。有了短视频，魏宗富的生活不再同于他的祖辈，皮影戏也不再“稍纵即逝”，这无疑是一种划时代的变化。

从媒介的特性来看，对于表现为工艺或仪式的“文化生活”，文字记录的局限性本来就非常明显。图画和照片虽然可以“立此存照”，但信息量非常有限。视频媒介对此却有着巨大的优势，它比文字和图片的记录更加直观，提供的信息更加丰富，更加真实。“全民记录”可以使更多人的生活和更多样的民间文化得到保存。因此，从社会历史的角度看，“全民记录”就是短视频媒介最大的价值。正是这种记录媒介，带来了“无名者”的历史性出场和“平民起居注”的崛起，并使“每一个劳动者、每一个个体、每一个物品、每一个才能、每一个声音、每一个企业、每

一个乡村、每一个传承、每一个群落、每一个产业”都能够得到展示、记录和保存，构筑成了一个“生活史的博物馆”（快手研究院，2019：200），也由此彰显出了记录媒介的价值。

（三）短视频媒介的史料与文献价值

一个短视频的记录就是一个文本。借助于新的技术手段，这个文本既容易生产，也容易传播和保存。我们因此也可以把这样一种全民记录看作是一种新型的出版。对于历史史料的生产和累积而言，短视频媒介带来了全新的变化。

史料的形成及传播也是信息历史学（Information History）关注的重要议题。信息史学的主要倡导者、英国学者韦勒（Toni Weller）认为，信息历史学即是对过去信息的研究，它试图将信息的生产、传播、审查、保存、访问、隐私等主题放在更广泛的历史话语中考察，着重探讨信息在社会中的作用及其对社会历史发展的影响（Weller，2010）。对信息史学的研究离不开媒介分析。不同的媒介对于信息的形成、积累及传播显然具有不同的影响。在黄旦教授看来，媒介即史料：“从媒介的角度，史料不仅仅是历史记载，它本身就是历史的一种制作，寓含着其特性、时间事件与其他媒介的关系。好比福柯眼中的‘档案’，就是一种特殊的‘陈述系统’，它既是陈述自己，同时也规定着陈述。”（黄旦，2019）从媒介学的观点来看，短视频媒介所生成的史料和文献，有不同于其他史料与文献的独特性。傅斯年先生指出：史料有两种，一种是直接的史料，一种是间接的史料。“凡是未经中间人手修改或省略或转写的，是直接的史料，”相反，则是间接的史料。而从史料的记载主体来看，则可以分为“官家的记载”与“民间的记载”（傅斯年，2016：5-38）。就短视频媒介而言，尽管其内容生产有三种模式：普通用户创作的UGC模式、专业用户创作的PUGC模式和由专业机构负责生产的PGC模式，但UGC仍然是主流。从史料价值而言，普通用户创作的短视频显然是一种“直接的史料”和“民间的记载”，这使得它更加真实，更加平民化，可以补充“间接史料”和“官家记载”之不足。

短视频的呈现和保存方式也使它不同于历史上的任何一种文献。中国古代流传下来的文献很多，按通行的时间先后，这些文献资料大体可以分为铭刻、简帛、写本、印本这样四个序列（张涌泉，2013：9），但基本都是以文字记载为主。进入互联网时代后，文献的记载和存储发生了颠覆性的变化，而到了短视频时代，这种颠覆则更加彻底。文献数量海量增长、视频材料占主导、史料存储“云端化”，区块链技术的出现则可能使这些史料永远不可消灭。有历史学者指出：“文化材料向

数字媒体的迁移，是一个类似于文艺复兴和后文艺复兴印刷文化开花的过程，其历史重要性及对未来的影响怎么形容都不过分。”（王旭东，2019）我们今天正在经历这样一个历史信息和史料“数字化”的过程。这种史料形态的变化本身也会影响到历史。

历史知识受到传播媒介和传播体制的影响，这也是历史社会学研究的重要议题。“特定的传播和保存方式与媒介如何影响甚至决定着什么东西能够被人述说、被人记住，这个问题成了20世纪最后20多年里历史社会学的一个主要研究领域。”

（Goody&Watt，1975；德兰迪，伊辛，2003/2009：582）这即是有关历史记忆与集体记忆的研究。媒介对历史记忆有着深刻的影响。阿斯曼（1992/2015：15）用“文化记忆”来描述“由媒介技术手段所决定的革新进程。”古代文化，如埃及的金字塔、文字等都是精英阶层的文化记忆，而互联网时代的自媒体，则代表了平民阶层的文化记忆，短视频媒介则将这种“平民性”推到了一个新的境界。在快手上，一位文化程度很低的名为“潇洒哥”的徐州汽修工，他每天用短视频记录自己浑身油污的汽修生活，3年来他上传了2000多个短视频作品，全是他不厌其烦的修车主题，但却吸引了290多万“老铁”（粉丝）的关注和点赞。这种情形可能只有在短视频时代才会出现。“去精英化”的媒介和“无名者”的崛起或将意味着历史记忆的“平民化转向”。

可以想象，短视频媒介的兴起也将带来“史料”积累的大爆炸。海量的视频文本将彻底改变未来历史研究“文献不足”的问题。由于文献不足或记录媒介本身的缺陷，人类的历史越往前追溯越模糊。春秋时代的孔子对于商代的历史已然不清楚，他感叹道：“夏礼吾能言之。杞不足征也。殷礼吾能言之。宋不足征也。文献不足故也。”（《论语·八佾》）“文献不足”的问题尤其表现在生活史材料上，盖因中国古代史学只记录帝王将相的历史，很少记录平民生活。当代法国汉学家谢和耐（Jacques Gernet）先生的《蒙元入侵前夜的中国日常生活》，试图呈现一千年前宋元交替时期底层民众的生活，但由于史料不足，这种还原充满了想象和片面性。与此相反，一千年后的历史学家要呈现我们今天的日常生活史，显然拥有更为丰富的历史文献。我们今天通过短视频记录和呈现的“起居注”，甚至饮食起居等这些再平常不过的场景，未尝不会成为以后历史学家的民俗史料。而其研究方法，也可能会实现一个从历史个案研究到历史大数据研究、从文字分析到视频分析的转向。

不过，历史充满迷雾。未来敏锐的历史学家一定不会流于历史表象，他们一定

会有所疑问：是什么原因导致了“无名者”的历史性出场？为什么会在这个时代出现这种“全民记录”？这些记录的真实性如何？如果要对这些问题有所了解，我们则需要进一步分析短视频背后的媒介逻辑。

三、媒介逻辑：短视频勃兴的驱动力量与“意料外后果”

阿什德和斯诺用“媒介逻辑”这一术语来描述媒介制度性的和技术性的运作模式，包括媒介如何分配物质性的和符号性的资源，如何在正式的和非正式的规则下运作，以及如何影响社会经验的选择与表达（Altheide & Snow, 1979: 206）。显然，短视频的兴起有着自己的“媒介逻辑”。

（一）商业互联网公司的引导与助推

在笔者看来，“无名者”在这个短视频时代的历史性出场不是偶然，它是一个逐步演进、水到渠成的过程。短视频的勃兴由中国互联网的演进过程所推动，也受到互联网演进逻辑的深刻影响。简而言之，中国短视频媒介的勃兴得益于以下几个因素：首先是1990年代以来国家在互联网领域的长期投入，尤其在网络基础设施建设上的完善，网速越来越快，资费越来越低，这使全民上网成为可能；其次是智能手机的普及。一部内置摄像头、功能完备的手机价格越来越便宜，原来专业记者的装备现在成为普通人的“标配”。任何人动动手就可以生产一个短视频文本；三是互联网商业企业的创新与大力推广。短视频的流行是互联网人工智能技术在视频领域的首次大规模商业运用。它离不开“电商”企业的技术创新，更与许多专注视频行业的互联网公司的商业策略分不开。在笔者看来，第一和第二个因素只是短视频普及的前提条件，而只有第三个因素，即互联网企业的竞争与主动创新、引导，才是短视频媒介崛起的关键性原因。

在短视频媒介引导全民记录和全民表达上，在商业互联网竞争中走“农村包围城市”路线的“快手”公司做得非常出色，是这种“全民记录”的重要推手。很大程度上，正是“快手”给了“沉默大多数”突然出现于大众视野中的历史性机会。诚如研究者所言，“作为一个虚拟社区，超过7亿的社区成员在其中记录生活、交流分享，这些普惠式的生活记录让观者看到了一个多元美好的真实世界，让身处不同时空的观者看到那些在他的生活空间中不曾出现的人和事物。”（姬广绪，2018）事实上，人人都有传播和记录的本能。正如文化人类学家埃里希·罗特哈克所指出的：“‘历史意识’或者‘历史感’是人类的原始本能，意在将过去的重大事件和人物形象固定保存下来，以便对此进行回忆和讲述。”（阿斯曼，

1992/2015: 62) 但人的记录本能需要激发出来, 也需要给他们创造条件。快手公司在激发人的记录本能以及降低记录门槛上可谓不遗余力, 也取得了极大的成效。

“快手”自称通过人工智能技术和“普惠价值观”来确保每一个普通人都能够“被看见”, 以此来引导全民记录。“快手服务于人的记录和分享, 平等普惠是快手的核心价值观。我们认为每个人都值得被记录。”(快手研究院, 2019: 8) 依托人工智能“机会均等”的分发机制, “快手”保证了普通记录者“被看见”的机会, 这既保护了普通人, 也调动了他们视频生产的积极性, 带来了短视频拍摄内容的多样性。据统计, 在快手上, 每天都有超过1500万条以上的短视频上传。2020年春节, “快手”的日活用户已达到3亿, 且还在不断扩大。为了降低内容制作的门槛, “快手”也广泛应用AI技术, 给普通拍摄者以“无微不至”的关心和指导。从帮助用户矫正拍摄中可能出现的图像问题, 到解决创作视频中的字幕编辑, 再到“智能音乐”及AI生成音乐技术的开发等, 这一切的“技术赋能”, 就是为了“让大家更愿意创作自己的视频”(快手研究院, 2019: 8)。这种“技术赋能”也为“抖音”等其他短视频媒体平台所运用。通过降低技术门槛, 提高用户体验, 甚至推出流量补贴及巨额奖励, 普通人的记录和创作欲望被最大限度地调动起来, 海量的短视频也由此被生产出来。一定程度上, “无名者”的历史性出场就是这样被短视频企业激发出来、簇拥出来的。与那些专注“头部大V”的短视频公司相比, “快手”这样有明确的“为平民赋权”, 打造“平民记录”平台的互联网公司可谓独树一帜。“快手”的口号是“记录生活记录你”, 它这样表达自己的定位: “快手的出现让每一个生活都可以自我表达, 被看见, 被欣赏。每一个存在都是独特的, 生活再无高低之分。这是更加真实的世界的镜像, 是一花一世界的境界。”(快手研究院, 2009) 快手CEO宿华先生也曾表示: 希望通过“快手”这一平台, 让今天的人能“读懂中国”, 让明天的人能看到今天的时代影像。“几百年以后, 快手会是一个记录博物馆。”(邢小强, 张竹, 周平录, 汤新慧, 2020) 显然, 快手公司的这种“自我定位”和“自觉意识”有力地助推了短视频的兴起和“平民起居住”的出现。

不过, “快手”毕竟是一家商业互联网公司, 这种定位与助推与其说是服务于“平民记录”, 不如说是服务于自己的商业路线; “无名者”的历史性出场与其说是“快手”公司主动积极追求的结果, 不如说是其商业创新中所带来的“溢出效应”。

(二) 商业创新的“溢出效应”与“非预期后果”

所谓“溢出效应”即经济活动中产生的外部性后果。商业创新具有社会溢出效应，这在中国互联网的新媒体创新上表现得尤其突出。中国互联网的“民主化”功能，“传播个人主义”的崛起都是这种溢出效应的体现（潘祥辉，2014）。短视频时代的“全民记录”也不例外。它是“快手”等短视频企业商业创新中的一个衍生品。正是这种“农村包围城市”的商业路线“意外地”导致了一个全民记录时代的到来。

纵观人类历史尤其是近代以来的媒介发展史，几乎每一次“媒介革命”都与商业驱动有关。不论是印刷书的普及还是报纸、广播和电视的出现，首先都是商业力量驱动的结果。而商业利益的驱动也可能带来意想不到的社会后果。法国文化史专家罗伯特·达恩顿（Robert Darnton）在《启蒙运动的生意：百科全书出版史（1775-1800）》一书中揭示了书商的利益追求与启蒙思想的广泛传播之间的关系，让我们看到了历史发展中“非预期效果”的存在（达恩顿，1979/2005）。短视频媒介的流行及其带来的“无名者”的历史性出场显然不是源于国家或政治力量的有意推动，也不是互联网企业主动“造福百姓”的结果，它不过是互联网商业创新中的一种“溢出效应”与“非预期后果”。互联网企业的商业追求与对个体的技术赋权本来就是一体两面的（潘祥辉，2017：130）。短视频的兴起显然是一种互联网技术商业革命所衍生的“副产品”，这当中“利益机制”发挥了重要的驱动作用。

正是利益驱动使得短视频公司不断改进技术以服务大众，也通过“利益均沾”机制吸引更多的用户入驻，以此调动用户生产内容的积极性。这种“激励兼容”造就了短视频的繁荣景象。不过，从信息生产和传播的角度而言，过于强大的商业驱动也会带来一些负面性的“非预期后果”，表现在短视频媒介上，就是对“记录”和“真实”的偏离。随着短视频行业竞争的加剧以及对“变现”的追求，我们确实观察到，不论是短视频商业平台，还是个体主播，越来越偏离“记录”的初始状态，日益朝着商业化、娱乐化与宣传化的方向发展。以“快手”为例，其商业化运作中由“记录平台”转变为“电商平台”的过程是非常明显的，这种商业化转向显然侵蚀了“快手”平台“真实记录”的角色与功能。据悉，在快手上，每天发布的和交易有关的短视频信息达170多万条。在经历了早期积攒人气的“平民记录”阶段后，有越来越多的机构和组织在进驻这一平台。2018年7月，“快手”开始正式扶持MCN（专业生产内容）运营机构，整个平台已有1000多家机构，拥有10000个以上的帐号，作品发布量平均每周超过20000，周点击量17亿次（快手研究院，2019：273）。截至2019年底，“快手”已经引入了超过8000家的媒体和政务机

构，这一数据还在不断增长，这些组织和机构正在成为短视频内容生产的主导者。

显然，引入政府机构、媒体机构以及MCN等专业机构入驻是短视频企业重要的商业策略，不如此，则难以将流量变现。但显然，越来越多的机构入驻及MCN的增加，会使UGC的比重不断降低，使短视频平台日益沦为政务宣传和营销的阵地，这也将导致短视频的“主流化”。尽管“快手”一再声称：“快手的社会价值在于记录中国”“真实成为快手视频的主旋律”（快手研究院，2009：295）。但一旦“平民记录”不能实现赢利，对商业化的过度追求必然使其偏离“记录”的初心。

由此可见，“平民记录”以及以对“平民记录”的逐渐颠覆，这是“商业化互联网”的媒介逻辑所必然导致的后果和悖论，互联网企业只能在这两者之间求得平衡。而强大的国家规制力量的存在，则可能进一步加剧短视频媒介对“真实性”和“平民性”的偏离。在商业变现及国家规制的双重压力下，短视频的内容生产必然呈现某种程度的“偏向性”。正如我们所观察到的，短视频媒介的信息具有强烈的商业属性和生活属性，其内容越来越局限于时尚、娱乐等“非政治领域”或“非资讯领域”。从商业的角度而言，这些领域容易打造网红IP，也容易变现；而从国家规制的角度看，这一类的信息生产最为安全。近年来，从“快手”“抖音”到“梨视频”，各大短视频平台都曾受到过有关部门的约谈和处罚，这无疑加剧了短视频媒介的自我审查和“去资讯化”。短视频媒介所表现出来的一些信息“偏向”，既是短视频本身的媒介特性所决定的，也是其所处的政治社会场域所决定的。

四、结语：短视频作为一种信息媒介及其历史效应

著名历史学家斯塔夫里阿诺斯（Leften Stavros Stavrianos）曾说：“我们每一代人都需要重写历史，因为每个时代都会产生新问题，探求新答案。”（斯塔夫里阿诺斯，1970/2006：1）事实上，每个时代产生的，不只是新问题，也有新媒介。作为一种新媒介，短视频就产生于我们这个时代，它不仅带来了一种新的信息生产及知识传播的方式，也带来“全民记录”的再次勃兴，这种记录不仅将影响当代社会，也将影响到后世。

施蒂格·夏瓦（Stig Hjarvard）借用感知心理学家詹姆森·吉布森（James Gibson）的“可供性”（Affordances，又译为“功能可供性”“功能可见性”或“示能”）这一概念来说明媒介的特征及其与社会互动之间的关系。在她看来，作为技术的媒介拥有一系列的功能可见性，功能可见性可以促进、限制并形塑传播与

行动（夏瓦，2013/2018：31）。短视频媒介的兴起一定程度上就促成了一种新的传播革命，社会的“可见度”得到了极大的提高，这为历史发展提供了新的可能性。短视频的“新媒体赋权”比其他自媒体更为彻底，绝大多数的普通人，包括那些不识字的底层人群都可以通过短视频记录自己、记录他人。正是短视频的兴起，唤醒和激发了“沉默大多数”的表达欲望和记录热情，这带来了“无名者”的历史性出场。“快手”上数以万计的“小镇青年”就是其中的典型代表。不过，这些“无名者的历史性出场”并不是国家所赐，而是中国互联网商业化的一种“副产品”，是互联网公司追求商业创新的一种“溢出效应”，这使得传播领域的“个体赋权”先于政治领域实现。对短视频媒介的理解离不开对社会场域的深入分析。

中国的短视频媒介并不是一个自足的场域。“媒介化”理论认为，不同场域之间的“自律”和“他律”总是处于一种不断博弈的关系之中，来自其他场域的“他律”会挑战和影响媒介场域的“自律”（胡翼青，郭静，2019）。就短视频媒介而言，其“他律”主要来自商业领域的变现压力和政治领域的规制。我们看到，商业驱动既促成了“全民记录”的出现，也使短视频媒介发生了某种程度的“变异”。

“政务”“流量”“营销”“带货”正使短视频平台变成一个巨大的宣传和营销市场，并因此呈现了短视频媒介的“中国特色”。而“国家的在场”也强化了短视频媒介的信息偏向。短视频媒介的生活化、娱乐化和“去政治化”既是对媒介政治化的一种突围，也恰恰证明了政治场域及其作用力的存在。

尽管短视频的勃兴是一种商业衍生品，其信息生产也存在不足，但无论如何，我们都不能否定短视频媒介所带来的“全民性”，这种“全民记录”与“全民表达”是一种巨大的历史进步，也可能会带来一些历史与社会层面的“非预期后果”。延森（Klaus Bruhn Jensen）指出，任何事物的变化和目的都是无法完全预知的，对“媒介所拥有但尚未实现的潜力——及其无法预料的后果”，学界需要给予更多的关注和讨论（延森，2010/2012：27）。短视频媒介的“非预期后果”值得我们做更多的观察和研究。例如，短视频媒介将自媒体革命推进到一个新的高度，其所带来的“传播个人主义”是否可能演变成“传播民粹主义”？短视频本身是一种碎片化的记录和表达方式，由于容量很小，在表达观点时简单而直接，难以进行深度的记录和表达，可能正是这一点，反而受到普罗大众的欢迎。那么，随着短视频的流行，是否会因这一媒介带来新的社会分层？“短视频阶层”的表达和思想是否有可能和“文字阶层”渐行渐远？短视频媒介是否会导致社会共识上的“圈层效应”和“大数效应”？短视频技术下沉的同时，是否会带来视角、思想和观点的

“上浮”？是否会意味着几千年来奠基于文字基础上的“上行下效”的思想传播方式被彻底逆转？对于这些问题，今后的历史学家可能会看得比我们这一代人更加清楚。

作为一种新媒介，我们其实无法预知短视频所带来的所有的历史社会学效应。但短视频媒介的兴起将给未来的历史学家留下一种海量的新型文献却是确定无疑的，这一文献至少在社会史与日常生活史的研究中具有无可替代的价值。即便今天，“快手”上的短视频也是当代社会学家、人类学家、民俗学家以及新闻记者等观察中国社会和各色人等的重要窗口。在社会生活领域，短视频媒介仍然是一种无可替代的记录媒介与展示媒介。它所记录和留存的文献，肯定也会成为未来历史学家观察我们今天这个时代的一个入口。当然，这些史料必然受到短视频这一媒介特性的影响，也受制于特定时期互联网商业化以及国家规制的影响，其呈现的信息不可避免地带有某种“偏向性”。如何甄别和解读这些海量文献，有待未来历史学家的睿智。相信五百年后那些有才情的、有历史洞见的历史学家，能够洞察到我们这个时代这一新媒介所带来的改变，通过解读短视频媒介，不但能够还原“无名者的生活”，也能够像福柯一样，发现“权力的在场”。

（责任编辑：束开荣）

参考文献 [References]

- 阿斯曼（1992/2015）。《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。
- 陈卫星（2016）。新媒体的媒介学问题。《南京社会科学》，（2），114-122。
- 德兰迪，伊辛（2003/2009）。《历史社会学手册》（李霞，李恭忠译）。北京：中国人民大学出版社。
- 傅斯年（2016）。《史学方法导论》。北京：中华书局。
- 福柯（1999）。无名者的生活（李猛译，王倪校）。《社会理论论坛》，（6），61-67。
- 黄旦（2019）。作为媒介的史料。《安徽大学学报：哲学社会科学版》，（1），94-100。
- 胡翼青，郭静（2019）。自律与他律：理解媒介化社会的第三条路径。《湖南师范大学学报》，（6），128-135。
- 姬广绪（2018）。城乡文化拼接视域下的“快手”——基于青海土族青年移动互联网实践的考察。《民族研究》，（4），81-88+125。
- 快手研究院（2019）。《被看见的力量：快手是什么》。北京：中信出版社。
- 克劳斯·布鲁恩·延森（2010/2012）。《媒介融合：网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》（刘君译）。上海：复旦大学出版社。

- 罗伯特·达恩顿（1979/2005）。《启蒙运动的生意：百科全书出版史（1775-1800）》（叶桐，顾杭译）。北京：生活·读书·新知三联书店。
- 雷吉斯·德布雷（1991/2014）。《普通媒介学教程》（陈卫星，王杨译）。北京：清华大学出版社。
- 陆地，杨雪，张新阳（2019）。中国短视频发展的长镜头。《新闻战线》，（1），28-32。
- 潘祥辉（2011）。对自媒体革命的媒介社会学解读。《当代传播》，（6），25-27。
- 潘祥辉（2012）。论传播失灵、政府失灵及市场失灵的三角关系——一种信息经济学的考察视角。《现代传播》，（2），51-56。
- 潘祥辉（2014）。新媒体的商业属性及其政治效应。《文化纵横》，（3），100-106。
- 潘祥辉（2017）。《组织再造：媒介社会学的中国视角》。北京：人民出版社。
- 施蒂格·夏瓦（2013/2018）。《文化与社会中介化》（刘君等译）。上海：复旦大学出版社。
- 斯塔夫里阿诺斯（1970/2006）。《全球通史：从史前到21世纪（第7版上册）》（吴象婴，梁赤民译）。北京：北京大学出版社。
- 王旭东（2019）。信息史学建构的跨学科探索。《中国社会科学》，（7），159-185。
- 邢小强，张竹，周平录，汤新慧（2020）。快手科技：追求公平普惠的“隐形”之手。《清华管理评论》，（2），136-144。
- 喻国明（2019）。5G时代视频传播的机遇与挑战。《现代视听》，（10），87-88。
- 张涌泉（2013）。《敦煌写本文献学》。兰州：甘肃教育出版社。
- 中国互联网络信息中心（2019年8月29日）。第44次中国网络发展状况统计报告。检索于 http://www.cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/20172017_7056/201908/t20190829_70798.htm。
- Altheide, J., & Snow, R.P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Weller, T. (2010). An Information History Decade: A Review of the Literature and Concepts, 2000–2009. *Library & Information History*, 26(1), 83-97.