

# 在拟像中安放的归乡想象

## ——田园生活类短视频的审美特征

廖子萱

中国传媒大学, 北京  
Email: liaotaonina@qq.com

收稿日期: 2021年5月6日; 录用日期: 2021年6月22日; 发布日期: 2021年6月29日

---

### 摘 要

田园生活类短视频是以虚构理想化的田园景观, 展现诗意传统乡村生活的短视频类型。与所有短视频一样, 它们都是消费化的影像创作。与其它短视频类别相比, 它具备的独特而鲜明的审美特征。这里的“田园”是想象中的怀旧符号, 用以治愈了都市间的孤独的人。通过在叙事上掩盖忽略冲突, 突出与崇高相对的平凡与和谐之美, 在一定程度上实现了给予人温暖的情感召唤。

### 关键词

消费化意象生产, 田园生活类短视频, 怀旧情结

---

# Homecoming Imagination in the Simulacrum Era

## —The Aesthetic Characteristics of Idyllic Life Video

Zixuan Liao

Communication University of China, Beijing  
Email: liaotaonina@qq.com

Received: May 6<sup>th</sup>, 2021; accepted: Jun. 22<sup>nd</sup>, 2021; published: Jun. 29<sup>th</sup>, 2021

---

### Abstract

Idyllic life video is a genre of short videos that show poetic traditional rural life with fictionalized idealized pastoral landscapes. Like all short videos, they are all popular cultural products. Compared with other short video categories, it has a unique and distinctive aesthetic feature. The “idyll” here is an imaginary nostalgic symbol used to heal the lonely people in the city. By conceal-

ing and ignoring conflicts in the narrative, it highlights the harmony, which also helps audiences to relieve the stress and give them warm comfort.

## Keywords

Consumerized Imagery Creations, Idyllic Life Video, Nostalgia

Copyright © 2021 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

数字媒介时代，短视频作为网络的新兴艺术表现形态，其大范围流行标志着影像审美的变迁。在短视频实践中，大众被赋予了真正的权力，他们不仅可以欣赏他人的作品，同时也可以制作短视频展现自我，享受被注视的快感。在这个去中心化的“赛博空间”里，艺术作品的生产者与受众的界限已然模糊。视频创作者在幕后进行组织设计，通过视频完成“拟剧表演”，在艺术创作的同时也塑造理想化的个人形象。强烈的人格化特征与垂直化的内容构建帮助受众迅速完成对该创作者的身份认同，并产生忠实的追随与观看行为。目前，短视频呈现出内容细分与品牌化的趋势，种类愈发丰富，包括：母婴育儿，文化科普，旅游，美妆时尚等。

在众多短视频类别中，田园生活类短视频具有别具一格的魅力。它是以虚构理想化的故乡景观，展演诗意的田园生活为文本内容的短视频类型。李子柒，阿莫莎，篱笆，郭小婉的田园生活，秋石等短视频内容生产者都在其作品中将主观情感与诗意与客观的自然风物相融合，意图利用视觉媒介重构“天人合一”的传统生活方式。实际上，他们所呈现的是杂糅拼贴的田园想象，并非真切纪实乡野生活。但是，这不妨碍满足观众对归隐田园生活的“期待视野”。甚至，如视频创作者李子柒通过对中国古典田园的审美构建，促成了其在国际上的流行，实现了较为有效的跨文化传播。

## 2. 文献综述

近年来，有不少学者都在关注短视频这种媒介形式的审美特征。如江志全、范蕊在《“走向日常生活美学”——社交短视频的时代审美特征》中阐述了短视频的“日常生活美学”消除了消费主义所导致的一些问题，以一种艺术化的形式对抗异化的命运[1]。而对于田园生活类短视频这一类别，学者们基本都以李子柒这个文化 IP 为个案进行研究。有相对较多的学者以关于跨文化传播为主要研究内容，潘皓、王悦来在《短视频叙事与中华文化国际传播——以 YouTube 平台李子柒短视频为例》指出：李子柒的视频整体性地呈现了某种中华文化内涵和精神，同时借用“表层文化”强渗透，广传播的特点实现有效的跨文化传播[2]。一些学者则聚焦短视频这种媒介对乡村文化的表现上，如胡雅晗在《短视频对乡村文化的构建与收编——基于短视频美食博主“农村会姐”和“李子柒”的对比研究》，对两位截然不同的乡村题材博主的对比研究。她认为：虽然两位博主都在不同的角度展现了乡村文化形象，但是他们均有被商业化收编的本质。有学者则关注短视频在乡村发展中的产业价值[3]。学者李安、余俊雯在《从生活展示到产业的转型：短视频在乡村振兴中的产业价值》中探讨了李子柒这一 IP 的商业模式可复制性[4]。而关于田园生活类的这类短视频的审美特征的研究，仍存在一些空白。

### 3. 田园幻象：消费化的意象创作

短视频的兴起的过程，实则是大众审美嬗变的过程。在拟像时代，审美的愉悦变得复杂起来。正如，田园类短视频确实存在充满诗意的表达。在这些短视频中，我们可以感受到陶渊明的“欢颜酌春酒，摘我园中蔬”的意境。无论是从古朴的自然风物，或是从人物与自然“物我浑融”的生活方式，都让人得到独特的审美体验。但是，这些短视频通过给予人感官上的快感，主动吸引受众沉浸在内也是无法否认的事实。

同时，大部分短视频创作者已然无法逃离商业的运作与捆绑。它们的作品不仅仅是个人的艺术表达，而且是一件需要被消费的“商品”。视频制作背后所存在的商业目的无法被忽视。

在互联网时代，流量与粉丝成为了短视频创作者的追求。流量与粉丝在某种程度上决定了视频创作者的价值。正如李子柒因其优越的粉丝数目与关注度，吸引了大量品牌广告主和投资方。“微念科技通过嫁接社交媒体资源，使其迅速成长为大IP。在广告代言收入方面，挑选合适的广告代言——羽西[5]。”

所以，田园类短视频与其它的视频类型一样，都属于一种消费化意象创作。“消费化意象创作的观赏娱乐的价值远大于其使用价值。至此，制作代替了创造，甚至形成大量的出现拼贴化、格式化、模式化等倾向[6]。”艺术意象是艺术作品的重心，是艺术的本体存在，也是艺术家得以被辨认的标识。而消费化意象的创作则让视频创作者的作品成为了一种短暂的浪漫，努力讨好大众的浅表的娱乐。

从另一个角度来看，短视频也促成了审美民主化。每一个人都可投入到影像文艺作品的创作与传播之中。受众不仅仅是审美的接受者，他们同时也是文艺生产者。若心中有对田园生活有所向往，也可以自由地进行影像化的表达。同时，一些被遗忘的传统文化与艺术也因为短视频的展现与传播，走进了大众的日常生活。如田园生活类视频创作者秋石在视频中介绍了中国四大名陶——紫陶的制作过程。唯美画面的拼贴，恬淡温情的讲述都给予了传统艺术一种生命力，引发大众的好奇，甚至更深层次的关注。

### 4. 精神故乡：抚慰人心的怀旧想象

提起现代社会，总是让人想起过分追求速度的机械生产，资本霸权和商品崇拜。现代世界个体关系的异化，使人与人之间的关系变得疏离，在某一种程度上展现了情感冷漠的特征。正如西美尔在《大都市与精神生活》中所说的：“在乡村，生活的节奏与感性的精神形象更缓慢地、更惯性地、更平坦地流溢而出……都市人——当然他以成千上万的变体出现——发展出一种器官来保护自己不受危险的潮流与那些会令他失去根源的外部环境的威胁。他用头脑代替心灵做出反应。在此过程中，不断增加的对外的知觉与观察呈现出心灵上的优越性。这样，都市生活以都市人增长的知觉与观察以及理智优势为基础。对都市现象的反应使器官变得麻木不仁，毫无个性[7]。”因为资本主义生产分工的特性，人成为了自由漂浮的孤立个体，找不到自身存在的真正意义。“这些敏于算计的都市人，越来越表现出克制、冷漠、千篇一律的退隐状态。人们的鲜明个性在不断地消失。而且，都市中物质文化的主宰，使个人越来越孤立[8]。”

而田园类短视频通过影像构建出拟态的故乡景观，以达成怀旧审美平衡个体生存的疏离感。怀旧曾代表着一种“思乡病”，它指的是那些远离故乡四处征战的士兵特有的精神状态。如今，怀旧则特指一种普遍但特殊的心理现象。表面上看，怀旧与回忆都是“回到过去”的心理历程，实则怀旧与回忆有着质的差别。“从美学的角度来考虑，回忆显然是无所谓美或不美的，它所要达成的主要是人对时间的占有以及通过这种占有对自我现实处境的确证。而怀旧必定是美的，它既是一种有距离的审视，也是一种虚构与想象[9]。”简而言之，怀旧中的“过去的历程与时间”是失真的，是怀旧主体通过想象对历史进行再度粉饰与美化的审美过程。

“怀旧主体通过想象历史，把过去、家园等具有象征意味的客体想象成完美的、理性化的情景，并在此情景的体验中寄托某种稳定感、安全感或归属感，以此来修复在当下现实中感受到的创伤和失落[10]。”因此，这也不难理解，从未在乡村生活过的人也可以从田园生活类短视频实现怀旧审美。这些视频中所展现的乡野景观，是由创作者跟随自己的审美与想象，用各种有关传统田园文化符号拼贴而成。无论是房屋的设计装潢还是人物的穿着，都不指向确切的地域或朝代。但是，这些视频所呈现的文化符码都具有同一种特征：尽可能的去除工业化与现代化的痕迹。

比如在阿莫莎的视频中，她便经常穿着飘逸的连衣裙，戴着欧式草帽，拿着竹篮到田园采摘山楂制作冰糖葫芦与果丹皮，采摘芍药制作鲜花饼。尽管画面所呈现出来的田园形象有着一种类似欧洲油画的质感，但是这并不妨碍中国传统文化意象在文本中频繁出现。位于三亚的视频创作者篱笆，在其作品中并未系统具象展现海南三亚的特有的乡野文化风貌，而是将赶鸭子，采摘萝卜，喂乌龟等大众普遍认同的传统田园农耕景观唯美地呈现。李子柒在其短视频作品中乐于呈现传统工艺的制作过程，例如蜀绣，古法酱油，苏式月饼，人参蜜，蚕丝被的制作都被视频所纪录。这些传统工艺指向的是含糊暧昧的传统东方田园想象。田园生活类创作者展现的是一个唯美化的“神话”，他们将与现代性相对的意象与符号叠加堆砌，而属于真实乡村的落后与消极的部分则被忽略与掩盖。

在怀旧情怀的构建中，通常食品与器具的手工生产过程会成为叙事的中心。与美食教学类短视频不同的是，过程展现的主要意义或许并不在于教学。在追求速度的当代社会，手工制品及它的制作过程所饱含的情感与魅力是不容小觑的。本雅明认为手工制品具有独一无二的魅力：“在对艺术作品的机械复制时代凋谢的东西就是艺术品的光韵[11]”。同时，本雅明还表示手工劳作比机器生产优越之处在于，机器生产会让人异化，而手工劳作可以“让人的精神与感性和谐，成为一个‘完整的人’[12]”。手工制作似乎站在流水线化的工业生产模式的对立面。这些关于传统手工劳作的镜头画面给予人对“故乡”与“遥远的过去”的替代性想象。在怀旧的审美过程中，受众或许能得到一种具有浪漫主义情怀的归属感，消解了受众在“原子化”社会所感受到的快速，理性与疏离。繁琐古朴的传统手工制造的景观将人们带回想象中的礼俗社会，让人们在怀旧的审美体验中获得栖息与安慰。

从另一方面来看，田园类短视频通过将代表传统乡村与过去的符号景观的拼合，展现出一种与历史真实无关的故乡想象。不过，田园类短视频对真实乡野的失真书写，可能会让怀旧主体失去了批判的能力，沉浸在审美体验中，甚至渴望逃离都市，去筑建类似于影像中所呈现的生活。

## 5. 隐藏冲突：和谐之美的构建

田园类短视频给予受众另一种抚慰，还来源于和谐之美的构建。首先，视频博主们都试图构建一种人与自然和谐共存之美。视频中的乡野，那些属于自然的险恶均被规避与弱化。因为大至灾难小至蚊虫滋扰的展现都可能破坏人与自然和谐共生的主旨表达。例如，在博主篱笆的作品中，即使香蕉树已经被风刮倒，也并不会把叙事重心放在风的凶猛，而是将焦点放置在人们其乐融融的采摘香蕉的过程中，人类回归自然母体的意义构建上。这些视频作品甚至突破了传统的叙事时空。视频中的时光再不匆匆流逝，仿佛大自然能给予每一个行色匆匆的人最温暖的怀抱与最大的宽容。

除了人与自然共存之美，人与人之间的和谐之美也是影像想要叙述与传达的。在叙事上，这些视频不再强调事件之间的因果关系，大起大落的情节元素被减少及弱化。“非情节元素所占分量的多少影响到一个作品情节性或叙事性的强弱[13]。”非情节元素如自然的鸟语，溪水流淌的声音，人们进行细致的劳作的镜头在视频中占比较大，情节密度和情节落差也随之变小，叙事节奏变得缓慢。在田园类短视频中，微小而平淡的日常生活成为了文本呈现的主要内容。现代性的话语被隐藏，人与人的关系也变得平淡而和睦。“日常生活，在西方传统美学看来，同样是丑陋的、滑稽的、不可理喻的、毫无意义的、荒



诞的,然而,这同样是人类的最为真实的存在,同样不是‘竟然如此’,而是‘就是如此’! [14]”。虽然并非亚里士多德所说的崇高的“悲剧冲突之美”。但是这些平淡而微小的日常生活,也能够带给受众温暖平和的美的体验。田园牧歌的生活形态被“扁平化”地展现出来。比如,李子柒总会在视频中经常将与奶奶吃饭的日常影像展现。这种平常的生活画面成为家与故乡的象征符号,抚慰每一个孤独疲惫的灵魂。无论是人与自然的平等关系的表达,还是“物我两忘”的审美境界的营造,都旨在带领受众回归“故乡”,重返“自然”,在焦灼中找到心灵栖息之处。无论是人与人之间和谐温暖的影像表达,还是对平凡个体的生命诗篇的书写,都给予人美的感受,消解了人们因异化与孤独所带来的不安之感。艺术与生活的界限在视频中被模糊了,耕种与烹饪仿佛如同一种仪式,带领人们一同逃离被异化的社会生活空间。

## 6. 结语

在社会文化语境中,“田园”是不被任何历史进程或社会变迁所撼动的符号景观。它指向的是与传统相关的,与自然相融的诗意生活方式。而田园生活类短视频则将这种意境的表达放置在拟态的空间之中,成为大众心灵栖息的避难所。

田园生活类短视频有着所有短视频具备的共性:这些“田园诗篇”同样属于消费化的文艺作品生产。这些视频作品可以被看作是一种产品,在其背后是完整的商业链条。从另一个角度来看,正因技术赋权下的短视频的普及,利益的驱动与反哺,才让所有人拥有影像创作的能力与驱动力。审美民主化因此得以实现,传统艺术与文化通过媒介塑造的田园想象可得到有效的传播。

田园生活类短视频的创作者所构建的是一种“神话”,抛开了历史与地域的真实,旨在建立一种与现代性相反的拟态空间,被放大的传统手工制品的制作过程成为了有效的文化符码,给予受众怀旧的心理体验,让他们得到心灵的放松。其次,田园类短视频追求体现生命的和谐共生之美。通过聚焦普通人日常生活的平淡生活,抛弃戏剧化的叙事模式,展现人与自然,人与人之间和谐之美,给予现代人短暂的情感抚慰。

## 参考文献

- [1] 江志全, 范蕊. “走向日常生活美学”——社交短视频的时代审美特征[J]. 文艺争鸣, 2020(8): 98-103.
- [2] 潘皓, 王悦来. 短视频叙事与中华文化国际传播——以 YouTube 平台李子柒短视频为例[J]. 中国电视, 2020(10): 90-93.
- [3] 胡雅晗. 短视频对乡村文化的构建与收编——基于短视频美食博主“农村会姐”和“李子柒”的对比研究[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(19): 8-9.
- [4] 李安, 余俊雯. 从生活展示到产业的转型: 短视频在乡村振兴中的产业价值[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(4): 134-139.
- [5] 董璐. 浅论微博签约自媒体的内容生产——以美食视频博主“李子柒”为例[J]. 新闻研究导刊, 2017, 8(23): 84-85.
- [6] 施旭升. 从意象消费到意义重构——当代艺术文化的精神症候解析[J]. 民族艺术研究, 2013, 26(4): 5-11.
- [7] 汪民安, 陈永国, 马海良. 城市文化读本[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008: 133.
- [8] 汪民安. 现代性[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2005: 17.
- [9] 赵静蓉. 想象的文化记忆——论怀旧的审美心理[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2005(2): 54-57.
- [10] 尚丹蕊. 后现代语境下城市怀旧的意象和空间生产——以 Goodone 旧物仓为例[J]. 东南传播, 2020(7): 80-84.
- [11] 瓦尔特·本雅明. 机械复制时代的艺术作品[M]. 北京: 中国城市出版社, 2002: 23.
- [12] 刘坛茹. 本雅明手工理论的文化阐释与审美向度[J]. 文化与诗学, 2017(2): 174-189.
- [13] 李胜利. 电视剧叙事情节[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2006: 50.
- [14] 潘知常. 生命美学论稿: 在阐释中理解当代生命美学[M]. 郑州: 郑州大学出版社, 2002: 140.