

短视频传播“无名者”榜样情感动员逻辑研究

范建刚, 崔维维

(陕西师范大学马克思主义学院, 陕西西安 710119)

摘要: 短视频塑造“无名者”榜样形象, 把生活中的普通人、平凡人作为榜样镜像化。通过“无名者”榜样形象镜像化、“无名者”榜样情感镜像化、“无名者”榜样价值镜像化这三个层次唤醒受众, 实现受众对“无名者”榜样的认同与追随。文章运用拉康镜像理论对这一传播现象进行分析, 提炼此类短视频“情感共鸣—移情忧伤—情感治愈—情感升腾”的情感动员逻辑, 通过镜像化价值生成、镜像化价值认同、镜像化价值追随三个方面优化情感动员逻辑。

关键词: 短视频; “无名者”; 镜像理论; 情感动员

中图分类号: G206.2

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2022) 01-0076-09

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 8月27日发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2021年6月, 我国短视频用户规模为8.88亿, 占网民整体的87.8%。^[1] 依据此报告, 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。^[2] 短视频为有效性、平民性传播带来重大契机。近几年来, 央视推出一批以平民为榜样的短视频类型广告, 代表作品有《向每一个伟大的“1”致敬》《再一次, 为平凡人喝彩》《感谢不平凡的自己》《不负韶华, 我们都是追梦人》等。这些平民类型的短视频传播受到网民的持续关注, 并获得了网民的点赞、评论、转发, 取得了良好的传播效果。

福柯把处于社会底层常常被人们所遗忘的平凡人称为“无名者”^[3]。“无名者”的存在有自己的价值, 因为他们也是榜样, 拥有巨大的能量。短视频广告通过塑造榜样平民化来回应和满足社会心理需要, 并使“无名者”自觉成为短视频中承载传播主流价值观念的主体。“短视频媒介的流行带来的是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’”^[4]。作为平民“无名者”的历史性出场, 对于榜样的社会性引领具有重要的社会整合作用。

目前关于榜样力量的研究涉及政治、经济、文化、社会等各个方面。但是榜样教育存在一些不足: 第一, 榜样教育与社会相脱节。榜样教育与社会需求脱节难以满足社会多元化发展, “我们在树立榜样的时候, 目光更多地关注在取得巨大成功和声望的名人身上, 而不是在日常生活中普普通通的老百姓身上”。^[5] 第二, 榜样人物选择上存在不足。榜样力量的发挥依靠的是榜样人物呈现的道德品格, 体现出的坚持和勇敢。“考量道德榜样, 只能从三个维度出发。第一, 行为的真实性; 第二, 行为的利他性; 第三, 行为的不易性。”^[6] 道德榜样选择应贴近实际、贴近生活、贴近群众。从这些角度看, 榜样力量发挥需要榜样人物的塑造去“神化”, 呈现出平民化、凡人化的愿景。第三, 榜样教育与网络新媒体联结点存在欠缺, 榜样的平民化、形象化、具像化、生活化、情感化驱动力研究不足。平民往往是“无

基金项目: 教育部人文社会科学研究规划基金项目“公众短视频的情感触发机制及其对大学生主流价值观认同的影响研究”(20YJA710006)。

作者简介: 范建刚, 男, 教授, 博士生导师; 崔维维, 女, 博士研究生。

名者”,“无名者”是榜样教育具像化、形象化、生活化、情感化的重要前提。“无名者”即刻的感人力量更易于引导情感互动和共情传播。

本文结合拉康的镜像理论,探讨研究短视频背景下,“无名者”榜样传播社会主流价值观获得社会认同的情感逻辑。短视频以“情感共鸣—移情忧伤—情感治愈—情感升腾”为情感进路,刻画“创造不平凡奇迹的平凡人”的榜样画像,为榜样力量的研究提供新的理论研究视角。

一、“无名者”榜样形象镜像化

“无名者”榜样形象镜像化的过程可以唤醒受众忧伤、怜悯、同情、共情、正义等情感,这是一个吸引受众、达到情感共鸣、共情传播的过程。短视频使用镜头语言、隐喻手段、多模态符号等方式,把“无名者”榜样化、镜像化,塑造一种新型的榜样形象。拉康镜像理论认为,主体意识产生的过程是由他者决定的,镜像阶段是主体产生“自我”意识的重要阶段。这个“他”者包括“小他者”“大他者”。“小他者”专指镜像阶段中作为自认同对象的非我介体,而“大他者”则表征象征性语言中的能指链。”^[7] 新媒体时代短视频成为“大他者”构成要素,成为受众主体自我意识建构的重要来源。“无名者”榜样形象镜像化形成包含三个阶段:“无名者”主体塑造、“无名者”心理塑造和“无名者”精神塑造。

(一)“无名者”主体镜像化

短视频镜像化的“无名者”主体包含相近性、真实性、生活化特点,是触发受众情感的基础。短视频使得想象界转为象征界,依赖技术和虚构,构成人们欲望替代物,契合现代人寻求认同的心理欲望。短视频“无名者”主体具有以下几个方面的特征。

1. 身份相近性。“无名者”与受众之间具有身份相似、群体相近的特点。短视频中榜样职业包括医生、教师、外卖配送员、学生、出租车司机、游乐园表演者、运动员、失聪舞者、建筑工人、列车员、邮递员、环卫工人等。这些群体具有共同的画像——“无名者”。“榜样对学习者的吸引,是实现榜样教育的前提条件,研究证明,榜样与学习者的相似性、能力水平以及榜样者的声誉和地位是影响注意的重要要素。”^[8] 身份的相近性,吸引受众在观看视频时实现对“无名者”主体的摹仿,发生“准社会交往”。即“把他们当作真实人物并做出反应,进而发展出一种想象的人际交往关系,与真实社会交往具有一定的相似性”^[9]。这种接近现实的交往可以让受众打破情感区隔,自觉摹仿榜样人物,促成对榜样人物的认同、模仿与追随。

2. 故事真实性。短视频通过扎根生活、反映社会现实,从平凡生活中撷取出打动人心的故事。真实性是这类短视频的生命,真实性可以表现为现实真实、想象真实。现实真实包括用真实事件改编、现实人物本色出演;想象真实是指象征符号层面的真实,标出人物地址、姓名,以及着装符合人物身份等艺术化方法。画面的真实感、时代的真实感、人物的真实性,让屏幕前的受众体会到榜样人物的真实性、鲜活性。短视频运用情感蒙太奇手法,将每一个人的故事按照“入场—困境—突破”的方式进行剪辑,一则短视频聚合不同人的相同故事,并通过故事化叙事,塑造“无名者”真实的人物形象。

3. 场景生活性。短视频中的场景与人物生活、工作的场所相匹配,是形象塑造的重要手段。“社会场景形成了我们语言表达及行为方式框架神秘的基础,每一个特定的场景都有具体的规则和角色”^[10]。不同场景的使用既可以衬托人物不同的身份,也可以烘托人物的心理状态。短视频中,表达人物欢喜时使用依山傍水的乡村学校;表达人物疲惫时,匹配医院手术室和幽暗的医院走廊。画面选取的场景都源于生活,是“无名者”处于困境的象征。

（二）“无名者”心理镜像化

“无名者”榜样的心理特征通过镜像化手段表征，是激发受众怜悯心的重要诱因。短视频运用多种隐喻手段，对“无名者”心理波动进行符号化表征，让受众直观感受剧中人物的内心。

1. 情境化隐喻。情境化隐喻是指视频中经常通过日常生活情境来表达“无名者”的境况。情境是指用来表达主题的情节及境况，一般包括时间、地点、人物、事件要素，是叙事中的重要因素。“隐喻不是寻常的语言，而是诗意的想象和修辞的一种策略。”^[11] 情境与隐喻的结合，通过受众熟悉的环境，把“无名者”活动的背景、所处的境况隐喻化。“团圆”是经常用到的情境，视频中“无名者”遇到困难坚持不下去的时候，经常通过回家的渴望表达诉求，通过“想回家”表达流浪在外的年轻人受挫后的无助与孤独。“家”“家人”是隐喻的载体，通过与孩子的拥抱表达战胜困境的欲望与动力，象征“无名者”处于困境中的渴望与动力。情境的使用可以鲜活榜样人物，还原人物真实，改变“神化”抽象化榜样人物的状况。

2. 姿态化隐喻。姿态化隐喻是指心理变化经常通过面部表情、语言、身体动作等形式进行表达。“姿态是互动中对传达者和接受者具有同样意义的符号。”^[12] 传受双方通过姿态进行意义表达与交流互动。“无名者”内心的欲望，以姿态感知的方式进行隐喻化表述。姿态的种类多种多样，其中舞蹈姿势是短视频中经常呈现的形式，动作的柔美、停顿、张力，具有美感和隐喻性。短视频中姿态隐喻呈现出性别差异性，不同的性别表达悲伤的姿势不同。《再一次，为平凡人喝彩》中，女生通过蹲下双手抱着膝盖、额头抵住膝盖、流泪表现悲伤；男生则通过默默静坐、头倚靠墙、双手互抱表达无助。姿态与解说词、背景音乐形成互动关系，强化人物身份特征、心理活动，是人物内心欲望的生动表现。

3. 环境化隐喻。短视频中使用自然地理环境刻画人物心理。不同环境的使用，可以展示“无名者”不同身份，也强化人物的情感。雪地、枯树、荒原、高原、乡村、洪水等环境的描绘反衬出“无名者”榜样的不屈精神，凸显责任与担当。此外，雨天用来渲染内心忧伤。雨天让故事情节充满矛盾，将人物所处的困境环境化、镜像化。榜样人物身上的某个闪光点经过环境衬托，更容易感动受众。环境隐喻的使用在渲染情节的同时，还可以增加画面表达力，强化“无名者”的生命张力。“隐喻赋予了哲学文本一种开放性和‘召唤性’的结构，使得每一个解读者都可以根据各自视界的不同从中得到不同的领悟。”^[13] 环境化隐喻可以让受众直观地感受到人物身份和所处的境况，增强“无名者”榜样的可感知性。

（三）“无名者”精神镜像化

“无名者”精神镜像化是感召受众、长久吸引受众的精神动力。精神塑造依赖于短视频的拍摄技法，如仰拍、快镜头、凝视等写实的影视语言。

1. 仰拍定格。仰拍与俯拍是短视频中经常使用的语言。俯拍经常用来拍摄全景环境，呈现壮观的场景。而仰拍多用于人物拍摄，有时与特写共同使用。仰拍定格人物时有两个作用：一方面，可以弱化距离，通过拉近镜头，缩短观者和镜中人物的距离感；另一方面，拔高人物的身姿，仰拍从水平地面角度拍摄主角人物，拉长人物身高，表现英雄人物的伟大与崇高。《不负韶华，我们都是追梦人》交错使用仰拍和俯拍镜头语言，从水平面仰拍正在训练的士兵，俯拍训练场地，以突出人物在画面中的地位。仰拍的使用，突出镜像化人物特征，表现平凡人具备的韧性与榜样的特质，呈现“无名者”通过战胜困难、坚守初心获得蜕变的生命美感。

2. 快镜头强化。短视频将不同职业“无名者”的故事穿插在一起，使用较高的剪辑速率，按照“起—承—转—合”的脉络进行剪辑。快镜头以情感为线索，把普通人生活中的艰辛与磨难、遭受的困

难与矛盾、抗争的勇气与决心聚合在一起。“无名者”与受众相似的经历,极易唤起受众“真实界”中的欲望。叙事结构上,多采用交叉叙事等手法,镜头次数多、切换快。视频结尾时,通过快镜头闪现每一个人的画面,个人画像铺满屏幕,既可以丰富短视频内容,又可以凸显人物性格和故事情节。快镜头的大量使用聚合不同身份的平凡人物,把单个个体汇聚成群体,形成“无名者”榜样的群体镜像。

3. 凝视互动。凝视是一种互看,主体在看对象的时候也被对象回看。这种主客互看又超越了现实意义上的互看,存在于想象中,引申为象征界整体和实在界整体之内的互看。“在视觉关系中,依赖于幻觉且使得主体在一种实质的摇摆不定中被悬置的对象就是凝视。”^[14] 凝视具有两方面作用,一方面,描述主角处于困境。“无名者”会面对现实生活或工作中的难题,身处困难会产生绝望、“努力了,好像还是看不见希望”的痛苦。这种困境主要通过受众与人物的凝视进行表达。另一方面,凝视表现了“无名者”精神的抗争性。从受众的视角看,“无名者”超脱困境多是通过抗争精神。“无名者”面对的困境是真实界与想象界之间的矛盾表现,归结为“本我”与“超我”的矛盾。“无名者”战胜困难后的喜悦通过凝视传达到受众心中,也是抗争精神的传递。概言之,凝视是观者与视频人物的虚拟互动,是一种情感交流方式,受众通过凝视被“无名者”吸引并理解其困境。

二、“无名者”榜样情感镜像化

情感镜像化是实现受众与“无名者”榜样获得忧伤迁移、达成情感认同、实现情感治愈的过程。情感镜像化包括两个层次:“无名者”榜样情感镜像化、受众自我情感镜像化。“无名者”榜样情感镜像化主要通过镜像化情感卷入、镜像化情感迁移、镜像化情感治愈三种方式完成,以促成受众把“无名者”的忧伤移植到自己身上。

(一) 镜像化情感卷入

镜像化情感卷入是实现受众与“无名者”榜样情感互动的第一层面。短视频通过多模态符号、去后台化方式、私人化情感表达吸引受众注意,使受众把内心隐藏的情感投入到观看活动中,这是实现受众与“无名者”移情的前提。

1. 多模态符号触发情感。短视频传播载体融合声音符号、色彩符号、形象符号、文字符号等多种符码,是一个包括多种传播符号的多模态文本。多模态符号可以同时刺激受众的视觉、听觉和触觉。“与文字相比,视觉力量在唤起情感方面更直接、快速”^[15]。短视频触发作用包括两个层面:一方面以多模态符号营造富有生活底色的故事以吸引受众,唤起受众情感;另一方面以多模态方式促进受众情感随着“无名者”的情感的发生、发展而变化。

2. 去后台化融通情感距离。手机缩短了受众与“无名者”的空间距离、情感距离。受众观看电影时,观影者与电影屏幕保持一定距离,是受众“在场的缺席”、演员“缺席的在场”。手机屏幕小到犹如一个镜子,“手机屏幕能够‘完全的透明性’和‘完全的具身’,使之真正‘成为我’”^[16]。意即屏幕“自我隐身”之后,视频中“无名者”成为受众心理结构的倒影式摹本,拉近观看者与视频中人物的距离,更容易发生情感迁移。

3. 私人化环境消解情感茧房。短视频改变观影环境,受众不再受集体观影的约束,个人情感突破茧房围困。社会规则建造情感牢房,人们的真实情感被社会情感所代替,情感由个人性变成社会表演。但是短视频营造的私人化观影环境可以把情感去“工具化”,情感不再是社会管制的工具,受众可以摆脱情感茧房的束缚与榜样人物共情。短视频消解情感茧房,“无名者”榜样以饱满的情感力量、蕴含生存勇气的智慧、不被困难折服的斗志感染受众,让受众获得积极、正面的情感体验。

（二）镜像化情感迁移

镜像化情感迁移是指受众与短视频中的“无名者”产生共情。受众通过无意识的换位思考，理解他人的处境与感受，生成“共情”。情感迁移是受众把“无名者”情感移植到自己内心的过程，可分为三个阶段。

1. 受众自我镜像化。受众观看短视频时，把自己投射到榜样人物身上，把自己生活中的困境与镜像中“无名者”的困境看成是一致的。受众静默不动地坐在手机前观看短视频，这个过程包含两个层面的“互看”，与榜样人物“互看”，与真实界中虚无自我的“互看”。“电影银幕是一个名副其实的精神替代物，是我们从一开始就对脱臼的肢体实施的修复术”^[17]。与电影相比，短视频更接近拉康意义上的人类欲望的镜像，将受众无意识中的欲望形象化、具体化。短视频集合符号元素和外在设备，刺激观众产生更深的代入感和体验感，达到与“无名者”的共鸣。因此，短视频镜头中尽管是“他者”出现在屏幕上，受众更容易把想象界中的、真实界中虚无的“自我”等同于镜像化的“他者”，“无名者”成为受众“自我”镜像化的呈现。

2. “无名者”自我镜像化。个人对自己的“镜像”认同是通过与他人及媒体互动产生的，本质上是想象界、象征界共同塑造构成的。受众通过与短视频“无名者”对话，真实界中的无意识被唤醒，达成“无名者”自我化。“一种经常处于准主动性高知觉性状态的‘空虚’观众，一种被疏离而又快乐，被不可见的视线奇迹般地勾住的观众，一种只是在最后一刻才通过一种认同赶上他自己，这种认同是他同他自己已滤除为纯视觉的自我之间的相互矛盾的认同。”^{[17](80)}短视频塑造了“无名者”榜样，受众观看短视频时存在视线运动的三个过程：“无名者”视线穿过屏幕，望向远方一个点；受众视线投射到“无名者”身上，与“无名者”视线交叠，以达成“无名者”榜样身份的认同；受众视线由“无名者”身上折回，进入“想象界”投射到受众内心。受众通过与“无名者”互动，把短视频演绎的“无名者”与自己联系在一起。

3. 共情关系镜像化。共情更容易在身份相近个体之间发生，受众与“无名者”榜样处于相同困境，是升成忧伤共情关系的基础。此外，同情心同理心作为人类共同的情感，也会推动情感在受众与“无名者”之间迁移。“无论人们会认为某人怎样自私，这个人的天赋中总是明显地存在着这样一些本性，这些本性使他关心别人的命运，把别人的幸福看成是自己的事情，虽然他除了看到别人幸福而感到高兴以外，一无所得。这种本性就是怜悯和同情，就是当我们看到或逼真地想象到他人的不幸遭遇时所产生的感情”^[18]。《向每一个伟大的“1”致敬》将生活中的平凡人符号化为不同分母上的“1”，并通过镜像化语言描述“无名者”的渺小。受众观看短视频，把镜中人物与自己联系在一起，以“忧伤”为融通点，实现与“无名者”的情感迁移。

（三）镜像化情感治愈

镜像化情感治愈是指“无名者”榜样凭借自身努力得以克服困难，也是受众与“无名者”产生深层次的共情，完成情感认同的激发性要素。情感治愈包括两个层面的治愈：短视频中榜样人物通过努力得到自我治愈；受众通过观看获得情感治愈。情感的唤醒与治愈要借助外在刺激，“因为内在的唤醒状态通常是模棱两可的，所以人们需要从环境中寻找信息，帮助他们获得内在感受意义。”^{[12](39)}从榜样示范效应来看，这种情感治愈可以为处于相同困境的受众提供示范鼓励作用。治愈手段主要包括传递人间温情、召唤集体记忆、主体自我超越。

1. 传递人间温情。市场经济的繁荣发展，把人变成“理性经济人”，真实的情感被人的社会性掩盖。对现代社会的这种冰冷特征，马克思曾做过预测：“人与人之间除了赤裸裸的利害关系，除了冷酷

无情的‘现金交易’,就再也没有任何别的联系了。它把宗教的虔诚、骑士的热忱、小市民的伤感这些感情的神圣激发,淹没在利己主义打算的冰水之中”^[19]。对此,人与人之间的友善、社会的温情成为治愈的重要手段。短视频中的人间温情主要包括“家人情”“师生温情”“陌生人温情”三大类。“家人”是视频中经常出现的治愈者,又可分为孩子和家长,孩子是希望的象征,家长陪伴是战胜困境的力量。支教教师在此类视频中出现频率高,他们经常面临双重身份的矛盾和纠结。家长与教师身份发生冲突,学生的渴望、热爱是治愈远离家庭责任缺失的情感因素。现在社会是一个“陌生人社会”,陌生人的问候、鼓励,陌生人之间情感的传递更具备示范性、社会性。人间温情通过榜样人物的传播,潜移默化地影响受众,使受众成为生活中温情的传送者。

2. 召唤集体记忆。集体记忆是一种建立在记忆和反思基础上的重构,是一个“社会建构”的概念。^[20]集体记忆具有空间性,指向特定空间,或者如皮埃尔·诺拉所说的“记忆场所”^[21]。空间场所包括地理风貌、人文景观,如长城、天安门、港珠澳大桥、神舟飞船发射基地等。短视频通过不同集体意象的使用,将受众召唤到由符码构成的集体记忆中,在互动中完成自我确认。集体召唤也是产生群体意识和爱国精神的基础,是个人能量的来源。集体召唤不仅指向受众的思想意识层面,并且要建构一个群体的、集体的、感官的主体,以产生身体性共鸣。镜像化集体记忆使受众国家、社会、家庭等诸层面的集体身份得到认同强化。集体记忆可以凝聚集体共识,将原子化个体融入到集体中,治愈个人孤独感,加强集体归属感、爱国情感。

3. 主体自我超越。主体超越是指“无名者”走出困境,愿望得以实现的过程。“无名者”榜样生活工作中感受到压力,而生存和发展的需要是压力的来源。短视频中,“无名者”没有停顿于艰难困境,而是产生超越自我的愿望。这一奋争过程代表着“旧的自我离开,新的自我诞生”,“无名者”获得成功实现自我价值,成为一个寄托受众梦想、欲望的形象。受众通过观看短视频,与“无名者”互动治愈悲观、失败情绪,并产生实现自我超越的愿望。

三、“无名者”榜样价值的镜像化

“无名者”榜样价值的镜像化将直观、感性的情感经验抽象化、理性化为社会主义主流价值观,是实现情感转为价值的关键点。情感是瞬间的,要想发挥持久作用需要上升到理性价值层面,这一过程可称为情感升腾。“无名者”榜样价值的镜像化包括镜像化价值生成、镜像化价值认同和镜像化价值追随三个阶段。

(一) 镜像化价值生成

镜像化价值生成是情感升腾的起点。短视频通过“无名者”榜样传播引起受众的情感认同,引发受众对榜样人物的情感共鸣。镜像化价值生成是情感共鸣的指向目标,蕴含社会主流价值观呈现的过程。

1. 情绪生成情感。短视频经常使用个体叙事方式让受众对“无名者”生活、工作中的困难产生触动,感同身受。《再一次,为平凡人喝彩》视频中跳高运动员一次次失败后,用冷水冲浇自己。强烈的画面感诠释着运动员内心的无助,也激发受众相应的情绪。情绪是一种短暂的、不稳定的初级情感状态。短视频通过将不同个体失败的经历进行组合,将个体化叙事演绎到群体化表征,扩展个体化遭遇为“无名者”群体面临的困境,从而加固受众因短视频触发的情绪,推动情绪到情感的转化。

2. 情感触发理性。短视频以声音、文字、图像、音乐等多种符号来引起公众的情感共鸣,以情感打动人心,重视情感诉求。“无名者”榜样人物的选择突出与观众的接近性,以激发受众情感。榜样人

物的塑造方式也改变以往“神化”“符号化”的形式,用生动的故事感染受众。情感在认知和行动中有重要作用,“情感是价值的一个方面,因此成为价值与行动之间的一个重要纽带”^[22]。情感是榜样教育中的重要力量,“影响人们对现实的感知和主体的回应”^[23]。情感是认知的基础,形成理性的前提条件。理性是情感所要达到的目的,抽象化、长远化的指向。短视频为了避免空洞的说教,以情动人成为一种传播策略。“无名者”身上呈现出的理性是固定化的情感经验,具有示范效应。

3. 理性萃取价值。“无名者”榜样身上提取的理性经验是个体化的、单个人的经验。榜样人物力量的发挥具有时代性,榜样人物作为榜样精神的具体化的呈现,要与时代精神相符合。所有忠诚、执着、默默奉献的劳动者、奋斗者都属于榜样人物。“无名者”榜样群体共有的理性经验可以凝练、升华为价值观念。普通岗位的“无名者”,用奋斗、坚守诠释着社会风尚,是不平凡的普通人。“无名者”的榜样行为是与受众相近的,行为中也表现出社会主义主流价值观念。“无名者”在平凡的岗位上坚持工作,是敬业;与自然环境斗争,是勇敢;与失败做斗争,是坚韧;帮助陌生人,是友善。用“无名者”传播社会主流价值,可以增强受众的情感认同。短视频通过“无名者”故事传递社会主义主流价值观,通过镜像化手段,使用情感唤醒“爱国”“敬业”“诚信”“友善”“奉献”等具体的社会主流价值观念。

(二) 镜像化价值认同

镜像化价值认同是情感升腾的推动器。“无名者”榜样具有追随示范作用,普通人只要勇敢、勤奋就可以成为榜样。“无名者”上升为榜样的路径对受众具有借鉴模仿意义。

1. 价值认同满足受众精神需求。马斯洛《动机与人格》阐述需求的五层理论,成为解释人格动机的重要理论。马斯洛晚年意识到在人类本性中有一种高层次高需求的追求,即自我实现或自我超越的愿望。这个理论被称为“超人本心理学”。无论国家还是个人都不能止步于物质等追求,精神的追求应该成为全民族的目标。现实生活中,经济的发展,物质文明的增加,带来的是人的迷惘、人的迷失。“我们正处于现代人的危机当中”^[24]。技术发展容易导致社会的不健全,带来人与社会关系的异化,个人精神追求受到限制。价值认同是精神追求的一个方面,是受众正确认识自我、自我与他人、自我与集体、自我与社会关系的中轴。

2. 价值认同是价值实现的前提。主体在社会上得到的满足程度和满足状态取决于他对他人和社会的贡献,即主体的社会价值。“每个人是手段同时又是目的,而且只有成为他人的手段才能达到自己的目的,并且只有达到自己的目的才能成为他人的手段,——这种相互关联是一个必然的事实”^[25]。价值认同是自我价值存在的条件和目的。主体价值的实现,是主体获取自我效能、成就感的重要方法。受众从“无名者”榜样身上感受到自我成长的鼓舞,通过敬业、友善等利他价值的模仿,化解生活中的迷惘与缺失。这种自我独特的生命经历,诠释着伟大的主体精神和“不平凡的自我”的榜样价值。

3. 价值认同是受众自我榜样化的助推器。价值认同把个人的奋斗与榜样联系在一起,同时把个人的价值与国家成就结合在一起,最终实现受众自我榜样化。短视频诠释的价值认同是受众与“无名者”榜样之间的连接点。《再一次,为平凡人喝彩》中解说词配合画面为受众突破“不容易”处境提供价值样本。受众与“无名者”榜样一样会“徘徊”“不自信”“不勇敢”,“而每到这个时候,你都能在心中听到一个声音清晰而坚定,再来一次”,“生活的哨声响起,再一次选择责任与担当”。解说词升华受众自我认同,受众从“无名者”榜样身上看到“自我”。短视频镜像化语言深化主体自我意识,获得身份认同,实现受众自我榜样化。

(三) 镜像化价值追随

镜像化价值追随是情感升腾的最终目标。受众对“无名者”榜样的认同,应超越情感经验性学习层面。“无名者”榜样的学习不只是学习他们的行为,模仿他们的行为,而是要从行为中提炼精神来引领受众。“榜样的力量是无穷的,它巩固好的教诲,或者把它消除。”^[26]同时,榜样学习不能仅仅树立经验性榜样,更重要的是引导人们的行为准则,为行为提供某种理性判断。榜样学习应从情感认同、表层模仿上升到精神层面,获得理性价值。因此,“无名者”榜样教育不能只基于感性、止于情感认同,应该上升到理性价值层面,用社会主流价值观念引导受众行为。

1. 个体价值实现。个体价值的实现是价值追随的起点。短视频塑造“无名者”榜样形象,将受众身边的平凡人镜像化为受众追随的榜样。本质上讲,是把社会主义主流价值与个体价值联系在一起。因此,要使社会主流价值观融入到受众的日常中,首先要将“无名者”榜样身上的自我价值与受众个体价值联系起来。个体价值又包含两个方面:利己价值、利他价值。短视频中通过“无名者”塑造具有可模仿性、可习得性的榜样。“无名者”作为榜样成为传递价值观念的载体,引导受众利他行为。观众把“无名者”榜样的行为当作自己的行为,用榜样身上显现的价值观念作为准则,并以此来规范人们的行为,实现镜像化榜样精神的具体化、形象化。

2. 群体价值召唤。群体价值的实现是价值追随的中间环节。短视频将具有不同职业的“无名者”汇聚在一起,生成此群体具备的共同价值。仪式化表征是塑造群体价值的重要手段。仪式是由短视频中的象征符号组成的系统。“仪式指向由外在客体符号化的文化成分,唤醒情感,从而使人们更有可能体验到团结感。”^{[12](60)}短视频中经常使用具有共同意义、象征空间的仪式来融合受众与“无名者”榜样人物,让双方产生互动,营造陌生人“在场感”的社交场域。仪式互动可以吸引受众对视频中主角的关注,“只有当观众参与集体行动——鼓掌、欢呼或嘘声时,瞬间的团结感才可能变得非常强烈。”^[27]仪式突破受众与榜样人物的边界,产生镜中人共享的心境。短视频通过搜集使用“无名者”群体生活、工作中常见仪式,传播群体价值。

3. 社会主流价值追随。社会主流价值的生成是价值追随的目标。短视频具有社会主流价值观引导功能,通常使用解说词与画面互文的手段,将个体价值、群体价值自然提升到社会主流价值。解说词与画面的互文关系主要表现为明显互文性策略。解说词直接点明视频画面包含的意义,凝练镜头所表达的社会主流价值思想。《向每一个伟大的“1”致敬》中的解说词“也许,你只是奋斗在中国的一个‘1’。但中国,却因为每一个‘1’的奋斗而伟大”,把普通、平凡的“无名者”跟伟大的祖国连接在一起,把个体价值上升到社会价值。社会主流价值的传播具有引导性,通过情感吸引受众,用价值影响受众,让受众与镜像中的无名者榜样发生情感共融,对无名者身上的价值体现产生认同,并追随“无名者”的榜样行为。

习近平明确指出,“英雄模范们用行动再次证明,伟大出自平凡,平凡造就伟大。”^[28]央视公益广告依托短视频载体,塑造符合社会发展的“无名者”榜样镜像,刻画“创造不平凡奇迹的平凡人”。“无名者”榜样镜像化的情感动员方式,区别于传统榜样宣传模式。短视频一方面以“无名者”作为视频主角,关注平凡人生命中的痛苦与快乐,吸引受众,让受众产生同情与共情;另一方面,受众与镜中“无名者”一样,失败后会产生失落。这些情绪隐藏在受众的想象界中,成为被压抑的情感。观看短视频过程中,“无名者”的忧伤会触发受众的相应情绪,受众得以宣泄负面情感,内心得到抚慰。短视频通过镜像化语言把“无名者”塑造为榜样,对受众也是一种激励示范作用,并具备情感治愈功能。

“无名者”就是镜像化的自己，进而实现“无名者榜样化——受众自我榜样化”的转化，通过揭示“无名者”身上的榜样力量，彰显社会主义主流价值观。

参考文献：

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 48 次中国互联网络状况统计报告 [EB/OL]. https://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbzg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm.
- [2] 喻国明. 5G 时代视频传播的机遇与挑战 [J]. 现代视听, 2019 (10): 87-88.
- [3] 福柯. 无名者的生活 [Z]. 李猛, 译. 社会理论论坛, 1999 (6): 61-67.
- [4] 潘祥辉. “无名者”的出场: 短视频媒介的历史社会学考察 [J]. 国际新闻界, 2020 (6): 40-53.
- [5] 黄海. 反思我们的榜样教育——兼论榜样的人性反思与理性批判 [J]. 中国青年研究, 2006 (9): 15-18.
- [6] 彭怀祖. 论道德模范和道德苛求的消解——以提升榜样效应为视角 [J]. 伦理学研究, 2013 (2): 23-27.
- [7] 张一兵. 魔鬼他者, 谁让你疯狂——拉康哲学解读 [J]. 人文杂志, 2004 (5): 14-22.
- [8] 伍新春, 胡佩诚. 行为矫正学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2005: 278.
- [9] Horton, D. & Richard, W. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19 (3): 215-229.
- [10] [美] 梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响 [M]. 肖志军, 译. 北京: 清华大学出版社, 2002: 21.
- [11] [美] 乔治·莱考夫, 克·约翰逊. 我们赖以生存的隐喻 [M]. 何文忠, 译. 杭州: 浙江大学出版社, 2020: 4.
- [12] [美] 乔纳森·特纳, 简·斯戴兹. 情感社会学 [M]. 孙俊才, 文军, 译. 上海: 上海人民出版社, 2007: 82.
- [13] 邵严毅. 哲学与隐喻的不解之缘 [J]. 社会科学家, 2008 (4): 154-156.
- [14] [法] 雅克·拉康等. 视觉文化的奇观 [M]. 吴琼, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 26.
- [15] 彭兰. 短视频: 视频生产力的“转基因”与再培育 [J]. 新闻界, 2019 (1): 34-43.
- [16] [美] 唐·伊德. 技术与生活世界: 从伊甸园到尘世 [M]. 韩连庆, 译. 北京: 北京大学出版社, 2012: 80.
- [17] [法] 克里斯蒂安·麦茨. 想象的能指 [M]. 王志敏, 译. 北京: 中国广播电视出版社, 2006: 2.
- [18] [法] 亚当·斯密. 道德情操论 [M]. 蒋自强, 等, 译. 北京: 商务印书馆, 1998: 5.
- [19] 中共中央编译局. 马克思恩格斯选集 (第一卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1972: 253.
- [20] [法] 莫里斯·哈布瓦赫. 论集体记忆 [M]. 毕然, 郭金华, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 39.
- [21] Zelizer, B. (1990). Achieving journalistic authority through narrative. *Critical Studies in Mass Communication*, 7 (4): 366-376.
- [22] Flam, H. & King, D. (2005). *Emotions and social movements*. London: Routledge.
- [23] Poma, A. & Gravante, T. (2016). “This Struggle Bound Us”, an analysis of the emotional dimension of protest based on the study of four grassroots resistances in Spain and Mexico. *Qualitative Sociology Review*, 12 (1): 142-161.
- [24] [法] 艾里希·弗洛姆. 健全的社会 [M]. 孙恺祥, 译. 北京: 人民文学出版社, 2018: 150.
- [25] 中共中央编译局. 马克思恩格斯全集 (第 31 卷) [M]. 北京: 人民出版社, 1998: 357-358.
- [26] 胡学源. 论榜样在道德教育中的作用——以康德伦理学为基础对榜样主义德性理论的回应 [J]. 贵州师范大学学报, 2017 (1): 66-74.
- [27] [美] 兰德尔·柯林斯. 互动仪式链 [M]. 林聚任, 王鹏, 宋丽君, 译. 北京: 商务印书馆, 2012: 126.
- [28] 习近平. 在国家勋章和国家荣誉称号颁授仪式上的讲话 [N]. 人民日报, 2019-9-30 (2).

[责任编辑: 华晓红]