北京大学非洲研究中心 PKUCAS

北大非洲电讯 PKU African Tele-Info No.482 2021–6–10

致读者信

尊敬的读者朋友：

怀着极其悲痛的心情，我们与一位关心非洲研究、也曾热心参与其中的年轻北大校友白晨雨作别。晨雨于2019年硕士毕业于北京大学新闻与传媒学院，选修过多门中心开设的有关非洲的选修课程，并取得北大非洲研究课程证书。课上课下，晨雨是一位智慧，有勇气、也有着强烈社会关怀的青年人。在北大的两年，她在课上留下了许多精彩的发言和讨论，也一直积极参与和非洲相关的讲座与实践活动。

晨雨在北大完成的硕士论文题为《“社会人”在非洲：对中国海外劳动“短视频”使用的研究》，处理的是中国在非移民如何通过大众媒介（抖音和快手等“短视频平台）观看与再现非洲的问题。一直以来，晨雨将学术关怀投向项飙老师所说的“社会人”、尤其是在非洲不同城市生活和打工的普通中国人，是目前主流的非洲研究中较少关涉的面向。晨雨毕业后，我曾鼓励她对此文进行修改，并推荐给罗小茗老师参与主编的《热风学术》（2019冬季刊）发表。本期电讯我们转载她的这篇文章与读者分享，纪念晨雨。

热心的晨雨为北大的非洲文化和艺术讲座设计的海报

北京大学非洲研究中心 PKUCAS

北大非洲电讯 PKU African Tele-Info No.482 2021–6–10

致读者信

2019年5月，晨雨完成了硕士论文初稿，在她第一次踏入地理意义上的非洲之旅过后，曾为第406期北大非洲电讯留下了这样一段文字：

因为接受过人文学科特别是文化研究的训练，所以对公开呈现跨“阶级”的凝视就格外小心。我总认为照片的观看背后就是权力关系，比如，——“人们为什么会把一个哭泣的非洲小男孩当作有趣见闻，将他拍摄下来并发在自己的社交平台上？”大部分在非洲的旅游者在旅游时并没有“阶级”权力不平等和自我表征克制的意识；甚至我本人，不是也在“旅游”行为中遵从旅游的规范做出“游客标准动作”举起手机向他们按下快门吗？更进一步，作为文化研究者，当我们面对这种剥离了所指与意义的表征时，还能用权力关系的预设对他们的表征进行解读吗？

回到我的论文所处理的问题上，关于“短视频”平台上在非的个体中国移民对非洲的表征，我在此行之后真正对这些表征背后的拍摄者多了些宽容：实际上跨越了“阶级”的凝视却因主体本身的阶级意识和对他者的认识没有完全到位，而止步于“好奇的目光上”，或者成为两者的交织。相比于整体的“对贫穷的浪漫化”的判断、甚至更加严重的“种族主义”指责，我更愿意将此称为“漫长的调试”。

2019年7月，晨雨接受非洲研究课程证书仪式上，

与中心的海方老师和北大的非洲姑娘们一起做“女性赋权姿势（Women Empowerment position）"

今天重读晨雨的这段文字，我想到许多与她相处的瞬间，想到她面对研究时的敏锐与自省意识，想到她从未改变的善良、热忱和总是令人感到温暖的共情能力。

永远想念我们年轻的朋友晨雨。

中心副秘书长：程莹

2021年6月7日

返回目录

“社会人”文化：基于对“短视频”非洲表征的分析

■ 白晨雨 *

摘要

随着移动互联网的飞速发展，依托其上的手机终端和应用创新迅速下沉，在此背景下，“短视频”应运而生。在众多“短视频”的文化表达和表征中，关于非洲的内容是“海外”短视频供给的重要一部分。本文从文化研究的视角出发，试图在媒介物质基础和历史语境之上对于其中丰富而怪诞的文化表达进行理解：短视频中观看的表演性是由短视频平台将景观商品化的机制决定的，大量“非洲社会人”的内容充分体现出短视频内容生态中学习模仿的规律（即“社会人文化”的扩散）；对于非洲贫穷的观看实际上是一种无意识的、跨越阶级的回望和俯视，并往往与民间的中非关系观交织。而真正体现日常生活的、展示技能/劳动和生产生活的内容是无法短期内被模仿学习的，但也往往因过于单调而不能持续吸引到粉丝。

关键词：非洲表征　社会人文化　短视频

本文关注的是已经持续两到三年的新媒体文化现象，即表征非洲的“短视频”：从春晚间隙流通在中国互联网的“非洲小孩举牌祝福”小视频，扩展到遍布“快手”“抖音”“火山小视频”等应用上的各类关于非洲的“短视频”，它们对于非洲的表征与中国受众对于非洲的认识互相建构、互相影响。在大众文化层面上，它顺应了新千年以来中国的某种非洲热潮、并一再使中国人向非洲投去目光。在学术界和媒体界，它引起了互联网观察类自媒体、青年文化自媒体、非洲相关内容自媒体、以及非洲研究者的关注；而反过来，这类视频连同短视频类平台媒介也历时性地受到媒体报道和学术界评论的影响。

* 白晨雨，北京大学新闻与传播学院，研究领域：文化研究，媒介考古，电邮地址：alice_bai@pku.edu.cn。

一、数字和移动转向的媒介环境

尽管“短视频”看似是一个突然崛起的新兴媒介，但它并非凭空而来。使其大众化的物质基础（infrastructure）的铺设包括：智能手机、流量数据和 Wi-Fi 的全覆盖。

从移动手机到智能手机的普及，花费了大约 15 年的时间：两千年左右，移动电话的技术扩散呈现陡峰增长态势，于是，“无线通信扩展到社会中下阶层”，到“2007 年底，我国成为全世界移动电话用户人数最多的国家[1]”；也就是在这一年，苹果公司前首席执行官史蒂夫·乔布斯发布的 iPhone 改变了移动手机市场的格局。随后，安卓 Android 操作系统由于其开放性，大大降低了智能手机的制造成本；随着智能手机产业链（芯片、开发人员等）的完善，低价格的安卓 Android 手机在 2010—2011 年涌入中国市场。根据 CNNIC 中国互联网发展报告，2011 年我国手机网民规模为 35558 万人，其中，智能手机网民规模占手机网民的比例首次超过半数、达到 53.4%[2]；到 2014 年年底，智能手机网民占据手机网民的比例超过 91.1%。

作为其物质基础之二的 Wi-Fi 无线网络，从 2012 年开始使用规模一直在大幅度提升，到 2014 年选择 Wi-Fi 上网的手机网民比例在整体网民中过半，达到 55.3%[3]。这种增速“一方面得益于网络运营商提供 Wi-Fi 服务，加大对公共场所的覆盖热点；一方面得益于无线设备的发展，使简便式无线路由器大规模进入家庭，促使越来越多用户享受到 Wi-Fi 这种高速快效的网络接入方式[4]”。

1　邱林川，《信息时代的世界工厂》，桂林：广西师范大学出版社，2013，第 84 页。

2　CNNIC 中国移动互联网发展状况调查报告 . 中国互联网络信息中心 . 2012 年 3 月，第 11 页。

3　CNNIC 中国移动互联网调查研究报告 . 中国互联网络信息中心 . 2014 年 8 月，第 10 页。

4　CNNIC 中国手机网民上网行为研究报告 . 中国互联网络信息中心 . 2012 年 11 月，第 23 页。

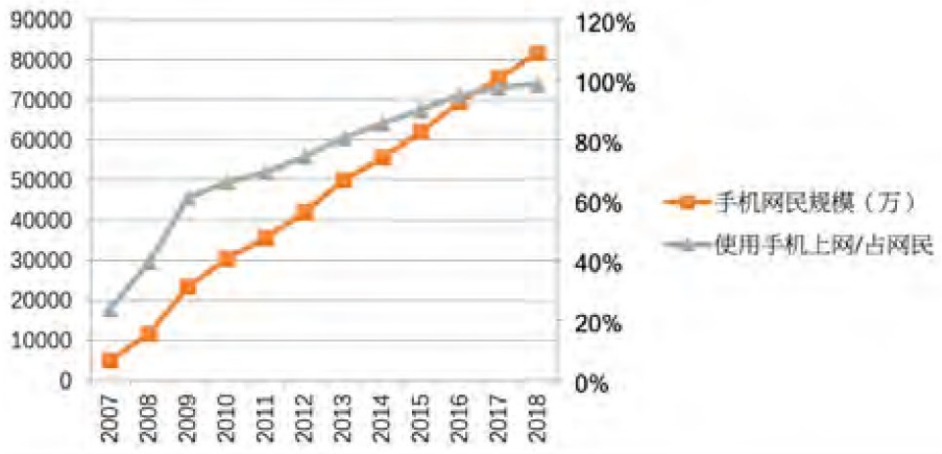

图 1　2007—2018 年中国手机网民规模与使用手机上网率趋势图，整理 CNNIC 数据笔者自绘。

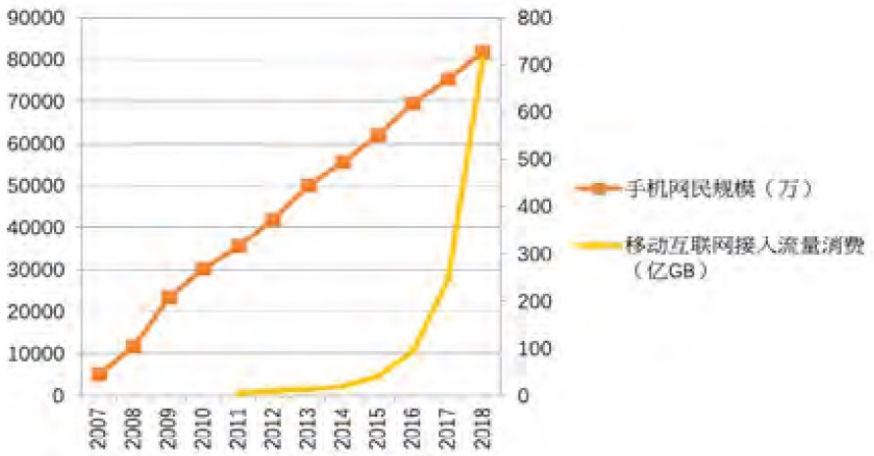

图 2　2007—2018 年中国手机网民规模与移动互联网接入流量消费规模趋势图，整理 CNNIC 数据笔者自绘。

流量数据从 2G 网络迅速向 3G、4G 更新迭代是其物质基础之三。从 2012 年选择 3G 网络上网的手机网民比例 30.4%，发展到 2015 年使用 3G/4G 网络上网的手机网民比例 83.2%[5]，仅仅用了 3 年时间。根据 CNNIC 互联网发展状况报告中的数据推算，2014—2015 年是 4G 网络使用规模突飞猛进的一年。

在这三者综合作用的趋势下，手机网民规模、使用手机上网占据网民的总数呈现不断上升的趋势（图 1）、乃至移动互联网接入流量消费的规模在 2018 年达到 2017 年的 189% 倍（图 2）。由此我们可以进入“短视频”的简史。

5　CNNIC 中国互联网络发展状况统计报告 . 中国互联网络信息中心 . 2016 年 1 月，第 22 页。

二、“短视频”媒介与非洲内容的相遇

倘若以治理的视角对“短视频”简史做个梳理，可以将其大致划分为三个阶段：第一个阶段从 2011 年到 2016 年，在资本的驱动下短视频在极短的时间内井喷，各大互联网公司很快布局，带动了一批相关公司在上下游的兴起，奠定了产业布局的基本形态。第二个阶段 2016 年之后，国家主流媒体不仅主动回应这一新媒体现象，而且将其视为“创业风口”。但与此同时，问题间或不断地自媒体曝光（如微博），引起传统媒体调查与回应：2017 年主要针对的是“伪慈善”事件、色情信息、非法捕猎的问题；2018 年在“短视频”行业资本注入和企业持续补贴的情况下，问题拓展到更多领域（如“早孕妈妈”“社会摇”“假冒商品”“宣传毒品”、版权问题、格调低下、低俗恶搞、“标题党”等）。直到 2019 年，《管理规范》和《内容审核标准细则》两条管理条例的发布，标志着对短视频的规范化管理抵达了新的阶段。而与此同时，“直播和视频 + 旅游、科学、农业”被主流媒体列为“互联网 +”的范畴。政务机构进驻短视频平台试图弥合主流意识形态与网络的间隙。从中央到省市的各类政府机关与党媒被大力鼓励拥抱短视频。主流媒体对于网红个人的报道、以及与短视频企业合作举办的视频拍摄比赛，不断挑起个人致富与成名美梦般的欲望。

对于短视频企业这一主体而言，除了面对公共危机时的道歉和一轮轮关闭账号，积极配合政府机关和党媒的活动，还有在企业网站首页上通过企业形象的自我表征试图向国家意识形态靠拢的行为。2017 年，快手官网的主页上专门辟有“快手正能量：记录每个人的中国梦”板块，其中，“非洲古法织布”的 11 秒视频就作为非洲视频的代表被放在子版块“世界真奇妙”的首页。

2015 年天津大爆炸后偶然尝试的“举牌小视频”[6] 恰好契合了短视频发展井喷期。在经历了随便玩玩、举牌小视频产业化、升级版多业务小视频、内容越变越复杂的过程后，现在所有拍摄非洲短视频的账号简介上都标明“心得语录”。下面是笔者摘录的其中一部分。

“不忘初心……方得始终”

“支持快手、传递正能量，从我做起”

“当你感觉岁月静好的时候，那是因为有人在为你负重前行”

“带你们走进非洲，揭开非洲神秘的面纱”

“用自己的方式记录这里的生活百态，若恰好到了这里，不妨点点关注。茫茫人海，你我遇见不仅仅是偶然，感谢一路有你，感谢一路陪伴。感谢官方让我遇见你，传递正能量，从你我做起。”

“首先感谢快手这个平台，让我过的很充实。”

“传播爱心孝心上进心”

“闲暇时间给大家直播非洲户外，非洲独特食物、风景、奇风异俗、奇人异事，一夫多妻，超模，带非洲朋友唱中国歌，跳中国舞，传播中华文化！”

“把更多中国的正能量，中国传统美德带到非洲！”

图 3　本研究中“短视频”拍摄者首页语录。

在此发展过程中，影响最大的一件事发生在 2018 年年底的“快手”短视频应用上。这次震荡源于国内自媒体微信公众号的批评，特别针对他们所拍摄的“唇盘族”内容。在整顿期间接受访谈时，拍摄者普遍表示“被关闭几天没事的（访谈者 1）”、“不知道具体是什么原因，以前人民日报捧这行，现在不行了（访谈者 2）”。果然如他们所预料，一个星期之

6　“非洲威哥”：争议中的非洲儿童举牌拍摄者 [EB/OL]. 新京报旗下的微信自媒体：剥洋葱 people, 2017- 09-08. http://blog.sina.cn/dpool/blog/s/blog_61ff32de0102xtjz.html。

后账号又恢复正常了。但在经历了这段时间的账号封锁后，“非洲”被快手设置为搜索违禁词，除了粉丝量不足 20 万的账号依然保留“非洲”名称，其他的都更改账户名为“xxx 海外旅游”来贴合前文中提到的“短视频 + 旅游”的规训。而事实上，根据笔者的调研和访谈，这群拍摄者并非出于“旅游”的目的，而是以中国公司劳务派遣的短期签证来到非洲。相对在先的于 2000 年之后到达非洲，更晚的于 2016 年左右到达非洲。

三、当代语境中的非洲表征

大致而言，从中华人民共和国建立到现在，中国与非洲国家的关系经历了从毛泽东时代的“世界革命”“第三世界大团结”到改革开放之后“互利”驱动的大转向。具在互联网媒介兴起之后，从网络论坛时代开始，对非洲的表征就呈现出了在网络上芜杂斑驳的景象，“非洲自然风景的壮美、黑人的懒惰、体力好、真诚、具有一定威胁性”成为网络上流行的刻板印象[7]。

在 21 世纪非洲政治经济局势好转、西方对非政策调整、全球化的机遇和挑战之下，从 2000 年第一届“中非合作论坛（FOCAC）”部长级会议至今，中非关系步入以机制化合作的新的发展阶段。2013 年，国家主席习近平提出“一带一路（the Belt and Road）”合作倡议，辐射到众多非洲国家。2018 年中非合作论坛北京峰会中提出“八大行动”以及更多细则都正在一一落实中。一些媒体评论和研究认为，当下中国式援助以“不干涉内政”“基建为先”作为特色[8]。但是，另一方面，新时期的中非合作也面临众多诟病以及西方描黑的言论。在大众文化层面上，《战狼 2》（2017）使“一带一路、中非合作”等一系列当下中国主体在非洲的战略与行动显影于大众视野。

7　Shen, S，“A constructed (un) reality on China’s re-entry into Africa: the Chinese online community perception of Africa (2006–2008)”，*The Journal of Modern African Studies,* 2009，47(3), 425-448.

8　周安安：《中国资本的非洲面孔》，《文化纵横》2011 年第 4 期。

而春晚小品《同喜同乐》（2018）的广泛传播、以及中西网络世界对其的争议，更是说明裹挟着逐渐浮现的“非洲”的中国现当代史、正处于国内和国际话语的激烈交锋中。这些历史和当代话语，构成理解本研究中文化表达的“前视野”。

笔者大致根据观看主题将内容分为以下几个方面进行具体分析：观看异域、观看非洲社会人、观看贫穷、观看技能 / 劳动 / 生产生活。这些类别之间并非界限清晰，而是互相有联系，往往一个“短视频”会同时具备几个主题，这里的分类主要是为了方便分析。

（一）观看“异域”：表演与建构“真实”

作为大众旅游的观看方式，西方世界的“游客凝视”最早可溯源到18、19 世纪，“它将集体旅游的工具、旅行的渴望、摄影再制技术，通通结合起来。摄影堪称是游客凝视的核心”[9]。而在摄影驯服凝视的对象中，异文化是最鲜明的例子。“美国铁路公司为了让旅客有东西可拍，特意创造‘印第安’景点，还精心挑选特别‘上相’‘古老”的部落[10]”，西方人为了想象异域的东方，也刻意将东方囚禁在更古不变的古老空间内。在这种意义上，追求“真实（authenticity）”意味着“偏离常轨（departure）”，所偏离的正是当地居民的日常生活。

“短视频”中对于“异域”的观看可以“唇盘族”的拍摄为例。2018 年下半年，“短视频”中非洲内容的拍摄者热衷于拍摄所谓的“唇盘族”。也正因国内自媒体文章对这类视频的指责[11]，“快手”暂停了大部分传播

9　[英] 约翰·厄里，乔纳斯·拉森：《游客的凝视（第三版）》，黄宛瑜译，上海人民出版社，2016，第 36 页。

10　Albers, P. C., & James, W. R.，“Travel photography: A methodological approach.” *Annals of tourism research,* 1988，Volume15，Issue 1.

11　黑非洲有多惨，快手主播就有多赚 [EB/OL]. 公路商店微信公众号，2018- 12-26. http://www.eleefeed.com/f/479434 。

这类内容的账号，并将“非洲”设为搜索违禁词。事实上，所谓的“唇盘族”是生活在埃塞俄比亚的 Mursi 族，他们原本居住在临近南苏丹的南方州（Southern Regional State）的南奥莫地区（Debub Omo Zone），总数大约有 7500 人。由于这一地区被奥莫河和 Mago 河环绕，是整个国家最隔绝的一块区域，所以成为现代国家政权难以到达的地区之一[12]。他们因此可能是非洲最后一批还在嘴唇上悬挂唇盘的人群。根据他们的习俗，未婚女性在 15 或 16 岁时嘴唇被刺穿，在下嘴唇上佩戴大型陶盘或木盘。2005 年，非洲公园基金（African Parks Foundation）与埃塞俄比亚政府以及南方州签订条例，将 Mursi 人集中到奥莫国家公园（Omo National Park）进行统一管理。由于公园内不同族群群体的争端等多种原因，非洲公园基金（African Parks Foundation）于 2007 年终止了这一项目[13]。从 2008 年 7 月开始，Mursi 人宣布其为自己的社区保护地，并开始实施社区旅游项目。

从上面可以看出，Mursi 族生活的空间实际上是一个现代政府与国际组织作用的结果，是国家、组织、族群权力博弈与妥协的现代事件。但在“短视频”的表征中，种种现代性的因素与背后的来龙去脉都被抹去，只剩下片段式与奇观式的“表演”：通过建构“真实”的方式完成对非洲大陆的“神秘化”，似乎整个非洲大陆都分布着这样的“原始部落”，现代民族国家还没有形成。正如布尔斯廷（Boorstin）所指出的那样[14]，现代人无法直接体验“现实（reality）”，反而喜欢“伪事件”。参加团体旅游的游客与旅游景点当地的环境、居民完全隔绝开来，人们热衷于在导游的带领下享受“伪事件”而完全无视现实，观看者反而距离当地民众更遥远了。这种“表演”不仅是旅游者对 Mursi 人的单方面凝视，Mursi 人也主动融入这个被观

12　Mursi people. [EB/OL]. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Mursi_people#cite_note-16 .

13　African Parks to give up its management of the Omo National Park, [EB/OL]. *Mursi online University of Oxford*. http://www.mursi.org/news-items/african-parks-to-give-up-its-management-of-the-omo-national-park .

14　Boorstin, D. J.，*The image: a guide to pseudo-events in America.* New York : Vintage Books，2012.

看的“实践”中，用戈夫曼的表演隐喻来理解，即“旅游景点实系一座舞台，导游则担纲导演一职，还探讨舞台管理等等。[15]”

如果说上面所论述的、作为旅游者的拍摄者与当地人面对面的交往处于第一层次的“表演剧场”的话，那么，在“短视频”屏幕前观众的注视下，怀揣着致富梦的“唇盘族”拍摄者与当地人的交往则可以被视为第二层次的“表演剧场”。在双重层次的“表演剧场”中，两者共同完成一种有意识的“表演”。这种对“异域”的观看方式，是由“短视频”平台将景观商品化的生产机制决定的。景观商品化的方式具体包括：贴片广告分成、直播和视频接受打赏和礼物、以及视频代购广告，比如本案例中的拍摄者通过视频吸引粉丝加微信，代购非洲辣木籽、树皮、珠宝挣钱。如前文所述，“短视频”已经深陷民营资本布局的红海战场中，拍摄和直播获得的打赏都要与平台分成，资本由此得利。

（二）观看“非洲社会人”：性别的差异化建构与学习模仿

这些关于非洲的“短视频”另一重显著的特征是对于性别的差异化建构：黑人年轻女性常常作为“女朋友、老婆、性感美女、超模”等角色出现，与拍摄者共同表演“爱情故事”等桥段。对黑人家庭内部结构常见的表述就是“一夫多妻”。对于中年女性，她们常常被描述为“败家娘们”，在镜头前呈现夸张的动作或表情，以扮“丑”为笑点。对于儿童，常见的几种类型是“可爱但让人同情的”“中非混血”“穷人的孩子早当家”。而对于黑人男性，呈现最多的就是身体构造奇怪的变异人。

这些似曾相识的内容往往会让人想起一系列关于短视频中“社会人”的报道：用早期评价“快手”的自媒体“X 博士”的话来说，“社会就是

15　转引自：Edensor, T.,“Performing tourism, staging tourism: (Re) producing tourist space and practice”. T*ourist studies*, 2001，Volume 1, Issue 1.

丛林主义、胜者为王”[16]。从上世纪 90 年代开始，伴随着国企改制、单位制动摇，端不起铁饭碗的“混社会的”意味着不在单位之内上班，也有时表示某种威胁性的存在。而用“社会人”表示身份认同的、代表着“混得好的” 意涵源自特定的地理区域，即东北。经过网络时代的贴吧[17]、QQ 空间“小阿火”图片和头像[18]、网络音乐的喊麦、以及“快手”为代表的短视频的媒介传播，“社会人”的称呼扩展到全国。随后，通过小猪佩奇的萌化，以及众多城市年轻中产阶级喜爱的公众号 pingwest 品玩等的报道[19]，“社会人”这一词汇被中产阶级挪用、在大众和流行文化层面上波及开来。

因此，目前“社会人”有两重含义。第一是延续了曾经“混社会的”、东北地理意义上“社会人”的意思。其身份符号是抽烟喝酒、烫头、紧身裤、大金链子、穿着 supreme 衬衫等。这一层意义为“短视频”中的底层青年所共享，是他们凸显身份认同的词汇。第二重泛化的、在大众口语中“社会人”的意思是，走套路、随机应变。这一层意义被中产阶级挪用，进而成为青年人普遍接受的流行语言。两者的重要差异在于，对于前者而言，不在单位是正常的、反而更能给人带来自信的状态。而对于后者而言，尽管彼此以“社会人”调侃却争着抢着要去体制内上班。

弥散在整个短视频媒介生态中的“社会人文化”，往往与主流话语不是保持批判的距离，而是一种主动迎合和自嘲。一方面，直白地表达对女人和金钱的欲望，每个人在丛林社会中单枪匹马的奋斗；另一方面，又要

16　残酷底层物语：一个视频软件中的中国农村 [EB/OL]. X 博士微信公众号，2016。

17　如百度贴吧“长春吧”2010 年《现在长春混的最好的社会人是谁？就是最厉害的大流氓！》是互联网上较早出现的关于“社会人”的讨论之一（http://dq.tieba.com/p/780784364?pn=3）。同时期还有岫岩吧、哈尔滨吧、天涯论坛吉林市、锦州吧、沈阳吧等众多东北地方贴吧板块出现相关的讨论帖子。

18　“小阿火”是 2013 年达州吧（四川省）上最早出现的爆火卡通图片。其衣着、穿戴等特征与后来“快手”等短视频上流行的“社会人”完全一致。

19　2018 年 3 月 pingwest 品玩《如何假装一个抖音社会人》是笔者找到的最早一篇将短视频 app 和社会人联系起来、并要“教育”中产阶级群体的文章．Amon，如何假装一个抖音社会人 [EB/OL]. Pingwest, 2018- 03-20. https://www.pingwest.com/a/158613。

在外人面前表现出维护秩序和文明的样子，因为只有融入现代社会、充分掌握着规则和密码才意味着成功。因此，社会人亚文化在这里并非开拓了反抗空间，而是借“丛林”的隐喻来掩饰自己的伤痛和无奈。男人在“非洲”这一狂野的大陆上“拉风”冒险，女人蜂拥而至、用亲吻和搂抱来表达对他们的爱慕，非洲男人同他们一起表演“社会摇”、“英文喊麦”。因此，“非洲社会人”是“短视频”中“社会人文化”的升级版，它源自其内部生态中的学习模仿。

（三）观看贫穷：跨越阶级的凝视

对“贫穷”的观看是“短视频”中所有非洲账号的共同点之一，并往往依附于国家话语“正能量、中国梦”等。以给“原始部落”送电视机的视频为例。拍摄者在视频中讲解：“这是给唇盘族那一个部落（一个村）装的家庭影院，有电视、有音箱、有天线，还有发电机，但是美中不足的是这边没有中国品牌的……我们从国内现发货来不及，其实装中国品牌是最有意义的。” 通过将“施舍与救济”等同于“正能量”，将“购买中国品牌”等同于“中国梦”，拍摄者巧妙地配合了受到网信办规训后的“短视频”平台策略：“公益传播，助力扶贫济困”。

一方面，对非洲贫穷的观看是自我现实的镜像，以“中非对比”作为叙事结构。比如评论中这样的对话： A: 我们山区孩子也不比他们幸福。B: 扯淡，你说的是三十年前吧，现在你去看看。A: 你去现在的中国西部山区看看就知道了，过得不比非洲好。另一方面，这种观看还包含了对自我历史的理解。在视频评论中，“感谢我们强大的中国，想当初如果我们中国还没打败日本，我们的生活可能还不如非洲呢”；“找工作不容易啊，贫困的国家就是这样，以前中国也找不到工作，解放就好了”；“如果没有改革怎么会有现在的富裕”……此类“忆苦思甜”的内容比比皆是。

屏幕前的人在观看贫穷时社会心理的复杂之处在于：一方面，贫穷的空间和身体在窥探与好奇的目光下被客体化为景物，而被看到、被指认的正是被认为与正常生活相反的社会构成元素，差异性、他者化使得贫困被“景观化”。就像19世纪的英国中产阶级一样，在一种“与我无关”的排斥性心态中，“以一种接近的方式表示拒绝[20]”，由此在差异中确立了所谓正常的、有道德的文明生活。另一方面，由于观看者一定程度上具有农村生活经验，其生命主动或被动裹挟于中国近几十年来的现代化和城市化进程中，通过观看重新发现、再次定位和理解自己熟悉又陌生的农村空间就成为情感动力。正因如此，对贫穷的“唯恐避之不及”与“苦尽甘来”的感慨交相混杂，形成同情、厌恶、长见识等诸多情绪混合的观看。与其说这是对遥远非洲的观看、是城市对农村的观看，不如说是这实际上是跨越“阶级”的“回望”与“俯视”。对于短视频拍摄者来说，想象中广大的受众“市场”激起的对财富的欲望，与国家“公益、扶贫、正能量”等意识形态亲密无间地结合在一起。

在这些对于“贫穷”的观看中，往往透露出民间的中非关系观。“中国崛起”的国族主义是其基调，它伴随着“施舍与援助”的话语，将当下的中非交往视为中国对非洲的施舍与援助。与此同时，“实用主义”的论调认为：中国政府的“一带一路”项目就是不值得推进的白白捐钱，因为非洲国家都是弱国，不值得交往。换句话说，“民间的中非关系观”是将“社会人文化”中的丛林法则、弱肉强食原则推至国家行为体之间的交往，在“中国崛起”的国族主义社会心理基础上，认为崛起了的中国应该去多和强国打交道，并暗含了对中国在非洲扮演“好好先生”是“没有原则的”批评。

20　刘洁莹：《作为景观的伦敦东区——19世纪末英国的贫民窟旅游》，《文化研究》2017年第4期。

（四）观看技能、劳动、生产生活：溢出的内容

除了上述明显的模式化拍摄之外，溢出的内容掺杂其间。关于技能、劳动、生产生活的视频往往无法在短时间内被模仿学习。用这类内容可以本质性地区分全职拍摄者和一般的海外打工者。

以 Beyond 的《光辉岁月》《打工哭打工累》《还有梦想》《男人不怕苦》《打工行》配乐，字里行间透露出自己背井离乡外出打工闯荡的心酸、赚钱的不容易，是所有此类视频共享的情绪。他们通过机器、技能和劳动过程的呈现，建构自己作为工人的主体性。用技术吃饭、用劳动挣钱，是他们认为自己区别于其他专职拍非洲视频团队的主要标志：“我有手有脚的，靠工作赚钱。靠这个（拍视频）也能赚钱，但我不想这样赚钱。你老是自己直播让人家送礼物，心里觉得不带劲儿。人家凭啥给你送礼物啊。靠自己挣钱拿到手里也实在。”（访谈者 3）

当镜头转向黑人工人时，拍摄者会向屏幕前的观众介绍黑人兄弟的工资状况，体察当地人工作的艰辛与努力，对劳动本身给予超越国家和种族的赞美，与黑人兄弟一同苦中作乐，但也会注意到他们工作流程与工具的相对落后、他们工作时的不熟练。仅有一则视频曾表现非洲工人与中国企业发生劳资冲突：由于一位非洲工人发生工伤，该厂区其他黑人一起罢工，而这位拍摄者主张和平解决，并未流露出过多的情绪。反而是他视频评论区的人则因此而分为几大阵营，有的人力挺非洲工人的团结，认为罢工是合理的，反向指责中国人的不团结；有的人则将民族国家的利益置于最高地位，推测黑人工人一定是出于想敲诈的心理，主张“全部辞退，留下的也不发工资，不信治不了这臭毛病”，还有人认为“自己的国家肯定向着自己人，咱们中国也不是吃素的，会给他们一个交代”。对此，视频拍摄者并没有回应评论，他甚至表示自己不希望通过快手视频平台的社交功能去认识同一个国家、同一个公司的人，因为这会影响到领导和同事心中对

他的看法。这再次映证了，面对冲突事件不发表评论、主动利用国家话语，是在“短视频”平台上的生存策略。

这些溢出了短视频内模仿学习规律的视频，并不能获得很高的视频热度，但恰恰是它们才能体现出中非民间交往的日常样态。由它们显现出来的，正是“短视频”的商品机制与官方宣传、国家意识形态规训的内在矛盾。

四、结论

本文所研究的“短视频”媒介生长于网络论坛、微博、微信之后的媒介互动生态之中，是智能手机、流量数据和 Wi-Fi 的全覆盖三重基础设施铺设完成后的产物。在新媒体产业经济的发展脉络上，2015 年偶然尝试“非洲小孩举牌小视频”的此类视频，恰好契合了由井喷到产业布局的“短视频”的起飞。此后，它与其他短视频内容一样，引起主流媒体和其他各类自媒体的关注，这种关注中既有浸润了互联网意识形态的赞赏、也有所谓曝光。2018 年，随着国家和主流媒体通过价值引导、逐渐走向整治的正规化，“非洲”类的短视频也纷纷转向“海外旅游”“公益扶贫”，与国家以及平台互联网公司协作构成和声。

在内容层面上，本文将短视频中五种主要的观看主题进行讨论，分别是：观看异域、观看非洲社会人、观看贫穷、观看技能 / 劳动 / 生产生活，以及由评论和视频衍生出来的对于中非关系的观看和讨论。将非洲作为“异域”进行观看时，拍摄者以“真实”自诩，但笔者用例子和分析说明，这种“真实”是对当地居民正常生活的异轨，而且，海外劳工在“旅游”中制造视频时，与当地人共同配合、对屏幕前的观看者完成“表演”。这种观看的表演性是由短视频平台将景观商品化的机制决定的。另一类对性别进行差异化建构的“非洲社会人”充分体现了“短视频”内容生态中学习模仿的规律，

因为这些视频是在模仿国内“社会人”视频的基础上产生的。第三类观看是对贫穷的观看，结合评论内容可以发现，对他者贫穷的观看动力来自“忆苦思甜”、拒斥贫穷以确立自我安全感、好奇等等复杂心理的交织。实际上，这种观看是一种跨越“阶级”的回望和俯视，但是拍摄者和屏幕前的观看者本身往往没有意识到这一点。展示技能 / 劳动和生产生活的内容是无法短期内被模仿学习的，但它也往往因过于单调而不能持续吸引到粉丝，也正因如此，笔者认为这是最能体现出平台和国家话语与实践裂隙的内容。衍生出的关于中非关系的评论可以分为捐助与施舍、国族主义、实用主义、以及国际主义这几种话语，它们相互区别并紧密缠绕。

在非洲拍“短视频”是“中国崛起”与新媒体技术相遇的症候性文化现象。新世纪巨量的海外工程与涌出的资本向非洲带去了一波又一波短期劳务派遣人员，这些低技能的劳务者将出国视为掘金和实现阶层跃升的机会。国家“一带一路”、“中非友谊”等等大众和媒体话语为其留下巨大的想象空间，使其主动接受来自资本和国家意识形态的规训。而诸多在知识层面上未能解决、相互缠绕的问题融化到他们的日常生活言语和行为中，通过所指的反转、借喻和偷渡，形成了这些蓬勃、丰富而似有怪诞的文化表征。人人“睁眼看世界”注定是带着迷茫、困惑、好奇、不断指认他者和自我位置、认识国际体系、有冲突也有惊喜的“漫长的调试”。而对于“短视频”能否承担这样的历史意义尚且不可做出过于乐观的回答。