

情绪经济视角下的数字媒体艺术短视频创作：共情叙事与情绪操控机制分析

田霖

(成都艺术职业大学，四川成都 611433)

摘要：在短视频平台迅速渗透日常生活的当下，数字媒体艺术创作越来越深地卷入“情绪经济”的运作逻辑之中。流量竞争与算法分发，使情绪不再只是作品的审美维度，而成为吸引注意力、延长停留时长与转化互动数据的核心资源。本文以情绪经济为分析视角，聚焦数字媒体艺术短视频创作中的“共情叙事”与“情绪操控”机制：一方面，创作者通过人物视角的设置、叙事节奏的控制、声音与画面风格的协同，建构高密度的共情场景，将观众引入被预设好的情感轨迹；另一方面，平台算法对“高情绪强度”内容的偏好，又反向塑造了创作策略，促使作品在主题选择、视觉符号与叙事结构上向情绪标签化、极端化与同质化倾斜。

关键词：情绪经济；数字媒体艺术；短视频；共情叙事；情绪操控；算法治理

DOI: doi.org/10.70693/jyxb.v1i4.120

Short Video Creation in Digital Media Art from the Perspective of the Emotional Economy: Analysis of Empathetic Narrative and Emotional Manipulation Mechanisms

Tian Lin

Chengdu Vocational University of Arts

Abstract: As short video platforms rapidly permeate daily life, digital media art creation is becoming deeply embedded in the operational logic of the "emotional economy." Fueled by traffic competition and algorithmic distribution, emotion is no longer merely an aesthetic dimension of the work but has evolved into a core resource for capturing attention, prolonging viewing duration, and converting interaction data. From the analytical perspective of the emotional economy, this paper focuses on the mechanisms of "empathetic narrative" and "emotional manipulation" in digital media art short video creation. On one hand, creators construct high-density empathetic scenarios through techniques such as character perspective setting, control of narrative pace, and the synergy of sound and visual styles, thereby guiding audiences into predetermined emotional trajectories. On the other hand, platform algorithms' preference for "high-emotional-intensity" content inversely shapes creative strategies, prompting works to lean towards emotional labeling, polarization, and homogenization in their thematic choices, visual symbols, and narrative structures.

Keywords: Emotional Economy; Digital Media Art; Short Video; Empathetic Narrative; Emotional Manipulation; Algorithmic Governance

一、引言

在短视频平台全面渗透日常生活的媒介环境中，

数字媒体艺术的生成、传播与接受方式正在经历深刻转变。算法驱动的内容分发机制、竖屏化与碎片化的影像形式、以互动数据为中心的评价体系，共同构成

作者简介：田霖(1992—)，女，硕士，讲师，研究方向为数字媒体艺术，电影学。

通讯作者：田霖

了当代影像文化的新基础结构。在这一结构中，“情绪”不再只是艺术作品的内在审美维度，而是与注意力、点击率、完播率等指标紧密绑定，被系统性地动员、放大与交易，成为平台竞争与内容生产中的关键资源。可以说，数字媒体艺术短视频的创作，已经难以脱离“情绪经济”（emotional economy）的逻辑加以理解。

与传统意义上以形式创新、观念探索为核心的艺术实践相比，当下大量数字媒体艺术短视频更显著地依赖“情绪钩子”和“情绪记忆点”来完成对观众注意力的抓取。无论是以“治愈”“共情”“震撼”“愤怒”“燃”等为标签的内容，还是通过极短时长内的强烈情绪反转制造“过山车式”体验的作品，都体现出创作策略与平台评价机制之间的高度耦合。情绪在此被编码进叙事结构和视听语言之中，被算法进一步放大与筛选，从而构成一种既可被设计又可被量化的“情绪生产体系”。在这种语境下，数字媒体艺术作品中的“共情叙事”一方面提升了观众参与感和沉浸度，另一方面也面临滑向“情绪操控”的风险^[1]。

现有关于短视频与数字媒体艺术的研究，往往集中于技术革新、传播路径、审美风格变迁等层面，或从社会文化视角讨论短视频对日常生活与身份认同的影响。相较之下，以“情绪经济”为核心分析框架，系统考察数字媒体艺术短视频中情绪如何被设计、被放大以及被平台机制整合进流量循环的研究仍然相对不足。尤其是在艺术创作维度，尚缺乏对“共情叙事”如何被生产为一种可复制、可模板化的情绪结构，以及这种结构如何在算法治理之下转化为注意力与资本的批判性讨论。

二、情绪经济的逻辑：从“情感表达”到“情绪资源化”

在传统艺术语境中，情感通常被视为作品的内在审美维度，是艺术家通过形式语言抵达观众内心的重要路径。情感的价值主要体现在难以量化的主观体验上，而非可直接被计算和交易的对象。然而，在以短视频平台为代表的数字媒介环境中，情绪逐渐被嵌入注意力竞争与商业转化的技术—制度框架之中，从“被表达的内容”转变为“被运营的资源”。这一从“情感表达”到“情绪资源化”的转向，是理解当下数字媒体艺术短视频创作逻辑的关键前提。

所谓“情绪经济”，并不仅仅意味着内容更“煽情”或更“感人”，而是指情绪在平台体系中被系统性地生产、放大与利用。短视频平台经由对用户行为的持续监测，将点赞、评论、转发、停留时长、完播率等数据转化为对内容“有效性”的量化指标。在此过程中，能够激发为

强烈情绪反应的内容更易促成停留和互动，从而获得算法进一步推荐；情绪遂不再只是创作者与观众之间的审美桥梁，而被视为驱动内容在平台上循环、扩散的核心动能。情绪在这一意义上被“资源化”：它被拆解为可以计算、可预测、可优化的运营变量^[2]。这种机制对数字媒体艺术创作产生了显著的反向规训效应。一方面，创作者逐渐意识到，仅仅依靠形式实验或观念探索往往难以在信息过载的环境中获得足够的可见性；能够在极短时间内制造“情绪峰值”的内容，则更有可能突破算法门槛。于是，创作策略开始围绕“情绪密度”和“情绪起伏”被重新配置：在开头几秒抛出强烈的情绪钩子，中段通过冲突与反差不断叠加情绪张力，结尾则通过反转或释怀完成“情绪闭环”。情绪成为组织叙事结构与视听语言的首要考量之一。

另一方面，平台对情绪的偏好并非中性的技术后果，而是与资本逻辑紧密相连。情绪越强烈，观众越容易沉浸其中，停留时间越长，平台便能嵌入更多广告、推动消费转化并积累更精细的用户画像。情绪在此被转译为与点击率、转化率和收益直接挂钩的经济资源，纳入一套可持续优化的运营模型。当数字媒体艺术短视频进入这一模型，其情感维度不可避免地被导向“可运营”“可复制”“可标准化”的方向：情绪越可控、越可模板化，越有利于规模化生产和风险管理。在这样的结构之下，“情感表达”与“情绪资源化”之间形成一种紧张的共存关系。一方面，数字媒体艺术仍然依赖情感维度来建构作品的深度与厚度，真实而复杂的情感经验依旧是高质量创作的重要来源；另一方面，当情绪被置入平台运营和资本增值的链条之中，原本应当保持开放性与多义性的情感体验，往往被压缩为易于识别、易于传播的“情绪标签”。诸如“治愈”“破防”“燃”“共情”“爽感”等标签，既为观众提供了快速理解内容的“情绪入口”，也在创作端被反向使用为设计目标，促使情绪朝着更极端、更可营销的方向集中。

更值得注意的是，这一“情绪资源化”的过程往往被自然化为“迎合用户偏好”。平台以“推荐你可能感兴趣的内容”为话语，将算法选择包装为中立的个性化服务，从而遮蔽了情绪被筛选、排序和放大的结构性过程^[1]。观众在此情境下难以察觉自己的情感体验在多大程度上受制于算法逻辑与平台机制，情绪被动员的方式被伪装为“自发共鸣”。对于数字媒体艺术而言，这既意味着作品的情感力量有机会获得前所未有的传播广度，也意味着其情感维度可能被卷入一套以流量为核心尺度的经济结构之中，逐渐丧失批判锋芒与复杂性。为更清晰地呈现这一转变，表 1 可以将传统艺术语境中的“情感表达”与平台语境中的“情绪资源化”进行对照分析：

表 1 情感表达与情绪资源化的比较

比较维度	情感表达（传统艺术语境）	情绪资源化（短视频与平台语境）
核心定位	作品内在审美维度，侧重个体体验与内心触达	可度量、可运营的注意力资源，与流量与商业转化直接关联
运行逻辑	艺术家自主创作—观众自由解读—意义开放、多元	算法抓取数据—放大高情绪强度内容—反向规训创作策略
评价标准	情感复杂性、深度与真诚度，难以被精确量化	停留时长、完播率、点赞/评论/转发等平台数据成为主要评价依据
创作者角色	通过形式与观念组织情感经验，强调表达与探索	在平台规则下优化“情绪钩子”和“情绪模板”，以适配推荐与分发机制
平台 / 制度角色	相对中性的展示渠道或展演空间	主动筛选、排序并放大高情绪内容，塑造内容可见性与“主流情绪”结构
对观众的主要影响	对观众的主要影响是激发个体反思与多样情感体验，鼓励慢速、深度的审美活动	形成高频情绪刺激循环，易导致情感疲劳、审美浅化与模板化的共情体验

三、共情叙事：数字媒体艺术短视频中的情感动员策略

略

在情绪经济的结构性约束下，共情叙事成为数字媒体艺术短视频中最为常见且最具效力的情感动员方式之一。与传统叙事中较为缓慢、渐进的情感铺陈不同，短视频语境下的共情叙事往往以高压缩度、高密度和高可识别度为特征，通过精心设计的视听语言与节奏结构，在极短时间内完成情绪唤起与情感认同的建构。观众不再只是“理解一个故事”，而是在被引导进入一个被预设好的情感轨迹，在数十秒至数分钟的时间内迅速完成“代入—共鸣—宣泄”的过程^[3]。

从叙事逻辑来看，这类共情叙事普遍遵循一种“浓缩化的情感弧线”。在开端阶段，创作者通常通过强烈的情境设置或冲突呈现，迅速建立情感期待：例如聚焦孤独、挫折、创伤等负面情绪，或通过视觉震撼、突兀场景直接夺取注意力；随后，在发展阶段通过细节、镜头与音效的铺垫，强化情绪张力，引导观众与画面中的主体建立情感连结^[4]；最终，在结尾阶段通过情节反转、和解、疗愈、顿悟等方式完成情绪释放，使观众在短时间内获得完整的情感体验闭环。与其说

观众在观看一则内容，不如说他们在参与一次被设计好的“情绪事件”。

在视听语言层面，共情叙事依赖一套高度可识别的技巧组合。影像上，近景与特写被频繁使用，以突出面部表情、身体微动作等细节，增强亲近感和代入感；手持镜头与轻微抖动则强化“现场感”和“在场感”，模糊创作者与观众之间的界限，使观看更接近“亲历”。光线与色彩方面，冷色调常用于强调压抑、孤独或失落，暖色调则用于营造和解、陪伴与疗愈的氛围。声音设计同样关键：叙事性配乐、氛围音效和情绪化旁白构成多重声场，往往在关键节点通过节奏与和声的变化“推一把”观众的情绪，使其更容易随叙事节奏起伏。

此外，短视频的时间结构进一步强化了共情叙事的“情绪浓缩”特征。创作者必须在数秒之内完成情境引入与情绪定调，这迫使叙事朝着更高的情绪密度与更明显的情绪标记发展。开头数秒的画面与文案往往被设计为“情绪钩子”，例如以强烈的第一人称陈述（“那天，我一个人……”）、极端情境（“如果这是人生最后一天……”）或冲突画面直接开启，从而在第一时间锁定观众的情感注意。接着，通过快速剪辑与节奏变化，在有限时长内维持情绪张力，避免“滑出”注意力曲线。在这一过程中，数字媒体艺术的形式感并未消失，而是被重新配置为服务情感动员效率的工具。

表 2 数字媒体艺术短视频中常见的共情叙事模板

模板类型	基本情绪路径	典型叙事结构	主要视听策略	潜在风险
创伤—疗愈型	负面情绪 → 抚慰	创伤揭示—情感陪伴—征性修复	冷暖色调对比、慢镜头、抒情配乐、内心独白	消费创伤经验、弱化结构性问题
困境—转型型	逆压抑/愤懑 → 释然	困境呈现—努力/抗争—局反转	快节奏剪辑、反差对比、高情节悬浮化、简化复杂高潮配乐、结尾“爽点”强化	简化复杂化、现实
日常—升华型	平淡 → 温暖	日常片段—细节聚焦—情感升华	纪实画面、自然光、环境音、过度“治愈化”，情感趋低饱和滤镜、轻柔配乐	于温情模板

模板类型	基本情绪路径	典型叙事结构	主要视听策略	潜在风险
孤独—陪孤立感 伴型	→ 共情 被理解感	→ 孤独状态—他者介入—情 感连结	大量近景特写、画外安慰声 音、对视镜头、空间空旷构 图	强化依赖幻想性陪伴、 弱化现实支持
愤怒—控不公/愤怒 诉型	→ 愤怒 合	→ 情绪聚不公情境—情绪共振—象 征性控诉或反击	强对比画面、节奏化剪辑、情绪宣泄替代 强调性字幕、集体评论引导	实际行 动，易被煽动化

从表 2 可以看出，这些共情叙事模板在情绪路径和叙事结构上具有高度相似性：它们均以快速建立情绪同感为起点，以情绪释放或情感升华为终点，并通过高度程式化的视听策略保证“情绪效果”的可重复生产。数字媒体艺术在此既贡献了细腻的形式语言与视觉想象，也不可避免地参与到了“情绪效率”的追求之中。

四、情绪操控机制：算法、形式与符号的协同运作

在情绪经济的整体结构中，共情叙事并不是孤立运作的单一层面，而是嵌置于算法逻辑、视听形式和符号话语共同构成的复杂技术—文化装置之中。若仅从创作者意图层面理解“情绪操控”，容易将问题简化为个体的道德选择，忽略其背后深层的制度性与结构性条件。更为重要的是，情绪操控并不必然以显性、粗暴的方式出现，它往往呈现为一种“温和的引导”，通过默认选项、推荐逻辑、视觉风格与语言标签的叠加，悄然形塑观众的情绪轨迹与感受方式^[5]。

在此意义上，所谓“情绪操控机制”，可以理解为多重力量的协同运作：算法在宏观层面筛选、排序和放大特定情绪特征的内容；视听形式在中观层面通过剪辑、构图、色彩与声音组织情绪体验；符号与话语在微观层面通过标题、文案、标签与评论框架，对情绪的解读路径进行预设。三者并行不悖，相互强化，从而构成一种日常化、难以被直接察觉的情绪引导结构。

第一，从算法层面看，平台通过对高情绪强度内容的偏好，构筑起一种“选择性放大”的机制。算法基于停留时长、完播率、互动频次等数据，推断“受欢迎”的内容类型，并在推荐中不断强化这类内容的可见度。看似是对“用户偏好”的回应，实则是对特定情绪特征的持续放大。具有鲜明情绪极性和剧烈情绪波动的内容，

更容易在这一机制中脱颖而出，而那些情感较为含蓄、复杂、多义的作品，则可能因数据表现不突出而被“隐形化”。随着时间推移，平台整体呈现出的情绪谱系被重构，观众所接触到的情绪类型趋于集中，并逐渐内化为“平台上的情绪常态”。

第二，从形式层面看，数字媒体艺术短视频中的剪辑、构图、光色与音效，构成了对情绪的“程序化操控”。通过前一节所述的共情叙事模板，许多作品已经形成高度稳定的情绪结构：开端设置“情绪缺口”，中段营造情绪张力，结尾实现情绪释放。形式在此不仅是表达工具，更成为触发情绪反应的“技艺机制”。例如，通过节奏极快的剪辑与音轨推进，将观众置于一种几乎难以中途退出的感官流中；又如，通过刻意夸张的画面反差与光影对比，营造“被逼迫看下去”的视觉吸引力。形式对情绪的操控并非总是负面的，但当其被系统性用于“最大化情绪效果”而缺乏相应的反思时，就容易滑向对观众的情感能量和注意力的过度攫取。

第三，从符号与话语层面看，标题、话题标签、文案以及弹幕与评论区的话语框架，共同构成了对情绪意义的预设性指引。许多短视频在内容尚未开始之前，就通过标题与封面给出了预设情绪指令，例如“看完直接破防”这一幕真的被治愈了”“看完瞬间泪目”等^[6]。观众在进入内容之前，已经被提示“应当以某种情绪观看”，作品的多义性在尚未展开之时，便被压缩到特定情绪通道内。与此同时，话题标签与推荐话题将相似情绪调性的内容聚合，使观众在一个情绪相对封闭的“情绪场”中反复流转。评论区与弹幕中的集体表达，又进一步加固这一情绪框架，使个体情绪逐渐与“群体应然情绪”保持一致，从而在不知不觉间完成情绪立场的同质化。

表 3 数字媒体艺术短视频中情绪操控机制的多层协同

层次维度	关键载体	主要运作方式	对情绪的影响路径	可能后果
算法层	推荐系统、排序机制、数据指标	基于停留时长、互动数据筛选并放大高情绪强度内容	决定何种情绪更易被看见，重塑平台整体情绪谱系	情绪类型集中化、多样性与复杂性被压缩
形式层	剪辑节奏、镜头语 言、光色、音效	通过节奏控制、反差设计与视听组合构造情绪弧线	在短时间内引导情绪起伏，提升情绪体验被流程化、程式化 情绪反应强度与速度	情绪体验被流程化、程式化，易导致感官疲劳
符号与话 语层	标题、文案、封面、 标签、弹幕与评论	通过情绪标签与话语框架预设意义和情绪解读路径	告诉观众“应当如何感受”，塑造观众情绪立场同质化， 群体制定规范与期待	批判性与距离感减弱

从表 3 可以看出，这一情绪操控机制并不必然表

现为强制性的命令，而更像是一种“默认环境”：观众在

其中做出的观看选择和情绪反应，看似是自发的，实则是在多重结构性力量的引导下完成的。作品本身的情感指向、平台对情绪的技术处理以及观众之间的互动话语，共同构成一套难以外显但又无处不在的“情绪环境治理”^[7]。需要强调的是，将上述机制概念化为“操控”，并不意味着否定所有情绪动员的正当性。情绪本身具有激活共感、促进理解与驱动行动的积极潜力，许多具有社会批判性和人文关怀的数字媒体艺术作品，正是通过精心组织情绪体验，引导观众进入更深层的反思过程^[8]。然而，当情绪动员被系统性地纳入以流量和转化为核心指标的情绪经济逻辑之中，便容易从“促进理解”滑向“优化指标”，从“情感联结”滑向“注意力捕获”。在这一过程中，艺术作品的情感力量逐渐从“为意义服务”转向“为数据服务”，观众则从“情感主体”转变为“情绪数据的生产者”^[9]。

五、结语

在短视频平台成为日常信息与审美体验重要入口的当下，数字媒体艺术的生成、流通与接受，已无法脱离情绪经济的宏观框架来理解。本文从“情感表达”向“情绪资源化”的转向入手，指出情绪在平台语境中被系统性地量化、运营与优化，成为与流量、转化率与广告收益紧密绑定的关键变量。在这一结构性条件下，数字媒体艺术短视频的创作实践不可避免地被卷入以数据指标为中心的运行逻辑，情绪不再只是作品内部的审美维度，而是外部制度得以运作的重要支点。

在对共情叙事的分析中，本文强调，短视频语境下的情感动员呈现出高度压缩和模板化的特征。通过对常见叙事模式与视听策略的梳理可以看出，创作者往往在极短时长内构建清晰的情绪弧线，并借助特定的构图、配色与声音设计，在“代入—共鸣—释放”的流程中高效调动观众情绪。这一机制一方面提升了数字媒体艺术触达广泛受众的能力，使复杂经验得以以更为亲近的方式被感知，另一方面也带来了情感经验被标准化、情绪表达被程式化的风险，使“共情”日益成为可被设计、可被复制的情绪程序。进一步而言，情绪操控并非仅来源于创作者的个体意图，而是由算法、形式与符号话语多层协同运作而成的制度性结果。推荐算法通过持续放大高情绪强度内容，重塑平台整体的情绪谱系；视听形式通过节奏控制与影像技艺，将情绪体验“程序化”；符号与话语通过标题、标签与评论框架，预设观众的情绪解读路径。三者的叠加使情绪操控呈现为一种日常化、温和而难以被察觉的引导过程，观众在“被推荐”“被感动”“被共鸣”的连续体验中，

逐渐将这一情绪结构内化为观看常态。

最后，需要指出的是，本文主要从理论与批判性评论角度，对情绪经济视角下的数字媒体艺术短视频进行了初步梳理与分析。未来研究可以在此基础上，进一步结合具体平台的算法规则、特定创作群体的实践经验以及观众的真实感知反馈，开展更为细致的经验性研究；也可以将短视频与虚拟数字人、沉浸式展览、游戏化艺术等其他数字媒体艺术形态进行比较考察，以构建更为完整的“情绪—技术—艺术”研究图景。对于数字媒体艺术而言，如何在情绪动员与审美批判之间持续寻找平衡，不仅是创作层面的策略问题，更是其能否在情绪经济时代保持文化意义与公共价值的关键所在。

参考文献：

- [1] 戴元初,刘一川.情绪驯化:短视频平台的情绪塑造与价值转化策略[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(07):104-113.DOI:10.19997/j.cnki.xdeb.2025.07.012.
- [2] 殷俊,杨金川.视角、时长与情绪:爆款短视频创作范式研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(03):94-103.DOI:10.19997/j.cnki.xdeb.2025.03.002.
- [3] 奚路阳,程明.短视频米姆式传播:行动逻辑与社会文化意涵[J].传媒观察,2022,(07):65-72.DOI:10.19480/j.cnki.cmgc.2022.07.05.
- [4] 陈军.共情神经科学:探索亲社会行为、利他主义和道德的生物学基础[J].学习与探索,2019,(07):139-147.
- [5] 朱雄轩.数字媒体艺术在短视频创作领域的应用[J].记者摇篮,2025,(07):48-50.
- [6] 郝莹莹.数字媒体艺术在短视频创作领域中的应用分析[J].新闻传播,2024,(10):46-48.
- [7] 李静.“短视频”时代数字媒体艺术的优势与挑战[J].商业文化,2021,(31):137-138.
- [8] 刘锦平.情绪经济视角下直播带货的传播策略——以伊能静直播间为例[J].国际公关,2025,(08):158-160.DOI:10.16645/j.cnki.cn11-5281/c.2025.08.061.
- [9] 杨璐.文商旅体融合赋能消费扩容提质——基于情绪经济视角的实践路径探析[J].老字号品牌营销,2025,(18):59-61.