

短视频助推乡村振兴战略中乡土文化传播

张晓艳 王悦

(河北科技大学, 河北 石家庄 050010)

【摘要】在乡村振兴战略的背景下,农村短视频利用蓬勃发展的互联网平台和新兴的手机媒体,传播着乡村特有的地方民俗文化,使乡土文化具有了广泛的传播力,并助力了乡村振兴的发展。本文基于当前乡村短视频的发展现状、生产内容、传播模式等方面,探究乡村短视频发展初期存在的问题,探析短视频在乡村建设中承载的社会传播功能,梳理短视频与乡土文化结合的传播发展策略,为乡村短视频助推乡村振兴发展提供借鉴。

【关键词】乡村振兴;短视频;乡土文化;传播

随着习总书记在十九大提出的乡村振兴发展战略,“三农”问题成为全国的重点工作。十九届五中全会中提出的2035年建成文化强国的远景目标,更是强调文化建设的重要性。短视频借助互联网的快速发展,以其快速传播、强互动性和低技术门槛,已成为乡村文化传播的关键渠道。众多农村网民通过短视频分享乡土文化和民俗,助力乡村振兴和文化建设,展现美丽乡村,增强国家文化软实力,推动向文化强国目标发展。

一、乡村短视频的发展传播现状

随着互联网的普及和发展,短视频已成为乡村文化传播的重要途径。根据CNNIC发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》,我国网民规模达到10.11亿,互联网普及率提升至71.6%。短视频平台如抖音、快手等,以其内容简捷、传播快速的特点,成为人们日常生活中不可或缺的一部分。

(一)乡村短视频产业发展现状

互联网的快速发展为短视频创作提供了新的机遇,吸引了众多新农村网民参与其中。抖音平台推出的“新农人计划”投入12亿流量资源,旨在支持三农内容的视频创作,有效促进了乡村经济文化的发展。2021年,抖音电商直播平台销售农产品达179.3万,约78万人参与乡村主题短视频创作,播放量达63亿人次。此外,抖音还与地方高校合作,举办各类赛事活动,如“桂林美好推荐官”等,进一步挖掘和展示地方文化,增强家乡魅力。据统计,2022年春节期间,约65万人次在抖音平台上打卡分享家乡过年的情感。

(二)乡村短视频的传播现状

随着越来越多的乡村网民加入互联网消费的洪流,当地农民成为乡村短视频传播的主体和主力军,塑造出网络时代的“新农人”形象。这一群体利用短

视频将乡土文化与网络文化融合,在传播群体、传播形象、传播内容等方面形成鲜明的特征。

1. 乡村短视频的传播群体

随着时代的进步、经济的发展,大多数人身处城镇的楼群耸立中,无法体验悠闲自在、充满自然气息的乡村生活。而70、80后群体因大部分经历过农村生活,对于乡村生活则更有情怀,成为乡村短视频的主要传播群体。

2. 乡村短视频的传播形象

传播形象上,乡村短视频以其自然、纯净的特点,满足了高强度工作下的都市人对田园生活的向往。如2020年底藏族小伙丁真,以独具民族特色、地域风情的形象迅速在视频平台上走红,藏族农村小伙的形象打破了传统短视频网络上统一的审美标准,纯真美好、淳朴自然的乡村短视频丰富了都市人的精神世界。

3. 乡村短视频的传播内容

随着短视频传播内容样式多元化,其中记录田园生活类短视频深受大众欢迎。传统的田园生活加入具有年轻化、现代化等特色,为观众营造出与众不同的美好田园形象,在观看视频时既抒发自我对田园生活的向往,也产生对农产品生产的好奇心理。如李子柒的视频,不仅传播了乡村诗意化的生活,还激发了大众对家乡美味的憧憬。

二、乡村短视频的社会功能承载

互联网思维转型过程中,农民群体完成了从被动沉默者向主动传播者的转变,这是自媒体时代农民群体在媒体社会中的崛起。随着短视频行业的发展,乡村短视频从最初的记录生活已发展成类型多元的新型乡村短视频,其传播承载的社会功能也随之增大。

“新农人”借助互联网平台,开启个人创作乡村短视频时代,所创作的短视频带有强烈的个性化色彩。

农村的节日习俗、民俗特色融入视频创作,改变着固化的农村印象、宣传推广新农村形象。在此基础上,大力发展了农村经济,打造乡村文化产业体系,形成良性循环,承载社会价值。

(一) 短视频推动乡土文化发展

短视频作为传播媒介,具有实现社会要素功能性的能力,通过将乡土文化嵌入短视频的创作内容中,向观众展现乡土文化的独特魅力。传统村落的节日习俗,隐藏在乡村中的手工艺品、独特的房屋建筑、和谐的群居邻里关系中,这些珍贵的历史文化与民族风俗成为中国乡村中宝贵的精神文化财富。借助网络媒体平台建立起与外界沟通的桥梁,对外输出当地的民俗特色,宣传当地的民俗文化;对内引进多元化的文化信息,积极与外界多元信息融合。赋予当地乡村更年轻化、现代化的元素。如甘孜文旅局局长刘洪,根据四川甘孜的藏族文化,身穿传统藏族服饰,将自己家乡四川甘孜的独特民族文化融于短视频创作中去,用影像方式向大家呈现出的独树一帜的藏区特色,体现创作者对传统乡土文化的热爱,让全国乃至全球人民感受到藏文化的深刻含义,为四川甘孜的乡土文化提供了传播渠道,推进乡村进一步优化,重塑乡村文化、共建美丽乡村。

(二) 短视频重塑农村新形象

随着社会的发展,经济的崛起。农民群体随着时代的变迁还是在社会群体总处于弱势,农村社会地位整体低下,固化的农村形象并没有随之改变,许多优秀的传统乡土文化也逐渐被人们忽略,独特的传统手工艺面临失传。近年来随着新农人视频创作者的加入以及短视频平台的推广宣传,产生出多种类型的“乡村短视频”,其内容所呈现的乡村习俗,民俗风情,价值观念等在不知不觉中影响着社会全体。在一定程度上对于贫困地区的人们来说可以增加社会对当地农民、民俗,农副产品等方面的关注度,响应社会群体给予农村地区一定的关注与了解,同时吸收社会优秀的乡村文化并对其赋予尊重与肯定。许多草根网红成为自己家乡的形象代言人,以新文化、新面貌向大众展示真实的农村情况,向世人呈现不同风采,展现农村新形象。

(三) 短视频打造乡村产业体系

短视频蕴含着乡村供给,观众在视频中看到自己的需求。短视频等传播媒介成为乡村供给与媒介需求之间的连接点。短视频以纯粹本原的乡村生活展现当地特色,使观众对乡村生活有所了解、产生兴趣并心生向往。短视频创作者与电商直播合作,在传播乡土文化的同时,把当地的特色农产品融入视频创作中,利用特色吸引观众,将观众转变为潜在消费者,利用口碑宣传实现当地乡村文化深度消费。例如农村自

媒体人“蜀中桃子姐”自2020年6月起以来,通过还原真实、朴素具有人间烟火气的农村生活短视频,收获1900万粉丝,获赞和点击率突破上亿,后期又根据其家乡特色美食进行视频带货,打造统一形象的IP产品,形成品牌化的系列商品,在短视频平台上完成了乡村农产品产销体系构建,为当地经济发展提供了可借鉴途径。

三、乡村短视频快速发展中的瓶颈存在

随着短视频平台的快速发展与广泛推广,农民群体的角色经历了显著转变,从最初的消费者逐渐成为内容的创作者和传播者。然而,在这一转变过程中,乡村短视频面临着一系列挑战和瓶颈问题,这些问题在一定程度上制约了乡村短视频的健康发展。

(一) 农村新媒体创作人才匮乏

尽管新媒体行业在大城市中呈现出蓬勃发展的态势,但农村经济基础相对薄弱,导致大量年轻人涌向大都市寻求更多机会,愿意留在家乡的年轻人数量有限。这种情况造成了农村新媒体行业的人才短缺。即便是在农村自媒体逐渐兴起的背景下,新农人虽然对农业有一定的了解,但在运营、拍摄、技术等方面仍然缺乏专业知识和技能。缺乏针对新农人群体的系统培训,使得农村新媒体行业的发展呈现出不平衡、不充分的状态。

(二) 短视频传播内容缺乏创新

随着越来越多的创作者加入短视频行业,如何在众多作品中脱颖而出成为每个视频生产者必须面对的问题。创新成为关键因素。例如,李子柒通过独特的内容和广泛的涉猎在短视频创作领域取得了成功。然而,也有部分创作者缺乏创新,仅仅模仿他人,或者停留在过去的成功模式上,导致内容单一乏味,难以持续吸引观众。这种缺乏创新的内容在竞争激烈的短视频市场中很容易被边缘化。

(三) 短视频创作意识形态薄弱

当前,农村地区的受教育水平、个人素养以及传播语境等方面相对较为落后。一些农村地区的经济环境相对封闭,农民群体的流动半径较小,传统的自产自销生产模式仍然存在。短视频平台的兴起打破了传统的观念和思维束缚,但同时也带来了新的挑战。一些创作者为了追求流量,制作了一些低俗、极端的内容,这些内容对社会风气和青少年的身心发展产生了不良影响。

(四) 短视频平台监管不成熟

短视频行业的快速发展带来了一系列监管问题,如直播夸大宣传、销售假货等。这些问题的出现,部分原因在于平台监管政策的不成熟和行为规范缺失。一些主播利用法律法规的空白地带进行不当行为,这不仅损害了消费者的利益,也影响了整个行业

的健康发展。

四、短视频推动乡村文化传播的策略

面对上述挑战，乡村短视频的发展需要多方面的努力。首先是加强人才培养，提高新农人的专业技能和创新能力。其次是内容创新，引导创作者生产有价值、有特色的内容。再次是意识形态建设，提升创作者的社会责任感。最后，完善平台监管政策，确保短视频行业的健康发展。

(一) 培养并引入杰出人才，助力乡村短视频发展

乡村短视频的发展离不开专业人才的支持。当前，新农人创作者虽然积极投身于短视频创作，但由于受教育程度和专业知识的限制，创作内容往往缺乏深度和创新。因此，政府和相关部门需要出台利好政策，吸引和培养更多具备短视频制作技能和新媒体运营知识的人才。通过与高校、职业学院等教育机构合作，建立新媒体人才培养计划，为乡村短视频注入新鲜血液。同时，鼓励和支持已有的创作者参与专业培训，提升他们在视频拍摄、内容策划、电商运营等方面的能力，从而提高乡村短视频的整体质量和传播效果。

(二) 了解并结合乡村特性，增加视频内容创新点

在信息爆炸的今天，观众对内容的需求日益多样化和个性化。乡村短视频创作需要深入了解和挖掘当地的文化特色、经济资源和生态环境，以此为基础创造出具有地方特色和创新性的内容。通过展示乡村的自然风光、传统节庆、特色农业等，不仅能够吸引观众的注意，还能够带动乡村经济的发展。例如，可以通过短视频展示农产品从种植到收获的全过程，让观众了解农产品的故事，增加其对乡村产品的信任和喜爱。同时，还可以通过创新的表现形式和互动方式，如直播带货、互动问答等，提高观众的参与度和粘性。

(三) 培养正确观念，提高农民整体意识形态

乡村短视频的健康发展需要创作者具备正确的价值观念和 network 素养。这不仅要求创作者能够制作出积极向上的内容，还要求他们能够正确引导观众，传播正能量。因此，需要通过教育和培训，提高农民的网络素养，培养他们的社会责任感和文化自信。此外，还需要加强对乡村短视频内容的监管，防止低俗、不良信息的传播。通过制定和执行严格的内容审核标准，确保短视频平台成为一个健康、积极的文化传播场所。

(四) 严查并加强监管力度，规范短视频发展准则

短视频平台的规范化管理对于保障乡村短视频的健康发展至关重要。需要国家层面出台相关政策，

明确短视频平台的责任和义务，加强对平台的监管力度。同时，平台自身也需要建立健全的内容审核机制和用户信用体系，对违规行为进行严厉打击。此外，还需要加强对电商直播的监管，确保产品质量和交易安全，保护消费者权益。通过这些措施，可以有效规范短视频行业的发展，促进乡村文化的积极传播，为乡村振兴战略的实施提供有力支持。

结语：

随着科技的进步，信息时代使短视频行业快速发展。作为一种新媒介手段，短视频以其“精、小、短”不断融于人民的日常生活及社会建设中，短视频也从最初的记录生活平台发展到以文化产业、购物消费、企业宣传等为一体的综合性短视频平台。在乡村振兴国家战略中，短视频作为文化传播的新型载体，承载着传播乡村特色文化、推动乡村经济建设、重建乡村新风貌的重大功能。在经济上，乡村短视频对农村生活、农产品等的宣传与推广，寻找经济突破点和经济创新点，构建完备的农村经济产业体系，助力农村经济建设；在文化上，乡村短视频为乡土文化的传承和创新孕育出一方净土，激发起传统乡村文化新的生命力。乡村短视频的蓬勃发展，使与中华优秀传统文化一脉相传的乡土文化在新一代的青年群体中继承，在实现乡村振兴战略的同时，也彰显出民族自信和文化自信。

参考文献：

- [1] 中国互联网络信息中心. 第48次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].2021-09.
- [2] 周小普,刘楠.乡村振兴战略语境下社会底层群体的传播[J].广州大学学报(社会科学版).2019(4).
- [3] 曾润喜,莫敏丽.面向乡村振兴战略的“乡村短视频+”可持续发展路径研究[J].中国编辑.2021(6).
- [4] 张雅斐.乡村振兴战略下农村短视频的传播价值及提升路径研究[J].西南科技大学学报(哲学社会科学版).2021(5).
- [5] 周伟,王欣瑞.乡村振兴战略下农村信息传播困境与策略探究[J].云南农业大学学报(社会科学).2021,15(01).

课题项目：河北省社会科学发展研究课题，编号：202207050。

作者简介：张晓艳（1977-），女，教授，戏剧影视学博士，河北科技大学影视学院，主要研究方向为影视理论及其跨媒介研究。王悦（1999-），女，河北科技大学影视学院2021级戏剧与电影专业在读硕士研究生，主要研究方向为电影导演创作。