

热点观察

从李子柒到“拉面哥”，短视频像一只神奇的魔术手，将长期缺乏关注的乡村风物拢到聚光灯下，创造出一个个乡村叙事的媒介传奇——

乡村文化振兴，短视频能有点啥

□ 匡野

最近，“山东拉面哥”火了，顺着也让他所在的村子成为“网红打卡地”。将“山东拉面哥”送上热搜的是一条讲述他“3元一碗的拉面15年不涨价”的短视频，目前这条45秒的短视频在抖音一个平台上的播放量就超过了406亿次。除了“山东拉面哥”主题短视频，近日吉尼斯世界纪录官方宣布李子柒以1410万的订阅量刷新了由她在2020年7月创下的“最多订量的油管中文频道”纪录的消息，更是让人惊讶于乡村短视频所带来的跨越国界的文化吸引力、影响力及传播力。

《第47次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国短视频用户规模已达8.73亿，占网民总数的88.3%，短视频生存、短视频社交、短视频消费时代已然来临。面对当下用户在社交、娱乐、资讯获取等方面持续向短视频形态转变的现实，各类题材内容的短视频化表达，成为很多群体信息传播新的突破口。其中，乡村短视频凭借“真实、淳朴、亲近自然、接地气”的文化底色，成为短视频平台上一道独特风景线。

1 数字化土壤“长出”新故事

近年来，农村网络基础设施的完善、智能终端的普及，使得原本隔绝闭塞的乡村信息化程度不断提高。在此基础上，短视频凭借自身“短、平、快”的技术特性与传播特点，在消融城乡边界、解决城乡时空隔阂方面起到了不小的作用。例如，今年春节受疫情影响，广大民众积极响应政府“就地过年”的号召并利用短视频拜年。《2021抖音春节数据报告》显示，从2021年农历小年至正月初四，短视频拜年数量同比增长11倍，短视频拜年成为新年俗。总之，短视频为城乡互动对话构建了全新的数字化桥梁，也为乡村文化传播提供了全新渠道。

短视频的拍摄制作技术门槛很低，可以随手拍，随时发。各大短视频平台打出的“记录美好生活”“记录世界、记录你”“拥抱每一种生活”的宣传口号，更是直击乡村民众内心潜在的自我表达欲望，使短视频成为不擅长文字表达的



▲李子柒短视频截图。

▼“山东拉面哥”短视频截图。

短视频能否对改变农民的生活产生积极作用？查看更多调查，请扫描二维码。



年轻人喜欢的并非都是“无脑剧”“傻白甜”，传统文化也不应总是“高冷范”“夫子腔”

传统文化之美需要年轻化表达

□ 李韵 苏晓彤

一季、二季、三季……谁也没有想到，中央广播电视总台推出的文博探索节目《国家宝藏》不仅自己火了，还带着很多博物馆一起“火出了圈”，一些博物馆及其馆藏文物成为年轻人竞相追捧的“网红”。

近年来，《中国诗词大会》《典籍里的中国》等传统文化类综艺节目陆续推出，均收获了不错的人气口碑。它们成功的共同经验是，采用贴近当下观众审美需求的方式解读传统文化，使用时尚有趣的方式包装传统文化，通过大众传媒与现代艺术相结合的方式传播传统文化。

一段时间以来，社会上对年轻观众和传统文化的认识存在着

2 构建出与城市截然不同的价值审美与文化景观

短视频平台不断加大对乡村短视频创作的激励与扶持，以及主流媒体对李子柒等“乡村网红”的关注与报道，都让人们意识到短视频是当下乡村民众进行自主表达、追求社会身份认同、传播乡村文化的有力载体。

随着一个个“乡村网红”的出现，网上掀起了乡村题材短视频的创作热潮，似乎人人都能成为网络明星，似乎人人都可以通过拍摄短视频发家致富、改变命运。《2020快手三农生态报告》显示，截至2020年12月，快手短视频平台三农兴趣用户超过了2亿。其中，相关短视频日均播放量6.5亿次，日均消费时长500万小时，日均点赞

1200万次。

随着大量创作者的入局，各大短视频平台上的乡村题材短视频从数量到内容样式再到表现形式，均迎来爆发式增长。有学者曾对快手短视频平台进行抽样研究，其中所抽取的124条短视频中，38条为乡村类短视频，所占比例最大。此类短视频往往都是乡村民众在日常生活中随手拍摄的，内容主要涉及农活、记录日常、才艺展示、民俗文化、乡村风光等。

虽然绝大多数乡村题材短视频在构图、用光、剪辑等方面远不及影视作品那般精致唯美，但那种“粗糙”更具真实感，文本视频日均播放量6.5亿次，日均消费时长500万小时，日均点赞

中拉近了与观看者的距离。

通过对抖音平台上头部乡村题材短视频创作者及其作品的研究，我们发现互联网用户对于乡村题材短视频中呈现的文化景观最感兴趣，例如在抖音上拥有4297.8万粉丝的李子柒主要分享原生态乡村美食及非遗文化；拥有430.1万粉丝的“巧姐9妹”主要分享乡村美食及农家生活场景；拥有242.4万粉丝的“牛不啦”则主要分享乡村婆媳及妯娌间的生活场景。随着大量乡村民众不断通过“元叙事”的方式创作传播反映乡村原生态生活的短视频作品，乡村生活化的文化底色随之呈现，并构建出与城市截然不同的价值审美与文化景观。

3 乡村要避免在“数字化仪式”中掉入“狂欢陷阱”

与文字相比，视觉呈现方式在唤起情感方面更直接、更快速、更具冲击力，因此乡村题材短视频所获得的关注度是乡村题材小说根本无法比拟的。

然而，正如美国文化研究学者詹姆斯·凯瑞在《作为文化的传播》一书中所言，技术的延伸及其带来的文化重置现象只残留了人类学意义上的仪式和叙事。就乡村短视频而言，不论创作者如何力求表达、记录、分享乡村景观，如何忠实于乡村文化的“现实经验”，乡村短视频作为一种“社交颗粒”，其片段的、支离破碎的、断章取义的叙事文

本并不能完整勾勒出乡村文化全貌。并且广大网民对于乡村题材短视频内容的围观，并不一定能改变业已固化的乡村文化在他们心中的位置。

此外，短视频的娱乐属性远大于文化属性，在“流量为王”的市场竞争中，它不得不沿着市场化、商业化的发展路径一路狂奔，以便在网络空间中获取更多关注。当粉丝数、播放量、点赞量、转发量、互动量等一系列技术性指标成为衡量短视频文本价值的主要准则，迎合用户喜好及平台算法成为短视频创作的主要目的，乡村文化就会沦为乡村题材短视频吸引眼球、刺激互动的噱头和外衣，多数创作者不会再在创作中对乡村文化的价值进行提升与雕琢，“通过短视频传播乡村文化”自然就成了空话。

技术与商业的联姻以及对消费力量的迎合，必然会对原来的文化生态造成冲击。目前，乡村题材短视频创作中已经出现了这种趋势。随着竞争的加剧，一方面，大多数头部乡村题材短视频创作者开始被MCN机构收编（编者注：以盈利为目的的短视频经纪公司通过合作、签约等方式将具有一定粉丝数和影响力的创作者聚合到一起，通过平台化的运作模式，为创作者提供运营、商务、营销等服务，降低其运营成本 and 风险，实现商业的稳定变

现），导致创作内容呈现出明显的商业化、机构化以及迎合用户化的倾向；另一方面，随着用户对乡村短视频产生审美疲劳，乡村文化审美的话语空间正遭受着短视频平台上审美狂欢的冲击以及异化表达的挤压。

目前，腰部创作者的作品如果没有独具特色的“卖点”往往很难获得很高的关注度。例如，拥有20.7万粉丝的“鸿姐的土货”，长期坚持分享重庆江津地区的乡村美景美食，已经在抖音上发布了1200多个作品，可除个别短视频获赞量过万外，绝大多数短视频通常只有100到200个点赞，评论量更是屈指可数。与之相对的是，一名普通农民无意间发布的一条“生吃猪肉”的短视频却获得了上千个点赞以及超过400条评论。

总之，火爆的短视频为乡村文化传播提供了极大便利，为乡村文化振兴带来新的希望。但我们也要看到，在短视频传播场域中，乡村文化作为一种相对弱势的文化，依然遭受着都市话语的建构和商业话语的解构。此外，更须警惕的是，乡村莫要在“数字化仪式”中陷入“狂欢陷阱”，否则不仅不利于乡村文化振兴，反而会丢掉乡村文化的本色。

（作者系中国传媒大学新媒体研究院助理研究员）

走近艺术家



田连元在进行评书录制。

赵凤兰/光明图片

80岁的他，是一代口吐莲花的评书大家，将评书这门“半身艺术”变成了“全身艺术”，并首次把评书搬上电视，其电视评书作品《杨家将》曾引发收视狂潮。他说，评书要说出味道，重在一个“评”字，拿着人家的书照本宣科讲故事，那是朗读者，不是评书家，真正的评书家要做学问。

田连元：一人撑起一台戏

□ 赵凤兰

采访评书表演艺术家田连元是件“养眼”的事，他不光说，还带着表演，同时夹杂着一连串绕口令和贯口词，神情和肢体语言极为丰富。每每说到动情处，还嫌坐着要不开，总要站起来手舞足蹈，时不时来个身姿矫健的戏曲身手和武打动作，有一种为了艺术奋不顾身想要表达的冲劲，完全不像80岁的老人。

然而，曲艺世家出身的田连元起初并不愿说书。为了养家糊口，他不但不愿学艺，在一块醒木、一把折扇、一块方巾的陪伴下，他从天津杨柳青的“莲花儿”书场说到辽宁本溪的屯台；从辽宁广播电台说到中央电视台；从北京说到香港、台湾以及加拿大多伦多、俄罗斯圣彼得堡，足足说了65年。评书表演中，他集编导于一身，通常几分钟内，一人分饰好几个角色，曾被媒体誉为一人演百的“立体评书王”。

“我当过皇帝、宰相、元帅、使臣、平民、乞丐，但都是假的，追求说书人的境界和艺术真谛却是真的。”谈起自己的评书生涯，田连元机智地抖着包袱。

如何将评书说得扣人心弦？对此，田连元直言：“会说书的说人物，不会说书的说故事。评书的真谛是把人物说话说透，用过去老艺人的话说，要说得让观众拔不出耳朵来。”在他看来，评书创作与小说创作有共通之处，只有人物鲜活、立意深刻、情节合理、矛盾凸显，对人有启发并使人信服，观众才会跟着你哭，跟着你笑，跟着你紧张，否则就是白开水。

看戏看轴，听书听扣。不过，在田连元看来，说书光靠制造悬念的扣子吸引观众远远不够，更重要的是人物情节的矛盾纠葛，不同心理的复杂碰撞，以及说书人对人情事理的独特点评。“评书要说出味道，重在一个‘评’字。拿着人家的书照本宣科讲故事，那是朗读者，不是评书家。真正的评书家要做学问，要本着唯物主义史观，对所读书目进行考证、撰写、汇编，向观众传递真实的历史经验和知识。”

“说书的肚子，杂货铺子”，这是过去老艺人常挂在嘴边的一句话。在田连元看来，评书演员的涉猎面应该“多广杂”，这样才能配得上“说书先生”的称谓。为此，他身体力行，常年习武练功，博览群书，还弹三弦、唱样板戏、做导演、习诗文、写剧本，甚至专门研读了斯坦尼斯拉夫斯基、布莱希特表演体系和希区柯克的悬念推理。这些“诗外功夫”为田氏评书注入了鲜明特色。“曲艺界很多人囿于圈内，这是这门艺术不能充分发展的原因。受公孙大娘舞剑启发，王羲之将书法写出了舞剑的感觉。话剧的语言、歌剧的形

体、卓别林的默片、戏曲的唱念做打都应该成为评书演员借鉴的对象。”他说。很多人认为评书是听觉艺术，田连元对此并不认可。“难道听书的都是盲人吗？评书其实是一门声音并茂、说表同步的视听艺术，必须动起曲身手和武打动作，有一种为了艺术奋不顾身想要表达的冲劲，完全不像80岁的老人。”田连元说，面对影视等艺术的冲击，许多曲艺人自惭形秽，觉得评书只是小玩意儿，无法跟大的艺术门类相提并论。对此，田连元反驳说：“评书的艺术价值是不可估量的，它是一门很有文化、很了不起的艺术，就像微型原子弹——体积小但杀伤力大，仅一个人就能征服亿万观众。”他认为，评书最大的魔力在于，既华丽丽的戏装、闪烁的灯光，也无特别的音响，完全以纯虚拟的表演形式，一个人撑起一台戏，搅动江湖风云，弄得满堂生辉，这是一种酣畅淋漓的艺术创造和自我挖掘的审美表达。“电影、话剧等体验派艺术都要抛掉自我，刻画人物；而评书艺术始终以来自我跳进跳出，虽一人多角，但不失去自我，营造的是一种想象的表演艺术体系，能在有限的空间中创造出无限的人物故事，带领观众进入自由驰骋的艺术时空和审美境界。”基于此，田连元准备撰写一部曲艺表演理论体系的著作，把评书不同于斯坦尼斯拉夫斯基、布莱希特和梅兰芳表演体系的精妙之处阐述出来。

20世纪80年代，田连元的电视评书作品《杨家将》曾引发收视狂潮。如今，评书的影响力虽不及当年，但也开始与新媒介结合，衍生出诸如网络评书、动漫评书等新业态。“虽然有的作品只取我的声音，弄个动漫小人儿替我表演，但我并不反对，因为它是评书适应时代的一种生存方式。”田连元说。

虽然早已成为评书名家，但田连元丝毫没有停歇脚步，目前他正在撰写长篇评书《话说党史》，他要用评书的形式向今天的人们讲述中国共产党的百年故事。被问到如何才能成为语言大师和大说书家，田连元呷了一口茶，眯起笑眼打趣地说：“那就看到头昏脑涨，写到晕头转向，练到吃吗不开，想到不如改行。”

（作者系中国文化报高级记者）