

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

(专业学位)

论文题目 乡村振兴战略背景下乡村文化的传播策略研究——以安徽合肥白山镇为例

研究生姓名： 王嘉琪

指导教师姓名、职称： 杨晓峰 教授

学科、专业名称： 新闻传播学 新闻与传播

研究方向： 网络与新媒体

提交日期： 2022年6月4日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 王嘉琪 签字日期： 2022.06.04

导师签名： 杨晓峰 签字日期： 2022.06.04

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，_____（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 王嘉琪 签字日期： 2022.06.04

导师签名： 杨晓峰 签字日期： 2022.06.04

导师(校外)签名： _____ 签字日期： _____

**Study on the Communication Strategy of
Rural Culture under the Background of
Rural Revitalization Strategy -- A case
study of Baishan Town, Hefei, Anhui
Province**

Candidate : Wang Jiaqi

Supervisor: Yang Xiaofeng

摘要

乡村文化源于中华传统文化，它也是中华文化的一个重要分支。乡村文化传播关系着中华文化的传承与发展，在中华文化传播过程中占据着重要地位。党的十九大报告提出实施乡村振兴战略，统筹谋划乡村经济、政治、文化、社会、生态文明建设的全面振兴。文化振兴是乡村振兴中不可或缺的重要方面，孕育着乡村经济、生态建设发展的土壤。一直以来，乡村传统文化的保护和传承情况都不容乐观，在实现乡村文化振兴的道路上荆棘遍布，而这对于我国政治、经济乃至实现全面振兴的目标都将会产生重要影响。

文章立足于乡村振兴战略的宏伟背景下，选取安徽白山镇作为调研对象，从文化传播的视角切入，以此深入挖掘现今时代下乡村文化传播的路径创新，笔者选取深度访谈、实地观察等研究方法，经过实地调研后总结当前乡村文化传播的现状及面临的困境，经过资料的整合发现在传播人才、传播理念以及传播体系等方面存在严重不足，针对这些问题提出相应指导性的应对策略，在重视乡村文化传播主体地位、建立乡村文化传播队伍、加强基础设施建设、构建立体化的传播内容、拓展乡村文化传播维度等方面，进一步加强文化传播，为更好地传承、传播优秀乡村文化提供借鉴与参考。

乡村文化的振兴和传播是一条漫长且艰辛的道路，无法一蹴而就更不能将传播策略照本宣科直接使用，乡村文化的传播策略需要在乡村振兴战略的指引下依据地域特色，结合乡村的实际情况找到适合当地文化发展的传播路径。

关键词： 乡村文化 乡村振兴 文化传播

Abstract

Rural culture originates from Traditional Chinese culture, and it is also an important branch of Chinese culture. The dissemination of rural culture is related to the inheritance and development of Chinese culture and plays an important role in the dissemination of Chinese culture. The report to the 19th National Congress of the Communist Party of China proposed the implementation of the rural revitalization strategy to make overall plans for the economic, political, cultural, social and ecological revitalization of rural areas. Cultural revitalization is an indispensable aspect of rural revitalization, which breeds the soil for rural economic and ecological development. For a long time, the protection and inheritance of traditional rural culture is not optimistic, and there are thorns all over the road to achieve the revitalization of rural culture, which will have an important impact on China's politics, economy and even to achieve the goal of comprehensive revitalization.

Article based on the strategy of rejuvenating rural grand background, select anhui BaiShan Town as research object, from the visual Angle of cultural transmission, to dig deeper into this era under the village culture propagation path of innovation, the author selected depth interview, field observation and other research methods, through on-the-spot

investigation after summarizing the current status quo and the plight of the rural culture dissemination, After data integration found in talent, idea and transmission system and so on serious deficiencies, to solve these problems put forward the corresponding instructional strategies, in pay attention to the principal position of rural culture communication, to establish rural culture communication team, strengthen infrastructure construction, the construction of a three-dimensional dissemination content, expand the rural culture dimensions, etc., Further strengthen cultural communication, for better inheritance, dissemination of excellent rural culture to provide reference and reference.

The revitalization and dissemination of rural culture is a long and arduous road, which cannot be accomplished overnight, let alone directly using the communication strategy as written. Under the guidance of the rural revitalization strategy, the communication strategy of rural culture needs to find the communication path suitable for the development of local culture according to the regional characteristics and the actual situation of rural areas.

Keywords: Rural culture ;Rural revitalization ;cultural dissemination

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的与意义.....	2
1.2.1 研究目的.....	2
1.2.2 研究意义.....	2
1.3 研究现状与文献综述.....	3
1.3.1 国外相关研究.....	3
1.3.2 国内相关研究.....	5
1.4 研究方法与创新点.....	8
1.4.1 研究方法.....	8
1.4.2 创新点.....	9
2 乡村振兴战略与乡村文化传播	10
2.1 乡村振兴战略背景介绍.....	10
2.2 乡村文化传播概念解说.....	11
2.2.1 乡村文化.....	11
2.2.2 乡村文化传播.....	12
3 白山镇乡村文化传播现状	13
3.1 安徽省白山镇区域规划.....	13
3.1.1 地理环境及人口要素.....	13
3.1.2 教育与信仰情况.....	14
3.1.3 媒体普及及使用情况.....	15
3.1.4 社会概况：生态旅游繁荣发展.....	16
3.2 安徽省白山镇乡村文化传播的调研情况.....	17
3.2.1 白山镇乡村文化的传播主体.....	17

3.2.2 白山镇乡村文化的传播渠道.....	19
3.2.3 白山镇乡村文化的传播内容.....	25
3.2.4 白山镇乡村文化的传播特点.....	28
4 白山镇乡村文化传播存在的问题及成因.....	30
4.1 文化传播基础薄弱.....	30
4.1.1 缺乏资金.....	30
4.1.2 乡镇政府重视程度不够.....	31
4.2 文化传播交互不自信.....	31
4.2.1 传播人才匮乏.....	31
4.2.2 工作人员缺乏创新理念.....	32
4.3 传播内容：现实与需求的脱节.....	33
4.4 传播形式单一.....	35
4.5 传播语境：文化认同和集体记忆的缺失.....	36
5 乡村振兴战略背景下乡村文化传播的策略.....	39
5.1 强基固本补短板.....	39
5.1.1 加强基础设施的利用率.....	39
5.2.2 加强信息基础设施建设.....	39
5.2 发挥不同群体现存优势.....	39
5.2.1 党员群体.....	39
5.2.2 新乡贤群体.....	41
5.2.3 学生群体.....	41
5.3 提升乡村文化建设主体的文化自觉意识.....	42
5.3.1 重视农民主体性.....	42
5.3.2 提高农民的媒介素养.....	43
5.3.3 发挥意见领袖的作用.....	45
5.4 构建立体化的传播内容.....	45
5.4.1 发掘优秀的传统文化.....	46
5.4.2 重视群众文化.....	46

5.5 拓展乡村文化新媒体传播维度.....	47
5.5.1 打造乡村文化新媒体传播平台.....	47
5.5.2 借助新媒体信息技术.....	49
5.5.3 加强传播资源的融合.....	50
5.5.4 重视代际传播模式.....	51
5.5.5 重视村民的公共活动空间.....	51
5.6 培育和打造乡村文化传播人才队伍.....	52
5.6.1 注重村委会的联动作用.....	52
5.6.2 注重传播主体的其他层面.....	53
结语.....	55
参考文献.....	56
后记.....	62
附录.....	63

1 绪论

1.1 研究背景

自改革开放至今，中国农村的整体发展已经实现了历史性的跨越，乡村面貌发生了巨大的转变，农民在物质生活和精神生活这两个层面也实现了质的提升。在国家层面，政府部门已经制定并出台了很多与此相关的文化政策，例如，推动“文化惠民”，建设“美丽乡村”，推广“文化下乡”等。这些政策的出台都是为了维护农民的权益。中央在2018年出台了《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》，从这份文件中，可以看出国家明确提出将繁荣农村文化作为国家重点建设的工程，在这些政策性意见中也能够感知到国家对农村文化建设的重视程度，对建立健全乡村公共文化服务体系的态度。除此之外，党的十八大自召开后到现在，习近平总书记一直强调文化建设、文化自信对于国家长远发展的重要意义，并且，在乡村文化建设中高度重视乡风文明的树立，号召人们对乡村中现存的优秀乡土文化进行深入挖掘。由此看来，国家政策向乡村文化建设方向的倾斜也证明了乡村文化在新时代下存在的重要性。

中华民族能够长久发展的动力源泉就是文化，文化作为人们不可或缺的精神家园一直存在于人们日常生活的方方面面。乡村文化亦如是，乡村文化为乡村长远发展提供了源源不断的生命力，因此，它也是乡村得以源远流长、繁荣发展的强大根基，乡村文化为乡村的日常发展提供了充足的养分，对于实现乡村治理，提升治理能力产生强大的助推效果，在全面推进乡村振兴战略中发挥着关键作用。

在媒介高度融合的时代背景下，乡村文化也得以拥有更强大的技术支撑。与此同时，村民们能够更加方便快捷地接收到新的媒介讯息和文化内容，丰富了日常生活的信息获取渠道。然而，新的媒介诞生的同时，利弊也与之伴随，一方面，对于促进乡村文化的繁荣发展起到推动作用，另一方面也给乡村文化在传播过程中带来了一些隐患。除此之外，当前乡村文化在传播中，还普遍存在着对于本地区文化传播的忽视，公共文化生活空心化、缺乏专业化人才、内生动力不足和文化资源整合利用不到位等问题。因而，基于乡村振兴战略，重视乡村文化的传播，

加强思想文化建设，开创文明乡村，开启新时代乡村文化的培育建设，这些具体的举措对于振兴乡村文化，繁荣中国乡村整体发展依旧具有重要价值。

本文以乡村振兴战略作为研究背景，以安徽省合肥市白山镇作为典型调研对象，从乡村文化的传播入手，讨论在现今的时代背景下，乡村文化在传播过程中出现的问题，针对出现的问题，找到更好的传播策略，从而为乡村文化注入新的生命力，助力乡村文化更加持久地发展。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

随着社会主义的进一步发展，在新时代，人们的精神文化需求被提到一个新的高度。在农村，文化建设对于促进乡村整体协调稳定发展发挥着不可替代的作用。国家层面提出的乡村振兴战略就是将发展聚焦于农业、农民、农村，为解决和改善农村现状不断做出努力。

乡村文化建设是加快进行乡村振兴战略的催化剂，在解决“三农”问题上，加快推动乡村振兴战略的实施具有现实意义，对于缩小城乡差距十分关键。自改革开放以来，我国乡村的整体面貌发生了巨大的变化，但与此同时文化传承也在一定程度上出现了断裂的现象，空心村不断涌现，在时代发展的整体趋势下，关于乡村命题的研究愈发受到重视，广大学者逐渐将目光聚焦到这一方面。在中国，农村是一个重要的存在，这块区域是不容忽视的。中国乡村的未来将会迎来什么样的发展，这个时代命题也等待着我们去找到答案。反观国家的战略举措，从“新农村建设”、建立农民的“精神家园”再到“美丽乡村”的实施，国家在乡村文化建设方面从未放松警惕，对于今天的乡村，基于国家政策的指导，力图将乡村建设成为更多人理想中的精神文化家园。

1.2.2 研究意义

乡村振兴战略的最终目标是坚持将乡村打造成产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的美好模样。在此基础上推动城乡融合发展机制的建立，促进社会和谐健康。针对乡村社会的现状，如果想要得到改善，可以尝试从治理

乡村环境、提升人民文化素养、改变原有的治理方式和治理思路等方面着手进行，最终达到由点到面的转变。

在实施乡村振兴战略中，文化的繁荣复兴在其中起到了强大的精神推动作用，与乡村文化建设相关的政策推动落实，能够有效保证乡村长远高效发展、缩小当前存在的城乡差距并改善人民的生活水平。

随着互联网技术不断向纵深方向发展，5G技术、云计算、人工智能、大数据指引下的技术变革改变着人们的生产生活方式，也为文化环境的塑造带来了深刻的影响。然而，由于城乡发展差距这一现实背景的存在，乡村始终处于落后的层面，这些技术尚未完全在乡村得到普及和利用。因此，如何利用互联网更好地将乡村文化传播出去，如何利用互联网技术在乡村文化建设中发挥积极作用，如何使农民利用互联网技术发挥主体地位是本次研究的目的与意义所在。

乡村文化是我国文化建设中的重要组成部分，重视乡村文化建设对于解决三农问题具有重要意义，互联网的发展为乡村文化传播提供了新的生机与活力，合理利用互联网推动乡村文化振兴，为推动乡村文化的长远发展注入动力。从现实意义出发，白山镇拥有悠久的历史文明传承，依托省会城市合肥，经济发展呈现朝气蓬勃之势，文章所指的乡村文化主要是指人们与乡村在相互影响中成就的全部物质与精神的总和。目前，针对乡村文化在传播过程中存在的传播形式单一、政府角色模糊、传播主体主动性较差等问题，文章采取深度访谈法、实地观察法以及个案研究法得出具有真实可靠的各项数据，针对白山镇乡村文化传播现状进行剖析，找到未来发展的方向并提出应对的策略，促进白山镇乡村文化的传播、发展。

1.3 研究现状与文献综述

1.3.1 国外相关研究

“乡村文化传播”在发展的整个阶段都融入了传播政治经济学的思想理念。传播政治经济学的关注焦点一直都存在于全球领域不平等的权力关系、文化工业的复杂性记忆资本对文化传播活动的影响等。乡村课题与此产生关联的还要追溯到学科开创者斯迈斯（Dallas Smythe）与其学生彭达库（Manjunath Pendakur）

的研究。他们将关注的对象聚焦到印度小乡村拉马纳加拉姆（Ramanagara）上，针对商业电视的引入以及制度变迁在农村生活及文化中产生的影响进行深入调研，他们的关注焦点集中在农民的“生存”与“平等”的命题上。

拉扎斯菲尔德、拉斯韦尔、施拉姆等作为代表的美国传播学者围绕乡村的发展问题进行研究，也被称作发展传播学。发展传播学主张利用现代的传播技术、媒介和传播规律，推动社会政治、经济和文化的变革与进步。比如在“创新扩散”等理论框架中，乡村和农民都被视作文化传播中的被动接受者，普遍缺乏主体性。^①文化人类学研究者逐步抛弃了在他者文化方向的研究，研究专家们继续奔赴巴厘岛、摩洛哥、夏威夷岛以及亚马逊河丛林等地区，他们开始关注到生活在此处的原始部落，关注到他们的生活及生产方式。但是，随着时间的推移，他们逐渐背离了原始的研究目的，从证明西方现代化的优越性向为现代化提供另类可能性上转变。特比是在19世纪，研究学者们看到了由于对发展速度的一味追求导致社会出现太多的问题，例如犯罪、吸毒、贫困、污染、死亡等，芝加哥学派在这样的社会环境下诞生了，他们的关注焦点集中在批判与反思现代化及线性发展路径上。

在乡村文化建设的现实因素中，国外学者研究得出，**在两种因素的影响下，乡村文化产生了一些新的变化。**首先，一些乡村传统文化在发展之初就存在着一些根深蒂固的问题；其次，伴随着城市化进程的不断发展，乡村文化也受到了冲击和挑战。林奇的观点是：在美国阿巴拉契亚的乡村，有一些诸如极端暴力的负面词汇存在于当地的乡村传统文化中，这种现象对本地村民造成了极其恶劣的影响。^②在城市化冲击乡村文化的相关研究中，罗吉斯与伯德格在《乡村的社会变迁》一文中指出在美国乡村社会转型发展的过程中，乡村传统文化**包括由其主导的价值观也发生了翻天覆地的转变。**^③格雷厄姆则认为，社会在持续发展的过程中，乡村和城市之间的关联**也变得越来越密切，伴随着快速发展的城市化，社会整体的经济结构与生产模式不断变化，原有的乡村文化独特性日渐消失，外来的干扰因素不断增加。**^④

^① 刘锐. 2001-2010: 中国发展传播学研究现状与前景[J]. 国际新闻界, 2011(06).

^② Lynch K R , Logan T Jackson D B. "People Will Bury Their Guns before They Surrender Them": Implementing Domestic Violence Gun Control in Rural, Appalachian versus Urban Communities[J]. Rural Sociology, 2018, 10.

^③ 罗吉斯 伯德格. 乡村社会变迁[M]. 王晓毅 王地宁译. 浙江人民出版社. 1988, 9, 18.

^④ Graham B. Heritage as Knowledge: Capital or Culture[J]. Urban Studies, 2016, 39.

在有关乡村文化建设作用的研究中，国外学者重点关注这几个方面：培养乡村居民自主意识的形成、加快乡村转型以及改善村民的生活水准。特莱特在研究中提出，公众在社会实践中，文化在其中已经逐渐成为重要的媒介之一，这些主要归因于乡村文化建设、乡民对自身身份认知的觉醒，这种自我意识在乡村的居住环境、乡村治理的规章制度中有具体体现。^①关于乡村的转型发展，普迪安蒂通过研究印度尼西亚曼丁村发现，农村社会在转型发展的过程中，文化凭借着自身的独特性在其中发挥着愈发重要的作用，虽然在乡村转型的大背景下，乡村文化中的一些内容与当前社会整体的经济发展节奏产生了脱轨，但是与此同时，村民们的自我价值逐渐得到强化，乡村中人文景观不断完善，这些实际的转型变化对于乡村实现整体发展有重要的现实意义。^②至于在提高村民生活水平这一方面，20世纪末期，日本围绕重振乡村为主题的“造村运动”，从乡土的根本出发，着重发展当地的特色化产业，文化产业也被纳入到当地的产业发展中，重点开发特色文化产业，推动“一村一品”。

1.3.2 国内相关研究

1. 关于乡村文化的研究

国内有关乡村文化的研究已有很长时间，积累了很多文献资料。关于乡村文化的认识不同学者存在不同看法，这些看法有重合的部分也有存在差异的地方。王敦认为，乡村文化是中国传统文化中的一个重要分支，这两部分之间是包含与被包含的关系，相互促进，相互发展，在他的论文《乡村振兴背景下壮民族优秀传统文化传承创新的审美人类学视域》中有深入的分析；持相同观点的还有胡剑南，他在论文《乡村振兴战略背景下的乡村文化研究》中明确表明，乡村文化源于中国传统文化，传统文化是其根脉，在这篇文章中，他指明了乡村文化的范围，乡村文化具有极强的包容性，它的内里也具有丰富多样的特点；学者史锋认为乡村文化的产生离不开地域文化这张温床；学者雷家军对于乡村文化做出了更加细致深入的剖析，他的文章《中国乡村文化十大关系论纲》中详细梳理了目前乡村文化存在的十种关系，除此之外，这篇文章中还提到了当前乡村文化形成的必

^① Bartleet B L,Carfoot G,Murn A.Exploring University—Community Partnership sin Arts—Based Service Learningwith Australian First Peoples and Arts Organizations[M]//Engaging First Peoples in Arts — Based Service Learning.Berlin: Springer International Publishing,2016.

^② Pudianti A,Syahbana J A,Suprapti A.Role of Culture in Rural Transformation in Manding Village,Bantul Yogyakarta,Indonesia[J].Procedia—Social and Behavioral Sciences,2016,227.

要条件之一就是社会的不断变革。

关于乡村文化更深层次的讨论,学者梁漱溟与费孝通相关研究都有涉及。在梁漱溟看来,他认为借助改造乡村文化,用优秀的乡学和村学去教育民众,用本土的优质文化去重新书写更好的篇章,从而实现繁荣中国传统文化的终极目标;作为社会学家的费孝通,他主张从经济学角度,先要保证农民的利益,慢慢提高并改善农民的生活水平,从而实现发展乡村文化的目标。这两位学者针对乡村文化的研究从各自出发,站在不同的维度对这个主题提出了自己独到的见解,在某种程度上,为中国乡村文化的建设提供了新的思路。除此之外,学者沙垚作为研究乡村文化的重要专家之一,在他看来,乡村文化传播主要涉及到三个层面的内容。第一层面是涵盖与传统文化相关的一切传播活动;第二层面是涉及到与群众文化活动有关的传播;第三层面囊括与大众文化有关联的传播活动。笔者通过分类发现,有关乡村文化传播的研究,国内学者大多都聚焦于传播主体、传播策略、城镇化背景下的乡村文化以及新媒体中的乡村文化传播。

学者谢太平在乡村文化方面也有深入的研究,关于乡村文化,他从乡村影像的角度切入,为研究乡村文化找到了一个独特的视角,论文名为《乡村影像的“自—他式传播”与乡村文化建设路径创新——基于西北村庄的田野考察》,这篇文章以中国甘肃的某个乡村展开田野调查,在进入当地后,深入乡村环境内部,从乡村影像的研究切入,剖析乡村影像为乡村文化建设提供的全新发展路径。^①除此之外,在有关乡村文化传播的研究中,他将现今广泛流行于乡村的两种文化形式:广场舞和农家书屋进行对比分析,在相同的乡村环境和乡村主体面前,最终研究发现广场舞相较于农家书屋更适用于乡村文化环境,也产生更加优质的传播效果。

2. 乡村文化传播主体的研究

有关传播主体的研究,国内的大部分学者都认为要激发农民作为传播主体的积极性。相关代表学者有沙垚,他是研究乡村文化方面的重要代表,在论文《乡村文化传播的内生性视角:“文化下乡”的困境与出路》中,他从文化传播的内部视角切入,论证了农民作为文化传播主体所具备的重要作用,再次呼应广大研究者在对乡村文化进行研究时需要重视农民的存在,他认为需要给予农民充

^① 谢太平.乡村影像的“自—他式传播”与乡村文化建设路径创新——基于西北村庄的田野考察[J]西南财经政法大学学报,2017(05).

分的尊重和自由发展的空间。^①除此之外，赵月枝与沙垚在《被争议的与被遮蔽的：重新发现乡村振兴的主体》一文中发现返乡人群这一特殊群体在乡村文化传播中担当的独特作用，除了这部分人群之外，乡村中存在的弱势群体如老人和儿童也应当成为不可忽视的力量，存在即合理，存在即是价值，在他们看来，动员乡村文化的传播从来不是依靠单打独斗，而是全员力量的整合。^②

3. 乡村文化传播策略的研究

有关传播策略的研究，沙垚在他的论文《劳动作为联结——基于中国社会主义初期乡村文化传播实践的研究》中将马克思的劳动观融入其中，从劳动的视角讨论文化传播，以社会主义初期作为研究的时代背景；高山和谈国基于乡村振兴的战略视角，提出乡村文化研究的新思路，将现今时代特点与文化传播现状进行融合，得出在社会严重内卷的背景下，不利于乡村文化的传播，与此相对的文化环境应当趋向于外舒化的自由空间。

卢玉英的论文《乡村振兴战略背景下乡村文化建设路径研究》中，基于乡村振兴战略背景，对现存的乡村文化传播渠道进行深入探析，旨在缩小城乡发展差距，推动乡村文化更好传播；刘依健的论文《新媒体背景下武汉新洲乡村文化传播研究》，作者选取武汉新洲作为调研对象，基于新媒体的时代背景，从传播内容、主体、渠道和受众这四个方面展开论述，基于实践探索找到更符合当地乡土民情的传播策略，并为这方面的研究积累素材；孙喜红、贾乐耀、陆卫明在文章《乡村振兴的文化发展困境及路径选择》中，从当前乡村文化传播遇到的困境着手，提出与之对应的传播策略，诸如：重视发展乡村文化产业、加强对村民文化价值观念的普及以及对乡村传统文化的传承与保护等举措。

4. 新媒体时代城镇化背景下的乡村文化传播

在城镇化背景下的乡村文化传播方面，国内的研究主要有肖琦，他在论文《城镇化背景下旅游事业发展与乡村文化建设》中，立足于旅游业的新视角，提出鼓励性的发展策略，鼓励乡村发展旅游业进而实现文化产业的繁荣发展；江丽的论文《城镇化背景下乡村文化的传承与创新》中就将目光聚焦到城市文化对乡村文化传播产生的冲击，并在此基础上展开论述乡村文化在传播和继承中遇到的各种困境与挑战，提出应对措施。

^① 沙垚.乡村文化传播的内生性视角：“文化下乡”的困境与出路[J].现代传播，2016(06).

^② 赵月枝 沙垚.被争议的与被遮蔽的：重新发现乡村振兴的主体[J].江淮论坛，2018(06).

以新媒体的传播环境作为研究背景的重要学者主要包括庞慧敏、王馨誉，在他们的论文《网络时代乡村文化传播的重建与策略》中，虽然互联网快速发展为乡村文化的传播提供了崭新的思路和内容，但是也因此带来了许多复杂的问题，文章针对出现的问题提供了解决的思路，对于新的传播工具互联网与文化传播应当紧密结合才能实现传播效果的最大化；杜璐在她的论文《新媒体时代的乡村文化传播刍议》中，在新的传播环境发生变化的时代背景下，提出乡村文化传播面临的问题，进一步论述新媒体对乡村文化传播产生的影响，利弊共存，并在此基础上提出应对这些瓶颈的解决措施，在加强乡村基础设施建设、提升村民的媒介素养以及发展旅游业方面做出努力。

1.4 研究方法与创新点

1.4.1 研究方法

1. 深度访谈法

访谈法是定性调查的一方面，指研究者与调查对象进行面对面或一对一的交流，从沟通过程中获取研究资料并从中归纳和概括出某种结论的方法。文章主要是分析乡村文化的传播现状，因此需要了解村民的真实想法，访谈的环节必不可少，在这其中具有重要参考价值的就是乡村意见领袖，他们的认知和思考对于理解乡村文化传播具有重要的现实价值。本文采访了 15 位村民，在采访后将访谈结果汇总整合形成系统化的文字材料。本次访谈的对象主要有在乡村生活的大学生、村委会工作人员、乡村小学教师、普通村民。

2. 实地观察法

在对乡村文化传播策略进行考察时，需要我们深入实地参与到乡村生产生活实践中，了解村民的文化活动。因此，笔者在乡村通过实际参与的方式近距离考察村民如何进行乡村文化传播活动，在此过程中，直观深入获取一手资料信息。

3. 个案研究法

这种研究方法产生于心理学，主要是以个体的特征作为关注重点，为了调查个体在某个划定的区域、时间内的整体表现。研究对象集中在：个人、组织、团体、社区等，应用场景主要是一些具有代表性的事件或者人物，从调研结果中找到其中的共性以及独特性，为研究乡村文化传播添砖加瓦。

1.4.2 创新点

在研究对象的研究方面有所突破，没有将眼光局限在新的媒介工具对农村产生的影响，文章主要是从村民的视角出发，充分尊重村民在文化传播中的主体性地位；现代传媒工具的广泛推广确实给乡村社会文化传播面貌带来了改变，但是更应将焦点放在生活的微小细节里，从乡村生活的实际入手，通过考察找到他们在日常生活中如何借助传播工具建构自己的生活空间。

在研究目标上有所突破。文章中涉及到的传播主体，在实际调研中从日常景观切入，没有特别的设置一些环节，就是在沟通与闲聊中了解最真实的民情民意，了解他们的选择。

2 乡村振兴战略与乡村文化传播

2.1 乡村振兴战略背景介绍

目前，中国已进入到全面建成小康社会的决胜阶段，但是，在中国的乡村社会，不平衡不充分的发展问题还普遍存在着。因此，在全面建成小康社会的总进程中，乡村振兴战略起到关键的作用。以习近平同志为核心的党中央在中国国情、中国经济社会发展的阶段性特征以及国外乡村社会呈现的状态的背景下，在党的十九大报告中首次明确提出实施乡村振兴战略。

乡村振兴战略的提出目的就是为解决农村存在的问题，尤其是长久以来城乡发展不平衡的问题，为了让专家学者们将关注点聚焦到长期以来被忽略的乡村。一直以来，人们对乡村都存在着刻板印象，第一种存在于对进城务工的农村人，对这部分群体戴上有色眼镜，认为农村人素质普遍低下，进而觉得农村就是落后的象征；第二种是一直居住于城市，从未真正来到乡村，目光仅仅停留在大众媒介呈现出的农村样貌上，他们认为乡村都是画里走出来的美好田园。这两种刻板印象呈现出来的是对乡村的两种极端认知，都不是真实的乡村社会。由习近平总书记提出的乡村振兴战略，基于国家的层面开始重视乡村发展，在政策的推动下，越来越多的媒体、公众和专家学者们关注到乡村。乡村振兴战略的提出也预示着我国首次将三农工作上升到国家战略层面，与此同时更预示着我国乡村发展向下一个历史阶段迈进。

乡村振兴战略主要是指“乡村产业振兴、乡村人才振兴、乡村文化振兴、乡村生态振兴、乡村组织振兴”这五个方面，全方位多层次促进乡村社会的发展。经济基础决定上层建筑，为实现乡村跨越式发展必须改善整体经济实力，乡村振兴战略则恰恰是为了攻克这个难题，带动乡村产业链的形成，从而实现产业融合发展。人才从根本上来说是乡村发展的源动力，当前，乡村也制定了很多政策鼓励专业人才回乡创业即“人才回流”。在乡村，生态环境是其基本也是最为重要的资源，在鼓励乡村经济快速发展的同时更需要注重对乡村自然环境的保护，不能盲目开发，乡村的自然风光是难以复刻的自然财富也是乡村的独特优势，借助这个优势可以开发乡村旅游业，满足都市生活的人们寻求自然风光的需求，城市

生活快节奏发展的当下,越来越多的城市居民想要亲近自然,希望在乡野间获得心灵与身体的双重放松。由于物质生活水平不断提升,人们的精神文明也需要与其保持一致,乡村文化的振兴对于实现乡村整体健康有序发展来说十分重要,乡村和城市长久以来存在着“知识鸿沟”,文化振兴得到重视后,这个鸿沟有望缩小。

乡村振兴需要乡村文化传播。美国心理学家马斯洛(Abraham Harold Maslow)的需求层次理论(Maslow's hierarchy of needs)中将人的需求分为五个层次,分别是:生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求、自我实现需求。社会中的人们离不开信息,文化也同样如此,乡村文化建设是乡村振兴战略中不可或缺的一部分,然而就目前的乡村文化传播与发展的现状还不能实现乡村振兴的目标,乡村振兴战略中多次突出建设“乡风文明”的社会,不能停留在“社会的文化”更应当是“文化的社会”。

2.2 乡村文化传播概念解说

2.2.1 乡村文化

在对乡村文化传播策略进行深入研究之前,需要对乡村文化的概念有一个清晰的认知。对乡村文化的考察,可以从文化的视角切入。“文化”最早被提及是在《周易》中,纵观世界历史,英国文化人类学家爱德华·泰勒在《原始文化》一书中对文化这个概念进行如下定义,“文化是一个综合体,其中包括知识、信仰、艺术、法律、道德、习俗以及作为社会成员的人所掌握的其他能力和形成的习惯的复杂整体”^①。

在我国,乡村文化也被称作“乡土文化”,有关乡村文化的概念学界一直存在着多种界定。胡映兰认为,所谓的乡土文化是村民们在长期的农村环境中积累形成具有地域特色且趋向稳定的文化,这些文化蕴含着人们的行为习惯和价值观念,她从表面、深层次以及发展的意义将乡村文化进行分类。^②在学者卢渊、李颖和宋攀看来,乡土文化的产生离不开现实中存在的客观历史条件,它的内部具有一套完整的文化形态和运行规律,在维护中国传统文化的多样性和保证中国宗

^① [英]爱德华·泰勒:原始文化[M].连树声,译.桂林:广西师范大学出版社,2005:1.

^② 胡映兰.论乡土文化的变迁[J].中国社会科学院研究生院学报,2013(06):94-101.

族稳定发展的道路上起到重要的推动作用。^①学者赵旭东的观念是：乡村文化的形成离不开作为文化主体的农民，在这其中还囊括了乡村社会在长久发展中积累的乡土民情、民俗特色以及村民们的思想观念。在这些因素的共同作用下形成了以群众为基础的文化传播内容。^②乡村文化诞生于农村的自然环境中，农民是乡村文化的传播主体，他们在长久的乡村实践中形成深厚的文化资源，这部分群体也是组成中华民族文化的重要分支。在新时代，乡村文化建设的重要任务包括：丰富乡村文化内容，拓宽乡村文化传播渠道，改善乡村文化传播路径。

乡村文化具体可分为有形与无形两方面，抽象无形的一方面主要包含：村民共同形成的行为准则、宗教信仰、集体诉求等；有形的物质层面主要包括村貌农舍、婚丧嫁娶、民间禁忌等。乡村文化在历史的延续中逐渐影响到生活在这方土地上的人们的观念与行为。然而，在乡村生活的人们可能感受不到文化的存在，但是这种影响充斥在人们生活的环境中，具有不可替代性。

2.2.2 乡村文化传播

乡村文化传播实质上是文化借助信息和符码的形式去建构、表达并传播，除此之外，还有一个非常重要的步骤，他们在文化的传播过程中，对文化进行意义建构，赋予新的价值观念，在共同创作中获取对文化的建构与认同。乡村文化的传播经历了这样的过程后，实现了文化中蕴含的各种有价值的功能，它在传播后产生的文化特征将传统民俗文化与新时代的特色巧妙融合。随着新媒体的快速发展，新的媒介生态格局逐步形成，在这样的时代背景下，乡村文化传播机遇与挑战并存，借助新的媒介形式为乡村文化更好传播提供养分，将新时代的价值融入到传统乡村文化中，开发已有的乡村文化资源，打造独特的乡村文化品牌，这些都是乡村文化在传播中亟需解决的时代命题。

^① 卢渊 李颖 宋攀.乡土文化在“美丽乡村”建设中的保护与传承[J].西北农林科技大学学报(社会科学版), 2016(03): 69-74.

^② 赵旭东 孙笑非.中国乡村文化的再生产——基于一种文化转型观念的再思考[J].南京农业大学学报(社会科学版), 2017(01).

3 白山镇乡村文化传播现状

乡村与城市形成的二元体结构,长期以来使得乡村并没有成为大众和媒体关注的焦点。人们对当前的乡村文化传播现状也并没有一个清晰的认知,笔者选取合肥白山镇作为调研对象,将会详细介绍当地文化发展传播的现状以及存在的问题,包括产生这些问题的深层次原因。

3.1 安徽省白山镇区域规划

3.1.1 地理环境及人口要素

白山镇很早就有人类生活,从镇境内仅存的12个古代先民居住的原始村落“神墩”来看,至少在一万年前就是人类频繁活动的场所;旧支上记载的鼓角山的“秦王墓”,被确认的同春、兴岗三个汉墓,以及1981年在张守大岗上建小机房清基时出土的西汉时期两枚青铜镜,说明早在秦汉时期,镇境社会形态已臻完善,并且十分发达。白山镇隶属庐江县,古为淮夷之地,春秋为舒国,战国系楚地,秦朝属与于九江郡。汉初先后属淮南国、庐江国、庐江郡,景帝四年(前153年)置舒县,即今庐江县。1952年置白山镇,1953年改为乡,1958年改公社,1984年复设乡,1985年复置镇。1992年同春、金沈二乡并入。清初建镇,为县北古老集市之一。

白山镇位于庐江县东北部,距省会城市合肥57公里左右。全镇总面积99.98平方公里,集镇面积1.6平方公里,包含23个行政村、2个社区,镇总人口4.6万。白山镇所处的地理位置交通便利,省道盛(桥)同(大)公路穿境而过,与沪蓉高速、合九铁路相邻,市道庐纵旅游公路穿过白山镇中心,直抵巢湖。白山码头能够支撑可千吨船舶的停泊,经过巢湖通向长江等各大水域。距离合肥新桥机场,最长车程不超过2个小时。2012年以来,白山镇齐咀村建设建成“安徽省农民文化乐园示范点”和“合肥市级旅游美食示范村”,以及“安徽特色景观旅游村”,在此基础上白山镇齐咀村已经连续成功举办多届中国合肥巢湖开湖节,并在2015年4月11日成功承办了合肥市青春毅行活动。(图3.1所示)2016年9月下旬,齐咀村承办了第六届中国摩托艇联赛。2018年5月19日,白山镇再次承办合肥市青春毅行活动。



图3.1

3.1.2 教育与信仰情况

2011年末，白山镇有幼儿园2所，小学17所，初中2所，九年一贯制学校1所，共有专任教师352人，九年义务教育覆盖率100%；普通高中1所，专任教师75人；各级各类民办学校和教育机构6所。

整体的教育资源主要集中在集镇上，乡村很多小学在近几年由于生源的流失逐渐趋于消失。乡村的整体生源情况不容乐观。“目前学校整体的生源不好，每年的流失率都很大，主要原因在于现在家长们对于孩子的教育问题都很重视，不仅仅是小学，包括初中，整体都倾向于城镇，一般到小学三年级，父母就会在集镇上租房子，进行陪读。”（摘自访谈记录）针对上述情况，笔者本人也有切身体会，2007年开始，笔者所在的齐咀小学由于没有设置六年级，只能去到几公里外的邻村学校就读，当时已经有学生直接转入镇上小学就读，到笔者小学毕业，这种现象就更加普遍。生源流失现象也愈加严重，现今，笔者就读的齐咀小学已经彻底关闭了。

近几年由于国家对乡村学校基础设施配备的重视，目前农村中小学校的硬件设施都很完备，图书资源充足，学校还为学生们开设了读书角、图书室，充分满足孩子们对于阅读的需求，学校教室新媒体资源覆盖到位，进一步满足了师生上课

的基础配备。“相较于生源流失，农村教育的硬件条件还是很可以的，主要还是家长们普遍重视子女教育问题，都想要自己的孩子接受到更好的教育资源，在更优质的教育环境里读书，才会导致当前农村与集镇生源存在悬殊的现象。”（摘自访谈记录）

白山镇的信仰主要分为两类，一类是信仰佛教，另一类是信仰基督教。其中，信仰佛教的村民占比更大，镇中分布大大小小的寺庙有十几座，古寺庙有晴雪寺、福昌寺、薛公殿、觉海寺、宣公寺、汪圣殿、灵官庙、东岳庙、祠山殿、太平庵、宜游庵、八腊庙、条顺庵、法华庵以及双山两个观音堂等。^①寺庙中香火不断，在村中，一些信仰佛教的老人在每个月的初一和十五都会自发前往庙中烧香祈福。

基督教在白山镇的分布较少，大约在 20 世纪初，村中才陆陆续续传入，当时是一些基督教的信徒来到村中宣传，慢慢一些老人开始信仰，至此，村中开始设教堂，一批信仰基督教的村民们会在周日早上自发去教会礼拜，在基督教的一些特定节日也会组织活动。

3.1.3 媒体普及及使用情况

2011 年末，白山镇有综合文化站 1 个，农家书屋 11 个，各类文化团体 8 个，藏书 25 万册。截至 2011 年末，有线广播通响率 95%。有线电视用户 2895 户，广播电视综合覆盖率 99%。

由于白山镇所处的地理位置交通便利，因此与外界的沟通联系很发达，网络覆盖率也很高，大大小小的自然村均已覆盖无线网络，村民家中基本都安装了无线网。报纸对于村民而言较少订购，纸质媒体的订阅用户一般为政府单位或者学校；电视在白山镇的覆盖率最高，家家户户基本都有电视机，在农村，电视并没有逐渐消失在人们的视野中，它作为村民们了解外界的重要信息源依旧在人们的日常生活中扮演着重要的角色，主要原因在于：农村大多数都是老人，他们对于智能手机的使用不够熟练，像新闻以及天气预报这些信息主要还是依靠电视的播报；除了电视还有一个重要的信息载体就是广播，广播在农村的普及率也很高，很多老人眼睛不太好使，相较于电视而言，广播对于他们而言更加便捷，老人会

^① 吴守春.白山[M].北京:大众文艺出版社,2012.

选择边散步边收听广播，一般以播放戏曲、新闻为主；新媒体的普及主要体现在智能手机以及电脑的使用上，当前手机的普及率与电视不相上下，白山镇接触互联网的时间也很早，早在十几年前，镇上就已经有十几家网吧。学校也都配备了专业的新媒体教室，但是使用率并不高。

村民一（50岁 在家务农）手机，电视。“手机经常用来刷刷短视频，闲暇时，也会自己拍摄一些短视频分享、纪录日常生活，在与村民的日常交流中还会关注一些周边邻居的抖音账号，互相点赞、评论，粉丝都是小范围的熟人。除了短视频，还会下载像腾讯、爱奇艺这样的视频播放软件，看电视剧。还会下载一些游戏软件，例如：开心消消乐、欢乐斗地主等，在闲暇时间用来娱乐打发时间。”

村民二（22岁 学生）以手机为主。“了解新闻主要是通过微信、微博等社交媒体，平时的日常生活还是以上课和看书为主，当然也包括电子书。”

村民三（68岁 在家赋闲）主要以电视和广播为主。“相较于电视更多时候还是听广播，广播更方便些，可以随身携带。平时的话就是和邻居几个凑在一起听听戏曲、新闻，聊聊听到的东西。在家的時候，和家人在一起用电视看看新闻联播、电视剧之类的。”（摘自访谈记录）

3.1.4 社会概况：生态旅游繁荣发展

白山镇位于巢湖南岸，是东西湖交汇之处，所处的地理位置非常优越。庙嘴、齐头嘴、齐山与姥山、中庙三点一线，绵延数里的杨岗红石崖湖岸，向来有巢湖赤壁之称，集镇边有一座海拔120多米高，形状如同雄狮的白石山，这座山与巢湖南岸边的袁家山遥相呼应。“白石冬雪”在明清时期就是著名的“八大景”之一，在白石山上，古树参天，竹林茂密，在半山腰有一座晴雪寺掩映在其中，古色古香的气息扑面而来，除此之外，还有望湖亭、仙女池、十八塔、钓鱼台等著名景点，白石山将旅游与休闲融为一体。这里，河、湖、山三位一体，构成了一道亮丽的巢湖旅游黄金线。镇境内物产丰富，山环水绕，冈圩互补，古迹星罗，人文荟萃。

由于距离省会城市合肥仅一个小时的车程，加之环巢湖旅游大道的贯通，强化了白山镇与省会合肥之间的联系也带来了更多的便利。在环巢湖旅游大道周边，村民们开始种植草莓、蓝莓、火龙果、桑葚等水果，搭建大棚，建成采摘园，在收获季节吸引了大批城市里的游客们。位于巢湖南岸边的齐咀村，在2013年，

被列为省美好乡村建设示范点，该村已经拥有 600 年的历史，与北岸略显粗犷的建筑不同，齐咀村整体的气质更偏向江南水乡的温婉，在村中，统一是粉墙黛瓦，村中的道路平整多曲，民居旁边林木众多，随处可见的绿色花卉掩映在白色的栅栏中，池水碧波荡漾。齐咀村建村历史悠久，从明朝开始，村内的建筑呈现出“九龙攒珠”和“船型地”的独特布局，有关部门对村中的村史古迹进行修缮和保护。如今，村中的夏家古井、夏吴界巷、牌坊等“齐咀八景”已成为村民们的骄傲。（如图 3.2 所示）近几年，白山镇在“美好乡村”政策的指引下，在村中心修建了“齐咀大舞台”，供村民们日常休闲娱乐，也为来此处观光的游客提供了一个好去处。在这个大舞台，经常会有民俗艺人来此进行庐剧表演。村内的农（渔）家乐也发展得风生水起，笔者还注意到在店内菜谱的背面还注明了村内农（渔）家乐、家庭旅馆的地址。游客甚至可以去村民家中的小菜园、小果园亲自采摘。



图3.2 齐咀村口牌坊

3.2 安徽省白山镇乡村文化传播的调研情况

3.2.1 白山镇乡村文化的传播主体

乡村文化的传播主体指的就是乡村文化传播过程中的参与者，他是整个传播过程的起点和引导者。乡村文化的传播者主要包括人际传播中的个人和组织传播、大众传播中的组织。在《被争议的与被遮蔽的：重新发现乡村振兴的主体》

一文中指出,在乡村振兴的背景下,返乡群众这一被争议的对象可以被认为是乡村振兴的重要主体,留守老人、妇女和儿童也不完全是没有希望的、需要被拯救的对象,他们是乡村的主人,他们身上的正能量和价值感需要被重新发现。^①农民是乡村社会的主人翁,但是随着乡村振兴战略不断深入发展,他们自我觉醒的意识依旧没有很大的提升。

当前,白山镇的乡村文化传播主体在整体上不太清晰,笔者通过实地走访的方式了解到白山镇当前乡村文化传播的主体主要包括以下几个方面:

大学生和在外务工人员:这一部分群体外出主要是因为工作或者学业,他们的远离不是完全意义上的远离。这部分群体在乡村文化的传播上担负着重要的作用,究其原因在于这部分群体自身知识水平较高,他们常年在外接触到的新鲜事物和新的传播手段较多,对于回乡后进行乡村文化的传播和改造至关重要。“**我们村有一个在外务工后来回到农村做起蔬菜大棚种植的,现在已经初具规模,形成了一定的品牌,绿色蔬菜的理念也帮助宣传我们家乡的自然环境。**”(摘自访谈记录)

乡村教师(包括已退休的老教师):笔者经过走访调查发现目前白山镇的中小学师资力量更新换代的频率很高,早前有相当一部分教师群体是由本地老教师担任,但近几年,新鲜血液在不断涌入,这一部分人群的加入也使得本地区文化发展朝气蓬勃。与此同时,乡村老教师也并没有完全退出历史舞台,这一部分群体在村民心目中依旧是文化的代名词,即使他们已经退出工作岗位,但是很多村民依旧会称呼为老师。并且,在遇到一些棘手的问题需要进行求助时,他们会第一时间想到乡村老教师。因此,这部分群体在文化传播中能够发挥重要的作用,他们在村中也是意见领袖的存在,对于乡村文化的传承以及新的时代文化的宣传起到承上启下的作用。

普通村民(乡村常住居民):这部分群体是乡村文化传播的主体,然而在现实中他们的主体地位却并不明显,文化活动的参与度和积极性都较低。笔者在调查的过程中采访村民对本地区文化的了解程度时发现,很多村民并不会主动谈起,在他们看来,这个村子没有什么特色也不需要进行宣传。但是,在互联网的带动下,也有一部分村民利用智能手机拍摄农村生活场景,诸如集会、网鱼、割

^① 赵月枝 沙垚.被争议的与被遮蔽的:重新发现乡村振兴的主体[J].江淮论坛, 2018(6): (34-40)

稻等农忙景象的短视频发布到网上，所收获的评论和反馈都是偏向正面积极的。

3.2.2 白山镇乡村文化的传播渠道

1. 传统方式

白山镇乡村文化的传播渠道主要可以分为三种：大众传播模式、小社群的群体传播模式以及由地方政府助推的组织传播模式。这三种模式在白山镇交织并行，形成了当前白山镇乡村文化的传播格局。

(1) 单向性的大众传播模式

在白山镇，最常见的文化宣传方式就是通过报纸、文化墙、标语。白山镇的大众传播模式集中表现在两个方面。第一种是借助纸媒对乡村特色文化进行宣传，具体包括本土作家发表的关于本地区文化宣传的相关书籍，例如作家吴守春撰写的《白山》，在对本地区的民俗、历史以及自然生态环境调研的基础上，进行系统的介绍和梳理。然而这部分书籍对于普通村民来说相对比较深奥，尤其是村中老人有很多是文盲，不认识汉字，因而，只有拥有较高知识水平以及较深的理解能力的村民才能够领悟其中的文化精髓。除此之外，白山镇政府还会印发一些简易的宣传手册，但是由于村中大多数都是留守的老人，多数都不认识字，他们对于这种宣传手册本身也没有过多的关注和兴趣，很多时候就处于无人问津的状态，也无法达到到更好的传播效果。笔者在走访的过程中就发现，在银行大厅以及政府部门的便民服务大厅都存放着很多用于文化宣传的小册子，但基本都落了一层灰，放在架子上处于无人问津的状态。第二种是通过绘制文化墙、张贴宣传标语的方式进行宣传。（如图 3.3 所示）笔者通过在村中走访发现文化墙在村中随处可见，新农村以及美好乡村的建设在白山镇有显著成效。基本每个村都修通了水泥路，实现了道路村村通，在村中的显眼位置还绘制了很多文化墙，并张贴了醒目的文化标语。这种形式的文化宣传，将深奥的内容通俗化呈现，因而村民们也更易于接受，也产生了更好的传播效果。然而，简易的宣传内容也会使得文化无法更加系统和深刻地传播出去也就无法达到更好的传播效果。

大众传播媒介作为白山镇进行乡村文化传播的渠道之一，在挖掘本土传播素材并加大推广中产生的传播效果并不理想。主要原因在于，乡村还是以老人为主，他们普遍受教育程度较低，对于乡村的文化资源并不会主动去关注更不用说去接

受，在乡村生活中，他们更多是关注与自己生活密切相关的事物，比如明天的天气是否会影响播种的时间。在调研过程中，一位村民曾向笔者表述：“平时地里的活儿都干不完，哪里还会关注什么文化之类的东西。”从个体的意见中也能发现，对于这些村民，恰恰也是乡村文化的缔造者的普通百姓，他们往往并不会主动关注乡村文化的传播，或者对于这个概念并不了解。在这样的前提下，就会使得很多优秀的传播内容止于表面。除此之外，由于大众传播本身的局限性，他不能够使得受众与传播者之间建立一个良性的互动关系，受众只能毫无选择的被动接受，因此，大众传播的渠道在白山镇发挥的效果十分薄弱。



图3.3 白山镇乡村文化墙

(2) 小社圈的群体传播模式

乡村社会在本质上就是熟人社会，白山镇也不例外，在这里，村民们相互之间自然而然形成的小社圈成为乡村文化传播中最普遍的渠道。由于乡村天然存在的封闭性，村民们世代生活在这片土地，宗族、家谱等让这个小社群愈加稳定。在此处生活定居的人们都是拥有相同的生长环境、社会环境、学习环境包括长期稳定的人际关系网。这些外部环境为这种“小社圈”的形成奠定了基础。在这种传播渠道之下，白山镇的乡村文化传播主要表现为两种模式：一种是邻里乡亲之间的熟人网格传播，另一种则为家族传播模式。

邻里乡亲间的熟人网格传播模式：乡村生活的人们，无论是在物理距离还是心理距离上都比较近，大家都保持着稳定的住所，相似的生产生活环境，这是这种模式形成一个前提。在白山镇，熟人传播模式下，传播者往往由村中较为年长、知识渊博、经济社会地位较高的人担任。在这里，他们不仅是文化的传播者更是一个意见领袖。他们对于乡村的文化历史脉络掌握的很清晰，在讲故事的过程中穿插着自己的理解，通俗易懂，在农闲时或者茶余饭后的时间，将这些内容传递给更多的村民们。

在乡村，整体上处于一种较为封闭的状态，祖祖辈辈迁居于此，它的内部属于熟人社会，在熟人社会中，人际传播是一种常见的也是非常重要的传播渠道。笔者在调查走访中恰逢村内有“送戏进万村”活动，在这里会快速形成一个传播圈层，村民们聚集在一起，一传十传百，在这种方式的传播下很快就将消息传递到整个乡村，最终产生的传播效果也很好，大家在得知消息后就会选择前去观赏。

村民们在农闲时聚集在一起聊天的过程是消息得以快速传播的一个渠道，因为每一位村民都是一个传播者，当他们得知一些新鲜的消息，他们在较为封闭的空间会选择传递给更多人。例如，在乡村小卖部就是一个公共传播空间，一些最新的见闻消息往往通过这个场域传播出去，人们喜欢聚集在这里，那么小卖部就天然形成了一个传播空间。在农村，由于常住人口相对不多，村中的小卖部发挥着重要的作用，一方面，为村民们提供日常生活所需的物品补给，还有一个重要的社会功能，小卖部实质上已经发展成为村民的日常交往中心，在这里，它具备宋靖野对茶馆提出的“人们展示自我、和他人建立社会关系”的“表演空间”功能，“人们消解娱乐、感受社区生活热度”的“游戏空间”功能，以及“人们调解纠纷、做买卖和谈论是非公正”的“话语空间”功能。人们在有限的空间中同时完成经济交易、社交功能以及社会性话题的讨论。基于这些社会功能，乡村小卖部已经形成了舆论空间，在这里信息得到高度聚集和扩散传播，小卖部的老板也成为信富有者，拥有一定的话语权威。^①

家族传播模式：在白山镇，关于“涨巢州陷庐州”的传说，村民们如数家珍，笔者很小的时候就听自己的父亲讲述过，这个基本都是代代相传，孩童们从小就

^① 沙垚.小卖部：何以赋权、何以治理？[J].现代视听.2020（11）：（93）.

听长辈讲述这些故事。“我也是很小的时候就听我爷爷跟我说过这个传说，小时候觉得太神奇了，其实就现在看来也觉得很奇异，而且为家乡蒙上了一层神秘的面纱，我想，以后我也会将这个故事讲给我的后辈听。”（摘自访谈记录）

以上这两种模式构成了白山镇群体传播模式。由于社圈中生活的人们长期处于相同的成长环境里，基于此，文化传播的接受度更高些，传播效果也更好。但与此同时，小社圈也造成了一定的弊端，由于社圈只能不断向纵深方向发展延伸很难从横向去扩大传播面，长此以往，会导致传播受众面越来越窄，削弱了传播效果；另外，意见领袖的意见和观点有时并不是客观权威的，会导致村民们对某件事物产生错误的判断，有时甚至产生盲听盲从的现象。

（3）地方政府助推的组织传播模式

白山镇的组织传播模式主要体现在由政府主导，村委会（社区）具体实施的模式。基于此种模式，传播主体通常都是文化服务中心的工作人员、村（社区）负责文化宣传的村委会成员。村委会是乡村文化传播的另一个重要渠道。在村民们的日常生活中，村委会通过举办相关活动进行本村的文化宣传。笔者经过实地调研走访发现在齐咀村，村中白墙上都绘制一些有教育意义的漫画，与此同时，还有一些有关乡村振兴的宣传画作，这些文化现象在丰富、美化乡村环境的同时也进一步起到教育警示意义，在村中形成一种文化氛围。除此之外，村委会还经常组织一些具有教育意义的文化活动，比如，在笔者进行调研的过程中，2021年10月25日县妇联举办“创建美丽庭院，助力乡村振兴”活动（如图3.4所示），通过落实到村户的形式进行宣传，丰富村民的日常生活。与此同时，每年的乡村春晚也是乡村文化的一道盛宴，在乡村大舞台上，村民们自发进行节目的编排，反响非常热烈，演出效果得到村民的认可，在这一环节，真正实现了村民们自发成为文化宣传的主体并且成为乡村文化盛宴的享受者。



图3.4 “创建美丽庭院 助力乡村振兴” 活动

相对于单向性的大众传播模式和“小社群”式的群体传播模式。这种地方政府助推的组织传播模式，因其传播主体具有权威性和公信力，既保障了传播内容的可信性，也保证了传播内容的典型性。政府在进行传播的过程中，通常集中了乡村文化中的精髓。这种文化精髓的集中传播，有利于拓展乡村文化传播的受众面，解决了小社群群体传播模式所带来的困扰，传播效果更为明显。

2. 新媒体模式

在现今时代，经济发展和信息化建设越来越快，农村的互联网普及程度也在不断提高，村民们的信息环境也得到了很大程度的改善。农村互联网硬件条件越来越好，新媒体作为一种全新的传播渠道，在社会系统中也承担着重要的功能。新媒体的出现也在影响着人们的生活方式、交往方式以及生存状态。

他们借助现在的社交媒体平台，通过拍摄反映日常生活的视频、图片对内容进行装饰加工进而发布，这部分内容向更多人展现了真实的农村全貌，村民们也自发成为叙事主体。在白山镇，村民们在闲暇之余通过社交媒体平台分享日常，农忙时节通过抖音、快手等平台进行直播，利用这种形式吸引网民们对乡村生活的关注，让受众了解到如何收割，如何播种。这些碎片化的分享也是文化传播的重要环节。

与电视等传统媒介相比，智能手机具备的便捷性、灵活性、私密性等特点，在出现后很快就得到村民的认可。随着互联网的普及，智能手机越来越普遍存在

于村民们的日常生活中，智能手机的出现也改变了传播格局，为当地以新媒体为基础构建的传播体系奠定了物质基础，促进了白山镇的乡村文化传播从线下“小社圈”到线上“大社圈”的转变。白山镇新媒体文化传播格局内部是将公众号、微信群、网络直播融为一体的形态。

（1）以公众号为基础的传播模式

悦读白山是白山镇人民政府官方认证的用于宣传相关政策及地区文化的官方平台。该账号开设三个板块，分别是历史消息栏、视频栏以及服务栏。受众群体主要是本乡镇居住的村民，对白山镇感兴趣的人群。在发布的往期内容中，通过阅读数据以及点赞量可以观察出有关本地新政、项目采购以及相关实践活动的推文受关注度较高。

公众号的传播模式在一定程度上拓宽了受众面，与传统的传播模式相比，利用公众号不再受到空间的限制，虽然与文化墙一样都是属于单向性的传播渠道，但是这种新型的传播模式局限性更小，能够将有限的传播内容拓宽，在时间上也更加自由，人们只要打开手机关注平台公众号就能够接收到信息，对于本地区的乡村文化横向拓展传播有重要的意义。

（2）以微信群为依托的传播模式

笔者在前文中梳理得出，在白山镇已经形成了熟人传播的“小社圈”，伴随着智能手机的全面覆盖，互联网高速发展，在白山镇，线上微信群的产生也助推了线上群体传播的发展。相较于传统的“小社圈”模式，新型的线上“大社圈”群体传播具备更多优势。

线上的微信群，一般是由具有共同目的或者相似的兴趣爱好的群体组建而成，基于这样的前提，传播的效率和方向就会更加精准有效。例如以家庭成员为基础组建的家族群，以朋友为基础组建的朋友群以及已工作为目的组建的工作群，这些都是线上群体传播的具体形式。笔者在进行访谈时，负责同春村党务工作的王主任就表示，她的手机微信里有几十个微信群，光工作群就有19个，包括党政工作、文化宣传、档案资料等等。除了这些工作群之外，当地居民还自发组建了一个线上沟通群，该群的信息交流主要分三类，一类是相关政策信息的转发，这个一般是社区或村委会工作人员发送。第二类是有关公共服务类的信息，这类信息与村民日常生活息息相关，比如在农业种植相关方面遇到的技术性问

题。第三类是村民们的日常分享类，大多数是村民们看到的一些趣味短视频后进行的分享。

白山镇这种线上的微信群传播模式，在一定程度上突破了线下的“小社圈”局限性，变单向直线型传播为双向互动，基于这种传播模式，村民们由原先单一的接受者身份转变为传播者与接受者交互存在的双重身份，在这样的良性互动下，产生的传播效果更好，同时也突破了传统传播方式的时空限制。

(3) 以网络直播为手段的传播模式

互联网的迅速发展也改变了媒介传播方式，网络直播在近几年发展的风生水起，在农村，直播这种形式也逐渐被应用到日常的生产生活中，在白山镇，笔者经过调研、走访发现，村中有一个米面加工厂，在制作传统美食米面的过程中，老板会选择进行直播，通过这种方式，米面厂的销售额也有了大幅度增长，前来购买的客户不仅是当地人还有很多是通过过直播了解后在线上下单的。通过网络直播的途径，以更加直观的方式让更多人了解到当地的独特的民风习俗。

3.2.3 白山镇乡村文化的传播内容

从文化传播的逻辑来看，文化传播既要有形式更要有内容。学者高瑞琴和朱启臻将村落文化解构成三个层面：以农耕生产为主的本体文化、农业技艺中的衍生文化以及乡村生活中的节庆与仪式文化。学者沙垚认为乡村文化的传播主要涵盖三个方面。首先，是与传统文化相关的传播活动。其次，包含着与群众文化活动相关的传播。最后，涵盖着与大众媒介文化相关的传播。^①

白山镇乡村文化的传播内容主要分为三个方面。第一方面就是乡村中有关传统节日的独特风俗，这是在日积月累的生活实践中形成的。例如，在白山镇，每逢端午节、中秋节还有腊月二十三，全家团聚的日子，家家户户都会做一种独特的美食“粑粑”，这种美食是由米粉烹制而成的，这与当地所处的地理位置有关，白山镇位于合肥南部，江淮之间，此地盛产稻米，居民的主食以米饭为主，古时，人们为了方便储存稻米，选择将大米磨成粉，而粑粑就是由米粉煮熟后再包上猪肉豆腐馅儿制作而成。这种美食在外形上是圆形的，这也寄托了当地村民对美好团圆生活的希冀。除此之外，近几年村子里也多了很多加工米面的家庭作坊式小

^① 沙垚.乡村文化传播[J].新闻与传播研究,2015(12).

工厂，这种美食也是由大米制成，米粉磨成米浆，上锅蒸熟后切成面条的粗细，晒干后可以贮存很久；村中的葬礼也有很多独特的习俗，老人去世后，要先“下地单”，即用茅草在地上铺上厚厚一层后再铺上床单，之后才能转移进冰棺，一般老人的遗体要在家放三天，第一天左邻右舍会上门祭拜，家中儿女至亲披麻戴孝，设灵堂，第二天，亲戚前来上祭，上祭的供品包括猪肉、鱼肉，还会组织敲锣打鼓的奏乐团，在傍晚时，会由主办丧事的“山人”进行堂建，亲人集体跪下举行祭拜仪式。第三天将遗体进行火化，火化后下葬，这样的流程之后就相当于完成了丧葬事宜。

第二方面主要是与群众文化相关的传播活动。首先，包括乡村春晚的举办，广场舞大赛的举行。除此之外，在2012年8月15日，中国合肥·庐江白山首届巢湖开湖节在同春村庙嘴举办。（如图3.5所示）这项活动源于古老的习俗沿袭，祭湖，实际上是祭姥山上的湖神焦姥、南岸白山镇庙嘴薛公殿的薛公和同大镇南河将军庙里的晋朝徐大将军。巢湖祭湖，由来已久。分为民间湖祭和官方湖祭。^①现今的开湖节不仅承载了古老的传统习俗更是打造了白山镇一张独特的旅游名片，通过这种方式，吸引着越来越多的外地游客关注到当地的乡村文化，进而带动当地经济发展，某种程度上，也是对该地区优秀的乡村文化的传承与发扬。这些都是以村民作为主体参与的文化活动，大家乐在其中，某种程度上也丰富了村民们的闲暇生活，映照了新农村建设风貌；其次，村中的集会也是文化传播的重要场所，不过，对于大部分村民来说，他们并不觉得这也是一种文化，在他们看来这就是一个购物的场所。然而，集会上包含了众多文化现象，例如在集市上会有卖金牛大扁糖，这种扁糖在当地已经成为一种非物质文化遗产，这就是一种文化。关于集市的传播素材有很多，但是目前该地区村民们并没有对此引起重视和兴趣，他们一方面也希望通过短视频去宣传自己的家乡，另一方面又觉得没有很好的拍摄来源，然而，真正的好素材其实就在日常生活的点滴之中。

^① 吴守春.同春[M].北京：大众文艺出版社.2013年:31-32



图3.5 首届开湖节现况

第三个方面就是包含与大众媒介文化相关的传播，乡村文化的形成往往是在村民们的日常生产实践中慢慢积累产生的。近几年，随着新媒体的快速发展，智能手机的普及，越来越多的村民也开始接触抖音等短视频平台，借助短视频，分享当地的美食美景。在抖音平台，有一些专业的摄影博主前来拍摄巢湖边的美景，例如，抖音账号“快乐的傻狍子”，经过专业团队的拍摄、剪辑，上传至各大平台，其影响力和传播力都得到进一步提升。（如图 3.6 所示）除了抖音网红的拍摄，乡村的日常生活现状也是一种重要的文化素材，这部分最为平常也最容易被村民们忽视，在这个生活场景中久了就会习惯，但是文化的内容也就这些。在白山镇，有一部分村民已经意识到了这种质朴生活存在的文化价值，他们选择利用短视频记录下日常生活，比如美食分享或者乡村田间地头的生活实况，例如 B 站 up 主“陈说美食”，通过拍摄安徽滁州乡村日常生活，展现了热爱生活的乐观态度，收获了一大批粉丝。

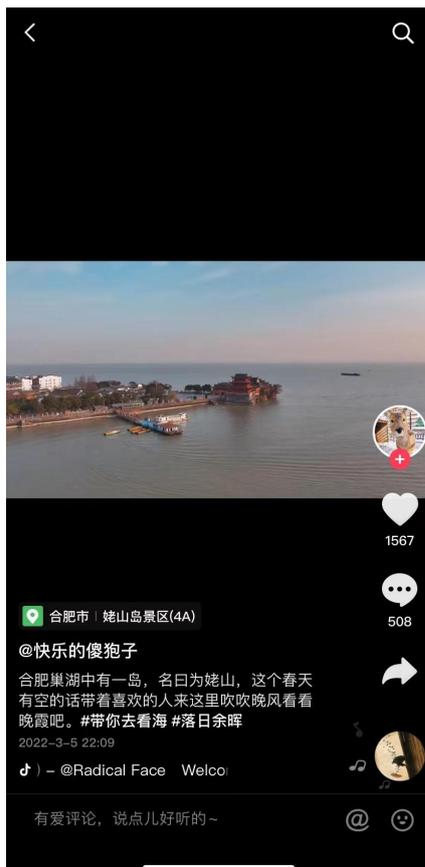


图 3.6

3.2.4 白山镇乡村文化的传播特点

1. 传统媒介仍旧发挥作用

尽管近几年新媒体发展迅速，普及度不断提高，在白山镇，由于人们整体的媒介素养不高，乡村文化传播模式依旧更偏向于传统媒介的传播模式。白山镇九联村村支书在接受采访时表示：“我们村相较十年前，互联网普及度有了显著提升，智能手机也基本实现全覆盖，但是传统媒介在进行相关政策宣传时依旧担当着主导的作用，村里宣传相关信息政策主要还是依赖村村通的大喇叭，例如农村居民疫苗接种、疫情防控以及禁止秸秆焚烧的相关宣传。与此相对，网络世界信息纷繁复杂，对于大多数村民来说，由于他们普遍知识水平较低对于网络世界的信息识别较差，很容易成为网络世界的受骗者。前段时间，镇上有个女同志在淘宝上购物被骗取了一千多。”（摘自访谈记录）

在白山镇，虽然物质条件和媒介环境都发生了很大的变化，但由于村民们长期形成的媒介素养根深蒂固，他们更愿意接受和相信传统媒体传播的信息，新媒

体于他们而言更多是用来放松和娱乐。

2. 新媒体日渐流行

白山镇在近几年发展迅速，乡镇整体建设面貌较之以往有很大变化。从政府政策引导上来看，从庐江县并入省会合肥开始，巢湖成为合肥的一张宣传名片，白山镇占据独特的地理位置，临近巢湖南岸，优美的自然风貌成为开发的宝贵资源。在此基础上，也带来了商机，许多外出务工的年轻人开始返乡进行创业。这部分人是乡村文化传播的主力军也是掌握新型媒介技术最广泛的人群；另外，随着旅游业的开发，越来越多的城市游客开始进入乡村，这部分群体的涌入也助推了本地区新媒体的发展进程。尽管当下传统媒体在白山镇依旧占据主导位置，但是随着科技的不断发展，人们的观念逐渐改变，新媒体的使用将会越来越广泛。

抖音账号“白山陌城”，主要分享白山镇的乡土人情，更新乡镇自然风光，另外《环湖十二镇——庐江白山》纪录片在此平台播放后，获得广泛关注，通过新媒体平台的宣传，跨越时间和空间的局限，实现了传播效果最大化。

4 白山镇乡村文化传播存在的问题及成因

4.1 文化传播基础薄弱

4.1.1 缺乏资金

麦克卢汉曾指明,如果要探索文化,了解其运行机制,需要深入到隐藏的历史情景中去,而不是站在局外对文化进行简单的描述和叙述。对于乡村文化而言更是如此,在传承的过程中,需要花时间、精力去深入挖掘,而这一切的前提都需要资金的填充,虽然近几年,白山镇的经济实力在逐年增强,但是早前,白山镇主要依靠第一产业,经济基础薄弱,在文化建设方面的资金投入就更少了。

1. 第一产业优势不足

白山镇在长远的发展中,祖祖辈辈都以农业发展为主,但是,与庐江县其他乡镇相比较,在种植业、水产养殖业等方面,白山镇并不具备较为明显的优势。庐江县同大镇依靠自身地形、地势及土质的特点,发展种植葡萄,在葡萄成熟收获的季节,同大镇组织举办同大葡萄节吸引了众多游客,目前,同大葡萄已经形成了地区性的品牌,远销众多地区。

2. 第二产业后劲乏力

白山镇的第二产业整体发展相较于周边邻近的其他乡镇整体实力较弱。金牛镇的特色小吃金牛大扁糖已成为庐江县非物质文化遗产。2014年被评为合肥市传统糕点和庐江县十大旅游产品并获荣誉证书,2018年春节荣登央视十套“味道”栏目;三河的米饺也借助当地旅游业的发展推广出去,成为一种特色小吃。第二产业是依托第一产业在此基础上发展壮大的,由于白山镇在第一产业上功能不足也导致第二产业发展滞后,未能形成自身的品牌和特色。

3. 第三产业效益不高

相较于第一产业和第二产业,第三产业的发展对本地区经济实力以及地理位置提出了更高的要求。在第一产业和第二产业整体实力偏弱的前提下,白山镇的第三产业发展速度也很缓慢。

雷震借助乡村空间作为原型,将传统乡村划分为三种:偏远衰败乡村、边缘型转型的乡村和遗产保护的乡村。^①白山镇在开发之前,由于交通不够便利,地

^① 雷震.空间生产视角下的当代乡村营造模式辨析[J].中国建筑学会学术年会论文集,2020(10): 326-333.

理位置偏僻，经济实力相较于周边其他乡村存在较大差距，是典型的偏远衰败乡村。

白山镇的建设资金主要都投入到乡村基础设施修建中，因此，在文化发展方面存在资金短缺进而导致基层宣传人员没有足够的资金投入到了文化教育、创新、传承的布局中，不利于乡村文化的进一步发展及保护。

4.1.2 乡镇政府重视程度不够

乡村振兴战略是国家基于战略层面将乡村建设摆到一个重要的位置，因此产生的效果也立竿见影，此项战略一经提出，人们对乡村的关注度陡然提升。基于此，我们也能得出一项结论：只要足够的重视就能够推动建设的进程从而达到更好的传播效果。在乡村文化传播中，乡村目前还存在着对其重视程度不够，基础力量薄弱的问题，在基层工作中，最重要的是党建，是经济脱贫，关于乡村精神文明建设却始终存在滞后。

除此之外，对于乡政府而言，他们更加看重国家卫生县城（乡镇）的建设。笔者此次调查的白山镇就是如此，在实地考察之后，像文化站大门紧闭、农家书屋落满灰尘的现象，政府工作人员已经习惯。然而，在基础工程建设中却抓得很紧，例如，经常组织村民进行种树活动，注意乡村卫生的整洁程度，在乡村文化传播方面工作怠慢且消极，政策宣传只是照本宣科，原封不动将文件张贴在宣传栏就算完成任务。

4.2 文化传播交互不自信

文化在发展过程中，一直处于不断变化中。文化只有通过不断传播才能实现最终的价值和传承。但是在白山镇，由于人们受教育程度普遍较低，在进行文化传播的过程中缺乏专业人才。

4.2.1 传播人才匮乏

传播人才对于一个地区的文化宣传起到至关重要的作用，如果这个地区缺乏专业化的人才，那么即使有再好的文化也难以推广。在互联网时代，所谓的“酒

“香不怕巷子深”已经不再适用，利用专业人员所具备的知识技能通过平台的传播将乡村文化推广出去，人们才能够了解。当乡村文化传播形成一定的规模，在乡村生活的人们才有可能利用这些文化资源将其转化为经济资源。然而，笔者经过调研后发现，目前白山镇存在的现状之一就是专业化传播人才的匮乏。

基于调研现状，笔者发现，在白山镇存在着大多数农村都有的一个普遍问题：即优秀的劳动力资源流失严重，50%以上的村民进城务工，乡村中大多数都是留守老人和儿童，青壮劳动力普遍在春节之后就回到大城市务工，还有一部分大学生返校，面对留守农村的老人和儿童，乡村文化建设任务更加艰巨，其中最为突出的问题就是专业人才的匮乏。“实话实说，我们村目前并没有文化传播这方面的专业人员，我觉得在基层，村委会工作的重心大多是党建工作，这些东西也必须做好，但是像文化建设这些都属于宣传口嘛，他们只负责把上级领导给出的相关指示精神传递到基层，传达给农民，至于农民是否能够理解，是否能够接受并不在意。那么至于在推广本地区独特的乡村文化上，就更没有什么具体的内容了。”（摘自访谈记录）。村委会的工作人员没有足够重视文化宣传，在乡村缺乏专业化的人才配备，没有人带领，作为乡村文化传播的主力军农民更加无法意识到其重要性也不知该如何提高自身的素质，如何将本身现存的优秀文化资源转化为经济资源。如此便产生了一种恶性循环。除此之外，当前还有一个现实存在的问题是从乡村出走的青壮年劳动力他们本身抗拒回到乡村，借用何种方式吸引这部分群体回到乡村也成了个严峻的现实问题。“我自己肯定不愿意回到乡村，从小就生活在农村，太了解这里的环境，乡村的话还是比较适合养老，每天过得都很安逸，年轻人还是要去城市里奋斗打拼，乡村生活的整体节奏都慢得很。还有一个最现实的就是工资待遇的问题，考虑到这些就觉得还是要出去。”（摘自访谈记录）

4.2.2 工作人员缺乏创新观念

白山镇目前还是以传统的传播模式为主，文章前面提到的大众传播模式、小社圈的群体传播以及地方政府主推的组织传播模式都是其中的典型代表。就当前白山镇的传播格局来看，在乡村文化传播中，能够真正起到助推作用的还是以政府为主导的组织传播模式。乡镇处于政治体制建设的最末端，乡镇政府对于乡村

社会的建设起到不可替代的作用。

笔者通过对白山镇宣传办工作人员调查后发现，在部门内部，仅有2名工作人员，有关文化宣传的相关事项，大多数时候是听从上级指示与安排，部门内部缺乏积极主动的思考，在创新文化传播的形式上存在缺陷。

4.3 传播内容：现实与需求的脱节

5G时代的来临，人人都是传播者，传播的理念已经深入人心，在各类社交媒体平台，通过图文以及视频的形式都在向人们讲解传播的具体形式与渠道。但是，根据笔者在白山镇的实地调研，该地区居民们的传播理念还不成熟，大多数人都是被动接受传播，自己没有主动传播的意识。传播理念对于文化传播至关重要，在某种程度上起到了指引的作用，如果文化在传播的过程中缺乏传播理念的指引，那么也就意味着这一传播过程失去了方向。

在现今，由于现代化和城镇化的发展节奏不断加快，这种速度也影响着乡村的整体发展，乡村面貌由原先传统的村落形式逐渐往城镇化社区发展，在乡村，村落之间不在像以前一样相互封闭，分散分布，村与村之间联系更加紧密且没有地理空间上的隔阂。经济发展和文化构成中也具备行政的性质。由于城市发展在前，在公共文化建设方面，乡村还是以效仿为主，以城市为建设模型，在乡村文化建设中没有因地制宜，没有重视作为文化传播主体身份的农民，在宣传本地区乡村文化时浮于表面，没有深入挖掘和探索地区文化的内涵和特质，仅仅依靠相关政策的指示精神，应付了事。

乡镇基层在进行文化建设的规划中，主要都是投入大量资金在村中建设文化站、图书室以及相关的文化活动设施，组织开展“送图书、送电影、送文艺”等文化活动，这些举措从表面看似乎对乡村文化的传播有用，实则只是触及到表层，并没有结合村民的真实意愿，没有进行融合，并不能够从村民的立场出发，找到真正适合他们的文化内容，这样的文化建设忽视了对村民的生活方式的关注，对价值情感的共情以及在意义体系上的深入挖掘。除此之外，乡村很多文化站的建设只是一个摆设，村民们参与率很低，在日常生活中很少利用到这些公共文化设施。

乡村文化的根基来源于乡村在长远的发展中积淀的历史，这其中所包含的历

史主要是村落形成的场域与空间要素,这部分文化价值是村民们的生活意义和精神文化领域的养分,同时,这也是形成当地村民独特的文化观念、话语构成和表达方式的前提与基础。乡村文化的传播其实是村民们对于已经形成或正在形成的文化要素借助型塑进行传递的过程,这些要素本身所具备的稳定性能够确保在世代传承中不断得到延续和发扬。

笔者在深度访谈后发现,白山镇的乡村文化传播整体较为松散没有形成系统性,在文化内部传播中仅仅停留在村民的自发组织阶段,忽视了对传统文化的传播。尤其是年轻群体,他们对于乡村文化中的传统文化更是知之甚少;在对外传播中,虽然村民们现在已经逐渐掌握新媒体在日常生活中的使用,会拍摄一些视频素材上传至平台,但这些内容主要还是索然无味的简短片段,没有一个主题和系统的内容,不能够形成传播的要素,更无法通过短视频将本地区的文化特色展现出来。对于白山镇独有的民俗文化,特有的食物,村民可以选择在视频平台对这些食物的做法进行完整的展示,这是一个很好的切入口,但是在笔者这次的实地观察当中还未能发现有村民对这些文化进行传播。因此,我们可以看出,不是缺乏传播的素材而是缺少对其进行加工的创意,乡村文化的传播内容存在于生活的方方面面,只要善于总结归纳形成文化特色就能够产生良好的传播效果。

在传播内容上要善于发掘有新鲜感的部分,善于将地域文化特色展现出来,单一的文化内容在传播中很容易造成审美疲倦,长此以往也会让大众对此处形成一种刻板印象,不利于乡村文化的传播。村委会作为文化宣传的引领者,需要担当起这个角色帮助村民认识了解文化传播内容的丰富性,进而找到适合的方式去传播。具体的举措可以通过形成文化学习班,通过集体学习让大家对乡村文化的范围有一个系统的认知。村委会的工作不能仅仅停留在表面,文化宣传也绝非将口号喊响,将表面进行包装,而是真正触及到深层次的内容建设。

白山镇在文化理念建设上较为薄弱,乡村的各种资源有限,村委会承担主要的传播任务,村委会在乡村文化传播中扮演着桥梁和纽带的角色,担任国家政策的宣讲员,在接收到国家的方针政策后,经过解读和加工后再传递给村民。这些工作确实是村委会的职责,但是从传播效果来看,没有形成有效的传播格局,缺乏对传播策略的思考。通过这种传播方式可以显现出二元对立的现状,但是,参与式传播中突出强调的核心就是多元思维。村委会在进行传播的过程中首先不

会去进行民意调查，其次也不会思索应当采用何种方式传播何种内容。“大多数时候都是直接把政策张贴到宣传栏，这就已经完成工作了，也没有太多需要宣传的内容，我们把工作完成就行了哪还考虑什么传播效果，这么深奥的东西，村民也不会理解。”（摘自访谈记录）长此以往，乡村文化传播也只能是面子工程。

4.4 传播形式单一

白山镇在进行乡村文化的传播过程中，一个突出的表现就是对于互联网的利用率不高。近几年，随着互联网的快速发展、智能手机的普及，农村居民们接触到网络世界的频率在不断攀升。白山镇乡村互联网的普及率也已基本实现全覆盖，在这样一个良好的网络发展环境下，借助互联网的传播手段去进行乡村文化的传播却并不常见。

笔者在村子里进行调研时发现，村民们闲暇之余用手机观看短视频的频率很高，他们也关注了一部分以农村生活为主要拍摄内容的群体，然而，他们在观看之余并没有想过利用这种方式进行乡村文化的传播活动。

“目前利用互联网带动地区文化传播在我们村仅仅是一小部分，这一小部分群体主要是年轻人或者从城市返乡的，他们在外面接触到新鲜事物后，回到乡村进行尝试，对于大多数村民，他们其实并不理解互联网的传播思路，只是存在一个非常模糊的概念。”（摘自访谈记录）在乡村，仅仅存在一小部分群体尝试用新媒体进行文化传播活动，大部分村民对于互联网的认知还停留在娱乐化的阶段。

白山镇虽然也创建了属于自己的微信公众号以及抖音账号，但是传播数据不容乐观，阅读量很低，历史推文的主要内容都是生硬的政策宣传类，在版面设计上也很敷衍，在可占有传播资源上明显缺乏挖掘。

在传播形式上存在单一化的特征，除此之外传播效果也只停留于表面。与之类似的还有“文化下乡”，文化被当成一项硬性指标和任务，只关注任务的完成，并不注重在实施过程中出现的问题和产生的效果，更加不会依据农村现实情况的不同进行相应的调整，从表层来看，似乎是一项惠民性的政策落实，但实际上村民并不能够理解这其中的意义，更谈不上获得的收获和价值。^①还有些学者提出，乡村文化的传播过程中，经常会忽视作为传播主体的农民，忽视他们的价值和权

^① 杨汉祥.今日谈: 把什么送下乡-《人民日报》-2015-08-22[Z].

力。^①一味追求传播的速度却没有从乡村可承受的文化空间考虑，只关注具体的建设成果和数量却从不认真审视文化建设中是否会产生传播效果。^②目前乡村利用互联网进行文化宣传的不多，在这背后是技术、经济、观念等多重因素共同作用的结果。在这其中，主要原因是农民没有形成互联网思维，没有养成运用新媒体技术进行文化传播的观念，他们的思维方式一直停留在通过广播或者贴海报的形式，这些形式当然有其存在的价值，但是这些不适合运用到复杂的内容宣传上，因为这些方式的传播效率非常低下。

文化是一种概念，它的内涵非常丰富，很多时候并不能够简单进行说明。一个政策的传达就是将一件事讲清楚，但是文化背后蕴含的意义是很难用简单的三言两语描述清楚的，因此合理利用传播工具对于实现传播效果最优化非常重要。随着当前互联网快速普及，在进行乡村文化的传播上，我们也应当充分利用好互联网，实现传播资源的快速转化。但是，在乡村，由于人们传统思想观念根深蒂固，他们对此并不感兴趣更不愿意利用互联网进行文化传播，对他们而言，互联网的存在时发挥娱乐的功能，是提供消遣的工具。

4.5 传播语境：文化认同和集体记忆的缺失

文化认同通常是基于不同的社会背景和成长环境的人群，他们在社会交往中产生对文化观念的交流与碰撞，在这个过程中，往往产生两种结果，一种就是肯定对方的文化价值，与之趋向于统一，另一种就是保持自我价值的独特，不去采纳对方的观念。^③随着大环境的变化，社会整体发展速度加快，城市文化不断向乡村进行倒灌回流，在乡村，原有的传播环境受到影响，人们的思想观念以及行为方式也随之发生变化，两种文化在交织中产生碰撞，乡村文化内部逐渐产生一些问题。原有的文化粘性减弱，在接触到更多文化内容时对自身的文化产生怀疑，并对外来文化不假思索，全盘接受，乡村社会文化认同的土壤逐渐受到污染。

由于现代化媒介的产生和发展，逐渐对乡村生活产生影响，在传统民俗文化的继承与发扬上产生了一定的冲击，如今在互联网下成长起来的新一代们，对于

^① 吕新雨 赵月枝.中国的现代性、大众传媒与公共性的重构[J].传播与社会学刊,2010(12).

^② 何慧丽.乡村生态自治与新农村建设[J].文史博览(理论),2013(04).

^③ 郑晓云.文化认同与文化变迁[M].北京:中国社会科学出版社,1992:4.

家乡的传统习俗了解的很少，他们脑海中储存的传统文化基因以及文化记忆正在面临着土崩瓦解，一些重要的文化形态，诸如节庆活动、民间技艺、民俗礼仪等，这些曾经对乡村文化的形成产生过重要影响的因素也已经被淡忘。究其原因，从根本上来说是没有将文化认同感深入植根到年轻一代的心中，由于传统的乡村文化在形成的过程中主要是以口耳相传的形式，伴随传播大环境的变化，城市文化的冲击，年轻一代很难在日常生活中触及到这些传统文化，更加无法产生精神共鸣，由此，文化参与程度就变低。随着文化环境的改变，村民们的生活理念和价值意识也发生了变化，乡村生活中的“乡土性”精神在逐渐减弱导致乡村文化的传播语境也产生断裂。

农民作为乡村文化的传播主体，本身对于文化宣传的自觉性和主动性不够强，大多数人没有意识到乡村文化传播的重要性。文化自觉这个概念是由费孝通首次提出的。简而言之，人们在进行社会交往时需要对自己成长环境中存在的文化和历史有一个清晰和系统的认知，在深入了解后对本地区的文化重新审视进而采取措施重点应对。人们在自我审视中完成文化的创建过程，并在创建的过程中实现价值观念的提升。这个过程充满着艰辛和复杂，首先对自身所处的文化环境要有清晰的认知，并且能够给予足够的包容，与其他文化能够相互借鉴、互相学习，只有这样才能保证自己的文化具有与众不同的特质，在发展的洪流中屹立不倒。^①

（访谈对象：夏一敏）“我从本科毕业后就留在合肥，周末大多数时候都会回老家，但是你说主动分享有关家乡的相关视频很少很少，在我自己的抖音账号里，大多数还是关于我个人生活中的一些分享，我更愿意分享有关自己生活日常向的内容，经过剪辑、配乐会更加赏心悦目，关于本地区的文化活动，平时也不怎么关注，而且对这些内容也不是很感兴趣，就算拍下来画面很杂乱感觉也不是很好看。”

目前，相当一部分研究乡村文化的学者和专家已经意识到解决乡村问题的关键着力点在于农民，然而，农民本身的主动性和参与感很难去调动，专家和学者们往往按照他们固有的角度去思考，基于这样的形势，农民的积极性愈发减弱。

（访谈对象：阮明发）“我是土生土长的农村人，在农村，大多数农民都有劣根

^① 费孝通.乡土中国[M].北京：人民出版社，2015.

性，乡村文化建设对于他们而言就是一个空洞的概念，他们对这个并没有一个具体的理解，在这样的前提下，被别人拉着去宣传自己都不太能理解的东西他们自然是不愿意甚至是有抵触的”。从这个层面来分析，其实农民比我们想象中要更加现实，如果这件事对他们而言没有既得利益，他们在短时间内看不到有效的收益，他们会直接选择拒绝。关于乡村文化的传播也是如此，在这件事情上，农民们从中没有感受到对自己产生直接的利益，自然就没有什么积极性。

小结：村民缺乏自觉性、基层工作人员不够重视，互联网的结合度低等原因导致当前的文化传播产生了一系列问题。从这些问题上看，目前乡村文化传播环境并不乐观，在这方面仅仅只有几个代表性的乡村达到好的传播效果，从整体来看，大多数乡村在文化传播策略选取上依旧存在很多问题和困惑，更为重要的是他们没有意识到乡村文化是一种宝贵的资源。作为新传专业的学生，我们有义务利用好自己所学的专业知识，通过合理搭建平台策略帮助乡村文化走向一个光明的未来。

5 乡村振兴战略背景下乡村文化传播的策略分析

乡村文化是中华民族传统文化中重要的组成部分，中国乡村在悠久的历史积淀中形成了独特的文化景观。但是优秀的文化需要传播才能更好地发挥其中的价值，才能用更好的方式将其流传下去。目前，由于城乡二元结构的影响，乡村文化整体的负面影响大于正面，基于这样的前提，需要我们高度重视乡村文化的传播，从乡村的现实条件出发，借助合理有效的传播策略进而改善当前的传播现状。

5.1 强基固本补短板

5.1.1 加强传统基础设施的利用率

2013年，白山镇同春村建设了乡村大舞台，2015年建设了党建公园，在文化基础设施建设方面，基本实现保障村民拥有公共文化设施以及群众活动场所。但笔者调查发现，虽然目前各村拥有较多的基础文化设施，但是利用率相对较低。

接下来，白山镇要继续加大乡村基础文化设施的建设工作，保证文化广场、村民文化活动中心以及村图书室的覆盖率，在此基础上增添硬件设施，为乡村居民的文化交流建立足够的空间。除此之外，要经常展开民意调查，充分了解村民的意愿和喜好，组织开展“送戏下乡”等文艺演出，增强对公共文化空间的利用率。

5.1.2 加强信息基础设施建设

在互联网高速发展的时代，借助新媒体进行文化传播已逐渐成为发展的趋势。白山镇政府应当在新媒体建设方面加大投入力度，依靠当前政策优势，结合地区实际，拓宽当地网络基础设施建设，帮助村民们接触新媒体提供条件。

5.2 发挥不同群体现存优势

5.2.1 党员群体

党员群体大多数政治素养以及知识水平都较高，在政治立场上足够鲜明，社

会责任感强，在乡村中具备较强的感召力和积极性，他们去传播往往能够以更快的速度达到传播的目的，效果明显，因而，可以充分调动这部分群体的积极性，将其组织到一起，加强他们对乡村文化传播重要性的认识从而组织一个宣传团队。

近几年，白山镇紧密响应县委、县政府乡村振兴战略整体工作部署，探索“党建+网格”治理新模式，进一步强化党在基层的执政基础，助力乡村振兴。“党建+网格”引领社会治理新模式。打破全村只有一个网格、几名网格员，网眼过大、过疏的老路子，将全镇 11 个行政村划分为 11 个网格管理中心，78 个大网格、327 个小网格，在全镇范围实现网格的全面覆盖，将这张大网牢牢织密。大网格由已退休的村委会干部、退休教师、老党员担任；小网格由各村村民小组组长担任；至于网格员由具备党员身份的普通村民或者入党积极分子担任，由此可见，网格队长基本都是由党员身份的人员担任，这部分群体责任心较强，通过组织人员开展村内工作，可以有效提升村民之间的凝聚力，促进党员群众干部投身乡村建设的积极性。

“党建+网格”的形式能够巩固综合治理的效果，将党员的先锋模范作用充分调动出来，发挥党组织的领导带头作用，将网格成员的积极性发挥到极致。在服务中力求做到知民情，体民意，加大对隐患以及矛盾的排查和解决，同时增强政策的宣传和群众服务的力度。高度重视事前的排查，网格员将本网格内发生的矛盾纠纷隐患，甄别分类，建立台账，分级办理，并及时在网格微信群上报，利用网格化处理村中大小事，为村民提供更多的便利。

“党建+网格”描绘美丽乡村新风貌。在严格落实美丽乡村建设中，在对网格员的日常走访和年终考核内容中纳入环境卫生的治理以及违章建筑巡查，除了严禁村内乱搭乱建，各个网格禁止出现在公共空间乱堆杂物、乱扔垃圾、乱写乱画等不良现象，在纵向与横向交替形成的网格化管理机制中，做到扫除盲点、消灭死角，确保农村卫生工作的顺利展开。助力乡村改善人居环境，加大对自然环境的改善力度，保障农村形成干净整洁的新村貌。

“党建+网格”推动乡风文明建设。将移风易俗的观念深入植根到建设文明乡风的工作中，在基层将宣传教育和服务的理念扎根在乡村。网格员推动“党建引领信用村”“美丽庭院”“好媳妇评选”“好婆婆评选”等活动的举办，提升村民的道德修养，推动家庭形成美德新风尚。

5.2.2 新乡贤群体

农村社会在漫长的发展过程中经历过一系列的改革,最早的封建社会产生过乡绅自治到了新中国成立之前出现了一段时间的无组织化,随着新中国成立集体治理登上乡村舞台,经历了改革开放之后,乡村社会政治化管理成为现实。随着时代变迁、社会结构的不断调整,乡村社会治理的主体也在发生变化,这为新乡贤的产生提供了条件。^①与传统士绅阶层相比,新乡贤具备时代特征,他们由基层乡镇表现优异的干部、回乡创业的贤能以及道德模范等主体构成。这部分群体大多具备高度的责任感和使命意识,能够传播社会新风尚并且助推乡村振兴。在乡村文化的传承发展中,新乡贤作为新鲜血液的融入提供了巨大的支持。

近几年,白山镇新乡贤也为乡村文化建设作出了卓越的贡献。白山镇朱家村村口有一个牌匾就是由早年在海外做生意的乡贤为该村修建而成。白山镇黄氏田园房地产开发公司连续数年为白山中学学生提供公益助学金。新乡贤群体在乡村文化建设的过程中发挥了重要的作用。

夏恩强将新乡贤的组成分为三种,第一种是由优秀的基层干部组成的“在场”的制度性精英。这类精英,一般都是体制内或不属于体制内但领取财政工资的基层自治人员;第二种由村中德高望重的老人担当“在场”的非制度性精英;第三种是在外创业的成功人士为代表的“不在场”的非制度性精英。这部分精英由于在外创业成功,因此自身的经济水平和人脉资源非常深厚。在自身成功的前提下再加上“乡愁”情怀的助推,在乡村建设中,他们都不遗余力去贡献自己的力量。笔者在前文的分析中也可以看出在白山镇这部分“不在场”的非制度性精英已经做出了贡献。之后,可以更加关注新乡贤群体,建设新乡贤智库,通力合作推动白山镇乡村文化传播。

5.2.3 学生群体

学生群体在白山镇的文化传播中也十分重要。这部分群体是最具有创造力、在接受新事物、学习新事物方面非常快,他们将会是文化传播中的新生力量。布尔迪厄曾提出,教育是文化再生产与社会再生产的工具与手段,至于学校恰恰为

^① 谭志满 杨文.民族地区新乡贤参与传统文化传承创新的路径[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2021(2):59.

文化的生产和再生产提供了再生空间。白山镇现有中小学 20 所，其中高级中学 1 所、初级中学 2 所、小学 17 所，这是相当宝贵的文化资源，白山镇需要牢牢握紧这部分资源，通过发展教育来推动文化传承，借助学校的教育手段，从小抓起，灌输乡村文化的理念教育。

上世纪 60 年代，美国人类学家米德将人类文化传递现象划分为前喻文化、同喻文化和后喻文化。前喻文化是指师德师风自上而下长辈对晚辈的教育；同喻文化主要指同辈之间互相学习；后喻文化则是晚辈对长辈进行文化传输的过程，又称为“文化反哺”。这个过程中强调的是晚辈对长辈进行文化传输，在白山镇，中小学生就是进行文化反哺的重要人群，由于他们的父辈大多知识水平有限，对于文化的接受和了解程度都偏低。新一代接受过高水平教育的这部分群体，在审美意识和文化创造力方面都具有巨大潜力，经过他们的影响，相信产生的潜移默化的影响将会改变父辈的认知。

白山镇在文化传播过程中，可以借助传统文化走进校园、传统文化进课堂的活动，在线下给学生直接接触文化的机会，将他们的作用充分激发出来，从而加强对优秀传统文化的传承和发扬。

5.3 提升乡村文化建设主体的文化自觉意识

5.3.1 重视农民主体性

雷蒙·威廉斯将文化界定为三个层面，其中第三层面中的文化被当作是一种特殊的生活方式，这种说法将文化视为根基，只有依附于这部分根基的存在才能够创造出具有相同价值观念的文化产品。^①文化理念通过分散和创作可以将其具象化，表现加工成各式各样的产品进而在市场上销售，但这并不是最终的目的，文化产品创造出来最高的价值是衍生为文化标本长久存续到历史长河中。但是由于文化的独特性，它往往都是来源于人们长久的生活实践，在此过程中缓慢积累形成。因此，如果存在强势的外力入侵就可能会对原有的文化内容造成破坏和割裂，既不能够建立新的文化认同，原有的文化观念也会遭到破坏和打击。因而，在乡村文化的重建与传播上，最为重要的部分就是重视乡村文化的传播主体文化

^① 赵金平.文化是一种整体的生活方式——雷蒙·威廉斯大众文化思想探析[J].理论探讨,2015(2).

认同的培育。

乡村，由村民自发组织的文化活动大多都是具备独特的乡土精神，也更加贴近村民的日常生活，村民组织的积极性也较高。在村民们自行组织的文化活动中，大部分的内容趋向于乡村民俗，包含村中乡土人情的特点，在某种程度上说也是对乡村民俗文化的继承与延续，例如常见的庙会、祭祀、乡间戏曲表演等集体活动。在乡村，一般由村民自发组织的文化活动，村民的参与度和热情都很高涨，这种方式进行文化传播可以促进共同价值观念、精神风尚和信仰追求，达成共有的文化认同。因此，政府应当鼓励村民们自办文化活动，并建立相关激励政策，引导农民参与到文化传播活动中，共同谱写乡村内涵。除此之外，还可以在青壮年村民群体中选择富有创新精神、思维活跃的村民作为参与文化事业的主力军进行重点培养，在市场导向下，鼓励组建民间演出团体、戏曲表演团队，在挖掘本地区文化资源的基础上创造新的文化财富，在满足本地村民的精神文化需求的同时也创造出更多优秀的乡村文化产品。

习近平总书记曾说过：“耕读文明是我们的软实力”，雷蒙·威廉斯曾说过：“文化就是日常生活”^①对于乡村春晚和广场舞，大多数村民更愿意参与其中，究其原因主要是在这样的集体活动中给予了村民充分的自主参与权利，因此产生的传播效果也更好。如果单论节目的精良，那么乡村春晚与央视春晚肯定是无法比拟的，但是对于文化参与主体的农民而言，央视春晚对于他们来说就是坐在电视机前的观众进行欣赏，但是在乡村春晚的舞台，他们不仅可以参与到节目的编排和设计中还能够将自身的表演充分展露出来，农民获得了参与的满足感自然更愿意选择这样的方式进行。在一些新媒体平台，越来越多的乡村红人参与到其中，B站账号“小廖农家乐梅子”是贵州一个普通乡村家庭朴实的美食生活分享者，通过拍摄分享日常美食的vlog，展现了贵州独特的饮食文化，拥有7.6万粉丝，在这个平台她收获到的关注和点赞，激励她继续进行内容创作。

5.3.2 提高农民的媒介素养

在学者段京肃看来，所谓的“弱势阶层”主要是指在文化活动中缺乏必要的手段和工具进行参与，对于传播媒介更无法切实掌握，他们不能够依靠媒介进行

^① 赵月枝 龚伟亮. 乡土文化复兴与中国软实力建设——以浙江丽水乡村春晚为例[J]当代传播, 2016(03).

自由发声无法为自己争取维护自身利益的信息权利,在文化传播中只能依靠大众传播传播媒介的被动传递。^①在白山镇,大多数年轻群体都选择进城务工,村中剩下的大部分都是留守的老人和儿童。这部分群体也就是典型的“弱势阶层”。这部分群体对于新媒体的掌握和使用非常少,在认识和使用新媒介上,都是依靠村委会工作人员的宣传。

在社会与科学技术不断发展的当下,媒介在文化传播的过程中占据着越来越重要的位置,成为文化宣传的工具。这种方式相较于传统模式更加便捷、高效,村民的媒介素养对于更好利用新媒介去进行文化传播也非常关键,提高农民的媒介素养主要可以从以下两个方面进行。

1. 理解媒介

提升农民的媒介素养的前提是告知农民媒介的概念。正如我国著名新闻学者戈公振在他出版的《新闻学》一书中阐释的保值作为一种重要的大众传播媒介对于民众的重要性,只有了解报纸从何而来才能了解新文学的产生。^②这个问题对于大部分村民来说都很困难,因为村民们普遍的受教育程度很低,字都不认识更别说理解。新媒体诞生后,通过视频、声音的搭配组合,将原本深奥的内容通过画面呈现出来,因此,基层工作的工作人员可以利用这种方式进行文化传播。

近几年,随着白山镇对于旅游产业的开发和重视,在美好乡村政策的帮扶下,每到节假日,总是能够吸引不少游客前来观光。在此过程中,文化的碰撞交流就随之产生了,因此,对于白山镇负责乡村文化传播的工作人员和普通村民,都应该将自身的思想格局打开。

由于历史和机制的原因,白山镇现有的文化传播人员普遍年龄较大,对于新事物的接受能力有限。在工作中,基本处于无欲无求的状态,没有创新意识,这对于白山镇新媒体建设很难推进,他们不愿意改变现状的同时认为年轻人拿着手机拍来拍去用娱乐化的方式来对待文化的传播是一种不尊重。但是,这部分年轻群体恰恰是对于新型文化传播模式非常了解的一部分,白山镇可以通过培训教育、创新人才引导、改善激励机制等方式,逐步打开这部分人员的思维,在工作中主动创新,让他们将自身所知道的传统文化专业知识与现有传播知识进行充分的融合。

^① 段京肃.社会阶层分化与媒介的控制权和使用权[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2004(01):44-51.

^② 戈公振.新闻学[M].北京.商务印书馆.1947年:31-32.

2. 提高农民的批判意识

我们处于一个信息爆炸的时代，每天都会有数以万计的信息充斥在我们的日常生活中。在纷繁复杂、真假难辨的信息中如何进行有效辨别十分重要。在乡村，村民普遍受教育程度低对于信息的判断识别能力更弱，因此必须加强村民们的批判意识，在互联网平台上，不管是处于何种平台传播的信息与现实都有可能存在一定的偏差，应当时刻保持警惕的意识，做到不信谣、不传谣。乡村中还有很多空巢老人，他们身边没有子女的陪伴，在信息的甄别中更容易被谣言集中。对于这部分弱势群体，村委会需要高度重视，在村中定期开展相关宣传，用通俗易懂、富有趣味性的形式去引导民众。

5.3.3 发挥意见领袖的作用

意见领袖所发挥的作用在乡村社会非常明显，因为相较于城市，农村更显封闭，信息闭塞，人们接收到的信息来源也比较单一，基于这种传播环境，乡村意见领袖的责任也更加重大。在农村，也一定存在着有相当话语权和威望的人，这部分群体的意见对于多数村民来说具有重要的借鉴意义，也会影响着他们对于信息的判断。笔者调研的齐咀村，有一只广场舞团队组建已有十年时间了，广场舞团队内部有一个领头人，队伍中大大小小的事项她都参与并给出最后的决断，她自身文化水平较高，人缘也好，因此队伍内部经常有拿不定的事儿都会采纳她的意见，由此可见，乡村意见领袖在现实中发挥着不可替代的作用。

随着时代的不断发展，在互联网时代下，也应当培养更多意见领袖具备互联网思维，除了自身在乡村长期积累的声望之外，村委会应当对这部分群体进行定期培训，提升他们的媒介素养，利用他们引导舆论，管控谣言的蔓延。以此类推，在乡村文化传播中，意见领袖同样发挥着重要作用，由于乡村社会是熟人社会，在熟人社会，人际传播的方式起到主导作用，重视意见领袖的培养在人际传播中可以将传播效果发挥到最大，经过意见领袖的宣传，村民们参与乡村文化建设的参与度和积极性将大大提升。

5.4 构建立体化的传播内容

5.4.1 发掘优秀的传统文化

基于时间的概念,当代文化实践活动与传统如何建立联系,也是文化内生性的重要因素。任何一种文化都不是凭空诞生的,在它的时间序列中存在一定的规律。乡村整体发展落后于城市,这从侧面也为保留文化的完整性提供了有利的条件。在中国传统文化的组成中,乡村是一个重要的载体。因而,我们要高度重视挖掘乡村文化中现存的优秀传统文化。

中国的传统文化内涵丰富,乡村中的戏曲、祠堂、家谱等都属于其中的一部分。对于目前的乡村,传统文化的分布比较分散而且仅掌握在一小部分人手中,很多传统文化还面临着即将失传的风险。对于传统文化,我们不仅要尽力去挖掘更要对其进行充分的保护。笔者以此次考察地存在的庐剧文化为例,庐剧是安徽省地方传统戏剧,国家级非物质文化遗产之一。在白山镇,村民会在日常生活中哼唱几句戏词,会在地方电视台观看庐剧相关表演,但是就仅仅局限于上述的行为,没有更加深入的发展。在白山镇,庐剧这样的戏曲文化也仅限于在中老年群体中传播,年轻群体对此并不关心,然而这些传统文化是一笔巨大的财富,如果没有传承就会面临着失传的风险,将传统戏曲的珍贵资源借助新媒体的手段进行推广,与现代文化进行交融,经过这一系列程序的开发,乡村文化整体将会焕发活力。

5.4.2 重视群众文化

中国的乡村文化在地理分布上呈现出巨大差异,在此基础上诞生的文化活动形式迥异。处于新时代下的农村现状也是如此,美与丑总是相伴相随。^①群众文化与传统文化相比,没有传统文化的神秘色彩,群众文化诞生于群众的日常生活。与传统文化相比,群众文化存在的范围更广,乡村中的传统文化需要深入挖掘才能找到,传统文化的传承与发扬需要依靠这方面的专家,而且并非所有的乡村都存在着传统文化,但是群众文化的形成非常日常化且存在广泛,对于大多数的普通村民而言,群众文化更容易得到大家的认可和接受,因此也更容易进行传播。

群众文化中比较具有代表性的就是广场舞和乡村春晚。由于春节对于中国人

^① 赵月枝 龚伟亮.乡村主体性与农民文化自信:乡村春晚的启示[J].新闻与传播评论,2018(02).

来说具有重要意义，是一年中最为重要的节日，因此乡村春晚对于村民来说也是意义重大。赵月枝是研究乡村文化传播方面的代表性学者，她在乡村春晚方面有深入的研究，她基于自己的家乡浙江丽水缙云县，研究缙云春晚的发展轨迹，目前，缙云春晚已经逐渐形成当地的一种文化标志。

近几年，随处可见广场舞团队的身影，广场舞作为一项全民参与的运动不仅能够帮助群众锻炼身体，它还隐藏着独特的文化内涵。广场舞与乡村春晚存在较大差异，乡村春晚一般是由乡镇机关进行组织筹办，广场舞的形成往往是透过过村民自发组织的，因此，广场舞拥有更加广泛且深厚的群众力量。每一个广场舞的群体内部都会推选出一个领导人，担当着“意见领袖”的功能，在这个人的领导下，原本分散的个体逐渐凝聚成一个团队。团队中的成员从最初的共同兴趣逐渐发展成为价值观的统一，最终在价值认同上达到一致，这种观念的统一为乡村文化的传播奠定了组织基础。与其他活动相比，广场舞更具有亲民性。在白山镇，大大小小的广场舞团队有十几支，在村中的活动中心，他们每天会定时定点进行排练，还有专门的微信群，大小事宜都会在群中公布，在乡村组织的一些文化活动中，广场舞是演出中必不可少的一个组成。

5.5 拓展乡村文化新媒体传播维度

5.5.1 打造乡村文化新媒体传播平台

新媒体的诞生得益于互联网的快速发展，互联网为其提供了信息技术支撑，新媒体是传播媒介中一种崭新的形式，它与传统媒介相比，同样都是社会系统的重要分子。但是与传统媒介不同的是，它传播范围更广、能够跨越时空界限、交互性更强，受众的参与程度更高。智能手机的进一步普及，新媒体越来越广泛的进入到人们的生活中，因此借助这种新型媒介，人们可以足不出户就感受到乡村民俗文化的精彩纷呈，在社交媒体平台，通过短视频的剪辑、后期加工以更加丰富的方式对乡村文化知识、文化内涵进行剖析，在这种形式下，乡村文化以更高效的方式呈现给受众，社交媒体平台还能够实现与受众的实时互动，精准投放到对该领域感兴趣的受众，形成良性的传播生态。

在社交媒体平台，传统的时空观念被打破，传播者与接受者的互动体验在增

强，用户不断聚集，从而建立起方便快捷的信息交流分享空间。除此之外，新媒体平台上会经常组织具有强互动性质的主题活动，通过这些活动，大家的创作成果可以进行曝光展示，进行集体交流，传播者和受众之间实现了跨屏的互动，这种形式下的文化活动就是充分利用了新媒体的优势，同时站在受众的立场，借助新的传播形态实现文化的创新，达到为群众服务的目的。

短视频的爆发为乡村文化传播提供了一个新的渠道。根据 CNNIC 发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2021 年 6 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 9.44 亿，较 2020 年 12 月增长 1707 万，占网民整体的 93.4%；其中，短视频用户规模达 8.88 亿，较 2020 年 12 月增长 1440 万，占网民整体的 87.8%。^①从以上数据中可以得知短视频行业的繁盛之势，在乡村文化的传播中也可以重视发展短视频，利用短视频的红利在乡村文化的传播形式方面进行创新。现今短视频平台众多，例如抖音、快手、B 站、今日头条、西瓜等等。在国家政策的扶持下，“三农”类短视频内容呈现蓬勃发展的势头，淘宝平台也推出直播助农活动。从视频内容上看大多都是反映美好乡村，传播特色的地域文化，需要引起关注的是，我们在利用短视频发展农村电商的同时，除了实现经济效益更要保证文化内容的传递和价值观的正确引导。

利用短视频的优势，在抖音、快手等社交软件上进行创作。白山镇可以在这方面进行深入挖掘，引导本村村民进行本土创作，拍摄村中的美食美景或者就是分享日常生活，这部分题材内容恰恰是每天面对快节奏高压生活的都市人群想要看到的视频内容，利用短视频的分享可以将传播效果最大化，吸引更多游客，实现文化的跨地区传播。

在农村短视频内容创作上，有众多农村网红应运而生，其中较为知名的案例是在 B 站名为“帅农鸟哥”的 up 主，他自 2022 年 3 月 17 日入驻 B 站发布第一条短视频，在短短四天涨粉 30 万。他的短视频主要展现自己掌握的独特技能，在手工、绘画和美食制作方面拥有超强的技术，每一条短视频播放量、点赞数都破万，通过短视频他还带动了乡村茶业的发展，带领众多村民走上小康道路，成为当地红人。这些原汁原味的视频内容，显现出最纯真质朴的乡村原貌，在现今快节奏的城市生活中，人们渴望感受自然，感受原始的快乐，乡村短视频为人们

^① 中国互联网络信息中心（CNNIC）CNNIC 第 43 次中国互联网络发展状况统计报告[R].2021.

提供了一个契机,满足了在城市生活中的人们对乡村生活的向往也让更多背井离乡的农村人乡愁落地。但是,我们同样不能忽视短视频可能带来的一些不良因素,由于自身的发展速度过快,导致传播内容存在低俗化的倾向,短视频在乡村文化传播中的运用效果尚不能盖棺定论,需要进行持续关注,但是正如威廉斯所说“要让希望具有可行性,不要让绝望具有说服力”^①,我们要对其抱有期待,给予充分的信心面对未知的挑战。

5.5.2 借助新媒体信息技术

互联网在农村快速普及后,微信、微博等社交媒体也逐渐进入到农民的日常生活和交往中,新媒体技术也逐渐被掌握。在这样的时代背景下,需要我们高度重视对新媒体技术的掌握和实践,新媒体技术的成熟应用对于推动乡村文化传播建立新渠道意义重大。例如,在社交媒体平台,以传播乡村文化为标签的群体大量涌现,媒介融合使得普通公民也有了传播声音的平台,乡村文化传播可以利用这个新型平台展现现今乡村实貌,不仅可以将当地独特的乡土民情以更好的效果传播出去,也能提高村民们的媒介素养,形成良性的互动。

随着新媒体的快速普及,在农村的公共文化服务中也逐渐成为重要的平台,这种新兴平台的建立不仅丰富了村民们的自主选择空间,新媒体平台所具备的私密性、自由性让村民们在进行选择时拥有更多的主动权。除此之外,还可以借助社交媒体平台快速收集村民们的文化活动进行反馈,这样的方式更加便捷且快速,为乡村文化的传播提供了更好的思路。

2017年6月,文化部全国公共文化发展中心和中国文化馆协会联合主办的全国文化信息资源共享工程“乡村拍手”计划正式启动。这项计划主要是为了培养基层工作者们开展文化宣传的技能,在组织开展专业化课程中,帮助他们认识到更全面的宣传渠道,掌握新型传播工具并熟练使用。在这样的活动中,乡村文化的传播渠道得以拓宽,也丰富了文化传播形式,有助于将乡村文化传播更好传递出去,

当前,白山镇在进行文化传播的渠道主要包括:广播、电视、互联网、文化墙等。如何在现今时代,将新媒体技术运用到文化传播中,以更好地进行文化宣

^① 雷蒙·威廉斯.《希望的源泉:文化、民主、社会主义》[M].祁阿红 吴晓妹译,译林出版社.

传，笔者认为可以从以下几方面分开进行。

1. 分群体

总的来说，就是依据年龄层次的不同来区分不同媒介在乡村文化传播中的运用。对于年轻群体来说，智能手机能够熟练运用，在新媒体的应用上炉火纯青，他们更偏向于使用新媒体进行乡村文化的传播，例如手机中的微信、微博、抖音等平台；但是一些年长群体，他们对于智能手机和互联网的运用较差，在进行乡村文化的传播中主要还是以人际传播和大众传播为主。老一辈与年轻一代相比，他们虽然没有掌握新兴技术，但是他们拥有比年轻人更多的阅历和技能。这些宝贵的财富也是乡村文化中必不可缺的一部分。例如，笔者在调研中恰逢中秋节，在中秋节，白山镇会制作“粑粑”，这个制作流程大多数年轻人都不会，一般都是由家中老人指挥进行，在这个过程中，两代人之间的交流合作就将这一文化传统延续下去。

2. 整合媒体手段

新媒体与传统媒体作为传播手段都不能单一化使用，应当立足于实际情况，融合交替。城市中的文化墙大家可能已经习以为常，但是在乡村，文化墙以及相关宣传标语的传播形式依旧占据重要的地位。白山镇同春村利用乡村路灯灯架，在灯架上悬挂乡村十佳村民的照片和宣传标语，利用这种传播形式，将村民们的先进事迹进行充分宣扬，不仅可以在乡村大力推广先进民风还可以将传播效果发挥到极致，来来往往的村民在驻足中感受到优秀文化的熏陶，在乡村渲染了良好的乡风文明。

5.5.3 加强传播资源的融合

白山镇现存的传播模式中，传统模式依旧占据主导位置。新媒介发展中，依旧存在很多问题，首先是当前已经形成的新的传播模式，基于社交媒体平台，但是这几种模式都各自独立并不能很好进行融合，整体的传播效果不好。

白山镇可以借助传统传播资源优势，与特殊的明星社交传播资源合作，例如在抖音账号分享美拍的各大博主，进行组合传播，利用他们的传播力和影响力，将当地特色旅游文化推广出去，从而实现传播效果的最优化。除此之外，白山镇还可以与周边其他乡镇的媒体进行融合交流，建立数据资源共享机制。

5.5.4 重视代际传播模式

代际关系存在于社会结构中，它与阶层、种族等因素同属于其中的一个重要分支。^①代际关系也是社会结构的重要组成，文化在代际传播中也形成了三种不同的形式：晚辈向长辈学习、同辈之间的学习、长辈向晚辈学习。在农村，传统观念植根较深，对于代际观念以及宗族关系非常重视，因此，长幼有序的传统普遍存在于乡村文化中，在农村家庭中，年长者往往是家中绝对话语权担当。然而，随着时代的不断发展变化，新的传播形势入侵，年轻一代受到互联网的影响，他们对于知识的掌握也更加全面。与此形成对比的是，多数 60 后、70 后不愿意接触使用新媒体，如果单纯依赖外部力量强行推广，可能会适得其反，但是借助家中子女的亲身宣传可能就是完全不同的结果。利用家庭环境，子女亲自辅导父母运用新的媒介工具，他们可能会更容易接受，在之后进行新媒体传播乡村文化过程中，他们也能参与到其中。

除此之外，由于乡村中大部分 90 后群体受教育水平都高于父辈，他们对互联网的认识和使用也较为深刻，基于这样的前提，他们在进行乡村文化传播时就更加得心应手，他们对于乡村文化的人士也更加全面。因而，他们可以影响到父辈的很多文化观念，帮助他们形成正确的文化观念。例如，我们在乡村中看到的农忙场景，对于普通村民来说这只是日常生活中的一个组成部分，并没有什么稀奇更谈不上文化范畴，但是借助子女的宣传普及，他们也会逐渐改变原有的陈旧观念。

5.5.5 重视村民的公共活动空间

村民的公共活动空间通常指的是在乡村中具备公共性的特征，在发展中形成的约定俗成的空间用于人们公共生活，这是乡村社会在历史发展中延伸并传递出的一种存在。^②在乡村有很多公共空间，诸如小学、村史馆、小卖部等。在这些场所，人们往往更愿意进行文化交流，因此在这里进行文化传播的效果更好。

以上的这些公共空间中，笔者认为最为重要的就是乡村小学，虽然近几年由

^① 吴小英.代际冲突与青年话语的变迁[J].青年研究, 2006(08).

^② 曹海林.村落公共空间与村庄秩序基础的生成——兼论改革前后乡村社会秩序的演变轨迹[J].人文杂志, 2004(06).

于城镇化的发展，乡村小学在逐渐消失，但是在 20 年前，乡村相对较为闭塞的时代，乡村小学为乡村输送培养了很多知识青年，也让更多年轻人意识到知识的重要，教育的重要。小学阶段是孩子们形成粗浅三观的重要阶段，在这个阶段，重视对乡村文化的普及宣传有助于年轻一代思想文化观念的形成。除了乡村小学，另一个十分重要的场所就是乡村大舞台，以笔者调研的白山镇同春村为例，在村中修建了一处文化广场，这里成为村民们茶余饭后娱乐休闲的好去处，每天傍晚，还会有广场舞队伍在这里进行训练，人流量很大，在这样的公共空间进行宣传，可以将有限的传播资源运用到极致。传播学者凯瑞对于传播提出了一个定义，它是在一定时间内对于社会进行维持的工具，传播本质上并非分享，它是具有共同信仰的人实践中形成的。因此，传播效果的好坏不应该检验智力信息的传播而是在全社会形成一个秩序井然且能够满足人们日常文化交流的公共空间。^①

5.6 培育和打造乡村文化传播人才队伍

5.6.1 注重村委会的联动作用

在完整的传播活动中，传播主体对于传播活动是否成功起到关键的指引作用。笔者经过调查发现，在白山镇，乡村文化的传播主体包括：大学生群体、乡村教师、村委会工作人员以及普通村民。广义上来说，在乡村中生活的个体都是文化传播的主体，但是在实际的传播中，它们各自相对是分散的，因此，村委会作为粘合剂就非常关键，需要发挥联动作用，将这些分散的个体组合到一起。

村委会在乡村文化传播中发挥着不可替代的作用，在传播的各个环节他都是其中的重要组成，因此，传播理念对于村委会工作人员尤其重要。白山镇有 64000 人，如果每个人经过村委会的统一宣传后都能形成良好的传播自觉，那么这股力量将会是无法比拟的。村委会作为基层工作的领导者，在乡村发展上功不可没，一个好的领导者将会帮助该地区实现快速发展的目标，因此村委会也应当重视自身力量的提高，不断改进服务水平。在改进工作态度后，也在一定程度上吸引更多优秀人才回乡创业。对于村委会工作人员工作能力的培养，我们可以通过鼓励

^① 詹姆斯·凯瑞《作为文化的传播》[M].丁未，译，北京：华夏出版社，2005.

外出学习考察等方式，加强现有文化传播人员的专业知识，通过外出学习交流，能够接触到更多新理念、新思想。另外，还可以通过人才引进的方式，对现有的人才格局进行创新，建设一支更为专业的传播队伍。村委会需要充分发挥引领示范的作用，将这股力量进行整合从而推动乡村文化的蓬勃发展。

5.6.2 注重传播主体的其他层面

林建平在《美丽乡村语境下的农村文化传播策略》一文当中提到了尤溪县高士村林氏广福公后裔组成修订族谱理事会编写的高士村西河堂《林氏族谱》，这本族谱成为林氏子孙之后寻根溯源的重要依据材料。这份族谱在他们的微信朋友圈形成广泛的传播，这也成为了林氏子孙了解宗族历史和代际传承的重要依据。

乡村文化传播主体最不容忽视的是普通村民，村民的广泛参与是乡村文化传播的关键。^①群众的参与是文化发展的前提和支柱。乡村文化传播如果失去了村民这一根基那么一切传播也将没有意义。笔者在对白山镇乡村文化建设的调研中发现，很多村子里的文化站和村史馆，民众利用率和参与度都很低，通过对村民的访谈了解到，在日常生活中人们很少会去参观，更多时候这里都是大门紧闭，这样的文化场所与广场舞、乡村春晚相比，显然后者更具吸引力，在实践中也证明恰如其是，寻求原因就能发现后者更能调动村民参与的积极性，在集体活动中，村民们获得了更多的参与感和满足感，这使得这种文化活动更加受到广大村民的喜爱。以此延伸到乡村文化的传播策略上，很多新方针在进行之初就困难重重，很难继续推进，很多负责乡村文化推广的工作人员在宣传乡村文化时不知变通，只是原封不动将政策照本宣科，村民们接受能力和知识水平有限，面对艰涩难懂的政策性文件，他们选择性视而不见。对于乡村文化的认识，大多数村民也没有一个具象化的概念，需要我们用喜闻乐见的形式去解释，只有这样才能够发挥村民作为乡村文化传播的主体角色。与此同时，乡村文化传播队伍中还有一部分群体不可或缺，就是乡村精英。乡村精英作为文化传播中的组织者，起到重要的承接作用，在对乡村文化进行宣传中，他们的意见和解读对于村民来说是一种重要的参考，因此，对这部分群体的关注与培养非常重要，在建立乡村文化传播队伍

^① 谢太平.乡村文化传播中“创新与扩散”的对比性研究——基于“农家书屋”和“乡村广场舞”的田野考察[J].西南政法大学学报,2019(04).

时必须将其考虑在内。

小结：乡村振兴，文化起到指引作用，文化更是其中的灵魂，发展乡村文化，促进乡村文化传播并非一蹴而就。乡村文化传播策略需要因时因地制宜，在国家实行的乡村振兴战略政策指引下，对乡村中现存的独特乡土乡情进行融合在实践中总结出与乡村文化发展更加适配的传播思路和策略。

结 语

文化兴则国兴，文化强则国强，乡村文化是中华文化中不可或缺的一部分，更是促进乡村建设与发展的历史根源与内生动力。乡村文化的建设与传播影响着乡村振兴战略实施的最终效果，近几年，国家对乡村发展愈发重视，对乡村文化愈发关注。基于政策的引导，我们去研究并关注乡村文化的课题，在以白山镇为案例进行调查后发现在乡村还普遍存在着诸如传播人才的缺失、传播内容的不合适、传播形式的单一等问题。究其原因是多种因素交织形成的结果，在政策的偏移关注背景下，学界很多专家学者进行研究提出了一系列改善当前现状的传播策略。然而，由于乡村社会在漫长的历史长河中累积了许多复杂的现状，这些问题并不能够快速得到解决，在未来的发展中，尚需对此展开持续性关注并深入其中找到更适合乡村现状的文化传播策略。

传播学者麦奎尔对于传播的理解是这样的，他认为，人们都应当享有传播的基本权利，这个权利不应受到种族和阶层的限制，社会的多元化是传播建立的基础，对于弱势群体，更应该保障他们在传播中的发声机会，确保社会全体成员参与到媒介运作。^①在进行乡村文化传播研究中，要时刻注意防止进入“精英主义”的陷阱。随着传播媒介不断的更新发展，在乡村社会，智能手机基本实现全覆盖，微信等社交媒体正在改变着人们的生活交往方式，村民们获取信息的渠道不断被拓宽，自由发声的权利得到最大程度的释放，人们不再只是被动地接受信息，还能够将所处的生活环境转化为传播资源传递给大众。至此，乡村文化的传播需要警惕不是站在上帝视角帮助农民去发声，而是将手中的麦克风递交到他们自己手中，独立发声。在新时代下推动乡村文化传播建设，需要高度结合互联网，利用好这一工具，互联网已经浸入人们的日常生活，改变着生活场景，在乡村文化的传播环境上也发生巨大的变化，这一变化带来的既是机遇也是挑战。利用短视频分享农村生活的乡土人情，可以让大众更加直观地了解当地文化并扩大传播范围。

在进行论文写作的过程中，本人的学术水平有限，生活阅历粗浅，研究中尚存很多缺陷与不足。对乡村文化的探索只触及到表层，在这个广阔的课题研究中

^① 沙垚 张思宇.公共性视角下的媒介与乡村文化生活.[J]新闻与写作,2019 (09):(21-25).

仅涉及到粗浅的一星半点；在选取调研对象方面比较单一，得出的调研情况受到地域限制并不适用于整体，具有不确定性；本人在进行深度访谈和实地观察时，由于调查对象和环境的不可控性，所得材料与现实可能存在一些偏差。以上的自我反省也为之后的研究积累经验教训。

参考文献

英文文献:

- [1] Lynch K R ,Logan T Jackson D B. “People Will Bury Their Guns before They Surrender Them”:ImplementingDomestic Violence Gun Control in Rural,Appalachian versus Urban Communities[J].Rural Sociology,2018,10.
- [2] John Bellamy Foster :The Epochal Crisis. MonthlyReview (2013), 65(5).
- [3] JS Tao, RP Hymes.Statesmen and Gentlemen: The Elite of Fu-Chou, Chiang-Hsi in Northern and Southern Sung[J].Journal of Asian Studies, 1989,93(5).
- [4] Yu- sheng Lin.The crisis of Chinese consciousness: radical antitraditionalism in the May Fourth era[M].University of Wisconsin Press,1979.
- [5] Marshall McLuhan. Understanding Media:The Extensions of Man[M]. Signet, 1969:1-20.
- [6]Graham B.Heritage as Knowledge: Capital or Culture[J].Urban Studies,2016,39.
- [7]Bartleet B L,Carfoot G,Murn A.Exploring University — Community Partnership sin
- [8]Arts — Based Service Learningwith Australian First Peoples and Arts Organizations[M]//Engaging First Peoples in Arts — Based Service Learning.Berlin: Springer International Publishing,2016.
- [9] Pudianti A,Syahbana J A,Suprapti A.Role of Culture in Rural Transformation in Manding Village,Bantul Yogyakarta,Indonesia[J].Procedia — Social and Behavioral Sciences,2016,227.

中文文献:

- [1]沙垚. 乡村文化传播[J]. 新闻与传播研究, 2015, 22(12):101-108.
- [2]沙垚. 乡村文化传播的内生性视角:“文化下乡”的困境与出路[J]. 现代传播, 2016(06).
- [3]沙垚,王昊. “主体—空间—时间—实践”:新时代乡村文化振兴的原则与方向[J]. 浙江师范大学学报(社会科学版), 2019(05).

- [4] 沙垚, 张思宇. 公共性视角下的媒介与乡村文化生活. [J]新闻与写作, 2019 (09): (21-25).
- [5] 李红艳. 乡村传播学概念解析——兼论乡村传播学与发展传播学之异同[J]新闻界, 2008 (06): 42-44.
- [6] 夏文蓉. 发展传播学视野中的媒介理论变迁[J]. 扬州大学学报(人文社会科学版), 2007 (03): 79-84.
- [7] 赵月枝, 龚伟亮. 乡村主体性与农民文化自信: 乡村春晚的启示[J]. 新闻传播评论, 2018, 71 (02): 5-16.
- [8] 赵月枝, 龚伟亮. 乡村主体性与农民文化自信: 乡村春晚的启示[J]. 新闻传播评论, 2018, 71 (02): 5-16.
- [9] 赵月枝, 沙垚. 被争议的与被遮蔽的: 重新发现乡村振兴的主体[J]. 江淮论坛, 2018 (06): 34-40.
- [10] 吕新雨 赵月枝. 中国的现代性、大众传媒与公共性的重构[J]. 传播与社会学刊, 2010 (12) .
- [11] 刘楠, 赵月枝. 缙云县乡村春晚的启示[J]. 长江文艺评论, 2017 (02).
- [12] 张文忠. 经济区位论[M]. 北京: 科学出版社: 2000. 1, 10-11.
- [13] 黄德昕. 环巢湖地域性文化资源探寻及文化内核挖掘[J]. 蚌埠学院报 2016, 9 (05): 53-57.
- [14] 谢太平. 乡村影像的“自—他式传播”与乡村文化建设路径创新——基于西北村庄的田野考察[J]. 西南财经政法大学学报, 2017 (05).
- [15] 谢太平. 乡村文化传播中“创新与扩散”的对比性研究——基于“农家书屋和“乡村广场舞”的田野考察[J]. 西南政法大学学报, 2019 (04) .
- [16] 林建平. 美丽乡村语境下的农村文化传播策略——以尤溪县高士村为例[J]怀化学院学报, 2018 (07).
- [17] 王红霞. 新媒体时代乡村文化的传播策略研究[J]. 今传媒, 2018 (12).
- [18] 张进宝. 做好乡村振兴进程中的乡村文化传播: 需求与路径[J]. 现代视听 2019 (10).
- [19] 赵旭东, 孙笑非. 中国乡村文化的再生产——基于一种文化转型观念的再思考[J]. 南京农业大学学报 (社会科学版), 2017 (01).

- [20] 彭兰. 短视频: 视频生产力的“转基因”与再培育[J]. 新闻界, 2019(01).
- [21] 姜鹏. 新农村建设中的媒介式乡土文化及其创新传播[J]. 甘肃社会科学, 2019(02).
- [22] 曹海林. 村落公共空间与村庄秩序基础的生成——兼论改革前后乡村社会秩序的演变轨迹[J]. 人文杂志, 2004(06).
- [23] 张哲, 姜松, 刘建徽. “包容性增长”理念指导下乡村文化体制改革的路径[J]. 西南农业大学学报(社会科学版), 2013, 11(05): 70-74.
- [24] 张纯, 赵丹. 新时代乡村文化振兴的根基、源泉与导向[J]. 苏州科技大学学报(社会科学版), 2020, 37(01): 1-4+9+107.
- [25] 季中扬, 胡燕. 当代乡村建设中乡贤文化自觉与践行路径[J]. 江苏社会学, 2016(02): 171-176.
- [26] 孙喜红, 贾乐耀, 陆卫明. 乡村振兴的文化发展困境及路径选择[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2019(05): 135-144.
- [27] 杨莉. 浅谈乡村建设中的文化挖掘与利用[J]. 才智, 2018(30): 232.
- [28] 中共中央党史和文献研究院. 习近平关于“三农”工作论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2019: 144.
- [29] 索晓霞. 乡村振兴战略下的乡土文化价值再认识[J]. 贵州社会科学, 2018(1): 4-10.
- [30] 秦宗财. 定位理论视角下乡村文创品牌塑造的方向和路径[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2019, 36(05): 52-58.
- [31] 杨超凡, 陈新民. 中国乡村文化传播研究的回顾与展望[J]. 现代视听, 2019(10): 36-38.
- [32] 刘顺利. 话语群理论与乡村传播学——兼评《古村社会变迁——一个话语群的分析实验》[J]. 经纪人学报, 2005(03): 68-71.
- [33] 郑欣. 田野调查与现场进入——当代中国研究实证方法探讨[J]. 南京大学学报(哲学社会科学版), 2003(03): 52-61.
- [34] 韩鸿. 参与式传播: 发展传播学的范式转换及其中国价值——一种基于媒介传播偏向的研究[J]. 新闻与传播研究, 2010, 17(01): 40-49+110.
- [35] 刘晶, 陈世华. 城乡传播新关系: 发展传播学的视角[J]. 南昌大学学报(人文

- 社会科学版), 2015, 46(02):112-117.
- [36] 韩鸿. 发展传播学近三十余年的学术流变与理论转型[J]. 国际新闻界, 2014, 36(07):99-112.
- [37] 胡翼青, 柴菊. 发展传播学批判: 传播学本土化的再思考[J]. 当代传播, 2013(01):12-15.
- [38] 艾美华, 刘雅. 大众媒介在农村文化建设中的传播现状与媒介分析[J]. 新闻爱好者, 2016(02):55-59.
- [39] 段京肃. 社会阶层分化与媒介的控制权和使用权[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2004(1).
- [40] 夏恩强. 新乡贤: 乡村振兴中的精英再造[J]. 内蒙古农业大学学报(社会科学版), 2021(2).
- [41] 何慧丽. 乡村生态自洽与新农村建设[J]. 文史博览(理论), 2013(04).
- [42] 刘锐. 2001-2010: 中国发展传播学研究现状与前景[J]. 国际新闻界, 2011(06).
- [43] 赵金平. 文化是一种整体的生活方式——雷蒙·威廉斯大众文化思想探索[J]. 理论探讨, 2015(2).
- [44] 谭志满 杨文. 民族地区新乡贤参与传统文化传承创新的路径[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2021(2):59.
- [45] 卢渊 李颖 宋攀. 乡土文化在“美丽乡村”建设中的保护与传承[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2016(03):69-74.
- [46] 赵旭东 孙笑非. 中国乡村文化的再生产——基于一种文化转型观念的再思考[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2017(01).
- [47] 向勇. 阐释、批判与建构主义: 中国文化产业研究范式的立场解释[J]. 探索与争鸣, 2020(6):127-160.
- [48] 范建华 秦会朵. 文化产业与旅游产业深度融合发展的理论诠释与实践探索[J]. 山东大学报, 2020(4):72-81.
- [49] 费孝通, 韩格理, 王政. 乡土中国[M]. 北京大学出版社, 2012.
- [50] 费孝通. 江村经济[M]. 上海人民出版社, 2006.
- [51] 费孝通. 乡土中国: 生育制度[M]. 北京大学出版社, 1998.

- [52] 风笑天. 社会学研究方法[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2001:238.
- [53] 熊培云. 一个村庄里的中国[M]. 北京:新星出版社, 2011.
- [54] 沙垚. 吾土吾民:农民的表达与主体性[M]. 中国社会科学出版社, 2017.
- [55] 吴守春. 白山[M]. 北京:大众文艺出版社, 2012.
- [56] 詹姆斯·凯瑞《作为文化的传播》[M]. 丁未, 译, 北京:华夏出版社, 2005.
- [57] 雷蒙·威廉斯. 《希望的源泉:文化、民主、社会主义》[M]. 祁阿红 吴晓妹译, 译林出版社.
- [58] 郑晓云. 文化认同与文化变迁[M]. 北京:中国社会科学出版社, 1992:4.
- [59] 孙丽. “快手”短视频平台上的乡土文化传播研究[D]. (硕士学位论文), 郑州大学, 2019.
- [60] 韩旭. “美丽乡村”建设中乡土文化传播研究——以信阳郝堂村为例[D]. (硕士学位论文), 郑州大学, 2017.
- [61] 曹珊珊. 农村公共生活空间的重建——对冀东 X 村广场舞活动的调查[D]. (硕士学位论文), 中国政治学院, 2017.
- [62] 辛小月. 农民、现代化传媒与生活意义的建构——基于对河南省辛寨村的田野调查[D] (硕士学位论文), 河南大学, 2019.
- [63] 中共中央国务院印发乡村振兴战略规划(2018-2022年)[N]. 人民日报, [2018-09-27(001)].
- [64] 中国互联网络信息中心(CNNIC) CNNIC. 第43次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 2021.

后 记

三年前的时光依旧历历在目。一边在图书馆享受着文字带来的思想自由，一边也为未来的选择感到彷徨。三年的兰财时光，让我与兰州这座素未谋面的城市产生了一份奇妙的缘分，在这里，我接触到新的知识、认识了新朋友，收获良多。这些点滴瞬间构筑成我在兰财最美好的回忆。

回望这三年的成长，我要感谢的人太多太多。感谢我的师父杨晓峰，师父在这三年里为我们提供了很多帮助，在这里，弟子由衷感谢您的辛勤付出。不忘师父在学术上对我们提出的高标准、严要求，更不忘师父在待人接物上对弟子的谆谆教导。犹记在复试现场，您的笑容缓解了复试时的焦虑与紧张，这三年的点点滴滴都历历在目，您对待学术一丝不苟的专注品质以及温润的处事品格为弟子之后的生活和工作指明方向。至此，也向商传学院每一位授课老师表达最真挚的感谢与祝福。

三年同窗，在兰财，我结识了很多好友。感谢室友三年来的照顾与陪伴，感谢同门的帮助与鼓励，在学习和生活中，互相指点迷津，共同进步。三年光阴因为有这些可爱的朋友，我的生活也变得五彩斑斓。

感谢我的父母，他们毫无保留的爱与付出是支撑我前行的最大动力，无论何时，都义无反顾地支持我的每一个决定，我这只小船可以永远停泊在家的港湾，有你们的支撑，我才敢放心远航。

感谢兰州这座包容的城市，离别之际，有太多留恋与不舍，黄河水滔滔不绝，就像这座城市过客匆匆。三年时间，对这座城市也有了自己的理解与认识，各种情绪随夜晚的黄河水一路向东流，又到凤凰花朵开放的时候，六月的风中已经有了离别的味道。这一段旅程的结束是下一段风景的开始，离别之际，惟愿在此相遇并给予我温暖的每一个人平安顺遂。

附录

附录 A 受访者的基本信息

姓名（化名）	性别	年龄	职业	采访时间
夏老师	女	32	教师	2021.11.12
王老师	男	68	退休教师	2021.11.12
张老师	女	51	教师	2021.11.12
夏杰	男	22	大学生	2021.7.26
夏一敏	女	24	大学生	2021.7.28
王鹏	男	33	研究生	2021.7.19
王兰兰	女	31	村民	2021.11.04
袁川英	女	50	村民	2021.11.04
阮明发	男	55	个体户	2021.11.08
涂梅	女	55	个体户	2021.11.07
王小荣	女	52	村委会工作人员	2021.10.16
夏书记	男	34	村委会工作人员	2021.10.16
小段	女	30	村委会工作人员	2021.10.16
小燕	女	45	村委会工作人员	2021.10.17
夏元宇	男	63	退休村干部	2021.10.17

附录 B 部分访谈记录

大学生:

1. 你平时通过什么渠道了解信息?

主要还是手机,现在手机上各种软件应有尽有,微博、微信既能看新闻又能完成社交,还有抖音,每天都会刷,一刷就停不下来,看短视频时时间就会过得特别快。

2. 你对于本地区乡村文化的了解程度

我对家乡还是比较了解的,关于巢湖和姥山岛的传说,在很小的时候就听家中长辈说过,印象深刻,除了这些,每次回学校之后都特别想念家乡的美食,尤其是早上那一口油香油香的粑粑。

3. 你愿意主动在互联网平台传播本地区的文化吗?

其实主观上我是愿意的,毕竟是自己长大的地方,但也正因为如此,很多时候就忽视了身边的文化景观,我也想过通过拍摄短视频来介绍家乡独特的民俗和美食,但大多数时候就是停留在想法的阶段。

4. 你愿意主动向别人提及自己的乡村吗?

这我还是很愿意的,毕竟我们村就在巢湖边上,风景那么好,有一说一,我们村这两年发展的的确很不错,村里边都修通了水泥路,而且还建设了村史馆、祠堂和文化广场,这些在我小时候很难去想象,现在农村生活条件好太多了。

5. 你知道本地区的文化站吗?

有听说过,但是到现在也没去过,不过好像文化站也不怎么开门。

6. 你愿意参加乡村春晚或者类似的乡村文化传播活动吗?

这个我不太愿意,感觉乡村春晚还是以村中年纪大一点的群体为主,他们喜欢的广场舞呀。戏曲呀,我一点都不感兴趣,我就不凑这个热闹了。

7. 未来,你愿意留在乡村从事文化传播的工作吗,为什么?

不愿意。首先很现实的一点就是待遇的问题,在乡村待遇肯定很低,其次,我就是农村长大的,因为太熟悉农村所以工作的话想要在大城市,换一种环境生活,也体验一下城市的环境;最后的话,我身边的朋友、同学毕业之后也都留在了城市上班,我的朋友圈基本在城市,所以还是想在城市工作。

8. 你认为当前的乡村文化建设能否满足你的文化需求?

虽然现在，农村的文化建设工作相较以前有了改变，但是，在文化建设的细节方面做的还是不够，还有特别重要的一点就是农村的文化建设很多时候都是面子工程，他不管最后的效果好不好，也不考虑村民能否理解，能否接受，所以从这些方面来看，我不太认可。

9. 你期待村子通过什么样的渠道进行乡村文化传播？

现在互联网这么普及，所以村委会那些工作人员也应当跟紧时代的潮流，可以建立专门宣传家乡文化的抖音账号，我觉得通过拍摄短视频肯定可以吸收很多用户的关注，自然就会产生很好的传播效果。

村委会工作人员

1. 当前乡村文化的传播渠道主要有哪些？

我们镇建立了官方的微信公众号，还有村子内部文化墙、宣传栏的设立等等。

2. 当前乡村文化与互联网的结合怎么样？

与互联网的结合时间不长，也就近几年才开始重视利用互联网去宣传本地区的乡村文化。

3. 当前在乡村文化传播方面的人才是否紧缺？

这个人才是一直都处于紧缺的状态，主要原因还是年轻人都不愿意来到乡村，他们总认为乡村都是落后的、破旧的，在文化宣传上，没有新鲜血液的补充，也导致当前的文化建设停滞不前，没有啥创造力。

4. 当前乡村文化的整体建设如何？

这几年在国家政策的领导下，我们镇对乡村文化建设这一块儿还是非常重视的，基本上每个村都建立了村民文化活动中心，还有一些党建主体广场和公园也在逐步完善中。

5. 当前农村进行乡村文化传播难度最大的地方在哪里？

你要说难度最大的地方，还是在村民身上。在农村，大部分村民思想比较陈旧也比较保守，你让他们去为家乡宣传，很多村民都不愿意，参与的积极性很低。你说自己村里的人都不愿意宣传，你让别人来宣传自己的村子，他们也无法接受。所以，对于年龄较大的村民，还是要慢慢引导，慢慢改变他们的思想观念，只要他们的积极性提高了，文化宣传的阻力就小很多了。

6. 对于乡村文化建设未来的规划如何

未来的话，我们可能会加强乡村新媒体的建设，在这方面投入力度，吸纳专业人才建立官方的账号，在平台进行文化宣传，这种方式非常快捷，而且也能适应时代的发展。还有就是对村民文化思想的教育，让他们都参与到乡村文化建设中来，这样乡村文化也能越来越繁荣嘛。