

4. 于春生：《融合文化语境中的乡村直播》发表于《现代传播》2021年第8期，总第301期



目录

来稿要求

1. 本刊欢迎作者以电子邮件方式投稿。编辑部的唯一投稿邮箱: journal@cmu.edu.cn。
2. 来稿内容应包括题目、作者姓名、内容摘要、关键词、正文、注释等;作者工作单位及职务职称;作者详细通信地址、邮编、联系电话和电子邮箱。
3. 来稿篇幅 5000—20000 字为宜,行文层次符号用“(一)”“(1)”。
4. 本刊一律采用文后注释,注释方式为用阿拉伯数字置于文字右上角。
5. 本刊欢迎省部级以上基金项目研究成果。凡获基金资助的论文,请在首页注明基金项目的来源、名称和编号。
6. 来稿请务必遵照本刊格式要求,以增加编辑效率和减少稿件采用后的修改工作。

本刊专稿

当前我国国际传播面临的挑战、问题与对策 段 鹏(1)

传媒观察

全面转型与深度融合:2020 年中国媒体融合发展 黄楚新(9)

协同性与连接力:5G 推进媒体深度融合的作用机制 卢 迪(15)

传播文化

歌以明志:百年爱国歌曲中的“国家”与“政党”话语变迁(1921—2021)
..... 吴小坤 李婉琦(19)

融合文化语境中的乡村直播与农民叙事 于春生 郭婉君(24)

新闻学与传播学

《新青年》杂志三次转变与共产党新闻事业起源标志 倪延年(29)

“以人民为中心”:中国共产党百年传受观念的发展创新研究 沈正赋(36)

网络表情符号的信息效应

——基于“迷之微笑”的实验研究 张 放 杨 颖(42)

脱嵌、再嵌与联结:离散群体的疫情叙事与共同体想象 陈 薇 柯金妍(48)

网络圈层化背景下群体极化的特征及形成机制

——基于“2·27 事件”的微博评论分析 申金霞 万旭婷(55)

记者权益保护的时空维度 冯建华(62)

国际传播

联通中外:中国共产党百年对外传播的基轴 刘小燕 赵堯源(66)

论李子柒视频国际传播中的劳动美学 陈 一(70)

繁荣哲学社会科学前沿

微媒技术的本质、意义及其价值逆向 潘天波(74)

传播与身体的互构与互嵌:“移听”行为中的身体三重性研究 朱亚希(79)

融合文化语境中的乡村直播与农民叙事

■ 于春生 郭婉君

【内容摘要】 乡村振兴背景下,乡村直播是农民作为叙事主体而进行的融合文化媒介实践。融合文化语境中的农民叙事,其“农民”身份认同自觉而清晰,以日常化与娱乐化的内容偏向和“去主观化”的方式再现着“超真实”的乡村空间,具有农民形象再造与乡村文化传播、文化权力再分配与公共性重构、城乡文化融合与关系构建等诸多方面积极文化价值。但在既有权力结构制约下,其局限性不容忽视,诸如“幻像乡村”造成认知偏差、权力“收编”阻滞建设性发挥、乡村内部分层与消费主义扩张等等,尚需相关多方在协商共识中推进权力空间扩容、商业与文化平衡,提升农民主体意识、行动能力和媒介素养,以实现乡村直播与农民叙事之多重价值。

【关键词】 乡村振兴;融合文化;乡村直播;农民叙事

乡村与农民,在我国急速现代化的社会进程中一直是庞大而沉重的现实存在,但在既往高度中心化、市场化、单向度的媒介生态中,却被有意无意地遮蔽和边缘化,成为“沉默的他者”。赵月枝指出,市场逻辑的深化与过度竞争导致媒体话语对消费主义价值和有消费能力城市受众的偏向和对社会“底层”,尤其是农民的忽视。^①虽然主流媒体一再强化“三贴近”原则,但农村、农民更多地仍是被表述的客体,其自我言说难以实现。这一境况随着移动互联网、智能手机在乡村的日渐普及而改观。新兴媒体赋权农民以相对平等的言说地位,其中快手、抖音等移动直播平台的快速崛起,尤其是其垂直化、下沉性战略的实施,使“乡村”以崭新的面貌出现于媒介版图。“农民”以主播的身份和“具身传播”的方式开始大规模地晋身为媒介内容的生产者 and 意见、观念的表达者,展开独具特色的自我叙事。“乡村直播”作为前所未有的媒介现象不仅快速生产着具有“乡土中国”特征的媒介文化,革新着城乡话语权力关系,而且于“城市和乡村在市场化格局中再度分裂”^②的社会背景下生发出“弥合鸿沟”、重构乡村文化主体性进而促进“乡村振兴”的宏大意义。

一、乡村直播:一种融合文化的媒介样本

“融合文化”(convergence culture)一词最早由亨利·詹金斯(Henry Jenkins)提出,用以表征媒介融合带来的新兴媒介生态“新媒体和旧媒体相互碰撞、草根媒体和公司化大媒体相互交织、媒体制作人和媒介消费者的权力相互作用。”^③此后,詹金斯与马克·迪耶兹(Mark Deuze)共同提出“融合文化范式”,指出“当下的全球数字文化是一个混合的文化形态,是受众生

产的媒介内容与商业文化相互融合又彼此斗争的新型生态环境”^④。融合文化概念由媒介生态延展至社会文化形态。融合文化理论于2009年引入国内后,内涵不断丰富和深化,成为“以用户研究为中心,思考人与媒介关系的新维度”^⑤“涉及媒介技术的发展、媒介权力的分配以及消费者在媒介变革时代的身份转换等多方面问题”^⑥。由此,融合文化不仅是一种随着媒介融合而不断进展的文化语境,更成为一种研究媒介权力变迁机制的理论场域。以之观照乡村直播,这一以农民为主体依托新兴传播技术展开的媒介实践,从其参与式生产、跨媒介叙事和基于集体智慧的权力表达等层面看来,堪称融合文化的典型样本。

(一) 用户的参与式生产

媒介技术发展赋予更多用户参与媒介内容生成、储存、解释、挪用、更改以及促进流通的能力,“参与生产”成为“一种在新媒介技术环境中产生的新的消费主义形式,能够实现消费者参与媒介叙事的创作和流通,并成为生产者的期待”^⑦。技术赋权使草根阶层参与媒介内容生产成为可能,由此形成新的互联网文化业态,用户生产内容(UGC)成为新媒体重要的内容组织方式。詹金斯将融合文化理解为人们自愿围绕共同兴趣对意义和信息进行合作生产、问题解决和知识共享,“融合既是自上而下的公司驱动的过程,也是自下而上的消费者驱动的过程”^⑧。在此过程中,用户具有革命性的能动作用,其以积极参与者的身份打破传播者与受众的界限,以创造者的姿态参与媒介生产实践。

具体到直播中,主播主动参与直播平台构建的内容生产流程,进行媒介文本创造;在直播间虚拟的集体参与式场景中,粉丝与主播以实时互动的方式围绕直