

浅析乡村文化振兴的“县媒”担当

王玉坤

摘要：在谋求乡村振兴的时代背景下，本文试图从县级媒体的角度，探讨在推进媒体融合过程中，如何发挥自身优势为推动乡村文化振兴发挥应有的造势作用，同时开发新媒体功能深度介入，成为推动乡村文化振兴的主导力量。

关键词：乡村振兴 文化振兴 媒体力量

在推动乡村文化振兴中，身处基层的县级媒体应当发挥怎样的作用呢？

在时代大潮，特别是市场经济大潮的冲击下，传统的小农经济模式正在加速瓦解，取而代之的是农村工业、现代农业和基于农村自然资源和文化遗产开发的农文旅相融合的新型服务业。这当然是一种进步的趋势。然而在这种大趋势下，传统农业生产模式的消亡和大量农业人口的离乡背井、转移就业，一代人在咂摸乡愁的同时，也在掏空乡愁存在的根基。最直观的现象，许多农村出身的农二代早已不辨菽麦。

在这样的背景下，基层媒体如何看清农村社会的演变趋势，把握其基本规律，以最接“地”气的作品引导、激励农村社会朝着正确的方向演变，保护和弘扬乡村文化的精华，让更多的人记住乡愁，专注于农村的发展？

一、县级媒体如何推动乡村文化振兴

县级媒体与广大农村有着天然密切的联系，在推动乡村文化振兴的工程中无疑承载着更多的宣传造势功能，同时也具备接近性高的新闻价值优势。长久以来，县级媒体主要以政治、经济类的报道和舆论引导为主，至于同属媒体重要功能的文化娱乐功能却往往得不到体现。事实上，媒体在坚守主阵地的同时，不应忽视文化“社教”功能。

（一）多关注农村的文化现象

虽然农村人口的总体受教育程度明显弱于城市人口，但并不能说农村的文化氛围就弱于城市。相反，农村社会受新事物、新思潮的冲击要弱于和迟于城市，农村的各种文化现象更多地保留了传统文化的特质。在宣扬文化自信的今天，这些具有传统特质的文化现象更值得解读。

例如，长兴台多年来持续关注的小浦镇八都畚景区方岩村独特的文化现象——村民们从样板戏流行时代开始就形成的对京剧的喜爱。这个村不管男女老少多少会来上一段，更有一批老票友锣鼓京胡技艺不俗。上世纪90年代，村小学校长马卫平还在校园里成立了一个“小京班”，课余时间排练京剧。“小京班”一办就是20多年，不仅在山村传承和弘扬了京剧文化，也为戏曲院校输送了一批幼苗。近年来，八都畚已成为著名的古银杏林景区，古树下的票友会也成了景区的一大文化特色。长兴台为这一地方特色文化的形成和壮大发挥了不可替代的宣传作用。

再如，在长兴县林城镇北汤村，村民严自强本是漆匠，高中毕业后家庭遭遇多次重大变故，一家人生活陷入困境。原本严自强靠自己做手艺、妻子打工维持一家生活。他一度很自卑，认为这个家庭看不到一点希望。不过，画画点燃了他心中的梦想。从一开始的近乎涂鸦到后来的渐入门道，严自强的画逐渐在远近有了名气，不但可以卖画，而且能通过网络承接各地市政墙画。

北汤村在10年前还是“市级贫困村”，经过全村上下的不懈努力，该村已被打造成一个集农业产业、休闲娱乐、观光旅游为一体的现代化新农村。2017年还获评中国最美村镇宜居奖。2020年底，村委会在村里的游客中心给严自强开辟一处工作室，在这里他免费教村里的孩子学油画。如今画画已成为严自强的主要收入来源，

这比做漆匠手艺强多了。他和村里都怀有一个相同的愿望，就是把北汤村打造成一个油画艺术的“网红圣地”。

油画改变了一位普通农民的人生轨迹。长兴台的持续关注和报道则起到了不可替代的鼓励和推动作用，未来长兴台还将继续推动高雅艺术在这座偏远小村不断发酵。

在广大农村，类似的文化现象还有许多。如非遗项目的传承、农文旅的融合发展、移风易俗、好家风的传承等。只要媒体善于发现、鼓励和传扬，就能扶植起一棵又一棵优秀文化的新苗，助其长成参天大树，同时也能在广大农村播撒更多优秀文化的种子。这不仅是媒体功能的应有之义，而且也能通过推动乡村文化振兴丰富自身的媒介内容和媒体的文化品位。

（二）完善、创新报道手法

除了用常规新闻报道关注推动乡村的文化振兴，县级媒体还应着力完善、创新文化类作品体裁，如纪录片、报告文学、公益短片、公益广告等。在网络新媒体大行其道的今天，还可以开发“适销对路”网络传播作品。乡村文化题材的宣传报道同样也需要这些题材的创新。

纪录片、报告文学有着鲜明文化特质的表现手法和报道内容，是传媒的重磅产品，对编导和记者的要求较高。公益短片要求媒体人员具有一定的编剧、导演和表演才能，而这些是地方媒体特别是县级媒体人员的短板。“小台”难以吸引和留住这类人才，自然很难生产重磅作品。在媒体转型和提升的过程中，县级媒体应该重视这类人才的引进和培养。

（三）借助社会资源

不管世事纷扰、人心浮躁，社会总不乏高举文艺大旗前行者，也不乏为他们呐喊助威的人。他们是成就文化自信一股重要力量。

徐侠是长兴县的一位乡土作家。他凭着对家乡的挚爱，满怀激情地收集整理村史，10年中编纂14部村志，每部都超过10万字。不仅为许多人留住了乡愁，更为乡村文化振兴添了一把精神动力。

还有很多非遗传承人、民俗专家、致力于乡土文化挖掘传播的自媒体人、各种不同主题的乡

村博物馆的创办人等，他们不仅是媒体进行人物报道的好题材，也是媒体推动乡村文化振兴的宝贵资源。媒体不应只是他们事业的见证者，更应是这类乡村文化振兴举措的参与者，和所有社会力量一起推进这项惠及子孙的事业。

（四）网络传播带来的困境和机遇

自网络新媒体渐成燎原之势，传统媒体特别是地方媒体的式微已被广泛讨论多年，向来在夹缝中生存的县级媒体更是举步维艰。时至今日，如何打破这种颓势，业界还在苦苦探索中。

在传统媒体竞相转型的潮流中，县级媒体既面临媒体转型的压力，同时也承担着更为巨大的生存压力。现阶段媒体转型仍无法有效应对整个媒体生态的颠覆性变化所造成的生存危机，反而在巨大的生存压力下又增添了沉重的包袱。如何精简与更新“包袱”里的内容，把重负变成资源，关系到中国特有的庞大基层媒体机构的健康发展。

近年来，许多投资人、村集体、政府机构创立的农文旅融合项目遍地开花，让乡村沉寂的自然资源和人文资源得到开发，增加了村集体和农民的收入。乡村旅游的兴起还吸引了一批青年到乡村创业。他们有的在乡村开各种创意主题咖啡馆，有的开露营基地，还有的开民宿。一些新型农民不仅在农业技术开发上远胜于传统农民，而且还能娴熟地调动网络资源，以直播带货等方式扩展农产品的销售渠道，甚至利用乡村文化元素吸引流量，形成了类似李子柒等成功的现象级新媒体传播案例。他们的加入极大地丰富了乡村经济业态，带动了农村经济的多元化发展。

在这些五彩缤纷的新事物中，最为接近的县级媒体不但不应缺位，而且应主动融入，不妨从振兴乡村文化中进行有益的探索，成为乡村巨变的见证者和推动者。作为专业的传播机构，媒体拥有人才、技术、营销等方面的资源，不妨放下身段，打造“体制内”的“网红主播”。在移动网络传播给传统媒体带来的巨大生存困境中，传统媒体不妨借力打力，适应新的传播方式和渠道，找回失去的荣光。

（作者单位：长兴县广播电视台）