

算法推荐视角下农村短视频传播对文明乡风建设的影响及提升策略

张思涵¹, 冯心悦², 杜新锦³

¹湖北工业大学经济与管理学院, 湖北 武汉

²华中师范大学公共管理学院, 湖北 武汉

³华中师范大学中国农村研究院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年10月5日; 录用日期: 2024年11月26日; 发布日期: 2024年12月5日

摘要

数字媒介的兴起, 使得乡村短视频成为展示乡风的重要窗口, 促进了农民获取信息和文化认同, 然而短视频中智能算法推荐技术的应用也带来了信息茧房、流量陷阱等问题。为厘清算法推荐下农村短视频的传播特征及其对文明乡风建设的影响, 文章首先通过对抖音平台409个“三农领域创作者”认证账号的抽样案例分析, 归纳了农村短视频的传播特征; 其次, 在算法推荐视域下讨论了其在乡风文明传播中的优势与不足; 最后, 从创作者、消费者及平台角度出发提出引导与提升策略, 以期促进乡风文明的有效建设与传播。

关键词

算法推荐, 农村短视频, 乡风文明, 传播策略

The Influence of Rural Short Video Communication on the Construction of Civilized Countryside Style from the Perspective of Algorithm Recommendation and Its Improvement Strategy

Sihan Zhang¹, Xinyue Feng², Xinjin Du³

¹School of Economics and Management, Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

²School of Public Administration, Central China Normal University, Wuhan Hubei

³Institute for China Rural Studies, Central China Normal University, Wuhan Hubei

文章引用: 张思涵, 冯心悦, 杜新锦. 算法推荐视角下农村短视频传播对文明乡风建设的影响及提升策略[J]. 社会科学前沿, 2024, 13(12): 31-38. DOI: 10.12677/ass.2024.13121074

Abstract

The rise of digital media has made rural short video an important window to display rural style and promoted farmers' access to information and cultural identity. However, the application of intelligent algorithm recommendation technology in short video has also brought about problems such as information cocoon and traffic trap. In order to clarify the communication characteristics of rural short videos recommended by the algorithm and its impact on the construction of civilized village style, this paper first summarized the communication characteristics of rural short videos by analyzing the sample cases of 409 certified accounts of "creators in the fields of agriculture, rural areas, and farmers" on the TikTok platform. Secondly, the advantages and disadvantages of the algorithm in the propagation of rural culture are discussed from the perspective of algorithm recommendation. Finally, from the perspective of creators, consumers and platforms, the author puts forward guidance and promotion strategies, in order to promote the effective construction and dissemination of rural culture.

Keywords

Algorithm Recommendation, Rural Short Video, Civilized Country Style, Communication Strategy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着数字媒介的兴起与数字乡村建设的不断深化，短视频已经深度嵌入乡村生活[1]，成为乡土文化重要的展示平台和传播乡风文明的新场域。在此情境下，一批以农民为创作主体，在农村场域下以农业生产、农村风景、农民生活等为主要创作内容的农村短视频日益兴起与传播，以其低门槛[2]、碎片化、快节奏[3]等特征吸引了大量受众。随着智能手机的普及和移动互联网技术的不断发展，农村短视频成为广大农民群众获取信息、娱乐社交的重要渠道，成为新时代乡风文明建设的表征之一。自党的十六届五中全会首次提出“乡风文明”作为新农村建设的重要内容，到党的二十大报告强调“统筹推动文明培育、文明实践、文明创建，推进城乡精神文明建设融合发展”，乡风文明建设始终是国家战略的重要组成部分。近年来，中共中央、国务院及各级地方政府出台了一系列政策文件，如《关于实施乡村振兴战略的意见》《乡村振兴战略规划(2018~2022年)》等，均对乡风文明建设提出了具体要求，明确了其在新时代乡村建设中的核心地位。

互联网乡风文明是乡风文明在网络空间中的延伸和拓展，包含了农民群众在网络平台上展现出的思想、文化、道德等方面的素养和水平。算法时代的到来为农村短视频的传播带来了新的机遇与挑战。智能推荐算法主导着短视频的传播，短视频推荐算法这一工具行动者加入，打破了传统关注视频内容供给、用户需求的二元供需结构模式，从“人找信息”变为“信息找人”[4]，深刻影响了乡村短视频的传播和乡风文明构建格局。智能算法推荐技术的应用，使得农村短视频能够更加精准地触达目标受众，实现信息的有效传播和互动；然而，智能算法带来的信息茧房、流量陷阱、关系原子化、内容同质化等问题亦不容忽视。那么，智能推荐算法下乡村短视频传播对于文明乡风创建产生了哪些影响？在算法推荐视角

下又应如何引导乡村短视频促进乡风文明创建？本文基于参与式观察及对抖音平台 409 个官方认证“三农领域创作者”账号的抽样案例分析，系统归纳智能算法推荐下乡村短视频的传播特征，分析优势与不足，为农村短视频促进文明乡风建设提供策略。

2. 智能推荐算法下农村短视频的传播特征

2.1. 智能算法推荐的内涵

“算法”是数据运行的黑箱，只有深入了解算法推荐的底层逻辑，才能更好透视智能算法下短视频的传播特征。算法推荐内涵技术与价值两重逻辑[5]，与传统意义上计算工具的“算法”不同，智能推荐算法是在技术上基于用户数据挖掘、计算模型和机器学习实现内容个性化推荐分发的方案或机制，在价值上对其推荐内容设定筛选、评价机制与标准，由其本身、平台、用户、商业资本、行业政策等行动者相互影响[6]、动态建构而成。在智能推荐环境下，短视频平台承载了当前社会中主要的信息流量，平台的人工智能算法能够根据用户的个性化特征，按照算法策略提供智能推荐服务，满足用户个性化信息获取需求。

2.2. 智能算法推荐的特征

用户的选择与偏好是智能算法分发推荐的关键要素。以抖音平台为例，其短视频算法分发采取多模式融合型分发策略，借助短视频的用户特征标签，结合相关性、话题环境、热度评估及协同等多样化模型，动态捕捉用户偏好变化，以精准推送个性化内容。其短视频推荐策略涵盖多个层面：第一，渐进式智能推荐[7]，初始阶段仅向潜在兴趣用户小范围展示视频，依据用户反馈如评论等数据进行效果评估，若反馈积极，则依据播放量所在区间依次投入多级流量池，逐步扩大至更多同类兴趣群体。第二，基于社交关系的推荐[8]，基于用户间的相似性进行内容匹配，发现相似用户偏好内容后，向其他相似用户推送。第三，基于公共议题的推荐[9]，分为紧密型社交图谱推荐与松散型兴趣图谱推荐。紧密型社交图谱围绕亲友、同学、同事、社团成员及朋友的朋友等现实社交关系构建；而松散型兴趣图谱则依据共同的专业领域、兴趣爱好、热门话题等线索形成社交网络。

2.3. 案例分析

为进一步分析乡村短视频创作者的话语选择、内容、策略与叙事，本研究采取抽样案例分析法，选取用户量庞大的抖音短视频平台，检索、爬取出 409 个官方认证的“三农领域创作者”账号，记录其账号名称、认证情况、领域标识、总获赞量、粉丝数量与简介信息，并将检索出账号按粉丝数量排序后编号，根据粉丝数量区间按照比例对账号进行分层抽样以作为行为特征的研究样本。抽样结果如表 1 所示。

Table 1. The stratified sampling results of creators in the fields of agriculture, rural areas, and farmers on the TikTok platform
表 1. 抖音平台三农领域创作者分层抽样结果

用户名	领域标记	点赞量	粉丝数量	简介信息
大表哥 Vlog	三农领域创作者	2.4 亿	2446.7 万	你的大表哥，养鱼，养甲鱼，养猪，种蜜桔，多年经验希望能跟大家分享一下生活……
乡妹朱朱 20 号早 9 点 泰国好物溯源专场	三农领域创作者	1.2 亿	1054.5 万	我是土生土长的赣南姑娘生活，是晨起暮落。日子，是柴米油盐……
农村芳姐	三农领域创作者	987.5 万	375.1 万	真诚做人，踏实做事，记录生活点滴，谢谢喜欢有售后问题记得联系客服……

续表

陈兹方	三农领域创作者、乡村守护人	1423.5 万	199.4 万	虽先天无情……相信脚下有路!这是兹方唯一的抖音号,我在这里分享以脚代手的生活……
农村细妹	三农领域创作者	4498.1 万	335.0 万	我们是土生土长的农村人在此记录农村生活,一日三餐……
农村欢子和凯丽(19 号立白活动大促专场)	三农领域创作者	6112.4 万	415.1 万	我们没有主动联系大家,大家不要上当受骗 感谢抖音让我们相遇……
岛农兄妹	三农领域创作者	711.4 万	56.3 万	乡村生活 农村美食为了给大家更新,更多更好的视频……
海蒂	无	9682	3.3 万	助力三农,分享更多农业小知识分享……
胖胖土特产	店铺账号	3.3 万	7.8 万	专注家乡特色农产品美食和小伙伴一起为家乡特产代言认真做人……
昌海木业	宜昌一根木头供应链管理有限公司	11.5 万	5.8 万	长期寻找原木货源:杉木,松木,杨木……
青青和举橘(改造蘑菇屋)	三农领域创作者	733.8 万	89.3 万	自己住的房子 不对外参观 80 后夫妻从城市回到农村创业……
园园三农	无	3.5 万	1.3 万	我是一个 90 后创业小伙子创业过程有亏过,有赚过……
艺丰说农业	无	2942	689	三农领域创作者 热爱农业 多年农业经验农资市场源头……
小左三农	无	438	350	此用户没有填写简介
稻花香 WGA	无	9291	1113	南京蛙鸣农业科技有限公司项目主管……
大名府封哥	无	6007	3.1 万	三农领域创作者。

2.4. 农村短视频创作的行为特征

2.4.1. 话语选择

依据抽样结果分析,在话语选择上,三农创作者普遍倾向于采用亲和性与真实性并重的话语策略,其话语具有以下特征。第一,注重真实性。创作者多采用简单、直接的语言,强调个人经历与真实感受,增强与观众的亲密感。如“你的大表哥,养鱼,养甲鱼,养猪,种蜜桔,多年经验希望能跟大家分享一下生活”(大表哥 Vlog),此类表述不仅拉近了与观众的心理距离,同时彰显了创作者的身份与生活背景。第二,正能量化表述。频繁使用积极向上的词汇,传递乐观情绪,如“热爱生活”“积极对待每一天”等。第三,防范性强调。多数三农创作者选择在简介与视频评论中声明账号真实性,或提醒观众防止诈骗。

2.4.2. 内容选择

在内容选择上,三农创作者的创作主题主要聚焦于三个方面。第一,生活化主题。此类主题视频内容多围绕农村生活、农业技术、乡村美食等,贴近观众的日常生活,增强共鸣。第二,教育与分享。部分创作者致力于分享农业种植技术、农产品鉴别技巧等实用知识,或解读农业政策与市场动态,如“助力三农,分享更多农业小知识分享更多蔬菜种植小经验”(海蒂),进一步拓宽了内容的深度与广度。第三,地方特色,强调本地农产品和传统文化,吸引对地方特色感兴趣的观众,增强地域认同感。此类创作者通常聚焦于农村生活的真实写照与农业知识的普及,通过记录日常劳作、农村风貌、农产品展示等内容,

如“我们是土生土长的农村人在此记录农村生活，一日三餐，日出而作日落而息”(农村细妹)，满足观众对乡村生活的好奇心，促进农业文化的传播。

2.4.3. 策略选择

在策略选择上，三农短视频创作者主要采取以下几类传播策略。第一，粉丝互动。三农短视频创作者注重与粉丝的互动。以“乡情双儿”为例，其在视频中积极回复粉丝评论，建立良好的社群关系，增强粉丝黏性。第二，商务合作。在抽样样本中，20%的创作者于简介标注了账号的联系方式，部分创作者将账号关联企业，委托客服进行后台管理。同时，创作者积极寻求商务合作机会，例如“农技小杨”通过分享农业知识与技术，吸引商业合作，从而形成盈利模式。第三，定期更新。多数创作者积极保持内容的定期更新，更新频率为一周 2~5 次，频率较高，以账号“听听”为例，其承诺“三天一更”，以确保观众的持续关注，增强账号活跃度。

2.4.4. 叙事方法

农村短视频的叙事方法区别于商业短视频，呈现出独特的审美特征。在叙事内容上，呈现以个人叙事为主的特征，创作者常通过讲述个人成长经历、家庭故事等，增强叙事的情感深度，提升与观众的共鸣。在叙事形式上，突出视觉化呈现，注重图像与音效的结合，提升内容的吸引力，多于美食分享、日常生活记录类视频中体现。在叙事手段上，常使用逐步引导，通过设定悬念或问题，逐步引导观众深入了解内容，保持观众的好奇心和观看兴趣。

3. 基于智能算法推荐的乡村短视频传播对文明乡风创建的效益与作用

3.1. 算法“供需匹配”与乡风文明传播效率

首先，短视频平台为网络乡风文明传播提供重要平台，平台对于三农类短视频的支持。例如，“微光点亮乡村”、“新农人计划”、“耕耘计划”、“村播计划”等乡村短视频流量补贴与扶持计划，为乡风文明短视频传播畅通路径。同时，也为乡风文明构建提供抓手，例如，全国文明乡村称号的曙光村为农村移风易俗，拍摄婚恋自由、孝老爱亲等新风文明连续短剧。

其次，智能算法推荐系统的本质是一个信息过滤系统，节省用户的时间精力、过滤无效数据是设计的初衷。乡村短视频的数量、类别、主题众多，2023 年，仅抖音单一平台的三农类短视频的总量达 10 亿个[10]。在智能算法推荐下精准分发、链接供需，实现了信息高效传递传播。让乡风文明“被看见”、为三农创作者推流、精准匹配受众，短视频智能推荐算法有助于匹配市场供需，提高乡风文明传播效率。

3.2. 乡村文化认同与文化自信

在当前城镇化快速发展背景下，乡村短视频是当代人获得或寻找乡土文化认同的重要虚拟空间，弥补了“在地性”不足[11]。乡村短视频创作者在内容创作过程中，倾向于使用具有乡土特色的叙事方法，如采用第一人称视角叙述乡村生活的日常点滴，或是通过故事讲述的方式展现乡村文化的深厚底蕴。这种叙事方法使得观众能够更加直观、真实地感受到乡村生活的魅力，进而产生强烈的文化认同感。同时，创作者在剪辑风格上也注重凸显乡村元素，通过精心挑选的画面、节奏适中的剪辑以及富有感染力的音效，共同营造出自然生动、质朴真实的乡村氛围，提升了视频的观赏性，使得作品中的“乡俗、乡物、乡景、乡味”得以鲜明呈现，进一步激发了观众的文化共鸣。

3.3. 乡村文化主体性表达与真实性建构

叙事理论将叙事分为“话语”与“故事”，智能算法推荐下的乡村短视频促使“话语主体化”和“故

事真实化”转变。一方面，由于长期的乡村文艺叙事中“美化”“丑化”“史诗”三种视角[12]带来的客体描述缺陷，自媒体时代，农民借助新媒体技术，逐渐成为乡村叙事的主体。在智能推荐算法与用户的互动下，“记录我的农村生活”、“沉浸式体验农村生活”成为创作者和消费者共同关注的热点话题，“自我呈现”型的农民主体的叙事话语逐渐占据乡村短视频主流。

4. 基于智能算法推荐的农村短视频传播对文明乡风创建的风险与隐忧

4.1. 算法缺陷与乡村文化传播流量陷阱

算法将带来流量陷阱的风险。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算法推送短视频的准则下，用户被推荐的乡村视频内容可能是博人眼球的低俗、猎奇性内容；制作者刻意迎合算法“局限”和审丑、猎奇心态，乡村文化易沦为乡村题材短视频吸引眼球、刺激互动的噱头和外衣，不利于传播乡村文化的价值。

4.2. 信息茧房与乡风文明传播壁垒

算法分发固化用户观看选择。短视频算法推荐的运行机制根据用户每日在网络上留存的电子痕迹判断用户兴趣爱好并重点推送相关内容，生成“信息茧房”，一定程度上窄化了乡风文明的推送传播范围。对于乡风文明等具有地域特色和文化内涵的内容，仅依赖算法分发，农村短视频极易因用户兴趣的差异而被边缘化。

4.3. 数字文化新秩序与文化关系个体化

随着短视频日益受到农民青睐，农村公共文化空间从传统的室外活动场所逐渐走向室内，从线下的聚会交流转为线上的虚拟互动，从公开的集体活动转变为私密的个人观赏，从群体共享的社交空间转变为个体沉浸的娱乐世界。这一系列转变，一定程度上加剧了村民关系的原子化和圈层化[13]现象。在短视频平台上，村民们往往根据自己的兴趣和喜好选择关注的内容和人，形成了一个相对封闭的社交圈，圈内的信息交流和互动更加频繁，而圈外的村民则难以融入其中，进一步加剧了村民之间的隔阂和分化，使得农村社区内部的矛盾和冲突更容易产生和激化。

5. 基于智能算法推荐的乡村短视频传播促进文明乡风创建的策略

5.1. 基于智能算法推荐的内容生产者角度的引导策略

第一，规范乡村短视频创作价值取向，创新、挖掘乡村优秀文化。应强化创作者对乡村文化的深刻理解，鼓励其以创新视角挖掘乡村优秀文化的独特价值，确保内容既符合时代精神，又能传承乡村文化的精髓。同时，建立内容审核机制，确保价值取向积极向上，避免低俗、恶俗内容的传播。第二，厘清创作者与算法、平台之间的关系；明确创作者在内容生产中的主体地位，同时引导其理解并适应智能算法推荐机制，通过优化内容标签、提升内容质量等方式提高作品被推荐的概率。同时，平台应建立透明化的算法逻辑说明，帮助创作者更好地理解算法规则，促进双方的良性互动。第三，培育乡风文明的文化自觉与文化自信，提供有内涵、深度的乡村文化产品等。鼓励创作者深入生活，挖掘乡村故事，创作反映乡村新貌、弘扬社会主义核心价值观的短视频作品。通过专业培训、激励机制等方式，提升创作者的文化素养和艺术水平，提供既有内涵深度又具吸引力的乡村文化产品，增强乡村文化的传播力和影响力。

5.2. 基于智能算法推荐的内容消费者角度的引导策略

第一，提升文明乡风的意识与辨别能力。加强公众媒介素养教育，引导内容消费者具备辨别低俗、

虚假信息的能力，主动选择和传播积极向上的乡村短视频内容，共同营造健康的网络文化环境。第二，算法意识、算法素养与算法抵抗：培养内容消费者的算法意识，使其认识到智能算法推荐对信息获取的影响，并学会利用算法逻辑优化个人体验。同时，提升算法素养，能够识别并抵制算法可能带来的偏见和误导，保持独立思考和判断。第三，自我把关意识、权力意识、风险意识、反向规范和控制算法。引导内容消费者在享受智能推荐带来的便利时，也要具备自我把关意识，对接收到的信息进行筛选和评估。同时，增强权力意识，认识到自己在网络空间中的权利和责任，积极参与对算法推荐机制的监督和反馈，共同推动算法技术的健康发展。

5.3. 对平台智能算法推荐的规范性建议

第一，平台应积极承担公共责任。算法推荐技术具有伪中立性，平台应承担修正乡村短视频传播的算法偏差、增加人工干预与筛选、算法基本信息披露与解释等。平台作为信息传播的重要载体，应承担起维护网络生态、促进文明乡风建设的公共责任。针对算法推荐技术的伪中立性，平台应主动采取措施修正乡村短视频传播中的算法偏差，增加人工干预与筛选环节，确保推荐内容的质量和导向。同时，加强算法基本信息披露与解释，提高算法透明度，增强公众信任。第二，平台应主动引导文明乡风短视频，在流量分发、内容打造和运营培训方面提供支持。平台应积极响应国家政策号召，主动引导文明乡风短视频的创作与传播。在流量分发上给予优质乡村文化产品更多支持；在内容打造上提供专业培训、创意指导等资源；在运营培训上加强创作者对乡村文化、媒介素养等方面的培训，提升其创作能力和传播效果。通过这些措施，共同推动乡村短视频成为展示乡村风貌、传播乡风文明的重要力量。第三，政府与行业应规制乡村短视频生态中不良现象。政府应加强对乡村短视频行业的监管力度，制定和完善相关法律法规，明确平台、创作者和消费者的责任与义务。行业内部也应建立自律机制，共同抵制低俗、恶俗等不良内容的传播，维护乡村短视频生态的健康发展。

基金项目

本研究为大学生创新创业项目“基于智能算法推荐的乡村短视频传播特征与文明乡风创建策略”(项目编号: S202310500080)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 李惊雷, 段孟珂. 消解与嵌入: 短视频中的乡土文化转向[J]. 青年记者, 2021(24): 38-40.
- [2] 栾铁玖, 苏悦. “热呈现”与“冷遮蔽”——短视频中的中国新时代“三农”形象[J]. 编辑之友, 2019(10): 38-48.
- [3] 刘娜. 重塑与角力: 网络短视频中的乡村文化研究——以快手 APP 为例[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2018, 45(6): 161-168.
- [4] 赖楚谣. “算法的社会性知识”——短视频内容创作者的算法解释与知识的集体建构[J]. 国际新闻界, 2022, 44(12): 109-131.
- [5] 温凤鸣, 解学芳. 短视频推荐算法的运行逻辑与伦理隐忧——基于行动者网络理论视角[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43(2): 160-169.
- [6] 喻国明, 曲慧. “信息茧房”的误读与算法推送的必要——兼论内容分发中社会伦理困境的解决之道[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2020, 41(1): 127-133.
- [7] 熊开容, 刘超, 甘子美. 刷抖音会上瘾吗?——短视频 App 用户沉浸式体验影响因素与形成机制[J]. 新闻记者, 2021(5): 83-96.
- [8] 赵辰玮, 刘韬, 都海虹. 算法视域下抖音短视频平台视频推荐模式研究[J]. 出版广角, 2019(18): 76-78.
- [9] 丁睿豪, 夏德元. 传播学视角下算法推荐研究的学术场域——基于 2010-2019 年新闻传播学文献的 CiteSpace 可视化科学知识图谱分析[J]. 新闻爱好者, 2022(1): 16-21.
- [10] 林桃千. 乡村振兴战略下“三农”短视频的传播机理研究[J]. 传媒, 2021(15): 94-96.

- [11] 段鹏. 鸿沟的渐隐: 发展传播学视野下的农民参与和乡村振兴——作为“新农具”的三农短视频[J]. 当代电影, 2021(7): 134-139.
- [12] 李庚, 刘雄文. 乡村题材短视频的叙事变迁、重构及其审美取向[J]. 文艺评论, 2024(3): 107-114.
- [13] 郭淼, 王立昊. 抑制与绑架: 抖音用户的“算法焦虑”[J]. 新闻与写作, 2021(4): 99-102.