

东北地区乡村民俗文化传播模式及发展策略

——以哈尔滨市方正县为例

黄玉格格

重庆大学美视电影学院, 重庆

收稿日期: 2024年6月17日; 录用日期: 2024年7月24日; 发布日期: 2024年8月5日

摘要

在中国众多民族的生产生活过程中, 逐步形成并积淀下来的非物质文化遗产即民俗风情, 构成了中华民族传统文化的一个重要方面。东北区域由于其丰饶的自然资源和飞速发展的工业体系, 孕育了多姿多彩的民间传统。在广袤的乡间, 东北的民俗文化尤为丰富, 且传播方式独具一格。本文基于东北乡村民俗文化传播的现状, 对传播路径和模式进行探讨, 以期促进东北地区乡村民俗文化的发展, 带动该地区对外民俗文化的输出交流。

关键词

民俗文化, 受众心理, 文化传播

Rural Folk Culture Dissemination Mode and Development Strategies in Northeast China Strategies

—Taking Harbin Fangzheng County as an Example

Yugege Huang

Meishi Film Academy, Chongqing University, Chongqing

Received: Jun. 17th, 2024; accepted: Jul. 24th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

The immaterial cultural heritage shaped and aggregated through the productive endeavors of various ethnic populations in China constitutes folk culture, which stands as a crucial component

of the nation's traditional cultural identity. The Northeast, as a multi-ethnic region with rich natural resources and extremely rapid industrial development in China, has a colorful and variegated folk culture, and most of the folk cultures of the Northeast exist in the vast countryside, and their dissemination has special characteristics. Based on the current situation of rural folk culture dissemination in Northeast China, this paper discusses the dissemination paths and modes, with a view to promoting the development of rural folk culture in Northeast China, and driving the export and exchange of foreign folk culture in the region.

Keywords

Folk Culture, Audience Psychology, Cultural Communication

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. 东北地区乡村民俗文化传播模式的研究背景及意义

(一) 东北地区乡村民俗文化传播模式的研究背景

“文化”最早应用于《易经》贲卦彖传。“观乎天文，以察时变，观乎人文，以化成天下[1]。”此时的“文化”更侧重于“以文教化”。“民俗”一词在古代中国多用于民生民众上。在《管子·正世》一书中，提到“观国政，料事务，察民俗，本治乱之所生，知得失之所在，然后从事[2]。”本次研究关注的民俗文化是指植根于中华民族五千年历史中形成的、在世代延续中传承下来的人民大众所创造的传统民俗文化。

作为我国重要的地域板块，东北地区拥有着丰富且独特的乡村民俗文化。这些承载着当地人民的历史记忆以及价值观念的民俗文化是中华民族传统文化的重要组成部分，然而在现代化进程的快速推进下，东北地区的乡村民俗文化面临着诸多挑战[3]。一方面城市化的加速使得大量农村人口向城市迁移，乡村的空心化现象日益严重，因此民俗文化的传承主体逐渐减少，一些传统技艺和习俗面临失传的危机。另一方面现代文化的冲击和外来文化的影响改变了人们的生活方式和审美观念，乡村民俗文化在当代社会中的影响力逐渐减弱。

2. 东北地区乡村民俗文化传播模式的研究意义

随着信息技术的飞速发展，传播方式也发生了深刻变革。由于东北地区乡村民俗文化未能充分利用新兴的传播手段，最终其传播范围有限，难以在更广泛的地域和人群中产生影响[4]。在这样的背景下，为了保护传承东北地区乡村民俗文化，探索其传播模式和发展策略具有重要的现实意义。本文将哈尔滨市方正县为例进行研究，期望通过此次研究清晰地揭示出东北地区乡村民俗文化传播的内在逻辑、运行机制以及独特规律，进而为构建更为科学、高效、创新的传播策略提供坚实的理论基础和实践指引。

在文化传承与保护方面，东北地区乡村民俗文化是中华民族文化宝库中的璀璨明珠，深入研究其传播模式有助于采取更具针对性的保护措施，进而确保这些珍贵的文化遗产在时代的浪潮中得以传承和延续[5]。同时区乡村民俗文化的发展对东北地方经济发展也具有显著的推动作用，独具特色的民俗文化资源若能得到合理开发和有效传播可以吸引大量游客前来观光体验，进而带动旅游业及相关产业的蓬勃发展，促进地方经济的繁荣。此外东北地区的乡村民俗文化在一定程度上反映了我国北方乡村文化的特点和发展趋势，本文对其传播模式和发展策略进行深入研究后，其他地区可以研究结论从中汲取经验教训，

同时结合自身实际情况探索出适合本地乡村民俗文化传播的有效路径，共同推动我国乡村民俗文化的繁荣发展。

2. 分析东北地区目前乡村民俗文化传播的现象

(一) 乡村民俗文化传播主体的缺位现象

东北地域辽阔，处境边际，冬季气候严峻，导致了经济发展进程遭遇障碍，因此人口外流严重。首批离开的居民无法对本地的农村文化遗产做出有效的传递与维护，而留守的乡亲们则更趋向于追求物质收益，从而忽略了对精神文明建设的关照，导致本土精湛的传统民俗文化传播显著衰退[6]。居住者渐渐放弃了那些根深蒂固的生活习惯和乡土文化观，同时，因缺乏财经收益的精神文化在此地的影响力也跌落至低点。

(二) 乡村民俗文化载体的空心化现象

文明的内涵须通过具象的方式显现出来，然而具象本体并非文明本身，二者之间建立联系的根本动力乃是人的参与。随着乡村居民大规模迁移，原本承传农村文明的设施如建筑物、集会场所等，尽管形态依旧，缺失了村民的关怀、使用与注重后，就如同失去灵魂的躯壳，其所代表的文化价值也在逐步流失。面对这种情势，东北农村文明的进程遭遇了一片混沌与不确定的难题。

3. 东北地区乡村民俗文化传播模式——从受众心理探究

(一) 民俗文化传播模式

1、民俗传播定义

“所谓民俗传播，就是指利用大众传媒传播民俗文化，使人们了解其他民族的文化与民俗生活，同时反映其时代变迁[7]。”民俗文化的传播应民俗的产生、发展而产生、发展，民俗生生不息的发展变迁也因民俗传播。个人的习惯风俗无法形成民俗，区域内的群众认同习俗在一代代传播下发展变迁才可称之为民俗传播[2]。

2、民俗文化传播主体结构

民俗文化的传播有传者和受者两个主体。传者即信息的传播者，受者则是信息的接收者。“从民族心理的发展来看，这种心理的形成有一个漫长的历史过程：从个人心理的发展来看，同样也有一个成长地、不断地循环深化的过程。但这两种发展深化的过程，都有一个基本的民俗传播结构模式，这就是‘传者→民俗习惯←→媒介物←→心理积淀→受者’循环往复的心理传播过程[8]。”传者和受者在同一个传播路径当中，存在于同一个民俗环境当中，利用相同的传播媒介工具，这是民俗文化传播活动能够稳定发生的客观社会文化前提条件，接下来才可以发生传达和反馈的意向行为[3]。

3、民俗文化传播过程中受众的作用

民俗文化在传播过程中的传播者作为信源，可以以个人的形式存在，比如人际传播活动，这属于群体传播，也可以以组织的形式存在，比如大众传播与社会生活同理，民俗生活亦是历史演进的产物，代表着文化与时代的进步。那些经历岁月沉淀、代代传承的习俗，在不断的重复流传中为群众所熟知，其背后隐藏的深层心理现象，随着历史的进程而得以人们的认同与传播，逐步演化成特定民族或地区绵延不息的文化思维定式[9]。由此可见，在民俗文化的传承与推广过程中，接受者并非仅仅承受信息的灌输，他们亦展现出个体的初衷与能动性。在面对一致性的刺激时，人们会根据自己的知识体系、履历背景及价值观念进行分析与抉择，进而塑造出独到的见解与偏好。

(二) 从受众的心理探究的意义

东北地区除夕夜放鞭炮、包饺子从未变更，是受众心理的选择；东北人民过元宵节吃元宵、滚冰(滚

“病”)的习俗,也是受众心理的选择;东北各大节日热闹秧歌、二人转民间艺术的延续,还是受众心理的选择。

观众内心的认知尽管隐藏在深层心理中,但是可以通过特定区域风俗习惯的传承与变迁显著地显露。因此,研究风俗习惯如何传递,应考察观众所处的文化环境来探讨他们的心理吸纳途径,把握在东北乡镇的风俗传递过程中,观众的吸收与互动,这对于深入理解观众,促进风俗传统的高效传承至关重要。因此从受众的心理去探究的意义是满足群众对民俗文化的需要,从而实现中华优秀传统文化民俗文化的现代化。

4. 民俗文化传播中受众心理的特征

(一) 受众的需要心理

目标听众作为一个特定集体,具备他们独有的精神文化追求,这种追求从心理上体现了群体成员共同的趋向性,并成为他们接收信息及表现行为的根本驱动力。依照前苏联著名心理学专家尼古拉·B·西蒙诺夫所阐明的观点:“需求构成了人类心理活动的根底,涵盖其思考、情绪与意志的全面维度。……一旦我们认可需求在人的活动构造中的核心角色,就必然须从需求与其具体特性及满足这些需求的潜在途径进行考量,去理解行为的其他各个要素,不论是实际行动、理性思考还是情感体验[10]。”

需求源于群体针对现实事物的欲求所映射,当个体在特定事项上出现缺口时才会显现。在民俗文化的传递过程中,因群众对此类文化有所渴求,他们便会以有意识的积极态度去主动探索 and 了解民俗文化,展现了在民俗文化播散过程中群体的积极参与性。受众心理上的求知欲望对民俗文化传递的路径和深浅亦有所影响。因此,我们可以看出,群众的需求不仅推动了民俗文化的传播,其传播过程也同时回应了群众的需求。因此乡村民俗文化想要稳定传播,可将受众人群划分,就不同受众对民俗文化的需要心理,对乡村民俗文化的传播方向分别进行定位规划。

(二) 受众的认同性心理

习俗传承世代代,其核心所在乃因这些传统文化是人们社会重要的资产,对人类延续起到规范与构架的作用。这套构架与规范源自大众的共鸣认可。对特定区域与民族而言,习俗的文化意义已经根植于群体深层的集体潜意识之中。

乡村民俗文化的传播路径以点及面,由村户到县城再到城市区域,在这个过程中伴随着文化认同,民俗文化的认同与传播相辅相成,比方说,自古以来人们就存在着“天圆地方”的宇宙观,“圆”是一种敬天吉祥、万事如意的同义语。千百年来此观念的传承,人们对“圆”的理解形成了心理上的共振,迸发出了一种难以磨灭的文化认同感,演化为我们民族根深蒂固的“团圆”习俗。如中华民族对除夕年夜饭的重视程度,在那一夜全家必须吃“团圆饭”,守岁称之为“团坐”,中秋节也称为“团圆节”等等,其传播影响持久深远。

(三) 受众的共鸣心理

当人们进行思维活动和社会活动时,不断接受同一信息的刺激时会产生不同的表达方式,由此产生精神上的满足情绪。我们在传承民间文化时,明确了核心宣传目标,在多个层面、不同角度和各种形式上不断推广,采用各式各样的推广策略来提升观众的接受度,以期实现与观众的情感共振。比如民俗文化中的民俗节日,从历史、风俗活动、美食、情感聚集和时间点多元化地对该节日进行传播,不断强化受众的认同心理,最终潜移默化地使受众对该节日产生心理共鸣。民俗文化的各个表现形式皆可作为使受众产生共鸣的关键点。本文以民俗文化活动中时间的意义作为支撑探讨受众的共鸣心理。

5. 方正县乡村民俗文化传播模式的成效与问题

(一) 方正县乡村民俗文化传播模式取得的成效

得益于各类传播模式的综合运用，方正县乡村民俗文化的知名度获得了显著提升。以传统的活动传播为例，当地极具特色的民俗节庆活动成功吸引了众多本地居民以及周边地区游客的积极参与。此类活动经过媒体的广泛报道以及游客的口口相传，方正县的民俗文化逐步突破县域限制被更多人所了解。在网络新媒体的传播推动下，方正县民俗文化的相关话题于社交媒体上还引发了广泛的探讨与关注，进一步拓展了其影响力范围。

方正县乡村民俗文化知名度的提高吸引了越来越多的游客前来旅游观光，这不仅促进了当地旅游业的发展，还带动了餐饮、住宿等相关产业的繁荣。同时民俗文化相关的手工艺品和特色农产品也因文化传播而打开了市场，进而为当地创造了更多的经济效益。此外方正县乡村民俗文化知名度提高还增强了当地居民对本土文化的自豪感，居民们看到自己所拥有的民俗文化得到外界的认可和喜爱会更加珍视和积极传承这些文化遗产，这有助于培养居民的文化自觉，激发他们主动参与到民俗文化的保护和传播中来，最终形成良好的文化传承氛围。

（二）方正县乡村民俗文化传播模式存在的问题

方正县乡村民俗文化传播模式在取得一定成效的同时，也存在着一些不容忽视的问题。虽然方正县已经通过多种传播方式进行了推广，但传播范围主要集中在周边地区，对于更遥远的地区，方正县民俗文化的影响力较为薄弱，未能实现更广泛的地域覆盖。此外方正县乡村民俗文化传播形式也较为单一，其在传播过程中过多依赖传统的展示和讲解，缺乏创新性和多样性，表现形式不够丰富，难以满足当代受众多样化的需求和审美趣味。当然受众参与度不高也是一个突出问题，方正县乡村民俗文化的传播模式未能充分激发受众的主动参与和互动，受众更多是被动地接受信息而缺乏参与民俗文化活动的情感和积极性，例如部分线上传播活动缺乏有效的互动机制导致受众参与度较低，最终难以形成良好的传播效果和文化传承氛围。

6. 受众心理在民俗文化传播中的应用建议

（一）满足群众对民俗文化的需要

1、从当地居民来看：在群众的生活活动中融入当地传统民俗文化

中国各个地区的居民都具有自己根深蒂固的传统观念和承载群众社会活动和文化活动的民族习俗。人是具有精神性的动物，当地居民需要精神生活和精神活动，传统民俗文化是中国人精神生活的重要来源。人们对长期居住的地区有着深刻了解和文化渗透，需要当地民俗文化活动作为载体进行精神活动。例如，近些年蔚为全国趋势的广场舞，已成为促进都市居民广泛参与健身运动及营造健康生活方式的关键文化现象和平台。目前，广场舞呈现出丰富多样的面貌，各地特色广场舞融合了本土文化精髓，在其中，东北的广场舞特别以秧歌扭动见长，该区域的广场舞深入本地秧歌民俗，通过这种形式实现了更广泛的社会覆盖及普及，赢得了当地居民的厚爱。由此不难看出，融合地方传统民俗元素的群体活动不仅能以多样化的途径满足民众的精神需求，同时也有力地促进了本土民俗文化的传播。最初的广场舞大多是自发性、松散性的广场健身，现如今逐渐发展成为引起社会各界广泛关注的有组织、有计划、有目的的全民健身。以黑龙江省为例，经常举办大型扭秧歌比赛、节日庆典等活动邀请秧歌队表演等等可见政府顺应民意对秧歌民俗文化提供活动平台，这不仅充分满足了受众的心理需求，还促使秧歌文化回温并再次传播。

2、从省外居民来看：找到能够代表其独特性的角色定位

优秀的传统民俗文化能够千百年来百花齐放，少不得各地区民俗文化互相交流，某一地区民俗文化对其他地区居民具有吸引力，才可促使民俗文化的对外传播交流。东北省外地区居民对东北民俗文化的需要心理建立在东北民俗的独特性和不可替代性，东北民俗的地域特色、鲜明特征等等需凝聚形成

具有地域品牌竞争力的旅游地，在向外传播的过程中，省外受众会注意到旅游信息、了解旅游信息、筛选旅游信息，最终确定潜在旅游地，因此东北地区的乡村民俗文化需找到能够代表其独特性的角色定位，满足省外受众居民对其他民俗文化的求新求知的心理。

(二) 丰富乡村民俗文化的故事性，以点及面传播

黑龙江境内的东北区域，每逢灯节之夜(农历正月十五)，民众于结冰河面上打滚，寓意为摆脱一年中的疾病、霉运及灾祸。此风俗传承自一则岁月久远的故事，说的是很早之前，松花江河神——独角龙的女儿与岸边捕鱼青年陷入爱河，不幸被独角龙发觉。在春节伊始的第一日，河神将女儿掳走，欲以瘟疫惩处那位捕鱼郎及乡人。龙女借梦告知那渔夫，在正月十五夜间，只要在冰上翻滚，便能避免疫病的侵扰，乃至全村人都效仿，在江上打滚，结果幸免于难。村里的人们，出于对河神可能复仇的忧虑，每到该日夜晚，继行冰上打滚之事，逐年成为一种传统习惯。这个故事在东北地区的乡村一传十传百，这个习俗获得了东北地区人民的认同，成为一种规矩机制，其文化心理的渗透达到无个体的自然状态，达到了超历史、超个性的程度。

民俗故事的传播也是民俗文化形成的一环，从前是将传统民俗故事口头传播，从家家户户到村落县城，传统故事的丰富性和时间性也是影响当地群众对该民俗文化的认可程度，因此可以通过丰富乡村民俗文化的故事性，以乡村作为起点宣传民俗文化，将其以点及面地去传播扩散，从村庄到县城再到城市区域。以极具地域特色的民俗故事作为出发点，打造类似影视媒体的品牌形象，明星效应产生的带货的这种形式也可运用在民俗文化的传播当中，当地的民俗文创产品可以地域民俗故事作为叙事线索，将文创产品与故事紧密结合，形成一加一大于二的整合营销方式，从而促进乡村民俗文化的内部认可和外部探新。

(三) 群众共享时间感受，记忆民俗节日时间点

“掌握时间视角对于我们深入探寻和领会中华文明的丰富多彩是极为关键的。这意味着，超过十亿的华夏儿女，实质上是在不尽相同且异步的时间流转与律动中度过着各自的生活。在时间的维度之中，人们体验到了形形色色的时刻感受与理解。显然，作为中之一员，我们亦共同感受过不少相同的时光。民间传统文化之所以能够得到观众的喜爱，它需要的不仅是内容的深厚，更要具备那些具有独有地理特色的“礼仪。”这种仪式可以是某一时间做特定的某事，共享时间，同时也共享时间感受^[11]。

以黑龙江省方正县为例，可以尝试“一乡一节”的形象策划，每个乡镇都有独特且有代表性的乡村节日，以月为单位，一年的十二个月每个月都有一个乡村的节日，以节日的时间点记忆各个乡村的鲜明特征，引起受众人群的共鸣。比如已经在进行规划的方正县的德善乡的梨花节、天门乡的百合节等，当地居民会在每年的五月份不约而同地都想起梨花节，从而想起德善乡，由此带动德善乡民俗文化的传播发展。这些乡村节日以独特名片式的形象定位以点带面促进各个乡村的民俗文化对外传播，不仅满足了当地周边县城居民短期旅行的需要，拉动当地内需，还使东北地区的乡村民俗文化更加多元丰富，满足东北地区省外的居民对东北乡村民俗文化求知求新心理。

7. 结语

华夏传统习俗之文化，在世代流传的进程当中，始终得到了保藏、继续和扩散，并在其演化的轨迹中，大众的心理偏好对此传递的作用与其重要性绝不能被漠视。在目前国际文化的互动频繁之下，乡土风情的民间文化不仅仅代表着地方性特色，它乃中华民族文化遗产中不可或缺的一部分，成为文化互鉴的亮点。以人们的心理偏好为出发点，总结并提纯实践中得到的经验和方法，为乡俗文化传承的方法创新提供理论基础，立足于民众的实际需求，为大众提供内涵丰富、特色鲜明的乡土民俗文化体验。

东北地区乡村民俗文化传播现状的问题存在特殊性，中华优秀民俗文化的繁荣需各个地区民俗文化

的共同发展,同样东北地区乡村民俗文化的传播也需层层下潜,从底部出发,以群众心理选择作为发展源泉动力,以当地民俗文化现状问题作为突破口,吸取其他地区优秀民俗文化传播的新兴创新手段,再结合当地经济人口现状,以东北民俗文化拉动东北内部旅游,从拉动内需开始,以内部成熟扩为整体发展,推动东北民俗文化的稳步传播。

参考文献

- [1] 李冰滢. 源自《易经》的词汇初探[J]. 汉字文化, 2024(2): 4-6.
- [2] 柴永昌. 《管子》法家两派说[J]. 管子学刊, 2017(3): 11-15+35.
- [3] 荆蕙兰, 林木. 近代东北城市化进程中城乡民俗文化的趋同与互动[J]. 城市史研究, 2017(1): 184-199+252-253.
- [4] 孙伯元. 乡村振兴视阈下东北乡村文化自信的构建[J]. 河北青年管理干部学院学报, 2021, 33(1): 108-113.
- [5] 葛苑菲. 新闻报道中的民俗传播及其功能[J]. 新疆职业大学学报, 2007(1): 52-54.
- [6] 葛亭亭, 申元东. 东北地区民俗文化对综合材料创作的影响[J]. 时代报告(奔流), 2021(11): 70-71.
- [7] 仲富兰. 中国民俗学化学导论[M]. 杭州: 浙江人民出版社, 1998: 581.
- [8] 仲富兰. 民俗传播学[M]. 上海: 上海文化出版社, 2007: 74, 356, 136.
- [9] [苏]N·B·西蒙诺夫. 人的高级神经活动的情绪动机方面[M]. 北京: 科学出版社, 1975: 6.
- [10] 叶涛, 吴存浩. 民俗学导论[M]. 济南: 山东教育出版社, 2002: 203.
- [11] 周星. 关于“时间”的民俗与文化[J]. 西北民族研究, 2005(2): 123.