

# 三农短视频的具身传播

## ——以抖音“康仔农人”为例

裴欣雨

重庆三峡学院传媒学院, 重庆

收稿日期: 2025年5月22日; 录用日期: 2025年6月18日; 发布日期: 2025年6月27日

### 摘要

三农短视频展示了农村和农民如何通过新媒介平台实现话语权的重构, 短视频平台的发展和传播特点表明了短视频作为一种新兴传播形式如何影响农村与城市之间的沟通与互动, 具身传播理论则为理解短视频中身体的作用提供了关键的理论框架。本文通过内容分析法对“康仔农人”在抖音平台发布的短视频进行系统性的分析, 识别其主要内容主题、叙事模式和具身化表达方式。其次, 本文通过文本分析和符号学分析, 探讨具身传播在短视频内容中的具体体现。最后, 通过对相关观众评论的分析, 本文进一步探讨具身传播如何通过情感互动影响观众的社会认知。

### 关键词

三农, 短视频, 具身传播, 情感传播, 文化符号

# Embodied Communication in Rural Short Videos

## —A Case Study of “Kangzai Nongren” on TikTok

Xinyu Pei

School of Media, Chongqing Three Gorges University, Chongqing

Received: May 22<sup>nd</sup>, 2025; accepted: Jun. 18<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 27<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

Rural short videos demonstrate how rural areas and farmers can reconstruct their discourse power through new media platforms. The development and communication characteristics of short video platforms indicate how short videos, as a new form of communication, influence the communication

and interaction between rural and urban areas. Embodied communication theory provides a key theoretical framework for understanding the role of the body in short videos. This paper conducts a systematic analysis of the short videos posted by “Kangzai Nongren” on Douyin through content analysis, identifying the main content themes, narrative patterns, and embodied expression methods. Secondly, through text analysis and semiotics analysis, this paper explores the specific manifestations of embodied communication in short video content. Finally, by analyzing the relevant audience comments, this paper further discusses how embodied communication influences the social cognition of the audience through emotional interaction.

## Keywords

Rural Issues, Short Videos, Embodied Communication, Emotional Communication, Cultural Symbols

Copyright © 2025 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

“三农”问题，即农业、农村和农民问题，是中国现代化进程中的重大社会议题。在传统的媒介生态中，农村和农民的形象往往是被动的、被建构的。主流媒体通常以城市为中心，对农村的报道带有强烈的外部视角。农民难以通过主流媒体直接发声，而农村也往往被呈现为城市现代化的对立面。然而，随着短视频平台的兴起，特别是以抖音为代表的平台，农村创作者通过亲身参与、具身化的表达，正在重塑社会对农村和农民的认识。

“康仔农人”是抖音上一个具有代表性的“三农”短视频创作者，其内容主要展示农村生活、农业劳动和农耕文化。他通过真实的身体实践、劳动过程以及对农村生活的展示，吸引了大量观众的关注。这种通过身体参与的具身化传播方式不仅传递了农村生活的真实性，也为城市观众提供了一个理解和重新认识农村的窗口。具身传播强调身体在传播过程中的核心作用，关注传播者如何通过身体的实践、动作和日常活动进行意义的建构和传递。在“三农”短视频中，农民的身体不仅是劳动的工具，更成为了文化传播的媒介，赋予观众感知农村生活的真实体验。本研究旨在探讨抖音平台上“三农”短视频的具身传播特征，以“康仔农人”为例，分析具身传播在三农问题中的应用与效果。具体而言，本文试图回答以下几个关键问题：

- (1) “康仔农人”通过短视频内容展现了怎样的农村生活与农业生产？
- (2) 具身传播在“康仔农人”短视频中的具体体现是什么？
- (3) 这种具身化传播对观众的情感共鸣与社会认知有何影响？

通过对这些问题的深入研究，本文希望为“三农”问题的传播研究提供新的视角，进一步理解短视频在社会议题传播中的作用。

## 2. “三农”主题短视频的具身传播特征

### 2.1. 具象化的农村生活展示

三农短视频的核心特点之一是通过具象化的身体展示来呈现农村生活。相比于传统的文字报道或口述描述，短视频以视觉、听觉为主要传播媒介，能够更直观地传递农村的生活场景和文化习俗。这种具

象化的展示方式让观众能够通过视频中的身体实践,感受到真实的农村生活细节,从而建立起更为真实的认知和理解。具象化的农村生活展示不仅仅停留在表面层次,它还包含了农村生活中的细微差异。例如,农民的劳动方式、工具的使用、季节的变化等,都是通过身体的行动体现出来的。在这些短视频中,身体不仅是生活的一部分,更成为了观众理解农村生活的关键途径。这种具象化展示的方式突破了以往传统媒介中对农村生活的刻板印象,将农村生活中的细腻之处展现在观众面前。无论是田间劳作、家庭聚餐,还是节庆活动,身体的参与使得这些场景更加生动,也为城市观众提供了一个深入了解农村的窗口。

## 2.2. 具身传播中的互动性与情感共鸣

短视频平台的社交属性使得观众不仅仅是被动的内容接收者,他们还能够通过评论、点赞、分享等方式参与到传播过程中。这种互动性增强了具身传播的效果,让农村创作者与观众之间建立起双向的沟通渠道。通过具身传播,创作者将自己的身体实践展示给观众,而观众则通过评论等方式表达自己的情感和反馈。这种双向互动使得农村创作者不仅仅是传播的主体,他们还能够通过观众的反馈调整自己的内容创作,进一步增强传播效果。例如,当观众对某一特定劳动场景或生活细节表达兴趣时,创作者可能会根据这些反馈调整视频内容,制作更多相关内容,形成一种良性的互动循环。互动性的具身传播使得三农短视频的内容生产不再是单向的,而是通过观众的参与形成了一种共同创作的文化现象。这种互动不仅增强了短视频的传播效果,也让农村创作者获得了更多的社会认同和话语权。

具身传播能够增强观众的情感共鸣。在三农短视频中,创作者通过身体实践传递情感,观众通过视觉和听觉感知这些情感,从而产生共鸣。情感共鸣是三农短视频能够广泛传播的重要原因之一。例如,当观众看到农民在田间辛勤劳作的画面时,他们能够感受到劳动的艰辛,这种体验式的感知能够引发观众的情感反应。具身传播让观众不仅通过逻辑思维理解农村生活,还通过感官体验直接参与到农村生活的情感世界中。这种情感共鸣使得观众更加容易接受和认同视频内容,增强了短视频的传播效果。情感共鸣的产生不仅依赖于创作者的身体展示,还与视频内容的真实性密切相关。具身传播通过真实的身体行为,创造了一种亲密的观看体验,让观众能够“走近”农村生活。这种近距离的情感体验拉近了创作者与观众之间的距离,增强了短视频的传播效应和社会影响力。

## 2.3. 身体的文化符号意义与社会意义

农民的身体动作、劳动姿态和表情,反映了农村劳动文化的独特价值观。这些身体行为代表着勤劳、坚韧、对土地的依恋等传统美德,具有重要的文化象征意义。通过具身传播,三农短视频展示的不仅是身体的具体行为,更是这些行为背后所蕴含的文化意义[1]。例如,农民在田间劳作时,弯腰耕作、挥汗如雨的画面,不仅展现了劳动的艰辛,也传递了一种扎根土地、坚韧不拔的精神。这种具身传播使得观众能够在身体行为中读出更多文化和情感内涵,从而加深了对农村生活的理解和认同。身体与劳动的文化符号意义不仅对农村群体具有重要性,也对城市观众产生了深远的影响。通过短视频的传播,城市观众不仅看到了农村生活的表象,还通过具象化的身体行为感受到农村生活的文化底蕴。这种身体与劳动的文化符号意义赋予了三农短视频更为深刻的社会价值。

在三农短视频中,身体不仅是内容的表现工具,还是社会意义的承载者。创作者通过身体的媒介化,将农村生活的文化意义传递给更广泛的观众群体。这种媒介化的身体成为了文化传播和社会认同的关键因素。通过身体的媒介化,三农短视频中的农村创作者不仅展示了个人生活,还承担了传播农村文化、建立社会认同的责任[2]。身体成为了一种重要的传播符号,承载了农村生活的文化内涵和社会价值。这种身体的媒介化过程,体现了农村创作者在新媒介环境下获得的新的话语权和文化传播能力。身体的媒

介化还反映了农村与城市之间的文化互动。通过具身传播，农村创作者将身体作为媒介，向城市观众展示了农村生活的真实面貌。这种文化互动打破了城乡之间的信息壁垒，促进了农村文化的传播和城市观众对农村生活的认同。

三农短视频的具身传播特征包括具象化的农村生活展示、身体与劳动的文化符号意义、情感共鸣、互动性以及身体的媒介化等。这些特征使得具身传播成为了三农短视频内容创作的核心要素，通过具身化的表达方式，农村创作者不仅能够展示生活细节，还能够通过身体传递情感和文化内涵。具身传播的这些特点增强了三农短视频的传播效果，促进了城乡之间的文化交流与互动。

### 3. 案例分析：抖音“康仔农人”

#### 3.1. 案例背景介绍

“康仔农人”是抖音平台上一位广受欢迎的“三农”短视频创作者，其账号主要内容围绕农村生活、农业生产以及乡土文化展开。从康仔的短视频内容来看，他的主要目标受众包括城市观众、对农村生活感兴趣的用户、以及同样从事农业劳动的农村群体。通过展示农村的日常劳动和生活细节，康仔成功吸引了大量关注，成为抖音平台上一位具有代表性的农民内容创作者。

康仔农人的视频主要以他自己的生活动为素材，涵盖了种植、养殖、农产品加工、家庭生活等多个方面。他的短视频没有过度的修饰和剪辑，而是通过真实的场景展现了一个普通农民的日常生活。这种真实感是康仔农人短视频吸引观众的重要因素，也正是这种具身化的传播方式使他的视频内容获得了广泛的认可。根据抖音平台的算法推荐机制，康仔农人的视频不仅在农村观众中有较高的关注度，还吸引了大量城市用户的兴趣。城市观众通过观看康仔的视频，能够获得一种“体验”农村生活的感受，进而产生情感共鸣[3]。这种跨地域、跨文化的传播效果，使得康仔的内容不仅仅局限于农村，而是突破了城乡界限，成为一种具有广泛影响力的社会文化现象。

#### 3.2. 内容分析

康仔农人的视频中，农业劳动是核心主题之一。他通过拍摄自己在田间劳作、种植作物、饲养家禽等场景，展示了农民的日常工作。这些劳动场景不仅仅是简单的工作过程，它们通过康仔的具身实践，成为了一种文化传播的载体。具身传播理论认为，身体的行动不仅是信息的传递方式，更是意义的生产者。在康仔农人的视频中，农业劳动本身就具有文化象征意义。通过展示种植、耕作等劳动行为，康仔传递了关于农村生活的真实感受和价值观。观众不仅看到的是康仔的劳动动作，还能够通过这些具象化的身体行为感受到农村生活的艰辛与朴实。例如，在康仔的视频中，经常出现他弯腰劳作、手持农具的画面，这些动作不仅传递了农民的辛劳，更通过身体的姿态表现出农村劳动的真实性。这种通过具身化的方式展示农村生活的传播方式，极大地增强了短视频内容的情感冲击力，使观众能够更加直观地感受到农村生活的具体细节[4]。除了农业劳动，康仔农人的视频中还展示了大量的农村日常生活场景。这些生活场景包括家庭聚餐、节日庆祝、日常交流等。这些内容通过康仔的亲身参与，具象化了农村的文化传统和人际关系。例如，在一则视频中，康仔展示了他和家人在农田间的午餐。视频中，简单的饭菜、自然的环境、家庭成员之间的互动，都通过康仔的身体行为得到了具体呈现。这种具身化的传播方式，使得这些普通的农村生活片段充满了生活气息，并让观众能够产生情感共鸣。相比于仅仅通过语言或文字描述，康仔通过身体参与到这些场景中，使得观众能够更直接地感知到农村生活的真实面貌。生活场景的具象化展示不仅是对农村生活的再现，更是对农村文化的传播。康仔的视频通过这些具体的生活场景，将农村的文化传统和生活方式传递给了广大的城市观众，增强了农村与城市之间的文化交流。

### 3.3. 具身传播分析

康仔农人短视频中,身体不仅是信息的传递者,更是意义的创造者。在具身传播的框架下,康仔的身体实践,如劳作、饮食、交流等,构成了短视频内容的重要部分。这种具身化的表达方式,将农村生活的具体细节通过身体的方式呈现出来,使得观众能够通过视觉、听觉等多重感官体验到农村生活的质感。康仔通过身体行为与自然、农作物、家庭成员之间的互动,展示了农村生活的生态系统。这种具身传播不仅增强了视频内容的真实性,还赋予了视频内容更为丰富的文化意义。身体的参与使得传播不再是单向的信息传递,而是一种通过身体实践的体验式传播。这种体验式传播让观众能够更加深入地理解农村生活,并通过康仔的身体感知到农村生活的具体情境。

具身传播能够有效增强观众的情感共鸣。在康仔农人的短视频中,观众不仅仅是通过观看视频获取信息,更是在康仔的身体实践中感受到情感的传递。康仔的劳动姿态、微笑、汗水,甚至是疲惫的身体动作,都在传递一种真实的情感,这种情感通过具身化的传播方式传递给观众,使得观众能够更深刻地感受到农村生活的情感内涵[5]。例如,在一段视频中,康仔展示了自己在田间工作的疲惫状态,视频中的他喘着粗气,满脸汗水,手中的农具显得沉重无比。通过这种具身化的展示,观众能够切身感受到农民劳动的艰辛,并因此对康仔产生深刻的情感共鸣。这种具身传播方式让观众不仅仅是“看到”农村生活,而是“感受到”农村生活。

## 4. 总结

通过本文的研究,我们探讨了具身传播理论在三农短视频中的具体应用,并以抖音“康仔农人”为例,分析了具身传播如何通过身体的实践与互动,展示农村生活的真实面貌,增强观众的情感共鸣与文化认同。

具身传播在三农短视频中的核心特征表现为:身体的具象化展示、文化符号意义的传递、情感共鸣的增强以及互动性。这种传播方式不仅让农村创作者通过身体行动展示自己的劳动与生活细节,还将农村文化的象征意义融入到日常的身体实践中。通过具身传播,观众能够直观地感受到农村生活的质感,并与创作者产生深层次的情感共鸣。具身传播中的互动性使得三农短视频不仅是单向的信息传播,更是一种双向的社会文化互动。观众通过短视频平台上的互动功能,参与到内容生产和传播过程中,进一步促进了农村文化与城市文化之间的交流与融合。这种互动增强了短视频的传播效果,也为农村创作者提供了更多的社会认同感和话语权。具身传播加强了农村文化在城市观众中的传播效果,打破了以往城乡之间的文化隔阂。通过真实的身体实践和情感传递,城市观众能够更加深入地了解农村生活,从而对农村产生更为立体的认知。这种认知不仅仅停留在表层的信息层面,还涉及到文化和情感层面的共鸣。具身传播赋予了农村创作者更多的文化表达权和社会影响力。在传统的媒介环境下,农村群体往往处于信息传播的边缘位置,难以直接表达自身的文化与生活。而通过短视频平台,农村创作者能够利用具身传播的方式,将自己的生活和文化展现给更广泛的观众群体,打破了信息传播中的城乡不平等。这种具身化的表达不仅增强了农村群体的社会认同感,也为他们争取了更多的话语权。具身传播在三农短视频中的应用,还带来了经济上的积极影响。许多农村创作者通过短视频的传播,获得了更多的关注和支持,进而推动了农产品的销售和农村经济的发展。具身传播通过真实的生活展示和情感连接,增强了消费者对农村产品的信任度,促进了农村经济的振兴。

尽管本文通过案例分析探讨了三农短视频中的具身传播特征及其社会影响,但仍存在一些局限性。首先,本文的研究对象主要集中在抖音平台上的单一案例,未来研究可以通过对不同平台、不同类型的三农创作者进行更为广泛的比较分析,以全面了解具身传播在不同情境下的表现和影响。其次,具身传播的研究主要集中在身体实践与文化符号的层面,而在心理学、社会学等领域中,具身传播还涉及到更

为复杂的认知过程和社会关系。未来研究可以从跨学科的角度出发,结合社会心理学、认知科学等学科的方法,对具身传播的深层机制进行更为深入的探讨。最后,随着技术的不断发展,短视频平台的传播方式也在不断演变。未来研究可以关注技术进步对具身传播的影响,探讨人工智能、虚拟现实等新技术如何进一步改变具身传播的表现形式与社会意义。

总体而言,三农短视频中的具身传播不仅是信息传播的方式,更是一种社会文化的表达与互动。通过身体的参与和展示,三农创作者将农村生活的细节与文化符号具象化地展现在观众面前,增强了观众的情感共鸣和文化认同。具身传播不仅打破了城乡之间的文化隔阂,也为农村创作者带来了更多的社会认同和经济机会。在未来的研究中,具身传播将继续作为重要的传播理论,推动我们对短视频内容创作与社会文化传播的深入理解。

## 参考文献

- [1] 李新. 数字赋能乡村振兴视域下短视频创作策略探析——以抖音“康仔农人”为例[J]. 影视制作, 2023, 29(6): 86-89.
- [2] 陈琳. “三农”自媒体短视频的传播策略研究——以“康仔农人”抖音账号为例[J]. 科技传播, 2022, 14(21): 118-120.
- [3] 何思颖. 基于“短视频+”背景的乡村振兴探究——以“三农”材自媒体短视频为例[J]. 今传媒, 2024(2): 11-14.
- [4] 李雅林. 乡村振兴背景下“三农”短视频的传播研究[J]. 出版广角, 2021(21): 77-79.
- [5] 石磊, 黄婷婷. 情感商品与情感流通: “三农”短视频的传播机理[J]. 编辑之友, 2020(9): 69-74.