展示乡村文化，助力乡村振兴

村里的直播间，有看头！

本报记者　郑海鸥　窦　皓　王云娜　范昊天

直播间里，秀田园风光，亮才艺表演，卖农家特产——如今，在短视频平台上，活跃着一批乡村文化能人，他们借助网络平台推介家乡，成为助力新时代乡村振兴的重要力量。

2021年2月起，文化和旅游部全国公共文化发展中心以“培育乡村网红、助力乡村振兴”为主题，启动实施全国“乡村网红”培育计划，统筹全国3000多家文化馆资源，发掘、培育、推荐优秀“乡村网红”。文化和旅游部公共文化发展中心主任、中国文化馆协会理事长白雪华介绍，“让‘乡村网红’成为新时代文化志愿者，带火一份美食、一个景区、一条街、一座城，让基层群众得实惠。经过持续发掘与培育，力争带动每个县都有自己的‘乡村网红’。”

核心阅读

在短视频平台上，乡村主题短视频内容受到欢迎。同时，村民进驻直播间，在内容创作、技术培训等方面也急需扶持引导。文化和旅游部全国公共文化发展中心依托3000多家文化馆，启动实施“乡村网红”培育计划，鼓励村民借助网络平台介绍家乡，提升了乡村的知名度、美誉度。

浙江瑞安霞岙村小英夫妇

跳舞走红后直播带货

一座支架、一个手机、一个音箱，在浙江瑞安马屿镇霞岙村，46岁的彭小英和丈夫范得多在自家菜地旁，跳起了自编的曳步舞。两年多来，凭借在短视频平台上的跳舞视频，小英夫妇收获了千万粉丝。

屏幕前，范得多还会推荐温州特产九层糕。“以前大家总担心卖不出去，现在最多一天能卖3000多斤红糖和8000多斤玉米。去年为村里增收了170多万元呢！”范得多高兴地说。

5年前，范得多患上了抑郁症，彭小英偶然间看到有人跳曳步舞，便跟着学了起来，后来范得多也加入进来。跳舞之后，范得多心情好了，病也基本痊愈。夫妻俩自编了一套曳步舞，女儿将视频上传到短视频平台，没想到火了起来。纷至沓来的问候和合作，一度让两人犯愁。好在瑞安市文广旅体局及时跟进，积极引导“乡村网红”发挥示范作用。

如今，彭小英不仅被评选为省级文化示范户，也积极参与各类助农公益活动，还加入了乡村艺术团。瑞安市文化馆馆长陈萍萍介绍，目前，瑞安市共有500多家乡村艺术团，每年开展文艺送下乡1500多场，培训讲座600余场。

开展技能培训、做好资源对接、启动“村播计划”……近年来，围绕打造“乡村网红”，浙江出台一系列举措。小英夫妇所在的马屿镇也在农产品电商直播中心成立了“小英夫妇工作室”。崭新的环境里，电脑、办公桌、灯光设备等一应俱全。镇里还协助为其注册了“小英夫妻”商标，助力直播带货。

彭小英说，能够帮助大伙儿一起过上好日子，她感到很满足。

湖南长沙花鼓戏演员陈雨晴

拍摄视频推介家乡文旅

“行行走，走行行，来到长沙火宫殿，左边一口糖油粑粑，色金黄香又甜。右边一口臭豆腐，汁又多来味又鲜……”

今年国庆假期，湖南省长沙市花鼓戏保护传承中心95后花鼓戏演员陈雨晴在短视频平台上传了一曲花鼓小调《火宫殿》，推介长沙热门“打卡地”火宫殿和地道美食小吃。不到3分钟的短视频，收获了200多条网友留言，点赞量2500多次。

2020年8月，湖南省文化馆依托短视频平台启动首届“文旅乡村好韵味·网红带你逛潇湘”大赛，100多名短视频爱好者拍摄并上传了1100多个视频创意作品，最终评选出“湖南文旅十佳网红”。湖南省文化馆副馆长周固坚介绍，“文旅乡村好韵味·网红带你逛潇湘”大赛参赛视频要突出美丽乡村的地域风情和文化背景，将有味有趣的生活风貌、适用性强的当地特色攻略推荐给大众。

去年，第二届大赛正式启动，陈雨晴受邀参赛。陈雨晴从2019年开始在短视频平台上传作品，致力于花鼓戏的传承和推广。送戏进村、假期春游、回乡探亲等，都成为她的创作题材。田野山间里、小桥流水旁，或是街头一角，都成为她的视频录制场地。

“我们希望挖掘培育一批热爱家乡、拥有传统文化技艺的新型人才，引导他们以‘网红’志愿者的身份，化身家乡‘推荐官’。陈雨晴刚好符合这一标准。”周固坚说。

去年，陈雨晴以自创戏曲短视频《红红火火的歌》报名参赛，该视频点赞量达9.3万次。这让她十分振奋，“过去创作短视频，只是为了让更多人感受花鼓戏的魅力。这次比赛让我了解到，还能通过花鼓戏助力乡村振兴，推介家乡文旅。”

陈雨晴的老家在株洲市攸县农村，受到大赛启发，去年夏天，她回到老家，拍摄录制了花鼓戏短视频《我的家在攸县》，展现攸县的人文、地理以及美食文化，收获了许多好评。

湖北恩施市文化馆

针对需求提供直播培训

不久前，在湖北武汉举行的首届恩施土家族苗族自治州“凉交会”上，来自恩施市盛家坝镇二官寨村的覃登军面对直播镜头唱起民歌，介绍土家族苗族民俗风情，吸引上千人在线围观。

“过去做直播不太专业，主题不突出，形式也比较单一，内容、曲调、唱词等都比较传统，没法吸引网友注意。”覃登军说，2020年以来，恩施市文化馆多次派专业老师来到二官寨村，为村民传授经验、表演技艺和直播技巧。

“本地很多农民都在从事网络直播，宣传家乡的文化旅游和风土人情，推介农特产品等。”恩施市文化馆馆长伍丹说，近年来，恩施市文化馆结合农民需求，有针对性培育不同类别的“乡村网红”。

今年4月，恩施市文化馆依托馆里的专业老师，并面向社会广泛招募志愿者，组成26支帮扶小组，深入全市各乡镇的社区、村组、企事业单位等开展文艺志愿帮扶和培训。近4个月的时间里，志愿者们下乡培训101天，累计培训3.3万余人次。

“我们讲授网络直播‘三要素’，视频拍摄、剪辑、推广等专业知识，鼓励农民利用网络平台介绍家乡和本地文化、建立个人品牌、提高带货效能。”伍丹说。

“近年来，湖北多措并举推进乡村文化振兴，着力孵化和培育‘乡村网红’，让他们成为助力乡村产业发展、文化建设和文旅事业高质量发展的重要力量。”湖北省文化和旅游厅副厅长陶宏家介绍，去年9月，湖北省文化和旅游厅举办了全省乡村文旅公共服务培训班，近300名“乡村网红”参加。

今年以来，湖北开展了“文艺点亮乡村——全省文旅志愿帮扶活动”，125家文化馆、117家图书馆、19家美术馆等公共文化机构选派文艺志愿骨干队伍走进乡村，开展文艺志愿帮扶培训，培育了一大批乡村文艺能人、乡村文艺爱好者，推动“乡村网红”运用网络展示乡土文化、家乡好人、美景美物，推介家乡特产，带领乡亲们共同致富。

R新语·让好声音成为最强音

文化节目要有底蕴，也要有新韵

王仁海

我们要通过有底蕴、有新韵的系列化节目，焕发中华优秀传统文化在新时代蓬勃的生命力、传播力

最近，中共中央宣传部公布第十六届精神文明建设“五个一工程”优秀作品获奖名单，《中国节日系列节目2021季》名列其中。从2021年河南春晚的《唐宫夜宴》到2022年的《重阳奇妙游》，河南广播电视台聚焦春节、元宵、清明、端午、七夕、中秋、重阳等传统文化节日，以创新表达、美学呈现、技术赋能创作生产的两季14期节目获得了超600亿的网络播放量，有力助推中华优秀传统文化深入人心。此前，该节目还获得第二十七届电视文艺“星光奖”电视综艺节目奖、第三十一届中国电视金鹰奖提名。我们将以此为动力，继续探索文化类节目的创新创优和繁荣发展。

追寻《中国节日系列节目2021季》底蕴丰厚、内容丰盈、形态丰富的创作基因，最直观的要素就是坚定的文化自信和文化自觉。河南作为中华文化的重要发源地，贾湖骨笛、仰韶文化、殷墟甲骨文等见证着人类探索文明的步履，节日、节气、发明创造等映照着先祖生产生活的智慧。中华优秀传统文化为文艺创作提供了取之不尽、用之不竭的灵感源泉。文以载道，艺以弘德。我们在深耕黄河文化、中原文化上笃行不怠，持续发力，形成了《梨园春》《武林风》《华豫之门》等文化节目群，塑造了河南卫视的“文化中国”定位。

在《中国节日系列节目2021季》创作过程中，我们以深度的文化认同和昂扬的创作主动，多维度寻找与新时代观众的情感互动、文化链接、心灵交汇，让具有“中国意象”的节目将鲜明活泼的历史人物、丰富厚重的优秀传统文化和昂扬向上的审美情趣进行聚合，有了文化在时代框架下的整体观照、大众认同和社会意识。节目策划新颖、形态新锐、视听新潮，通过“奇妙游”系列化组合，用形式的创新，呈现出一个个具有故事感、共鸣感的“艺术小宇宙”。

在文化的创新表达中，只有体裁、题材、形式、手段的充分发展，才能推动内容呈现的时代性和人民性。《中国节日系列节目2021季》通过对文化的创造性转化、创新性发展，将中国传统节日在自我超越的过程中进行了完美表达。单是在《唐宫夜宴》中，移步换景之间，就能欣赏到《千里江山图》《簪花仕女图》《捣练图》等一幅幅流传千百年的名画。通过场景再造、文化阐释、情感渲染、调性设计，远去的历史演绎成眼前的艺术，优秀传统文化内容在审美表达上开创了新的全景视窗。

我们在将《中国节日系列节目2021季》生产传播运行“节节高”的同时，开阔文化视野、放大传播声量，围绕二十四节气拓展奇思妙想，进一步打造了《“中国节气”系列节目》的“奇遇记”新品牌。以文化为魂，以美学架构。我们将持续靶向选题，锐意破题，精准答题，深度挖掘、左右连接、艺术升腾，通过“文化+技术+艺术”谋划制播《“中国发明”系列节目》《“中国神话”系列节目》等，持续探索文化类节目内涵、意境、传播方式创新。

心怀“国之大者”，当有大道之行。在推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌的使命中，我们要通过有底蕴、有新韵的系列化节目，焕发中华优秀传统文化在新时代蓬勃的生命力、传播力，在引领文化节目创作新风尚、打开优秀传统文化传播新视窗中担当主流媒体的责任。

（作者为河南广播电视台党组书记、台长）

本版责编：智春丽　管璇悦　陈圆圆

A股股票代码：601658
H股股票代码：1658
客户服务热线：95580
网址：www.psbc.com
中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA