

方言短视频的分享动机与文化认同研究

赵倩蓓 上海交通大学

摘要: 短视频平台里大批的用户拥有百万级的流量, 其中, 方言短视频的出现, 打破了方言的区域局限性, 它通过一种生动有趣的方式让全国的受众都能接触到不同方言的魅力, 而方言的使用让短视频独具匠心, 内容更具有娱乐性和可看性, 从而促进了受众的分享行为, 而受众的分享行为反作用于文化认同, 让不同地区的文化通过方言的形式在全国性的平台上传播。

关键词: 短视频; 方言; 文化认同; 分享

随着移动媒体的普遍, 尤其是视频媒体的使用已经成为一种热门的媒介, 涵盖了不同年龄, 不同地域的人群。这种“内容+娱乐”的营销方式随着5G时代的到来, 更是成为全民关注的重点。而UGC的模式让短视频的发展呈现出丰富多彩的视频形态和视频生态环境, 其中, 地区性的方言的加入为短视频增色了不少。方言视频本身就是一种传统媒体影响下诞生的视频形态, 是一种具有亲切感的节目形式, 短视频让方言的传播打破了这种地区的局限性。

一、方言与文化认同

方言是文化的活化石, 民俗专家牛国栋认为, “作为植根于民间的文化形态和文化载体, 方言有着深厚的民间文化的土壤。”方言是一种独特的民族文化, 每一个地方都有自己独特的方言, 经过几百年, 上千年的传承被保留下来, 有着丰厚的文化底蕴, 比如东北方言, 简洁, 生动, 富有节奏感, 与东北人的幽默直率的性格相吻合, 上海的方言柔软又不失抑扬顿挫, 这个江南的文化息息相关。随着方言类短视频的传播, 不同地区之间的文化了解机会增加, 文化认同度也随着产生变化。

二、文化认同与视频分享

文化认同是基于区域内成员和外部观察者对该区域文化的显著特征的共识而建立起来的集体认同。方言类短视频的发布者即区域内成员, 观看方言类短视频

的受众即外部观察者, 当受众认同这个视频里的内容, 就意味着视频的内容符合内部和外部的认可。但是文化认同并不是固定的, 而是流动变化的, 具体分为三个层面: 认知性文化认同、情感性文化认同和评价性文化认同。认知文化认同指个人将自己进行群里分类并且与该群体成员建立联系以维持认同; 情感性文化认同是指个人在情感上对所属群体的信赖和忠诚度, 是个人精神层面的一种特征; 评价性文化认同, 指个人对于自身的群体中的身份的评价。

三、“内容为王”的短视频时代 方言增加娱乐性

受众转发分享方言类短视频最关键的动机是因为视频内容的娱乐性, 方言为短视频内容增加了娱乐效果。我们可以在短视频平台上搜索使用方言的短视频类型, 以搞笑脱口秀为主, 比如用户“上海老阿姨”使用上海方言讲一些生活段子, 或者用方言唱歌表演, 在这些视频中明显感受到方言相比普通话, 让短视频的内容增色了不少, 趣味性也更足, 尤其是一些地方方言的词汇, 如四川方言“巴适得很”, 东北方言“咋的”“干哈”等等, 已经形成了全国性的认知, 通过这些短视频, 方言也被更加广泛的传播。

四、方言短视频的传播和文化认同之间的循环作用

方言代表了不同地区的文化, 以“多余和毛毛姐”为例, 用贵州方言唱出了《好嗨哟》, 通过用户的表演, 从视觉听觉上能感受到贵州民风, 通过娱乐性引起受众的关注, 吸引受众的注意力, 首先对贵州当地文化产生好感, 然后想去了解贵州的风土人情, 最后喜欢上贵州文化, 分享转发的行为可能存在于这三个层次中的任何一个阶段。但是我们在文化认同的三个层面的细化分析中又可以看到, 方言类短视频主要对初级层次的认知性文化认同产生较强的作用, 即通过方言类短视频对这个地方产生好感, 相比之下, 情感性文化认同和评价性文化认同比较高层次的文化认同相对比较弱, 越是深层次的文化认同,

和分享意愿的相关性越弱。可见大家主要还是因为方言类短视频引起了大家对这个地方的兴趣而分享的可能性比重更高。文化认同本身就是个长期演变的过程, 但是方言类短视频打破了原先地域, 时间, 空间的局限, 让受众更容易接受到不同方言, 这对地方文化的传播和保护起到了一定的作用。

五、分享方言短视频带来的人际利益

通过分享有趣的方言短视频, 又可以促进人际关系。分享, 一定是一个人转发给另一个人或者另一群人, 一定存在人和人之间的互动, 不仅可以在短视频平台找到一些志同道合的人关注以外, 还可以分享给认识的家人朋友同事, 在平时的人际交往中产生话题和亲密感。这种人际利益的获得通过短视频的分享而达成。

显而易见, 文化认同中也存在着人与人之间的交流, 通过交流会更加促进文化认同的程度。所以通过分享方言短视频, 一方面受众获得自我的放松, 人与人之间的关系维护, 另一方面, 也会促进更深层次的对方言所在地的文化认同。

六、总结

方言短视频的出现, 拉近了不同城市人与人之间的连接, 打破了方言的区域局限性, 方言短视频通过一种生动有趣的方式让全国的受众都能接触到不同方言的魅力, 而方言的使用让短视频独具匠心, 内容更具有娱乐性和可看性, 从而促进了受众的分享行为, 而受众的分享行为反作用于文化认同, 让不同地区的文化通过方言的形式在全国性的平台上传播, 这不论是对新闻传播角度还是城市文化角度的研究都有意义, 也为短视频平台的发展提供了参考价值。

参考文献:

- [1] 刘维公. 全球文化与在地文化的连结关系: 论日常生活取向的文化全球化研究 [J]. 台大社会学刊, 2000: 189-228.
- [2] Tajfel H.E., Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations, Academic Press, 1978.

作者简介: 赵倩蓓 (1989-), 女, 汉族, 上海人, 学历: 研究生 (在读), 研究方向: 新媒体应用。