

文旅短剧对地方文化认同的建构与传播研究

郑小燕

平潭综合实验区融媒体中心，福建平潭 350400

摘要：文旅短剧是一种新型的艺术表达方式，它将文化旅游要素与短剧形态相结合，顺应了移动化、碎片化消费场景的特点，以戏剧的形式呈现给受众一场独特的艺术大餐，在地域文化认同的构建和传播中扮演着日益重要的角色。本文以现实案例为基础，对文旅短剧与传统文旅宣传方式、长视频文化内容进行深度剖析，探索其创作特征与创新之处，并从剧情创作解读、画面呈现方式、传播渠道等角度，发掘文旅短剧在激发群众对当地文化的兴趣、推动当地文化认同上取得的明显成效。并对文旅短剧文化内涵的挖掘和传播效果的提升进行了探讨。基于以上研究结果，本项目将为促进当地旅游产业的发展、文化身份的构建，以及对当地文化的传承与创新提供有用的借鉴。

关键词：文旅短剧；文化认同；传播效果

1 引言

近几年来，在文旅一体化的推动下，地方文化的传播已被纳入到了国家的文化战略中。《关于促进文旅融合发展的知道意见》和二十大提出要“坚持以文促旅，以文兴旅，推动文化与旅游深度融合”，给影视行业带来了新的契机，在此背景下，短剧应运而生，成为当地文化传播的重要载体。文旅短剧是互联网影视与短视频深度结合的结果，它以一种全新的创作角度和表现手法，通过简化的形式，丰富的内容，将当地的文化、自然景观、人文特征展现出来，既能让受众感到亲切，又能提高当地的知名度，让文化宣传和旅游收入都能同步增长。在这样的背景下，探索文旅短剧对地域文化身份的塑造与传播，并对其文化的继承与创新进行剖析，有着十分重要的理论与现实价值。

2 文旅短剧的多维创新驱动与地方文化认同构筑

在数字化与多元文化融合背景下，文旅短剧以独特创作观念和传播方式，为本土文化传承、发展及认同开辟新途径，是文化传播的新生力量。

2.1 创作特色：雕琢地域文化的艺术精品

2.1.1 题材深耕：解锁地域文化密码

多数文旅短剧注重挖掘区域文化，融合地方特色文化符号，聚焦自然景观、历史故事、人文风情等。相关资讯常以特定事件或情境呈现，如历史文物、手工艺品等。如《我的阿勒泰》，从哈萨克族风俗到草原风光、牧民迁徙，展现人与自然和谐共处的魅力；《恋恋茶园》以丽水古堰画乡和九龙湿地为拍摄地，展示江南山水，融合茶文化脉络，通过茶艺表演等展现其内涵。

2.1.2 剧情巧构：小体量蕴含大乾坤

当下文旅短剧篇幅短小、剧情紧凑，每集时长几分钟至十几分钟，聚焦核心事件或主题，适配现代观

众快节奏与碎片化观看习惯。部分剧目多线叙事并行，如《等你三千年》，以爱情故事延展至河北邯郸城市文化IP，以“负荆请罪”由来为副线，让观众感受河北深厚文化。叙事风格上，常聚焦个体经历，以微观视角展现宏大世界，如《家里家外》以20世纪80年代川渝特大洪水为背景讲述重组家庭故事，《飞扬青春》讲述大学生回乡创业助力乡村振兴^[1]。

2.1.3 制作精研：打造沉浸式视听体验

文旅短剧视觉呈现是传播加分项。《我的阿勒泰》利用大量航拍镜头，精细处理画面，展现草原辽阔、雪山连绵等景色，给人如临其境之感；《我的归途有风》以光影艺术手法，演绎乐山四季，融合饮食文化表现，用暖柔色彩展现市井生活，营造烟火与治愈气息。精心设计的画面不仅带来美学享受，还展示祖国自然景观与人文风貌，提高艺术认知，为地方旅游开发带来新活力。

2.2 文化认同建构：全方位激活地方文化生命力

2.2.1 在地表达：点亮地方文化符号

文旅短剧建立观众与当地的情感联系，需紧密融合当地特点和文化资源，以地标建筑、自然风光等为重点，形象直观展现地方文化要素。如《南辕北辙的我们》将剧情与西安都市风情结合，展现城墙宏伟、大唐不夜城繁荣，激发受众对当地文化的兴趣，为建立文化认同感奠定基础。

3.2.2 角色铸魂：传递地方文化精神内核

角色塑造在文旅短剧中至关重要。主角多为当地人，言行举止、价值观念扎根于地方文化。如以浙江瑞安曹村镇为原型的《飞扬的青春》，融入进士文化、南拳文化，讲述大学生返乡创业故事。观众从角色身上看到地方文化的延续与传承，产生情感共鸣，认同文化价值观，使地方文化深入人心^[2]。

2.2.3 传播破圈：跨越地域界限的文化交流

文旅短剧打破区域界限,向观众展示多元区域文化。观众可通过“喜欢”“评论”等形式互动探讨,部分短剧在评论区、微博等设置地方文化话题,引发深度讨论,让观众在与地方文化交流中加深理解,提高文化认同感。

3 文旅短剧的传播路径与受众分析

3.1 短视频平台:青春流量密码与极速传播

在抖音、快手这样的短视频平台,许多短剧将极具吸引力的视觉效果和戏剧性的故事情节剪辑成短视频发布,利用平台的算法推荐系统将内容推送给可能感兴趣的用户,能够在很短的时间内吸引观众的注意力。学生群体和年轻的上班族对新鲜事物的接受率很高,喜欢在短视频快速获取资讯,还经常在平台上频繁分享和讨论相关内容,无形中扩大了这些短剧的影响力^[3]。

3.2 长视频平台:深度内容的文化引力场

腾讯、爱奇艺等长视频平台为文旅短剧的呈现提供了更为完整的舞台,让受众更加关注并挑剔短剧的内容品质、故事的深度和演员的表达能力。他们热衷于对剧情进行深度探讨,同时也乐于探究其中的文化内涵。这样的深入体验,不但加深了观众对地方文化的了解,也提升了游戏的文化传播价值。比如《长安十二时辰》,它并不属于文旅短剧,但是它却以其严谨的剧情,以及对唐代文化的细腻描绘,获得了一大批对历史文化有浓厚兴趣的受众。

3.3 社交媒体:话题发酵与用户互动的能量站

此外,微博、小红书等社交媒体平台对文化旅游短剧的推广也起到了很大的推动作用。在微博热搜、小红书热搜中,文化、旅游类的话题经常被顶到第一位,从而吸引了大批的网民,引发了更多的话题。很多网友都在分享自己对这部剧的本土文化的心得,写下自己的心得,与大家一起分享自己的心得,以此来吸引更多对旅游与文化有兴趣的年轻人前来现场,体验当地的文化,领略大自然的美景。

4 文旅短剧的传播效果分析与影响因素探索

在信息交流飞速发展的今天,文旅短剧以其特有的魅力成为了区域文化传播的重要组成部分。通过对它的传播影响的剖析,可以更加充分地认识到它的价值和潜力。

4.1 广泛辐射:文旅短剧的广泛覆盖与显著成效

制作精良、主题新颖的文旅短剧热度颇高,在短视频平台点击量易超百万甚至千万,点赞留言达上万;长视频平台上,不少文旅短剧也吸引众人目光,如《你的岛屿已抵达》带动湖南常德“桃花源”人气,旅游节期间游客、收益创新高。《旅行奇迹之千岛湖》《飞扬的青春》也成绩斐然。携程统计显示,《我的阿勒泰》

播出后,“阿勒泰”搜索量及假日产品预订量大增,该剧生动展示当地景观风情,推动旅游业发展,提升文化知名度美誉度^[4]。

4.2 多元驱动:影响文旅短剧传播效果的关键要素

文旅短剧兼具故事引力与文化底蕴,如《三井胡同的夏天》,既有引人入胜的情节和严密逻辑架构,又将北京地方特色与非遗结合,让观众领略北京风情,获得特殊文化体验。表演方面,演员表达能力至关重要,其表演自然生动、富有感染力,能以细致感情表现和准确人物刻画,将抽象乡土文化要素转化为具体可视意象,使观众产生强烈情绪共鸣,深切感受地方文化魅力。制作上,画面品质、剪辑节奏和音效设计等是提升观众观赏感受的关键。高品质画面能展示区域风光,带来视觉愉悦;好的剪辑保证剧情流畅;配合情节的音效能创造气氛,引发情绪共鸣。各方面精心策划可全方位提高短剧魅力,让受众沉浸于地域特色视听盛宴。

5 文旅短剧的文化认同构建困境与原因探究

5.1 内容创作维度上

5.1.1 文化内涵挖掘浅薄

众多文旅短剧过度注重娱乐属性和商业收益,对地方文化的核心精髓挖掘仅仅停留在浅层。就拿乡村题材的短剧来说,往往只是简单地呈现田园景色和特色美食,而对于乡村在漫长岁月中积累的历史底蕴、代代相传的民俗传统以及背后蕴藏的精神价值,缺乏深入的探索。这主要是因为创作者对地方文化的认知不够全面,专业文化素养有所欠缺,并且在快速创作和激烈市场竞争的压力下,急于求成,只是机械地堆砌文化元素,没有将其巧妙地融入剧情之中,很难引发观众对文化的深入思考和情感上的共鸣^[5]。

5.1.2 剧情逻辑与角色塑造薄弱

部分文旅短剧存在剧情逻辑混乱、角色形象不够丰满的问题,难以有效地传递文化价值。例如非遗主题短剧,为了突出非遗技艺,生硬地将相关元素加入其中,却没有合理的故事线索作为支撑,角色仿佛成了展示技艺的工具,缺乏个性的成长与变化。追根溯源,是创作过程违背了戏剧创作的基本规律,没有把文化传播与精彩的叙事、立体的角色塑造紧密结合起来,导致短剧无法打动观众的内心,文化认同也就难以建立。

5.2 表演与视听维度上

5.2.1 表演风格偏差

演员的表演过于夸张,如同闹剧一般,使得观众很难沉浸于剧情之中,严重降低了文化传播的效果。多数情况下,演员在熟悉剧情和地方文化时没有下功夫,没有自身走进文化感知文化,在表演中生硬表达。

并且对文旅短剧这种新兴艺术形式的表演要求把握不准确,缺乏针对性的训练,并且受到以往表演风格的束缚,无法精准地诠释短剧所需要的生动且凝练的角色^[6]。

5.2.2 视听技术运用不足

部分文旅短剧以次充好,图像画面粗糙,分辨率低,未能有效利用环绕音效和紧凑剪辑等技术来提升作品的质量。色彩氛围、灯光设计、服装的不合理搭配,难以营造出与地域文化相符的独特氛围。很多小成本短剧以历史文化为背景,但是道具和服装不符合年代,搭配随意甚至出现跨朝代搭配,音乐风格更是与历史脱节。这些问题严重削弱了文化表达的准确性和剧情感染力。很多原因在于制作团队对视听技术在文化传播中的关键作用认识不足,缺乏专业的技术人才,资金投入不足,难以创造出高质量的视听体验。

5.3 传播与平台维度

5.3.1 传播渠道受限

当前文旅短剧传播途径存在显著局限性,内容发布主要依赖热门头部短视频平台,在小众平台和传统媒体的覆盖率过低。许多精良的作品没有选对有效传播途径而缺乏关注,低曝光限制了作品的传播广度。造成这一现象的根源在于,短剧制作方和传播平台所采取的传播策略较为单一,没有挖掘和利用好各平台的差异化优势,市场竞争恶劣,各媒体平台没有联动性,宣传平台市场未能惺惺相惜共同发展,进而致使大量潜在受众被忽视,许多优秀的文旅短剧无法触及更广泛的观众群体。

5.3.2 平台推荐与审核机制弊端

当前媒介平台对内容的分类与推荐体系缺乏准确性,很难针对用户的兴趣与文化喜好进行精准推送。由于平台对内容的审核过于注重流量、话题的热度,而忽略了自身的文化底蕴与艺术水准,导致了大量的低品质短剧,但却没有足够的文化价值。这主要是由于平台在算法的逻辑设计中表现出了明显的商业化趋势,过度地追求商业利润,而忽略了文化传播的社会责任感。

6 推动文旅短剧赋能地方文化认同与文旅融合的策略

6.1 优化创作内容,夯实文化根基

文旅微短剧属“大戏剧”艺术,创作需遵守戏剧原理与美学标准,如设置冲突、塑造丰满人物、叙事紧凑等。选题可按“随剧游历”思路,挖掘本地文化精华,融入文化符号,承载文化底蕴与旅游价值。

6.2 提升表演与视听质量,增强艺术感染力

文旅微短剧演员表演要恰到好处,视听技术上运用高清影像等,精心打磨多方面元素,提升审美格调与观赏价值。画幅配置要兼顾用户体验与文化内涵,

竖屏适应手机,展现旅游地风情;横屏在大屏设备上优势明显,深化情感联结。创作时可依传播目标等灵活选择画幅。内容策划要贴合平台特性与用户偏好,在短视频平台要高度凝练,快速展示文旅精华。

6.3 地方文旅部门发挥引导作用,促进产业协同发展

地方文旅部门应认识文旅微短剧价值,挖掘整合本地文化资源,搭建素材库,组织专家对接,提供专业指导。加大政策扶持,设立专项基金,给予资金奖励和税收优惠,简化审批流程,协调拍摄。

6.4 拓宽传播渠道,完善平台机制

播出平台至关重要,要优化内容分类和推荐系统,智能推送,提升高质量内容曝光度。加强审查指导,保证内容合法且具文化艺术水平,给予优质短剧流量支持。积极跨界合作,组织创作比赛和文化交流活动,发掘培育优秀人才,促进文旅微短剧健康发展,实现双赢。

7 总结

文旅短剧在地方文化认同建构与传播中作用显著。它以生动剧情、紧凑节奏展现地方特色文化元素,如民俗风情、传统技艺,引发观众情感共鸣,增强大众对地方文化的认同感,且碎片化传播契合快节奏生活,扩大传播范围。

制作上,要注重提升文化深度,与当地文化专业人士协作,保证内容精准丰富,并借助社交媒体和短视频平台扩大宣传。文旅短剧作为新的地域文化交流方式,研究需与科技同步,利用虚拟现实等让受众身临其境感受地域文化,或形成新创作风潮。传播途径拓展要注重“文化解读”,实现本土文化身份重构。当前文旅短剧创作面临“流量”与“深度”较量,未来评判标准或需重新确立,当科技与人文共鸣,文化基因或将在屏幕间获新生。

参考文献

- [1] 倪兆中. 文旅产业消费新动力:“跟着短剧去旅行”[N]. 中国经营报, 2025-01-20(A03).
- [2] 夏德元, 马晓俊, 王东雷. 微短剧+文旅, 这阵风怎么吹?[J]. 传媒评论, 2024,(12):34-37.
- [3] 陈雪怡, 曲玮婷. 文旅融合背景下网络微短剧内容创作精品化研究[J]. 声屏世界, 2024,(24):86-88.
- [4] 贾贺然, 吉喆. 文旅题材微短剧剧本创作的多维审视[J]. 新传奇, 2024,(36):42-44.
- [5] 梁颖峰, 尹力. 文旅短剧中地域文化的呈现与解读——以《我的阿勒泰》为例[J]. 科技传播, 2024.
- [6] 崔海教. 微短剧赋能文旅融合的实践路径[J]. 传媒, 2024,(16):1.