

“三农”类乡村短视频海外发展现状

刘师研 夏玲玲 王晶晶 韦静妍
西北农林科技大学 陕西杨凌 712100

摘要：随着移动互联网和短视频平台的普及，乡村类短视频成为了人们获取乡村信息和体验乡村文化的重要途径。本研究运用大数据的分析方法，以国内四位三农类短视频博主滇西小哥、龙梅梅、了不起的阿俊和玉林阿婆为研究对象，其海外社交平台 YouTube 上的短视频评论为研究素材，从视频内容、用户行为、地域分布等多个维度探讨了乡村类短视频的特点和发展趋势。研究发现，乡村类短视频以其真实、生动、情感化的表现方式，吸引了大量海外用户的关注，同时也推动了国内乡村旅游、乡村电商等产业的发展。未来，乡村类短视频将继续在海外发挥重要作用，助力提升中国的文化软实力，推动塑造中国的海外形象。

关键词：乡村类短视频；大数据分析；中国形象

一、绪论

随着移动互联网技术的不断发展和普及，短视频也逐渐成为了一种重要的传播方式和娱乐方式。短视频等特点，深受国内外年轻人和移动互联网用户的喜爱。截至 2022 年 12 月，我国网络视听用户规模达 10.4 亿，超过即时通讯（10.38 亿），成为第一大互联网用户。网络视听网民使用率 97.4%，同比增长 1.4 个百分点，保持了在高位的稳定增长。^[1]（边钰，2023）

乡村是中国的基本国情，也是中国文化的重要组成部分。乡村类短视频更是以其真实、生动、情感化的表现方式，作为一种新兴的传播方式，走出中国，走向世界，成为海内外同胞远程体验祖国乡村文化的重要途径，也成为海外受众了解中国，走近中国乡村的重要窗口。

对乡村类短视频进行深入研究，探讨其特点并了解外国友人对中国乡村的看法，不仅对于推动国内乡村振兴、促进文化传承、拓展乡村产业等具有重要意义，更是能帮助提升中国在海外的影响力，提高国际地位，增加文化软实力。基于此，本研究选取了滇西小哥、龙梅梅、了不起的阿俊和玉林阿婆四位乡村类短视频博主为研究对象，利用语料库数据分析来整理账号主体、发布内容、评论互动、视频字幕、作品数量、粉丝数量、视频播放量、视频获赞数量等数据及海外评论，探究此类短视频的海外传播现状及其对传播中国形象所具有的独特意义。

二、研究过程

1. 数据来源和处理

（1）数据来源

近年来，在中国亟需借助短视频自媒体软性话语风格进行对外传播及其自身发展需要的双重驱动下，中

国短视频自媒体开始“出海”，寻求海外传播渠道和发展机会，将发展新高地聚焦于全世界最大的视频分享网站——YouTube，试图在海外社交平台开拓新的发展路径^[2]（谭佳，2021）。本文所采用的数据主要来源就是国外热门的短视频平台 YouTube。此平台拥有庞大的用户群体和海量的视频内容，能够全面反映乡村类短视频的发展情况，为我们的研究提供足够的数据基础。

（2）数据处理

本次研究我们对视频的相关内容进行了三个大类的分析。一是分别选取了滇西小哥、龙梅梅、玉林阿婆、闲不住的阿俊四位博主的播放量前十视频字幕情况进行统计，汇总成四个表格以分析字幕语种对视频播放量的影响；二是统计了所有视频的标题、视频地址、评论、评论人 id、评论时间、评论点赞量以及作者是否对评论进行点赞等多个维度的数据，并综合四位博主视频的评论分析汇总并制作词云图，并根据词云图了解外国友人对我国乡村类短视频的评价，进而反映其对中国形象的看法；三是对每个博主视频中的字幕本身进行统计，感受在制作美食过程中字幕所蕴含的中国文化，体会博主树立的特殊的中国形象。

2. 具体操作步骤

（1）数据清洗：对采集到的数据进行去重、筛选、过滤等处理，保证数据的准确性和可靠性。

（2）数据分析：对清洗后的数据进行统计和分析，包括视频播放量、点赞量、评论量、评论内容等指标，以及视频内容、视频字幕、用户行为等多个维度。

（3）数据可视化：采用 excel 表格、词云图、word 文档等方式展示数据分析结果，直观地呈现乡村类

短视频的特点和发展趋势。

通过大数据分析以及词云图、excel 表格、word 文档的制作，更加全面的呈现了乡村类短视频的接受度、认可度以及字幕语言类型对受众感受中国形象的影响，为后续的研究和分析提供了基础数据支持。

3. 数据分析

(1) 博主基本情况

	粉丝数	总播放量	作品数
滇西小哥	1000 万	3116808320	314
龙梅梅	157 万	387262743	224
玉林阿婆	45.3 万	168207567	168
闲不住的阿俊	1.67 万	3065746	348

表 1

由表可知，四个博主的粉丝数和播放量相差还是比较大的，且滇西小哥 > 龙梅梅 > 玉林阿婆 > 闲不住的阿俊。其中，闲不住的阿俊的作品数量最多，但他的粉丝数和播放量最低；其余剩下三个博主的作品数量与粉丝数和总播放量则成明显的正相关。

(2) 字幕分析

滇西小哥

发布时间	视频主题	播放量	点赞量	评论数	字幕语种
2018/12/19	毛豆腐	5311 万	35 万	2.1 万	中文字幕
2019/1/25	炼猪油	4737 万	50 万	2.4 万	中文字幕
2019/12/18	酸木瓜	4273 万	28 万	9764	中文字幕
2019/4/12	红三剁	3751 万	23 万	5643	中文字幕
2020/10/31	火腿	3629 万	45 万	2 万	中文字幕
2019/10/30	荔枝	3239 万	29 万	9658	中文字幕
2019/10/17	胃包肉	3051 万	26 万	1 万	中文字幕
2020/10/24	土豆宴	3001 万	31 万	9311	中文字幕
2021/6/19	年猪饭	2901 万	30 万	8700	中文字幕
2019/8/19	草果	2839 万	28 万	1 万	中文字幕

表 2

龙梅梅

发布时间	视频主题	播放量	点赞量	评论数	字幕语种
2020/12/26	烟熏肉	2000 万	13 万	5287	中文字幕
2019/9/28	蜂蜜柚子茶	1944 万	5.1 万	649	中英文字幕
2019/8/29	葡萄酒	1581 万	8.7 万	1453	中英文字幕
2021/1/2	橘红	1183 万	7.5 万	1402	中文字幕
2020/10/31	紫薯	939 万	7.6 万	1748	中文字幕
2019/10/30	红薯做蕨 粿和酸辣粉	823 万	5.5 万	1522	中英文字幕
2019/10/17	花生成 长日记	797 万	6 万	1775	中文字幕
2020/10/24	葫芦瓢的 重新利用	796 万	6.6 万	1528	无字幕
2021/6/19	甘蓝	650 万	5.8 万	1113	中文字幕
2019/8/19	莲子羹 莲心茶	624 万	5.1 万	1328	中英文字幕

表 3

玉林阿婆

发布时间	视频主题	播放量	点赞量	评论数	字幕语种
2022/7/1	黑玉米	1341 万	3.8 万	797	中文字幕
2022/5/20	西瓜酱制作	678 万	2.6 万	598	中文字幕
2022/5/37	黄瓜大丰收	532 万	2.9 万	600	中文字幕
2021/2/9	工地儿孙 回家过年	318 万	2.1 万	619	中文字幕
2021/5/26	腌制黄瓜	315 万	2.1 万	558	中文字幕
2021/9/24	原生菠萝鸭	306 万	1.8 万	362	中文字幕
2021/7/2	木瓜的 好吃法	277 万	2.1 万	534	中文字幕

表 4

闲不住的阿俊

发布时间	视频主题	播放量	点赞量	评论数	字幕语种
2022/1/3	爸妈 35 年周 年结婚纪念日	2.5 万	797	36	中文字幕
2022/1/28	悠闲的日子 享受欢乐时光	2.4 万	416	19	中文字幕
2022/12/24	村里的圣诞	2.3 万	542	23	中文字幕
2022/12/31	爸爸回家陪 妈妈过年	2 万	707	50	中文字幕
2022/3/3	阿俊为阿婆 做牛肉泡面	1.9 万	436	33	中文字幕
2022/3/5	油泼饺子	1.9 万	372	10	中文字幕
2021/12/2	做早饭， 担心二哈	1.9 万	342	18	中文字幕
2022/6/27	王炸泡面	1.9 万	331	8	中文字幕
2022/1/9	去爷爷奶奶 家吃腊八粥	1.9 万	357	16	中文字幕
2022/3/2	阿俊椰子鸡	1.8 万	390	11	中文字幕

表 5

滇西小哥虽然是四位博主中最受欢迎的博主，但是她的视频却基本上只采用了中文字幕，说明字幕的语言类型对视频的播放量、点赞数和评论量影响不大，网友们还是更重视视频的质量，做好视频质量，树立良好的中国形象才是视频获得流量的密码。

由龙梅梅的数据分析可知，视频播放量最高的十个视频中，有六个为纯中文字幕，剩下四个则属于中英文字幕，差距不大；在排名前三的视频中，虽有两个是中英文字幕，但播放量第一的视频又为中文字幕，说明中英文字幕对视频的播放量、点赞量和评论数的影响不是很大，视频内容做好，积极树立良好中国形象才是关键。

玉林阿婆的视频在四位博主中不算突出，但其视频均采用中英文字幕相结合的形式，值得各位博主学习。虽然由前两位美食类博主而言，字幕的语种对视频的受欢迎程度影响不大，但中英文字幕的使用可以使视频便于理解，更好的辅助视频内容。

闲不住的阿俊视频均采用中文字幕，在四位博主中处于末尾处，需不断学习，提高视频质量，给予中英文

