

乡村振兴视域下“三农”短视频发展方向研究

胡榕 唐婉琼

(湖南大众传媒职业技术学院视觉艺术学院, 湖南 长沙 410100)

【摘要】探究“三农”短视频的发展道路不仅是为了本身在短视频领域的发展,更是为乡村文化的传播和乡村经济振兴做出一定的贡献。如今的“三农”短视频产生的传播影响力还是存在一定的限制,如内容质量良莠不齐、视频主题同质化、视频传播圈层化、视频运营孤立化等问题。因此,针对“三农”短视频面临的困境,寻找突破口显得非常重要。除了传播平台、政府政策的主要帮扶之外,传播主体本身也需要寻求如何提高受众接受程度、完善内容质量、创新传播方式、拓宽应用范围等的途径。经过研究发现,未来,内容多元化、专业化、深度化成为“三农”短视频预期发展态势。在新媒体的平台、渠道和传播形式瞬息万变背景下,“三农”短视频传播应用途径和评估模式创新,成为“三农”短视频发展的必由之路。

【关键词】三农;短视频;方向

乡村振兴战略是中国政府提出的一项重要战略,旨在推动农村经济发展、改善农民生活水平和促进城乡一体化发展。短视频是一种新兴的传播媒介,已经成为了人们获取信息和娱乐的重要渠道。在乡村振兴的视域下,短视频的应用也越来越广泛。

一、乡村振兴与“三农”短视频的关系

乡村振兴战略是习近平同志于2017年10月18日在党的十九大报告中提出的战略。十九大报告指出,农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题,必须始终把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重,实施乡村振兴战略。短视频即短片视频,是一种互联网内容传播方式,一般是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频,“三农”短视频是指以农业农村农民为主题内容的短视频。

三农短视频可以通过生动形象的展示,向广大农民和城市观众宣传乡村振兴的政策措施,增强农民对政策的了解和信心,帮助政策更好地落地生根,宣传乡村振兴政策;通过三农短视频,可以展示乡村振兴战略的实施成果,包括农村产业发展、乡村旅游、乡村环境改善等方面的发展成就,激发更多人关注和支持乡村振兴,展示乡村发展成果;三农短视频可以展现乡村的文化传统、风土人情和美丽乡村的风景,增强对乡村的认同感和归属感,推动乡村旅游和文化产业的发展,宣传乡村文化和风土人情;通过三农短视频,可以宣传农产品的品牌形象和营销方式,帮助农民拓宽销售渠道,增加农产品的附加值,推动乡村产业发展,推动农产品营销。

三农短视频是乡村振兴的“窗口”,可以成为乡村振兴战略的有力宣传工具,通过形象生动的展示,为乡村振兴提供更多的支持和帮助。

二、“三农”短视频作用与影响

(一)农业知识普及和技术传播。短视频可以作为一种高效的工具,用于普及农业科学知识和推广先进的农业技术。通过生动的视频内容,农民可以学习到如何提高农作物产量、如何使用新型农业机械、如何实施可持续农业实践等。“三农”短视频可以用于推广农业科技成果和现代农业生产模式,帮助农民学习先进的农业技术和管理经验,提高农业生产效率和质量。

(二)农产品品牌建设与营销。借助短视频的广泛影响力和传播速度,可以有效地建设和推广农产品品牌,讲述农产品的故事,展现其独特性和优质性,吸引消费者,拓宽销售渠道。

(三)乡村文化传承与创新。短视频可以捕捉和展示乡村的传统文化、地方风情和民俗活动,促进文化的传承与保护。同时,借助创新思维,可以将传统文化与现代元素结合,创造新的乡村文化内容,记录乡村的传统技艺、民俗活动等,激发乡村文化创意产业的发展。

(四)乡村旅游推广。通过短视频展示乡村的自然风光、农事活动和乡村生活,可以吸引城市居民体验乡村旅游,促进乡村经济多元化发展。“三农”短视频可以用于传承和创新乡村文化,记录乡村的传统技艺、民俗活动等,激发乡村文化创意产业的发展。

(五)农村社会治理。短视频还可以用于展示和推广乡村治理的模式和成效,如村民自治、环境治理、公共服务改善等,提高农民的参与意识和治理能力。

(六)扶贫工作宣传与教育。“三农”短视频可以用于宣传国家乡村振兴政策,向农民和乡村居民传达相关政策信息,帮助他们了解政策、获取支持和服

务。短视频能够直观地展示扶贫项目的进展和成效，激发社会各界对于扶贫工作的关注，同时对农民进行扶贫政策和技能培训教育。

（七）农民收入与素质提升。“三农”短视频可以关注贫困地区和农民增收致富的故事，宣传扶贫政策和帮扶措施，激励更多人投身乡村产业发展，帮助贫困地区脱贫致富。通过短视频教育平台，可以提供各类农民教育培训资源，包括法律法规、文化知识、卫生健康等，提升农民的综合素质。

三、“三农”短视频现状

近年来，基于智能手机的普及和移动互联网的迅速发展，短视频已经成为仅次于即时通讯的第二大信息传播媒介。中国短视频用户规模已经达到 9.34 亿。

《2021 快手三农生态报告》数据显示，仅快手一个短视频平台，快手“三农”兴趣用户就超过 2.4 亿，“三农”创作者生产的短视频日均播放量更是超过 10 亿次，农民不仅成为了互联网信息传播的“新观众”，还晋升成为了自媒体创作领域的“新阶层”。目前，“三农”短视频的现状主要表现在以下几个方面：

（一）数量不断增加。随着短视频平台的兴起和发展，越来越多的短视频制作人开始关注“三农”领域，制作了大量的短视频内容。这些视频涵盖了农村生活、农业生产、乡村旅游、乡村文化等多个方面。

（二）内容丰富多样。短视频的特点是时长短、内容精彩，能够快速吸引观众的注意力。在“三农”领域，短视频的内容也非常丰富多样，既有温情感人的故事，也有科技创新的案例，还有宣传政策的短片等。

（三）形式多样化。短视频的制作形式也非常多样化，有纪录片式的叙事，有动画式的表现，还有音乐视频式的呈现。这些不同的形式能够满足不同观众的需求，使短视频更具有吸引力和感染力。

（四）传播渠道广泛。短视频的传播渠道非常广泛，可以通过各大短视频平台、微信、微博等社交媒体进行传播。这些渠道能够快速传播短视频内容，让更多的人了解“三农”领域的发展和变化。

总的来说，“三农”短视频在乡村振兴战略的视域下，具有重要的意义和作用。它能够宣传乡村振兴的政策和成果，展示农村的美丽风光和文化特色，激发人们对于乡村振兴的热情和参与度。在“三农”短视频发展的过程中，也存在一些困境和挑战：

一是内容质量参差不齐。由于制作门槛较低，很多人都可以制作“三农”短视频，导致内容质量良莠不齐，一些低质量、低水平的视频也会影响整体形象。二是观众认知度不高。相对于其他类型的短视频，观众对于“三农”短视频的认知度可能相对较低，因此在吸引观众和传播方面存在一定的难度。三是营销和变现困难。相比于其他类型的内容，农村相关的内容

在商业上的变现和营销可能存在一定的困难，这也可能影响内容创作者的积极性和创作热情。四是内容创作难度。一些农村相关的内容可能相对较为特殊，需要深入农村地区进行拍摄和采访，这增加了内容创作者的创作难度和成本。五是农村网络环境限制。一些农村地区的网络环境可能相对较差，这也可能影响农村居民对于短视频的观看和传播。

四、针对“三农”短视频困境建议采取的措施

针对“三农”短视频现状和困境，可采取一系列支持和促进农业、农村和农民发展的政策、技术和实践措施。

（一）技术教育支持。为农民提供短视频制作和编辑的培训，教授他们如何利用智能手机和其他简易设备创建内容，增强制作水平，提升审美能力。培养专业的短视频制作人才，从事短视频拍摄、剪辑、制作等工作，提升“三农”短视频整体质量。利用现代信息技术，如移动互联网、大数据、人工智能等，提升短视频的拍摄、编辑、传播效率，增强用户体验。

（二）内容创作支持。短视频内容应贴合乡村振兴的主题，如农业科技、乡村旅游、农产品宣传、乡风文明等，要注重创意和质量，提供有价值、有教育意义的内容。鼓励和支持农民、农业企业和乡村创作者制作有关农业技术、农村生活、农产品介绍等主题的短视频，记录和展示乡村文化、传统手工艺、民俗活动等，保护和传承非物质文化遗产，加强内容的策划和制作，提升整体的内容质量。

（三）市场平台建设。短视频内容应结合市场需求，对农产品进行有效推广，帮助农民拓宽销售渠道，提高经济收益。建立专门的“三农”短视频平台或专栏，集中展示乡村振兴相关内容，为用户提供易于访问和分享的空间。利用短视频平台为农产品提供营销渠道，帮助农民拓宽销售市场，提高农产品的品牌知名度。

（四）政策宣传。政府出台相关政策，提供资金和技术支持，鼓励和引导短视频在乡村振兴中的应用。通过短视频快速传播农业相关政策、补贴信息，确保农民能够及时获取并理解这些信息，通过各种渠道加强“三农”短视频的宣传推广，提高观众对于农村相关内容的认知度和关注度。

（五）互联网推广。改善农村地区的互联网基础设施，提高农村地区的互联网接入率和使用水平，确保农民可以顺畅地上传和观看短视频内容。使用短视频吸引游客，介绍乡村旅游资源，推广乡村旅游业务，增加农村收入。促进农业部门、文化部门、旅游部门和媒体之间的合作，共同推广“三农”短视频，形成联动效应。

（六）激励机制。为优秀的“三农”短视频创作者提供奖励或激励，以鼓励更多高质量内容的产生。

探索农村短视频内容的商业模式,寻找更多的变现途径,激励内容创作者的创作热情。政府可以出台相关政策,给予农村短视频创作一定的支持和资金扶持,鼓励更多人参与到农村相关内容的创作中来。

(七)监管和引导。加强对“三农”短视频内容的监管,确保传播的信息真实、健康、积极,引导公众正确理解和支持乡村振兴。鼓励企业、媒体和公益组织参与到“三农”短视频的制作和传播中,形成合力推动乡村振兴。

通过这些措施的实施,“三农”短视频可以成为传播农业知识、促进农产品销售、展示乡村风貌、传承文化和提升农村经济的重要工具,可以逐步解决“三农”短视频发展中存在的困境,推动农村短视频内容的创作和传播,促进乡村振兴战略的实施。

五、“三农”短视频内容发展重点

农村生活展示方面:重点展示农村生活的真实面貌,包括农民的生产生活、乡村风土人情、传统节日等内容,让观众更加了解和关注农村的发展和变化。农业科技宣传方面:重点宣传农业科技的应用和农业生产的现代化发展,展示农村科技创新和现代农业的成果,提高农民的生产技术水平。乡村旅游推广方面:重点推广乡村旅游资源,展示各地的乡村风光、特色民俗、美食文化等,促进乡村旅游业的发展。农产品营销推广方面:重点推广农产品的营销和品牌建设,帮助农民销售农产品,拓宽销售渠道,提高农产品的附加值。农村政策宣传方面:重点宣传农村政策法规和扶贫政策,让更多的农民了解政策,享受政策红利。乡村振兴宣传方面:重点宣传乡村振兴战略的实施情况和成效,展示乡村振兴的新气象和新成就。农村环保宣传方面:重点宣传农村环境保护和农业生态建设,倡导绿色发展理念,提高农民的环保意识。

六、“三农”短视频未来发展方向

(一)内容多样化。未来“三农”短视频的内容可能会更加多样化,涵盖农村生活、农业生产、乡村文化、乡村旅游等多个方面,丰富内容形式和题材类型。

(二)互动性增强。未来的“三农”短视频可能会更加注重与观众的互动,通过直播、互动问答等形式增强用户参与感,提高用户粘性。

(三)地方特色突出。未来的“三农”短视频可能会更加注重挖掘和展现各地的地方特色和文化传统,让更多的人了解和关注不同地区的乡村发展。

(四)科技与农业融合。未来“三农”短视频可能会更多地关注农业科技的应用和农业生产的现代化发展,展示农村科技创新和现代农业的发展成果。

(五)精准扶贫和乡村振兴。未来的“三农”短视频可能会更多地关注精准扶贫和乡村振兴的政策落实和成果展示,宣传乡村振兴的战略意义和实际成效。

(六)创作者多元化。未来的“三农”短视频创作者可能会更加多元化,包括农民创作者、乡村青年、城市人士等不同身份的创作者,展现不同视角下的农村生活和发展。

(七)社会责任感强化。未来的“三农”短视频可能会更多地关注社会责任,传播正能量,关注农村环境保护、农民权益保障等社会问题。

综合来看,未来“三农”短视频的发展趋势将更加多元化、精准化,更加注重内容质量和社会责任,为乡村振兴战略的实施提供更多有力的支持。

七、总结

在乡村振兴的战略指导下,“三农”短视频的发展前景广阔,预计将成为推动农业现代化、促进农村经济社会发展、提升农民福祉的重要力量。随着5G、人工智能等技术的普及和应用,“三农”短视频将更加丰富多彩,实时性和互动性将大幅提升,有效传递农业信息,提高农产品市场竞争力。同时,它们将继续作为乡村文化传播的窗口,讲述乡村振兴的动人故事,保护和弘扬乡土文化,增强农村文化自信。此外,“三农”短视频还将成为教育培训的新平台,提供农技推广和创业指导,助力农民技能提升和收入增加。通过这些渠道,“三农”短视频不仅可以加快农村数字化进程,还能够促进城乡融合,为实现乡村全面振兴提供有力支撑。

参考文献:

- [1] 陈阳. 大众传播学研究方法导论(第二版)[M], 北京:中国人民大学出版社,2015:86+262.
- [2] 沈一兵. 乡村振兴中的文化危机及其文化自信的重构——基于文化社会学的视角[J]. 学术界,2018(10):56-66.
- [3] 宋小霞,王婷婷. 文化振兴是乡村振兴的“根”与“魂”——乡村文化振兴的重要性分析及现状和对策研究[J]. 山东社会科学,2019(04):176-181.
- [4] 汪文斌. 以短见长——国内短视频发展现状及趋势分析[J]. 电视研究,2017(05):24-27.
- [5] 邓建国,张琦. 移动短视频的创新、扩散与挑战[J]. 新闻与写作,2018(05):10-15.

基金项目: 本论文为2023年湖南省自然科学基金项目《乡村振兴视域下ISMAS模式“三农”短视频传播与应用创新研究》2023JJ60174的研究成果。

作者简介: 胡榕(1983—),女,汉族,湖南岳阳人,硕士,副教授,研究方向:影视广告;唐婉琼(1986—),女,汉族,湖南常德人,硕士,讲师,研究方向:影视广告。