

乡村振兴视域下 ISMAS 模式“三农”短视频传播行为链条研究

胡榕 申剑飞

(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】 ISMAS 模式, “三农”短视频作为具备情感因素的产品, 在传播扩散过程中经历了引发兴趣、产生搜索、形成口碑、触发行行动、主动分享五个阶段, 继而探索“三农”短视频传播创新的更多发展可能。文章尝试探索 ISMAS 模式“三农”短视频传播行为链条, 基于兴趣、搜索、口碑、行动和分享五个维度出发, 从传播内容和传播形式两方面入手吸引用户, 完成从兴趣到分享的以需求识别、意愿生成、动态互动的行为链条。该链条的生成还在持续研究丰富中, 希望通过研究此传播链条, 促建新媒体时代农村生产力提升的有效的工具。

【关键词】 乡村振兴; ISMAS 模式; “三农”短视频

一、概念解读

乡村振兴战略是中国为应对农村发展不平衡、不充分的问题, 促进农业农村现代化而提出的一项重要国策。这一战略的核心目的是实现农业强、农村美、农民富的目标, 推动农村经济、社会、文化、生态等全面发展, 形成城乡融合发展的新格局。乡村振兴战略的实施涉及多个方面, 主要包括产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴。乡村振兴战略的实施需要政府、社会、市场的共同参与, 通过政策支持、资金投入、技术引导等方式, 形成推动乡村全面振兴的强大合力。同时, 要注重顶层设计与基层创新相结合, 尊重农村自身发展规律, 发挥地方特色和优势, 实现可持续发展。

ISMAS 模式是一个关于信息传播和处理的理论框架, 它将信息传播的过程分解为五个连续的环节: 信息生成 (Information Generation)、信息传播 (Spread)、信息接收 (Message Receiving)、信息吸收 (Absorption)、以及信息分享 (Sharing)。这个模型可以广泛应用于分析和理解各种信息传播行为, 尤其是在新媒体环境下的传播现象。ISMAS 模式提供了一个全面分析信息传播过程的框架, 适用于研究和理解现代社会中信息的流动和影响。通过分析每个环节的特点和作用, 可以帮助我们更好地设计和实施有效的信息传播策略。

“三农”短视频是指围绕农业、农村、农民主题的短视频内容。这类短视频通常在视频平台上进行分享, 如抖音、快手等, 利用短小精悍的视频形式展示

农村生活、农业生产、农民创业、乡村文化、农产品宣传等多方面内容。在乡村振兴战略的背景下, “三农”短视频成为了传递乡村正能量、推广农业知识、展示乡村风貌、促进农产品销售的重要手段。“三农”短视频作为一种新兴的信息传播手段, 在推动乡村振兴、促进农业发展、提升农民生活水平等方面展现出巨大潜力和价值。

二、关系剖析

(一) 乡村振兴与“三农”短视频的关系

乡村振兴与“三农”短视频之间存在着紧密而深刻的关系。在当前社会, 随着互联网和移动通信技术的迅猛发展, 短视频成为了人们获取信息、知识和娱乐的重要渠道之一。对于乡村振兴而言, “三农”短视频不仅是传播农业知识、展示乡村风貌、促进农产品销售的有效工具, 更是推动乡村振兴战略实施的重要力量。

知识普及与技能提升: “三农”短视频通过生动直观的形式, 向农民传授现代农业技术、种植养殖技巧等, 有助于提高农民的生产技能和管理水平, 促进农业生产效率和质量的提升。

农产品营销与品牌建设: 通过短视频展示农产品的生产过程、品质特点及其背后的文化故事, 可以增强消费者对农产品的认知和信任, 助力农产品销售, 同时有助于打造农产品品牌, 提升农产品附加值。

乡村文化传承与推广: 短视频是展示和传播乡村文化、民俗活动、传统技艺的有效平台, 有助于保护和弘扬优秀的乡村文化, 增强乡村文化自信, 吸引更

多人关注和参与乡村文化活动。

促进乡村旅游发展：“三农”短视频通过展示乡村自然风光、民俗风情、农事体验等内容，能有效吸引城市游客，促进乡村旅游业的发展，为乡村经济注入新的活力。

激发乡村创新与创业：展示乡村创新创业案例的短视频能够激励更多农民和返乡青年投身于乡村创新创业之中，为乡村振兴注入新的活力和动力。

总之，乡村振兴视域下的“三农”短视频不仅是推动农业现代化、促进农村经济发展的重要工具，更是传承乡村文化、提升乡村形象、实现乡村振兴战略的重要途径。通过优化和发展“三农”短视频内容和传播策略，可以更好地发挥其在乡村振兴中的作用。

（二）ISMAS 模式与“三农”短视频的关系

ISMAS 模式与“三农”短视频的关系体现在 ISMAS 模式通过对信息源（I）、信息发送者（S）、信息消息（M）、信息渠道（C）、受众（A）以及信息效果（E）的系统化管理和创新优化，为“三农”短视频内容的创作、传播和效果评估提供了一套全面有效的框架。这种模式不仅增强了“三农”短视频的吸引力和传播效率，还促进了农业知识的普及、农产品的市场推广和乡村文化的传承，为推动乡村振兴战略实施发挥了重要作用。

（三）乡村振兴、ISMAS 模式、“三农”短视频三者的关系

乡村振兴、ISMAS 模式与“三农”短视频之间的关系密切相连，其中，乡村振兴战略提供了推动农业、农村和农民全面发展的目标和方向；ISMAS 模式作为一种创新的传播行为链条模式，为实现这一战略目标提供了有效的传播工具和方法，通过优化信息源、发送者、消息、渠道、受众和效果六大环节；而“三农”短视频则作为具体的传播内容和形式，通过 ISMAS 模式的优化和应用，有效传播农业知识、推广农产品、传承乡村文化，进而为乡村振兴战略的实施提供了有力的信息支撑和文化推广平台。

三、乡村振兴视域下 ISMAS 模式“三农”短视频传播行为链条研究

（一）内容

在乡村振兴战略下，运用 ISMAS 模式来推动“三

农”短视频的传播行为链条，具体内容可以从以下几个方面进行深化和实施：

信息源（Information Source）：集成多样化信息源，整合政府部门、农业科研机构、成功农户、农业企业等多元化的信息源，提供丰富、权威的农业技术、市场信息、政策导向等内容。挖掘地方文化特色，深入挖掘和展示各地乡村的文化特色、农业特产和乡村旅游资源，提升乡村的品牌价值。

信息发送者（Sender）：培训专业团队，组建和培训专业的内容创作团队，包括视频制作人员、农业专家、乡土人才等，提高内容的专业性和创新性。农民参与，鼓励和引导农民参与短视频的创作和传播，用真实的农村生活和农业生产经验吸引更多的关注。

信息消息（Message）：内容创新，结合教育、娱乐、情感等元素，创作形式多样、内容丰富的短视频，提高观众的观看兴趣和参与度。

问题解决导向，针对农业生产、乡村生活中的实际问题，提供解决方案和建议，增强短视频的实用价值。

信息渠道（Channel）：多平台运营，利用微信、微博、抖音、快手等多个社交和视频平台，根据不同平台的特点和用户群体，制定差异化的传播策略。线上线下结合，结合线下活动、展览、培训等形式，拓宽信息的传播渠道，增加短视频的影响力。

受众（Audience）：精准定位，通过数据分析，精准定位目标受众，包括农民、农业企业、消费者等，实现个性化内容推荐。互动交流，增加短视频的互动性，如评论、点赞、分享等，鼓励观众参与讨论和反馈，形成良好的互动氛围。

信息效果（Effect）：效果评估，通过数据分析工具，实时监控短视频的传播效果，包括观看量、点赞量、分享量等指标，评估短视频的传播效果。持续优化，根据效果评估的结果，不断调整内容创作和传播策略，优化短视频的质量和传播效果。

通过上述 ISMAS 模式的具体实施，可以有效地推动“三农”短视频的传播，为乡村振兴战略的实施提供有力的信息支撑和文化推广。

（二）重点

运用 ISMAS 模式推动“三农”短视频的传播行为链条重点在于深挖丰富的信息源，提升内容的权威性

和多样性；培养多元化的专业信息发送者，增强信息的准确性和吸引力；创新信息消息，确保内容既有趣又实用，紧密贴合乡村振兴需求；拓展和整合多样的信息渠道，实现广泛且有效的信息传播；精准定位受众并积极引导互动，增强受众参与感；以及持续评估信息效果，优化传播策略，确保短视频的传播活动能有效支持乡村振兴的目标，促进农业知识普及、农产品销售和乡村文化传承。

（三）创新

ISMAS 模式对“三农”短视频传播行为链条的创新体现在采用数据驱动的方法精准识别和满足受众需求，利用最新的数字技术和社交媒体平台优化信息来源和传播渠道，同时，通过创意内容制作和故事讲述方式增强信息消息的吸引力和影响力；引入互动性强的传播机制，如直播、互动评论等，增强受众参与度；并通过实时数据分析反馈调整传播策略，确保信息效果的最大化，从而有效促进乡村振兴目标的实现，提升农业知识普及、农产品市场推广和乡村文化传承的效率和效果。

（四）发展

ISMAS 模式在“三农”短视频传播行为链条发展中，通过整合多元化的信息源、培养专业的内容制作团队、创新信息的表达方式、拓展多渠道传播路径、精准定位受众群体，并建立有效的效果评估与反馈机制，促进农业知识的普及、农产品的推广和乡村文化的传承，从而加速农业和农村的现代化进程，实现信息传播的最大化效果。

四、研究意义与展望

乡村振兴视域下基于 ISMAS 模式研究“三农”短视频的传播行为链条，可以探索乡村振兴背景下信息传播的新模式和特点，为传播学及相关领域提供新的理论视角和研究框架。通过深入分析“三农”短视频在每个传播环节的特点和作用，可以为提高短视频内容的传播效率和效果提供策略建议，帮助信息更有效地达到目标受众。研究“三农”短视频的传播行为，有助于挖掘和利用短视频在农业知识普及、农产品营销、乡村文化传播等方面的潜力，为乡村振兴提供新的动力和途径。通过分析和优化“三农”短视频的传播链条，可以更好地激发农民的参与热情，提升他们通过短视频学习新知识、展示自我、增加收入的机会，增强农民的获得感和幸福感。

未来“三农”短视频的内容创作将更加注重原创性、专业性和多样性，以满足不同受众群体的需求。随着人工智能、大数据等技术的进步，将进一步优化短视频的推荐算法，提高内容的传播效率和精准度。

“三农”短视频的传播将实现与电商、旅游、教育等多个领域的跨界融合与合作，形成乡村振兴的综合效应。预期将有更多针对“三农”短视频的政策支持和优惠措施出台，为短视频创作者提供更好的创作环境和发展空间。通过对“三农”短视频传播行为链条的深入研究，可以为乡村振兴战略的有效实施提供有力支持，促进农业现代化和农村全面发展，为构建新时代的美丽乡村贡献力量。

参考文献：

- [1] 夏谦. 新媒体平台助力乡村振兴策略研究——以山西省为例 [J]. 中国农业会计, 2024-03-10.
- [2] 罗荏. 乡村振兴视域下短视频对宁夏乡村文化的传播研究 [J]. 西部广播电视, 2023-12-25.
- [3] 张芑. 乡村振兴背景下“三农”短视频传播发展 [J]. 炎黄地理, 2023-09-25.
- [4] 吴浪平. 乡村振兴背景下三农短视频传播乡村文化路径探究 [J]. 山东农业工程学院学报, 2023-07-15.
- [5] 王江平. “三农”短视频内容生产与传播策略研究——以“蜀中桃子姐”为例 [J]. 兰州财经大学, 2023-06-10.
- [6] 宋辉乐. ISMAS 模式下“三农”短视频传播机理研究 [J]. 新媒体研究, 2022-03-25.
- [7] 余索基. 于 ISMAS 模型的贵州城市品牌传播策略探究——以六盘水为例 [J]. 新闻研究导刊, 2021-11-05.
- [8] 周雨娴. ISMAS 模型下宜宾竹文化旅游品牌创新发展研究 [J]. 旅游纵览, 2023-04-05.

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；申剑飞（1976—），男，汉族，湖南邵阳人，博士在读，教授，研究方向：数字媒体艺术。