

新媒体时代与乡村振兴战略

雷泽一

(河南开封科技传媒学院, 河南 开封 475000)

[摘要] 2019年1月25日, 中共中央政治局在人民日报社就全媒体时代和媒体融合发展举行第十二次集体学习。此次学习, 通过调查、讲解、研讨等相结合的形式, 将“课堂”放在了新融合媒体发展最前沿。由此可见, 各地的新闻媒体是如此关注农村媒体发展状况, 并想方设法将自身融于其中, 通过引入新思维、新手法、新平台以促进、引导、补位, 推动国家乡村振兴策略的落实。截止2021年6月, 我国农村网民规模为2.97亿, 农村地区互联网普及率达59.2%。农村地区通信基础设施逐步完善, 媒体传播已成为推进乡村振兴战略的一支重要力量。

[关键词] 乡村振兴战略; 有效脱贫; 直播带货; 绿色经济

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.07.1248

随着社会的发展, 科技的进步, 互联网技术在国家产业各个领域突飞猛进。在互联网时代下衍生出来的新媒体应运而生, 不断适应着社会的进步, 满足着不同受众群体的需求, 并很快得到了广泛应用和普及。它的“触角”遍及社会各个角落, 同样在国家乡村振兴战略中发挥着不可或缺的作用。

一、新媒体成为政府传递乡村振兴“声音”的重要平台

在传统媒体时代, 政府主要部门通过组织召开工作会议、拨打电话或是以书面形式及时传达上级工作会议精神, 适时发布、普及农村新时政, 组织安排各村委会工作。现如今, 手机的普及, 新媒体的发展, 畅通了乡村信息渠道, 使政府能够便捷、及时地向村民百姓传递各项信息要求, 并通过多元化的新媒体平台及时了解大众的生产、生活、技术需求, 有针对性地解决大众的“急难愁盼”。由于新媒体具有及时性、便捷性、多元化等特点, 使民众在碎片化的时间下, 便于选择和使用。不同的目标用户会根据所需自主选择喜欢的类型, 在娱乐中主动学习和接受。这对于那些文化水平普遍不高、工作琐屑的乡村民众来说更为方便和实用。那些乡镇工作报告、政策变化中太过专业的词汇和内容对于他们来说理解起来有些困难, 不足以使他们明白其内容和含义, 有时出现上情下达通道低效运行, 民众执行力不到位, 党的新任务信息不能有效传递。如党的十九大报告中提出的“乡村振兴战略”一词, 从字面意思上他们能明白是为了振兴乡村、发展乡村, 但是怎么发展、如何发展、有哪些惠民政策? 他们还是感到困惑, 虽然新闻中有具体的解释, 但由于太过宏观, 理解起来比较困难。这时官方新媒体平台就可以把内容细分为多个类目, 通过画漫画、创作成短视频或搞笑的段子等方式, 来对一些新政策进行解读, 让书面化的词语变得通俗易懂, 更贴近百姓生活, 使受众和生产者能够更明白更清晰。这既丰富了当下短视频的内容市场, 也使得短视频的内容由同一化向纵深化发展和普及, 推动了新媒体事业的进步和发展。

二、新媒体成为乡村振兴经济发展的必由之路

“要想富先修路”, 意思是要想富起来就先把路修好,

交通便利了, 经济发展就很快了。而我们现在不仅仅是依靠修路来打通贫困地区与外界的联系, 还打造了“信息网络高速公路”这条信息通路。2016年10月, 中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发了《网络扶贫行动计划》, 要求充分发挥互联网在助推脱贫攻坚中的重要作用, 实施网络覆盖、农村电商、网络扶智、信息服务、网络公益等五大工程, 推进精准扶贫精准脱贫。4年多以来, “网络扶贫行动计划”政策的实施, 为越来越多的乡村民众安插上脱贫致富的金色翅膀。贫困村通光纤比例由实施电信普遍服务之前不到70%提高到98%; 电子商务进农村实现对832个贫困县全覆盖, 全国农村网络零售额由2014年的1800亿元, 增长到2019年的1.7万亿元, 规模扩大了8.4倍; 网络扶智工程成效明显。全国中小学(含教学点)互联网接入率从2016年底的79.2%上升到2020年8月的98.7%; 网络扶贫信息服务体系基本建立, 远程医疗实现国家级贫困县县级医院全覆盖; 截至2019年6月, 全国行政村基础金融服务覆盖率达99.20%; 截至2020年8月, 全国共建设运营益农信息社42.4万个; 网络公益扶贫惠及更多贫困群众, 一大批具有社会责任感的网信企业和广大网民借助互联网将爱心传递给贫困群众。

三、走“共同富裕之路”, 摘“贫困”之帽

网络时代的信息特征, 为新媒体的发展提供了更多机会。在互联网时代下, 新媒体既是新闻资讯播报的载体, 也是生活内容的重要信息源, 同时也兼顾了购物、文娱、电子商务等多种用途, 具有很大的包容性与兼容性。“直播带货”成为当下炙手可热的新销售手段。有的用户拍摄了“快手”“抖音”等短视频, 对农产品做一些现场直观的介绍, 不同的目标用户通过移动互联网服务平台, 进行近距离查看商品信息展示, 并按其所需自行下单购买, 那些品质好、价格适中的农产品畅销到全国各地。艾瑞咨询发布的《2021年中国直播电商行业研究报告》显示, 2020年中国直播电商市场规模超1.2万亿元, 年增长率为197.0%。2020年7月的“星光行动”直播助农开发扶贫中, 网络主播李佳琦在网络直播操作过程中向广大网友详细

介绍了兴仁薏仁米开发产业的当前发展现状，并积极呼吁广大网友一起参与支持当地特色农产品的开发脱贫攻坚事业，访客人数达到四十六万，最高人次观看直播人数超七百万。一万五千袋薏仁米在十秒内全部售完，三小时内的销售收入达到一百九十六万元。“直播带货”与农村电商的出现，打开了当地农产品、特色商品的销售市场，打通了城乡的“销售之路”，减少了中间商赚差价，带动了当地经济发展，促进了城乡居民间相互交流，实现了城乡融合。

四、走“乡村文化兴盛之路”，继承弘扬优秀文化

移动端新媒体成为人们获取信息的首选途径。2020年，短视频创作平台抖音宣布将推出“新农人计划”，约投入十二亿元的农村流量视频资源，以支持农业内容类的作品；而今年，西瓜网在短视频平台上推出了“农人频道”，内容涵盖了乡村美食工艺制作、农业生产技术、农事手工劳作、农村休闲娱乐文艺表演、农村民俗文化介绍等多种农业原创题材，并重点通过对农业原创内容类的短视频扶持其发布内容，以增加农业资源支持力度。这一系列的扶持，不仅帮助了当地村民加强了与外界的沟通，更缩小了城市与乡村之间网络时代的“知沟”，促进了短视频产业蓬勃发展。以外地返乡回村为主要代表的新媒体农人纷纷通过各种创作方式展现本土生态、接地气的返乡农村日常生活。在以“乡村”生活为主要内容的原创视频中，最具代表性的当数李子柒，她的原创视频扎根生活，以中国传统美食、民间手工艺以及特色的乡村文化为基托，展现了独特的东方美学和审美意蕴，弘扬本土特色文化。她创意的视频，不仅让受众更加了解乡村优秀文化，还将田园生活重新拉回人们的视野，并通过清晨的雾气、菜园的瓜果等一些生活碎片，吸引了许多人想要的“慢生活”。这样一来，一些乡村贫困地区通过开办特色农家乐，装饰特色主题的民宿，吸引前来“体验生活”的城里人，他们在繁忙的工作之余，回归田园，放缓脚步，品味生活。

五、通过新媒体平台讲好乡村版的“中国故事”

博伊斯曾说：“人人都是艺术家”。在乡村振兴战略的推动下，势必会发生许多中国故事，涌现出一批又一批的乡村“领头羊”。云南省丽江华坪女子高中女校长张桂梅，放弃了良好教育工作与生活条件，毅然立志投身于边远贫困山区儿童教育的科学与扶贫工作主战场，艰苦镇守在滇西南偏远贫困地区四十余年，用她的生命之光照亮偏远山区贫困女孩的美好前程。坚守在边远贫困县巫山村四十三岁的毛相林，带领着来自重庆巫山县竹贤乡下庄村的农民，以最原始的自然引水上山方法从悬崖峭壁上引水开凿山崖后再引水上山修道，终于成功铺就了一条长达八千米的“绝壁天路”，他用自己的实际行动编写了一篇乡村版的“中国故事”。2020年11月，生活在四川

省甘孜州理塘县的一位藏族青年小伙子丁真，因为几张有着清纯而又野性美“笑容”的图片，而意外地迅速走红于中国互联网，并瞬间引起了亿万中国网民的普遍注意。丁真凭借突如其来的高知名度，被全国各地媒体授予了当地最佳旅行文化形象大使，带动了全国各地推动文化旅行的热潮。地方政府部门利用这一“顺风车”与新闻媒体记者强强联合，对当地城区作出了城市规划和总体布置，并且特别制作了纪录片《丁真的世界》，用于宣传四川理塘县，其推广效应非常可观。受众透过丁真的短片与视频，认识当地各族人民的风俗习惯、当地历史传统文化以及壮阔的大理山河风光美景。丁真的视频加深了受众对四川理塘的整体了解，还使许多新闻受众目睹了当前农业脱贫、精准攻坚等各项工作成果。

新媒介时代下，我们每个人都是自媒体，每个人都能拿起手机去记录身边发生的有关振兴乡村经济的“中国故事”。在众多“快餐式”的视频内容之下，讲好中国故事显得尤为重要。让这些伟大的平凡人的事迹广泛弘扬，让更多人看到新媒体时代下不仅仅有娱乐化的搞笑视频，更有引人深思，令人热泪的乡村版“中国故事”。

新型媒介对于我国农村的“赋能”、“升温”和“致富”成效有目共睹，它的传播方式将直接融合和推动农村与原有传统媒体的传播方式在一起并产生巨大变化，使整个农村型传媒事业焕然一新，给越来越多的中国农村用户群体带来了一种参与感、认同感和实实在在的信息获得感，这也是保证了新媒体在未来乡村经济振兴中能够持续健康发展的重要理论基础。在发展乡村媒体应用的场景下，还必然需要乡村受众去学习适应新媒体，提升接受能力。同时也要求乡镇政府、服务商与全社会公众齐心协力，进一步打造信息的精准识别、精确匹配和便捷使用新型媒介服务平台，尽快建立适应农村新型媒介应用需要的公共服务制度，健全必要的公共服务体系管理机制，做好乡村面向“三农”人员的培养与政策支持，以新型传媒的优势推广农村传统文化产业，推进农村经济加快发展，助推乡村振兴从“愿景”变“实景”，确保乡村振兴战略目标快速实现。

参考文献

- [1] 马昌、王倩.《人民日报》的《推动媒体深度融合，做大做强主流舆论》.2019.01.26.02版
- [2] 中国网信网、国家发展改革委、国务院扶贫办联合印发《网络扶贫行动计划》.2017.10.25
- [3] 史志鹏.中国新闻网.《越接近信息，越远离贫困》.2020.11.27
- [4] 战钊.艾瑞咨询.《2021年中国直播电商行业研究报告》.2021.09.14