

三农短视频高质量发展影响因素调查研究

李怡开, 戴钰慧

浙江财经大学东方学院, 浙江 嘉兴

收稿日期: 2022年10月1日; 录用日期: 2022年11月1日; 发布日期: 2022年11月23日

摘要

民族要复兴, 乡村必振兴。随着移动互联网技术的不断进步, 短视频自媒体的发展也日益繁荣。三农自媒体高质量发展促进乡村振兴, “三农”短视频作为其中的中坚力量, 为新农民形象宣传塑造、乡土文化传播提供了新的载体, 也助推了乡村经济的快速发展。本文通过研究技术要素、时间要素、空间要素、代表性要素、社交要素、经济要素六个主成分因子与三农短视频发展之间的关系, 着重探究和分析在乡村振兴背景下“三农”短视频的发展, 并对其高质量发展趋势进行了展望, 发现存在的一些问题, 提出相应的对策和有针对性的建议。

关键词

乡村振兴, 三农短视频, 影响因素

Investigation and Research on Influencing Factors of High Quality Development of Short Video in Agriculture, Countryside and Farmers

Yikai Li, Yuhui Dai

Dongfang College, Zhejiang University of Finance and Economics, Jiaxing Zhejiang

Received: Oct. 1st, 2022; accepted: Nov. 1st, 2022; published: Nov. 23rd, 2022

Abstract

If the nation wants to be revived, the countryside will be revitalized. With the continuous progress of mobile Internet technology, the development of short video we-media is also increasingly prosperous. The high-quality development of rural we-media promotes rural revitalization. The short

video of “agriculture, countryside and farmers”, as the backbone of it, provides a new carrier for the publicity of the image of new farmers and the transmission of local culture, and also promotes the rapid development of rural economy. This paper studies the relationship between six principal factors, namely, technical factors, time factors, spatial factors, representative factors, social factors and economic factors, and focuses on exploring and analyzing the development of short videos on agriculture, countryside and farmers under the background of rural revitalization, looking forward to its high-quality development trend, finding some existing problems, and putting forward corresponding countermeasures and targeted suggestions.

Keywords

Rural Revitalization, “Agriculture, Countryside and Farmers” Short Video, Influencing Factors

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

农业是国民经济的支柱性产业,是国家经济命脉的基础,更关乎民生问题。在粮食安全愈发重要的当下,解决农业农村农民发展问题已是党中央多年以来的重点。2022年2月22日,《中共中央、国务院关于全面推进乡村振兴重点工作的意见》,即2022年中央一号文件发布。这是21世纪以来第19个指导“三农”工作的中央一号文件。文件指出,民族要复兴,乡村必振兴,就要坚持把解决好三农问题作为全党工作重中之重,要把全面推进乡村振兴作为实现中华民族伟大复兴的一项重大任务,举全党全社会之力,加快农业农村现代化,让广大农民过上更美好的生活,让更多人愿意走进农村、认识农业、了解农民,真正实现乡村振兴。人人自媒体背景下,互联网为乡村经济发展提供了新模式。短视频作为门槛较低、操作便捷、传播范围广的自媒体形式进入到我国农民的日常生活中。在短视频社交平台及自媒体平台上发布农村日常生活相关内容的短视频,既能给城市务工的农民思乡精神慰藉,又能满足城市居民的猎奇心理,还可作为宣传农产品、旅游资源的载体,受到大众的青睐。

短视频自媒体作为一种新的内容传播方式,是近两年学术界的热门研究话题,但相关文献中具体针对“三农”短视频这一表达主体的研究内容占比不大。本文结合乡村振兴的背景对“三农”短视频自媒体的发展和其影响因素进行分析,为解决“三农”短视频自媒体现今面临的问题和助力乡村振兴过程中存在的问题进行一定科学性、针对性的研究,聚焦三农,以农村文化传播为主线,在短视频中展现真实的农村生活的“三农”短视频自媒体的特点及其产生原因,为乡村振兴的发展提供一定的理论依据,具有一定的理论意义。

本文着重于以“三农”为背景的短视频通过实地访谈和问卷调查,对其影响因素进行量化分析,提出相对应的策略和建议,有助于吸引更多人才融入农村生活,增强智力储备和技术优势,建立自信和认同的农村文化,推动农村经济的发展,为乡村振兴战略的落实提供良好的基础。

“三农”短视频自媒体通过质朴真实的场景化再现,直指在外奋斗游子的乡愁,唤醒走出农村奋斗者的乡情,获得某类用户的喜爱,具有一定的细分市场。“三农”短视频自媒体获得流量累积的同时,也为新一代农民提供了另一种致富密码。在新冠肺炎疫情肆虐全球之年,一些农村农民为了走出困境,纷纷尝试借助各平台自救,或直播或电商,而去关注这样一批拥有新技术新方式的新农人,关注其存在的方式方法或困境瓶颈,寻求更好的发展之道,使其走得更快,带动的相关农业副业发展得更好,在促进“三农”高质量发展的同时,给全国各地提供一定的借鉴,具有重要的现实意义。

基于以上思考, 本文重点调查和分析影响三农短视频发展的因素, 研究三农短视频自媒体创作中应遵循的原则及其运营机制, 期望从中发现规律和经验, 为同类型短视频自媒体的高质量发展、促进乡村振兴、共同富裕示范区建设提供理论和经验的借鉴。

2. 理论基础与文献综述

2.1. 国外研究现状

关于短视频自媒体的应用研究最早源于美国。国外的研究常将短视频自媒体与新闻报道结合起来, 但专门针对移动短视频社交应用的研究却寥寥无几。而农民媒介使用情况和效果研究是初期国外新闻传播学界对乡村传播的研究关注点。罗杰斯提出创新—扩散模型, 介绍了农村的创新成果是如何通过二级传播为人知晓的。施拉姆认为大众传播在国家的演变发展中具有潜移默化的作用, 传播就是发达地区向欠发达地区传入信息, 传播行为可以促进欠发达地区的人们发生本质改变, 通过改造思想来促进社会变革[1]。约翰逊以参与式观察深入了解印度乡村生活, 联系印度乡村的社会文化环境, 研究在印度乡村的社会变迁中电视所发挥的作用, 电视与农村社会变迁存在关系是其重要的研究成果。随着发达国家的城市化程度越来越高, 对农村社会发展的关注度就越来越低。“三农”问题作为中国特色的民生问题, 国外对此的研究并不多, 而近些年随着三农产业的现代化发展和乡村振兴战略的稳步推进, 也促使国内对此的研究逐渐增多。

2.2. 国内研究现状

伴随着短视频自媒体竞争越来越白热化, 学界也开始关注短视频自媒体领域的农村类短视频的发展。按照研究的内容, 一共包括六大类(详见表 1)。

Table 1. Summary table of short video study in China

表 1. 我国短视频研究汇总表

序号	内容	年份	文章题目	作者
1	研究“三农”类短视频自媒体的传播现象、传播特征及背后的乡土文化, 其中以头条系产品为研究对象居多。	2019	《“三农”题材短视频的乡土传播特征》	朱琳
		2019	《今日头条“三农”短视频的传播策略》	王红春
		2020	《乡村振兴战略下“三农”短视频的传播价值》	李庆豪、杜浩
		2021	“三农”短视频发展路径探析——以“乡村小乔”为例	王靖维
2	关于“三农”短视频中的农民形象表达和叙事主体的问题研究。	2019	《创新扩散视角下三农领域短视频传播现象研究》	孙菲
		2018	《快手中的农民形象研究》	李韩旭
		2019	《“热呈现”与“冷遮蔽”——短视频中的中国新时代“三农”形象》	栾轶玫、苏悦
		2022	《抖音平台“三农”短视频传播研究》	赵学舟
3	对三农类短视频自媒体的技术运营、发展问题以及未来愿景进行研究。	2019	《“底层发声”与新媒体的“农民叙事”——以“今日头条”“三农”短视频为考察对象》	张爱凤
		2020	《中国“三农”题材短视频的发展现状及问题研究》	刘亚雯
		2021	《三农短视频还缺什么——乡村振兴背景下的反思》	姜琳琳
4	对农村自媒体和农村网红青年的研究。	2018	《“三农”短视频自媒体创作与运营机制探讨——以“巧何安良、农朝幸 9 妹”为例》	何安良、农朝幸
		2019	《农村原创短视频发展策略研究——以西瓜视频中“农村阿凯”为例》	杜佳丽

Continued

	2019	《农村自媒体内容研究》	陈静、万芳
	2020	《农村自媒体的内容生产问题及其对策研究》	杨与心、徐娇、曲晓榕、杜雨微
5	2018	《自媒体时代传统村落的图像传播》	刘爱萍、许建宝
	2019	《“三农”短视频自媒体引领的乡村旅游开发路径探讨》	王金璐、农朝幸
	2019	《浅析自媒体时代农村电商的营销模式》	李岩
	2020	《李子柒与网红变现新模式探索》	崔钰晴
6	2019	《农村自媒体对“三农”发展的影响》	安汝颖
	2019	《电商扶贫新模式：直播 + 扶贫 + 产业》	叶秀敏
	2019	《网红“红”出乡村振兴新动能——网红“乡村小乔”的创业实践与启示》	孟昶西、张文博、曹刚
	2021	《“短视频 + 直播”在乡村文明建设中的传播使命与功能定位》	雷力

由此可见,在推进乡村振兴的进程中,研究三农短视频的发展及其影响因素具有很强的现实和理论意义。

2.3. 文献述评

通过以上汇总以及结合图表的分析梳理,可以发现三农短视频的发展及其影响因素的研究不断丰富,学者们也分别从不同角度对其做出深入解读。本文在已有的文献研究基础上,对三农短视频的发展及其影响因素进行系统研究,以期丰富此领域的研究成果。

3. 三农短视频高质量发展现状调查

3.1. 三农短视频发展特点

3.1.1. 三农短视频数量急剧增长

早在2017年三农短视频就已开始萌芽,有很多地地道道的农村人拍摄乡村短视频,在各大自媒体平台分享视频。目前,三农领域短视频创作正在迎来新的机遇,三农短视频数量呈现持续增长的趋势。

3.1.2. 三农短视频内容多元化发展

近年来,三农短视频类型也逐渐趋于多元化,出现了不少才艺展示、追热梗、赶潮流的短视频。这类短视频内容以赶海、捕猎、养殖、木雕、摘果等农村传统技能为主,以及早就广为人知的鸡、鱼、猪等家禽的养殖与食用、手工艺品之类的进阶手艺。

3.1.3. 三农短视频发展存在一定阻碍

在振兴乡村文化大背景下,三农短视频内容生产在信息过剩的网络时代,三农短视频用户在各种资本资源竞争中存在着先天的资本不足。可由于短视频内容创作门槛较低,激起了很多非专业人士的创作热情。也正因如此,三农短视频的内容生产道路存在着乡村文化传播力度不足、短视频内容缺乏深度、拍摄制作粗糙、视频带货效果差等难以突破的阻碍。

3.2. 三农短视频高质量发展问卷调查现状

此次调查,受疫情防控影响,项目组采用线上的方式,通过问卷星进行线上问卷调查,共收到有效

问卷 187 份。为了获得最符合实际的问卷, 本项目首先进行了分析和预调查, 初步了解三农短视频发展的情况。为了使调查结果更加科学, 针对预调查相关结果, 对问卷文本进行更为细致研究及修改。主要目的是收集一些在调查中被遗忘的数据和相关资料, 做一个补充, 使调查结果更加精确和完整。

4. 三农短视频高质量发展影响因素分析

4.1. 基本描述统计

本次问卷调查的对象, 从性别方面看, 观看三农短视频的男女数量差别不是很大, 男性游客占比 42.78%, 女性游客占比达 57.22%, 男性观看者居多。从年龄方面看, 三农短视频主要受众以 15~44 岁为主, 占比达 90.38%, 当然也不能忽视 45~59 岁年龄段的工作人群, 占比 4.28%。60 岁以上的老年群体相对较少, 占比仅为 2.14%。从统计结果可知, 15~24 岁年龄段的人群为三农短视频的中坚力量, 要特别重视这部分人在短视频中的需求, 同时也必须持续挖掘其他年龄段的观看潜力, 详见图 1。

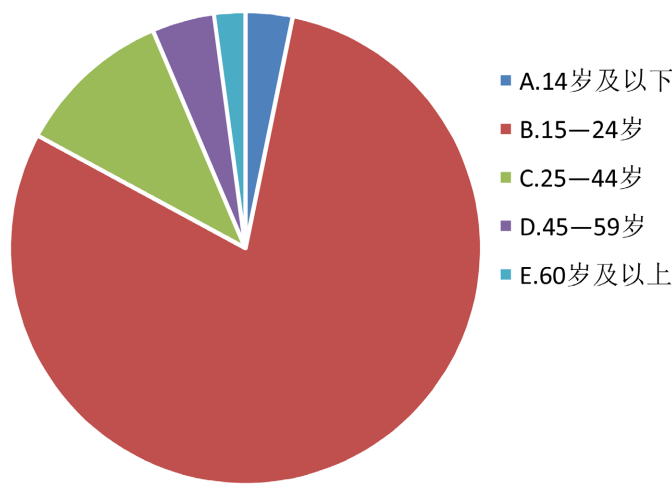


Figure 1. Understand the age distribution map of three rural short videos
图 1. 了解三农短视频的年龄分布图

从是否了解三农短视频情况看, 仅 54.01% 的人群了解三农短视频, 有 45.99% 的人群不了解三农短视频, 可以看出三农短视频有较大的发展空间。从短视频选择平台选择看, 主要以抖音微博和 B 站为主, 其中抖音就占了 42.64%, 详见表 2。

Table 2. Statistical characteristics of watching the short videos about agriculture, countryside and farmers

表 2. 观看三农短视频的统计学特征信息

类别	频率	百分比
性别	男	80 42.78%
	女	107 57.22%
年龄	14 岁及以下	6 3.21%
	15~24 岁	149 79.68%
	25~44 岁	20 10.70%
	45~59 岁	8 4.28%
	60 岁及以上	4 2.14%

Continued

是否了解三农短视频	是	101	54.01%
	否	86	45.99%
短视频选择平台	抖音	142	42.64%
	快手	29	8.71%
	微博	52	15.62%
	西瓜视频	9	2.70%
	b 站	84	25.23%
	其他	17	5.11%
	小计	333	100%
观看类型	制作美食类	149	32.53%
	记录生活类	132	28.82%
	吃播类	69	15.07%
	风景类	88	19.21%
	其他	20	4.37%
	小计	458	100%

Table 3. Statistical table of the types of motivation for watching short videos about agriculture, countryside and farmers
表 3. 三农短视频观看动机类型统计表

观看动机	min	max	mean	sd	var
了解传统生活	1	5	3.48	1.170	1.369
学习制作美食	1	5	3.24	1.177	1.385
学习中国传统技术	1	5	3.53	1.118	1.250
欣赏农村风景	1	5	3.65	1.146	1.314
传播中国传统文化	1	5	3.62	1.117	1.248
放松心情	1	5	3.67	1.101	1.212
感受农村生活	1	5	3.63	1.071	1.148
助推乡村振兴	1	5	3.53	1.123	1.261

通过表 2 的观看类型信息结合表 3 的数据分析, 我们可以得出用户的短视频观看动机有多种类型, 其中了解传统生活、学习制作美食、欣赏农村风景占比较大, 可以归类总结为制作美食类和记录生活类是大多数用户较为感兴趣的。

4.2. 样本的信度与效度检验

4.2.1. 问卷的信度检验

根据表 4 可知, 在基于标准化项的克隆巴赫系数中, 共分为两个维度, 其中三农短视频的动机和需求的系数为 0.953, 三农直播的各影响要素系数为 0.980, 均接近于 1, 说明该问卷可靠性很高。

4.2.2. 效度检验

结合表 5 以及表 6 的分析结果可以看出 KMO 取样适切性量数 > 0.5 , Sig. < 0.05 , 因此可认为该问卷通过了效度分析, 问卷的问题能够有效检测所需测量事物的程度。

Table 4. Test reliability**表 4.** 测试信度

信度分析结果			
维度	克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
三农短视频的动机和需求	0.953	0.953	8
三农直播的各影响要素	0.980	0.980	26

Table 5. q7~q17 validity analysis table**表 5.** q7~q17 效度分析表

题项	Cronbach's Alpha	项数
q7	0.953	8
q9	0.932	2
q10	0.524	9
q12	0.896	3
q13	0.913	3
q14	0.904	4
q15	0.922	5
q16	0.915	6
q17	0.913	5

Table 6. The validity test of each element of broadcast room of agriculture, countryside and farmers**表 6.** 关于三农直播间各要素的效度检验

检验题项	KMO 和 Bartlett 的检验		
基于何种目的观看“三农”类短视频的效度检验	取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		0.625
	Bartlett 的球形度检验	近似卡方	317.218
		df	66
		Sig.	0
参与直播间购买意愿影响因素的效度检验	取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		0.673
	Bartlett 的球形度检验	近似卡方	170.95
		df	36
		Sig.	0
各要素在三农直播间参与购买影响因素的效度检验	取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		0.959
	Bartlett 的球形度检验	近似卡方	5321.021
		df	325
		Sig.	0

4.3. 相关性分析

本文提取六个因子与三农短视频发展质量, 采用了 Pearson 相关分析法来进行了简单相关分析, 得到的分析结果如下表 7 所示。

Table 7. Simple correlation analysis table between short video development of agriculture, countryside and farmers and various elements**表 7.** 三农短视频发展与各要素简单相关分析表

三农短视频发展		
技术要素	Pearson 相关性	0.393
	显著性(双侧)	0.000
时间要素	Pearson 相关性	0.351
	显著性(双侧)	0.000
空间要素	Pearson 相关性	0.376
	显著性(双侧)	0.000
代表性要素	Pearson 相关性	0.360
	显著性(双侧)	0.001
社交要素	Pearson 相关性	0.417
	显著性(双侧)	0.000
经济要素	Pearson 相关性	0.417
	显著性(双侧)	0.000

由表 7 可知, 技术要素、时间要素、空间要素、代表性要素、社交要素、经济要素等六个因素的 Sig. 值均小于 0.05, 短视频发展与六个因素都显著相关。

4.4. 影响因素的主成分分析

本文在查阅相关文献的基础上, 遵循科学性、客观性、系统性和可比性等指标体系的构建原则, 结合因子分析法的相关原理, 构建了三农短视频高质量发展影响因素评价体系及相应的因子分析模型, 评价体系中包括技术要素、时间要素、空间要素、代表性要素、社交要素、经济要素 6 个一级评价指标, 26 个二级评价指标, 确定使用主成分分析法, 通过初始特征值、解释的总方差和总累积去读取解释信息。

Table 8. Principal component analysis of influencing factors**表 8.** 影响因素的主成分分析

成份	解释的总方差					
	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%
1	17.265	66.403	66.403	17.265	66.403	66.403
2	1.194	4.592	70.995	1.194	4.592	70.995
3	0.983	3.782	74.777			
4	0.685	2.633	77.410			
5	0.610	2.345	79.755			
6	0.539	2.072	81.827			
7	0.487	1.872	83.699			
8	0.415	1.595	85.294			
9	0.402	1.546	86.839			

Continued

10	0.383	1.474	88.313
11	0.363	1.397	89.710
12	0.328	1.263	90.973
13	0.290	1.114	92.086
14	0.252	0.969	93.055
15	0.248	0.955	94.010
16	0.217	0.834	94.843
17	0.198	0.762	95.605
18	0.177	0.679	96.284
19	0.162	0.623	96.907
20	0.151	0.581	97.488
21	0.143	0.551	98.038
22	0.137	0.525	98.564
23	0.111	0.427	98.991
24	0.101	0.389	99.380
25	0.084	0.324	99.703
26	0.077	0.297	100.000

提取方法：主成分分析。

结果分析, 由表 8 可知: 首先, 初始特征值提取后有两个主成分因子: 一个因子解释度为 17.265, 另一个 1.194。基于初始特征值大于 1。说明各个变量之间都具有一定的相关关系, 接近于 1, 所以本文适合使用主成分分析。其次, 各成分的方差贡献率和累计贡献率的情况, 其中一个主成分的方差贡献率是 66.403%, 另一个是 4.592%, 且这两个的总累计解释度为 70.995%, 达到了 70%以上, 符合主成分分析的要求, 因子的分析效果比较理想, 具有研究意义。因子 1 代表包含了技术要素的三个问题, 说明短视频拍摄的技术直接影响了视频的质量, 因子 2 包含了时间要素的参数, 说明拍摄的时间, 频次, 以及互动方式影响着用户对短视频质量的评价。

5. 研究结论与发展对策

5.1. 研究结论

5.1.1. 技术要素：“三农”短视频创作的技术有待提升

短视频的拍摄与制作虽门槛比较低, 但要做出精品短视频还是需要有一定的技术力。目前很多“三农”短视频拍摄技巧单调, 缺少专业拍摄技巧; 镜头组接缺乏讲究, 景别变化比较单一; 声音和字幕的处理比较粗糙, 经常出现声画字幕不同步的情况[2]。总而言之, 因为技术的欠缺, 导致“三农”短视频作品不够精致, 严重影响了“三农”短视频的效果。

5.1.2. 时间要素：无法真正同步

网络世界是虚拟的, 短视频平台很好的弥补了人们的碎片化时间, 但是在发布短视频、短视频直播带货或者其他都需要审核, 都需要时间, 无法真正做到同步, 存在一定的滞后性。

5.1.3. 空间要素：“三农”短视频创作空间有待提升

在内容为王的时代浪潮下，“三农”短视频的创作空间极大程度影响着其竞争优势和可持续发展。但是目前，千篇一律的生产模式使得大量“三农”短视频内容趋于浅表化、片面化、同质化，创作空间整体水平低下[3]。

5.1.4. 代表性要素：缺乏品牌特色

在互联网浪潮下，经济的快速发展与传统的农业发展速率上并不协同，加上现在鲜有青年人，尤其是高学历人才愿意扎根农村，导致人才匮乏[4]。而且目前我国的三农短视频创作者普遍缺乏品牌意识。三农短视频缺乏特色和代表性，流于平庸，很大程度上影响了其发展。

5.1.5. 社交因素：缺乏有效沟通和互动

目前，在“三农”短视频领域，除了一些特定的时期或大型活动，三农短视频创作者很少聚集在一起，他们之间缺乏互动，且各自的影响力仅存在于粉丝群体，受众有限，沟通和互动也有限，这不利于其进一步发展。

5.1.6. 经济要素：利益分赃严重

以三农短视频直播营销为例，直播营销涉及生产者、中间商与消费者，其中中间商又由主播、电商平台、物流服务等组成，是直播营销的重要组成部分[5]。流量决定直播营销的效果，使得大部分利益流向中间环节，消费者往往要为中间商的利益买单，生产者将价格抬高，进而使得消费者利益受到损害。

5.2. 发展对策

5.2.1. 重视人力资源，引进青年力量

首先，政府相关部门要在政策和资金方面向新农人倾斜，增加人才引进，并鼓励相关平台利用自身资源对“三农”短视频内容创业者加以扶持；其次，加强对内容创业者短视频拍摄制作和传播运营技巧的专业培训，提高他们的媒介素养和专业技能，为“三农”短视频的传播和运营开拓更大的发展空间；第三，为培养更多知农爱农的“三农”短视频内容创业后备人才，政府相关部门应该支持鼓励和动员引导具有专业知识和技能的人才下乡，参与或指导“三农”短视频的内容创业，保证内容制作的专业性，帮助创业者提高短视频变现能力。

5.2.2. 鼓励内容创新，完善内容审核机制

首先，打造专特色属品牌，进行内容创新，实现品牌特色效应最大化，同时重视传播内容，倡导正确的价值观[6]。在鼓励“三农”短视频创作者进行内容创新的同时，还要明确“三农”短视频创作的底线，坚决抵制低俗内容。其次，短视频平台本身应严格落实监督管理职责，细化审核机制。完善内容审核机制，并鼓励用户举报与反馈，减少反常识短视频或虚假宣传短视频的出现，确保“三农”短视频的真实性、科学性，让受众了解更加真实的乡村生活，吸引更多的人助力乡村振兴[7]。

5.2.3. 多媒体联动，形成强大的传播矩阵

“三农”短视频凭借贴近农民生活的传播方式与立体化的传播内容获得了社会群体的关注，是实现乡村振兴的助力点。“三农”自媒体与其他媒体的联动能够汇聚不同能量，有助于增强“三农”短视频的传播效果[8]。国家应大力提倡县级融媒体中心的发展，并明确县级融媒体中心的服务对象包括农民。在官方媒体的运作下，吸引越来越多的优秀人才加入农村自媒体行列。农村自媒体创作者创作的“三农”短视频可作为官方传播内容的补充，更好地传播乡村故事，也让更多的人了解乡村振兴战略，进而助力乡村振兴。

此外,为减少新冠肺炎疫情对农村经济发展的影响,帮助更多农民脱贫致富,大多农村可采用“县长+农村网红”的形式进行直播带货[9]。农村网红自媒体与官方媒体线上线下互动的方式,不仅可以提高活动知名度,还可以通过官方媒体使更多人深入了解农村的发展现状。

5.2.4. 建构空间,呈现向上积极的农村生活

尽可能还原农村空间是“三农”短视频创作的本质,通过视听结合为社会群体构建隐形的农村场景,带领其获取更加直观的农村生活体验,促进乡村振兴战略的实施[10]。短视频的出现打破了时间和地域的限制,将农村与大众联结在一起。在短视频内容的渲染下,大众能够将自己对农村的想象建立在可感空间的基础上。“三农”短视频创作者除关注内容的真实性,还需重点关注空间构建与情感传递,向大众呈现积极向上的农村生活,从而引发大众对乡村生活的情感共鸣。

6. 总结与展望

本文收集整理国内外大量三农短视频的相关文献,在这基础上对三农短视频发展影响因素进行深入分析。以问卷和访谈的调查形式,以小见大、由点及面地分析当前“三农”短视频的发展现状及影响因素。互联网信息技术的发展给每个人提供了机遇和表达的窗口,“三农”短视频的发展是利用窗口抓住机遇,在自身获利的同时也为乡村经济的发展、农村故事的表达提供了良好契机。短视频虽是新兴领域,可仍存在很多问题。三农短视频常有一些批评之声,但其作为中国特色的“三农”题材的表达,不仅是我国乡村文化传播的重要组成部分,还囊括着二十大所提到的劳动精神、奋斗精神、奉献精神、创造精神、勤俭节约精神,分析其发展现状及影响因素、探究改善“三农”短视频发展助力乡村振兴的途径,具有较强的现实意义。

通过上述分析,本文取得了一定的研究成果,但是由于时间有限以及本团队的水平限制,仍然存在一些不足之处。“三农”短视频为实现可持续发展,要建立起以大众为中心的内容创作理念,注重大众的需求,建立起与大众的创作互动[11]。结合自身特色,打造鲜明的个性品牌,走差异化路线,最大限度地通过“三农”短视频展现农村文化及精神面貌。并运用新媒体内容传播规律做好运营推广,提高知名度和影响力[12]。在助力乡村振兴的过程中,“三农”短视频是一股踔厉奋发的力量,有效发挥三农短视频的良性作用,有利于书写新时代乡村振兴的新篇

参考文献

- [1] [美]韦尔伯·施拉姆. 大众传播媒介与社会发展[M]. 金燕宁,译. 北京: 中国社会科学出版社, 2001.
- [2] 朱琳.“三农”题材短视频的乡土传播特征[J]. 青年记者, 2019(20): 101-102.
- [3] 王红春. 今日头条“三农”短视频的传播策略[J]. 视听, 2019(3): 143-144.
- [4] 李庆豪,杜浩. 乡村振兴战略下“三农”短视频的传播价值[J]. 青年记者, 2020(17): 4-5.
- [5] 王靖维.“三农”短视频发展路径探析——以“乡村小乔”为例[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2021.
- [6] 孙菲. 创新扩散视角下三农领域短视频传播现象研究[D]: [硕士学位论文]. 南宁: 广西大学, 2019.
- [7] 栾轶玫,苏悦.“热呈现”与“冷遮蔽”——短视频中的中国新时代“三农”形象[J]. 编辑之友, 2019(10): 38-48.
- [8] 赵学舟. 抖音平台“三农”短视频传播研究[J]. 新媒体研究, 2022, 8(1): 33-36.
- [9] 刘亚雯. 中国“三农”题材短视频的发展现状及问题研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2020.
- [10] 姜琳琳. 三农短视频还缺什么——乡村振兴背景下的反思[J]. 当代电视, 2021(9): 22-25.
- [11] 雷力.“短视频+直播”在乡村文明建设中的传播使命与功能定位[J]. 中国广播电视学刊, 2021(4): 35-38.
- [12] 范丹丹. 乡村振兴背景下“三农”短视频发展策略研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国政法大学, 2021.

附录

“三农”短视频用户调查问卷

尊敬的女士/先生:您好!目前在进行一项关于“三农”短视频用户情况的调查研究,想了解您对“三农”短视频的了解。此问卷调查结果仅供学术研究使用,请尽量填写完全部问题,我们承诺对您在这里填写的所有内容保密,您可以放心的做出客观的选择,感谢您的支持与合作,谢谢!

一. 基本情况

1. 您的性别: [单选题]_____ A. 男 B. 女
2. 您的年龄是? [单选题]_____ A. 14岁及以下 B. 15~24岁 C. 25~44岁 D. 45~59岁
E. 60岁及以上
3. 您平常喜欢在哪个平台刷短视频? [多选题]_____ A. 抖音 B. 快手 C. 微博 D. 西瓜视频
E. b站 F. 其他
4. 您是否了解过“三农”短视频? [单选题]_____ A. 是 B. 否
5. 您会出于何种目的观看“三农”类短视频? [多选题]_____ A. 有关关注的博主/UP主/内容生产者 B. 好奇地了解农产品,获取对生活有益的信息
C. 缓解生活中的不良情绪,寻找情感共鸣 D. 打发时间,娱乐消遣
E. 与身边的人获得共同话题便于社交 F. 支持国家的相关政策
G. 其他
6. 您比较喜欢刷哪一类型的“三农”短视频? [多选题]_____ A. 制作美食类 B. 记录生活类 C. 吃播类 D. 风景类 E. 其他

二. “三农”短视频使用动机和需求情况

7. 请根据您的实际情况选择最符合的项:(按影响程度打勾:如果您介于两者之间,请选择1至5之间的一个数字,数字越大,表明影响越大。1表示无影响、5表示严重影响)[矩阵量表题]

	1	2	3	4	5
可以学习制作美食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
可以了解更多富有中国传统特色的田园生活,很向往	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
可以认识并学习中国传统文化和技术	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
视频具有美感体验展示出当地农村独特优美的自然景色	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
视频传播中国传统文化让我感到开心,让我感到骄傲和拥有民族自豪感	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
可以通过观看视频放松心情、纾解压力、打发无聊时间	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
这类视频的剪辑手法和叙事风格让我感到农村生活的美好	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
认为这类视频可以让更多亟待发展的农村得到更多人的关注,促进流量积累以便让更多的人参与进来建设农村,助力乡村振兴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 若有机会, 结合自身对于三农短视频发展情况的认识, 更多的了解中国传统特色的乡村生活、风土人情, 我愿意参与三农短视频的发展当中, 让更多的人去了解三农, 一起参与乡村振兴建设 [单选题]_____
- A. 非常不同意 B. 比较不同意 C. 一般 D. 比较同意 E. 非常同意
9. 周围人若是想要知道或了解有关三农的内容等等, 我愿意通过自身行为去推荐宣传引导以便让更多的人参与进来建设农村, 助力乡村振兴 [单选题]_____
- A. 非常不同意 B. 比较不同意 C. 一般 D. 比较同意 E. 非常同意
10. 您觉得平时的短视频观看是否让您有更强的意愿去直播间参与购买, 如果是, 都有哪些方面的因素会让您产生更强的购买欲望? [多选题]_____
- A. 视频标题 B. 取景场地 C. 人物对象 D. 服饰元素 E. 主题选择
F. 背景音乐 G. 广告引导方式 H. 语言类型 I. 其他
11. 您是否曾通过“三农”短视频直播购物? [单选题]_____
- A. 是 B. 否

三. 有关“三农”短视频的相关情况

请根据您的实际情况选择最符合的项:(按影响程度打勾:如果您介于两者之间,请选择1至5之间的一个数字,数字越大表明影响越大。1表示无影响、5表示严重影响)

12. 材料 - 技术要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]_____

	1	2	3	4	5
直播间能带给我视觉和听觉的良好感受	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
能在直播间能快速完成购买流程	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
平台推荐的直播间、农产品都是我感兴趣的	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. 时间要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]_____

	1	2	3	4	5
会注重与直播间的主播的实时互动和即时沟通	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
在直播间里看到的主播行为表现是实时同步的	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
相比于一般图片的平面化展示式和提前录制, 觉得直播过程中的立体多方位展示更真实可靠	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 空间要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]_____

	1	2	3	4	5
会选择观看设计有趣的室内直播间的直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会选择观看在种植地、田间、渔船等户外的直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会选择观看在农产品加工场所的直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
在直播间中, 会不自觉的感到自己被该直播的场景所包围, 沉浸其中	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 代表性要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]

	1	2	3	4	5
直播间的三农品牌及包装吸引我	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
倾向于观看有农产品采摘、清洗、包装、运输等多个环节的直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
倾向于观看介绍农产品色泽、大小等基本属性的直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
倾向于观看具有地方特色的农产品直播	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
看到该账号发布的短视频的内容引导方式让我感兴趣	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. 社交要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]

	1	2	3	4	5
直播间的主播的幽默言语会使我产生共鸣、沉浸其中	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
直播间的主播非常了解和熟悉农产品的信息	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会选择观看人气高、关注度高的直播间	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会选择观看主播是明星或网红的直播间	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会选择观看主播是官员或当地干部的直播间	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会因为他人一些社交平台的分享去观看某个账号的直播间	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. 经济要素: 您认为在观看有关三农的短视频直播中, 哪些方面会使您愿意购买? [矩阵单选题]

	1	2	3	4	5
直播间商品价格非常优惠	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
直播间商品销量一般很高	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会因为直播间发放红包、优惠券秒杀、拼团选择购买农产品	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会关注直播间是否符合市场检疫标准, 是否有营业许可	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会因为短视频平台的热搜榜、好物榜去购买	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>