

关于乡村自媒体发展的调研报告——以广州市增城区中新镇为例

胡安琪 伍恩弘 林晓欢 李志坚 张媚

广州东华职业学院，广东省广州市，510540；

摘要：随着互联网的普及，自媒体作为新农具推动乡村经济蓬勃发展，愈演成为企业或个人通过平台对外发布资讯的传播渠道。《数字经济助农》报告显示，2020 年农产品线上销售额比 2019 年高 4 个百分点，表明自媒体具有的平民化、传播速度快的优势助力乡村发展前景可期。结合暑期“百千万工程突击队暨三下乡”社会实践活动，广州东华职业学院“助力乡村振兴，服务高质量发展”社会实践团通过走访调研和问卷调查，发现存在的文化水平较低、对自媒体了解程度与运营策略认知度不够、居民配合度不高等实际问题，提出了加强自媒体应用培训推广及自媒体经济活动政策宣传等对策，以此助推当地农旅经济繁荣发展。

关键词：乡村自媒体发展；直播带货；互联网

DOI:10.69979/3029-2735.24.12.051

1 乡村自媒体的发展进程、现状与困境

1.1 乡村自媒体的发展进程

互联网商业化发展：随着互联网的普及和用户数量的增长，互联网逐渐成为一个商业化的市场。1995 年，亚马逊和 eBay 等电子商务网站兴起，使得用户可以在线上购买商品。此后，谷歌、百度等搜索引擎的诞生，进一步提高了用户在互联网上查找信息的效率。

社交网络兴起：进入 21 世纪后，社交网络开始兴起。2004 年，Facebook 的诞生使得人们可以方便地建立个人社交网络。此后，微博、QQ 等社交媒体平台的发展，使得用户可以在线上与朋友交流、分享信息以及表达个人观点。

移动网络时代：随着智能手机和其他移动设备的发展，移动网络逐渐成为互联网的重要组成部分。2007 年，苹果推出了 iPhone，开启了智能手机时代。此后，各种移动应用不断涌现，满足了人们在日常生活中的各方面的需求。

1.1.1 直播带货

(1) 探索发展期（2016 年）：随着互联网技术的迅速发展和智能手机的广泛普及，乡村自媒体直播带货开始萌芽。一些具有互联网思维的农村居民开始尝试利用直播平台进行农产品销售，探索新的商业模式。这一阶段，乡村直播带货的概念和意义逐渐被人们认识和理

解，部分农村居民开始使用手机进行直播，展示农产品的种植、采摘和加工过程，吸引消费者购买。同时，一些具有电商运营经验的商家也开始尝试利用直播带货模式进行销售，探索新的商业机会。

(2) 高速发展期（2017—2019 年）：随着移动互联网技术的不断升级和农村电商市场的快速发展，乡村自媒体直播带货进入高速发展期。在这一阶段，涌现出了一大批优秀的直播带货达人和品牌，通过直播带货模式实现了农产品的快速销售和农村经济的转型升级。同时，各大电商平台也开始重视直播带货模式，提供了更多的技术和资源支持，直播带货的商业化运营和变现模式也逐渐成熟，形成了以直播带货为核心的产业链。

(3) 成熟发展期（2020 年至今）：市场规模的不断扩大和竞争越来越激烈，乡村自媒体直播带货进入了成熟发展期。在这一阶段，直播带货已经成为电商行业的重要组成部分，广泛应用于各行各业，在社交媒体平台的普及率和影响力也不断提升。政府部门开始加强对直播带货行业的监管和整治，推动行业的规范发展。乡村自媒体直播带货在促进农产品销售和农村经济发展的同时，成为一种新的乡村文化现象，推动着乡村文化的传承和发展。

1.2 乡村自媒体的发展现状

短视频技术的提升。网络速度的提升和移动设备的

普及,短视频已成为自媒体的重要形式之一。最近三年,短视频技术得到了进一步提升,例如视频分辨率、帧率、压缩技术等方面的改进,短视频的画质更加清晰、播放更加流畅。

直播技术的进步。直播已成为当今自媒体的重要领域之一,直播技术也得到了显著进步。例如,一些自媒体平台采用了多路直播技术,可以同时直播多个不同的场景,满足用户多样化的观看需求。

智能化技术的应用。人工智能技术的不断进步,自媒体也逐渐应用了智能化技术。例如,一些自媒体平台采用了自然语言处理技术,可以自动分析用户的评论和反馈,从而提供更加个性化的服务;或根据用户的兴趣和偏好自动推荐相应内容,从而提高用户的满意度。

乡村振兴的战略需求。相对于城镇化的发展,乡村振兴战略发展更符合现在的发展进程。城市快速发展带来诸多问题,乡村的发展因而出现新得机会。同时,科技的发展不断地改变人类地生活方式,新的产业和生活方式得以辐射乡村,使得乡村的物质文明水平发生变化,文化建设也被提上日程。

乡村自媒体人数量增加。近三年来,各大媒体平台出现越来越多的乡村农户加入电商平台,以电商的网络销售方式为国内外用户带来产品,让传统农业转化成现代商业化,让农产品变成商品化。乡村自媒体人数快速增长的趋势,表明乡村自媒体已经吸引了越来越多的关注和参与。

乡村自媒体促进经济发展。一方面,乡村自媒体助力宣传了乡村的特色产品和文化资源,吸引了更多的游客和投资;另一方面,也为乡村企业提供了更多的宣传和推广渠道,提高了产品的知名度和销售量,成为促进乡村经济发展的重要力量。

1.3 乡村自媒体发展面临的困境

新形势下,农村自媒体创业大军迎来了“爆发式增长”,但其发展进程同样受到内容生产、平台监管以及盈利模式等方面的制约,存在各种亟待解决的问题。

应用能力及传播方式受限。三农事物用大家喜闻乐见的视频传播方式最好,但农户智能手机使用率不高,获取信息的渠道有限,加之思想、观念等问题,不善于学习和接受新事物,推广应用就比较难。

自媒体制作团队人才欠缺。农村生活虽然可以随

时接触到好素材,但想传递信息做自媒体很难,从撰写文字、拍摄、剪辑等技术来看,自媒体需要团队来做,而在农村团队人才奇缺。

盈利模式难以形成。2018年是农村自媒体蓬勃发展的一年,同时也是大浪淘沙的一年。目前农村自媒体人主要的收入还是平台补贴,比例高达73%,但每个平台的农村自媒体少则几十人,多则几百人,单纯依靠补贴来实现盈利绝不是长久之计。成本高,变现难,越来越多的农村自媒体人选择了放弃。

自媒体生态规则不健全。自媒体进入门槛低,经营者素质、专业技能、知识储备的水平良莠不齐。一方面,生产内容缺乏他律,缺少专业“把关人”,容易出现内容低俗、虚假宣传、观点与事实混杂等不良现象;另一方面,自媒体营销“水分”较大,存在“刷粉”、买点击量等现象。

人脉资源强于平台资源。自媒体平台体系尚不成熟完善、整合资源能力不足,仍然处于人脉带动的发展阶段,依靠人脉、财力等获得宣传效果而不是基于实际的传播效果。而绝大多数农民并没有充裕的推广资金以及广阔的人脉资源,这就限制了自媒体助农的宣传与推广。

侵权与维权问题突出。原创难度大、侵权成本低、侵权数量多、平台监管不到位等原因使自媒体侵权问题越发突显。自媒体技术让抄袭复制他人成品的作品能在短时间内迅速传播,其侵权现象自然会损害农产商户的信誉,使受众对农产品信息造成误解。

2 乡村自媒体状况实地调研

2.1 调研实践目的和意义

习近平总书记强调,从中华民族伟大复兴战略全局看,民族要复兴,乡村必振兴。数字媒介技术的飞速发展以及农村基础信息设施的逐渐完善,媒介成为了推动乡村社会发展、推动乡村振兴事业发展的关键力量。实践团队通过围绕中新镇的附属村落,对其周边村民进行调查访问,并提出存在问题和解决方法,从而体现自媒体技术能给村民带来更多的销售渠道,打造新型营销方式,分享传播农产品直播带货的营销技能。

三下乡活动为大学生提供了一次扎根乡村的机会,启发实践团成员深入思考生活的意义,为落实和推进乡村振兴战略注入了更多的青春活力。同时借助自媒体方面相关知识的培训,向村民们宣传自媒体的发展趋势及

未来前景,以带动村民走上自媒体开启的乡村振兴之路。

2.2 调研实践方法与安排

2.2.1 调研实践方法

(1) 文献研究法:通过阅读大量文献了解自媒体领域内的研究现状、困境与发展趋势,领悟研究的视角,发现研究的空白领域。

(2) 问卷调查法与实地访谈法:研究团队通过划分小组、编写内容、瞄准对象、发放问卷的过程了解群众对自媒体的运用场景及存在问题。

(3) 定性和定量结合分析法:通过对自媒体调研所得数据,系统整理形成不同类型统计图,对数据进行特征性分析。

2.2.2 调研实践安排

(1) 提前在网上收集资料,了解中新镇经济发展情况、村居分布基本情况,并向当地社工站了解当地居民的主要经济来源及生活状况;

(2) 划分调研工作小组,就在此次调研的目的、内容、方式、对象进行说明,有效推进调研工作;

(3) 确定问卷的主要内容,对可直接测量的指标,其数据选取样本为调查所获实际数据;

(4) 系统学习调研过程中应掌握的访问技巧、问卷的设计与评估等多方面知识,提升调研人员的综合素质;

(5) 制作调研问卷,对本次调研所需信息设置好相应的问题;

(6) 调查人员根据个人能力进行调研任务分工,确保调研过程目标明确,合作顺利;

(7) 有序开展调研工作,按计划前往选定地点调研;

(8) 筛选有效的调查问卷,统计数据,撰写问卷调查与分析研究报告。

3 实地调研基本情况

3.1 中新镇概况

隶属广州市增城区的中新镇,位于城区中西部,是省中心镇、市示范中心镇,属于省内少有的原始自然生态景观与工业发展较好的地区。截至2019年,中新镇总面积232.37平方千米,户籍人口93455人;截至2020年,中新镇下辖35个行政村和2个社区。

中新镇自古为军事交通重地和历史文化溯源之地,有史料记载的历史名人230余人、200年以上较为完好的历史建筑和古迹60多处,为史载粤籍两大丞相之一

的南宋清献公、右丞相崔与之,以及黄花岗七十二烈士之一郭继枚的家乡;有坑贝古村落、崔大师祠、坳头岗埔客家围垌屋、濠迳汤氏宗祠、坑贝桥堡雕楼等历史名胜古迹。该镇先后获“全省乡镇人大工作示范点”、“省森林小镇”、“国家卫生乡镇”等称号。

3.2 调研结果与样本分析

调研团队与当地第二社工站达成合作共建,对其服务的18个村落进行筛选。调研组15名学生在指导老师的带领下,走访了双塘村、濠迳村、中新镇等区域。通过纸质问卷和网络问卷的形式发放调查问卷505份,收回有效问卷505份,回收率为100%。相关调查数据及样本分析如下:

3.2.1 学历程度

问卷调研对象主要是乡村农民、妇女、青少年,调研结果,学历为高中及以下的最大,占比75.84%,大专占比17.03%,本科占比6.93%,本科以上占比0.2%,可见大部分农民工、妇女、青少年的文化程度都不高。可以看出他们学历不高与当地文化发展的程度相关,所以实施乡村振兴,发展自媒体不仅可以提高村民们的经济水平,也能让村民们的文化软实力得到提升。

3.2.2 就业情况

调研的就业情况,在职占比51.68%,失业占比4.55%,待业占比6.93%,创业占比2.38%,务农占比34.46%。说明当地居民大部分都有就业岗位,少部分处于失业、待业、创业状态,一部分人从事农业。数据表明,在职就业和创业的占比已经超过了调查总人数的一半,他们可以利用空余时间和现有的资源,将自媒体做成自己的副业,包括待业和失业的人群也可以参与其中。

3.2.3 是否关注抖音、视频号、朋友圈、快手等平台

问卷结果,有关关注的占比73.27%,没有关注的占比26.73%,反映出当地居民自媒体平台使用率颇高,种类较多。

3.2.4 是否了解自媒体

问卷结果,当地居民对自媒体的了解程度,非常了解的占比21.98%,有点了解的占比21.98%,不了解的占比56.04%;说明当地大部分地居民对自媒体了解程度不高,甚至不了解。

3.2.5 是否知道自媒体有哪些视频平台

问卷结果,知道微信朋友圈占比75.05%,视频号占

比 51.29%，抖音占比 70.5%，快手占比 37.43%，小红书占比 27.92%，其他平台占比 8.12%；说明当地居民对微信朋友圈和抖音相比与其他视频平台知名度较高。

3.2.6 是否会拍照片或视频发到自媒体平台

调研是否会拍照或拍摄视频上传自媒体平台的结果，会上传的占比 51.68%，不会上传的占比 48.32%，说明当地使用智能手机的普及率不高，文化教育程度较低。

3.2.7 拍照后是否会进行修图处理

问卷结果，会进行修图的占比 34.26%，想修但不会操作的占比 13.27%，不会进行修图的占比 52.48%，说明当地居民对新媒体的认知有限。

3.2.8 了解或使用过哪些修图软件

了解或使用过美图秀秀的占比 45.74%，醒图占比 26.93%，美颜相机占比 56.24%，天天修图占比 4.75%；可见，美颜相机、美图秀秀大型一键成片的软件普及率和使用较高。

3.2.9 是否会自己拍摄视频并进行剪辑

是的占比 37.62%，否的占比 62.38%，说明大部分居民拍摄视频后不会进行后期剪辑，少部分人会作后期剪辑。

3.2.10 了解或使用过哪些剪辑软件

了解或使用过剪映的占比 50.5%，爱剪辑占比 6.93%，快影占比 10.89%，抖音自带剪辑功能的占比 43.56%，其他占比 27.52%；说明当地居民对带有全面的剪辑视频功能的剪辑工具使用率较高。

3.2.11 是否会参加摄影、剪辑的相关培训活动

会的占比 40.59%，不会的占比 59.41%。调研结果中，大部分没参加的原因是因为没有时间，只有少部分人觉得没必要参加，说明当地居民对自媒体培训较为认可。

3.2.12 是否想通过自媒体平台分享你的生活或家乡特产

是的占比 31.49%，否的占比 68.51%，反映当地居民通过自媒体平台分享家乡特产的期望不高。

3.2.13 是否想通过线上平台进行自种农产品销售

会的占比 26.53%，否的占比 73.47%，说明大部分人对线上产品销售缺乏了解，不会利用线上平台推销农产品。

4 问题与对策

4.1 存在主要问题

农村居民对信息的甄别力差。农民在选择信息内容时不能对信息进行有效判断，他们在信息传播方面仍处于被动状态。以农村妇女群体为例，因其文化水平较低，面对网络信息的狂轰滥炸时，很难做出准确的判断，甄别出正确的信息。在如今这个资讯发达的年代，虚假信息更是满天飞，有道是：开篇一句话，其余全靠编；这种情形也加重了用户因虚假信息造成的信任恐慌。

基层部门对信息回应的时效性差。乡镇政府作为基层部门，活跃在农村信息管理的第一线，其服务和治理能力直接影响着舆情应对的效果。乡镇政府在回应村民问题时往往会出现打官腔、说官话现象，对农民关心的问题回避不答。对网络信息的真假也未能给以及时的回答，导致虚假信息在乡村传播。部分新媒体运营部门在乡村自媒体治理中也形同虚设，没有及时保护信息的安全，保障信息的准确性。

乡村文化传播实效不佳。在振兴乡村文化的大背景下，“抖音”、“快手”、“西瓜视频”等短视频平台，虽然联合推出了一系列支持乡村农民创作短视频，传播振兴乡村文化的扶贫项目，大量的农民自媒体呈爆发式的增长，但乡村短视频的题材内容原创不足，同质化现象极其严重，导致乡村文化的传播效果不佳。

培训学习与普及力度不足。自媒体技术能给村民带来更多的销售渠道，打造新型营销方式，分享传播农产品直播带货的成果。但村民的文化水平不高，互联网技术和电商知识生疏，获得政府主导的培训学习机会有限，相关部门普及推广的力度也不够，从而抑制了乡村自媒体的有效应用和高质量发展。

4.2 解决对策与建议

4.2.1 加强政策解读

《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》明确将互联网作为引领农村三农发展的一个手段，同时借助信息技术吸引年轻人回到农村创业，为农村注入新的活力。自媒体拥有多元参与主体和广泛的受众基础，逐渐成为乡村文化建设中一支不可或缺的重要力量。自媒体对媒介资源配置的“去中心化”传播，打破了大众传媒和精英社会从中心到边缘的传播结构，在缓解当地居民的文化发展不平衡不充分问题、满足其公共文化

需求和唤醒自主意识等方面发挥了重要作用。因此,应当加强和做好居民的学习培训与技术指导,方便他们进一步了解国家的政策措施,同时知晓如何积极配合并参与“互联网+”行动。

4.2.2 做好实施规划

乡村自媒体创业日益兴起,但开展自媒体项目需要掌握相关的方法和技巧,也就是说首先要做好营销实施规划。

一是现状分析:主要包括地理位置、自然条件、资源状况、农业生产、文化教育水平、生活习惯、村民关系等方面,对所在乡村有一个大概的了解。

二是明确定位:自媒体创业要明确自己的定位,可以通过三个方面来确定:

(1) 通过定位分析市场需求,选择一些领域来做自媒体创业,比如种植、养殖、乡村旅游等。

(2) 如果自己在某方面有比较优势,就可以确定在这个领域里进行创作,比如种植类、养殖类、乡村旅游类等。

(3) 如果想通过自媒体来卖货赚钱,就需要了解用户群体,然后根据他们的需求开展营销活动。

三是打造品牌:打造个人品牌的核心就是让用户对你有深刻的印象,知道你是做什么的。其品牌要素包括做好定位、确定风格、内容价值、营销模式等。

四是平台卖货:通过自媒体平台卖货是乡村自媒体创业的一个重要方式,也是目前比较主流的一种方式。它需要具备一些条件,首先要有一个好的产品;其次要有一个好的销售渠道;然后要有好的售后服务;最后还要有好的营销方案。

五是学习培训:乡村自媒体创业需要掌握一定的方法和技巧,同时要有自己的思考和认知。通过专题学习,可以了解掌握更多乡村自媒体的知识和技能,最终实现创业赚钱。

4.2.3 提升个人能力

具备个人能力是开展乡村自媒体建设和创业的基础与保障,借助各种自媒体培训推广等学习活动,可以熟悉和掌握乡村自媒体的营销知识与技术,提升个人实操能力。

根据乡村自媒体的营销特点,其关键应用能力主要包括:受众目标和定位、优质内容创作、多样化形式展现、社交媒体推广、当地资源合作、数据分析与运营优化、品牌形象建立、持续学习与创新等方面。

5 结束语

学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神,必须坚持农业农村优先发展战略,努力为乡村振兴贡献各自的力量,才能在全面推进乡村振兴的进程中,实现农业农村现代化。新媒体宣传在助力地区发展上起到了至关重要的作用,利用新媒体做好电商推广建设工作,能够加速实现乡村振兴的战略目标。因此,政府相关部门、各群体组织及社会个人应在实际工作中充分重视和利用好新媒体,以期促进乡村自媒体的普及应用,助推农旅经济更好发展。

参考文献

- [1] 刘佳欣. 大学生志愿服务助力乡村振兴路径研究[J]. 南方农机, 2023, 54(8):110-113.
 - [2] 李慧玲. 探索人才振兴助力乡村振兴的实践之路[J]. 现代化农业, 2023(4):79-81.
 - [3] 林赞. 乡村振兴背景下乡村旅游发展政策支持分析[J]. 中国管理信息化, 2021, 24(23):140-141.
 - 张杰. 乡村振兴战略下大学生“三下乡”社会实践育人的提升路径研究[J]. 轻工科技, 2020(8):3.
 - [4] 潘景芝. 农村大学生助力乡村振兴的实践路径研究[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2022, 38(12):28-30.
 - [5] 吴春尚, 刘艳. 农村电商与乡村振兴耦合发展研究[J]. 山西经济管理干部学院学报, 2022, 30(4):38-44.
 - [6] 黎敏茜. 新时代大学生志愿服务助力广西乡村振兴的实践路径探究——以广西融水县杆洞乡X村为例[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(23):200-203.
 - [7] 胡安琪, 伍恩弘, 林晓欢, 李志坚, 张媚, 林婷婷, 任雪松, 何标
- 广州东华职院“助力乡村振兴, 服务高质量发展”社会实践团共同完成