

## 新媒体助力“乡村振兴”传播模式构建——以井冈山为例

王小利, 徐琳娜, 段雅琦, 张一凡

江西农业大学南昌商学院 江西九江

**【摘要】**2021年,为实现中华民族伟大复兴的一项重大任务是全面推进乡村振兴。在乡村振兴背景下,新媒体面临许多传播困境,井冈山虽已经借助新媒体,形成特色产业、红旅融合和井冈山传播矩阵的方式助力乡村振兴,但仍然存在许多困境需要克服。为讲好“乡村振兴”故事,凝聚复兴伟力,本文以井冈山为例,探究新媒体助力“乡村振兴”建构传播新模式。

**【关键词】**新媒体;乡村振兴;井冈山;传播模式

### New media helps to build the communication model of "rural revitalization"

#### ——Taking Jinggangshan as an example

Xiaoli Wang, Linna Xu, Yaqi Duan, Yifan Zhang

Nanchang Business School, Jiangxi Agricultural University, Jiujiang, Jiangxi

**【Abstract】**In 2021, a major task for realizing the great rejuvenation of the Chinese nation is to comprehensively promote rural revitalization. In the context of rural revitalization, new media is facing many difficulties in communication. Although Jinggangshan has used new media to help rural revitalization by forming characteristic industries, the integration of red tourism and the matrix of Jinggangshan communication, there are still many difficulties to overcome. In order to tell the story of "rural revitalization" well and gather the great power of revival, this article takes Jinggangshan as an example to explore how new media can help "rural revitalization" to construct a new mode of communication.

**【Keywords】**New media; Rural revitalization; Jinggangshan; Communication mode

2017年2月26日,井冈山市宣布脱贫摘帽,在全国范围首先宣布了摘除贫困县的帽子,在脱贫攻坚的道路上一直处于领先地位。2021年2月25日,习近平总书记在全国脱贫攻坚总结表彰大会上宣布,我国脱贫攻坚战取得全面胜利,中国由此进入脱贫新时代并全面推动乡村振兴战略。精准扶贫是乡村振兴的基本前提和必要条件,井冈山精准扶贫的完成为继续迈进乡村振兴的发展奠定了坚实的基础,也是井冈山发展的必由之路。井冈山借助新媒体作为其促进乡村农业、产业、生态、文化发展,助力乡村振兴的有力工具,伴随着新媒体的蓬勃发展,乡村振兴与新媒体慢慢融合形成新的乡村治理模式。

### 1 新媒体助力井冈山乡村振兴的主要类型

#### 1.1 微信公众号搭建“供需”桥梁

当前经济社会的不断发展,社会的不断进步,社会的主要矛盾中也提到当前的人民对美好生活的无限向往。目前井冈山市以科技和农业技术为基础创新发展了特色主导产业,而足以富户的万顷良田、万亩特色农产品的销售更离不开新媒体的助力。疫情期间,井冈山报“乡村振兴”微信公众号主动为农民和市场消费主体搭建沟通桥梁,使农民拥有畅通的销售渠道,为农民销售农产品。直播助农等新媒体方式更让农户和直播平台双双受益。

新媒体平台推送的最新的农业惠民政策和相关创新耕作方法等信息都给农民带来直接或者间接的经济效益。农民不仅可以及时知晓行业政策,更可以学习新技术依托农业发展,得到最实在的福利。只有人民一起努力,配合乡村振兴的发展,了解相关政策和办法,增添他们的脱贫信心,才能打牢乡

乡村振兴的思想基础,为精准扶贫添加精神动力、发展魄力和、创新潜力。

### 1.2 “红旅融合”变现文化资源

近年来,井冈山各地区在井冈山政府的领导下,以红色文化为核心,为打造好井冈山乡村旅游,让井冈山乡村振兴走得更美,形成具有江西特色的红色旅游结合发展模式(即“红色旅游+乡村旅游”)。<sup>[1]</sup>井冈山从相关故事出发,运用短视频孕育具有本土特色和本土优势的新的“短视频+井冈山文化”传播形式,利用各种红色资源,打通线上线下的隔阂,拉近井冈山文化与群众的心理距离。

如井冈山神山村,抓住红旅融合的新契机,通过开展红色教育、售卖红色旅游商品、打造精品乡间民宿等方式,帮助破旧农村完成优美景区的大改造,群众生活也得到了改善,群众成为了民宿老板。红色旅游宣传不再是冷冰冰的说教式灌输,新媒体互动新方法给红旅融合带来了温度,也让更多人与井冈山文化产生共鸣。

### 1.3 “宣传矩阵”助力乡村治理

新媒体有传播面广、传播速度快等优势。在传统媒体基础良好的背景下,借助新媒体推广农业新闻是井冈山乡村振兴的重要创新举措。《井冈山报》与当地农业农村局达成友好合作,不仅为农业新闻开辟报纸专栏,还创立了“乡村振兴”微信公众平台。“乡村振兴”每周三和周五的农业新闻,在满足广大农民多元、的信息需求外,还为当地的农业新闻传播增添动力。

除此之外,《井冈山报》打造了乡村振兴新闻宣传队伍,建立了全市乡村振兴新闻宣传交流群,人员组成主要是全市各县(市、区)新闻宣传通讯员和农业农村局宣传工作人员。<sup>[2]</sup>只有走到基层、扎根田间地头,才能用心听到农民的声音,为农民发声。除此之外,将农民作为新闻宣传的主体,除了将内容聚焦在农民的生活状况上,更可以更加关注到农民关注的信息,比如农业政策、农产品信息等,及时为农民生产提供帮助,为农业发展提供新思路。

## 2 新媒体助力井冈山“乡村振兴”的困境

### 2.1 动力缺失:全媒体人才补给乏善可陈

在党的十八大以后,习近平总书记在多个场合提及新闻传播和新兴媒体发展的重要性,指出要提

高当前新媒体从业者的整体素质,加大力度培养全媒体人才。当前,新媒体行业作为新业态中勃兴的新行业,对摄影摄像、剪辑包装、宣传营销、网络账号运营与公关等方面均有涉猎。但目前井冈山地区大部分的新媒体从业人员都是从传统媒体转型而来,存在当地的媒体从业人员对新媒体专业知识的了解程度比较欠缺,整体传播效果不佳。在传统媒体的影响下,从业人员的自主创新能力不足,用户黏性不强,阅读量浏览量一般。

当地农民在推动发展中,只能在生产环节中发挥重要作用,对于本地营销和宣传产品缺少经验,对新媒体行业的了解有所欠缺,如果想发展副业自己宣传,难度普遍较大。再加上乡村对比于城市的基础设施、人才引进战略、发展前景等条件存在一定程度的差距,让井冈山的从业环境雪上加霜。

### 2.2 算法特性:信息茧房导致传播同质化

随着网络科技的逐步发展,新媒体利用算法筛选并推送用户对显示出兴趣的内容,但是这一部分内容却又成为了算法过滤的凭据,久而久之,就导致了用户无法接受兴趣以外的新类型信息。这些技术虽然能够迅速锁定目标用户,以最大效率地完成对新媒体内容的精准投放,但由于长时间处在以兴趣导向的信息中,很容易就把目标用户完全封闭在该领域中,这个现象也被叫做“信息茧房”。“信息茧房”现象减少了扶贫类内容通过新媒体传播和接触大众的机会,使其难以真正“走出去”。

新媒体传播现大多以短视频为主,依托抖音、快手、西瓜视频等平台进行制作和发布。区别于传统媒体制作成本高、门槛高的特点,新媒体制作要求较低、工序简单便捷、形式固定,因而大多新媒体从业者存在“半路出家”的状况,内容创新少、常以追随热点事件为制作出发点,同质化严重,视频制作定位单一,多元化单元亟待扩充。

### 2.3 水平受限:内容制作团队上升空间大

随着互联网的发展,当前宣传工作离不开新媒体的支持。但新媒体相较于传统媒体,新媒体的内容信息存在着碎片化的特征,这也意味着时长更短,制作更简便,因此,制作团队往往面临着成员组成简单、制作水平有限的问题。仅通过个人社交平台编辑撰写或个人团队脚本制作、拍摄、剪辑包装就可以发布的内容,对信息的新颖性和接近性要求较

高而对于制作环节完整、制作水平精良的要求大大降低。

并且在组建团队时,团队的建设、人力资源的整体划分没有得到合理的解决,从而导致了在工作过程中可能出现同样的内容被无意义的多次报道,内容雷同,传播信息同质化严重,也可能出现在一个报道中出现项目分工不均,出现一人完成多个工作的局面,这样都会导致信息质量的下降,减少了群众的阅读兴趣,也让整个团队进入无意义的内耗中。

#### 2.4 场域未成: 传受双方意义空间不共通

在乡村振兴的背景下,井冈山发展新媒体的初衷是为了助力脱贫,用新媒体助力乡村振兴,让贫困的群众过上好日子。同时也可以新用媒体向社会展现出在此背景下井冈山的整体变化,人民脱贫后社会变得更加美好的社会风气。

但事实却和设想的有所差距,伴随着新媒体行业的勃兴,掀起了制作者对点击量和流量的狂热追求,因此对于网络移民中较晚接触新媒体的群体——乡村网络移民,还未树立较为客观的价值观,容易导致他们出现金钱至上的观念,使群体认知偏斜发展轨道,对于“来钱快”的制作方式也会更具有情感倾向,从而丧失必要的理性,造成价值取向的偏颇。对于当前乡村的“网络移民”来说,最主要的是树立正确的情感认知与价值取向,而不是直白的博取同情和获得金钱收益。新媒体是帮助乡村振兴的工具和助力,但也不能变成只为赚取利益不择手段的“赚钱机器”。

### 3 新媒体助力“乡村振兴”的传播创新策略与路径

#### 3.1 推进融媒体平台建设,激发乡村振兴的内生动力

井冈山有着丰富的红色文化资源、旅游资源和农产品资源,有着很大的发展空间。2021年中央一号发布文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》,根据 Quest Mobile 提供的数据显示,我国网络用户每天使用短视频应用时间超过四分之一,我国使用网络短视频的用户人数将不断扩大。如今新媒体快速发展,运用新媒体巩固扶贫成就,助力乡村振兴,是当今时代发展的趋势和重要方式之一。

井冈山拥有着十分广阔的新媒体平台,但主要宣传都在中央媒体、主流新闻网站,希望新媒体平台加强对井冈山地区的关注,带动更多自媒体行业发展,增加井冈山的宣传曝光量,让井冈山宣传“取之于民,用之于民,让更多人关注井冈山,破除大众对井冈山的固有观念,建立更有吸引力、亲和力的井冈山。有关部门可以充分利用新媒体平台,讲好井冈山故事,展现美丽乡村,推动乡村振兴,及时向观众展示井冈山的日常生活、农副产品的生产过程以及红色文化在乡村振兴中所展现出的精神风貌。

#### 3.2 加强新媒体人才队伍建设,提升乡村振兴传播力度

政府与企业联动,推进人才落地政策的制定,提高当地人才流入吸引力,不断优化人才创业环境,完善服务配套设施,为人才打造舒心的工作生活环境。加强高素质专业化新闻队伍建设,培养一支有思想、有温度、符合主流媒体需要的全媒型人才,集采访、写作、编辑、播音等多元知识与技能复合于一身的专家型人才,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。以行业需求为导向,结合当地农业发展情况,引进相关人才带动农民学习和使用新媒体,强化农民自主进行互联网教育和信息技术教育,让新媒体人才和农民成为主角和受益者,以有效促进农业依托新媒体平台发展,进而推动社会 and 经济发展,实现乡村振兴。

#### 3.3 多元化方式赋能传播,重塑乡村振兴自信

大型扶贫公益活动《美丽乡村我代言》活动旨在通过全民参与,在各地选出地方“代言人”,其类型有:公知、文艺工作者、媒体行业人员、党员干部、农民群众等各界人士,通过短视频、文艺汇演、网络直播等方式借助互联网平台为美丽乡村代言,吸引更多演艺明星和网络红人积极参与到活动中来。利用“明星”代言人的晕轮效应为提升活动影响力提供抓手,助力地区打造互联网产业孵化基地,实现网络直播、展示、销售等各项功能,促使更多的人加入到脱贫攻坚的行列中来。

目前井冈山在乡村振兴的征程上仅局限于乡村改革和发展,缺少互联网“星”助力。通过互联网和新媒体平台可以给全国观众多维度展示井冈山美丽乡村的新风貌,借助“代言人”影响力塑造具有

井冈山特色的 IP, 展现宣传井冈山秀丽的风景、灿烂的革命历史和丰富的农产品等, 吸引众人将目光聚集在井冈山地区, 加大井冈山品牌宣传力度, 助力巩固井冈山脱贫攻坚成果。

### 3.4 挖掘乡村文化价值, 发挥乡村振兴“在地性”优势

在井冈山地区、新媒体领域内推动、激活和统合士农工商四方联动、垂直服务所需的全部资源的内容优势, 依托互联网平台实现流量变现, 加强新媒体领域头部优质内容输出, 在活动宣传、直播带货、政务宣传推广、城市形象推介等领域结合当地实况进行深耕式运营; 同时巩固发展腰部力量, 支撑当地文化与经济、政治、社会同步发展, 借助当地广电集团的公信力实现优质内容的向内向外同步宣传, 实现网状辐射结构。协调文化发展步调, 统筹头部腰部力量进行文化输出, 实现各方面各阶段均衡发展。

创新“因时制宜、因地制宜”政策落实情况, 结合当地基础设施建设与科技文化状况, 带动富民工程、惠民工程与利民工程的推进, 利用当地文化创造新媒体时代下的新价值, 助力当地经济发展与社会进步。

## 5 结语

在实现乡村振兴的道路上, 新媒体占据着越来越重要的位置, 但同时也存在一些问题。生产者和新媒体资源使用者没有进行充分的统筹结合在新媒体时代下“流量变现”的途径还没有被彻底打通,

应通过政府与广电集团联合打造融媒体平台, 让广大人民群众了解新媒体的重要作用, 借助新媒体为载体输出红色文化、红色旅游等优质内容, 充分发挥内容在地性的优势, 使得新媒体技术与乡村振兴有效结合, 利用有效的工具打造新媒体平台, 响应乡村振兴号召, 让井冈山在新媒体潮流中焕发新生机。

## 参考文献

- [1] 刘丽萍. 乡村振兴战略背景下农业新闻传播的有效路径——以《井冈山报》的《乡村振兴》周刊为例[J]. 中国地市报人. 2021, (03): 21
- [2] 周梦梦. “乡村振兴”视阈下江西省乡村旅游大开发研究. [D]. 南昌大学. 江西省 211 工程院校: 53

**收稿日期:** 2022 年 6 月 15 日

**出刊日期:** 2022 年 7 月 25 日

**引用本文:** 王小利, 徐琳娜, 段雅琦, 张一凡, 新媒体助力“乡村振兴”传播模式构建——以井冈山为例[J]. 科学发展研究, 2022, 2(2): 98-101  
DOI: 10.12208/j.sdr.20220048

**检索信息:** RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

**版权声明:** ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**OPEN ACCESS**