

网络与新媒体技术助力乡村振兴研究

高 瑞

(云南民族大学文学与传媒学院网络与新媒体2班, 云南昆明 650118)

摘要: 随着信息技术的快速发展, 网络与新媒体技术在乡村振兴中的作用愈发显著。本文通过分析网络与新媒体技术的特点, 探讨其在乡村经济、文化、社会和生态等方面的应用, 为乡村振兴提供通过网络与新媒体技术提出新的思路和路径。研究表明, 网络与新媒体技术不仅能够提升乡村经济发展水平, 还能促进乡村文化传承与创新, 增强社会凝聚力, 推动生态环境保护。因此, 充分利用网络与新媒体技术, 将为实现乡村振兴目标提供强有力的支持。

关键词: 网络技术; 新媒体; 乡村振兴; 经济发展; 文化传承

乡村振兴是我国在新时代背景下提出的重要发展战略, 旨在多措并举解决农村经济、文化、教育等问题, 缩小城乡发展差距, 全力解决“三农”问题, 让农民共享发展成果, 提高他们生活幸福感。新时代背景下, 网络与新媒体技术为乡村振兴战略建设开辟了新渠道, 帮助农村借助微信、微博、抖音、快手、小红书、淘宝等新媒体平台宣传销售特色农产品、乡村旅游景点, 促进乡村经济发展; 通过网络与新媒体技术传播积极向上、激励人心的内容, 如励志故事、感人事迹等正面价值观正能量, 推进乡风文明建设。同时, 网络新媒体技术还促进了乡村文化传承与创新, 打造特色产品、文化创意产业, 助力乡村振兴建设。创新扩散理论指出, 新技术的采纳和扩散需要经过认知、兴趣、评估、试验和采纳五个阶段。在乡村建设中通过政府引导, 可以加速网络与新媒体技术在乡村的推广应用。本文将从多个维度探讨网络与新媒体技术如何助力乡村振兴, 并提出相应的建议。

一、网络与新媒体技术的特点

(一) 信息传播的高效性

网络与新媒体技术能够实现信息的快速传播, 打破了传统信息传播的时空限制。乡村居民可以通过手机、电脑等终端, 随时随地获取最新的政策、市场信息和技术知识。这种高效的信息传播方式, 为乡村经济发展提供了有力支持。

(二) 互动性与参与性

新媒体技术使得乡村居民能够快速获取信息和参与传播。通过社交媒体、短视频平台等, 乡村居民不仅是信息的接受者, 更是信息的创造者和传播者。这种参与性增强了乡村居民的自信心和归属感, 有助于激发他们的创造力。

(三) 数据驱动的决策支持

网络技术的发展使得大数据分析成为可能。乡村振兴需要科学的技术支持, 而数据驱动的决策能够为乡村发展提供更为精准的指导。通过政府主导对农业生产、市场需求等数据的分析, 乡村可以更好地把握发展方向。

二、网络与新媒体技术在乡村振兴中的应用

(一) 促进乡村经济发展

1. 信息传播与知识普及。新媒体技术通过社交媒体、新闻网站等平台, 为农民提供了丰富的信息资源。根据信息传播理论, 网络与新媒体技术通过高效的传播渠道, 为乡村居民获取政策、市场和技术信息提供了便利, 促进了信息的平等共享。例如中国农技推广信息服务平台, 该平台通过 Web 端、APP 和公众号 3 个渠道提供服务。该平台分为“农技问答”“农情快报”“科技服务”等版块, 满足不同用户的需求。农业农村部科技教育司主管的中国农技推广信息服务平台统计, 目前平台覆盖全国 2845 个县(农场/垦区), 注册用户总量达 1300 万, 已成为用户量最大、活跃度最高、资源最丰富的农业科技服务知识社区, 有效拓展了基层

农技人员和农户学习新技术的渠道。

2. 拓宽农产品销售渠道。利用电商平台、直播带货等形式为农产品提供更广阔的销售渠道, 越来越多的乡村产品通过网络走向市场。减少中间环节, 提高收入。例如, 云南苹果、茶叶种植户, 通过新媒体直播平台, 推销当地特色农产品, 显著提升了销售额。通过大数据分析, 发现直播带货的转化率远高于传统的线上销售模式。同时, 在传统销售模式的基础上增加了新渠道。

3. 品牌建设。新媒体技术帮助农村打造品牌形象。例如, 某村民通过抖音短视频展示当地农产品的生产过程和质量优势, 吸引了大量公众关注, 提高了产品的知名度和市场份额。通过对抖音平台的数据挖掘, 发现短视频的内容质量和用户互动、真实感是吸引用户和塑造品牌的重要手段。

4. 推动乡村产业升级。新媒体技术可以促进传统农业的发展模式和新型农村建设及农业技术运用和农副产品新的销售渠道的深度融合, 推动乡村旅游、农村电商等新兴产业的转型升级。

(一) 文化传承与创新

1. 乡村文化的传播。新媒体技术为乡村文化的传播提供了新的平台。通过短视频、直播等形式, 乡村的传统文化、民风民俗得以更广泛地传播。乡村的非遗项目通过新媒体技术提升知名度和影响力, 吸引更多的年轻人学习和传承。

2. 文化创意产业的发展。网络与新媒体技术的应用也推动了乡村文化创意产业的发展。利用当地的文化资源, 结合新媒体技术, 开发文化创意产品, 实现经济与文化的双重收益。

(二) 社会治理与服务

1. 政府服务的数字化。通过政务服务 APP、社交媒体等渠道, 及时发布政策信息, 方便乡村居民解读政策内容, 提高政策透明度。新媒体可以帮助地方政府及时收集民众意见和建议, 提高决策的科学性和民主性, 增强公众对政府信任和支持。

2. 社区互动与参与。新媒体技术促进了乡村居民积极性。通过社交媒体和短视频平台, 乡村居民不仅能够获取信息, 还能参与到信息的生产和传播中, 增强了社区的凝聚力和创造力。通过微信群组织村民讨论村庄发展规划, 提高了村民的参与意识和满意度。政府可以通过对乡村的社交网络, 在信息传播后意见的形成中分析新媒体起到的作用。微信的开放性、便捷性使得村民更容易参与到公共事务中来。

(三) 生态环境保护

1. 环境监测与管理。利用网络与新媒体技术实时发布乡村生态环境监测土壤、水质等环境指标, 为乡村的可持续发展提供传播支持。

2. 生态宣传与教育。新媒体技术可以用于生态宣传与教育, 提高居民的环保意识。例如, 通过发布通知、生态环保宣传文章、短视频等, 向居民普及环保知识, 增强他们的环保意识。

三、网络与新媒体技术助力乡村振兴的挑战

尽管网络与新媒体技术在乡村振兴中发挥了积极作用，但仍面临一些挑战。

(一) 数字鸿沟

在一些偏远地区，网络基础设施建设滞后，导致部分乡村居民无法享受到网络带来的便利。这种数字鸿沟限制了乡村的发展潜力。

(二) 信息安全与隐私保护

网络与新媒体技术的广泛应用也带来了信息安全与隐私保护的问题。乡村居民在使用网络时，可能面临个人信息泄露、网络诈骗等风险。

(三) 技术应用的适应性

乡村居民对新媒体技术的接受程度和应用能力参差不齐。部分老年人和低收入群体可能对新技术的使用障碍，影响了技术的普及和应用效果。

(四) 缺乏高素质新媒体人才

农村的常住居民中由于受教育程度偏低，对新媒体的了解不全面，还是以传统种植业、养殖业为主，很少主动发展电子商务、乡村旅游等新兴产业，无形中降低了新媒体技术的实用价值；乡村对于懂新媒体技术的人才存在很大缺口。乡村人才引进政策不完善，无法吸引优秀人才前来乡村就业，导致出现“留不住”“引不进”新媒体人才的问题。

(五) 新媒体基础设施建设比较薄弱

由于乡村基础设施配套建设上处于逐步完善的过程，部分偏远乡村网络覆盖率比较低、网络质量比较差，导致新媒体服务质量下滑，不仅影响了村民正常的网络使用，还影响了网络营销、电子商务等工作的开展，降低了乡村的服务管理和信息沟通的快捷性。

(六) 新媒体资源运用缺乏系统性

目前乡村政府在新媒体利用上缺乏整体性，只是简单设置了居民医保缴费、信息公开、村民微信群，没有建立系统性的新媒体平台。此外，政府和乡村企业也在利用新媒体技术进行对当地非物质文化遗产、古建筑、特色美食等宣传不到位，导致乡村文化特色产品、产业特色难以“走出去”。

(七) 农产品网络营销受阻

随着电商行业发展迅速，但是由于农民们新媒体技术应用能力比较低，虽然开通了线上销售，但是农产品销售并不理想，导致农产品滞销，影响了村民们的经济收入。很多农民对新媒体平台建立品牌的模式并不熟悉，虽然开通了网店，但是难以利用新媒体等方式宣传特色农副产品，导致网络销售受阻，影响了农村电商产业发展。

四、推动网络与新媒体技术助力乡村振兴的对策

(一) 构建数字化政务平台，提高乡村治理质量

要因地制宜，立足当地乡村经济发展需求，利用好数字化政务平台，积极实现数字化、智能化管理，进一步提高乡村治理水平。通过政务APP、社交媒体平台等新媒体发布国家各项政策、当地招商引资等新闻，搜集群众意见，真正解决百姓关注的热点问题，提高政府决策的民主性和科学性。其次，可以利用新媒体开展舆情管理工作，在新媒体平台设置“投诉与建议”模块，了解群众诉求，例如留守儿童教育、贫困户帮扶、农业技术指导等诉求，及时安排相关技术人员帮助村民解决问题，提高群众满意度。例如政府部门可以在微信公众号公布领导班子成员基本信息，接受广大群众监督，增强他们对政府的信任与支持。

(二) 建立农村电商中心，促进农村电商产业发展

要积极建立农村电商中心，构建“互联网+”农产品销售平台，

开辟农产品销售新渠道，帮助农民解决销售问题，提高他们经济收入。政府要增加在电商中心建设上的投入，建立农村电商中心，打破时间、空间的限制，线上推销当地特色农产品、深加工产品，进一步扩大农产品知名度，降低农产品销售与宣传成本，扩大农产品销售渠道，把农产品销售到全国各地。例如村民可以开通抖音、淘宝账号，开展线上直播带货，介绍有机农产品特点、生长环境、烹饪方法和营养成分，并积极与直播间用户互动，吸引更多消费者关注，促成线上订单，提高农产品销售量，帮助农民增加经济收益。此外，还可以利用新媒体宣传特色农产品，拍摄宣传短视频，在各大新媒体平台进行推广，让更多消费者了解特色农产品，打响特色农产品品牌知名度，提高农产品市场竞争力。积极引导农村开展新媒体技术的应用及推广，把农村特色小吃、美景风光、特色农产品推向全国，提升销售额，利用大数据汇总电商平台数据，帮助农民精准掌握市场动态。

(三) 打造农村文化创意产业，促进乡村文化发展

网络与新媒体技术促进了乡村文化创意产业的发展，为乡村非物质文化遗产、民间文化发展开辟新路径，让乡村文化焕发出生命力，打造特色文旅融合产业，展示当地的民俗风情，吸引国内外游客，促进乡村经济发展。基层政府要深入挖掘地域文化特色，利用网络与新媒体数字技术开发创意文化产品，凸显地域文化特色，实现经济与文化的双重收益。第一，文旅部门可以深入各个农村，搜集非物质文化遗产、手工艺品、特色美食等特色文化素材，织当地非遗传承人、艺术家联合开发文创产品，促进不同艺术的融合，打造文化产业品牌，提高乡村文化竞争力和创新力。第二，政府要积极促进文旅融合产业发展，促进乡村文化与文化产业的融合，打造特色旅游线路，吸引更多游客，打造乡村文旅融合品牌。

(四) 完善新媒体基础设施，赋能乡村经济发展

首先，要增加在乡村新媒体基础设施建设上的投入，改善偏远乡村网络状况，为乡村新媒体技术应用奠定坚实基础。扩大乡村网络覆盖面，让偏远乡村也可以享受高质量网络服务，让村民们通过新媒体平台获得农业方面知识，为他们农业种植、互联网推广农副产品、特色商品、文旅融合提供专业指导。其次，要重视乡村新媒体基础设施建设和维护，扩大乡村互联网覆盖面，实现技术共享，真正赋能乡村建设。

(五) 培养新媒体人才，助力乡村振兴建设

基层乡村要大力开展新媒体技术应用技能培训，提高乡村居民的新媒体应用能力。鼓励高校毕业生和返乡创业青年投身乡村新媒体领域，提供政策支持。加强与企业合作，吸引新媒体企业入驻乡村，带动本地人才的培养和发展。

五、结论

网络与新媒体技术为乡村振兴提供了新的机遇。有效利用新技术，让乡村在经济、文化、社会和生态等建设方面实现高效使用。但是，在解决人才培养、信息安全和技术适应性等方面仍存在困难。未来，需各方共同努力，才能让网络与新媒体技术在乡村振兴中发挥更加重要的作用。

参考文献

- [1]《乡村振兴战略规划实施报告(2018-2022年)》[J].世界农业, 2023(03): 2.
- [2]董玉宽, 张莹, 张慧欣. 乡村振兴视域下“三农”短视频传播研究[J]. 沈阳农业大学学报: 社会科学版, 2023, 25(3): 345-349.
- [3]陶雅. 乡村振兴背景下农产品新媒体营销策略——以“三只松鼠”为例[J]. 江苏农业科学, 2022, 50(24): 233-237.