

用短视频描绘乡村振兴锦绣图

于祚

春日播种待秋实,每到九月念丰收。以往,由于供需信息不对称等原因,农户最担心的是“农产品出不了村”的问题。短视频平台则以“涉农内容生产”与“信息连接”为双擎,打通农产品上行通道,生成助农的巨大势能,聚合起裨益乡村振兴的强劲动能。

在短视频平台上,很多“新农人”都是集农户与网红于一身。他们利用短视频易创作、微记录、可视化、轻传播的特征,发挥直播真实可感、强互动性的特点,直接带货卖货,拉动了自家或全村的农产品销售,进而带动了相关产业的发展。

原本供职于湖南广电的涟源女子龚红玉,辞职回家后用镜头记录湖南的村镇和乡村美食,走红于网络,之后她在抖音电商带货家乡农产品,一年卖出上千万元湘货。内蒙古非遗蒙古族风干牛肉制作技艺传承人图亚,在50岁后才开始尝试通过短视频介绍家乡美食。如今,图亚不仅成功在抖音售出2万多件草原特产,还与当地200多名牧民达成合作。过去牧民们养牛后都是整头售出,价格约为1.7万元,但现在通过制成牛肉干、酱牛肉等美食,一头牛的价格可以卖到3.2万元,农牧民的生活得到了很大改善。

值得一提的是,在抖音上,这种生活化场景、故事化情景外加精细化运营的模式,能让许多农产品品牌更深入人心。农产品的种植、养护、生产、加工等流程被场景化呈现,能提升网民信任度和下单积极性;很多三农短视频中的带感故事,能为植入的农产品赋予价值主张,快速有效建立情感共鸣,让农产品品牌力在自来水式传播中强化;精

细化运营则可以推动内容供应链与产品供应链的双链融合。

当那些田间好物通过短视频与直播被五湖四海的网友“种草”“安利”,农产品上行之路自然也能更通畅,更多农民也能从中切实受益。

除了推动农产品销售外,短视频还能助力乡村文化传承、助力乡村生态保护。

在短视频平台上,有大量“天然去雕饰”的村播内容,扎根农村的三农创作者通过镜头展示着家乡的秀美山川、乡土日常、土特产品和独特风俗。短视频的低门槛创作与“随手拍、随时发”特征,直击了乡村民众内心潜在的自我表达欲望,让他们有了更丰富的精神文化生活途径。

这些“元叙事”式创作反映出的乡村原生态生活场景,呈现的不只是那些隽秀的自然风景,还有丰富的人文景观。屏幕中的画面不仅让都市人群的“田园牧歌”情节有所寄托,也让大山里的美景、美食被看见,吸引大家去感受淳朴乡村的魅力,也让更多“新农人”返乡创业并用知识技术反哺家乡。

这其中,还有不少拥有丰富自然资源和历史文化价值的古村落,本来藏在深山人未识,人去房空,日益破败,但短视频对其古韵的呈现,让它们被外界知晓,古村也得到了更好的保护及可持续的发展。比如浙江丽水的横樟村,就是个聚族而居的古村落,村中有文物古迹20多处,古道、古桥、牌坊、古银矿洞、摩崖石刻等保存完整,传统建筑群古朴自然。2014年,在杭州创业受挫的大学生麻功佐,选择回到老家横樟村,接

过家族传统卖蜂蜜。通过短视频这一形式,越来越多的网友关注到了麻功佐镜头下的古村风光,横樟村因此走红,引发不少网民的自发打卡,横樟土蜂蜜也被带火,跃升成为“浙江省蜂蜜十大名品”。

中国农业大学农民问题研究所所长朱启臻说,中国的村落文化不仅表现在山水风情自成一统,特色院落、村落、农田相得益彰,形成的独特村落景观,更主要地表现在村落所形成的信仰、道德,村落所保存的习俗,村落所形成的品质和性格。“当我们戴着审视村落文化价值的眼镜走进村落时,你就会发现村落是一座文化的宝库,这里的一草一木、一砖一瓦,人们的一举一动,都被赋予了深刻的文化意义和乡土情怀。”

而短视频的可视化、具象化、立体化呈现,让包含村落文化在内的乡村文明得到了更好地传播,并以遵循乡村价值体系的“柔性助力”方式,涵养了乡村文化的活性,助力了乡村生态保护。

就此而言,短视频在助力乡村振兴方面大有可为;那些三农短视频与乡村直播,在凸显着中国乡村旺盛生命力的同时,还能带来“造血”效应,让乡村沿着自身价值谱系实现高质量发展。

乡村振兴,少不了数字化之力。今年中央一号文件提出,要实施数字乡村建设发展工程,推动新一代信息技术与农业生产深度融合。

互联网平台面对时代的召唤,该怎样利用数字化工具、信息化技术去更好地助农兴农?这是对平台的考验,也是平台面临的机遇。



▲王静尝试将家乡丰富的野生猕猴桃资源利用起来。



▲教更多人学种花是邱亚敏坚持做的事。



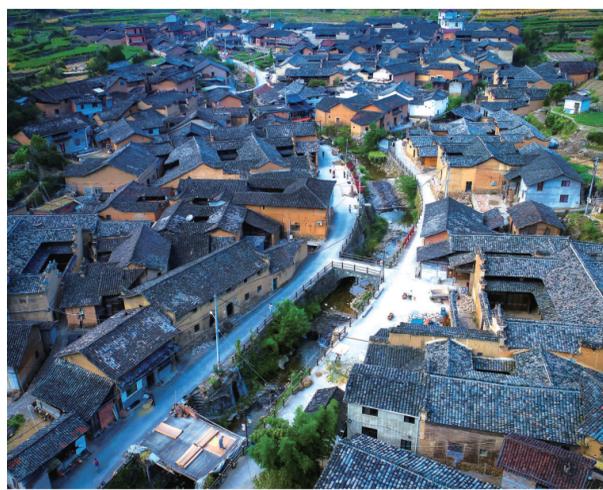
▲周昌南在田间地头教农民防治病虫害。

看见村里好风光

受限于地理位置、传播方式等客观因素,在过去的很长时间里,乡村总是处于被遗忘的角落。然而,随着短视频的兴起,低门槛、易上手的操作方式给了农民自我表达的机会,也让村里的好风光出现在许多人的手机屏幕上,被人们所看见。

比如浙江丽水市的横樟村,麻功佐等创作者用短视频让外界看到了家乡的美景,用直播为天然古法蜂蜜打开了销路。在抖音,先后涌现出了一批横樟村这样的“网红”村,引来网友争相打卡的同时,也为村里增产创收、村民实现共同富裕提供了新的思路。

这样的“网红”村不在少数,在短视频平台上,越来越多的乡村正在被看见。据抖音2021年6月发布的三农数据报告显示,过去一年,抖音农村视频总获赞量129亿,农村视频创作者收入同比增长15倍。



▲浙江丽水市横樟村通过抖音被更多人熟知。



▲麻功佐用短视频让外界看到了家乡的美景。

浙江丽水市横樟村

横樟村坐落在浙江丽水松阳县南部群山怀抱的谷地中,距县城28公里。村里留有保存完好的14座香火堂和一座祠堂,整个村落宛如一座微缩版的城池。群山如同城墙,水口形成城门,两溪在村中交汇,村子被溪流划分为3个区块,道路随着溪流转动,将村落扭结在一起。2012年,横樟村被评为

浙江省级历史文化名村,两年后又入选国家级传统村落名录。但受交通、传播方式等限制,长期以来,古村的传统建筑、民俗文化、美食特产少有人知,更别提来到村里切身感受了。

直到最近几年横樟村凭借秀美的风景走红抖音,原本“藏在深山人不知”的村子一下子吸引了众多游客打卡观光。

看到村里有了人气,曾经外出打工的年轻人也纷纷选择回乡创业。以麻功佐、@大山里的秘密等抖音创作者为例,他们一边通过镜头记录村里的风土人情,一边以直播的方式将家乡的特产好物推荐给更多的人。在这些创作者的帮助下,横樟村盛产的土蜂蜜已被列入“浙江省蜂蜜十大名品”。

河南新乡市小屯村

2020年3月,“90后”男孩尚勤杰因疫情原因,滞留在老家附近的河南新乡长垣市常村镇小屯村从事墙绘工作。历时一年多的时间,他用一支画笔让小屯村旧貌换新颜,从昔日人口稀少、摘帽不久的贫困村,变成了抖音热门网红景点。据尚勤杰介绍,一开始村民们并不十分认可自己的墙绘,但坚持画了3个

月后,事情出现了转机。墙绘渐成规模之后,逐渐开始有游客来村里拍照、打卡。有人将自己在墙绘前拍的视频发到抖音上,越来越多的人开始知道河南有个小屯村。受此启发,尚勤杰开设了自己的抖音账号@大新,定期发布自己在村里绘画的视频。他最受欢迎的一条作品,播放量超8000万,点赞259.6万。

小屯村走红后,来村里做客的人越来越多,看到村民采摘的蔬菜、门口堆起的粉条,也愿意买几包带回去。村民们也因此得以在家门口挣钱,省去了很多辛苦。2021年春节,小屯村迎来了又一个高峰期,日均客流量五六千人。有村民说,春节15天自己靠摆摊就赚了一两万元,相当于原来种地一年的收入。

四川甘孜州黑沟村

黑沟村位于甘孜藏族自治州泸定县东南部,距县城31公里,海拔最高处达3600米。2018年,成都市蒲江县司法局长塘司法所所长任显侨主动报名,就任泸定县黑沟村的第一书记。喜欢摄影的他,第一眼就被村里的美景所吸引。

如仙境。此后近3年的时间里,任显侨拍遍了黑沟村的每一个角落,并发布在抖音@蒲江光影、@华尖云峰两个账号上。随着视频走红,黑沟村这个少有人问津的偏远小村开始蝶变成网红打卡地。不少游客特意从各地赶来,只为欣赏雪山云海秘境。

据介绍,如今每年黑沟村接待游客1万人左右。有了知名度后,村里还第一时间发展起了民宿和餐饮,腊肉、藏香猪、土鸡、土鸡蛋、野生天麻等农产品也不再发愁销路了。光是2019年,村里中药材的销售额就达到37万余元,藏香猪也卖了50万余元。凭借“特色旅游+农业”的发展模式,目前黑沟村人均年收入已突破了1万元。

把技术送进万家

物性无不然,农业宜斤斤。想要收获丰收,除了辛勤的劳作外,也需要不断更新农业知识,因地制宜、科学种植。但在过去相当长的一段时间里,如何将农业技术准确传递到各家农户却是一个难题。

如今,通过短视频,越来越多的“农业技术员”开始在线开课,将自己掌握的知识以简单易懂的方式传播出去,助力更多农民实现增产增收。

@王静(农村生活记录者):用通俗的方式分享农技

“90后”苗族女孩王静是家乡贵州省施秉县的一名“科技特派员”。2014年结婚后,王静到当地一家菌种公司上班,一边干销售,一边向公司的技术员们学习菌菇的种植技术。虽然此前并未系统学习过农业知识,但对于如何选择菌种、准备基质、接种养护等技术细节,王静却一点就通。也正是这段经历,让王静积累了丰富的菌类种植技术。

女儿出生后,王静开始涉足电

商。一开始效果并不是太好,直到2019年尝试拍摄短视频后,她的创业之路终于迎来转机。在抖音,王静将自己掌握的菌类种植技术以短视频的形式进行拍摄、讲解,很快引发关注。评论区里,不少网友开始跟她学习使用玉米棒子种平菇的技术。“一开始,由于菌菇没有发出来,也有很多人质疑。但我想,既然决定了要做就一定要讲好种植技术。随着时间的推移,粉丝跟着视频学做的菌菇开始出菌,大家也就越来越认可我讲的

内容了。”

这位昔日的小学员如今已经成为当地有名的农技推广员。相比前辈们,王静更擅长用简单通俗的方式讲解种植技术,面对镜头也十分自信,她的短视频作品也因此受到关注,积累了200多万粉丝。现在王静不仅在网上传授农技,还帮助县里的八九百户农户带货,年销售额过百万元。经她一路指点的老乡王文远,也已成为当地的茯苓种植大户,带动了更多农户一起增产增收。

@小周说农资:将农学课堂搬上短视频

“无光不结果,无水不长树,无氮不长枝,无磷难成花,无钾难上色,无硼难坐果,缺铁新叶黄,缺镁老叶亡,缺钙黑点多……”对于学习植物保护(植物病虫害)专业的周昌南来说,顺口溜里提到的内容几乎已成常识,但如何让家乡的农民朋友也能学得会、记得住这些内容,却并不容易。

2009年周昌南从中国农业大学毕业,先后在一家农药企业做过产品研发、市场营销等岗位。工作期间,周昌南发现许多父母辈的农民由于缺乏专业种植技术和科学指导,很难走出“靠

天吃饭”的轮回。因此,2016年周昌南创立了自己的农资公司,并尝试做起了电商,为农民推荐优质的化肥、农药。此后带着农资、农技“上山下乡”,指导当地乡亲学习农业技术、防治虫害、提升土地产能成为这位“985毕业生”的工作日常。

然而,农村地域广大,即使整日东跑西颠,实际能辐射到的受众始终非常有限。如何提高农学知识传播效率,让更多农民学得会、记得住成为摆在周昌南面前的难题。2020年初,周昌南发现周围刷短视频的人越来越多,敏锐的他第一时间想到这或许是

不错的农技传播方式。

从2020年3月发布第一条作品,到逐步“爆款”频出的稳定阶段,半年时间里,周昌南几次调整了抖音账号@小周说农资的内容形式——从图片式的农资介绍,到田间地头真实场景的技术科普,再到Vlog式的真人直播,通过不断摸索,周昌南逐渐找到了用短视频教农学的最佳方式。目前,周昌南已在抖音积累了147万粉丝,评论区里时不时会有粉丝提问:“小周老师,蓝莓用啥能提升口感?”“小周老师,请问一下甜瓜得了白粉病应该如何治疗?”周昌南都一一解答。

@海蒂的花园:在网上教192万人学种花

邱亚敏并非专业花农出身,一开始,她最大的愿望不过是开一家属于自己的花园。

2008年,终于攒够启动资金的邱亚敏在四川成都人民南路开了自己的第一家花店。虽然店面面积只有13.6平方米,但对从小喜欢花花草草的邱亚敏来说,却是实现梦想的第一步。然而花店的发展却并未就此安稳下来,之后的12年里,因为房租到期不能续签、园林规划变更等各种原因,邱亚敏和自己小花园一共搬了13次家。

有了两个女儿后,邱亚敏决定发挥专长,送给女儿一个美丽的花园。历经6个月的奔波,“海蒂和噜噜的花

园”终于建成,其中海蒂和噜噜分别取自邱亚敏两个女儿的名字。在这个占地3000平方米的园子里,邱亚敏打造了公主花园、魔法花园等10个不同主题的小花园。为了进行品种测试,她一直坚持不打农药,“我想送给女儿的,不是一座娇饰过的‘盆栽’,而是一个真实而纯粹的生态。”邱亚敏说。

当花园里鲜花盛开后,美丽的景色很快吸引了不少人驻足欣赏,邱亚敏的花园也因此走红。一次,在与一位慕名而来的网友交流时,邱亚敏得知,对方是专门从邻省赶来,就是因为自己爱花却总是养不活,所以来当面请教。独乐乐,不如众乐乐。邱亚敏就此决定,把花园

景色与植物养护方法放到网上,让更多人欣赏到花海之美,帮更多人种植花草。

在向一位大学生参观者咨询后,邱亚敏开通了抖音账号@海蒂的花园,用短视频介绍花草种植的科普知识。种球如何过冬?月季如何爆盆?如何配置种花“神仙水”?她的选题几乎囊括了各种花卉的种植技巧。截至2021年9月,邱亚敏在抖音收获了192万粉丝,其中既有刚刚接触园艺的种花爱好者,也有已经有了多年经验的专业花农。邱亚敏相信,美丽的花海不应只存在于自己的花园里,通过短视频的方式,每个爱花的家庭都能学好养花。