

# 三农生活纪实类短视频发展研究

## ——以“石村小月”抖音号为例

李怡开, 戴钰慧

浙江财经大学东方学院工商管理学院, 浙江 嘉兴

收稿日期: 2022年12月7日; 录用日期: 2023年3月4日; 发布日期: 2023年3月13日

### 摘要

随着移动智能终端的普及和网络技术的进步, 催生了短视频行业的发展。三农主要是指农业、农村和农民。三农是一个关系到国民素质、经济发展和社会稳定的重要问题。生活纪实类短视频是新时代背景下专业内容生产主动适应新兴传播渠道的表现。本文通过以浙江丽水地区的抖音博主“石村小月”三农短视频生活纪实类进行梳理, 分析三农短视频生活纪实类的发展情况, 提出生活纪实类三农短视频号在新时代下的新发展趋势。

### 关键词

乡村振兴, 三农短视频, 生活纪实类, 石村小月

# Research on the Development of Short Video Life Documentary of Agriculture, Rural Areas and Farmers

## —Taking the “Shicun Xiaoyue” Tiktok as an Example

Yikai Li, Yuhui Dai

College of Business Administration, Oriental College of Zhejiang University of Finance and Economics, Jiaxing Zhejiang

Received: Dec. 7<sup>th</sup>, 2022; accepted: Mar. 4<sup>th</sup>, 2023; published: Mar. 13<sup>th</sup>, 2023

### Abstract

With the popularization of mobile intelligent terminals and the progress of network technology, the development of short video industry has been accelerated. Agriculture, countryside and far-

mers mainly refer to agriculture, countryside and farmers. Agriculture, countryside and farmers are an important issue related to national quality, economic development and social stability. Short video life documentary is the performance of professional content production actively adapting to emerging communication channels in the new era. This paper analyzes the development of the short video life documentary of farmers, rural areas and farmers, and proposes the new development trend of the short video number of farmers, rural areas and farmers in the new era by combing the Tiktok blogger “Shicun Xiaoyue” in Lishui, Zhejiang.

## Keywords

Rural Revitalization, Short Videos of Agriculture, Rural Areas and Farmers, Life Documentary, Shicun Xiaoyue

Copyright © 2023 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。在粮食安全越发重要的当下,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、国务院关于做好2022年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。2022年10月,党的二十大报告提出,要全面推进乡村振兴,坚持农业农村优先发展,巩固拓展脱贫攻坚成果,加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。

2021年6月10日,《中共中央、国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》发布,支持鼓励浙江先行探索高质量发展建设共同富裕示范区。据悉,浙江已谋划建立了一套目标清晰的指标体系,将用5年时间,实现9个核心目标指标,努力交出农业农村领域共同富裕的高分报表。浙江省农业农村厅相关负责人介绍,浙江将完善“五团发展、百带共富、千村未来、万村精品、全域美丽”的乡村整体布局,建设浙东滨海风情、浙南生态绿谷、浙西钱江山水、浙北江南水乡、浙中和美金衢“五朵金花”。丽水属于浙南绿谷,是浙江最大的绿水青山。没有丽水农民的小康,就没有浙江的小康。如果丽水的绿水青山不能源源不断地带来金山银山,浙江就无法回答好“绿水青山就是金山银山”这一重大命题。2022年2月25日,丽水市第五次党代会上全面总结了该市践行“绿水青山就是金山银山”理念的“八个必须坚持”的重要经验,成为指引丽水未来大踏步前进、大跨越发展的根本行动指南和重要战略思想的“四梁八柱”。同时,推出了一系列重要举措,其中重点提及了关于三农短视频自媒体的发展与规划。

人人自媒体背景下,互联网为乡村经济发展提供了新模式,三农短视频应运而生。与传统三农短视频不同的是,三农生活纪实类短视频除了碎片化的传播优势之外,还创新了主题和内容,打破了以往传统呆板枯燥的讲述形式,融合了现代流行元素,更加贴近受众心理,从而带来高关注度。抖音短视频平台上的三农生活纪实类短视频大多以专业化的团队创作或原创内容为主,创作内容涵盖旅游、生活、老

人等人文社会方面。三农生活纪实类短视频具有独特的传播意义和价值, 基于以上思考, 本文以“秀山丽水, 传承振兴”——浙江丽水的抖音博主“石村小月”为研究案例, 对三农短视频生活纪实类发展现状进行分析, 同时归纳其创作特点和组织形式, 并通过“石村小月”的案例探究其短视频自媒体发展存在的问题及原因。期望从中发现一些规律的东西和经验, 为同类型短视频自媒体的发展壮大提供理论和经验的借鉴, 更好地助力乡村振兴。

## 2. 相关理论基础与文献综述

### 2.1. 相关概念及理论

#### 2.1.1. 短视频

对于短视频的概念, 在学界尚未有一个明确的定义。汪文斌(2017)在《以短见长——国内短视频现状及趋势分析》中提到, 短视频的时长一般在 20 分钟之内, 大部分时长在 5 分钟以内, 主要依托移动智能终端传播, 适宜在移动社交平台分享[1]。王晓红、任垚媿(2016)在《我国短视频生产的新特征与新问题》中提到, 短视频是近年比较火爆的内容消费形式, 短视频全称为短片视频, 多指几十秒到 5 分钟以内的视频传播形式, 时长一般不超过十分钟。其内容多来源于现实生活, 以还原真实场景为主, 后期加工剪辑和配音较少, 主要在移动端播放。同时, 短视频具有简明、直观、生动、有趣、轻松等特质, 易于表达, 易于集中注意力, 易于病毒式传播, 也迎合了用户快速消费内容的阅读习惯[2]。

综合对以上定义的梳理, 将内容进行了归纳, 尝试将短视频定义为: 时长在 5 分钟以内, 主要依托移动智能终端, 可实现快速拍摄和美化编辑, 可以实时分享的新兴视频形式。

#### 2.1.2. 纪实类短视频

纪实类短视频是对以往传统电视纪录片的继承和发展, 随着传播媒介和受众的需求变化, 纪实类短视频依托媒介技术和网络叙事手法, 为纪录片的传播贡献了新的力量。一般认为: 纪实类短视频以真实性为原则, 取材于自然和社会, 呈现作者对事物认识的简短的非虚构活动影像, 时长在 12 分钟之内。纪实短视频具有制作周期短、个性化程度高、生产成本低、手机拍摄、实时传输、实时话题等特点, 但在创作和传播上呈现更加灵活和平台化的趋势。

### 2.2. 文献综述

#### 2.2.1. 国外研究现状

近年来, 由于新媒体的发展, 娱乐需求的增加, 网络环境的改善以及智能设备的普及, 各行各业都密切关注短视频。Yan、Wang (2019)指出, 作为一种新兴的媒体和一种新的信息传播方式, 它已经成为创造企业家和互联网名人的内容的主要生产形式。移动终端的广泛普及使得短视频成为人们接收信息的重要方式和娱乐方式, 以充分利用其零散的时间, 从而发展了“互联网名人经济”。短片凭借自身的优势逐渐发展成为一种新型媒体, 它创造了传统产品的替代品[3]。Kumar、Mandal (2016)提到, 纪实类短视频对于农业传播的作用, 指出早期关于农业的报道主要限于自然灾害、粮食短缺和粮食价格上涨等农业信息方面, 而在提高决策者和广大公众对农业的认识以及传达农民的需求方面。这一观点的提出, 拓展了纪实类短视频对乡村建设影响的研究范围[4]。印度学者 Bhatia、Pathak-Shelat (2019)研究了在乡村社会结构所施加的限制和规范内, 乡村儿童群体与媒体的活动及方式。这对于探索纪实类短视频对乡村建设的影响具有重要意义[5]。同年, 美国学者 Ali、Duemmel 研究了过去三十年来美国乡村公用事业服务对农村宽带政策的影响。推动传播政策学者考虑非传统的传播监管机构在传播乡村政策制定过程中所起到的作用, 再次体现了纪实类短视频对乡村建设的价值[6]。新西兰学者 Fountaine (2020)对多年来乡村纪

实类短视频进行了主题分析, 指出表达出了当下人们共同的社会理想以及集体怀旧情怀, 并指出纪实类短视频的内容取决于农业政策和结构, 影响着整个社会环境[7]。

### 2.2.2. 国内研究现状

马辉(2018)从叙事策略、内容生产模式、实践创作、商业化发展四个方面归纳总结人文纪实短视频的创作特色和出现的问题, 并且针对问题提出对策。另一种是从宏观的角度出发分析纪实类短视频的生产与发展[8]。韩飞、何苏六(2017)、丁雷(2018)从短视频的生产传播与发展的角度对短视频进行探究, 前者结合典型个案, 分析不同的纪实短视频平台的特点, 对纪实短视频的未来的发展提出了建议[9]; 后者则是从纪实类短视频的定义、媒体实例、生产创新及发展路向四个方面分析其整体情况[10]。雷蔚真、王宇(2020)指出, 随着移动智能终端的普及和网络技术的进步, 催生了短视频行业的发展。短视频的出现顺应了时代发展的潮流, 其凭借着其时间短、传播力强的特点, 满足了受众碎片化的阅读习惯, 因此获得了大量用户的使用与关注, 泛纪实内容生态的构筑, 影像更加真实化[11]。秦璇(2018)指出, “以互联网作为生产和传播平台的叙事艺术, 通常都要依照互联网平台的信息传播逻辑对自己讲故事的传统加以改造。”对于绝大多数的纪实短视频, 不仅可以完成对自然社会生活中完整事件的记录, 也可以呈现事件或事物的局部, 技术驱动下的自我互动更为成熟[12]。常江(2020)指出, “这种打破情节叙述的连续性的贴合方式, 在解构事件完整性的同时, 也在完成迎合新媒体传播特点的文本建构。”促进纪实短视频生产传播场景化, 唤醒情感共鸣[13]。薛文洁(2020)以“二更视频”为例, 探究纪实类短视频的传播特征, 具有一定的代表性和说服力[14]。李酉歆(2020)选择“快手”APP这个平台, 对其涉农UGC短视频进行内容分析, 以希塑造良好的农村形象, 进行更好的正面传播[15]。罗邮息(2021)认为, 在互联网技术日渐普及的多重时代语境下, 乡村题材纪实短视频在喧嚣短视频领域是一股清流的存在, 通过对乡村题材纪实短视频的叙事研究, 不仅印证中国特色社会主义乡村振兴道路的正确性, 也有益于助力乡村振兴[16]。

### 2.2.3. 文献述评

纵观国内外研究, 相同点是都经历了一个从单一到全面、再到细化的研究过程。综上所述, 关于短视频的理论研究主要是针对其现状、趋势、创作、运营的角度进行分析的, 从三农的角度进行研究和分析的文献较少, 而关于纪实类短视频的三农研究更是接近于无, 可见纪实类短视频在三农方面有很大的研究空间。

## 3. 案例研究对象介绍

### 3.1. “石村小月”简介

“石村小月”其视频主要展现农村生活, 抖音认证为乡村守护人。“石村小月”的账号, 博主是一对二十五岁的小夫妻。任小月大学毕业后, 嫁给农村小伙阿丁, 并跟随他到其家乡浙江丽水地区生活, 2021年12月30号, 石村小月发布了第一个生活纪实类的作品, 该视频涨粉无数, 随后保持四天一更的频率。目前, 其抖音账号粉丝911万, 获赞1.1亿, 几乎每条视频点赞量都在100万以上。小红书账号粉丝19.2万, 每条视频点赞量也在1.5万以上。其在2022年7月17日登上了央视“还有诗和远方”节目。

### 3.2. 以“石村小月”为例的生活纪实类短视频发展PEST分析

#### 3.2.1. 政治环境

中国作为农业大国, 农业的可持续发展一直广受关注。2017年, 党的十九大报告提出了实施乡村振兴战略, 指出农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题, 必须始终把解决好三农问题作为全党工作的重中之重。2019年8月26日, 丽水市响应党的号召, 成立关于丽水市“数字乡村·智慧三农”云

平台信息化项目建设的领导小组。2022年6月29日, 丽水市人民政府发布关于印发丽水市实施科技强农机械强农全面推进农业高质量发展的行动计划, 旨在全面实施科技强农、机械强农行动, 不断提高农业生产效率和效益, 推动农业跨越式高质量发展, 促进农民持续普遍较快增收, 助力丽水市共同富裕美好社会山区样板建设。为响应国家政策, 2020年抖音宣布推出“新农人计划”, 将投入总计12亿流量资源, 扶持平台三农内容创作。特别是在2020年脱贫攻坚决战决胜之年, 针对来自国家级贫困县的创作者, 平台将给予优先培训、流量加成等政策倾斜。任小月所拍三农短视频适应了三农政策, 同时三农政策也助力任小月此类短视频博主的发展。

### 3.2.2. 经济环境

作为全国首个农村电子商务服务全域覆盖的地级市, 丽水挖掘“绿水青山就是金山银山”理念价值转化通道, 打造“丽水模式”金名片, 2020年, 全市完成网络零售额481.6亿元, 相比2015年增长了296.6%。获批中国(丽水)跨境电子商务综合试验区, 创成省级农村电商创新发展示范区, 缙云、松阳、遂昌入选全国电子商务进农村综合示范县, 在阿里巴巴2016年发布的“电商百佳县”排行榜上, 丽水入围数量全国第一。2020年8月6日, 丽水开展了一场“两山路上看小康·丽水故事”的短视频大赛, 奖金最高一万元。变则通, 通则久。在数字经济、网红经济和农村电商发展大潮下, 丽水正持续将发展电商作为打开“两山通道”、助推乡村振兴、实现山区共富的“金钥匙”, 不断推进山区发展模式变革, 探索出电商高质量发展之路。在经济环境飞速发展, 短视频快速变现的时代, 任小月搭上了三农短视频的快车。

### 3.2.3. 技术环境

第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示: 在数字新基建方面, 截至2021年11月, 我国现有行政村已全面实现“村村通宽带”, 贫困地区通信难等问题得到历史性解决。国家信息化专家咨询委员会委员高新民说, 我国农村互联网基础设施建设全覆盖, 农村电商快速发展, 为提升农村网民规模、弥合数字鸿沟、加快乡村振兴提供了有利条件。移动通信设备的发展, 实现了人手一部智能机, 可以随时随地刷视频购物。同时短视频简化了传统的拍摄环节, 平台操作已经趋于“傻瓜化”, 让大多数群体都拥有了拍摄权。短视频无论是拍摄还是剪辑后期都得到了一定程度的简化, 降低了视频制作的准入门槛, 对于任小月这种没有经过训练的素人博主来说, 也可以较为轻松地掌握拍摄短视频的方法。

### 3.2.4. 社会文化环境

生活在当今的时代, 大量农村人民进城务工, 背井离乡。大多数城市生活的人与乡村都有着千丝万缕的联系, 他们或是从农村走出去的, 或是有祖辈亲戚生活在农村, 于他们而言, 乡村的生活日常和美食正是熨平他们快节奏生活压力感的“精神家园”。面对城市的高竞争、高压, 还有空气污染、食品安全等问题, 从小在城市长大的任小月毅然决然跟随阿丁回到农村, 并开始了短视频拍摄, 记录日常生活。其视频展现了原汁原味的农村生活及背后的乡土人情, 风格轻松简单舒适, 正是人们憧憬的样子。北京大学互联网发展研究中心主任田丽曾说道: “当今社会在追求现代科技生活的同时, 人们都藏着一颗对田园向往的心, 乡村生活视频的出现, 满足了此类情感投射, 也给予了部分观看者短暂逃离现实生活压力的契机, 因而受到大众欢迎”。

## 4. 案例分析: “MBI” 三农短视频生活纪实类发展三螺旋结构模型

### 4.1. MBI 三螺旋结构模型

自从十四五以来, 乡村振兴一直处于国家战略发展的重要地位。我们通过实地访谈的探究并结合参

考文献进而构建总结出三农短视频生活纪实类发展的“MBI”三螺旋结构模型。“M”即 model, 也就是“政平创研农”五方合力的主体模式; “B”即 brand, 就是农产品的视频纪实化; “I”即 internet, 就是其所生产、销售等环节所利用的相关互联网+的内容。我们以“石村小月”为例进行分析, “三螺旋结构”旨在表达我们希望利用一个螺旋型的创新标型, 进而描述整个发展过程中的多重互反关系, 详见图 1。

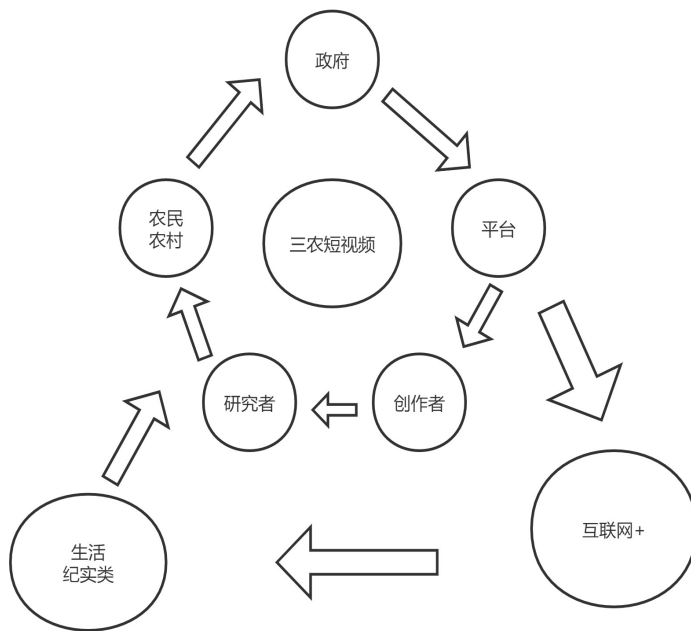


Figure 1. MBI triple helix structure chart of short video life documentary of agriculture, countryside and farmers  
图 1. 三农短视频生活纪实类 MBI 三螺旋结构图

## 4.2. 主体五边形协作并行

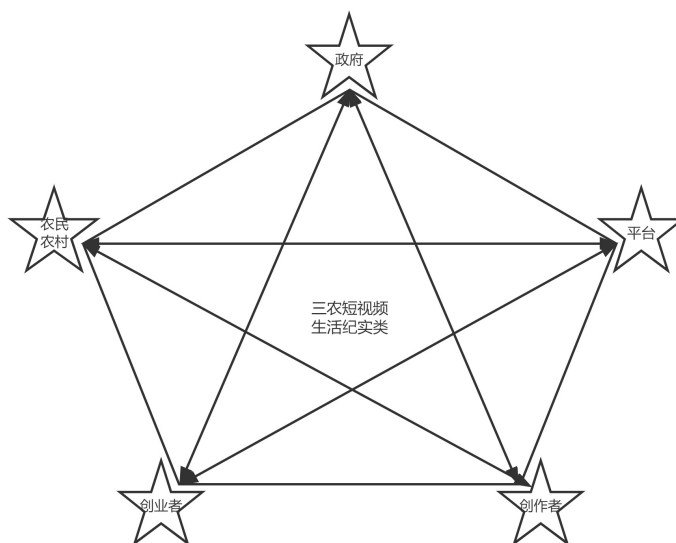
主体五边形是根据三农短视频的“政平创研农”发展模式所总结的, 独立主体的建立与发展看似独立, 但五个主体之间相辅相成互相促进共同发展, 详见图 2。

### 4.2.1. 政府: 支持、倡导、推动

在新媒体的影响下, 农村的振兴与发展正逐步走向“互联网+”之路。为吸引优秀的人才投身乡村振兴, 浙江省开启引才返乡工程, 实施“两进两回”行动, 即科技进乡村、资金进乡村、青年回农村、乡贤回农村。缙云县积极支持倡导并响应政策, 向全社会公开招募共同富裕合伙人, 探索“村 + 合伙人”的合作共建模式, “石村小月”也参与其中, 共享共建谋共富, 努力成为深入实施乡村振兴战略的新引擎, 为推动乡村振兴的进程提供动力。

### 4.2.2. 平台: 链接、探索、带动

抖音短视频平台注意到了生活纪实类视频背后蕴含的丰富想象力与强大生产力, 顺势推出“新农人计划”从流量扶持、运营培训、变现指导等全方面多元化链接扶持三农短视频创作者。抖音还通过“乡村大师课”、“中国农民丰收节”等多种探索活动力图利用平台扶植让创作者在短视频平台创作出更多优质内容, 带动平台生态向好发展。



**Figure 2.** The development model chart of “political peace, innovation and research on agriculture” of short video life documentary of agriculture, rural areas and farmers

**图 2.** 三农短视频生活纪实类“政平创研农”发展模式图

#### 4.2.3. 创作者：引导、总结、传播

创作者是新农人的代表，是助力乡村振兴中新鲜的血液。以自身的实践经历与全域视角探索引导和总结乡村之美，将个人发展与乡村发展纳入协同并进的路径，通过纪录的方式去传播，吸引更多人了解三农，继而带动三农高质量发展。“石村小月”不仅是新农人，也是乡村守护人，在抖音平台，其以自身之力，展现三农生活的本真，释放三农生活的魅力。

#### 4.2.4. 研究者：渗透、整合、创新

作为研究者，以“石村小月”为例，以小见大的渗透，从利益相关者理论的角度整合提出改善浙江丽水“三农”短视频自媒体，助力乡村振兴的途径。优化和创新短视频自媒体发展策略、传播平台的赋权与管理、多方助力三农短视频自媒体讲好新农村故事、发展协作性扶贫，助力乡村振兴。

#### 4.2.5. 农民农村：种植、转变、合作

农民和农村是三农发展的主力军。浙江农民通过新兴技术手段改变原有的种植方式与种植习惯，充分提高农业生产效率，参与数字化转型培训，将农业种植做到精准高效，从而做到增产增收，扩大了当地农业产业实力。浙江农村深入贯彻“绿水青山就是金山银山”的理念，做好最美乡村建设。二者相辅相成，合作共建美丽乡村，“石村小月”在这样的乡村环境下，通过镜头，记录美好生活。

## 5. “石村小月”类型的三农生活纪实类短视频经验总结

### 5.1. 政府政策支持

政府对于三农短视频方面大力支持，大力引进人才，倡导新农人加入，积极推动三农短视频生活纪实类的发展，有力带动当地特色产业的迅速进步和扩张，带动农业产业整体振兴，为乡村振兴的进程提供动力。

### 5.2. 平台支持与引流

短视频各大平台注意到了生活纪实类视频背后蕴含的发展潜力，顺势推出各种助力与引流计划，从

流量扶持、运营、培训指导等多方面扶持三农短视频创作者, 帮助创作者在短视频平台创作出更多优质内容, 促进平台更好发展。

### 5.3. 独树一帜的风格特色

“石村小月”有独有的开场白和背景音乐, 多角度多方面的去展现他们的乡村生活。泛纪实内容生态的构筑, 更加真实, 唤醒情感共鸣, 突出一种向内追寻生命的本体意义、向外激发乡愁怀旧的集体情感。

## 6. 基于“石村小月”三农生活纪实类短视频发展经验的优化延伸

### 6.1. 政府制定相关政策

在乡村振兴的过程中, 政府政策是最有力的风向标, 政府的引导作用不可缺失, 政府作为国际传播最核心的主导地位不可撼动。一方面, 政策能够使国家形象潜移默化又深入人心, 打通了具有共通价值观的情感连接, 为人类文明的可持续发展提供方法论; 另一方面, 在全球化进程中, 这对国家的经济发展和文化繁荣具有重要意义。

### 6.2. 平台加强监管

信息化浪潮中, 自媒体平台的横空出世, 近几年来伴随科技的快速进步, 短视频平台成为人们娱乐的重要方式, 短视频充分利用了人们碎片化的空闲时间, 但自媒体领域监管力度与其发展速度明显相悖, 各短视频平台过于纵容缺乏相关审核机制, 因此其急需加强管理, 明确惩处规章。

### 6.3. 创作内容升华

坚持文化个性与共性相统一, 全面小康以来, 我们对精神文化的需求日益提高, 网络不是法外之地, 我们应该利用好自媒体平台, 继承中国传统优秀文化, 弘扬经典文化, 运用短视频的良好媒介, 结合中华优秀传统文化, 宣传美丽乡村新面貌。

### 6.4. 专业人才经营

视频创作又需要一定的技术人才和文本内容创作人才, 所以对于三农的发展而言, 建设一支既懂农业方面的专业知识, 又掌握新媒体运营和营销的复合型人才队伍至关重要。相关单位应进行相关人才的引进和培养, 组建一支队伍专门负责。

## 7. 总结与展望

在快节奏时代, 人们的生活日渐碎片化, 短视频是人们最受追捧的消遣。短视频日渐成熟, 为慢节奏的纪实类短视频提供了表达话语权的平台和情绪沉淀的出口。三农纪实类短视频作为社交媒体时代短视频垂直化发展的产物, 借助新媒体技术进行创作手法的创新, 生产出具有人文关怀和情感化的短视频内容, 赢得了社交平台用户的关注。本文以浙江丽水地区的抖音博主“石村小月”为例, 以小见大, 把乡村看作一个有机整体, 体系化推进乡村产业振兴、人才振兴、文化振兴、生态振兴、组织振兴, 立足全局, 明确定位, 聚焦关键, 形成整体联动、资源整合、社会共同参与的建设格局。三农生活纪实类短视频凭借其特有的内容优势、平台优势、技术优势在精准定位的基础上发掘了自身特色, 优化内容并进一步完善其模式, 是实现乡村振兴的关键力量。

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, 仍然存在着一些不足之处。由于学界对于“三农生活纪实类短视频”的研究较少, 因此在研究的过程中缺少对参



考文献的参考, 在具体的研究过程中可能缺少一定的学术性。将在后续的学习和研究中对三农生活纪实类短视频进行持续的关注, 将问题化为不断研究与前进的动力。

## 参考文献

- [1] 汪文斌. 以短见长——国内短视频发展现状及趋势分析[J]. 电视研究, 2017(5): 18-21.
- [2] 王晓红, 任焱妮. 我国短视频生产的新特征与新问题[J]. 新闻战线, 2016(9):72-75.
- [3] Yan, Y.-N. and Wang, S.-Y. (2019) Short Videos Bring Opportunity for Internet Celebrities under New Media Environment. 2019 *IEEE International Conference on Consumer Electronics-Taiwan (ICCE-TW)*, Yilan, 20-22 May 2019, 1-2.
- [4] Kumar, S. and Mandal, P.K. (2016) Role of Media in Agriculture Development. *Journal of Global Communication*, **9**, 123-128.
- [5] Bhatia, K.V. and Pathak-Shelat, M. (2019) Media Experiences in Community-Driven Rural Areas: Exploring Children's Media Cultures in Rural Gujarat, India. *Journal of Children and Media*, **13**, 260-275. <https://doi.org/10.1080/17482798.2019.1616575>
- [6] Ali, C. and Duemmel, M. (2019) The Reluctant Regulator: The Rural Utilities Service and American Broadband Policy. *Telecommunications Policy*, **43**, 380-392. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.08.003>
- [7] Fountaine, S. (2020) Themes of Connection and Progress in Rural Television: New Zealand's Country Calendar 1990-2015. *Media International Australia*, **174**, 109-124. <https://doi.org/10.1177/1329878X19873930>
- [8] 马辉. 人文纪实短视频叙事策略与价值研究——以《开封故事》为例[D]: [硕士学位论文]. 开封: 河南大学, 2018.
- [9] 韩飞, 何苏六. 新媒体的生产传播创新与发展路向——以纪实类短视频为例[J]. 出版广角, 2017(23): 9-12.
- [10] 丁雷. 纪实短视频的生产传播创新与发展路向[J]. 出版广角, 2018(17): 76-78.
- [11] 雷蔚真, 王宇. 流动空间中纪实类短视频的传播特点研究——以“一条”“二更”为例[J]. 当代电视, 2020(4): 95-99+103.
- [12] 秦璇. 短视频中微纪录片的特征分析——以“二更视频”为例[J]. 东南传播, 2018(4): 115-117.
- [13] 常江. 从本质真实到体验真实: 论数字时代纪实文化的流变[J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2020, 42(2): 113-117.
- [14] 薛文洁. 纪实类短视频的传播特征——以“二更视频”为例[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆邮电大学, 2020.
- [15] 李酉歆. 涉农 UGC 短视频传播对农村形象塑造研究——以“快手”APP 为例[D]: [硕士学位论文]. 成都: 成都理工大学, 2020.
- [16] 罗邮息. 快手 APP 乡村题材纪实短视频的叙事研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2021.