

中南大学技术扶贫

暑期线上社会实践团

策 队长 ：陈奕桢 导师 ：

划 安全员：刘世宇 信息员：张玉飞

书 队员 ：李林烨 李观泰 王博宇

目录

[一、实践活动主题 2](#_Toc477303748)

[二、调研背景介绍 2](#_Toc477303749)

[三、调研目的及意义 4](#_Toc477303750)

[四、调研前期准备 5](#_Toc477303751)

[五、调研主流程 6](#_Toc477303752)

[六、调研活动后期 7](#_Toc477303753)

[七、调研预期 8](#_Toc477303754)

[八、调研团队应注意的细节及问题 8](#_Toc477303755)

[附件一：中南大学创业实训实践基地简介 1](#_Toc477303759)2

# 实践活动主题

本次社会实践活动，主要结合电商扶贫的新要求、新动向，围绕农特产品销售制作一批关于视频拍摄技巧、视频剪辑技术、广告文案撰写、直播平台操作方法等内容的视频，为打赢脱贫攻坚战提供“新的装备”。

# 实践背景介绍

**短视频扶贫：通过信息传播实现“造血式”扶贫**

短视频扶贫也称“造血式”扶贫，即赋予农民自己扩大再生产实现脱贫致富的能力。简单来说，就是贫困地区的人们在短视频平台上开设账号，拍摄并上传展示家乡自然风光、风物特产、生产生活的短视频，平台方给予流量倾斜、电商导入等方面的支持，使其拍摄的视频能被更多人看到，促进当地市场开拓和旅游业发展。

本质上，短视频扶贫是通过信息传播助力。目前所呈现的扶贫内容和形式主要在销售特产、展示美景、引导旅游等方面，而短视频通过信息传播助力扶贫实际上还包括很多方面。准确把握短视频的传播特点和规律，围绕扶贫工作的方方面面，全面系统地发挥短视频信息传播功能，有助于短视频扶贫取得更大成效。

中国社会科学院新媒体研究中心副主任兼秘书长黄楚新指出，一方面，短视频扶贫可以与国家推进的县级融媒体中心建设相结合。县级融媒体中心的建设理念和目标是打通国家信息传播的最后一公里，扶贫的理念是打通扶贫最后的一段路，所以两者理念某种程度上是契合的，是有共同之处的，两者结合在一起，形成资源互补关系。另一方面，可以通过短视频宣传扶贫故事。向世界讲好中国故事的一个很重要的手段是要向世界立体、客观、真实地讲好中国故事，用短视频讲好中国脱贫故事就是非常重要的手段。

**短视频扶贫“人·物·景”三部曲**

短视频扶贫的实施包括内容创作、内容分发与变现三个主要环节，变现方式主要有个人电商变现、用户付费打赏、景点旅游收入。从实现形式来看，主要包括“走出去”和“引进来”。所谓“走出去”，是指通过短视频帮助贫困地区把特色物产销售出去，从而获得收益；“引进来”是指将社会各界的人力或资金吸引到贫困地区，促进本地经济社会发展。

分析当下的短视频扶贫实践发现，互联网平台在许多方面实现新的扶贫支撑模式的创新，应用比较普遍的是“人·物·景”扶贫模式。“人”，主要是指短视频扶贫不仅是直接解决产品销售，还注重对短视频“人才”的培养，即所谓的“授人以鱼不如授人以渔”，在广大农村地区帮助大家真正把体系建立起来，推动乡村脱贫；“物”，主要是指平台通过短视频、直播帮助解决乡村特产的销售问题，集中凸显如何把好的农产品推介出去；“景”，主要指开展文旅扶贫计划，短视频用户拍下家乡美景、风土人情，吸引游客推动当地经济社会发展，包括打造新的品牌，提升当地的形象。

据快手副总裁、扶贫办公室主任宋婷婷介绍，首先，实施教育扶贫提升人的技能。快手平台上适合农村的农技、农扶的视频内容，为村民提供了丰富的学习材料。“快手大学”项目，使当地群众学会使用互联网，打破闭塞的信息通路。其次，在物方面，进行电商扶贫。发展快手社区“老铁经济”，并通过“福苗计划”动员电商达人，共同帮助贫困地区民众推广和销售农特产品。最后是景，开展整体性的地区合作。例如，“打开快手发现美丽中国”项目，利用流量支持，携手贫困地区政府，让互联网技术赋能地区和个人，改变城市与乡村、地区与地区之间发展的不平衡。中国人民大学公共政策研究院执行副院长毛寿龙指出，快手平台是多层次的，如同一个“无穷的货架”，它提供了一个扩展的秩序，这个秩序可以使乡村很多元素进入到城市化可扩展的元素，并通过算法降低距离感和时间成本。

**短视频扶贫发展的不足与难点**

目前，短视频扶贫发展的成果和取得的成绩显而易见。中国社科院农村发展研究所檀学文认为，短视频扶贫这个新鲜事物一方面使新媒体行业履行社会责任，另一方面鼓励全社会合力攻坚，从这个角度来说是一个好现象，应该是值得鼓励的。同时，要对于短视频数据进行更加精准化的考察，提升精准扶贫效果。

然而，作为一种新兴的模式，短视频扶贫的健康可持续发展仍面临着不足和难点。比如，贫困地区短视频生产群体的专业技能缺乏与文化程度限制问题，增加短视频变现模式的问题，短视频平台电商虚假宣传、产品质量和售后保障问题，以及如何实现贫困地区可持续发展的问题等。

对此，北京师范大学中国扶贫研究院院长张琦认为，对短视频平台发展而言，长效性、监管、信用都非常重要。短视频与扶贫结合起来后，更容易引发舆论效应和社会监督，引起更多公众关注。因此，在短视频扶贫过程中，更要加强监管，要建立规范化、长效性的发展机制与信用机制。

北京师范大学新闻传播学院副院长王长潇指出，要重视乡村青年的媒介素养问题。一方面要遵循影像基本的语法规则，提升视频美感；另一方面，可以深入挖掘和分析短视频数据，提高对精准扶贫工作的实际指导价值。

人民在线副总编辑、人民网新媒体智库高级研究员刘鹏飞建议，要建立健全视频内容和商品审核体系，增加商品质量审核流程和质量认证机制，完善平台支付、订单跟踪系统及售后服务机制。还需逐步建立网上的巡查机制和短视频直播电商信用体系建设，不断破解发展中存在的问题，使短视频能够更好地发挥重要的平台和媒介作用。

**逐步形成完善的“短视频+扶贫”发展体系**

系统的发展体系对扶贫实践具有指导意义，对短视频扶贫的成效起到至关重要的影响作用。短视频扶贫从内容、表达方式方面都应强化创新，不断探索拓宽发展途径，并逐渐形成一种比较完善的发展体系。

首先，短视频扶贫要明确初衷。短视频是手段、方式，助力打赢脱贫攻坚战是初衷、目的。国务院扶贫办全国扶贫宣教中心副主任刘晓山指出，短视频扶贫本身就要有初心，初心就是扶贫。互联网扶贫和消费扶贫应更重视互动性，一头连着贫困地区，一头连着广阔的消费市场，最大特点是运用市场机制实现供给与需求的有效对接，引导和发动社会力量参与脱贫攻坚战，促进贫困地区产业发展、贫困人口增收。其出发点和落脚点是“扶贫、脱贫”。在“人、物、景”的基础上，还需要关注“文”，从文化的角度进行提升。

其次，短视频扶贫要理清思路。扶贫不只是物质扶贫，更要注重精神扶贫。扶贫先扶志已经成为共识。应用短视频形式进行精神扶贫或将取得更好的效果。人民日报社研究部主任崔士鑫提出，相较于以往的发文章、发文件讲道理的方式，短视频用接近面对面交流的方式进行“扶贫”效果更好。通过短视频讲述脱贫典型与致富经历，推出一批脱贫攻坚战中的立志型网红，可能会取得更佳的扶志效果。

最后，配套措施要齐备，发展机制与治理体系的构建要同步跟进。崔士鑫认为，在短视频扶贫的路上，需要长效机制的保障，长短结合才是最有力的工具。比如，构建平台科学技术分享型短视频生产机制，做大相关科学知识和制作技术内容池，让更多人通过短视频掌握致富知识和技能。治理则包括短视频平台发展的规范化治理，也包括对贫困地区的治理。

短视频扶贫，作为一种新兴的扶贫模式，尽管目前仍有不少难点有待突破，但其社会价值、创新价值在发展中已经得到社会各界的认可。为其共同努力、攻坚克难也成为互联网业界、专家学者与管理部门之间的共识。换言之，短视频扶贫，已经成为当前诠释互联网发展赋能社会发展、反哺社会治理的典型例子。

# 实践目的及意义

**目的：**通过科技扶贫视频的制作和发布，帮助广大农特产品从业者们了解和掌握拍摄、制作短视频的重要技巧，鼓励农特产品从业者们积极参与短视频发布，通过高水平高质量的短视频，使其当地特色情况能被更多人看到，促进当地市场开拓；同时呼吁广大网友关注品质优良却因故滞销的农特产品，携手共同渡过难关。

**意义：**随着我国脱贫攻坚战进入决胜的关键阶段，扶贫方式方法也在与时俱进，互联网赋能扶贫便是一种创新。中央网信办、国家发展改革委、国务院扶贫办、工业和信息化部联合印发的《2019年网络扶贫工作要点》中，强调要充分发掘互联网和信息化在脱贫中的潜力，扎实推动网络扶贫行动向纵深发展。

值得注意的是，近些年短视频作为一种新兴传播媒介，除了自身迅速发展之外，也在加快探索与电商、旅游等领域的融合发展，并催生一种扶贫的新途径。伴随5G时代的来临，合理有效利用短视频平台的资源优势，对于打好脱贫攻坚战，有着非常重要的意义。

# 四、实践前期准备

# 五、实践主流程

# 六、实践后期宣发

# 七、实践预期

# 八、实践团队应注意的细节及问题

# 附一：团队简介

# 附二：共享云空间

# 附三：各平台发布账号