

新时期群众文化活动的短视频传播探析

熊燕

南昌市文化馆

[摘要]新时代背景下群众文化活动的开展,借助短视频传播效应,能最大程度提升群众文化活动的水平,符合新时代的发展需求,为人民群众打造更为多元化的活动形态。文章基于新时期背景下,首先介绍了群众文化活动短视频传播特点,接着重点提出了一些有效的传播策略,以供参考。

[关键词]新时期;群众文化活动;短视频传播

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.04.949

短视频以数字技术和网络媒体为基础,让文化信息从多个角度、多个方面进行传播,群众所获取信息的途径也会愈加多样化。新时期背景下的教学活动,文化传播主体更为多元化,不再局限于固定空间,而是凭借短视频的优势,鼓励群众对数据信息进行综合分析,最大程度满足人们的真实诉求,强化群众参与文化活动的幸福感和真实感。

一、新时期群众文化活动短视频传播特点

(一) 门槛低

无论群众文化活动形式如何变化,短视频传播没有任何门槛,凭借智能手机的优势,利用手机号、身份证完成信息注册工作,让群众观看信息,阅读文章不再有压力,任何时间、任何地点都能参与。短视频创作,凭借平台中的美化功能,网民通过简单拍摄发布信息,实现音乐、图像的合理搭配,确保在技术层面没有任何阻碍,操作简单且效果极好。从本质而言,互联网技术的有效应用,除了官方平台发布的信息,还包含了商业平台,为提高观看人数,拓宽影响力,商业平台不设置门槛,让企业或者是个人能直接注册,由此提高文化传播的效率和质量,着重展现短视频传播的便捷性优势。

(二) 兼容性强

大部分人对群众文化的认知概念不够深刻,认为这是极为专业的文化领域,但是并非如此。群众文化本身就是非常群众性和基础性的事物,包含了武术、舞蹈、戏剧、书画等内容。短视频平台中能看到许多有文化特长的网红凭借线上表现的形式获得网友认可,如一些小成本的琵琶、笛子等,也能获得许多网友支持,这些都是群众文化传播的重要典范,所以自然能彰显短视频传播的兼容性特点。每个人都能自主参与其中,成为传统文化的鉴赏者、传播者和组织者,让世界各地的人们相互交流,也能实现非物质文化遗产的广泛发展,进一步提升群众的文化素养。

(三) 信息化优势明显

相较于传统的新媒体平台,短视频的传播形式显得更为多元化,方便用户从多个渠道获取关键信息,而且作品并非是强制性推荐,而是凭借大数据特点,主动检索用户关键词,分析用户的阅读习惯,精准对比用户画像,选择合理推送短视频,实现精准的文化传播。凭借信息化的数据推送形式,按照用户喜好开始完成信息推动任务,能最大程度拓宽群众文化传播的深度和广度。

二、新时期群众文化活动短视频传播策略

对于群众文化活动,要实现短视频传播,需要从多方面着手,采取多元化措施来实现。

(一) 基于短视频平台,创新活动内容

新时代背景下,群众文化活动的组织应该对内容进行适当创新,满足群众的认知需求,确保活动的有效开展。而在实际工作进行的时候,要求相关人员利用新媒体资源,实现资源的有效整合,将短视频平台巧妙融入群众文化活动,实现文化内容的丰富多彩。例如在资源整合的时候,则是将短视频中多元化的文化资源联系在一起,挖掘出有价值的信息,融合群众文化设计方案,体现短视频的传播优势。

为体现群众文化活动的生活性特点,让群众文化也成为当下年轻人生活和发展的一部分,鼓励年轻人积极参与其中,让群众文化能真正活跃起来,确保群众对此产生极强的认同感和满足感。例如某市推出的短视频《乐动市南·秋》在各个平台上线,迅速引起人们的广泛关注,并获得当地文化旅游博览会的关注,逐渐成为当下现象级的视频形式。以“秋”为核心,展现市民和音乐之间的友好互动,为城市增添别样风采,及时将典雅、优秀的群众文化信息渗透于群众文化活动中,对短视频资源进行整合、筛选,实现对短视频资源的过滤。基于短视频传播的特殊性,希望在短期内将社会中的文化资源有效整合,调动人民群众参与积极性,展现短视频传播的独特魅力。

(二) 以短视频为载体,优化活动形态

群众文化活动的开展,应该以提高群众自身的幸福感为依据,按照当下信息时代的发展趋势,优化活动形式,为其注入活力,调动群众热情。为确保各项工作的顺利开展,基于短视频传播途径,进行群众文化活动形式的创新。以乡村地区的群众文化为例,希望从根本上实现对文化的创新和优化,基于新文化发展背景下,实现传统和现代文化的深度结合。乡村地区的群众文化不是单纯个体,而是应该凭借物体感知的形式,着重分析建筑物、环境和村落的关系,再现想象空间,凭借单纯的声音、影像资源,利用短视频的传播渠道,打破空间限制,积极优化群众文化活动形式。例如在河北张家口玉狗梁村,当地群众通过短视频自学,开始田间地头练习瑜伽,俨然成为当地群众文化的一部分。

乡村作为群众文化发展的重要场所,也是文化自信的基础。实施乡村振兴战略视域下,做好群众文化工作才是城

乡发展的关键所在。因此, 凭借短视频传播的形式, 扩宽文化发展的形态, 避免出现过于单一的传播形式, 而是让不同角色之间也能形成良好的互动关系。当群众称为自媒体人, 凭借自我意愿完成自主表达, 通过商业媒体构建完善的合作平台, 顺利进入主叙事渠道。如抖音和快手中呈现的真实故事, 这是人民群众本身的情感经历, 再借助短视频的形式完成知识拓展和延伸, 赋予群众更多的自主权, 并在多元文化发展模式下, 充分体现自身潜能。

(三) 基于短视频资源, 创新活动结构

群众文化活动的组织, 应该优化活动的形式和内容, 基于当下的发展模式积极创新, 让区域内的群众文化得到有效延伸和拓展, 增强群众的文化认同感。例如少数民族地区组织的群众文化活动, 为实现民族文化的传承和发展, 要求在文化活动中契合当下人民的心理、生理诉求, 创新活动结构。尤其是在区域内的文化活动, 应该基于短视频资源, 让群众文化活动在区域内完成, 用于契合当下人民群众的心理诉求。

以抖音为代表的短视频传播模式, 让少数民族群众也能进行自我创作, 凭借自身的创新能力, 展现边缘地区丰富的文化资源, 联想自己在独特的文化情境内, 开始认识少数民族群众的舞蹈、歌曲、服饰、饮食等, 不需要过分冗杂的文字, 只需要镜头语言则能完美诠释。以藏族群体而言, 从短视频的传播效果而言, 凭借个体叙述和群体表达等形式, 呈现出多元化的文化实践形式, 并在社会类的实践活动中对自我身份有清楚认知。所以当地群众积极参与线上的文化活动, 结合视频特效向全国人民展现藏族独有的文化特色, 以此寻求外界对自己民族的认同感。

(四) 明确短视频内涵, 实现人才培养

群众文化活动的开展, 应该着重体现人才发展的重要性, 确保各项活动顺利进行, 达到预计的文化活动效果。所以, 实际开展相关工作的时候, 应该充分认识短视频的内涵, 精准定位群众文化的核心要义, 有序开展专项人才培育工作, 为群众文化的顺利进行提供坚实的人才基础。短视频传播和群众文化的结合, 还需要复合型人才。具体而言, 应该做到以下三点:

第一, 培养专业的视频+文化人才。文职人员应该具有一定的信息素养, 主动学习现阶段短视频的传播形式, 作出优质、精美的视频, 完成线上互动和交流, 凭借短视频渠道吸引更多基层群众参与其中, 保证群众文化的影响力。

第二, 提高文化人才的线上影响力。对于书画、戏曲和武术等不同行业的人才, 自身的专业能力有限, 不了解短视频的传播规律, 所以通过有效的线上互动和交流等形式, 掌握视频传播的技巧, 为培养复合型专业人才奠定坚实的基础。

第三, 新时期背景下, 文化的弘扬和发展是每个人的职责, 要求相关人员要贴近群众, 联系实际需求, 这样的文化

才是真正的文化。时刻谨记, 无论是在何种环境下, 应该对人民基本利益为出发点, 将优秀、健康和积极的文化渗透于基层群众, 并利用短视频渠道进行大范围传播, 打造符合群众需求的高素质、信息化群众文化队伍。

(五) 契合短视频契机, 打造独特的品牌文化

群众文化活动的推进, 应该面向基层群众, 打造一种公益类、群众性的文化活动, 倡导以政府为主导, 群众参与积极的活动的形式。新时期背景下短视频平台的有效应用, 让群众文化活动从原本单一的文化传播延伸出上下联动的发展模式, 实现群众文化和旅游工作的协调发展, 打造良好的主体形象, 成为示范性强的公共类文化品牌。

而在具体实践的过程中, 应该实现全面宣传和推广, 拓宽品牌的影响力。始终坚持以短视频传播平台为中心, 加上报纸、电视等传统的媒体渠道, 拓宽群众文化品牌的宣传效果, 推动群众文化走出去。例如巴中市的群众文化活动组织者录制“我和我的祖国”短视频经融媒体中心首发后, 点击率超过几十万, 接着联合媒体开设专题栏目, 持续推出有深度、有广度、有思想的新闻报道。市文化馆组织开展线上展播活动, 先后在各个短视频平台播放, 吸引网友纷纷点赞、收藏和转发。由此可见, 群众文化活动的实施要契合短视频传播渠道, 进行策划主题新颖且有延续性的文化活动, 这样才能吸引更多群众参与其中。

结束语

新时期背景下, 短视频传播能最大程度提高群众文化活动的质量, 拓宽其文化影响的范围。而在如何复杂的发展趋势下, 要求文化站组织专业的培训活动, 打造一支高素质、复合型的人才队伍。为构建完善的短视频传播平台, 营造和谐、健康的文化氛围, 要求相关工作人员综合认识短视频传播的优势, 丰富群众文化活动的形式和内容, 为构建和谐社会做出一份贡献。

参考文献

- [1] 何雪, 张迅. 新时期多媒体艺术在群众文化活动中的深化与推广[J]. 新教育时代电子杂志: 教师版, 2017(10): 244.
 - [2] 付海钰, 戎融. 浅析新媒体时代基于传统文化传播的短视频创作——以公益文化系列短视频为例[J]. 中国新闻传播研究, 2019(04): 35.
 - [3] 王茜. 依托新媒体宣传推介品牌式的群众文化活动[J]. 文艺生活·中旬刊, 2018(2): 181.
 - [4] 田宇. 数字时代下群众体育赛事的传播研究[D]. 广东: 广州体育学院, 2018.
 - [5] 唐嘉闻, 薛璐瑶, 张璐. 呼和浩特二人台艺术的新媒体传播策略[J]. 新媒体研究, 2019(1): 52-55.
- 作者简介: 熊燕(1973.8-), 性别: 女, 民族: 汉, 籍贯: 江西南昌, 职称: 助理馆员, 学历: 本科, 研究方向: 群众文化。