

扶贫类短视频资源整合及平台构建

孙昊雯 彭纪涛 夏艳秋 张子芊 陈怡欣

(江西财经大学 江西 南昌 330000)

[摘要]短视频已经成为当今新媒体传播的重要途径和手段,而全面脱贫攻坚也是举国上下奋斗的目标。本文基于当前扶贫短视频的发展现状、存在问题,探讨如何将扶贫类短视频资源进行整合,利用短视频进行精准扶贫,提出构建专业的短视频平台实现短视频扶贫的破局之道及未来的发展趋势。

[关键词]扶贫类短视频;短视频平台;精准扶贫;新媒体

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.09.1039

一、扶贫类短视频现状

短视频即短片视频,是一种互联网内容传播方式。随着4G网络的逐步完善,5G时代的应运而生,短视频平台借助科技发展的契机,凭借自身碎片化娱乐的特点,成为当代毋庸置疑的流量之王。短视频内容直观且形式多样变化,能够很好的承接商品介绍,实现推广的软着陆,这一特点帮助短视频平台不断吸引流量并实现流量变现。根据2020年3月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》,我国短视频用户规模为7.73亿,占整体网民的85.6%。同时根据《2019小镇青年报告》,每年约2.3亿小镇青年活跃在快手平台,且使用短视频时间长、频次高,可见短视频受众局限性较弱,从城镇居民到农村均有涉猎。

随着扶贫工作的推进,扶贫类短视频地位不断提升。在紧密配合党和国家重大战略部署、重大主题宣传方面发挥着越来越重要的作用。党的十九大报告指出,建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态,要高度重视传播手段建设和创新。媒体发展正进入深度融合新阶段,视听新媒体平台成为重要的传播平台。扶贫类短视频更在传播手段和话语方式上不断创新,契合了新媒体及时化、碎片化的特点,成为新时代强有力的扶贫工具。

二、短视频助力精准扶贫存在的问题

(一) 传统扶贫类短视频存在的问题

如今短视频正在成为扶贫的“新锐力量”。但“短视频”加“扶贫”开了个好头,然后存在哪些问题呢?第一,传统的扶贫类短视频资源分布存在力弱“碎片化”、“零散化”等问题,未能将扶贫项目进行调度、组合或配置,有效统筹各方面资源和力量。现有的短视频平台仅仅将一些碎片化的资源进行拼凑,而针对不同来源、不同层次、不同结构的扶贫内容,并没有做出区别和分类。总体而言,目前扶贫类短视频在不同平台中呈现出杂乱无章的现象,进行扶贫类短视频资源整合是推动扶贫项目长效发展的有效支撑。因此,建设一个公众共享扶贫短视频平台乃大势所趋。第二,扶贫类短视频存在同质化现象严重的问题。大多数扶贫类短视频用户缺乏对信息传播规律的把握,制作的短视频大同小异,缺乏创新性和差异性。第三,在扶贫类短视频与电商融合的过程中,直播带货的形式虽能弥补电商业务上的短板,却始终没有在短视频平台上实现商业落地、用户转化、形成生态化的购物体系。第四,扶贫类短视频的内容有待丰富。扶贫类短视频推出的项目主要途径集中于信息扶贫、电商扶贫、文旅扶贫。传统的短视频扶贫还停留在解决贫困地区人员温饱问题的层面上,未能将其与思想的帮扶结合起来。而现有的短视频平台的扶贫内容较为单一,一般呈现为销售特产、展示美景等,并且不能保证帮扶人员持续的流量,带货销售不能作为长期输入。

(二) 扶贫公众参与性不强和主体作用发挥不够的问题

扶贫攻坚是一项系统工程,需要各级党委政府加强组织领导在规划设计、安排部署、统筹协调、重点投入、考核验收等方面发挥主导作用;还需要各级各部门协同配合、真帮实扶;更需要全社会的共同参与。而互联网时代背景下的线上扶贫工作深陷信任危机,公众满意度较低,缺少连接社会大众的合适介质。首先是社会组织和企业参与公益扶贫不同程度存在功利性,注重形式上的扶贫,加之信息的不对称和整体联动不够,容易产生多头救助、遗漏救助、重复救助现象。其次是部分贫困户缺乏自我脱贫的决心、勇气和行动,没能通过有效的脱贫激励机制,真正把贫困群众参与的积极性调动起来。因此,需要积极培育多元社会扶贫主体,建立特困人口社会帮扶信息平台,及时通过网络、媒体布特困对象扶贫需求和社会帮扶动态,提高社会力量参与扶贫的精准性、有效性。

(三) 扶贫长效机制保障的问题

目前扶贫政策的落实和实施使得各级脱贫奔康的目标已经确定,但未来的时间表和路线图都不够清晰。而且由于扶贫类短视频资源的零散化及碎片化,缺乏专业技术的指导和培训,没有具体参照标尺,帮扶措施和力度难以做到精准有效。同时,扶贫类的短视频覆盖范围有限,难以真正的“走出去”。但是长远考虑,扶贫类短视频需要长期保有用户黏度甚至建立固定消费群,应该构建起长效管理机制。

三、短视频扶贫平台的破局

针对目前我国扶贫项目存在的专业化程度层次不齐、时效性弱、覆盖面小等问题,结合以短视频为主的新媒体进行乡村的扶贫振兴便显得尤为重要。但目前,短视频+扶贫仅仅停留于内容的生产与投放,往往忽略了专业化的平台建立及长效帮扶机制的建立。因此,本文将借由公益扶贫短视频平台模式,对现今扶贫困境进行破局。

(一) 专业平台的资源整合

现今短视频平台热衷于通过内容生产及主播带货的方式,拓宽贫困地区的优质产品的市场销路及宣传当地旅游资源。但在如今短视频平台内容快速更新的情况下,具有针对性的内容往往得不到精准投放,相关的短视频内容往往无法进行系统性的整合从而难以产生流量变现的作用。针对相关问题,建设一个专门的公益扶贫短视频平台进行资源整合便显得尤为重要。首先在内容投放上,公益扶贫短视频平

台所投放的相关内容都将与贫困地区资源推广与扶贫故事相关,从而形成内容上的集聚,有助于内容的生产者与消费者的双向互动及投放渠道的选择,以解决在普通短视频平台上所面临的与其他内容在资源上的竞争。同时,借由相关专门平台的短视频资源及内容整合,所形成的传播广度往往是成倍增加,并且以地区、IP及资源类型的分区整理也能使得用户获得的内容更具针对性。最后在专业平台的资源整合后,不同地区的资源集聚也将形成规模效应,通过以村带村、以货带货的方式实现扶贫地区资源的宣传也将增强平台与所帮扶地区整体的宣传效果。

(二) 依托平台的长效帮扶机制

在我国消除绝对贫困的后扶贫时代,如何缓解各地区不平衡不充分的发展成为扶贫的重要方向,而其内在要求便是建立长效的帮扶机制。就短视频宣传方面,目前的扶贫与带货短视频在平台投放只能持续某个时间,且常常淹没于其他的消遣性的内容当中,即使能够变现也难以从“输血式”的短期帮扶转向“造血式”的长效扶贫。因此依托专门的公益扶贫平台的专业性与时效性,政府、企业、公益组织、贫困户等主体都能够利用该平台进行长期的内容上传与投放。由于平台内容都与扶贫相关,用户的时间不会受到其他无用信息的占用,同时借由多次内容的整理所形成的系列内容也能够使得相关扶贫故事、旅游资源及产品IP的长效推广,从而实现长期的宣传渠道,助力流量变现。

(三) 借助平台的公众参与度提升

互联网背景下,用户的体验感成为了决定用户粘性跟流量变现意愿的重要因素。相比于其他短视频内容,扶贫短视频内容常常因为其真实感而受到用户的欢迎。但在一般平台的投放仅仅是贫困地区单纯的讲述与带货,同时不同类型的短视频内容也使得用户的精力分散,在扶贫故事缺乏最重要的真实性的同时影响用户的体验感。但在用户逐渐厌倦城市的消费习惯后,前往自然环境保护较好的贫困地区旅游与购买相应的特色产品已经成为时尚,因此消费群体同样需要相应的表达渠道。而作为专门的公益扶贫短视频平台,其所建立的消费者的内容生产将成为解决该困境的重要方式。诸如借助平台形成拍摄社会群体在贫困乡村开展团建、旅游活动宣传短视频能为扶贫参与者提供展现当地风采的机会,同样也是经由平台接受资源推广消费者的反馈。在此类双向的交流中,每个用户都能参与到扶贫故事的创作与无形的产品推广之中,在提升参与度的同时形成全面参与的良好社会扶贫氛围。

四、扶贫短视频资源整合未来趋势

(一) 短视频行业内容垂直化

纵观互联网的发展史,任何门户网站内容以娱乐性吸引用户,最终以垂直化的内容维持用户粘性,由于细分的行业过于广泛,综合性平台上的内容缺乏深度,垂直平台应运而生。如腾讯等大型网络巨头,即使涉猎广泛,却很难顾及到各行业,后续推出TIM等系列软件,留住特定用户群体,从娱乐化发展至垂直化。如今,领先的短视频平台已经靠综合娱乐性吸引多数用户,乘着搭5G时代的快车,短视频垂直化平台伴随崛起,扶贫短视频资源整合更应独立门户,构建专注于扶贫事业的短视频平台,致力于扶贫公益事业。

(二) 扶贫公益去中心化

截止2020年,短视频用户已超8.5亿,农村网民规模也近3亿。在短视频盛行的时代,互联网+扶贫模式下扶贫事业亦突破传统模式。依托综合短视频平台的扶贫资源往往被娱乐化信息覆盖,用户也只是走马观花,扶贫短视频资源整合将打破传统媒介,平台及时反馈扶贫资源信息,使的扶贫公益的有效性得以提升。贫困地区人民发掘自身优势突破区域局限成为短视频领域下的生产者与创造者,扶贫的“去中心化”是扶智下帮扶对象文化觉醒的产物,赋予了扶贫公益新的价值。

(三) 扶贫资源整合短视频化

大众传媒时代,各类信息为凸显其真实性可信性,其表达越来越倾向可闻化、可视化。短视频将不可见不可听的扶贫资源无差别地呈现出来,通过构建一个兼具科技文化和社会责任的短视频平台,不仅公开资源且授人以渔,将“输血式”扶贫打造成“造血式”扶贫,全方位弥合扶贫工作中的鸿沟,为广大贫困地区赋能。

(四) 短视频扶贫信息对称化

近年来,中央政府不断强调贫困治理的重要性,随之而来的是扶贫资源的剧增,扶贫资源的使用经常陷于低效或无效状态。在移动端信息化时代,短视频扶贫资源整合将扶贫资源碎片化问题,贫困问题集中发布公开,扶贫资源更直接地链接到短视频平台,更有效地与社会对接并得到用户的公开监督,实现扶贫资源与短视频平台信息的对称化以及短视频与扶贫的长效机制的“长短结合”。

五、结语

短视频作为当下最火爆的传播媒介,其蕴含的流量以及覆盖的用户都不容小觑,其海量化、社群化的特征可以大大的拓宽传播范围。而在扶贫路上如何利用好这一工具,这是值得我们去深思的。短视频平台主要是依靠拍摄宣传当地特色产品,与电商结合起来带动经济的发展,但这个新扶贫形式同样也存在着碎片化、零散化、同质化的问题。作为一个新兴领域,存在关主体作用发挥不够,专业化程度层

次不齐等问题。所以寻找专业的短视频平台破局之道至关重要，整合专业平台的资源、建立平台的帮扶机制、提升公众的参与度也是现在短视频平台努力的方向，致力于实现扶贫短视频这一形式的良性发展。

参考文献

- [1]李海翔,高琳悦,李茹娟,王瑞樱.短视频平台助力精准扶贫的社会效应研究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2020(10):146-147.
 - [2]吴寒,詹潇潇,颜紫琦,刘曼桐,吴晓峰.精准扶贫背景下“短视频+扶贫”新模式的可持续发展研究[J].农家参谋,2020(19):35-36.
 - [3]张明,邵慧,蔡昭璐.基于抖音平台的乡村振兴公益短视频传播研究[J].文化与传播,2020,9(04):14-18.
 - [4]侍松门,徐明.教育视频资源建设与整合[J].现代视听,2010(10):68-71.
- 作者简介:

孙昊雯(2000—),女,汉族,海口海口市人,学生,本科生,单位:江西财经大学税收专业。

彭纪涛(2001年—),男,汉族,江西上饶人,学生,本科生,单位:江西财经大学经济学院经济学类。

夏艳秋(2000年—),女,汉族,重庆人,学生,本科生,单位:江西财经大学统计学院经济统计数据工程专业。

张子芊(2001年—),女,汉族,江西萍乡人,学生,本科生,单位:江西财经大学税收专业。

陈怡欣(2001年—),女,汉族,江西吉安人,学生,本科生,单位:江西财经大学会计学院注册会计师专业。

基金项目:江西财经大学国家级大学生创新创业训练计划项目资金《暖音公益扶贫短视频平台》;项目编号:202110421019

中国民族民间舞蹈与现代舞元素的融合与思考

洗文敏

(海口经济学院 海南 海口 570300)

摘要中国民族民间舞蹈发展到今天已经拥有千年历史,为了顺应历史发展潮流,凸显其历史文化与技术技巧优越性,它还需要做到与时俱进,与现代舞元素融合起来,追求实现二者在舞蹈元素方面的有机融合。本文中着重思考了这一问题,首先分析了中国民族民间舞蹈与时俱进创新发展的必然性,再深度思考它与现代舞元素的融合做法。

关键词中国民族民间舞蹈;现代舞;元素;融合;必然性;创新

DOI 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.09.1040

中国民族民间舞蹈是具有优秀的历史文化底蕴的,它在新时代需要追求开拓性发展创新,在深植于传统文化基础之上更多借鉴、吸纳现代艺术内容,同时特别注重对自身特色的有效发扬,追求实现创新发展。要做到上述要点,必须深度思考中国民族民间舞蹈创新发展的必然性问题。

一、民族民间舞蹈创新发展的必然性分析

新时代民族民间舞蹈创新发展必须要明确自身属性,那就是顺应时代、继承发展,这是根本。不可否认,中国民族民间舞蹈的诞生文化根源源远流长、博大精深,在传统古代相对封闭的生态环境条件下,它融合了神州华夏不同民族的文化内涵与人民智慧,许多民族民间舞蹈是极具仪式性特征的,舞蹈的象征性意义也非常深邃,它是民族对于原始信仰物的一种膜拜与热爱。例如黔东南地区就有《木鼓舞》,这种源自苗族的舞蹈主要用来祭祀葫芦兄弟——苗族祖先央央公婆。另外苗族的《鼓瓢舞》则专门是为了纪念苗族始祖伏羲、女娲,赞颂他们再造人类的大功大德,整个舞蹈表现仪式性特别之强。可以看出,中国的民族民间舞蹈是具有明显的地域特征的,它也客观反映了文化视域下地方人们的精神气质、心理素质、风俗习惯以及宗教信仰,它遵循人类文明发展历史的不断发展创新向前,不可忽视^[1]。

在新时代,必须思考中国民族民间舞蹈融合现代舞蹈艺术文化元素的必要性,思考其融合发展必然性。就我国民族民间舞蹈发展过程而言,它希望追求在特定环境中对特定舞蹈风格的个性化演绎,希望追求一种民族文化思想表达与情感层面的完全统一。在传统民族舞蹈基础创新之上,它更希望明确民族民间舞蹈家的审美取向,它就紧密结合了民族民间舞蹈与现代舞蹈艺术文化元素内涵,希望借此机会创作出更多新颖的舞蹈动作姿态与内容,将更多当代群众的生活元素吸纳进来,以促进民间舞蹈变异性发展。实际上,这其实也是对中国传统民族民间舞蹈的一种补充与升华。

客观讲,现代舞中诸多元素对于民族民间舞蹈的冲击与渗透是并存的,这是因为现代舞中诸多舞蹈动作与内容特别接近现实生活,对于当代人们思想情感与心理特征的反映也非常到位。在如此背景下,人们就更需要在民族民间舞蹈中寻找更多现代化元素,希望更多反映现代生活内容,一方面希望证实现代舞蹈中所具备的时代特征观点,一方面也希望打破传统民族民间舞蹈中所一贯追求的“圆、曲、收”总体要求,打破根深蒂固的传统观念冲击,真实反映民族文化精髓。在这里,它就希望凸显更多创编手法内涵,强调舞台与审美理念的共存并重,打造更多符合于当代人审美趣味的传统民族民间舞蹈内容,更有机会让中国以外的全世界看到更与时俱进、更易于理解、更优秀的中国传统民族民间舞蹈^[2]。

二、中国民族民间舞蹈融合现代舞蹈元素的实践做法

在本文看来,中国民族民间舞蹈融合现代舞蹈元素需要在创编、技巧、情感表达3方面展开实践思考,下文将对其具体做法进行逐一呈现。

(一)创编融合实践做法

民族民间舞蹈创编在当前依然流行,它所追求的是融合创新发展,在民族民间舞蹈与现代舞蹈中引入更多新艺术元素,特别避免前者过快发展退化。实际上,在保存原有民族民间舞蹈风格的基础之上还需要加入更多现代舞创编元素,即在舞蹈创编过程中吸纳更多的现代舞元素精华,做到与时俱进,不断演变推陈出新,特别

强调对现代舞蹈技法与音乐的应用,让民族民间舞蹈创编内容更有个性,人物形象更加突出,更加具有生命力。一般来说,在民族民间舞蹈创编过程中需要结合现代人审美价值观念,确保舞蹈创编内容中蕴含更多时代性元素。举个例子,在《一片绿叶》这支独舞中,它专门以山东胶州秧歌作为基本舞蹈动作素材,并运用现代舞语言进行舞蹈框架重构,创新融入了强烈的现代舞蹈气息内容,它在对人物性格与特征的汇聚演绎过程中追求现代审美意识的高度发挥,如此在确保深层文化底蕴发扬的过程中也追求实现了中国民族民间舞蹈与现代舞蹈中诸多元素的有机融合^[3]。

(二)技巧融合实践做法

技巧融合强调两种舞蹈动作中快慢节奏、轻重节点以及疏密曲调的融合,希望舞者能够运用自身肢体表现出最有力度的舞蹈语言。例如在《雀之灵》这一中国民族民间传统舞蹈中,舞者为了保证动态造型塑造到位,不但引用了传统中傣族孔雀舞的传统舞蹈艺术文化元素,还通过艺术化内容夸张展示了孔雀灵性、高洁的一面,追求实现了舞蹈技巧的升华。在这里,舞者甚至运用到了芭蕾舞与街舞动作元素,让传统民族民间舞蹈中的孔雀变得更加灵动,更易于观众读懂看懂,这是非常重要的融合改变。

(三)情感表达融合实践做法

最后在情感表达方面,传统民族民间舞蹈情感表达内涵丰富,但含蓄不外露,相比之下,现代舞蹈中热烈激情元素非常之丰富,二者形成鲜明对比。为了追求实现二者在舞蹈艺术文化感受效应上的契合,针对民族民间舞蹈创编的审美医院应该更多从当代人的审美意识切入,利用更多急促、热烈的舞蹈动作来强调舞蹈创编创新特色,突出和发硬民族民间舞蹈中的民族主义以及现代舞蹈中的现代甚至未来主义元素内容,切合当代人的情感需要来创编舞蹈,丰富作品内涵,真正追求实现情感上的融合^[4]。

结语

中国民族民间舞蹈代表历史,而现代舞蹈代表了当下,二者在元素融合方面必须要顺应时代艺术发展潮流,在追求传统文化元素融合的大背景下注重自身特色发扬,赋予舞蹈本身更多崭新的创作思路与健康情感,实现二者的有机融合与共同进步。

参考文献

- [1]范韶慧.刍议中国民族民间舞蹈如何与现代舞元素的相融合[J].黄河之声,2020(6):136.
- [2]吴琦.中国民族民间舞蹈与现代舞元素的融合研究[J].参花,2018(24):109.
- [3]殷媛.中国民族民间舞蹈与现代舞元素的融合探索[J].北方音乐,2016,36(24):7.
- [4]何甲麒.民族的特色 创新的诠释——民族元素在中国现代舞中的运用[D].河南:河南师范大学,2012.

作者简介:

洗文敏(1977.11—),女,回族,广西桂林人,海口经济学院南海音乐学院,中级职称、三级演员,研究方向:民间舞、编导。