5G 背景下利用短视频传播廉洁文化的途径探析

黄文芳¹ 翁雪梅² 王妤婕³ 潘玉涵⁴ 陈小英^[通讯作者]

福建农林大学, 中国·福建 福州 350028

【摘要】随着5G技术的快速发展与覆盖,结合新技术助力短视频传播廉洁文化,以受众喜闻乐见的形式营造社会群体的廉洁生态成为当下的新热点。本文以5G快速发展为背景,以短视频传播为切入点,探讨以短视频形式推动廉洁文化提升发展路径研究,旨在提高廉洁文化传播的影响力和现实作用力。

【关键词】5G技术;短视频;廉洁文化

1 短视频的现状与5G背景下廉洁文化的传播

1.1 用户使用率不断升高。在5G网络的普及和媒体融合的发展进程中,以抖音、快手、微视、秒拍等为代表的移动短视频社交APP,其所蕴含的碎片化、移动化、互动化等传播特性完美契合了移动用户的切实需求,正在成为一种主流社交形式。短视频与其他行业正在呈现出加速融合态势,“短视频+”正在成为新时代媒体融合创新发展的重要推动力之一,也在为各行各业创造更多的可能性^[1]。

1.2 5G技术与廉洁文化建设的关联。在5G时代,5G网络超低的延时能力使得5G技术完美地契合了短视频“短、平、快”的特性,从视频的制作方面来讲,5G技术优化了视频生产方式,提高视频生产效率;从内容上讲,其实时、互动性更强,结合AR、VR,大数据技术对各领域的展现效果更具有表达力,视频内容的表达也极具个性化,因为视频连接能更加精准、高效、丰富。从终端上讲,能够实现更多的设备终端传播,播放终端的变化也导致沉浸的场景发生变化,使得产品和服务做到人性化的极致。

2 利用短视频传播廉洁文化存在的不足

通过对抖音、快手为代表的短视频平台以“廉洁文化”“廉洁”为关键词进行检索统计和分析,不难发现大多廉洁文化相关视频热度不高且廉洁文化教育存在着内容枯燥、传播形式单一、影响力不足等问题,如何解决廉洁文化教育过程中存在的问题十分急切。

2.1 影响力亟待提升。虽然短视频行业发展迅速,但就目前现有的短视频平台来看,廉洁文化相关的短视频的关注度不够高。短视频的内容大多过于娱乐化、套路化甚至低俗化。主流的视频制作趋向是俊男靓女、炫富、搞笑这些吸睛内容,导致廉洁文化流量较小。例如抖音短视频APP的热门廉洁文化相关视频的点赞人数只有几万,相比其余类别的视频来说,现有廉洁文化短视频的影响力不高。

2.2 制作者较少且水平低。通过简单的模仿流行性话题,运用低廉的拍摄成本便可以获得高流量变现,使得较少人愿意制作与廉洁文化相关视频。通过对抖音、快手为代表的短视频平台进行分析,大多关于廉洁文化短视频是由一些流量小的官方账号发布,很多视频的画质、剪辑手法略显的粗制滥造,视频无法为传播内容带来关注度。

3 以短视频形式推动廉洁文化传播效果提升的路径研究

3.1 培养意见领袖,引导受众。在泛广告的时代,每一个传播者都是个性十足的个体,这就容易造成受众对广告的熟视无睹。因此,在利用短视频传播廉洁文化时,可以培养主流媒体及个别明星成为意见领袖,来吸引及引导这些个性十足的个体,以获得大众的认同和好感。

1. 主流媒体引导传播。主流媒体经过多年的积累,拥有一定的粉丝数量,具有较大的影响力。例如,截止2020年4月初,人民日报和央视新闻抖音账号的粉丝量都超过了7000万,其中“央视新闻”在抖音上的《共同战“疫”》直播中就有近1

亿人进行观看与互动,可见主流媒体信息传播的覆盖面之广。因此,廉洁文化短视频需要依靠主流媒体的引流。

2. 利用明星效应。以粉丝基数较大且受众多为学生等年轻一代的明星为主要对象进行大规模传播,例如,在微博上提出#我的廉洁文化小故事#、#关于廉洁文化,我有话说#等话题,通过明星参与活动录制短视频并撰写相关文案发布在个人微博,进行社会性号召,这样不仅拓宽了廉洁文化影响力还树立了明星本身在大众心中的良好形象。

3. 依靠受众的力量。受众主要是通过新媒体平台接触短视频,这就需要实现多个新媒体平台运营操作,扩大受众群体。比如借助微信朋友圈分享,发挥好友间的口碑力量,实现短视频的再次分享;亦或是发布在微信社群,快速提高播放量。除了社交平台外,还可以发布在有短视频功能的平台,例如豆瓣、知乎、哔哩哔哩等,结合意见领袖功能,引发深层次讨论,吸引受众关注,使廉洁文化成为热度话题。

3.2 竖屏短视频制作。竖屏便于手机浏览,符合当下人们快节奏的生活方式。以抖音、快手等短视频APP为主流,以其他视频网站为辅,例如爱奇艺、优酷、腾讯等也加速了竖屏模式的布局领域。其中以快手为例,根据中国移动互联网数据库截止2020年6月显示,快手极速版月活跃用户达到12118万,同比增长15049.5%;活跃率高达57.9%,月人均使用时长达到1389.8分钟,同比增长264.4%。说明无论是竖屏模式还是单页面信息流界面,简洁方便的页面模式更贴合大众,因此,制作者应遵循竖屏视频为主流的趋势,站在受众角度思考,尽量贴近受众需求。

3.3 侧重受众互动思维。传统视频营销必须打破固有的从A到B地植入式思维模式,用传统视频营销策略创意上的优势,结合新时代视频营销的用户互动思维,去重新整合营销传播策略的规划^[2]。总而言之,互动思维讲究快速抓住受众注意力,真正要做到激发受众互动的思维方式去构建廉洁文化的宣传教育策略和创意表达,就要运用前沿视角创造出网民喜闻乐见的表现形式和全媒体产品,设计出用户基于场景能进行交互的广告,实现主流媒体与互联网和网民零距离。短视频的传播,除了有了优质的内容,还需要有趣的表达方式,跳出普通,增加创意,融入廉洁文化。总的来说,在5G技术的支持下,短视频应与时俱进,实现受众心理和体验双重满足的人性化服务。

4 结语

短视频成为增强廉洁教育实效性重要手段和载体,在一定程度上影响着廉洁文化的时代发展和未来走向,决定着廉洁文化传播的力度、深度和广度。故此,应结合5G技术,积极探索短视频传播廉洁文化领域的突破和创新。

参考文献:

[1] 曹三省,胡倩倩.5G与媒体融合背景下短视频的发展态势分析[J].传媒,2020(11):19-22.

[2] 冯煜婷.广告产业在5G时代的发展路径[J].新闻文化建设,2020(6):77-78.