

疫情背景下利用短视频传播廉洁文化的路径探析

潘玉涵¹ 王好婕² 翁雪梅³ 黄文芳⁴ 陈小英^[通讯作者]

福建农林大学, 中国·福建 福州 350028

【摘要】新冠肺炎疫情下,在借助新媒体进行疫情防控的同时,让我们看到了疫情之下新媒体在廉洁文化传播方面作用的凸显。如今,短视频持续成为互联网新媒体发展的热门版块,也在为各行各业创造更多的可能性。利用短视频传播廉洁文化、营造反腐倡廉的良好氛围成为当下的新课题。本文以短视频形式推动廉洁文化提升发展路径为切入点展开研究,旨在实现廉洁文化宣传教育的良好成效。

【关键词】新冠肺炎疫情; 新媒体; 廉洁文化传播; 短视频

1 短视频的现状与疫情防控下廉洁文化的凸显

1.1 短视频用户快速扩大

短视频是一种互联网内容传播方式,一般是在互联网新媒体上传播的时长在5分钟以内的视频;随着移动端普及和网络的提速,短平快的大流量传播内容逐渐获得各大平台、粉丝和资本的青睐。据第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2018年12月,短视频用户规模达6.48亿,用户使用率为78.2%。短短一年多,短视频用户增加了1.25亿。在全体网民都急速上升情况下,使用率仍上升7.4%。短视频还与网络购物、脱贫助农、传统文化、新闻资讯等内容联动,并已具有一定的传播效果。

1.2 疫情防控下廉洁文化与短视频传播联结的时代机遇

据中国移动互联网数据库显示,疫情拉动用户对互联网的依赖。短视频继续成为“时间黑洞”抢占用户时间,时长份额接近20%成为仅次于即时通讯的第二大行业。利用新媒体模式下的短视频传播,能够极大地提高政治传播效率,作为政府引导舆论、传播文化的介质。在历次的疫情防控中,政府倡导、基层排查以及物资的救济等等相关视频促进政府走“近”民众,从而促进廉洁文化的建设与宣传。

2 利用短视频传播廉洁文化教育存在的主要问题与不足

利用短视频传播廉洁文化已经取得一定的成效。于2020年9月20日在抖音APP以“廉洁文化”“廉洁”为关键词进行检索统计,发现搜索出来的相关视频账号数量庞大。其中“反腐前沿”粉丝数高达473.2w,全部视频获赞数5704.3w;“烟台纪检监察”拥有3.2w粉丝;#廉洁#话题共获1771.9w播放量。由此可见利用短视频传播廉洁文化有着一定的广度,但大多数相关视频热度不高,视频点赞数仅几百次。廉洁文化教育存在的受重视程度低、相关机制不健全、内容枯燥、形式单一等问题。

2.1 内容缺乏创新

当前,廉洁文化教育推广的过程中存在推广主题单一、同质化严重、缺乏优质内容等问题。视频内容对廉洁文化价值观念没有进行更深层次挖掘,缺少主流意识形态和规范的价值引导方式,没有抓好网络热度契合受众对信息接纳和审美需求。这需要短视频制作者对廉洁文化的深度学习制作有话题度、记忆点且融合相应的文化底蕴、时代价值的高品质内容短视频。让受众对廉洁文化从不了解到了解,从不感兴趣到喜欢甚至主动搜索相关内容。

2.2 缺少受众互动思维

只从廉洁文化影响力、内容形式、是否具有故事性和趣味性等角度思考远远不够。它还缺乏互动思维和对受众的吸引,便无法做到真正打动受众。受众往往在看见廉洁文化的短视频时,便快速划走,停留时间短,那么即使再丰富的视频内容也无济于事。

2.3 相关机制服务设施亟待完善

以抖音为例,大多传统廉洁文化短视频只是简单阐述内容。这种单向植入式灌输信息,无法吸引观众眼球。短视频能否符合

大众快捷的生活方式需求至关重要。“如何更好服务大众”已经成为了现今短视频发展的重要思考。例如,在短视频中投放廉洁文化文创产品的广告海报、在短视频中设置链接跳转等等。而对于廉洁文化传播的健全,地方政府可以创建专门的主流短视频平台账号,通过通俗易懂、幽默亲民的形式,进行廉洁文化的传播。

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 丰富内容,打造IP

全媒体时代影响力的争夺归根结底是内容的竞争,在分析好受众之后,下一步便是着重讨论如何丰富短视频内容。无论传统媒体还是短视频的传播,都是“内容为王”。通过创建廉洁文化IP,与其他IP进行联动宣传。充分挖掘廉洁文化内涵与故事,做到讲好故事。在内容的编排创意上,要打破常规,采用设置悬念和反转点的方式,制造故事情节。

3.2 视频制作

吸引优秀视频制作者。实行“廉洁文化短视频创作激励计划”。对于制作精良,内容积极视频,提供流量和金钱的奖励。吸引拥有短视频制作技能的制作者,加入廉洁文化短视频的制作与宣传。提升短视频制作技巧,从声音、构图、调色提高视频制作水平。增加廉洁文化短视频未来在短视频平台上的存量,提升廉洁文化视频的品质,拓宽廉洁文化宣传的影响力。

3.3 媒体融合创新发展,改善商业模式

以“短视频+”为主要突破口,完善服务设施,为廉洁文化教育传播带来更多可能性。“短视频+广告”、“短视频+IP”、“短视频+电商”等,这些模式不仅为产品搭建了高效的沟通桥梁,而且对内容变现及流量获取都起到巨大作用。在有一定的话题流量基础上,在廉洁文化相关短视频内嵌廉洁文化文创产品的购买通道实现短视频的和移动购物行业的结合,吸引更多购物行业APP的合作投入增强廉洁文化话题吸引力。

4 结语

在受众注意力稀缺的当下,受众对信息的获取和交互需求正在向短视频形态转变。短视频传播的内容以及蕴含的价值取向,直接或间接地影响着大众的价值观塑造、理想信念变迁和道德品格的形成。故此,应结合实际以新鲜有趣的内容和传播形式,积极探索短视频传播廉洁文化的发展空间,利用受众的碎片化时间的同时,以喜闻乐见的形式传播廉洁文化,营造社会群体的廉洁生态,提升大众价值追求和精神境界。

参考文献:

- [1]短视频新生态的建构与创新研究[J]. 王晓红,郭海威. 中国编辑. 2019(07).
- [2]媒介环境学视角下短视频传播的场景规则[J]. 刘磊. 当代传播. 2019(04).
- [3]山西经济日报社 康煜;注意力经济下传统媒体微信公众号传播策略研究[N];山西经济日报;2019年.