

浅谈利用新媒体短视频传播东北抗联文化的优势及意义

邸品杰

(吉林动画学院 吉林长春 130000)

摘要:在当下互联网新媒体飞速发展的新一代跨时代背景下,越来越多的传统文化,亦或是红色经典文化被互联网传播,并且在互联网新媒体短视频不断更新发展的前景下,更多的红色经典文化被大众所了解,被放到大众眼前,并被重视。通过短视频传播东北抗联文化,能够以一个新的方式去传播东北抗联文化,提升其文化认同感及认知度,对当下的红色文化传播具有重大的意义。

关键词:短视频;红色文化;东北抗联文化;新媒体

一、短视频兴起历程

在2011年,快手诞生了,今天的我们对快手一定是不陌生的,但是初期的快手并不是以短视频为主的,那时候的快手是以制作GIF动态图片为主的;时间到了2012年,快手也开始转型为短视频,同年,人们所熟悉的迅雷也发布了旗下的短视频产品有料;2013年,微影、腾讯微视、魔力盒、秒拍等短视频应用也陆续出现,秒拍和微博也深度整合,成为其内嵌应用;2014年,美拍、小红唇上线;2015年,蛙趣视频、小咖秀上线,2015年算是前短视频时代,那时候的短视频还远没有今天的规模,但是正是2011年到2015年的沉淀,才有了今天的短视频盛世;到了2016年,火山短视频、抖音、梨视频等陆续推出,最初的抖音只能上传15秒的视频,当用户到达一定的等级后才能上传长视频,直到2019年,抖音解除了限制,用户可以上传1分钟以上的视频了;2017年,土豆转型短视频,同年,头条上线了西瓜视频,腾讯视频重启微视,360快视频、百度好看视频上线;2018年,腾讯多次领投快手,头条收购了国外的短视频平台Faceu,爱奇艺推出纳豆;到目前(2022年),短视频已经进入了最辉煌的时代。

二、短视频的特点

(一)形式新颖且易于创作

首先,短视频的优势在于它更易于直接被普罗大众所接受,因为现在短视频的呈现效果是要高于图片,文本,文稿,音频等这些形式的,并且随着智能手机的普及,越来越多的人更容易得到短视频内容。其次,当下人们愿意接收的信息模式已经从过去的文字,书籍,影视,文稿,音频这些方面转到现在的视频。现在人们已经不再满足以前的文字和图片,加之现在人们更喜欢快节奏的网络体验,所以将之前的文字和图片进行结合形成短视频是更容易让大众接受的。

除此之外,短视频创作的门槛以及创作的费用都是较低的,并且能够利于非专业人士的操作,在新媒体时代当中,每个人都是创作者,并且能够随时拿着手机记录自己的生活碎片,生活点滴,每一个人都能够做自己生活的主人,能够记录自己的日常生活,去分享给更多的人观看自己的生活,也能够短视频里进行文化输出及文化宣传,可以吸引更多的观众,更多的流量,从而给自己带来一个更好,更可观的收益。

(二)产生衍生行业

在短视频蓬勃发展的同时,也产生了很多的衍生行业,例如短视频文案、短视频策划、短视频后期剪辑、短视频配音等等,这都是在短视频基础上衍生出来的新兴行业。同时,短视频的发展也带动了直播行业的发展,让直播成了一个热门行业,无论是大品牌还是小品牌,或者是培训课程,又或者是文化输出,都可以利用短视频平台来进行直播变现,在直播行业中,无论是主播,副播,运营,场控,导播,策划,这些角色是缺一不可的。

(三)聚集粉丝并创造流量

此外,短视频的优势还在于能够在短时间内抓住人们的心

理,因为短视频大概都是在15秒到一分钟之内,这一分钟之内是最能够抓起人们兴趣的关键时间。在短视频整体发展迅速的阶段,我们可以根据这样的心理去吸引人们的关注,从而赚取更多的流量,用这种短平快的表现方式刺激观众的视觉,让观众成为我们的粉丝,成为我们内容的忠实用户和传播者。

三、短视频的优势及应用范围

(一)提升自媒体容量及话语权

当前互联网环境下,短视频能够让每一个用户都能在互联网中展现自己,与他人分享自己的所见所闻。每一个人都是记录者、分享者,越来越多的人加入到了自媒体当中,人人都是UGC,人人都是自媒体。同时,短视频也提升了大众的话语权,让公众的话语权得到了一个质的飞跃,越来越多的人通过短视频来发表自己的见解,进行文化输出。

(二)打破传统互联网的边界

在短视频没有风靡以前,人们对于在互联网上分享和进行文化输出的形式是非常单一的,而且还会受限于各种工具使用困难和编辑能力的掣肘,但是自从有了短视频以后,很多文字功底较差的大众群体把短视频变成了一个去除文本的方式,将自己的所见所闻所想通过短视频表达出来,并且现在大众通常都有很多碎片化时间,在碎片化时间触网体验带给了大众一个很好的体验,打破了短视频消费者的空间、时间、理念的局限,同时也能够促进短视频有更广的消费群体,并且能够推动电商,产品销售,产品推送,广告媒体,文化宣传等行业的发展,在这些方面进行的消费也会有相应的增长。

(三)利用碎片化时间学习

利用短视频学习是非常常见的一种学习方式,我们可以在短视频平台上获取到非常多的知识,只要简单的搜索,就能得到大量的视频内容。当下很多人都忙于工作,忙于学习,很难再挤出时间去学习一些他们并没有涉及的领域,那么大众就可以利用碎片化时间去学习和了解他们并未涉及却感兴趣的领域,从而提升自己的知识水平。通过某个行业的视频主分享的内容了解某个行业,不仅让需求方获取了知识,也让制作视频方产生了流量,这是双赢的。

(四)商品引流

短视频还可以进行商品引流,因为对于互联网电商来说,有销量才有盈利,在各大短视频平台上有近七亿的用户聚集,通过短视频平台及短视频用户的广告可以产生一个非常好的产品推广效果,足够的流量能够产生非常可观的宣传推广效果,对于传统的线下商家来说,线上引流也是有一个很好的手段,因为我们除了网上购物以外,也会有在线下商场进行消费的需求,消费者在线上看到店铺或商品推荐,被吸引,觉得这家店好,然后再进行一个相应的线下探店,及消费,像这样的引流也是十分有必要的。目前“打卡经济”这个词就是最好的例子。通过线上宣传,产生线下消费,能够推动各品牌,各传统店铺的销量上升。

(五)宣传及公关

短视频还能够进行品牌传播,并且能够进行相应的危机公关。短视频可以帮助企业或者是个人进行品牌宣传,还可以将自身的形象进行进一步的提升,清楚明了的表述用户或是本企业自身的品牌内涵、品牌素养等等。企业或是个人建立相应的形象短视频,并通过留言、私信、回复、评论等等这些方面去进行实时互动,大大缩短了交流沟通距离。并且可以及时进行危机公关处理,公众可以通过短视频获取到最新的消息,能够知道企业或者公众人物在特殊事件发生时的动态,这是非常的有效的。

(六)文化宣传

在短视频传播还没有出现的时候,我们中国很多的优秀的传统文化是被锁在博物馆里的,并不被大众所熟知和了解的。短视频产生后,快餐形式的信息易于被群众理解且富有魅力,将它和中国文化融合起来可以引发更多的人去重视,有利于推动中国传统文化产业的发展,据统计显示,通过官方公布的与中国传统文化有关的短视频和私人发布的与中国传统文化有关的短视频在抖音的累计点击数达到了一百六十四亿,使京剧、咏春拳、皮影戏、烧瓷等传统文化成为新流行。短视频主李子柒发布的关于传统美食的短视频,在 YouTube 上获得 800 多万粉丝,平均播放量达千万,向世界展现了优秀的中国传统文化。可见短视频已经让海内外的更多人认识了我国的传统文化,促进了我国传统文化的传播。

四、传播东北抗联文化的意义

东北抗联精神,是我们中华民族"红船精神"的一种红色精神延续,同时也是一种红色精神的提升和发展,是我们在"红船精神"的影响下,对整个东北抗日战争的历史进行的凝练,是由中国共产党所领导的东北抗战联军,在抵御日本侵略者持续 14 年的斗争中所产生的无形而无比至高无上的红色文化历史风貌,是一个永远萦绕着中华民族人灵魂的红色精神,是我们中华民族红色文化中一个重要部分。东北抗联精神,与红船精神、长征精神、延安精神等红色精神,共同组成了一个代表中国人民不断赢得伟大胜利的巨大文化内涵,已成为我们中华民族的重要精神财富。

五、短视频对东北抗联文化的助推与传播

(一)创新传播东北抗联文化

近几年,短视频平台纷纷发起相应的东北抗联文化相关话题,有效的推动了我们的社交娱乐平台向更广阔的红色文化,传统文化领域的拓展。人们能够利用短视平台实现全方位的、系统的、真实的、准确的认识我们十四年艰苦奋斗的抗战历程,生动地了解历史中我们那些东北抗联战士的英勇壮举,他们是如何谱写出了一首无比气镇山河的民族战歌的。革命先烈宁死不屈的爱国主义精神和百折不挠的民族气节是我们应该永远铭记在心的。

(二)增进公众对东北抗联文化认同感

短视频的最短时间也不过屈指几秒,实际长度却只有寥寥数分钟,但是相应的红色精神,东北抗联的鲜红历史文化是能够令人振奋的,这种短视频,可以深刻的增进公众对东北抗联的文化认同感。随着短视频的内容发展,通过自媒体的广告传播和 APP 的算法推广的良性循环,可以获得更多的粉丝和点赞,转载,关注,点赞,通过这种传递式的信息推进,能够进一步将东北抗联文化去传播开来,让更多人参与到优秀的红色文化当中去,走到东北抗联文化当中去,获取文化自信,从而增进对历史悠久的东北抗联文化的认同,同时,网络短视频能够迎合大众碎片化的时间惯性,能够满足受众群体的文化认同需求。目前一些平台上也

线了关于东北抗联文化的短视频,这些短视频以个人或政府部门为传播主体,大力传播和推广东北抗联文化,进一步的宣扬了我们的红色文化和红色精神,提升了公众对于东北抗联文化的认同感。

(三)提升红色文化认知度

抖音也曾发布宣传红船精神等红色文化的宣传视频,旨在通过网络去引导更多的传播主体去弘扬红船精神和红色文化,而这些视频也得到了政府部门的积极配合和大力支持,目前相应的宣传视频点击数已高达十六亿,让这些红色文化去释放生命活力,让更多的人去认识到更多的红色精神,注重历史,不忘国耻,同时也拉近了历史与现代人们的距离,将青年人和中年人的距离拉近了,吸引了更多用户的关注,也吸引了用户对文化的思考。

这些短视频能够通过多方面的渠道拓宽视野,丰富传播内容,利用短视频对相应的红船精神、延安精神、东北抗联文化进行多姿多彩的内容展示,在新时代的背景下,有着重要的意义。

(四)通过短视频讲好中国故事

向各大短视频平台推送相关内容,使更多的人了解到我们的红色文化及红色精神,了解东北抗联艰苦的历史,引导公众深刻的领悟中国共产党的精神内涵,延续红色血脉,是非常重要的工作。除此之外,短视频还是我们讲好中国故事的一个契机。可以利用短视频讲好抗联故事,让全国人民更为深入的理解革命精神,使红色精神由此而更加具体而生动,也可以更好的去传播和发扬红色精神,所以我们就要利用好当下短视频发展的契机,进一步发掘东北地区抗联红色资源,丰富红色内涵,在党史调研的基础上,充分地利用短视频进行传播及推广,以此形式去讲述好我们的抗联事迹,诠释好东北地区抗联官兵的革命精神,集体英雄气概和伟大战斗事迹。

结语

通过短视频的加持,越来越多的红色文化和红色底蕴飘荡在中国土地的上方,越来越多的人更加的注重历史,感受到烈士们为了保家卫国,抛头颅洒热血,不顾一切的大无畏精神,真正的起到了一个认知历史和传承文化的重大作用。

参考文献:

[1]田高洁.互动仪式链视角下的音乐短视频研究——以抖音 App 为例[J].新媒体研究,2018,4(4):2.

[2]张文婷.移动互联网背景下互动社交平台商业模式创新及发展趋势研究[D].东南大学,2020.DOI:10.27014/d.cnki.gdnau.2020.003728.

[3]李庆伟.基于用户消费行为 SIPS 模型的出版行业短视频营销策略研究[D].辽宁大学,2021.DOI:10.27209/d.cnki.glniu.2021.001625.

[4]唐丽霞.互动仪式链视角下的抖音短视频研究[D].陕西师范大学,2019.DOI:10.27292/d.cnki.gsxft.2019.000903.

[5]杨赛.社交应用中信息组织方法优化[D].吉林大学,2020.DOI:10.27162/d.cnki.gjlin.2020.000962.

吉林省教育厅社科项目《东北抗联文化赋能吉林乡村振兴的新媒体传播战略研究》

作者简介:

1.邱品杰(1987-),男,汉族,吉林长春人,毕业于东北师范大学传媒科学学院戏剧与影视学专业,硕士,现任吉林动画学院网络与新媒体系教师,研究方向:网络新媒体技术与艺术结合研究。