

新媒体时代群众文化活动的创新研究

赵薇

晋城市文化馆, 山西 晋城 048000

摘 要 : 新媒体时代为群众文化活动提供了新的发展契机, 同时也带来了新的挑战。本文以新媒体时代群众文化活动为研究对象, 首先分析了新媒体时代群众文化活动的特点。然而, 新媒体时代群众文化活动也面临诸多困境。据此, 本文提出了新媒体时代群众文化活动的创新策略, 充分利用新媒体技术的优势, 解决当前面临的问题, 更好地满足人民群众的精神文化需求, 推动社会主义文化的繁荣发展。

关 键 词 : 新媒体; 群众文化; 创新研究

Innovative Research on Mass Cultural Activities in the New Media Era

Zhao Wei

Jincheng City Cultural Center, Jincheng, Shanxi 048000

Abstract : The new media era provides new opportunities for the development of mass cultural activities, but it also brings new challenges. This article takes mass cultural activities in the new media era as the research object. Firstly, it analyzes the characteristics of mass cultural activities in the new media era. However, mass cultural activities in the new media era also face many difficulties. Based on this, this article proposes innovative strategies for mass cultural activities in the new media era, fully utilizing the advantages of new media technology to solve the current problems faced, better meet the spiritual and cultural needs of the people, and promote the prosperity and development of socialist culture.

Keywords : new media; mass culture; innovative research

引言

随着信息技术的快速发展, 新媒体逐渐成为社会生活的重要组成部分, 深刻影响着文化活动的形式与内涵。群众文化活动作为连接政府与民众、传播文化价值、促进社会和谐的重要载体, 在新媒体环境下展现出新的特征与可能性。移动互联网、社交媒体、短视频平台等新媒体形式的兴起, 使得文化活动的参与方式更加多样化, 传播效率显著提升。然而, 网络信息的复杂性使得文化活动的质量难以保证, 虚假信息、低俗内容的泛滥可能对文化活动的健康发展造成威胁。在这一背景下, 如何充分利用新媒体技术的优势, 提升群众文化活动的参与性、传播力与影响力, 成为当前研究的重点。

一、新媒体时代群众文化活动的特点

(一) 参与性增强

新媒体为群众文化活动提供了便捷的创作工具和传播渠道, 群众不再需要依赖专业的设备或复杂的操作流程, 只需通过智能手机即可完成短视频拍摄、图文编辑、音乐制作等创作活动。^[1] 这种技术的普惠性使得更多人能够参与到文化活动中, 从而激发了群众的创作热情。短视频平台上的用户可以通过简单的拍摄和剪辑, 将自己的创意转化为生动的作品, 并在平台上分享。低门槛的创作模式降低了群众参与文化活动的难度, 使文化活动真正成为“人人皆可参与”的社会实践。^[2] 在传统文化活动中, 参与者往往是被动接受者, 缺乏与活动组织者或其他参与者之间的互动。而新媒体平台的评论、点赞、分享等功能, 使得参与者能够实时表达自己的观点和感受, 与其他参与者形成互动。这种互动性不

仅增强了文化活动的参与感, 还为文化活动的创新提供了更多的反馈和灵感。

(二) 传播速度快

在新媒体环境下, 信息的传播不再局限于传统的纸质媒介或电视、广播等单向传播形式, 而是通过互联网、社交媒体、短视频平台等多元渠道实现了快速扩散。^[3] 一场地方性的群众文化活动可以借助短视频平台的热门推荐机制, 在短时间内吸引数以万计的关注。活动组织者通过微信公众号、微博、抖音等平台实时发布活动信息, 群众能够在第一时间了解到活动的最新动态, 即时性的传播机制让群众文化活动更加贴近群众生活, 引发更多群众的关注与讨论。^[4] 群众文化活动的信息传播不再是单向的输出, 观众可以在弹幕中发表自己的看法, 从而形成一个即时的、开放的讨论空间, 由此构成了一个动态的信息网络。这种传播机制增强了文化活动的社会影响力, 让不同背景的群众能够围绕共同的文

化主题进行交流,从而提高了社会的凝聚力。

（三）数据化运营

随着新媒体技术的快速发展,数据化运营逐渐成为群众文化活动的重要支撑工具。数据化运营的核心在于对活动全过程的数据采集、分析和应用。^[6]在活动策划阶段,组织者可以通过数据分析工具,对目标受众的年龄、性别、兴趣偏好等进行深入研究,从而制定更具针对性的活动方案。在活动执行过程中,数据化运营同样发挥着重要作用。通过实时数据监测,组织者可以掌握活动的参与热度、传播效果以及受众反馈。数据化运营还为群众文化活动的评估提供了科学依据,通过多维度的数据分析,全面评估活动的效果。^[6]数据化运营的广泛应用,不仅提升了群众文化活动的组织效率,也为活动的创新提供了新的思路。通过数据驱动的决策方式,组织者能够更精准地把握受众需求,设计出更具吸引力的活动内容。

二、新媒体时代群众文化活动的困境

（一）网络信息复杂难以分辨

新媒体平台上的信息来源广泛且复杂,许多未经验证的虚假宣传信息充斥其中。^[7]一些文化活动可能被夸大宣传为“国家级”或“权威性”项目,但实际上可能缺乏实质内容或组织保障。这种虚假宣传不仅浪费了群众的时间和精力,还可能导致资源浪费,甚至影响群众对文化活动的信任度。^[8]另外,平台的算法其实更倾向于迎合群众的短期兴趣,通过推送热门话题或轻松娱乐内容来吸引流量。这种机制虽然提高了平台的用户活跃度,却忽视了对优质文化项目的长期推广。许多具有深度和意义的文化活动可能因为缺乏短期吸引力而被边缘化,导致群众难以接触到真正有价值的内容。

（二）文化活动缺乏精品内容

群众文化活动的同质化现象较为普遍,许多文化活动在内容设计上缺乏创新,局限于传统的表演形式、主题选择和传播方式。^[9]地方文化节、广场舞比赛等活动虽然形式多样,但内容多以歌舞表演为主,主题多以庆祝节日、弘扬传统文化为核心,缺乏新颖的创意和独特的文化表达。文化活动的多样性不足也限制了其发展,新媒体为文化活动提供了更多元化的传播渠道和表现形式,但许多文化活动在内容设计上仍然停留在传统的单一维度,未能充分利用新媒体的技术优势和平台特点,难以在新媒体环境下形成独特的文化品牌。^[10]

（三）管理运行机制有待完善

由于群众文化活动涉及多个部门的协同合作,包括文化部门、宣传部门、网络监管部门等,各部门在职责划分上可能存在重叠或空白,导致多头管理或管理真空。在活动审批流程中,一些部门间缺乏有效的沟通机制,审批环节可能需要经过多个部门的层层审核,导致流程繁琐、效率低下。^[11]运行机制缺乏创新也是群众文化活动管理中的一个重要问题,传统的管理方式难以适应新媒体时代对群众文化活动的要求。许多地方在组织群众文化活动时,仍然沿用传统的线下管理模式,未能充分利用新媒体

平台的传播优势,导致线上线下活动的衔接不够紧密。

三、新媒体时代群众文化活动的策略

（一）整合文化资源,丰富群众文化活动内容

新媒体时代为群众文化活动提供了广阔的发展空间,通过挖掘和利用传统文化资源,群众文化活动能够更好地满足人们对文化多样性的需求,同时也能在传承中实现创新发展。^[12]中国传统文化博大精深,涵盖了传统音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、书法、绘画等多种形式,这些文化形式不仅是历史的见证,更是现代文化创新的宝贵资源。广场舞作为一种群众喜闻乐见的文化活动形式,通过融入传统舞蹈元素,如扇子舞、绸缎舞等,可以让活动内容更加丰富和有深度。在整合文化资源的过程中,突出文化特色是打造文化品牌的关键。文化品牌能够提升群众文化活动的影响力和吸引力,也为文化活动的可持续发展提供了动力。^[13]一些地方通过挖掘地域文化特色,将地方戏曲、民间艺术等融入群众文化活动,形成了具有地方特色的文化品牌。合唱活动就可以通过演唱地方民歌或改编经典曲目,展现地方文化魅力。整合文化资源还需要注重跨领域的合作与创新,将传统艺术与现代科技相结合,利用新媒体平台传播文化内容,扩大文化活动的受众范围,提升活动的吸引力。通过数字化手段,传统文化资源可以以更加生动、直观的方式呈现,从而吸引更多年轻群体的关注和参与。

（二）依托多元媒体,创新群众文化传播机制

在新媒体时代,群众文化活动的传播方式发生了显著变化。以广场舞为例,借助社交平台、直播平台和短视频平台,实现了更广泛的传播和更深层次的互动。通过微信、QQ群等社交工具,广场舞爱好者可以轻松组建线上社群,分享活动信息、交流舞蹈经验。广场舞团队可以在微信群中发布活动时间和地点,邀请更多人参与,也可以在朋友圈中分享广场舞的视频片段,展示活动的精彩瞬间。^[14]这种传播方式不仅打破了地域限制,还增强了群众文化活动的社交属性,吸引更多人加入。直播平台则为广场舞的推广提供了更直观的展示方式,广场舞爱好者可以实时展示舞蹈表演,与观众互动,邀请观众参与评论和点赞,提升活动的趣味性和参与感。此外,直播平台还可以用于广场舞的教学,专业舞者可以直播教授舞蹈动作,让更多人学习和参与。^[15]短视频平台为广场舞的宣传提供了更灵活的传播方式,广场舞爱好者可以将舞蹈表演的精彩瞬间记录下来,并通过平台分享给更多人。在抖音、快手等平台上发布短视频,展示舞蹈的节奏、队形和氛围。这些短视频不仅能够吸引更多的观众,还能通过平台的推荐算法扩大传播范围。通过社交平台、直播平台和短视频平台的结合,广场舞等群众文化活动实现了更广泛的传播和更深层次的互动,能够吸引更多参与,提升活动的文化价值和社会影响力。

（三）利用媒体平台,优化群众文化沟通机制

媒体平台为群众文化需求调查提供了高效、便捷的工具,通过线上问卷、社交媒体互动、大数据分析等方式,快速收集不同群体的文化需求信息。通过微信公众号、微博等平台发布调查问

卷，可以覆盖更广泛的受众群体，尤其是年轻群体。这种调查方式不仅节省了时间和成本，还能通过数据分析得出精准的结果，为文化活动内容设计提供科学依据。例如，某地通过线上调查发现，年轻群体更倾向于参与具有互动性和创新性的文化活动，因此在后续活动中增加了直播互动、短视频挑战等环节，取得了良好的效果。新媒体平台还为获取群众文化体验反馈提供了实时、多维度的渠道，社交媒体评论、直播弹幕、评分系统等方式可以实时了解群众对文化活动的感受和评价。例如，某文化节通过抖音平台发布活动短视频，并邀请观众在评论区分享自己的体验感受。这种互动方式不仅增加了活动的传播效果，还能通过群众的反馈及时调整活动内容和形式。通过大数据分析，对群众的反馈进行分类和归纳，发现普遍存在的问题或需求，为后续活动的优化提供参考。这种双向互动的模式，不仅拉近了文化活动与群众的距离，还为文化活动的创新提供了更多可能性。

（四）打造人才队伍，支持群众文化活动创新

在新媒体时代，群众文化活动的创新离不开高素质的人才队伍。第一，汇聚社会各界的力量，充实人才队伍。通过吸纳文化工作者、志愿者、退休人员等不同领域的人才，形成多元化的人才结构，更好地满足群众文化活动的多样化需求。同时，借助新媒体平台，招募更多热爱文化活动的志愿者，扩大人才队伍的规模，为活动的开展提供坚实的人力保障。第二，加强培训力度，提升队伍素质。针对文化活动的特点，设计系统的培训课程，涵

盖文化活动策划、新媒体技术应用、艺术创作等多个方面。定期组织培训活动，帮助团队成员掌握最新的文化活动组织方法和新媒体传播技巧，提升其专业能力。此外，通过举办经验交流会、案例分享会等形式，促进团队成员之间的学习与合作，进一步提升整体素质。第三，支持创作，促进群文创新。在广场舞、大众合唱等传统群众文化活动的基础上，鼓励团队成员结合新媒体技术，进行内容创新。设立创作基金，举办创作比赛，激发团队成员的创作热情，推动更多优秀文化作品的诞生。通过这些措施，不仅能够提升群众文化活动的质量，还能进一步增强团队的凝聚力和创造力。

四、结束语

综上所述，新媒体时代群众文化活动的创新研究，既是对当前社会文化发展现状的深刻思考，也是对未来文化发展方向的积极探索。新媒体技术的快速发展为群众文化活动注入了新的活力，同时也带来了新的机遇与挑战。在这一背景下，群众文化活动的创新不仅体现在形式上的多样化，更体现在内容的深度挖掘、传播机制的优化以及管理机制的完善上。通过不断探索与实践，群众文化活动将在新媒体时代焕发出更加绚丽的光彩，为构建和谐社会、实现文化强国目标作出积极贡献。

参考文献

- [1] 刘昕睿. 借力新媒体发展群众文化 [J]. 文化产业, 2023(17): 50-52.
- [2] 张岩. 文化类政务新媒体的传播创新策略探索——以“青岛群众文化”微信公众号为例 [J]. 新闻文化建设, 2022(2): 92-94.
- [3] 李群. 如何在新媒体时代环境下推广群众文化工作 [J]. 大众文艺 (学术版), 2021(15): 6-7.
- [4] 常征. 新媒体时代丰富人民群众精神文化生活的策略 [J]. 文化月刊, 2021(4): 118-120.
- [5] 韩冬, 丁秀艳. 新媒体环境下基层群众文化网络信息平台的构建探索 [J]. 新闻文化建设, 2021(2): 164-165.
- [6] 颜玉婕. 谈如何在新媒体时代环境下推广群众文化工作 [J]. 参花 (上), 2020(8): 147-147.
- [7] 杨文明. 如何在新媒体时代环境下推广群众文化工作 [J]. 成长, 2021(11): 19-20.
- [8] 王娟. 新媒体时代推广群众文化工作路径研究 [J]. 大学 (社会科学), 2021(9): 102-104.
- [9] 宋兆国. 新媒体环境下群众文化推广工作研究 [J]. 文化产业, 2021(30): 120-122.
- [10] 曾玉英. 浅谈基层媒体融合发展的有效途径 [J]. 中国报业, 2022(4): 110-111.
- [11] 常子慧. 探讨如何在新媒体时代环境下推广群众文化工作 [J]. 中国民族博览, 2022(7): 119-121.
- [12] 申慧娟. 探究新形势下文化馆群众文化工作的创新发展 [J]. 文化产业, 2022(21): 105-107.
- [13] 刘怀东. 文化类短视频的传播创新研究 [J]. 新闻文化建设, 2022(13): 91-93.
- [14] 徐海婴. 新媒体环境下基层群众文化网络信息平台的构建探索 [J]. 环球首映, 2022(8): 169-171.
- [15] 靳荣欣. 短视频传播环境中群众文化的传播策略研究 [J]. 新闻文化建设, 2022(16): 33-35.