

新时代群众文化宣传路径优化策略研究

刘云

山东省菏泽市曹县青荷街道办事处便民服务中心 山东菏泽 274400

【摘要】新时代的群众文化宣传不仅是文化发展的需求，更是社会凝聚力与文化认同的关键。尽管当前的群众文化宣传取得了一定成效，但面对多变的社会环境和快速发展的媒介技术，传统的宣传方式已逐渐无法满足人们的精神需求和情感共鸣。本文深入探讨新时代群众文化宣传的背景，分析其面临的主要问题，并提出优化策略，强调精准化、互动性、多元化和本土化的传播路径。最终，提出要通过创新的传播机制与更有深度的文化内容建设，激发公众的参与感和文化归属感，推动文化认同的深度融合。

【关键词】群众文化宣传；新时代；精准化传播；数字化平台；文化认同

Research on optimization strategy of mass culture propaganda path in the new era

Liu Yun

Qinghe Street Office, Caoxian County, Heze City, Shandong Province, China. 274400

【Abstract】In the new era, mass cultural promotion is not only essential for cultural development but also crucial for social cohesion and cultural identity. Despite the progress made in mass cultural promotion, traditional methods are increasingly failing to meet people's spiritual needs and emotional connections in a rapidly changing society and with the rapid advancement of media technology. This article explores the background of mass cultural promotion in the new era, analyzes the main challenges it faces, and proposes strategies to optimize these efforts. It emphasizes the importance of precise, interactive, diverse, and localized communication approaches. Ultimately, it suggests that by innovating communication mechanisms and developing deeper cultural content, we can enhance public participation and cultural belonging, thereby promoting a deeper integration of cultural identity.

【Key words】mass culture propaganda; new era; precision communication; digital platform; cultural identity

引言：

群众文化宣传的意义不止于传递文化信息，更在于激发情感共鸣，增强社会的文化凝聚力。时代在不断变革，尤其是信息技术与社交媒体的迅猛发展，让每一个人都可以成为文化传播的主体。然而，伴随这些变革的是一种文化认同的淡化和文化传播的碎片化。如今，文化的传播不再仅仅依赖于单一的宣传渠道，而是面临着多元、复杂的传播环境。如何在这片多元化的传播场域中找到更适合新时代背景的文化传播路径，已成为我们亟需解决的课题。

1.新时代群众文化宣传的背景

1.1 新时代群众文化宣传的重要性

在新时代社会发展转型过程中，群众文化宣传拥有重要的凝聚力和价值认同作用。随着国家经济社会科技文化发展，全民思想精神需求呈多元化趋势，文化宣传的意义不仅仅是文化传播，更重要的是影响人们的精神世界，能良好地

引导社会主流价值观的树立，让广大群众从日常生活中体验文化传播带来的影响，增强国家认同感与民族凝聚力等。它既注重文化传播内容，也重视情感、心灵上的共鸣，对社会和谐发展发挥着重要作用。

1.2 当前群众文化宣传的成效

虽然现有的公共文化宣传取得了一定的成效，但依然存在一些问题。近年来政府和社会团体加强了公共文化普及和传播力度，产生了大型公共文化活动、公共文化社区项目、文化普及社会公民项目等多种维度的传播形式，效果初步显现。大规模公共文化传播不仅增加了人们的文化知识，也促进了一定程度的社会团结，但其获取多半是局限于部分群体和社会区域，整体性文化的认同以及参与还需要深化，社会对于文化的内化和接受还是不够充分的。

2.群众文化宣传面临的问题

2.1 群众文化认同感缺失的原因

人民群众的文化认同感下降并不是一时一两日出现的，

和现在社会环境、文化传播渠道都有关系。现如今的社会发展使得各类群体的文化需求不断多样化,很多传统文化和当下不断增多的文化需求不相符合,很难起到文化满足的作用,让部分群众产生一定的文化排斥心理。与此同时,由于现在信息传播的碎片化,使一些文化内容和文化传播并未深入人心,没有达到深入人心的文化认同,而是一直被大众生活漠视。此外,个别文化传播方法过于呆板僵化,脱离群众,没有贴近群众生活情感交流与互动,不能有效地激发人们的文化自信以及文化认同感。

2.2 传统宣传手段的局限性

对于以往单一的文化宣传方式多依靠广播、电视以及报纸等大众媒体传播的工具进行宣传,在一定时间内起到很大作用,但是不可否认的是在当前这样的时代下显得尤为粗糙,传统的宣传效率低下,其传报时间长,难以进行即时的信息回传等,其传统宣传内容的传递是单向传输,其内容单一,难以满足人们多层次的兴趣诉求,难以体现文化的深入传播。更要紧的是,当前人们的传播习惯从“印刷媒体”转向“网络媒体”与“电子邮件”,传统传媒逐渐被群众所抛弃,其影响力及群众对它的信任度、关注度逐渐降低,故而对其进行重新思考与反思显得当务之急。

2.3 新兴媒体对文化传播的双刃剑效应

随着新媒体的迅猛发展,文化宣传传播通道和沟通渠道都有了新的选择。当然,有利有弊,它具备了以前文化宣发形式所没有的优点。它能够广泛迅速地从事众的日常生活渗透到群众的生活中间,传播速度广度都是前所未有的,通过平台互动的信息传播让文化宣传又生动又活泼,形式很灵活^[1]。同时,由于信息传播过于繁杂,碎片化,还有非真实信息的存在,文化宣发也会受到一定的负面程度的影响。大量的无用信息会在传播过程中被淹没,在此情况下,群众对文化宣发的感受有了“倦怠”感,让其作用相对不明,缺少了点效果。

3.新时代群众文化宣传路径优化策略研究

3.1 提升文化宣传的精准度针对性

精准化和方向性。在信息爆炸的年代,信息的爆炸、内容的丰富多元化都分分钟使人们的注意力变得“奢侈”,针对这一现象文化宣传的精准性就是我们急需把握的重点。以对受众的关注点兴趣、感受和文化背景为基础来设计相关内容,使之与受众群体的日常生活、情感思想、生活方式、个人价值观念等方面进行贴合,精准化的宣传不仅仅是宣传精准化,更是文化宣传内容和受众心理的精准贴合。文化宣传要避免“高喊口号”,要避免简单的拷贝、粘贴。要从受众

群体需求、受众心理出发,做精准化的内容营销。如通过大数据、用户画像、数据平台的建立来更明确直观地了解不同时段、不同地区受众的文化需求点,而非仅仅为数字化的技术手段,更是一种文化人文精神与数字手段的有机结合,精准化的内容营销更多地需要的是受众细致的观察与文化内容的深度理解。如在传统节庆宣传中,不是简单的宣传展示传统的节日习俗,更多的是去挖掘和挖掘传统节日习俗背后的情感价值、文化认同感,让每个受众群体从心里面去感受文化温度、找到文化归属感^[2]。精准度的提升也意味着更细致的渠道。受众在每一个平台上的年龄特点、兴趣偏好和行为习惯不同,选择相应的渠道也具有十分重要的意义。社交媒体传播速度快、互动性强,适宜文化的精准投送,但一旦被单一渠道捆绑,就会陷入用户群有限的桎梏。多渠道的精准传播可以在不同的文化场域抵达不同的受众,实现文化传播的渗透。文化的精准并不仅仅指简单的精准数据堆叠,是对于文化个体的情感需要和文化背景,在合适的方式和合适的载体的耦合作用下,进行合力文化生产,增强文化的认同和社会的凝聚力。

3.2 利用数字化平台增强文化传播的互动性

随着互联网发展的全面推进,传统文化遗产信息传播手段已经不能满足人们对新时代文化信息的诉求。互联网的发展,一方面改变了人们的生活环境,另一方面也给文化信息的传播提供了新的机会。借助互联网的互动,可使文化传播更显互动,让文化信息不仅传输到人们手中,还可以让人们参与互动,变成可以互动的文化传播。相较于传统形式的文化传播方式而言,互联网最大的优势就是灵活性、及时性,在传播方式和传播形态上变得丰富多样,如在互联网终端、社交媒体、短视频等社会空间里实现多形态的文化场景。通过互联网终端平台,文化不仅可以到达人们手中,还可以通过互动的方式使受众加入,从而提升人们对文化的理解及认同程度。例如,借助互联网终端的互动,可以邀请受众参与到文化的创造过程中,或对内容进行评论、表达看法,甚至以参与者的方式进行文化传播。这种文化内容的互动使得信息由“上行”变为“下行”,通过与受众的“下行”互动、参与、反馈,形成“上行”与“下行”双向传播的关系。这种互动不再是单向信息的传输,而是在文化互动中实现情感认同的建构。在互动方式的影响下,文化传播也由接收者改变为制作者。受众的需求、反馈使文化传播的路径、载体多样化^[3]。首先,数字平台的优势在于庞大并具有深参与性的流量,是让文化内容可以面对更加大众化、样本性的群体,具有贴近性与整体性。此外,数字平台的即时性,还使文化内容的传播具有即时性反馈机制,在与受众的互动中,文化内容的输出开始依据社会互动做出回应,其互动“即时反应”

的内容传播方式,可以更快地发现当下的文化热点与文化需求,让文化内容与公众情感始终能够与群众同频共振。数字平台能够更具有多样可能的同时,也对文化的平台特点在内容与形式上提出更高的创新要求,如何在不破坏文化内核的基础上,通过数字内容的技术化,最大化实现数字平台内容的互动、参与等平台化特征,是新时期我们所必然面临的重要挑战。

3.3 多元化媒介的整合、协同作用

多元媒体联动与协同运作,已经成为当代文化传播的一大举措。随着信息时代、网络时代的到来,单一媒介渠道无法完成日趋多样、复杂的社会文化诉求。电视、广播、报纸等传统媒体以及短视频、社交平台、虚拟现实等新型媒体相互重叠、相互交织、共同构成一个立体化、网络化的多媒介传播格局。新形势下,该如何整合多元媒介,充分发挥各媒体的力量,协同作用,切实提高文化传播效率,是当前文化传播亟待研究的课题。多元媒介之间各有其传播优势和传播弱势。传统媒体拥有持久稳定收视受众群体,传播效益高,而新兴媒介具有双向互动、即时性的特征,受众主要是年轻人。如何在多元媒介格局下,实现整合力量,互相促进、互通有无,进而最大化提升文化传播效率成为亟需研究的重点问题^[4]。媒介整合的核心即是“协同”。协同化不仅意味着各媒介的彼此互动、互通有无,并且是其内部配合和协同的升级,在传播效果上也要协同化。例如,传统媒体中的电视台可通过社交媒体平台直播互动,短视频媒体可通过与传统新闻媒体合作加深对文化话题的关注。这样“平台”与“平台”的协同,就能够对不同时代、不同区域、不同领域、不同阶段的受众产生普遍性、全球性、广泛性、跨媒介式的影响力。同时需要指出的是,媒介的整合与协同不仅仅是手段上的整合,更重要的是文化价值理念上的整合,人们能够在不同平台之间的协同传播中,对各种文化的表达展现出更鲜明、更多的文化层次和维度的特性,呈现出不同的文化形象和特性。而这样不同平台、不同媒介之间的整合,也能使这种表现形式所具有的优势得到最大的发挥和应用,使它与媒介之间的协同,能够形成文化合力,从而形成广泛的跨媒介式的

文化传播效应,更加有效地实现不同媒介形式之间的文化认同感。多元媒介的整合与协同也是整合文化时代,人们在文化资源整合、媒介整合过程中,对于文化这一最核心因素的整合协同效应,对文化的理解及文化本质意义理念上更深层次的发展与创造。

3.4 强化文化内容的本土化、社会化

群众文化的宣传要想真正走入群众内心、赢得群众信任,就必须立足本土文化,深入挖掘每一个地域、每一个群体背后的历史积淀、文化传统与生活习惯,这种本土化不只是表现为对各地风俗的呈现,而是在文化的内容里、形式中体现出地方独有的感情倾向、地域特色与人民的精神价值;地方上特有的文化内涵是独特的、个性的,所以,宣传的内容首先要坚持贴近实际、贴近生活,要尊重当地人的文化认同感与情感归属^[5],但同时又应当融入社会化的因素,能够真正获得与现代社会的同频共振。伴随着信息化时代的到来,人们早已不满足于文化产品“老掉牙”的模式化表现,渴望能在文化产品的传播中看到自己关心的话题,看到自己的情感、思想等等,所以,文化内容的社会化需要具备时代性,即能够反映当今社会的变化、挑战以及机会等等,“只有具备这些本土化与社会化的文化宣传才能真正地打破原有的‘一厢情愿’的‘单向度’的‘输入’格局,使文化的传播变成‘互动’行为”^[6],这也是文化真正的力量,能够穿透时代的迷雾、走进群众内心的行为。

结束语:

新时代群众性文化宣传,不再是纯粹的文化宣传,而是文化建设共同体。推进文化精准传播、互动传播、本土融合传播和创新媒介化传播的文化认同,是我们这个时代文化命题,更是我们这个时代对文化的期待。时代在变,信息变,人的情感越来越复杂,唯有完善传播路径,增进文化归属和文化参与,方可触动心灵和凝聚合力。应新历史起点,用创新的手段和态度,推进文化由传向创。

参考文献

- [1]李明.新时代背景下群众文化宣传的创新路径[J].文化产业研究, 2023, 15(04): 72-74.
- [2]王涛,张婷.社交媒体时代群众文化传播的挑战与对策[J].传媒与文化, 2024, 18(01): 53-56.
- [3]周华.从地方文化出发,探讨新时代群众文化认同感的构建[J].文化学刊, 2023, 10(06): 118-120.
- [4]高晓慧.数字化背景下群众文化宣传模式的转型探析[J].新闻与传播研究, 2024, 22(03): 80-83.
- [5]张勇,刘慧.群众文化传播中的社会化与情感共鸣机制分析[J].现代传播, 2023, 17(02): 49-52.
- [6]陈龙.深化群众文化传播的社会责任与路径创新[J].文化理论与实践, 2023, 12(05): 104-107.