

群众文化活动数字化宣传与参与度提升

陈阳

重庆市巴南区文化馆，重庆市，401320；

摘要：本报告深度聚焦群众文化活动数字化宣传与参与度提升难题，系统梳理数字化宣传在覆盖面拓展、传播效率提升等方面的积极成效，同时精准揭示宣传形式同质化、互动性不足等现存短板。通过全面剖析宣传渠道单一、活动吸引力匮乏及群众认知局限等影响参与度的核心因素，针对性提出构建“线上+线下”多元宣传矩阵、融入虚拟现实等创新互动体验、定制分众化宣传内容等可落地策略，旨在突破发展瓶颈，推动群众文化活动数字化宣传效能跃升，切实增强群众参与热情，为群众文化繁荣注入新动能，兼具理论价值与实践指导意义。

关键词：群众文化活动；数字化宣传；参与度；提升策略

DOI：10.64216/3080-1516.25.03.039

群众文化活动作为滋养民众精神生活的重要源泉，在提升社会凝聚力、传承文化根脉方面发挥关键作用。伴随数字技术革新，数字化宣传凭借传播快、范围广的优势，成为群众文化活动推广的核心路径，有力促进活动辐射力与群众参与度提升。但当下数字化宣传存在形式僵化、用户黏性低等问题，群众参与积极性尚未充分释放。因此，探索数字化宣传与参与度提升的有效策略，对激活群众文化活力、满足多元文化需求、推动文化事业高质量发展具有紧迫的现实意义。

1 群众文化活动数字化宣传概述

1.1 群众文化活动的概念与特点

群众文化活动是指由广大人民群众自发参与、自我娱乐、自我教育、自我发展的各类文化活动。它涵盖了音乐、舞蹈、戏剧、美术、书法等多个艺术领域，具有广泛的群众性、丰富的多样性和较强的自主性等特点。

从群众性来看，群众文化活动面向社会各阶层、各年龄段的人群，无论男女老少、职业身份如何，都可以根据自己的兴趣和爱好参与其中^[1]。这种广泛的参与性使得群众文化活动成为社会文化交流和融合的重要平台。

多样性体现在活动形式和内容的丰富性上。不同地区、不同群体有着各自独特的文化传统和审美需求，因此群众文化活动的形式和内容也千差万别。既有传统的民俗文化活动，如春节庙会、端午龙舟竞渡等，也有现代的文化创意活动，如动漫展、音乐节等。

自主性则强调群众在文化活动中的主体地位。群众可以根据自己的意愿和需求组织、参与文化活动，充分发挥自己的创造力和想象力。这种自主性不仅能够激发群众的文化热情，还能促进文化的创新和发展。

1.2 数字化宣传的内涵与意义

数字化宣传是指利用现代信息技术，如互联网、移动终端、社交媒体等，对信息进行传播和推广的一种宣传方式。在群众文化活动中，数字化宣传具有独特的内涵和重要的意义。

从内涵上看，数字化宣传打破了时间和空间的限制，能够将群众文化活动的信息快速、准确地传播到更广泛的受众群体中。通过网络平台，活动的组织者可以发布活动的时间、地点、内容等详细信息，让更多的人了解活动的情况。同时，数字化宣传还可以利用多媒体技术，如图片、视频、音频等，生动形象地展示活动的魅力和特色，吸引更多人的关注。

在意义方面，数字化宣传能够提高群众文化活动的知名度和影响力。通过网络的传播效应，活动的信息可以迅速扩散，吸引更多的群众参与。此外，数字化宣传还能够促进群众之间的交流和互动。参与者可以通过网络平台分享自己的感受和体验，与其他参与者进行沟通和交流，形成良好的文化氛围^[2]。而且，数字化宣传有助于降低宣传成本，提高宣传效率。与传统的宣传方式相比，数字化宣传不需要大量的人力、物力和财力投入，能够以较低的成本实现更广泛的宣传效果。

2 群众文化活动数字化宣传现状分析

2.1 数字化宣传取得的成效

近年来，随着信息技术的不断发展和普及，群众文化活动的数字化宣传取得了一定的成效。

在宣传渠道方面，越来越多的群众文化活动开始利用多种数字化平台进行宣传。除了官方网站和社交媒体平台外，还借助短视频平台、直播平台等新兴媒体进行推广。例如，一些地方的文化部门通过抖音、快手等短

视频平台发布群众文化活动的精彩片段,吸引了大量的粉丝关注。这些短视频以其生动有趣的形式,展现了群众文化活动的魅力,让更多的人了解和参与到活动中来。

在宣传效果方面,数字化宣传有效地提高了群众文化活动的参与度。通过网络宣传,活动的信息能够快速传播到目标受众群体中,吸引了更多的群众报名参加。一些大型的群众文化活动,如音乐节、文化节等,通过数字化宣传,吸引了数万人甚至数十万人的参与。同时,数字化宣传还促进了群众文化活动的品牌建设。一些具有特色的群众文化活动通过网络宣传,逐渐形成了自己的品牌,提高了活动的知名度和美誉度^[3]。

2.2 存在的问题与不足

尽管群众文化活动数字化宣传已有成果,但短板明显。宣传渠道存在单一化与碎片化问题,部分活动仅依赖微信公众号、社区群,未开拓短视频平台等新兴渠道,受众覆盖不足;且各平台间缺乏协同,信息更新不同步,导致潜在参与者难以及时获取完整信息,严重影响传播效果。

宣传内容方面,同质化与吸引力不足现象普遍。多数活动宣传局限于时间、地点等基础信息罗列,未深入挖掘文化内涵与特色亮点,缺乏故事性与感染力。例如非遗体验活动仅陈述流程,未结合历史渊源与互动价值进行创意包装;且内容更新滞后,无法实时呈现筹备动态与嘉宾亮点,难以持续激发群众兴趣。

互动体验环节同样存在形式与效果的双重困境。现有互动多停留在留言、点赞等表层形式,缺乏如VR沉浸式体验、线上竞猜等创新玩法,难以满足群众多元需求;活动组织者对用户评论、建议处理迟缓,未能形成有效互动闭环,导致群众参与热情消退,削弱数字化宣传的社交传播价值^[4]。

3 影响群众文化活动参与度的因素分析

3.1 宣传因素

宣传的成效直接影响群众文化活动的参与热度。宣传力度不足是首要瓶颈,部分活动仅依赖社区公告栏、传单等传统方式,未能借助互联网、社交媒体等多元渠道扩散,导致信息触达范围有限。如社区文艺演出若未通过短视频平台、本地生活号推广,许多潜在参与者难以及时获取资讯,活动知晓率与参与人数随之受限,削弱了文化惠民效果。

宣传方式与内容的适配性同样关键。不同年龄、群体对信息接收偏好存在差异,若未精准匹配宣传手段,易造成传播失效,例如忽视年轻群体热衷的短视频、直

播平台,就难以吸引其关注。而宣传内容若仅平铺直叙罗列活动信息,缺乏对亮点、特色的挖掘包装,未能通过生动案例、精彩预告激发兴趣,即便信息广泛传播,也无法有效转化为群众的参与动力。

3.2 活动因素

活动质量与特色是左右群众参与热情的核心要素。内容层面,若活动缺乏新意与深度,固守陈旧模式,极易丧失吸引力。如部分文化活动长期依赖歌舞表演,未能融入新兴元素或回应群众多元需求,难以激发参与兴趣^[5]。唯有以丰富、创新的内容为根基,深度结合时代特色与受众期待,方能满足群众精神文化需求,提升活动生命力与参与价值。

活动形式与组织安排同样至关重要。单一形式易使群众产生审美疲劳,多元融合的形式,如增设互动体验、主题讲座等环节,可覆盖更广泛兴趣群体,增强参与动力。而组织安排失当,如时间与工作冲突、场地选址不便、服务设施缺失等问题,会显著增加参与成本,降低群众积极性。合理规划活动时间、优化场地选择与配套服务,是提升参与度的关键保障。

3.3 群众因素

群众自身特质是左右文化活动参与度的关键变量。兴趣爱好直接决定参与意愿,个体对活动内容与形式的偏好差异显著,如音乐爱好者热衷演唱会,书画爱好者更青睐艺术展览,若活动无法契合受众兴趣,极易导致参与率低。同时,文化素养水平与参与积极性呈正相关,文化素养较高者往往对精神文化需求更为迫切,更主动参与多元文化活动;反之,文化认知不足者则易对活动产生疏离感,提升群众文化素养成为增强参与动力的重要抓手。

时间与精力的限制同样不容忽视。现代社会快节奏生活与高强度工作挤压了群众的闲暇空间,许多上班族工作日忙于加班,周末需兼顾家庭事务,难以协调出充足时间投身文化活动。此外,部分群体因精力有限,即便对活动感兴趣,也会因无暇参与而放弃。如何平衡群众生活工作与文化活动时间,缓解精力分配矛盾,是提升参与度亟待解决的现实问题。

4 提升群众文化活动数字化宣传与参与度的策略

4.1 多元化宣传渠道建设

为提升群众文化活动数字化宣传效能与参与度,需构建多元宣传矩阵。一方面,充分发挥社交媒体平台优

势,依托微信、微博、抖音等用户基数庞大、传播迅速的媒介,发布活动亮点与资讯,借由裂变式传播扩大影响力;同时运用评论、投票等互动功能,与用户深度交流,精准把握需求,激发参与热情。另一方面,善用短视频平台特性,通过剪辑精彩活动片段、制作创意短视频,在抖音等平台投放,以生动内容吸引关注,并设置热门话题引导用户参与讨论、二次传播,实现宣传效果最大化^[6]。

此外,直播平台与传统渠道的协同发力同样关键。借助直播实时性与沉浸感,邀请专业主播对活动全程直播,并设计问答、抽奖等互动环节,强化用户参与感。同时,整合社区、学校、商场等线下场景,通过张贴海报、发放手册等传统方式触达不同群体,弥补线上宣传盲区。线上线下多渠道联动,能够全方位覆盖受众,高效传递活动信息,切实提升群众文化活动的参与热度。

4.2 增强互动体验

增强互动体验是提升群众文化活动参与度的核心路径。在宣传阶段,可依托社交媒体发起互动话题,如围绕活动内容设置“最期待的节目类型”“活动创意提案”等讨论,激发群众留言分享想法,活动组织者及时反馈互动,拉近与群众的距离,提前点燃参与热情。活动现场则通过设置互动体验专区,根据活动类型打造手工制作、即兴表演等环节,让群众从旁观者变为参与者,沉浸式感受文化魅力,显著提升活动吸引力与参与积极性。

数字化技术为互动体验升级提供新可能。借助VR、AR等前沿技术,打造沉浸式文化场景,让群众“穿越”历史现场或体验虚实融合的奇妙效果。同时,搭建线上活动社区,支持群众随时分享体验、交流心得,形成持续的文化互动氛围;活动组织者也能借此发布动态、科普知识,既丰富群众文化认知,又构建起长期稳定的互动平台,实现群众文化活动参与度与文化素养双提升。

4.3 优化宣传内容

优化宣传内容是提升群众文化活动数字化宣传效能的核心要点。一方面,需深度挖掘活动文化内涵,每个群众文化活动背后都蕴含独特的文化基因与历史底蕴,宣传时应着重展现其价值内核^[7]。如推广传统民俗活动,可详述起源、发展脉络及相关历史故事,让群众感悟传统文化的深厚魅力,激发其对活动的探索欲与认同感。

另一方面,要突出活动亮点并创新表达方式。聚焦

明星嘉宾、新颖形式、特色互动等独特元素,精准传递活动吸引力,如在音乐节宣传中强调重磅演出阵容与主题创意。同时,摒弃枯燥表述,灵活运用短视频、趣味图文等多元形式,以幽默语言与精彩画面增强内容感染力;并依据不同平台特性与受众偏好调整内容,实现宣传效果的精准触达与最大化提升。

5 结论与展望

5.1 研究结论

研究表明,群众文化活动数字化宣传对扩大影响力、提升参与度意义重大。当前数字化宣传虽有成效,但存在渠道单一、内容吸引力不足、互动体验匮乏等问题。参与度受宣传力度、活动质量及群众兴趣、素养等多因素影响。为此提出构建多元宣传渠道、增强互动体验、优化内容等策略,以提升宣传效能与群众参与热情。

5.2 未来发展展望

随着技术进步,群众文化活动数字化宣传将向智能化、个性化演进。5G、虚拟现实等技术普及将催生更多元宣传渠道,智能设备或成信息触达新载体。大数据与AI技术应用将实现互动体验定制化,为群众提供精准活动推荐。宣传内容将更注重文化内涵创新,融合传统与现代元素。未来数字化宣传与参与度提升将更贴合群众需求,推动文化事业繁荣。

参考文献

- [1]刘旭.群众文化活动品牌的塑造与传播[J].文化创新比较研究,2025,9(02):173-176.
- [2]萧红梅.新时代开展群众文化活动的路径探索[J].文化创新比较研究,2022,6(18):25-28.
- [3]蔡志青.群众文化活动理念的创新与科学发展对策[J].大众文艺,2022,(03):4-6.
- [4]肖庆文.数字化背景下群众文化活动的创新模式探索[J].参花,2025,(13):168-170.
- [5]关长春.浅析数字化时代群众文化活动新模式[J].牡丹,2020,(06):39-40.
- [6]萧红梅.新时代开展群众文化活动的路径探索[J].文化创新比较研究,2022,6(18):25-28.
- [7]苏真真.数字化技术在群众文化建设中的应用与推广[J].参花,2025,(08):162-164.

作者简介:陈阳,出生年月:1986年4月,性别:男,民族:苗,籍贯:湖南湘西,学历:本科,职称:群众文化,专技十一级,研究方向:群众文化。