

短视频平台为红色文化传播提供新路径

徐宏谟

(中共云南省委党校信息技术部远程教学科 云南昆明 650111)

摘要: 红色文化是珍贵的精神财富, 蕴含丰厚的民族精神, 在新时代依旧有重大的传播价值。在移动互联网时代, 要积极转换红色文化的传播思维, 打造多元的传播平台, 打破传统的传播模式, 探寻新的传播路径。短视频在信息传播上取得了非常显著的成绩, 在未来还将创造更大的传播价值, 也给红色文化传播带来新路径。利用短视频传播红色文化, 要把握红色文化自身的特性, 熟悉新媒体的传播规律和技术手段, 利用短视频讲好红色文化故事, 提高红色文化传播效率。

关键词: 短视频平台 红色文化 新路径

中图分类号: G206 **文献标识码:** A

DOI: 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.42.130

红色文化是宝贵的文化财富, 包含文化、制度、精神层面的内容, 加强红色文化传播, 就是弘扬社会先进文化, 对社会精神文明建设有重大的帮助。随着市场经济的发展, 社会文化呈现多元化发展的趋势, 红色文化的传播效果逐渐减弱, 在内容和形式上缺乏创新性, 难以获得民众的深度认同。要想让红色文化继续焕发活力, 为民众带来更优质的文化体验, 就应该创新思维, 借鉴新媒体的传播优势, 寻找传播新路径。新媒体时代, 短视频因其互动性强、共享性强等特点, 受到越来越多人的欢迎, 在短时间内吸引了大量受众, 成为一种重要的传播方式。红色文化也可以借助短视频平台, 提高传播范围和传播速度, 增强共享性和互动性, 让更多人了解红色文化, 认同红色文化中的价值理念。

一、短视频平台传播红色文化的挑战与机遇

当前, 已经有一些短视频平台用户以红色文化为主题, 根据现有的红色文化素材制作短视频。但其中, 二次创作的短视频产品良莠不齐, 有些视频的确展现了红色文化精髓, 有很高的教育价值; 而有些视频却完全是哗众取宠, 将文本进行解构重组, 娱乐性和趣味性增加, 但缺乏原有的教育意义。短视频平台是一个新兴的红色文化传播渠道, 二者在融合过程中既面临机遇, 也要迎接较大的挑战。

1. 短视频平台传播红色文化面临的挑战

短视频的迅速发展一方面得益于网络信息技术的繁荣发展, 另一方面得益于民众多元化的文化需求。大数据分析帮助其快速定位受众的心理需求, 精准传播符合受众口味的信息。短视频平台也承载了丰富多样的文化, 满足受众的多元化需求, 受到普遍欢迎。但是, 在这种传播环境中, 受众容易受到多元意识形态和价值观念的冲击, 特别是对于青少年

来说, 他们正处在价值观、人生观和世界观形成的关键期, 价值判断能力有限, 容易被一些腐朽文化裹挟, 一旦受到负面价值的感染, 很容易迷失自我, 弱化责任意识^[1]。网络文化监管有较大难度, 这种现象还是会长期存在, 这也是红色文化传播的现实环境, 当前有一些短视频中出现诋毁、抹黑英雄人物的内容, 不尊重基本事实, 随意结构红色文化经典, 破坏文化生态, 造成严重的不良影响。面对这种情况, 一方面要完善法律法规, 加强网络监管力度, 另一方面要全面整合红色文化资源, 打造教育网络, 让权威媒体占据红色文化宣传的主流, 引导正确的舆论走向, 把握好红色文化的话语权。在宣传方式上通俗化, 内容上弘扬正能量, 展现红色文化的价值。

2. 短视频平台传播红色文化面临的机遇

在革命和建设年代, 红色文化通过报纸、广播等传统媒介, 将中国人民团结一心, 凝聚力量开创伟大事业; 当今, 赋予红色文化时代内涵, 继续传承红色精神, 实现新的伟大目标。红色文化的传播历程表明, 只有得到了广大群众的认可, 才能发挥巨大的精神作用, 引领民众共同实现民族复兴的梦想。因此, 红色文化传承必须要重视传播这一环节, 顺应时代潮流, 借助新媒介进行传播。短视频平台给红色文化带来了新的机遇, 抓住机遇进行内容创新能扩大红色文化的影响力。短视频生动形象、题材丰富, 有广阔的创作空间, 而且能充分满足群众碎片化的信息需求, 是思想工作的新媒介和手段^[2]。利用短视频平台提高红色文化传播的互动性、共享性和便捷性, 能增强红色文化的生命力和感染力, 弘扬主流文化价值。为此, 传播媒体要利用好红色文化传播经验, 充分发挥短视频宣传的优势, 讲好红色故事, 营造更加

和谐正能量的短视频环境，为群众带来更加优质的文化产品。

二、短视频平台传播红色文化的路径分析

为持续提升短视频平台在传播红色文化方面的价值与作用，丰富红色文化传播路径，相关部门应当调整思路，以科学性原则与实用性原则为导向，从多个维度出发，采取有效举措，扩大红色文化影响力。

1. 营造良好的传播氛围

目前，传播形式单一是红色文化需要突破的难点问题，大多数民众是在电视新闻报道、电视访谈节目、红色文化旅游景区和报纸上接触到红色文化，受众中以中老年群体为主，年轻人较少关注这方面的信息。并且从内容呈现方式来看，多数地区发掘与展现的红色文化往往较为抽象，不太贴合民众的实际生活，难以激发民众的兴趣，降低了红色文化资源社会影响力。红色文化产生的时代背景与当今社会环境相去甚远，受到多种因素影响，较多的年轻一代对那个时期的历史不够了解，难以理解红色文化，对于红色文化中所包含的情感与精神缺乏了解，这种认知局限，使得红色文化在年轻群体中缺乏情感共鸣。在物质繁荣发展的当今社会，个人的价值和需求被放大，文化传播某种程度上也展现其功利性的一面，如果能够带来较大的情感共鸣或达到解释现实的功效，那么这种文化将会快速得到认同。基于这种实际，各地区在红色文化传播的过程中，需要调整现有思路，持续优化文化传播方式，逐步改变传统的说教形式，从受众群体维度出发，主动转换视角，利用丰富多元的传播路径，减小红色文化与普通民众之间的距离感，消除隔阂。为达到这一目标，相关部门需要坚持人本主义理念，以人本主义理念为基础，确保红色文化切入点更为合理。这种处置方式能从情感上获得民众的认同，进一步深入人心，提升红色文化社会影响力与吸引力^[1]。另外，为了达到潜移默化的宣传效果，应该要增加红色文化短视频的数量，提高质量。第一，要打造有趣味性和教育性的短视频产品，进行红色文化知识普及。另一方面，要利用大数据分析，了解民众的爱好，收集对短视频的反馈信息，同时向受众推送更多符合口味的短视频产品，不断吸引潜在的目标受众。值得注意的是，必须要做好舆论监督的工作，引导舆论风向，营造良好的传播氛围。

2. 突显地方特色

自中国共产党成立以来，涌现出一批又一批革命先烈，形成了独具地方特色的红色文化。从红色文化构成与分布特点来看，我国红色文化分布地域广，且不同的地方有不同的红色文化内容，具备很强的地方特色。尽管近些年来各地区

加大了红色资源开发力度，利用红色资源，讲好红色故事，传承红色精神，提升民族整体凝聚力，突出党的核心领导地位。但是必须清楚地认识到，有一些地方红色文化还处于宣传空白区，对于红色文化定位不够精准，认识不够全面，没有从文化建设、政治建设与经济建设角度出发，开展统筹考量，从而使得红色文化发掘力度不足，特色品牌塑造不够全面，区域性红色文化的传播力度不足，限制了红色文化积极作用发挥。同时，部分地区在红色文化传播过程中，忽视了传播路径与价值，传播形式也比较传统老套，缺乏新意，难以突显地方特色。因此，红色文化传播要在主流价值观的引领下，充分展现地方文化内涵，引发更强烈的情感共鸣。地方和中央传播媒体要实现联动互通，共同推进红色文化传播。首先，地方应该要以本地特色为传播核心，结合区域特点，立足红色文化基本内涵，设定红色文化传播基本思路，以此为基础，更加全面地展示本地的红色文化资源，讲好当地的红色故事，以实地考察资料和影响资料为依据，提升短视频的可信度与影响力，实现红色文化价值全面发挥。以本土宣传为主，让本地区的民众受到乡土乡情的感染，主动接受红色文化的熏陶，并且成为家乡红色文化的传播者，扩大红色文化影响力。其次，地方红色文化宣传也要坚持主流媒体的引导，保持红色文化传播方向，确立传播主要政治站位与政治高度，这种短视频传播方式，适应了红色文化特点。例如，相关部门不能为了攀比和满足民众的猎奇心理而歪曲事实，为达到理想传播效果而对文化内容进行篡改，这本身就不符合红色文化的精神。在红色文化宣传中要保持严谨和实事求是的态度，避免一些容易引发冲突的话题，同时加强和其他地方传播媒体的共享互动，增强区域文化的包容性，实现文化资源的联动，扩大红色文化社会影响力。

3. 多媒介联动传播

融媒体时代，为了提高在行业中的竞争力，发挥更大的传播价值，很多媒体相互寻求合作，打造立体的信息传播网络。红色文化传播也要借鉴这种思维，要有长远的发展眼光，树立品牌意识，实现多渠道联动互通。要想打造文化品牌，首先，要深入研究未来的发展方向，找准自身的定位，进一步通过科学的技术手段吸引和巩固目标受众。其次，在内容制作上，展现一些红色故事的短视频，给民众普及相关知识，激发他们的兴趣，并结合地方的博物馆、红色旅游景区等资源进行联动宣传，使受众在线上线下都能进行文化体验。另外，还可以打造网络虚拟体验馆，既能激发受众的学习红色文化的热情，还能从多角度、全方位宣传红色文化。

红色文化传播也要打开思路,以短视频为宣传主阵地,进行多领域的布局延伸,打造完整的传播网络。信息技术的发展也在推动传播形式的更新和升级,红色文化要把握当今的传播热点,掌握舆论传播的风向标^[4]。比如,当前vlog、直播等传播形式受到追捧,集社交和信息传播于一体,更加贴合民众的实际生活。传播主题要探究vlog、直播和红色文化的融合方式,找到更加适切的传播方法。灵活多元的红色文化传播方式可以满足不同社会群体的需求文化获取需求,通过形式创新,使得公众可以更加直观地感受到红色文化魅力,对于后续革命精神传承有着极大裨益。

4. 加强交流互动

在新媒体技术影响下,受众时代,个人的需求受到更高的关注和尊重,基于这种实际,在红色文化交互过程中,相关部门需要对信息的共享性和互动性进行持续提高。这种互动性可以全面改善现有红色文化传播形态,促进红色文化传播体系健全与完善。基于这种实际,红色文化传播也要充分注意这一变化特点,在打造优质内容的基础上提高运营管理能力,实现个性化和精准化传播。在短视频平台的运营中,内容策划始终占据主要地位,作者结合自身定位和受众的需求来打造优质内容,能够从受众的反馈信息、视频的播放情况中发现问题,找准改进方向。因此,短视频平台的运营人员不但要有较深厚的红色文化知识,还要掌握短视频平台的运作方法,提高技术能力,以吸引更多的受众,降低红色文化传播成本投入,在保证红色文化传播质效的同时,促进全新红色文化传播体系健全完善。对于主流传播主体来说,基于红色文化定位,还要持续发挥引导作用,通过正向引导促进公众形成正确价值观念与价值追求。相关部门应当注重红色文化在信息传播过程的敏感性,以敏感信息全面呈现为基础,树立正确的价值取向。具体来讲,运营人员应当树立正确观念,从政治高度出发,设立红色文化传播思路,在实际传播过程中,利用长远的战略目标和眼光占据文化传播

的重要阵地,扎根于一些发展潜力大、潜在受众广的短视频平台,在视频制作环节采取行之有效的方法,创新视频制作主题、优化视频制作方法,根据受众特点,持续创新视频制作方式,以保证视频制作有效性与合理性。另外,运营人员还要懂得受众的心理特点,及时关注当前的热点新闻,加强和受众的互动,多开创一些能够激发共鸣的视频,扩大红色文化影响力以及感染力。同时制造一些能引起强烈反响、受到广泛关注的话题,并在互动过程中收集受众的意见,并且能做出实质性的举措来进行回应,增强受众的参与感和体验感^[5]。

结语

综上所述,短视频平台的发展势头迅猛,受到广泛欢迎,为红色文化传播提供新的路径。不论是从形式创新层面还是内容优化层面,短视频平台都给红色文化传播提供了新的思路。与此同时,红色文化的融入能给短视频平台注入一股清新之风,增强短视频平台上优质文化比重,发挥更大的功效。在短视频传播过程中,要注意保持内容的深刻性和教育价值,改变形式但不改变内核,让红色文化在新时代爆发更大的精神活力。

参考文献

- [1]宋之霞.新媒体语境下红色文化传播的机遇、现实困境与有效路径[J].嘉兴学院学报,2020,32(02):45-50.
- [2]刘鹏飞.我国短视频平台的发展历程与走向[J].新闻与写作,2019(01):81-84.
- [3]刘勇.论新媒体视域下红色历史文化传播面临的机遇与挑战[J].传媒论坛,2019,2(24):4+8.
- [4]曾思意.短视频平台为红色文化传播提供新路径[J].文化创新比较研究,2020,4(12):82-83.
- [5]李琳娟.新媒体环境下红色文化传播路径研究[J].出版广角,2019(02):74-76.