

# 融媒体视阈下红色文化的传播

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:** 红色文化是中国先进文化的典型代表,蕴藏着重大的精神力量,有很高的教育价值。融媒体时代,信息传播更加高效便捷,传播形式和传播渠道也发生了很大变化,相应地引发了红色文化传播形式的变化。融媒体时代背景下,要不断地挖掘红色文化精髓,打造优质的传播内容,同时完善红色文化传播网络,提高红色文化的宣传效率。

**关键词:** 融媒体 红色文化 传播策略

**中图分类号:** G206 **文献标识码:** A

**DOI:** 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.43.153

红色文化是中国共产党领导人民在艰苦环境下不屈不挠,为中华民族解放和独立而奋斗过程中形成的优秀文化。红色文化是党和人民的精神成果,具有丰富的精神内涵和历史文化底蕴,在当今时代,依然具有非常重要的价值。当前,新媒体发展迅猛,借助网络信息技术,信息传播的方式更加多元化和便捷化,给民众带来了很大的便利。与此同时,很多低俗的文化在社会上大量传播,对社会舆论环境造成了不良影响。因此,在当今媒体大融合的背景下,有必要创新红色文化的传播形式和传播手段,传承好红色文化,讲好红色革命故事,传播正能量,引导舆论新风尚。

## 一、红色文化传播的价值

系统梳理红色文化传播价值,明确其在巩固主流价值、打破信息茧房、传承优秀文化的重要作用,推动文化建设系列工作稳步深入开展。基于这种关联性,各地区应当做好红色资源的发掘以及传播等系列工作。

### 1. 巩固主流价值

在信息爆炸时代,民众每天被海量信息包围,碎片化阅读时间增多,因而可以根据自身的信息获取偏好,灵活主动地获取相关资讯,满足自身的学习需求。在这一过程中,少部分媒体为了吸引民众的眼球,提升自身社会影响力,传播一些腐朽的价值理念,煽动民众的情绪,混淆视听,让民众渐渐难以辨别真假,被极化情绪裹挟,产生了极为负面的社会影响<sup>[1]</sup>。面对这样的情况,为形成正确的价值导向,主流媒体需要发挥舆论引导作用,通过红色文化的广泛宣传,持续地开展社会主流文化的弘扬,以扩大红色文化影响力,巩固主流价值观念。红色文化是一代又一代中国人在抗争历程中形成的文化,见证了中国的伟大变革,流淌着鲜活的政治热血,既是主流文化的典型代表,也是爱国精神得集中体现。红色文化有着丰厚的历史底蕴,展现了老一代中国共产

党人凝心聚力的大无畏精神。在当代弘扬红色文化,可以凝聚全党的思想,赋予红色文化新的时代内涵,团结全国民众,坚定道路自信和理论自信。

### 2. 打破信息茧房

借助信息技术,媒体变革的速度越来越快,由原来的粗放式发展转向精准化服务,大数据分析帮助媒体向用户提供更加个性化的需求。这一方面提高了用户体验,在信息技术支持下,用户可以快速、高效地获取各类资讯,满足学习、生活基本需求;另一方面,也使得媒体为了维护用户关系而推送大量同质化内容,大量重复性信息,对于用户信息使用体验感的提升产生了负面作用,从而给用户带来信息茧房的困扰。事实上,受众时代传播媒体应该要结合用户的信息需求推送高质量的文化产品,坚持人本理念,加强人文关怀,而不是仅靠技术来获得更高的点击量<sup>[2]</sup>。红色文化的受众主要是中老年群体,他们对那个时代的历史充满温情和敬意,而当代年轻人更应该接受红色文化的熏陶,锤炼品格和,促进正确价值观念与价值追求的形成,使其可以更加深入地投入到文化建设、经济建设活动之中。所以,红色文化也需要扩大传播渠道,不断地创新传播形式,实现文化再创造,促进文化事业繁荣发展,扩大文化建设的影响力与感染力。

### 3. 传承优秀文化

归根结底,红色文化来源于中华优秀传统文化,蕴藏着中国人民自强不息、团结统一的爱国主义精神,基于这种文化本质,在红色文化传播过程中,应当注重发掘红色文化中包含的爱国精神,以爱国精神为切入点,推动优秀传统文化的传承与创新。传承优秀文化既是弘扬优秀传统文化,传承民族精神的需要,也是保护红色文化资源,提高文化软实力的重要举措。具备强大的文化软实力,我们才能真正树立起文化自信,提高文化影响力。多元文化背景下,我

们更要加强红色文化的传播，为红色文化的传承和发展打造多样化平台，普及红色文化知识，让民众对那段峥嵘岁月有更深入的认识，并且还要具有国际视野，向全世界推广红色文化，扩大中国文化的国际影响力。

## 二、融媒体视阈下红色文化传播的现状

融媒体视阈下，红色文化传播过程中，暴露出传播内容同质化、传播方式庸俗化、传播效果不显著等问题。这些问题如果没有得到妥善处理，势必影响红色文化传播效果，限制红色文化优势作用的发挥。

### 1. 传播内容同质化

红色文化蕴藏着丰富的内涵，不仅包含革命精神，而且还包含实事求是、艰苦奋斗的工作理念和坚定不移的创业精神；不仅包含精神文化，而且还包含物质文化。但是，还有很多人把红色文化狭隘地看成革命文化，并认为当今和平年代，学习红色文化没有太大意义。另外，红色文化传播也没有跟上时代发展的步伐，没有抓住红色文化的精髓，流于形式，在内容上没有新意，大多是红歌会、访谈节目和抗战剧等内容，抓住一个信息点不断宣传，没有结合当前的时事热点赋予红色文化更多时代内涵，内容同质化的问题比较严重，难以激发民众的兴趣。

### 2. 传播方式庸俗化

随着媒体行业进入受众时代，红色文化传播也变得更加功利化。为了满足人们的猎奇心理，迎合新兴市场，一些红色经典剧目被改得面目全非，为博得眼球而漠视客观事实，失去了原有的价值品质，还容易误导年轻观众，让他们无法做出正确判断，更没能从文化作品中获得精神熏陶。比如，近年来，抗日雷剧大量涌现，连最基本的服装道具就没有遵守基本的时代背景，故事情节更经不起推敲，原本的革命剧变成了科幻剧，造成了不良的文化影响。这种情况如果长期得不到扭转，势必造成红色文化传播方式的庸俗化、丑陋化，难以充分发挥红色文化优势，限制了红色文化作用发挥。

### 3. 传播效果不显著

红色文化远离现代人的实际生活，如果缺乏一定的历史知识，就难以理解其中的精髓，甚至对那些上位的理论说教产生厌恶情绪，诱发系列对立情绪。在这种情况下，影响了红色文化价值作用发挥。所以，在进行红色文化传播的过程中，需要借助鲜活而丰满的故事来呈现，讲好红色故事，创设背景情境，将红色文化以更为鲜活的方式呈现出来。这种文化展现形式，才能让受众产生情感上的共鸣，更能理解红色文化的价值，明确红色文化的深刻内涵。但是，必须清楚

地认识到，传统的红色文化传播方式，在很大程度上，专注于理论和思想层面，传播方式的政治色彩比较浓厚，传播方式比较刻板生硬，以布道式的说教为主，缺乏生命力和感染力，从而使得红色文化覆盖范围较为有限，难以对公众产生较强吸引力。同时，现阶段，红色文化的传播渠道较窄，大多是在传统电视、广播和报纸媒体上看到红色文化内容。在新媒体领域，红色文化的传播形式有待进一步创新，没有完全适应新媒体的传播生态，难以获得观众的喜爱，缩小了红色文化整体影响力。

## 三、融媒体视阈下红色文化传播的策略

融媒体视阈下红色文化传播策略的制定，各部门应当转换思路，坚持问题导向，坚持目标导向，持续转换工作思路，采取行之有效举措与方法，设立大众化传播路径，创建多维传播体系，持续提升红色文化传播能力。

### 1. 大众化传播

有很多人认为，红色文化应该要保持严肃稳重感，新媒体所呈现出的碎片化、娱乐化的传播形态与红色文化的价值理念相悖，打破红色文化一贯的传播形式，可能会减低红色文化的深刻性，甚至让大众对红色文化产生误解。但是，当前红色文化传播面临的一大问题就是受众的流失，大部分民众对那些严肃刻板的内容不感兴趣，更追求那些真实且有深层内涵，能引发情感共鸣的内容。所以，在融媒体环境下，应该打破刻板的传播观念，认识到文化形态本来就是多种多样的，形式只是内容的载体，真正有价值的内容能够突破形式的限制，给人以深刻的启迪。主流媒体在传播方式上，要抛弃高高在上的说教姿态，利用好丰富的信息资源，发挥人才、资金的优势，充分地研究受众的心理和审美特点，分析不同年龄段受众的需求。一方面，要深入挖掘红色文化的精神价值，全面掌握红色文化精神内涵与特质，厘清红色文化产生背景。在此基础上，全面掌握专业理论，推动红色文化传播有效性与高效性。另一方面，以更加通俗的方式呈现红色文化内容，降低红色文化传播门槛。这种处置方式，降低了红色文化的陌生感，确保红色文化贴近民众的真实生活，带头打造符合民众需求的红色文化项目，通过红色文化效果的发挥，营造良好文化传播氛围，从而提高红色文化在社会上的传播效果。

### 2. 建立多维传播网络

调查显示，我国的互联网普及率在不断提升，新媒体正在高速发展，报刊、电视、广播等传统媒体的市场份额不断减小，新媒体受众广并且在未来有更多的发展空间。因

此,红色文化传播也需要紧跟时代的步伐,不但要满足于现有的传统媒体宣传阵地,而且更要打造立体的传播网络,实现内容、形式和传播手段的创新,开拓传播新领域<sup>[3]</sup>。首先,需要打造红色文化宣传网站。整合现有的红色文化资源,开拓网络宣传阵地,举办相关的文化讲座、论坛等活动,提升红色文化传播的趣味性和知识性。其次,要巩固传统媒体的宣传优势。传统媒体具有质量高、权威性强的特点,在红色文化的宣传上已经比较成熟,有些主打红色文化的电视节目也积累了很多受众,要想进一步发挥优势,就应该加强和新媒体的联合互通,如电视媒体利用微信公众号、微博等平台加强与受众的交流沟通,让他们针对节目提出建议,以此为重要依据对节目做出调整和创新<sup>[4]</sup>。

### 3. 借助媒体技术

传统媒体大多保持自上而下的传播形式,具有较强的权威性,但是难以满足用户的多元化需求,在新媒体的冲击下,也流失了大量的受众。新媒体为了发展竞争优势,在技术手段上不断更新,具有传播速度快、共享性强、传播范围广的特点,精准定位受众的需求,获得越来越多用户的青睐。同时,新媒体也一定程度上影响了受众的观念和品味,加深了与受众的融合程度,保证了红色文化的文化建设成效。因此,红色文化传播也要借鉴新媒体的成功经验,利用科学的技术手段来提高传播效率,吸引更多受众,将更多的受众纳入红色文化之中。第一,相关部门应当突出技术导向,依托科技赋能,完善红色文化资源发掘体系,创新红色文化资源呈现方式。在这一思路指导下,相关部门可以用大数据分析受众的喜好,以大众喜闻乐见的形式来传播红色文化,确保红色文化主题与内涵的定向提供;同时,持续地丰富红色文化传播形式,满足受众多元化的需求,以文化传播路径的创新,扩大红色文化吸引力与生命力。第二,可以开发红色文化体验馆。以红色文化旅游景区,红色文化博物馆为宣传阵地,在结合人工智能、VR虚拟现实等技术手段,更生动还原当时的历史背景,这种技术实现方式,扩大了红色文化受众基础,设置了系列文化场景,以此持续增强参观者的体验感,拉近了公众与红色文化之间的距离。另外,还可以开发红色文化的网络体验平台。这样能够吸引更多目标群体,让观众加强直观体验,对红色文化有更加深入的认识和情感上的认同,逐步夯实红色文化的群众基础,扩大红色文化社

会影响力。

### 4. 重视共享传播

融媒体时代,人人都能成为信息的传播者和分享者。首先,互联网的发展给信息传播带来很大的便捷。互联网具有交互性强的特点,能够扩大红色文化的传播范围,并且能达到精准传播,与受众达成较稳固的联系,获取受众的信任和依赖<sup>[5]</sup>。另外,多种多样的社交平台让民众有了更多发声的机会,使媒体内容的产生方式也发生了改变。媒体用户能够利用网络平台,成为信息的分享者,甚至成为内容的生产者。同时,在技术手段的支持下,现在的媒体用户也有充足的信息分享条件,观众的多元化需求,让一个公众号拥有百万粉丝成为可能。借助多样的社交网络,传播生态也发生着改变,并逐渐成为一种高效率的传播方式,红色文化也要重视共享传播,借助微信、微博等平台,打造更利于共享的红色文化,维护好与已有用户之间的关系,增强用户黏性,形成群体传播。

### 结语

综上所述,红色文化传播要顺应当今融媒体时代形势,走大众传媒的路径,不断扩大传播渠道,利用大数据来优化内容,打造内涵丰富、形式多元,更受大众欢迎的红色文化节目。要结合时事热点,挖掘红色文化的时代内涵和深层价值,让民众更加认同红色文化,自觉地学习红色文化,并且成为红色文化的传播者,让红色文化占据文化高地,发挥舆论导向作用,弘扬社会新风。

### 参考文献

- [1]曾祥明.全媒体时代红色文化教育的“微”路径探析[J].中共山西省直机关党校学报,2018(05):79-81.
- [2]荆立群,薛耀文.融媒体视阈下红色文化的传播[J].编辑之友,2020(03):72-77.
- [3]邓凌月.发挥融媒体优势创新红色文化传播[N].学习时报,2019-04-19(006).
- [4]刘卫兵.推进融媒体建设做大做强主流舆论[N].湖南日报,2019-04-10(005).
- [5]张理甫.全媒体时代红色文化传播与发展的新思路[J].中学政治教学参考,2020(12):31-33.