

新媒体背景下红色文化的传播路径研究

贺姗姗

(齐鲁工业大学(山东省科学院) 山东济南 250353)

【摘要】 新媒体是基于数字技术、网络技术和其他现代传播技术的具有交互性、综合性的媒体形式和平台。新媒体使信息传播更具针对性和主动性,能够随时随地满足用户的信息需求,为红色文化的传播创造了新的契机。然而,新媒体背景下也给红色文化的传播也带来新的挑战。因此,本文通过阐述新媒体背景下红色文化传播的内涵,分析当前红色文化传播中的困境,进一步探索新媒体背景下红色文化传播的有效策略,为提升红色文化的有效传播路径提出参考建议。

【关键词】 新媒体;红色文化;传播;路径

DOI: 10.18686/jyfyj.v3i12.68209

红色文化是中国共产党为团结和引导中国人民实现中华民族伟大复兴而形成的优秀文化。传播红色文化有助于增强社会主义道路自信、理论自信、制度自信和文化自信,有助于提升我国的文化软实力,增强中华文化的世界认可度。在新媒体背景下,必须采取有效的传播策略,传承和弘扬红色文化,使红色文化深入人心,推动社会主义基本价值观建设。

1、新媒体背景下的红色文化传播内涵

首先,在新媒体背景下,红色文化传播是新闻出版、传播者和受众最快捷、最有效的沟通方式,其丰富多彩的呈现方式和讲述故事的形式,能够激发受众的主动性,更好地促进受众对红色文化的认同和推广,打造新的媒体传播节点,进一步推进下一个节点的有效传播。

其次,新媒体背景下的红色文化传播,可以满足用户随时随地获取信息的需求。新媒体不仅可以拓宽传播红色文化的路径,还可以实现传播者和信息接受者角色的相互融合,使受众目标群体既是接受者又是传播者。这将有助于公众更轻松地参与信息传播过程,并鼓励他们形成红色文化价值观的群体意识。

最后,红色文化在新媒体背景下的传播,使得信息的传播更具针对性和主动性。第一,公众可以通过移动设备控制获取信息的时间和地点,及时高效地了解红色文化的最新动态。第二,发布者或信息转发者可以有效地对信息进行分类和过滤,基并精确地传达相关信息。第三,新媒体背景下的红色文化传播实现了传播形式的融合。与传统媒体相比,新媒体极大地改进了传播方式,不再将个人传播作为唯一的传播渠道,更加注重互动的“多点对多点”传播。在新媒体传播的同时,红色文化的表现形式也更加丰富、灵活,受众在接受信息时更加主动、敏捷。

2、新媒体背景下红色文化传播的困境

2.1 受众层级分类模糊

红色文化具有很强的教育作用,它要求传红色文化的信息传播者要注意信息接收者的接受度和兴趣点。在构建分层话语体系时,宣传内容的制作者必须充分考虑信息接收者的年龄、知识、接受度、爱好等因素,明确分层的受众分类,这也决定了宣传内容传播的准确性。目前,红色文化很少关注新媒体传播中不同年龄段观众心态的变化。这种模糊的层级分类导致信息的传播不准确,也没有考虑到目标群体的信息需求。简单片面的说教,看似强化了意识形态宣传,却削弱了传播的吸引力和生动性,难以引起听众的心理认同^[1]。

2.2 宣传素材零碎化

红色文化宣传材料零碎化的原因,与新媒体自身面对信息转型缺乏自主创新有关。在很多情况下,新媒体传播机构对受众没有清晰的认识和定位。因此,他们在宣传品的制作上往往漫无目的,表现出沟通断断续续的特点,文化内涵不够深刻,故事和精神内涵的把握不够。新媒体背景下的系统化和由此产生的宣传材料显得零碎化。

2.3 宣传故事缺乏灵动性

新媒体背景下的文化传播具有强大的场景渲染和沉浸式体验功能,当前利用新媒体传播红色文化的情况却参差不齐。大部分的传播都是一遍遍地复述旧的故事,有效的互动性、趣味性、智慧性的故事没有得到充分利用,信息的传递没有跟上新时代发展的需要。事实上,良好的观众体验可以保持红色文化的权威和主导地位。但从今天来看,很多媒体并没有完全达到传播红色文化的目的。尽管一些媒体部门对利用新媒体传播红色文化进行了广泛的研究,但仍有很大的改进空间。

2.4 公益性与产业性不平衡

红色文化的教育作用要求其传播和发展首先必须以公益为导向,注重其社会价值和效用,但不能忽视其发展给产业化带来的经济价值。其中,红色旅游应该成为红色文化产业化重要产业发展方向。但实际上,红色旅游市场的整体运行机制有待完善,新媒体在红色旅游中的积极作用尚未充分发挥。目前,红色旅游通过新媒体传播的特征不明显,不能为充分展示先进、教育、观赏、多元的红色文化提供有益支撑。如何协调公益与产业发展,充分发挥新媒体在传播红色文化中的重要作用,是一个值得深思的问题。

2.5 国际化传播不足

有些研究人员认为,红色文化具有鲜明的中国特色,应该在国内传播,不用考虑在国外传播。这种观点没有承认红色文化的功能和作用。红色文化的国际传播可以增强民族自豪感、增强民族凝聚力,这对于增强中国国际话语权、增强中国文化的国际影响力至关重要。过去我们在建设对外传播体系时,由于意识形态色彩较浓厚,带来了来自各方面的压力和阻碍^[2]。

3、新媒体背景下红色文化传播的策略

3.1 充分挖掘内涵,重视精神传承

在新媒体背景下传播红色文化,深化红色文化的内涵是重中之重。“内容本身得到用户的支持和认可可是至关重要的。公众始终希望主流媒体做到快速、准确、真实、客观、专业、有权威性。新媒体要保证用户接触到优质、权威的内容,充分挖掘红色文化内涵,全方位标榜红色文化,传承红色基因。红色文化的传播重在精神传承。井冈山精神、长征精神、延安精神、

大别山精神等，都是新媒体传播红色文化的重要元素，他们都是中国特色社会主义文化的一部分。以传播长征精神为例，传播者必须真实、客观、专业和权威地表明红军为什么要长征？长征给中国工农红军带来了怎样的未来？长征中的具体事迹和典型的人物有哪些等。红色文化的传承与弘扬，应基于对各类红色文化资源的综合研究和系统整理，科学、系统、系统地运用新媒体手段，根据资源类型，呈现红色文化资源的详尽内容^[3]。

3.2 关注受众需求，精准分类推送

新媒体背景下的红色文化传播，必须对受众进行合理的分类和定位。在精准分类方面，对受众群体的大数据分析是利用新媒体进行传播的关键。由于大数据分析可以及时提供有效的用户信息，新媒体可以针对不同的目标群体和不同的人群，将准确、高效、不同的文化信息投放给特定人群。红色戏曲、红色文学、红色影像、红色绘画等不同形式的文化，可以为广大群众提供广泛的选择。红色文化的受众可能面向全国甚至全世界，但传播也要有选择和重点。红色文化传播受众应以某一群体为“传播中心”，采用冲击波辐射传播的方式，这种传播有重心、支点和辐射区域，在传播瞬息万变的信息传播中能达到最好的效果。今天，红色文化最广泛的受众是教师和大量年轻人，其中大多数是学生。其中，要更关注对基础教育阶段学生的传播，青少年的覆盖范围可以从基础教育到高等教育。针对教师和广大青年学生群体，制作趣味性、体验性强的红色文化产品，是传播红色文化的重要途径。同时，红色文化在新媒体中的传播也应与传统媒体中的红色文化传播相结合，尽可能实现产学研的衔接，实现生产、教育、科研之间的衔接，产学研的融合，可以使文化有效、快速地传播，同时也能评估文化定量传播的效果。

3.3 创新传播方式，实现传播效果最大化

现阶段，随着红色文化的传播，政府发布的内容与融合媒体数据共享，并作为“普及”新媒体总体计划的一部分。新媒体必须在不同表达方式的表达和传播形式协调的基础上发展。例如：江苏省委主办的新华日报在这方面做了明智的尝试：2014年12月13日，南京大屠杀纪念日，报纸刊登了关于南京大屠杀纪念馆及各类墓葬情况缅怀同胞，并前往常州、淮安、连云港、云南等地追访老兵，在确认史实后飞赴日本长崎、大阪、东京等5个城市，并在10家报纸上和微博上发布相关主题微博121条，微信文章24篇。“为30万生灵首次半挂国旗”“习近平党和国家领导人出席公募仪式默哀悼念遇难同胞”等信息被十余家政府媒体转载。新媒体报道渠道的创新，让红色文化主题更加立体、生动、清晰。将党报公信力与新媒体的渗透有机结合，满足各层次尤其是青年读者的阅读需求，最大限度地发挥传播的影响力。

3.4 社会价值和经济价值相协调，推动红色文化产业高质量发展

质量发展

新媒体背景下的红色文化传播应注重公益与产业化的和谐发展。与其他文化相比，红色文化的精神教育作用更为重要，传播中的公益也更为突出，但红色文化产业的高质量可持续发展需要进一步探索发展模式。红色文化传播行业的特许经营机制有望成为政府未来重点关注的问题。产业化经营可以规范传播内容，稳定市场参与者，有针对性地推送广播内容。新媒体产业化和文化传播也是文化高质量可持续发展的重点。此外，传播红色文化要注重社会效益与经济效益的动态平衡。当前，打通文化产业链上下游的传播生态是新媒体传播需要解决的问题。红色文化的新媒体产业化内涵包括金融、版权、软件研发、视频设计制作、视频电商、教育培训、人工智能技术、虚拟VR体验等多个上下游集群，只有做到联动，才能实现行业的高效整合^[4]。

3.5 展现文化自信，探寻对外传播话语体系

在党的十九大报告中，习近平总书记强调：“推动国际传播能力建设，讲好中国故事，呈现真实、立体、全球化的中国，提高国家文化软实力。在新媒体背景下传播红色文化，必须要有国际视野，促进国际传播。”红色文化最了不起的地方，就是克服一切困难、拼搏取胜的精神，它可以为构建人类命运共同体提供坚定的支撑。在近代史上，中国向前迈出了一大步，逐步实现变富、变强，其根本主要是坚持中国共产党的领导，中国人民将在正确的政治领导的指导下，团结一切力量，发扬革命精神，克服一切困难，争取胜利。红色文化蕴含着拼搏、合作、互助的理念，团结合作才有可能“走出去”，实现国际传播，与当地文化有效融合。传媒机构要吸收和学习国际优秀传播案例，为红色文化的传承和发展带来新的活力，积极主动传播红色文化的内涵、体系，创新的传播策略，依据世界各地不同人群的文化心理、生活方式的群体特征，精准、分层的进行传播，让世界了解红色故事，聆听红色故事。

4、总结

红色文化是具有中国影响的社会主义文化的重要组成部分，是中华民族伟大复兴的精神支柱，在传承和弘扬红色文化的过程中，信息传播是重要渠道。随着新传播媒体的不断涌现，不断形成新的受众群体和提出新的需求，红色文化必须不断调整传播路径以适应新时代的发展需要。

项目信息：2020年山东省社会科学规划研究项目《数字媒体语境下视觉艺术的呈现方式研究》

参考文献

- [1] 论革命纪念馆与红色文化传播的现实意义[J]. 田红霞·侨园.2021(08).
- [2] 场域融合与形塑惯习——新媒体视域下红色文化传播的途径与价值取向[J]. 荆丽娜·通化师范学院学报.2021(11).
- [3] 新媒体时代创新红色文化传播的路径选择[J]. 丁倩·新闻战线.2019(09).
- [4] 新媒体时代红色文化传播策略分析[J]. 王宇龙·传媒.2019(05).