

融媒体时代秦川红色文化的传承与创新路径研究

施球琪 张 琨

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】在融媒体高速发展的当今社会,受众对传统文化的回归日趋多元化。其中传统红色文化具有一定代表性,但其宣传方式、宣传渠道略显单一。这种现象使红色文化的传承与创新受阻,造成不利于红色文化发展的影响。秦川地区作为全国传统红色文化资源最丰厚的地区之一,研究秦川红色文化资源的内涵与价值,挖掘秦川红色文化现存问题,探求秦川红色文化资源价值的创新路径,有利于进一步发挥秦川红色文化资源在文化软实力建设中的作用,实现秦川地域经济社会的协调发展。

【关键词】秦川红色文化;融媒体;传承;创新

【基金项目】本文属于2020年度西安培华学院校级大学生创新创业训练项目和陕西省大学生创新创业训练计划项目阶段性成果,项目名称:秦川红色文化IP系列人物形象设计及推广平台运营,校级编号:PHDC2020056,省级编号:S202011400016。

前言

当前,随着互联网技术的迅速发展,一种新的传播模式——融媒体应运而生。当下,传统媒体和新兴媒体融合发展,内容和技术的双重迭代。融媒体的出现为红色文化各种价值的意义的深入分析、探索传播秦川红色文化路径奠定一定的理论基础。一是政治价值。有利于巩固意识形态,实现话语转向。二是社会价值。有利于推动社会主义核心价值观体系建设,营造团结向上的社会思想道德氛围。三是传播价值。有利于消解传播受阻,传达真正的核心价值。四是文化价值。有利于传承历史文明,坚定文化自信。五是经济价值。有利于促进陕西革命老区的经济发展,加速创新盈利新模式。融媒体对秦川红色文化传承具有积极意义。

1 融媒体时代下秦川红色文化的传承价值

1.1 促进了秦川红色文化传播交流方式的转变

红色文化承载的历史记忆面临着消逝、遗忘、脱节的危机,只有顺应时代发展和不断丰富创新,才能进一步地对红色文化进行传播。尤其是促进秦川红色文化传播交流方式发生转变有着深远意义。在融媒体时代,媒介在复制、创新、传播红色基因的过程中担任着不可或缺的角色。传播介质从各路媒体单打独斗向以视觉传播为主的融合叙事形式发展。融媒体最重要的是平等的传播理念,大众传播进入人人都有麦克风的共享传播阶段。以短视频为代表的融媒体平台在拥有超大用户规模的同时,也获得了超强的用户黏性。例如榆林市委党史研究室的官方抖音账号在去年上线运行,截止现在,粉丝已达45.6万人,点赞741.7万个,总浏览量也突破亿人次。因此,以“红色+融媒体”的方式推进了秦川红色文化的大众化传播,给以受众可持续的吸引力。

1.2 打破了秦川红色文化以往的传承模式限制

红色文化是能够引领人们前行的先进文化。在融媒体的背景下,必须坚持其传播主流文化价值。打破以往红色文化的传承模式,才能有效弘扬红色文化的传承价值。首先是内容增值。要突出价值引领,就要深度挖掘红色文化的思想内涵与史实,并发挥融媒体信息采集、核实、分析、解读等优势。这样才能打造具有鲜活生命力与传承价值的融媒产品。其次是转变重心。要关注融媒体时代用户的深度需求,注重不同受众的分众化需求。运用媒体的互联网思维,深度整合传媒资源,打破以往的灌输的传播方

式,拉近传播者和受众之间的距离,以平等的姿态进行文化价值的互动、分享与传承。

1.3 推动了秦川红色文创产业的发展

红色文化的思想资源包罗万象,但不能直接继承或简单复制。因此,这就需要将红色文化的虚拟性与真实性有机融合,有效推动红色文化的二次传播。近些年来,IP这个词在文化界炙手可热。作为新时代的IP必须要有产业价值和文化价值,不然IP就难以进入市场和公众视野,更难以从一个文化产品成为文化符号。从而每一个红色文创IP产品都承载着不同的红色文化精神,它架起了抽象的红色文化与受众之间的桥梁。当下,传统媒体和新兴媒体融合发展,内容和技术的双重迭代。VR、AR等以数字技术为驱动力的技术日益成熟,使得红色文化在虚拟和现实之间自由变换,从而提升受众的沉浸式体验,更加推动了红色文创产业的发展。

2 秦川红色文化的发展现状及其存在的问题

2.1 红色文化整合程度低

陕西省拥有着丰富的红色文化资源。例如西安事变纪念馆、川陕革命根据地纪念馆、延安革命纪念馆、八路军西安办事处纪念馆、陕甘边照金革命根据地旧址等,这些红色文化资源展现了陕西人民在新民主主义革命时期留下的红色足迹。虽然秦川地区红色文化资源丰富,但是却存在四处分散的问题。我们通过前期的调研走访发现,大多数红色资源都离散在城镇、乡村中,彼此之间没有直接有效的交通方式可以抵达。受众只能参观分散的革命旧址收获相应的感受,却不能从广面上整体感受秦川红色文化的魅力。

2.2 政府对于红色文化的支持较少

相对于基础建设、行政管理、社会保障等大比重财政支出,政府对于红色文化的财政支出比重较小。而对于不同地区的红色文化资源,政府给予的财政支持力度也不一致。例如对于处于繁华核心地带、有一定经济基础的红色文化资源的财政支持较多,维护修缮的力度也更大;而对于自然环境恶劣、设施条件相对落后的红色文化资源财政支持较少,使得一些底蕴深厚的红色文化资源却没有得到重视、保护与开发。同时,政府对于红色文化资源的维护修缮政策也相对欠缺。通过前期调研发现,很多需要修缮的红色文化资源并没有得到及时的维护。因此,将这些地区的红色文化资源优势转变为发展优势还有很多问题需要解决。

2.3 受众对于红色文化的认知程度较低

秦川红色文化所存在的现实问题就是受众对于秦川红色文化、红色资源的认识较少、认同感较低。根据前期所发放的调查结果发现,不仅当地民众对本土城市的红色文化资源的了解较为不足,外来人员对于秦川红色文化资源的了解更少。这也从侧面体现出秦川红色文化的宣传力度仍需增强。如今融媒体的发展日新月异,如果能提供更多样、更吸睛的宣传方式,让更多的人参与并了解陕西红色文化,那么红色文化能得到更好的传承。

3 融媒体时代下秦川红色文化的传承与创新路径

3.1 加大整合文化资源力度,实现多元文化融合发展

在融媒体时代下,现代复杂的社会结构造就了文化的多元化,从而形成了多元文化。秦川作为具有众多文化资源的地区,应加大整合文化资源的力度,以此满足新时代人民的精神需求和视野期望。一方面,要充分运用地域民俗素材。规划和建设一批具有示范引领作用的博物馆、影像展、纪念馆、民俗村等,把有形、无形的多元文化遗产保护好、传承好。另一方面,要打造精品内容。传承地域文化,讲好陕西故事。这样才能更好地丰富红色文化内容,实现多元文化融合发展。

3.2 开拓对外交流平台,建构秦川红色文化传播网络

加强秦川红色文化对外交流,必须要适应当前全球文化交流日趋频繁的趋势与现代传播形式。要想让秦川红色文化走向国内外,扩大秦川红色文化的影响力,最根本的就是要解放以往的传统思想,用发展的理念创新对外交流方式,深度融合各类传媒方式,打造红色文化符号环境,建构红色文化传播网络。充分借鉴用户至上、体验为王、开放协作、平等分享等互联网思维,进一步调整和重塑媒体融合发展的基本思路。目前,红色文化的现代传播方式呈现着碎片化的传播形态,这大大与红色文化的整体性、深刻性相背离,使受众对红色文化的了解受阻。因此,要充分利用新媒体的传播优势,开拓对外交流平台,打造立体化的传播网络。

3.3 坚持本土特色,着力打造秦川品牌

文化品牌是民族精神和文化价值的重要载体。在融媒体时代

下,要善于利用自身的红色文化资源优势,打造具有本土特色化的红色文化品牌,使红色文化的社会引领价值和教育功能得以充分发挥。首先是重视红色文化整体形象的推广。利用社会公共资源,借助新媒体的优势,结合商业运作模式,打造多元文化融合的微展厅综合体,对陕西红色文化整体形象进行宣传和推广。其次是重视红色文化旅游的统筹规划。红色基因不能简单复制,需要创新传播方式,做到科技与文化、传播与文旅相结合,增强对受众的吸引力。最后是打造独具本土特色化的红色文化品牌。开发具有民族性、时代性、共同性的红色文化精品,以独特的风采走向世界。

4 结论

在文化多元化的社会中,红色文化往往得到很少的关注。因此,红色文化传播应在深入挖掘价值与内涵的基础上,区分不同受众群体,转变传统传承模式,构建红色文化传播网络,打造精品文化形象。结合融媒体环境下,红色文化更要适应全球化发展需求,融合新媒体发展优势,才能实现并拓展其传播价值。

参考文献:

- [1]周婧,贾婧.融媒环境下红色文化的品牌建构与价值传播[J].青年记者,2020(06):44-45.
- [2]张颖瀛.延安红色文化元素在城市形象塑造中的应用[J].美与时代(城市版),2020(10):87-88.
- [3]乔春梅,韩立梅.陕西红色文化资源内涵刍议[J].理论观察,2020(08):124-126.
- [4]谢遵明.新媒体视域下移动短视频对红色文化传播的机遇与挑战——以延安枣园革命旧址为例[J].视听,2020(10):149-150.
- [5]王统宇.推进红色文化多角度传播[N].经济日报,2020-11-28(012).
- [6]张翠翠,李英,吴健.贵州红色文化资源的数字化研究与应用[J].计算机时代,2020(10):113-115.
- [7]曾艳梅.江西红色文创产品IP营销模式研究[J].中国经贸导刊(中),2020(10):83-85.