

新媒体时代的红色旅游发展研究——以广安为例

沈婷婷 谭燕

(广安职业技术学院)

摘要: 随着我国综合实力不断增强,现代信息化技术也突飞猛进,新媒体已然融入到许多产业的发展中。本课题从新媒体的视角,分析广安红色旅游发展的现状,研究如何利用新媒体优势和运营模式助力广安红色旅游的发展。

关键词: 红色旅游;新媒体;传播

川东的广安,小平家乡,在这里革命先烈们用鲜血和生命诠释着共产党人的政治理想和爱国情怀,以邓小平故居为代表的红色旅游资源,蕴藏着厚重的历史底蕴和丰富的精神内涵,这些中华民族的精神文化时刻警醒着广安人民、四川人民乃至全国人民不忘革命历史和峥嵘岁月,也不断激励着中华民族坚强奋进。在实现中华民族伟大复兴“中国梦”及倡导“文化自信”的新时期,红色旅游发展迎来大好时机,充分利用新媒体技术和新媒体传播理念推进红色旅游发展,对广大民众尤其是青年一代提高红色感悟、增强红色体验、根植红色基因。

一、广安红色旅游发展的现状及问题

(一) 广安红色旅游在全省和全国有一定的影响力,但是对红色旅游资源的挖掘和利用不够。

广安是四川红色旅游的龙头和全国红色旅游的重要目的地,被纳入全国12个“重点红色旅游区”和30条红色旅游精品线路,邓小平同志故居、邓小平故居陈列馆和华蓥山游击队遗址被列为全国重点打造的100个“红色旅游经典景区”。^[1]2019年广安被列入全省首批五个红色旅游融合发展示范区之一,邓小平故居、华蓥山旅游区被命名为首批全国中小学生研学实践教育基地。作为5A级景区的邓小平故居和4A级景区的华蓥山旅游景区知名度较高,尤其是邓小

平故居在全国都有很高影响力。但是除此之外还有分布广和类别多的广安红色旅游资源,欠缺系统梳理和整体发展的战略规划,广安红色旅游产品开发的整体效应不足,许多红色旅游产品线是以邓小平故居引领结合其他市州县的红色旅游资源形成的红色研学之路。

(二) 广安红色旅游的新媒体使用范围窄,旅游资源推广的路径单一。

广安是中国共产党领导的川东革命起义主要战斗区域,典型的起义战斗就是华蓥山游击队战斗。广安红色旅游资源丰富,主要是以小平故里和华蓥山游击队革命遗址为中心,分布在广安、岳池、华蓥、和武胜等地,有历史纪念建筑如华蓥市阳河镇的华蓥山游击队革命烈士纪念碑、历史事件发生地如岳武起义旧址、抗战时期重要的产业遗址如位于华蓥市阳河镇丁家平的“中兴纸厂”等。

目前,政府着力打造的红色旅游景区是邓小平故居和华蓥山旅游景区,也仅有这两个红色旅游资源都已布局主流新媒体平台,有官网、微信公众号、抖音等。

具体调研数据如下表:

表一:广安红色旅游资源概况(数据截至2022年3月)

红色旅游资源		邓小平故居	华蓥山旅游景区
微信公众号	公众号首页设计	分为走进故里、小平风采、网上预约三个板块,本别做景点介绍、小平故事等红色资源和景点预约。	分为景区介绍、景区服务、景区照片三个板块,本别做华蓥山主要景点的介绍(链接华蓥山旅游景区官网)、华蓥山夏令营活动入口和景点、住宿等预约。
	公众号内容	公众号经常发布与景点有关的新闻、公告、通知等。	公众号经常发布与华蓥山景点有关的新闻、公告、通知等。
抖音视频号	账号名称	邓小平故里旅游区 (邓小平故里管理局官方抖音号)	华蓥山旅游区 (非官方抖音号)
	第一条视频发布时间	2020年04月16日	2019年02月04日
	视频数量	60个	329个
	粉丝数量	2271	8615
	点赞数量	2.5万	3.7万

(三) 广安红色旅游新媒体传播的品牌化意识欠缺,不利于广安红色旅游资源的创新与推广。

在广安红色旅游资源中,只有邓小平故里景区和华蓥山旅游景区设计了景区标志,缺少对广安整体的红色旅游的内涵和精神的总结和凝练。广安红色旅游品牌化理念的缺失,不能集结广安所有的红色旅游资源的力量,对促进广安红色旅游的发展,提升广安红色旅游的竞争力形成阻力。

红色旅游市场的受众年龄跨度大,媒体渠道和内容偏好都不同。新媒体时代,红色旅游市场整体表现出对碎片化、视觉营销化、个性化的内容兴趣。传统的文字加图片的呈现内容、或没有特色个性

的视频,则对红色旅游市场的吸引力不足。

二、新媒体助力广安红色旅游的内在机理

新媒体是指以科技引领的新技术而产生的新事物,其主要以内容为主导、技术为先锋。新媒体可以是微电影、短视频、社交媒体、移动终端等各类不同平台的单独应用,或是相互融合、扩张。新媒体平台较传统媒介传播形式更为完善、渠道更为宽阔。新媒体通过数字化、技术化、便捷化的宣传平台,能够更好地将没有地理优势的红色旅游资源带上高速宣传之路,推进地方红色旅游产业发展。

新媒体传播是在尊重红色旅游消费者的需求、进行红色旅游市场竞争战略、基于新媒体推广的思路实现广安红色旅游的发展,主

要包括广安红色旅游的新媒体传播内容的创作、新媒体传播渠道的科学运用等具体工作。

三、新媒体促进广安红色旅游的措施

“新媒体”思维应用于“广安红色旅游”，形成广安红色旅游独有的“四元二维一中心”的发展模式：

“四元”：设计好红色旅游产品、说好红色故事、开展好红色文化教育主题及打造好红色旅游的IP形象等。

“二维”：新媒体传播渠道+传统传播渠道。分析红色旅游传播渠道的特点和红色旅游消费者接受信息的习惯等，充分发挥新媒体时代的不同渠道的优势推动广安红色旅游业的发展。

“一中心”：以广安红色旅游为中心。

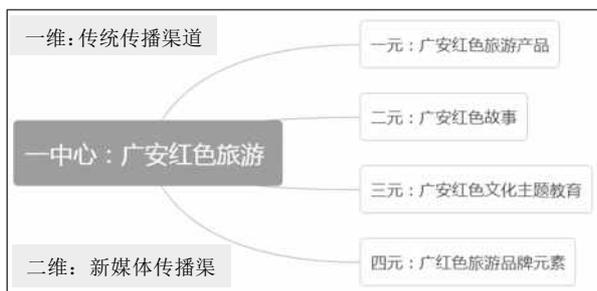


图1 广安红色旅游“四元二维一中心”的发展模式

(一) 统筹梳理广安红色旅游资源，以广安红色旅游资源为基石，丰富红色旅游新媒体的“四元”输出内容。

1.一元-广安旅游产品：以邓小平故居和华蓥山旅游景区为中心，系统梳理广安红色旅游资源，整体统筹研究。不仅对外强强联合引流，对内联动广安的丰富红色旅游资源，设计广安红色旅游的精品路线。在加强红色旅游景点和红色旅游基地的保护外，还要打造“邓小平缅怀之旅”这类红色研学精品路线，在旅游路线规划中增加红色音乐剧《双枪》红色旅游演艺，发挥好红色旅游的意义和价值，提高红色旅游的体验感。开发广安红色旅游周边产品，如“戒懒”扇、小平纪念杯、盐皮蛋等，以广安红色旅游产业为主线带动广安红色旅游周边产业，注重广安红色经济效益与社会效益相统一。

2.二元-广安红色故事：撰写和传颂广安红色文化故事。深入研究广安红色旅游资源，还原并形成如邓小平在广安、华蓥山游击战、广安抗日救亡运动、川北赤卫军起义等系列故事，通过故事还原历史，建立起新媒体传播的故事模块，传递红色文化精神，增加广安红色旅游文化的饱和度，滋养广安红色旅游的核心价值。将“希贤远航”、“伍俊儒”、“罗渡会议”、“华蓥山起义”等红色人物、红色事件故事化，以内容生动形象、寓意深远、传播力远的故事小视频、纪录片、故事书、红色电影等，增加社会大众在接受形式。例如，把邓小平为求学离开广安的“希贤远航”做成红色电影，激励青少年要有雄心壮志、心怀家国。

3.三元-广安红色文化主题教育：充分利用作为全国干部党性教育基地的小平干部学院，开展全国中小学生研学实践教育基地，打造广安红色旅游特有的红色文化教育主题。如开展全省、全国的“讲好党史故事”、“学习红岩精神”、“华蓥山英雄会”、“罗渡会议”知识竞赛等不同类型的教育主题，联合地方的小学、中学、大学和周边区域的政府机关、企事业单位、全国各地的相关学习和研究机构来广安参加红色文化交流、研学旅游等，积极贯彻爱国主义教育、弘扬红色文化精神，使广安红色文化教育主题成为广安红色旅游的重要成分，成为全国知名的红色文化教育品牌；

4.四元-广安红色旅游的品牌元素：设计广安红色旅游的品牌元素，如将广安红色旅游元素中的“双枪老太婆”设计成公众喜闻乐见的形式，如彰显广安红色旅游特色的标志、品牌名称、红色文化

宣传语、红色旅游品牌口号等，将这些红色旅游品牌元素，以新媒体为载体，增加与社会公众的接触，通过在新媒体展现的视觉冲击提高广安红色旅游元素的展现频率，提高受众对广安红色旅游的知名度，增强对广安红色旅游的认知深度，同时也提升受众的体验感。

(二) 调研红色旅游市场规律，遵循消费公众的信息接收习惯，科学布局新媒体传播渠道，充分发挥新媒体+传统媒体“二维”传播渠道作用

新媒体时代背景下，分析红色旅游的传播渠道的特点和红色旅游市场消费者接受信息的习惯等，充分利用信息传播和沟通的传统渠道和新媒体渠道，发挥“二维”渠道的最大影响作用，以推进广安红色旅游发展。广安红色旅游传播渠道的“二维”指：

1.一维，通过线下渠道，旅游景区景点介绍、红色旅游文化活动、红色旅游活动、新闻等对广安红色旅游信息进行基础宣传。灵活运用广安红色旅游资源，建牢广安红色文化根据地，打造广安红色旅游特色活动，举办广安红色文化旅游节活动，开展广安红色文化教育主题活动等，公众通过对红色文化旅游地的瞻仰、对红色文化博物馆的展览、对红色文化专题片的观看学习广安红色文化、领会红色文化内涵、主动宣扬红色文化精神。

2.二维，通过线上新媒体传播渠道创新传递广安红色文化的信息。利用微博、抖音、微信公众号等新媒体平台，以特色化设计制作的音频、视频的内容，以旅游主题、红色文化故事片、红色旅游互动节目、互动话题等为载体进行传播，在服务广安红色旅游客户旅游项目的同时，又满足游客对红色文化的精神需要，增加了红色文化宣传的多样性。与众多新媒体平台合作，如在以携程、飞猪为代表的在线旅行社平台上发布“四元”视频、音乐、图片等，结合年轻群体的喜好形式发布旅游指南、旅游攻略等，促进他们参与红色旅游项目；在如以马蜂窝等代表的用户内容创作平台上搭建红色旅游群体之间的信息互通和红色旅游验血交流，通过对红色旅游的图片、体验的分享和互动，提升游客在红色旅游景区传播中的主动作用，影响更多的红色旅游对象。

(三) 以广安红色旅游为中心，重构红色旅游资源，打造提炼广安红色旅游特色，以发展广安红色旅游。

推动广安红色旅游发展是对中华民族传统文化、共产党人光辉业绩和革命精神的传承，通过红色文化旅游的方式，对当代青少年进行爱国主义精神、中华民族传统文化、革命精神等的思想政治教育的良好方式。广安红色旅游的发展应以广安红色旅游资源为基础，提炼广安红色旅游特色，设计广安红色旅游表现形式，构建极具传播力的广安红色旅游新媒体传播渠道。助力广安红色旅游业的发展。

参考文献：

- [1]胡晨曦，新媒体背景下浙西南红色研学旅游产品开发研究，市场研究[J]. 2020(10): 22-23
 - [2]金 婷，新媒体背景下浙西南红色研学旅游产品开发研究，现代商业[J]. 2021(18): 29-31
 - [3]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(01): 77.
 - [4]王宇龙，新媒体时代红色文化传播策略分析[J]. 传媒，2019(03): 34-36.
 - [5]王秀琴，江西红色旅游品牌在新媒体平台途径下的构建研究，现代职业教育[J], 2021.31
- 作者简介：沈婷婷（1986.12——），女，四川广安人，广安职业技术学院，讲师。
- 谭燕（1982.08——），女，四川广安人，广安职业技术学院，副教授。
- 科研项目：2021年广安市党史学科课题“新媒体时代的红色旅游发展研究——以广安为例”（项目编号：31）