

# 四川红色文化微传播现实境遇与实践进路

何 婷

电子科技大学公共管理学院, 四川 成都

收稿日期: 2023年7月20日; 录用日期: 2023年9月5日; 发布日期: 2023年9月12日

## 摘 要

四川地区红色资源内容丰富、形态多元、价值不凡, 而红色文化只有经过广泛的社会传播, 其价值主旨和精神内涵才能被认同和践行。新时代背景下微传播兴起, 突破了时空限制, 具有激发红色文化的传播活力、拓展红色文化的传播广延度、提升红色文化的传播精准性等优势。目前四川地区的红色文化微传播存在平台载体建设力量不足、微传播内容形式模式化简单化、传播思维固化缺少变革动力三方面问题, 亟需从平台搭建、主体协同、受众关联、内容优化、形式创新等方面提升。通过转变“微传播”观念, 培养“微传播”思维, 掌握“微传播”规律, 红色文化才能持续发挥正向的精神教化和价值引领作用。

## 关键词

红色文化, 微传播, 四川, 实践进路

## The Current Situation and Practical Approaches of Micro Communication of Sichuan Red Culture

Ting He

School of Public Administration, University of Electronic Science and Technology of China, Chengdu Sichuan

Received: Jul. 20<sup>th</sup>, 2023; accepted: Sep. 5<sup>th</sup>, 2023; published: Sep. 12<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

The red resources in Sichuan region are rich in content, diverse in form, and of extraordinary value. Only through extensive social dissemination can the value and spiritual connotation of red culture be recognized and practiced. In the context of the new era, micro communication has emerged, breaking through the limitations of time and space, and has the advantages of stimulating the vitality of red culture dissemination, expanding the breadth of red culture dissemination, and improving

the accuracy of red culture dissemination. At present, there are three problems in the micro dissemination of red culture in Sichuan region: insufficient platform carrier construction, simplified and standardized content forms of micro dissemination, and a lack of change momentum in communication thinking. It is urgent to improve from platform construction, subject collaboration, audience correlation, content optimization, and form innovation. By changing the concept of “micro communication”, cultivating “micro communication” thinking, and mastering the laws of “micro communication”, red culture can continue to play a positive role in spiritual education and value guidance.

## Keywords

Red Culture, Micro Communication, Sichuan, Practical Approach

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

红色文化作为一种马克思主义指导下的文化形态，在中国共产党领导的革命、建设和改革中不断孕育积淀和丰富发展，以物质、制度、精神等形式逐步内化为中华民族的文化基因和复兴密码[1]。习近平总书记曾多次在公开场合强调要高度重视红色文化的传承问题，强调“要保护好、管理好、运用好红色资源”“增强红色文化的表现力、传播力、影响力”[2]。红色文化以丰富的革命精神和文化内涵，发挥凝聚和引领作用，能强化人民的文化认同感和文化自信，推动文化强国的建设。

红色文化的传承与发展离不开媒介，革命年代报纸、杂志、书籍等纸质媒介进行正面宣传、准确引导，凝聚群众力量共同参与革命，推动马克思主义在中国的传播和以抗战文化为代表的红色文化的形成。社会主义建设时期，我国构建起完备的广播和报刊系统，为传播具有时代特征的奋斗精神、改革开放精神发挥动员、价值引领作用。进入新时代，随着媒介技术的革新带来媒体融合纵深发展，移动设备的广泛使用带来“微内容、微载体、微受众”的微传播。微传播以图片、文字、短视频、动画、互动程序等形式通过移动客户端、社交媒体传播轻量化内容。

红色文化资源的传播是红色文化保护、管理和运用的重要一环，是传承红色传统、赓续红色血脉的关键一步。红色文化的“微传播”，是以红色文化的思想内涵为价值引领，借助新媒介技术利用微传播形式进行的创新红色文化传播方式。是在新的传播环境下，主动适应新的传播要求，提高自身的传播力、引导力和影响力的积极实践。

## 2. 四川红色文化资源及特征

四川地区红色资源内容丰富、形态多元、价值不凡。具有为中国革命、建设和改革过程中做出突出贡献的个人，比如老一辈无产阶级革命家，比如在国防科技、社会治理、企业市场化发展等领域的改革先锋。具有一批革命文物、根据地遗址、英雄事迹、革命歌谣等红色文化资源。

四川是中国共产党开展革命活动和建立地方组织较早的地区之一，孕育出长征精神、抗战精神、红岩精神、老区精神、“两弹一星”精神、抗震救灾精神等，打造了长征丰碑、将帅故里、川陕苏区、抗震救灾、三线建设、川军抗战、辛亥革命、改革开放伟大成就等主题红色旅游资源。

四川红色文化资源发布广泛，四川地区的21个市(州)均有红色文化资源，通过对红色资源的“总体

布局、连片保护、融合发展”保护，呈现内容形式完整、样态类型多元、内涵丰富、价值珍贵等特点。在对红色资源保护方面，出台积极调查定级夯实革命文物保护利用基础、实施革命文物保护重点工程、提升革命文物展览展示质效、开发红色旅游等举措，但总体保护和利用依赖国家政策支持和旅游经济驱动[3]，对有历史价值、纪念意义、教育意义的红色资源的有效利用与传播不充分。红色文化只有经过广泛的社会传播，其价值主旨和精神内涵才能被认同和践行。

### 3. 微传播的红色文化传播优势

移动互联网技术带来信息的广泛传播和高速流动，改变了人民的媒介使用习惯。与报纸、杂志、电视等传统媒体相比，微传播内容短小简洁、以手机为主要载体、传播内容更加精准，突破了时空限制，使传播实现“随时看”“随地看”的流动性，传播面更加广泛、传播效率更高。

#### 3.1. 微传播激发红色文化的传播活力

传统媒体的红色文化传播主体单一、传播模式是单向性、封闭式的，红色文化传播通常以重大事件或纪念日为节点通过专题报道的形式呈现，宏大的叙事模式、严肃的情境氛围和抽象深奥的价值，不利于受众的认识理解和建立情感上的连接[4]。而微传播可以发挥不同领域传播主体的协同作用，以官方传播主体为引导，民间传播主体积极参与，扩展红色文化的话语空间。运用文字、图片、视频等方式将宏大主题分解，以小切口微角度将红色文化与大众生活体验结合，不拘泥于正式严肃的话语风格，灵活运用网络化、生活化、情感化用语，将红色文化中的人物、事件以故事、漫画、歌曲动画等形式吸引大众注意并增加交流互动，个人也能在评论、转发中进行个性化表达或二次创作过程中产生对红色文化的熟悉感、认同感，在贴近实际、贴近生活、贴近群众中推动红色文化的传播创造力，提升红色文化的传播效能。

#### 3.2. 微传播拓展红色文化的传播广延度

过去对红色文化的传播和研究主要集中在主流媒体和知识分子，牢牢把握着红色文化的诠释和意义建构，实现对主流价值观念的引导功能。对于红色文化中主题宏大、系统性理论性强、逻辑严密的内容，这种方式能更好地把控信息的真实性和权威性。但不足之处是忽视了其他相对琐碎、繁杂、丰富的小众群体和个体性的红色文化，微传播平台聚集起大批群众，提供给他们一个发声的渠道，传递他们自己、身边或所在地域的红色人物故事、红色事迹、红色精神。另外，他们也可以进行自由的创作和研究，对权威生产起到补充、丰富、平衡的作用。在主体研究者和传播者与个体研究者和传播者共同努力下，对具体红色事迹的发生背景、过程细节、精神内涵进行全方位、多视角的开拓和挖掘，进而提升红色文化内容丰富度和传播广延度。

#### 3.3. 微传播提升红色文化的传播精准性

微传播对网络信息技术如大数据、云计算、人工智能等的运用，对于传播控制决策更加清晰高效，不同于以往对传播决策的制定和效果分析主要根据自身经验判断[5]，智能化技术为传播带来实时监测和控制的可能。信息传递到哪些群体、群体的接受度和认可度怎么样、大众有哪些信息需求还未得到满足等等都可以从数据中获得。在新媒体时代面临用户分众化，精准传播有利于提升传播效果。微传播立足红色文化传播目标，了解不同群体的差异化要求，兼顾各层次需求，灵活运用不同的传播形式和传播手段，再通过效果评估与信息反馈进行优化，总结出红色文化微传播规律，推动红色文化与受众精准匹配。

## 4. 四川红色文化微传播的现实状况

媒介传播红色文化提供了发展动力，新媒体时代，共享式、互动式的微传播可以提升红色文化的知名度和大众认同感，是实现红色文化持续化发展的进路；但通过调研发现，目前，四川红色文化微传播效能弱，存在平台建设能力不足、微传播形式内容单一、传播思维固化、缺乏与受众的紧密联系等现实问题。

### 4.1. 微传播平台载体建设力量不足

四川现有红色文化传播延续传统媒体宣传和实地空间展览参观等方式开展传播，没有认识和发挥微传播的优势。红色文化微传播受重视度低，缺乏总体规划和阶段性目标，专有性平台少。红色文化信息和活动如红色史料、革命事迹、人物故事、主题纪念活动等发布一般依托于现有政府部门、党团组织、地方媒体。协会、企业以及个人开设的红色文化主题网络账号更新时间不确定、受关注度低、影响力有限、内容质量良莠不齐。红色博物馆、纪念馆等运营的主要微传播平台为微信公众号，主要为提供参观预约和活动宣传类信息，围绕红色文化进行内容挖掘、展示和传播不足，缺乏地域特色文化内容。公众号平台主要传播正史类、图文类信息，不及微博、短视频等平台与用户的关联性、互动性强。因此，现阶段四川地区的红色文化微传播平台建设不够完善，已有平台还是以单向、封闭性的图文信息传播为主，传播信息量少、实际传播力和影响力小。

### 4.2. 微传播内容形式模式化简单化

四川红色文化微传播的形式单一、内容重复。部分微媒介发布的内容照搬传统媒体平台或者是只简单处理。内容角度多为相关红色文化的历史和价值阐述，涵盖的内容系统性不强、缺乏与相关知识的联系和深度剖析。内容浅薄化和离散化，不能满足观众对红色文化的知识需求，不利于受众理解、记忆和内化实践，不利于凸显红色文化的精神内涵和传播主流价值。红色文化的传播形式仅依赖线下的讲座、参观解说或报纸、电视宣传，难以突破时空限制，不利于形成超时空传播、多传播场景。大众对图文或宣讲类型式的接触频率低和接受度不高，除了有相关信息需要、文化程度高或对红色文化兴趣度高的部分群体，大多数用户不会主动搜索此类知识性、严肃性强的内容。因此，红色文化模式化和简单化的传播内容和形式已经不再符合受众具有主动选择性、个性化强、注意力分散的微传播的今天。

### 4.3. 传播思维固化缺少变革动力

四川红色文化微传播过程中变现出思维固化，缺少变革主动性。从事红色文化微传播的专职人员少，现有的红色文化传播工作主要还是由当地媒体和文化事业单位负责，因此从事的人员也主要是媒体工作者或文化事业单位人员，但专职进行红色文化传播的人员很少，大多数单位将这一领域作为一项任务交由内部人员兼职负担，而被分配到的人员缺乏新媒介技术能力和运营思维，并将其视为额外性工作，基本不作为考核内容，因此缺乏认真对待的行动力和积极创造的实践力。沿用传统媒介思维对待红色文化的网络微传播，秉持着“发出的信息是权威信息、发布的渠道是唯一渠道、受众依旧是被动的受众和要保持距离的受众”不合时宜的工作逻辑。继续运用传统的宣传手段与方式面对传播效果差、受众认可度低等问题时，缺乏对受众反馈的收集和自身问题的反思，仅仅将原因归为整体媒介环境问题，忽视体制机制的内在不足和难以与外在需求契合的业务表现。不利于红色文化在网络时代的传播，难以发挥红色文化资政育人、凝心聚力的作用。

## 5. 四川红色文化微传播的实践进路

新媒体技术日新月异，技术的发展带来传播环境的变化。“中心化、碎片化、分众化”使红色文化



的吸引力减弱,“商业化、消费化、娱乐化”使红色文化的内涵与价值受损害,“历史虚无主义、民族虚无主义、文化虚无主义”使红色文化根基遭遇分解动摇。红色文化传统主体权威性和话语权受到挑战,面临时代性地域性生活性嵌入度不足、传播价值与受众需求错位等问题。只有转变“微传播”观念,培养“微传播”思维,掌握“微传播”规律,红色文化才能在新时代继续发挥正向的精神教化和价值引领作用。红色文化微传播从转变从平台搭建、主体协同、受众关联、内容优化、形式创新开始。

### 5.1. 完善传播平台, 构建品质高效传播体系

红色文化“微传播”平台要结合引导与服务民众两条主线[6],通过有效整合和链接可利用资源,构建优质高效完备品质的传播网络,提升对用户的触达率。微信公众号、微博、抖音、移动客户端等不同渠道传递的内容形式不同、消费场景和受众心理预期不同,不能忽略平台属性推送同一化、无差别内容。打造“微传播”矩阵,需要联合不同传播主体,形成“微传播”合力[7]。在明确传播总体目标落实总体规划下,结合平台特点和目标受众设置差异化的内容、功能以及运营模式,不同平台相互关联,通过多渠道、立体化的传播体系共同发力从而提升传播效能。

平台建设离不开专职专业的管理和工作人员,管理人员既要具备文化传播的专业知识、又要懂微传播组织运作、还要对媒介生态有敏锐的分析和把控能力。工作人员要求具备坚定的政治立场、敏锐的媒介思维和多元的技术技能。平台工作人员是主要的保障力,而微传播对工作人员的能力要求高于传统媒体,要求除掌握主题策划、采访拍摄、写稿编辑、图片优化、视频制作等基本技能外,还对新媒体平台运营、用户管理、数据分析等能力。因此,完善红色文化微传播平台,人员的选拔和培养也是提升传播力的重要一环。

### 5.2. 连接传播主体对象, 发挥协同传播效能

一直以来,红色文化的传播主体力量为政府、媒体以及相关文化组织,官方传播主体掌握丰富的红色文化资源,对红色文化精神内涵有更为深刻的把握[8]。具备其他主体不能拥有的宏大系统性的红色叙事能力。但优秀的自媒体和民间意见领袖更熟悉“微平台”传播规则和话语体系,拥有大批追随者,影响力广,是红色文化内容生产的重要参与主体。民间传播主体从更多角度和更多面向传播红色文化,比如已有的用户自主生产的红色影视剧解说、红色故事讲述、红色旅游景点打卡等,使红色文化更生动具象化、缩短了用户与红色文化的距离感,推动红色文化精神的大众化传播。因此,官方主体发挥引领和主导作用,同时也要赋予民间传播主体更多的话语空间,通过多主体协同传播,促进红色文化传播走向丰富化、多样性,扩展红色文化传播空间。

“微传播”突破了传者和受者之间的不可逾越性,使传受双方产生了直接联系的可能。微传播对象有了更多的自主性,可以自由选择任意时间、地点打开某一微传播平台、点击或搜索某方面内容,也可以对内容进行评价、分析或者再生产再传播。因此,红色文化“微传播”需要具备用户思维,针对不同用户的喜好和需求进行分类精准传播。通过“微载体”可以实现传播者与受众之间的双向互动,打破不同主体之间的距离。在与用户建立深度关联的同时获得受众的关注和信任,加强受众红色文化认同。

### 5.3. 优化传播内容形式, 凝聚红色文化价值认同

传统媒体传播的红色文化内容主题宏大、逻辑严密、抽象度高的,需要具备一定的知识基础去认识理解和花费较长时间去消化吸收,日常化的微传播较难以实现,用户接受程度也不高。因此,红色文化“微传播”需要将广博的内容细分化并加以传播设计。在红色话题设置上,一方面可以对特定纪念日或引发关注的纪念性事件进行编排,鼓励大众参与讨论,提升大众对红色文化的熟悉度和关注度。另一方

面,可以通过生活观察获取日常生活中的传播素材,比如个人或家族故事、群众生活中的个人事迹、先进典型等等,通过讲群众的故事、群众自己讲故事等形式来增强大家对红色文化的认同感。在内容表达上,要以适合微传播的语言方式,如简洁明了、生动形象、口语化网络语化等来吸引大众,让深奥的红色文化听得懂、记得住、传得开。通过内容上的共情,促使红色文化蕴含的精神力量真正内化为人们的情感认同和行为习惯。

除了内容,红色文化微传播也要重视形式,传播形式影响受众的印象,甚至会对是否接收内容产生决定性影响。综合运用文字、符号、视频、音乐、小程序等方式能够给用户带来新鲜感,设计样式丰富的线上线下活动,如红色旅游、红色文艺、红色故事等可以为广大人民群众提供多元化的选择。另外,新的技术为微传播提供新的生命力,3D技术、全息投影、虚拟现实等技术可以再现历史情境、提供沉浸式体验,多感官参与并激发情感,形成独特的记忆。依托大数据、云计算、算法等智能技术可以提高信息传播的精准度和时效性,实现传播效果的实时监测和精准分析优化,为用户带来更好的红色文化体验[9]。通过形式创新来推动受众的内容接受频率,丰富红色文化精神内涵的理解,不断增强红色文化的亲和力、认同感、感召力与影响力。

## 6. 结语

当今红色文化的传播既面临冲击与挑战,也迎来新的发展契机。红色文化微传播关系是关系到新时代红色文化的传承与弘扬,面对新媒体环境对传统红色文化传播带来的巨大危机,如何充分发挥微传播的优势,不断增强红色文化的亲和力、认同感、感召力与影响力,成为新时代红色文化传播要解决的现实问题。红色文化传播以红色精神为价值引领,以红色文化内容为核心,以新媒介技术为推动力,在创新发展中推进公众对红色文化的多元认识和内容构建,促进红色文化在新时代的传播及传承。

## 参考文献

- [1] 周琪,张珊.论新时代红色文化资源的现实境遇与创新实践[J].重庆社会科学,2020(12):19-27+2.
- [2] 习近平总书记关切事|运用好红色资源传播好红色文化[EB/OL].  
<http://politics.people.com.cn/n1/2022/0630/c1001-32462401.html>,2022-06-30.
- [3] 朱小玲.四川红色文化资源及其利用研究[D]:[硕士学位论文].绵阳:西南科技大学,2018.
- [4] 孔令霞,谭立章,卢轩菲.融媒体环境下红色文化传播的内在逻辑、困境和路径[J].浙江理工大学学报(社会科学版),2022,48(5):558-565.
- [5] 李琴,吴飞.融媒体时代政府传播困境及策略研究[J].传媒,2019(5):90-93.
- [6] 罗亮.赓续红色血脉的实践困境与路径创新[J].西南大学学报(社会科学版),2022,48(2):200-210.
- [7] 朱芳菲.红色文化“微传播”的运行机制转变与效果提升路径[J].理论建设,2020,36(4):107-112.
- [8] 李文丽.新时代短视频助力红色文化传播效能提升的路径思考[J].传播与版权,2023(2):85-87.
- [9] 韩桥生,李浩.全媒体时代红色文化传播的困境与策略[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2021,54(5):18-23.