

微传播语境下红色文化传播的价值提升与发展策略

李锦

重庆师范大学新闻与传媒学院，重庆市，401331；

摘要：红色文化作为中国特色文化的重要组成部分，在传播过程中面临着诸多挑战和机遇。本论文旨在研究红色文化的微传播现象，探讨在微传播语境中如何实现红色文化传播价值提升并寻求进一步的发展策略。首先，论文分析了红色文化的内涵及其传播价值；其次，阐述了红色文化传播中所存在的受众疲劳与抗拒、年轻一代认同度低、红色文化被恶搞，需要与多元文化竞争等困境；然后，从微主体、微话语、微主题、微意象等角度，论证了红色文化微传播的优势；最后，提出了红色文化微传播策略的建议，包括坚持内容为王策略、巧用故事化叙事、坚持主流价值引领等。

关键词：红色文化；微传播；价值提升；发展策略

DOI：10.69979/3029-2700.25.06.045

“红色文化是指在中国共产党的领导下，以马克思列宁主义为指导思想，选择吸取中外优秀文化抛弃糟粕文化所创造的一种先进文化，其不仅是中华民族传统价值观念体系中的不可或缺的一部分，更是凝聚了国家民族强大力量和社会普遍优秀共识的重要精神驱动力”^[1]。回顾中华民族寻求民族解放与复兴的全程，红色文化不断引领着中国人民从“站起来”走向“富起来”再到“强起来”，因此习近平总书记强调要把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好^[2]。随着互联网技术与以两微一端为代表的微媒体的发展，我们逐步进入微传播时代，其改变了传统的媒介生态格局和受众使用习惯，为多元文化的发展提供了更具包容性的空间，也为红色文化的提升发展提供了新契机。

1 红色文化的内涵与价值

1.1 红色文化的内涵

红色文化作为“国家记忆”的重要组成部分，其内涵体现了中国共产党的革命精神和共产主义理想，同时将革命历史元素与传统文化元素进行了融合。首先，红色文化承担着中国共产党的革命精神，包括坚定的信仰、为人民服务的奉献精神、艰苦奋斗的意志力等。这些价值观念和精神是红色文化的核心内涵，体现了中国人民的英勇斗争和追求社会进步的精神追求。其次，红色文化承载了共产主义理想，强调社会主义道德观念和社会公平正义的追求。它鼓励人们关注集体利益、发扬无私奉献精神，体现了共产主义社会的理想目标和人类共同的美好追求；最后，红色文化融合了中国革命的历史和传统文化元素，将革命英雄、红色经典、革命文物等作为重要的文化符号，弘扬了中国传统文化的红色血脉，

使其在现代社会中焕发新的活力和魅力。

1.2 红色文化现实传播价值

第一，红色文化传播是出于形塑社会认同和价值观念的需要。自古以来东西方的价值观与意识形态就存在着显著差异，并且随着中国的崛起与强大，以英美为首的西方国家对我国的文化渗透从未停止，反而愈演愈烈。因此，面对动荡的国际环境，传承与传播红色文化能够激发人们的集体认同感和价值观共鸣，形塑社会团结、共同进步的意识形态基础，有利于保障国家与民族安全。

第二，红色文化传播是处于弘扬民族精神和文化自信的需要。Z世代出生于和平、强大的国内和国际环境中，革命时期的枪林弹雨、改革开放中的艰难险阻已随着时代远去，尽管从书本中能够窥得部分，但缺乏亲身经历也意味着可能对其缺少深刻体会。而红色文化传播能够激发民族精神和文化自信，引领人们对中华优秀传统文化的自豪感和对中华民族的认同感，有利于民族自豪感与责任感，强化其民族认同与国家认同。

第三，红色文化传播是处于传递正能量和社会责任的需要。红色文化传播具有积极向上的价值导向，能够传递正能量、弘扬正义和公平，提升社会文明的品质。它通过讲述革命英雄的不畏牺牲的英勇事迹，有利于弘扬不畏浮云遮望眼、敢于勇于牺牲的“长征精神”、表现军民同甘共苦、生死相随的“沂蒙精神”等等，有利于培养青少年不畏任何艰难险阻的红色革命精神，使其积极主动、不怕困难地承担并履行社会责任^[3]。

2 红色文化的传播困境

2.1 受众疲劳和抗拒困境

长期以来,红色文化传播喜欢采取宏大官方叙事的视角、一以贯之的说教口吻和强制灌输式的信息传播方式,引起了受众对这类红色文化传播内容与形式在一定程度上的疲劳与抗拒,降低他们的参与度和接受程度。

2.2 多元文化竞争困境

当前是一个百花齐放百家争鸣的时代,文化呈现多样性特征。特别是在互联网赋权下,文化内容生产壁垒被打破进而促进了大量充满新奇色彩、极易吸引受众注意力的文化形态出现并传播,例如二次元文化等。因此,红色文化需要在多元文化的竞争中保持自身的独立性、吸引力、影响力,做到与其他文化相互融合和对话。

2.3 年轻一代认同困境

红色文化根植于中国共产党的革命实践中,形塑了中国人民的集体记忆。然而随着媒介技术与全球化进程的发展,不同文化、不同价值观跨越了时间与空间的障碍,继而实现了全球范围内的交锋,型构了具有文化多样性、价值多元性的复杂场域。身处其中的年轻一代可能会受到“娱乐至死”、“犬儒主义”、“个人主义”等思维观念的影响,导致其对红色文化与其现实生活 and 价值观念可能产生认同困境。

2.4 红色文化恶搞困境

在数字媒介生态环境下,不少网络账号通过恶搞、娱乐化红色文化等方式以追逐10w+的点击量,进而获取商业效益。例如,网民对《红军组歌》等革命歌曲进行恶搞,对歌曲本身进行加速和减速等声效处理,呈现出滑稽搞笑的效果,以此吸引来大批受众的关注。

3 红色文化微传播的优势与作用

3.1 微主体增强红色文化传播力

互联网时代,每个个体都是网络中的一个节点,都能参与到社会文化内容的生产与传播之中,从而呈现出多元微主体参与生产的内容图景。此外,网络空间的传播仅靠官方或者是用户个人的力量都未免显得薄弱,只有进行多主体从上至下的联合才能有效聚集力量促进红色文化传播。因此,红色文化微传播需要联合官方、机构、民间组织、个人等不同传播主体,以个性化、精准化、多样化的方式真正打通官方和民间两个舆论场,形成传播合力,增强红色文化的传播力。比如,由共青团、人民日报,哔哩哔哩等三个官方联合近百位UP为迎接新中国成立70周年所制作的视频“102位UP主花式演绎《我和我的祖国》”在B站的播放了达到近千万

次,也引得许多网友在视频中通过弹幕、评论等方式积极互动。由此可见,通过联合政府、媒体、平台官方和具有较强传播能力的个体传播者,既有助于形成传播合力,也能保证红色文化传播始终走在正确的政治、舆论、价值取向道路上^[4]。

3.2 微主题增强红色故事的吸引力

以往的红色文化传播常常采用宏观视角去描述某一重点时期、某一重点事件,忽略了时代洪流中的个体发展,这种形式往往缺少接近性与共鸣点,难以吸引观众的注意力。而当下的红色文化传播逐渐从以往的神话模式中脱离,其视野更加聚焦于微小主题,见微知著——以个体命运反映时代变迁,不仅彰显了其崇高的革命精神,更有利于红色文化的延续。2016年新华社发布微电影《红色气质》记录了我们党白手起家,由小到大的辉煌历程,使观众在真诚质朴的叙述中真实地感受和领悟世代传承下来的红色信仰和气质^[5]。视频一经推出就引起了全国范围内的强烈共鸣,开播2个月来播放量已超过2亿,达到很好的传播效果,成为新时代红色文化题材创作引爆舆论场现象级作品。

3.3 微话语增强红色文化感染力

一直以来,红色文化多是通过诸如人民日报、新华社等官方媒体在官方场合中进行传播,并逐步形成了恢宏,严肃和呆板的话语风格。在崇尚开放、活泼、多元的社交媒体时代,如果不立足于年轻用户的时代特点和心理需求对红色文化进行话语创新,红色文化将注定曲高和寡,难起实效。因此,红色文化产品话语方式应该逐步由严肃的“硬传播”向柔和的“软传播”过渡,从“撒播”转向“对话”。这使得红色文化传播摆脱了过往严肃沉重话语方式,通过话语的变革使得红色文化传播内容本身的趣味性增强,并且进一步增强了红色文化的感染力,进而有利于促进相关文化产品的消费。除此之外,其也有利于强化红色文化内容的独特性,树立红色文化品牌IP。例如从2011年创作的系列动漫作品《那年那兔那些事儿》,就是将各个国家形象化为小动物,并以拟态话语的方式将原本沉重艰辛的中国近现代发展史形象生动地表现了出来。由此可见,红色文化传播话语方式的变革有助于增强其感染力,并促进传播。

3.4 微意象增强红色文化震撼力

红色文化自身就是特定时代的产物,假如要让具备历时性特点的红色文化广泛流传,需要打造具有象征意义的意象。当前正处于图像视觉时代,在红色文化传播中通常通过展现例如五星红旗、红军帽、毛主席头像

等意象进行更深层次的意义传播。在索绪尔的符号学理论中,能指与所指构成了一个新的所指,更进一步塑造了罗兰巴特所言的“神话”。从此出发,五星红旗等意象蕴含了更深层的意义的指代,其是传播者主观形态、社会观念和意象本身的结合产物,在特定的历史环境中具有特殊意义。通过展示有关红色文化的相关意象并将其进行跨时空拼贴叙事,有利于增强红色文化的震撼力。例如,在抖音平台上,一则内容关于美援朝老兵起立敬礼的短视频引起了人们的广泛关注,获得了高达三百万的点赞。此条短视频通过对老兵敬礼意象的展现,并由此打开了隐喻空间唤醒了观众关于那段历史的记忆,有助于形塑新的集体记忆。

4 红色文化微传播策略

4.1 坚持内容为王策略

全媒体时代,伴随着互联网迅猛发展,网络信息高度重复和毫无新意成了一大隐患,无效信息充斥于网络,甚至出现“挂羊头卖狗肉”式噱头,这对于网民获取有效信息造成很大困扰。因此在当下,好内容仍然是吸引用户的不二法宝,只有坚持内容为王,方能长远发展。所谓“内容为王”,就是以优质内容为核心,向广大受众提供有深度、专业化、多元化的内容。比方说在红色文化传播中我们不单要介绍其表面故事,更要注重对其蕴含的精神的阐释与传承,因为如果红色文化传播内容无法将其内在价值和深刻内涵完整展现出来,就会使受众对红色文化的精神接受度不高。

4.2 坚持主流价值导向

在错综复杂的网络舆论生态面前,所以我们应该巧妙运用善用传统媒体主流引导力与权威力,以鲜明的姿态、铿锵的声音宣传党的意志和主张,借助新媒体及时、广泛、通俗的特点,把党的意愿和倡导通过老百姓的话传到千家万户,达到网内外同心圆般的传播功效^[6]。同时,在红色文化的传播过程中,也要坚持主流的价值引导力,并以此指导生产实践,避免出现诸如恶搞、造谣英雄人物等事件,引领打造一个积极向上的红色文化生态场域。

4.3 坚持故事化叙事

故事化叙事是一种有效的红色文化微传播策略,它能够通过讲述红色文化的故事和英雄事迹来打动人心,引发情感共鸣,从而更好地传递红色文化的核心价值观。故事化叙事首先要求红色文化传播者具有敏锐的洞察

力,能够选择出有感染力和引人注目的红色文化故事作为传播主题;进而其还需要将红色文化的英雄人物或普通人物形象进行生动刻画,使他们有血有肉、鲜活动人;最后通过讲述故事中的情感冲突和成长历程,能够引发受众的情感共鸣,最终通过情感的共鸣,受众能够更深刻地理解红色文化所传递的价值观念,并产生价值共鸣和认同。

红色文化微传播是当今数字时代下的一种新兴传播形式,通过微信、微博、短视频等社交媒体平台,以小而精的方式,将红色文化的核心精神和价值观传递给广大受众。在红色文化微传播的过程中,我们面临着年轻一代认同度低、受众疲劳与抗拒等困境,然而,红色文化微传播也具备了独特的优势与机遇。微主体和微主题的引入,使红色文化更贴近受众,更具个性化特点,进一步激发了受众的兴趣和参与度。此外,红色文化微传播坚持主流价值导向,弘扬正能量,推动社会稳定和谐,增强了红色文化的传承和凝聚力。因此,未来我们应该充分发挥数字技术的优势,挖掘红色文化的宝藏,创造更多有创意、有温度的传播内容,为红色文化的传承与弘扬贡献力量,用红色文化的力量激发中华民族的创造力和凝聚力,为实现中华民族伟大复兴的中国梦不懈奋斗。

参考文献

- [1]黄蓉生&丁玉峰.(2018).习近平红色文化论述的思想教育价值探析.思想教育研究(09),3-8.
- [2]周静&陈再生.(2020).习近平关于红色基因传承的重要论述及时代价值.党史研究与教学(04),4-9.
- [3]荆立群&薛耀文.(2020).融媒体视阈下红色文化的传播.编辑之友(03),72-77. doi:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2020.3.012.
- [4]张元圆.(2023).红色文化研究的热点、演进与展望——基于CiteSpace的文献计量学分析.长江师范学院学报(03),84-92. doi:10.19933/j.cnki.ISSN1674-3652.2023.03.010.
- [5]翁旭东.(2021).打破次元壁:网络社群视域下红色文化生产传播的策略、实践与转向.东南传播(10),51-55. doi:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2021.10.015.
- [6]张茹.(2021).发挥全媒体优势.助力河南红色文化传播.新闻爱好者(01),74-76. doi:10.16017/j.cnki.xwzhz.2021.01.021.