

新媒体时代下的红色文化传播研究

张丽敏

(洛阳理工学院外国语学院与国际传播学院,河南洛阳 471023)

[摘要]红色文化是中华民族的宝贵财富,一直以来都受到学者们的广泛关注和研究。如何更好地传播红色文化,适应时代的新特色成为了目前的研究热点。通过 VOSviewer 可视化分析发现,“新媒体”已经成为红色文化的核心载体。在新媒体时代下,了解传播受众的认知特点和情感爱好,充分利用新媒体的即时性、互动性和全面性是推动红色文化传播的重要途径。互联网的接入推动了新媒体在红色文化传播方面的重要变革。基于传播受众,更新传播方式和传播内容,生动展示红色文化的内涵,才能激发公众兴趣与共鸣,促进红色文化的传承与创新。

[关键词]新媒体;红色文化;传播受众;认知特点

[中图分类号] G206.2; G122

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-711X(2026)15-0138-03

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2026.15.046

[本刊网址] http://www.hbxb.net

近代以来,中国人民在革命斗争中形成了光荣的革命传统和优良作风,留下了许多宝贵的红色文化资源。全国革命遗址遗迹和全国爱国主义教育示范基地众多,且分布广泛。一直以来,我国都十分重视发展红色文化事业,先后制定和颁发了《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》和《传承红色基因实施纲要》等纲领性文件。学术界也对有效开发和传承红色文化资源进行了长期的研究和探索。红色文化的传承需要长期持续的传播和推广才能达到教育意义,而传播媒介作为承载传播内容、影响传播范围和效果的重要手段受到了科技和时代影响,呈现出鲜明的时代特色。随着新媒体的不断涌现,独特且全新的传播理念和模式,为红色文化的传播带来了前所未有的机遇。建构红色文化新媒体传播的话语体系,打造红色文化传播的多维形态具有重要的学术和应用价值。随着研究的深入,红色文化传播得到了越来越多的关注,但也要清醒地认识到,红色文化的价值还需进一步挖掘和利用。目前从事红色文化研究的人才较为匮乏,红色文化的潜力还没有得到充分地挖掘,研究层次需要进一步提升。如何在新媒体时代有效传播红色文化,已经成为学者关注的重要问题。

一、红色文化的内涵与价值

学术界对于红色文化的内涵和价值给予了高度重视,并进行了大量的研究。红色文化是中国共产党在革命、建设和改革过程中形成的特定文化形态,是中国特色社会主义文化的重要组成部分,是新民主主义革命时期中国共产党带领边区人民在革命斗争中创造的先进文化。红色文化资源是中华民族最宝贵的物质财富与精神财富,也是推动红色乡村实现振兴的内生动力。它具有政治、社会、传播、文化、经济等多方面的价值,在历史上和文明传承上具有很高的教育价值,在开发和利用上又具有经济助推价值。

在当今社会,红色文化的价值地位无可替代,是国家文化软实力的重要内容,也是促进高校课程思政凝聚力和吸引力的强大支柱。抵御历史虚无主义、增强社会主义文化自信、明确发展中国特色、提升国家认同都离不开红色文化的引领和支撑。高校在学科建设中,将红色文化元素与不同学

科知识相结合,促进了学科知识和红色文化的有机融合,能够帮助学生全面了解红色文化的基本内涵与价值,更好地发挥红色文化协同育人的教育功能,提高学生的爱国情怀和道德素养。

二、红色文化传播的主题分析

关于红色文化传播的研究近年来受到了学者们越来越多的重视,在中国知网中以“红色文化”和“传播”为主题词检索,检索时间为2015年1月1日至2025年12月31日,共计检索出8688篇相关文献。在2015年至2025年这11年间,关于红色文化的研究数量,从2015年只有111篇文献,随后几年每年递增,一直到2025年数量达到2172篇。文献数量清晰地表明了关于红色文化的传播研究受到了学者们的普遍关注,也表明了其重要性。为准确把握红色文化传播研究的热点与核心,本研究借助 VOSviewer 软件对文献数据进行了关键词共现分析。从数据中共筛选出678个出现频次≥5次的关键词。为了突出研究核心,选出出现频次排名前15位的高频关键词进行统计与解读。这些高频词依次为:红色文化、大学生、新媒体、传播、思想政治教育、红色文化资源、新时代、文化传承、高校、红色旅游、传承、文化传播、路径、红色基因、乡村振兴。

在这些高频词中,“红色文化”以2893次的出现频次和5252的总关联强度高居首位,其余关键词围绕红色文化传播展开,随后相关的“红色文化资源、红色基因、红色旅游”表明了红色文化深入到其资源开发、基因传承和文旅融合等具体方面。大学生(317次)和高校(219次)是红色文化传播的主体对象,体现了红色文化传播的群众主题和教育场景。“新媒体”以301次出现频次位居第3位,“传播”以299次出现频次位居第4位,“文化传播”以187次出现频次位居第12位,三者总链接强度均处于较高水平,充分说明“新媒体”已成为红色文化传播研究的核心载体,“红色文化如何借助新媒体实现有效传播”已成为当前该领域的研究热点。此外,“新时代”“文化传承”“乡村振兴”等高频词凸显了红色文化传播的时代价值,并显示出红色文化研究还与国家重大发展战略相结合,探索其在乡村发展中的作用。

收稿日期:2026-3-27

基金项目:本文系河南省软科学研究计划项目“云技术支持下的河南红色旅游文化知识图谱构建与应用”的阶段性成果(项目编号:252400410314);洛阳理工学院教育教学改革研究项目“文化回应教学视域下的大学英语教学模式研究”(项目编号:2024JY-124652)。

作者简介:张丽敏(1984—),女,河南洛阳人,洛阳理工学院外国语学院与国际传播学院副教授,硕士,研究方向:语言学、国际传播。

三、新媒体对红色文化传播的机遇和挑战

红色文化体现了革命历史的传承价值,具有重要的意义。新媒体时代为红色文化传播带来了新的机遇和挑战。在新的时期,红色文化的传播应充分利用新媒体技术,创新传播形式,构建多元化传播平台,注重受众需求,加强内容建设,推进红色文化的数字化建设,并加强国际传播。新媒体带来了红色文化传播的机遇,使信息传播更具目的性和主动性,但也面临互动性不足和媒介化传播与受众连接失效的问题。在新媒体环境下,除了有大量新媒体平台出现在传播舞台,更有海量自媒体占据传播领域的重要阵地。人们获得信息的渠道愈发多元化,接触到的内容也更丰富,各种信息充斥下,传播空间受到严重挤压,传播受众容易被误导和迷惑,红色文化的传播效能面临着严峻的挑战。其次,随着经济全球化和信息化进程的不断加快,当今社会各种思想、观点和流派不断涌现、相互交织碰撞,这种“多元、多样、多变”的格局增加了红色文化传播的复杂性,对红色文化传播的引导力提出了更高的要求。

新媒体时代衍生出了很多新媒体工具,在这些新媒体工具的带动下,信息传播方式、速率得到了极大的提升,然而新媒体时代背景下红色文化资源的融入仍然存在内容不完善、方法不得当、实践教育不足等问题。因此,从内容、方法与实践入手,探讨红色文化资源的融合途径,才能提升互动性、参与性和传播效果,推动红色文化在传播渠道、传播内容、传播主体和传播机制等方面的创新,实现高质量、全方位、多样化和系统化的传播。

四、新媒体对红色文化传播的启示

新媒体是红色文化传播的重要手段。自中国1994年接入国际互联网以来,新媒体嵌入社会各个层面,媒介生态发生巨大变化。新媒体传播具有传播状态的即时性、传播主体的交互性以及传播范围的全面性。李东坡等(2024)建议利用新媒体技术推动红色文化在传播渠道、传播内容、传播主体和传播机制4个方面创新传播路径,实现高质量、全方位、多样化和系统化的传播。张雪梅(2024)和李诗溢(2024)等学者认为应创新传播形式,利用VR/AR等新媒体技术,构建多元化传播平台,扩展网站数量,建构大数据库,并注重受众需求,将红色文化融入高校思想政治教育。韩文利(2023)认为通过数字化手段推动红色文化资源的挖掘和创新,实现其数字化建设。

在传播方式、传播受众和传播内容上不断更新才能更好地适应新媒体时代。在传播方式上,融合前沿科技、融合新兴媒体增强互动性和传播效果。在高校思想政治教育中,红色文化是优质资源,通过结合VR等新媒体技术,可以极大地增强传播效果。红色文化网站和数据库是建构红色文化的重要平台,通过红色文化的宣传平台,如政府官方网站、文化机构官网等,能够扩大传播量和范围。

传播受众是红色文化传播过程中的核心要素之一。从年龄层次来看,不同年龄段的受众对于红色文化的认知和需求存在显著差异。年轻一代,对于新鲜、有趣、互动性强的传播方式更容易接受;中年群体通常具有较为稳定的价值观和认知体系,对于红色文化的历史背景、精神内涵有更深入的追求,可能更关注专业的学术研究、文化讲座等传播形式;老年群体则大多亲身经历过那个革命年代,对于红色文化有着深厚的情感基础和独特的记忆,他们可能更愿意通过参观红色遗址、聆听革命故事等方式来重温那段历史。通过对红色文化的传播受众进行调查,了解他们的人口统计学特征、对红色文化的认知程度、兴趣偏好、获取渠道、传播效果评价等,为红色文化的精准传播提供个性化的数据支持和实证依

据。引入大数据分析方法,对新媒体平台上的红色文化传播数据进行挖掘和分析。通过收集和分析社交媒体平台、网络新闻等新媒体平台上的相关数据,如点击量、点赞数、评论数、分享数、用户画像等,深入了解受众的行为特征和兴趣偏好,精准把握传播效果和传播趋势,为传播策略的优化提供数据支持。

传播内容是红色文化传播的重要板块,对其进行深入研究是制定有效传播策略的关键。通过选取部分红色文化专家学者、传播从业者、普通受众等作为访谈对象,通过访谈的方式,深入了解他们对河南红色文化传播的看法、经验、建议和需求等,获取第一手资料和深入见解。深入到河南的革命遗址、纪念馆、红色文化旅游景区等实地场所,观察了解其传播设施、展示内容、讲解服务、游客流量等实际情况,亲身感受河南红色文化的传播氛围和效果。以此为依据来定制传播内容和形式,深入挖掘红色文化特色元素,能够与时俱进,展现出更强的时代价值和吸引力。

综上所述,加强红色文化传播,有利于传承和弘扬红色基因,使革命精神和优良传统在新时代得到继承和发扬,培养社会主义核心价值观,营造良好的社会风尚。红色文化在内涵和价值方面得到了深入研究,新媒体时代为其传播带来了新的机遇和挑战。利用新媒体技术创新传播路径,可以推动红色文化的全方位传播,提升其影响力和实效性。新媒体为红色文化的内容创新提供了广阔空间,通过数字化、互动化的传播形式,更生动地展示红色文化的内涵,激发公众兴趣与共鸣,促进红色文化的传承与创新。结合文字、图片、视频、音频等多种媒体形式,构建全方位、多层次的红色文化传播体系,提升传播效果和感染力。通过新媒体平台的普及和推广,将红色文化教育渗透到日常生活中,使教育更加生动有趣、深入人心,增强文化认同感和民族自豪感。

参考文献:

- [1]宋之霞.新媒体语境下红色文化传播的机遇、现实困境与有效路径[J].嘉兴学院学报,2020,32(2):45-50.
- [2]赵阳阳.河南红色文化的当代价值及其传承对策研究[D].泉州:华侨大学,2017.
- [3]史杰.新时代红色文化的价值实现研究[D].济南:山东大学,2023.
- [4]荆立群,薛耀文.融媒体视阈下红色文化的传播[J].编辑之友,2020(3):72-77.
- [5]刘向阳.新媒体背景下红色文化传播路径研究[J].学习论坛,2021(5):110-114.
- [6]王宇龙.新媒体时代红色文化传播策略分析[J].传媒,2019(5):76-78.
- [7]张雪梅.新媒体时代红色文化资源融入高校思政教育的途径研究[J].公关世界,2024(12):107-109.
- [8]张秀丽.中国新媒体传播研究进路考察1994—2019从现象描述到关系反思[M].北京:人民出版社,2022.
- [9]原黎黎.新媒体背景下大学生理想信念教育有效路径研究[D].石家庄:河北师范大学,2017.
- [10]李东坡,李由.新媒体视角下红色文化传播的效能提升与路径创新[J].宁德师范学院学报(哲学社会科学版),2024(2):129-135.
- [11]李诗溢.新媒体时代红色文化融入思政课程路径[J].新闻前哨,2024(12):71-72.
- [12]韩文利.河南红色文化数字化传播的现状、问题与对策[J].传播与版权,2023(16):78-81.

(下转第145页)

历史中的精神资源,根据新时代的条件和实践要求进行甄别、转化和发展。《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》指出:当前我国发展环境面临深刻复杂变化,大国关系牵动国际形势,国际形势演变深刻影响国内发展,我国发展处于战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期。在这种复杂严峻的国内外形势之下,改革发展稳定任务仍然艰巨,从推动高质量发展与推进共同富裕到统筹发展与突破关键核心技术;从促进人与自然和谐共生到推动构建人类命运共同体,这些都是前所未有的实践课题。弘扬中国精神,必须直面这些课题,将精神的力量转化为攻坚克难的勇气、开拓创新的锐气和实干兴邦的风气。这要求我们始终坚持实事求是的思想路线,深刻把握新时代中国的国情、方位、特征与任务,将中国精神紧密融入国家发展的宏伟蓝图、民族复兴的壮阔征程和人民的日常实践之中。

总之,中国精神作为中华民族悠久传统的精神继承,是推进中国式现代化的精神力量,实现中华民族伟大复兴需要弘扬中国精神。新时代,要立足中国特色社会主义建设的丰富实践,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,将弘扬中国精神作为一项长期任务。要深刻把握中国精神的丰富内涵和时代价值,不断创新弘扬路径和方法,使中国精神真正融入人们的日常生活和精神世界,成为全体人民

团结奋斗的共同思想基础和精神纽带,为实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量。

参考文献:

- [1] 习近平. 在纪念红军长征胜利80周年大会上的讲话[N]. 人民日报, 2016-10-22(2).
- [2] 习近平. 在庆祝中国共产党成立100周年大会上的讲话[J]. 求是, 2021(14).
- [3] 习近平. 在文化传承发展座谈会上的讲话[J]. 求是, 2023(17).
- [4] 李志宇, 赵鹏博. 弘扬中国精神构建中国式现代化文化形态: 理论逻辑价值意蕴、实践路径[J]. 延边党校学报, 2025(6).
- [5] 习近平. 习近平谈治国理政(第四卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2022: 137.
- [6] 孟娴, 魏崇辉. 作为标识性概念的“中国精神”: 语义生成与政治阐发[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2024(5).
- [7] 习近平. 习近平谈治国理政(第三卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2020: 314.
- [8] 宋检, 成曼丽. 新时代中国精神的培育、践行和弘扬[J]. 江西社会科学, 2024(11).

The Forming Logic, Contemporary Value and Promoting Direction of the Chinese Spirit in the New Era

XIA Dai-hui, LIAO Ling-dan
(University of South China, Hengyang Hunan 421001, China)

Abstract: The Chinese spirit serves as the spiritual pillar for achieving the great rejuvenation of the Chinese nation. It originates from the excellent traditional Chinese culture and has continuously evolved through the practice of sinicizing Marxism. In carrying forward the Chinese spirit, it is necessary to deepen the exploration and elaboration of the excellent traditional Chinese culture, and constantly enrich the connotation of the Chinese spirit, and it is also essential to base on the specific realities of contemporary China, and endow the Chinese spirit with vigorous vitality and powerful efficacy in practice.

Key words: new era; Chinese spirit; traditional Chinese culture; Marxism

(责任编辑: 桂杉杉)

(上接第139页)

Research on the Communication of Red Culture in the New Media Era

ZHANG Li-min
(School of International Studies, Luoyang Institute of Science and Technology, Luoyang Henan 471023, China)

Abstract: As a precious treasure of the Chinese nation, red culture has long attracted extensive attention and research from scholars. How to better disseminate red culture and adapt to the new characteristics of the times has become a current research hotspot. Visualization analysis using VOSviewer reveals that “new media” has emerged as the core carrier of red culture. In the new media era, understanding the cognitive characteristics and emotional preferences of communication audiences, and fully leveraging the immediacy, interactivity and comprehensiveness of new media are important approaches to advancing the communication of red culture. Popularization of the Internet has driven significant transformations in the communication of red culture via new media. Only by updating communication methods and content based on audience needs, and vividly presenting the connotation of red culture, can we stimulate public interest and resonance, and promote the inheritance and innovation of red culture.

Key words: new media; red culture; communication audience; cognitive characteristics

(责任编辑: 陈思婷)