

融媒体视野下海陆丰红色文化的传播路径探究

欧阳彪

汕尾职业技术学院海陆丰红色文化研究中心，汕尾

摘要 | 海陆丰红色文化作为汕尾地方品牌文化，具有重要时代价值。融媒体环境下海陆丰红色文化传播面临着传播内容空泛化、传播过程碎片化、传播渠道扁平化等困境。面对融媒体环境，海陆丰红色文化传播亟待通过创新传播语态、打造全方位的传播网络、实现精准化传播来切实增强传播实效性。

关键词 | 海陆丰红色文化；融媒体；传播；路径

Copyright © 2024 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



红色是中国共产党、中华人民共和国最鲜亮的底色。习近平总书记指出：“把红色基因传承好，确保红色江山永不变色。”^[1]红色文化是在长期的革命、建设与改革实践中，中国人民在中国共产党的领导下，以马克思主义理论为指导，积淀、创造的极具中国特色的先进文化^[2]。蕴含着指引我们党和人民增强文化自信、凝心聚力、克服困难、不断夺取胜利的强大精神力量。伴随着现代信息技术的快速发展，融媒体作为新型传播形态大放异彩，实现了多种媒体手段的深度融合和优势互补，这为红色文化传播创新提供了新的时代机遇。因此，在融媒体背景下，海陆丰红色文化发展如何顺势而为，抓住时代机遇，解决当前的传播困境，探索有效传播路径，是一项紧迫而现实的任务。

1 海陆丰红色文化概况

海陆丰地区是中国农民运动兴起的发源地，是全国第一个县级苏维埃政权成立的地方，海陆丰革命根据地是全国十三大革命基地之一，承载着深厚的革命文化。周恩来、彭湃、贺龙、徐向前、杨其珊等大批革命先辈的在这里留下革命足迹，他们革命精神及社会主义建设、改革实践中涌现出来的先进人物体现出来的时代精神已成为海陆丰人民的珍贵财富，是激励海陆丰人民砥砺前行的精神力量。

1.1 红色革命遗址资源丰富

海陆丰地区文化遗址类型多样，主要有革命旧址、革命活动遗址遗迹、革命家旧居、革命烈士纪念馆（陵园）、革命战士墓碑等。其中，总面积

基金项目：2022年海陆丰红色文化研究中心课题“新媒体背景下海陆丰红色文化的传播路径研究”（课题编号：HLHS21-011）。

作者简介：欧阳彪，汕尾职业技术学院讲师，研究方向：思想政治教育、马克思主义理论。

文章引用：欧阳彪. 融媒体视野下海陆丰红色文化的传播路径探究 [J]. 社会科学进展, 2024, 6(5): 1320-1325.

<https://doi.org/10.35534/pss.0605142>

约24 000多平方米红宫红场旧址是全国重点文物保护单位，被荣称为“东方小莫斯科”，是汕尾红色文化的象征。517处革命遗址广泛分布在汕尾市6个县（市、区）各村落，据2018年全市红色史料及革命遗址普查统计，全市共有863个村（社区，含农场），有639个村（社区）有红色史料或革命遗址，占比达74%。（根据2018年中共汕尾市委党史研究室印制的《汕尾市红色史料及革命遗址普查资料汇编》和汕尾市民政局提供的村（社区）数量得出。）这些红色文化古迹详实地记录了海陆丰革命的历史事实，刻画出当地人民在革命历程中的辉煌篇章，蕴含了海陆丰人们“勇于开拓、依靠人民、不畏斗争、奉献无私”的革命精神。

1.2 红色代表人物功勋卓著

红色人物是革命事业的践行者，是红色文化的主要创造者，他们的革命活动与革命精神是红色文化资源的核心。海陆丰红色人物众多，有名有姓的革命英烈有4883人，本地主要代表人物有彭湃、彭桂、杨琪珊、郑振芬、张威等，其中彭湃是海陆丰革命运动的核心人物，为中国农民运动作出了突出贡献，毛泽东认为全国各地的农民运动都要办得像海丰那才算得上胜利，赞称彭湃为“农民运动大王”^[3]。彭湃还从理论上对海丰农民运动进行了总结，写了《海丰农民运动》一书，该书是关于早期中国农运的理论著作，瞿秋白说该书“是中国农民运动第一本最有价值的著作”^[4]，对毛泽东《湖南农民运动考察报告》等关于农民问题的文章产生了重要影响。此外，周恩来、叶挺、贺龙、刘伯承、聂荣臻、徐向前等无产阶级革命家的革命足迹遍布汕尾。红色基因代代相传，时代楷模承志前行。誉为“中国核潜艇之父”的彭士禄，和在汕尾市田墘社区出生的黄旭华一样，二位科学家皆为我国核潜艇和核能事业的发展贡献了不懈的努力并取得了显著成就。黄旭华暗自奋斗三十年，专注研究和开发核潜艇技术，成绩卓著，2019年被授予国家至高荣誉——“共和国勋章”。在2020年，他再次被授予国家科学技术最高奖项。汕尾红色人物用他们的实际行动诠释了共产党人坚守理想、对党忠诚、无私奉献的优秀品质。

1.3 红色文艺作品层出不穷

近年来，文艺工作者不断深挖海陆丰红色文

化，以“红色”为题材文艺精品层出不穷。2017年，陈平主编的《为理想奋斗的彭湃一家》再现了彭湃为革命事业不懈奋斗的历程以及后辈们为国家利益而奋斗的感人事迹。在2018年，以历史人物故事为题材的三十集连续剧《彭湃》通过中央电视台第八频道进行了首播，该剧生动展现了彭湃那传奇却又短暂的人生经历，赢得了广大观众的厚爱。2019年，红色经典故事《奔向海陆丰》《烈火燎原》《周恩来在金厢》等在广州、深圳等地巡演，近2万名观众现场观看演出，超过245万人次在网观看。海陆丰本土文艺工作者还将红色文化与正字戏、白字戏等非物质文化遗产相结合创作出《彭湃之母》《黄厝寮》等文艺精品，同时文艺工作者结合当地渔歌、童谣、“快板”等百姓喜闻乐见的形式对红色文化资源进行创造性转化，创作出了以歌剧《少年彭仕禄》、歌曲《彭湃颂》《渔民心向共产党》等为典型代表的地方特色明显的文艺作品，这些作品真实反映了海陆丰英雄儿女不怕牺牲、艰苦奋斗的革命精神。

2 融媒体时代海陆丰红色文化传播面临的困境

融媒体促使了红色文化传播生态的变革，与传统媒体相比，融媒体的传播渠道、传播媒介和受众信息接受方式都发生的巨大改变，在给海陆丰红色文化的传播创造了新机遇同时，也带来的不少困境。

2.1 传承内容空泛化，红色文化供给缺乏

在融媒体时代，海陆丰红色文化的传承面临着严峻挑战，尤其是在内容传递的深度和广度上表现出明显的空泛化趋势，红色文化供给严重不足。具体来看，当前红色文化的教育与传播过程中，有关革命历史的故事和英雄人物的叙述往往停留在表层，缺乏对于革命精神内涵的深入挖掘和现实联系，使得公众在面对红色文化产品时感到难以产生共鸣和情感认同。例如，一些红色文化主题的艺术作品、书籍、展览等，依然采用传统模式编制内容，缺乏创新和互动元素，这导致传播效应大打折扣。在快速变化的媒体环境中，这种传统的单向输出模式，不仅不能有效激发年轻一代的兴趣，更无法在信息过载的环境中脱颖而出，获得广泛的社会

关注。而从形式上来说,海陆丰红色文化的传播手段缺乏多样化,尚未能够充分运用新媒体技术的互动性和个性化特点,难以满足不同年龄和文化背景受众群体的需求。此外,传播渠道的单一性也使得红色文化的触及范围受限,无法有效覆盖到基层和农村地区,造成文化传播的不均衡。^[5]

针对以上问题,迫切需要加强海陆丰红色文化供给,采用创新性强、互动性好的新媒体传播方式,增强内容的针对性和覆盖面,而这正是目前海陆丰红色文化传播亟需解决的核心难题。具体来说,需要深化海陆丰红色文化内涵,将革命历史与现代生活紧密联系,让公众特别是年轻一代能够在日常生活中感受到海陆丰红色文化的现实意义。同时,应加强新媒体技术在海陆丰红色文化传播中的应用,发展线上线下结合的多元化传播渠道,以及通过故事化、游戏化等手段,提升公众的参与度和体验感,从而有效拓展海陆丰红色文化的受众群体,提高其在公众心目中的地位和影响力。

2.2 传播过程碎片化,缺乏系统整体性

在融媒体时代,红色文化传播的模式正面临传统单一渠道无法满足时代需求的挑战。新媒体带来了海量信息与高速更新,但同时导致了知识的高度碎片化^[6]。海陆丰红色文化的故事与思想,若不能以系统化的形态呈现,就难以在公众中留下深刻印象。在新媒体环境下,碎片化的传播方式使得红色文化的信息只是在观众眼前一闪而过,缺乏深度与连贯性^[7],难以形成对文化遗产的系统认识。

事实上,新媒体的交互型特征虽提高了传播效率,却在一定程度上忽视了红色文化传播的整体性与连贯性。例如,通过微博、微信等社交平台传播的红色文化内容,虽然能快速触及广大用户,但这种零散的内容形式很难在用户心中构建起红色文化的完整框架和深厚底蕴,使得传播的效果往往表层化、短暂化。更重要的是,这种方式还可能导致信息的重复流动和内容的同质化,从而限制了红色文化的创新表达和内涵拓展,最终影响到文化自信的传递和传承。

不仅如此,新媒体时代的受众需求多样,对红色文化的理解和接受程度也不尽相同。缺乏系统的红色文化教育和品牌化传播规划,将会加剧问题的严重性。这一现象在海陆丰红色文化的传播过程中

尤为显著,由于缺乏有效的策略和手段进一步整合资源和平台,造成各种渠道上的碎片化内容既无法相互呼应,也难以形成传播的联动效应。因此,针对这一现象,必须致力于加强海陆丰红色文化内容的深度挖掘和系统整合。传播者需要充分利用融媒体技术整合各类信息,构建一个多维度、多层次、全方位覆盖的红色文化传播网络,保证信息的系统性和连续性。通过这种方式,既保留了新媒体传播的便捷性和互动性,也强化了红色文化传播的系统性和整体性,有效促进海陆丰红色文化的深层传承与发展。

2.3 传承渠道扁平化,缺乏立体化构建

在融媒体时代,传统的红色文化传承渠道普遍显现出扁平化的特点,导致红色文化的传播与现代社会的立体互动需求之间存在明显的错位。红色文化的扁平化传承主要表现在两个方面:一是传播的渠道单一,缺乏与新媒体技术的有效融合;二是互动体验缺失,未能充分利用现代科技提供的个性化和多样化的传播手段。针对这一问题,传承渠道的立体化构建成了当下亟需解决的关键问题之一。

针对扁平化的传承渠道,不少研究开始探索如何利用新媒体技术,构建起更加丰富多元、立体交互的红色文化传播网络。例如,通过社交媒体、在线教育、虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,可以实现从单向输出到多向互动,再到深度体验的传播模式转变。与此同时,红色文化内容创作也逐渐向着多样化和个性化发展,如通过将红色历史事件改编成网络短视频、互动游戏等形式,旨在吸引更多年轻受众的注意力,并激发他们对红色文化的兴趣。

然而,让红色文化真正实现立体化构建,还需要深度融合内容生产、传播渠道和受众接受三个层面。以内容生产为例,不仅要注重历史真实性,还要创造性地加入现代元素,让红色文化与当代受众产生共鸣。这不仅需要内容创作者具备深厚的红色文化底蕴和前沿的媒介技术能力,也需要对目标受众的兴趣点和接受习惯有深刻的洞察。^[8]

面对新媒体快速迭代的特点,海陆丰红色文化传承渠道的建设也需具备相应的灵活性和适配性。传统媒介的边界逐渐模糊,线上线下相结合的传播策略正逐步成为常态。通过构建线上红色文化数据

库,将红色资源数字化,不仅方便了公众的访问和学习,也为海陆丰红色文化的深入研究和创新实践提供了坚实的基础。进一步地,线下体验的设立,如红色主题展览、实地教学等形式,也在实现与线上互动的有机衔接,并进而形成线上线下相互促进、相互转化的立体传播机制。

总之,海陆丰红色文化传承渠道的立体化构建不是简单的技术叠加,而是对传统和现代传播方式的深度融合,这一过程需要传播者的创新意识、技术应用能力以及对受众需求的敏感洞察力。这无疑将推动海陆丰红色文化在新时代背景下焕发出新的活力,增强其在现代社会中的传播效果和影响力。

3 融媒体时代海陆丰红色文化传播的路径

融媒体环境下,创新传播语态、打造全方位的传播网络、实现精准化传播是适应融媒体发展,提升海陆丰红色文化传播效力的重要路径。

3.1 内容为王,创新红色文化传播语态

红色文化传播在融媒体时代面临着内容更新滞后、形式单一等问题,传统的传播途径已难以满足当前社会的需求。为了改善这一现状,并提升红色文化的传播效果与影响力,在内容生产上必须加强深度供给,以及进行创新式的语态转换。具体而言,海陆丰红色文化传播内容的创新,需要紧贴时代脉搏,利用数字化工具和平台,丰富海陆丰红色文化的表现形式和传播手段。例如,通过网络短视频、互动式微信公众号、基于AI技术的虚拟现实体验等形式,将革命历史事件、英雄人物的形象和红色文史地标融入日常生活,使其不再是沉闷的历史,而是生动、贴近大众的文化符号。

在创新海陆丰红色文化传播新语态方面,其内容的表达应以群众能接受的方式呈现,将专业理论转化为通俗易懂的语言解读,并辅以情感化的故事叙述,以此触动受众情感,让大众易于接受并产生共鸣。故事可以涉及革命英雄的壮举,也可以是普通人身上的红色精神闪光点,其核心目的是通过语态上的创新,增强海陆丰红色故事的可访问性和吸引力。同时,海陆丰红色文化传播应打破地域界限,通过互联网实现区域间的信息分享,将海陆丰红色文化传播变得更加广阔无界,并实现文化资源

的最大化共享和利用。

此外,基于新媒体的平台与工具,海陆丰红色文化传播需注重互动性和参与性的提升。通过在线问答、讨论论坛、网络投票等形式,吸引大众参与对海陆丰红色文化主题的讨论,尤其重要的是鼓励年轻一代发表自己的观点,激发他们对海陆丰红色文化的研究热情和创新思考。新媒体的强大互动功能使得红色文化传播能够更贴近受众,构建出一个多方参与、互动交流的生态系统^[9]。

总之,创新海陆丰红色文化传播新语态是融媒体时代内容为王的传播战略的关键所在,不仅要注重内容的创新性和多样性,而且要精心打造红色文化与当代社会生活相融合的新形式,加强受众的情感共鸣和文化认同感,从而有效保证红色文化在新时代的传承与发展。

3.2 嵌入平台,实现红色文化传播全覆盖

红色文化传播策略面临新媒体环境的重大机遇与挑战,特别是在融媒体的推动下,需要摒弃传统单一的传输模式,探索更多元化和互动性强的传播途径。进一步发展海陆丰红色文化传播,首要步骤是嵌入多样的媒体平台,打造全方位的传播网络。以综合运用微博、微信公众号、短视频平台及专业历史文化网站等新媒体形态为载体,在内容生产方面,注重红色文化故事的情感共鸣和价值引导,设计多种交互式体验活动,如在线红色文化知识竞答、互动式纪念馆导览等,强化用户参与感和沉浸感。

同时,适应移动互联网时代用户阅读习惯,对红色文化的传播内容进行视觉化和场景化改造,利用图像、动画和VR技术等手段,使红色历史文化的传播更具形象性和感染力。举例来说,可以创作一系列红色漫画和动画短片,将红色故事以轻松易懂的形式呈现,便于在社交媒体上被广泛传播,从而扩大影响力。此外,通过较大规模的线上社群营销,建立起以红色文化为核心的网上社区,促进信息的快速传播和有效沟通。例如,设立专门的红色文化传播微信群、QQ群,提供定期分享和在线讲座,加深群众对红色历史文化的理解和认同。

针对目标受众群体,实行差异化的传播策略,对于年轻人,可以通过网络游戏、云端展览等形式吸引他们对红色文化的兴趣;对于中老年人,则可

以制作红色文化系列讲堂,以他们偏好的方式传递红色文化知识和价值观念。这种分众化的传播策略能够满足不同人群的兴趣和需求,提升传播效率与效果^[10]。

红色文化的传播不应局限于单一平台或传统媒介,而需要融合利用互联网、移动媒体、社交媒体等新兴媒介,形成品牌化、系列化、网络化的新模式。全方位覆盖旨在使红色文化的每一个故事,每一个英雄人物,都能在多维度、全方位地与公众生活紧密联系,达成传承和发展红色文化的目的。这既能够弘扬红色精神,也为新时代的文化自信注入新的活力,从而将海陆丰的红色文化传播推向一个新的高度。

3.3 受众为主,实现红色文化传播精准化

海陆丰红色文化传播的精准化是在融媒体环境下,针对不同受众群体的需求实现个性化输出的关键环节。海陆丰地区的红色文化需要通过创新的方式实现与现代受众的有效连接。这要求我们深入分析受众的心理和行为特征,依据不同年龄层、社会群体、教育背景的多样性来塑造传播内容的多元化。传统的宣传教育方式已不能完全满足现代社会对于个性化、互动性的需求^[10]。因此,通过构建一个由数据分析支持的传播体系,可以适时监测受众对海陆丰红色文化的接受程度、反馈意见和互动行为,从而在实践中不断调整和优化传播策略。

当前,我们已经积累了大量通过新媒体渠道传播的用户行为数据,这些数据包括观看时长、重复观看次数、内容分享和转发情况等,它们是理解受众偏好和调整传播内容的重要基础^[11]。具体操作时,可利用先进的大数据处理技术,对这些数据进行深入分析,依据受众兴趣生成个性化的红色文化内容推荐,实现从宏观到微观的精准传播。例如,对于年轻群体,可以结合现代流行文化元素,将海陆丰红色文化的故事与现代生活相联系,采取更贴近年轻人生活的形式和语言进行传播;而对于中老年群体,则可以通过挖掘海陆丰地区红色历史中的感人事迹,用他们熟悉的叙述方式强化情感共鸣。

在传播形式上,亦需紧跟新媒体的发展潮流,运用直播、短视频、互动话题等新型传播方式,以饱满的情感和生动的形象增加红色文化的吸引力和感染力^[12]。海陆丰的红色文化资源丰富,使得我

们有条件通过故事化、游戏化、情景化等多样化手段把红色文化的内容深化,以吸引更多受众的注意力,组织海陆丰红色文化体验活动,让参与者在亲身体验中加深对红色文化的理解和认同。

总之,海陆丰红色文化传播的精准化不仅仅是信息技术层面的创新,更是对海陆丰红色文化内涵和传播策略深刻理解后的实践应用。只有当传播内容能够触动人心、形式紧跟时代步伐,才能确保海陆丰红色文化在现代社会的传承和发展。

参考文献

- [1] 习近平. 用好红色资源,传承好红色基因 把红色江山世世代代传下去[J]. 求是, 2021(10): 1.
- [2] 刘润为. 红色文化:中国人的精神脊梁[J]. 红旗文稿, 2013(18): 4-9.
- [3] 毛泽东文集(第1卷)[M]. 北京:人民出版社, 1993: 37-41.
- [4] 瞿秋白选集[M]. 北京:人民出版社, 1985: 446.
- [5] 郭怡雷. 新媒体视域下红色历史文化传播策略[J]. 公关世界, 2022(15): 56-57.
- [6] 李甜甜. 融媒体视阈下高校红色文化教育的问题及对策研究[D]. 江西师范大学, 2022.
- [7] 李明震. 新媒体下红色文化大众化路径研究[J]. 经济师, 2022(7): 223-224.
- [8] 任丽芬, 齐志辉. 新媒体环境下西柏坡红色文化传播研究[J]. 河北画报, 2020(12): 97-98.
- [9] 丁倩. 新媒体时代创新红色文化传播的路径选择[J]. 新闻战线, 2019(9): 106-107.
- [10] 刘宣辰. 新媒体视域下红色文化的传播路径分析[J]. 新闻传播, 2022(7): 17-19.
- [11] 刘宜庆. 新媒体时代红色文化传播路径探索[J]. 视界观, 2020(3): 55.
- [12] 曹咏萍. 新媒体视域下红色文化的传播策略研究[J]. 区域治理, 2021(3): 175-177.

Exploring the Communication Path of Red Culture in Hailufeng from the Perspective of Integrated Media

Ouyang Biao

Shanwei Vocational and Technical College Hailufeng Red Culture Research Center, Shanwei

Abstract: As a local brand culture in Shanwei, Hailufeng Red Culture has important contemporary value. In the context of integrated media, the dissemination of red culture in Hailufeng is facing challenges such as limited dissemination content, fragmented dissemination processes, and flattened dissemination channels. In the face of the integrated media environment, the dissemination of red culture in Hailufeng urgently needs to enhance its effectiveness through innovative communication voice, building a comprehensive communication network, and achieving precise communication.

Key words: Hailufeng red culture; Convergence media; Dissemination; Path