

大数据时代红色文化数字化传播的机遇与挑战

张文秀, 张书铭, 姜雪莲, 刘敏

山东理工大学马克思主义学院, 山东 淄博

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年7月11日; 发布日期: 2024年7月22日

摘要

红色文化是中华民族宝贵的精神财富, 在培植信仰根基、砥砺思想品格和涵养社会心态等方面具有重要价值。而数字化传播可以打破时空限制, 使红色文化传播范围更广、模式更多、效能更高。但目前红色文化数字化传播也面临着新的困境和挑战。因此, 应通过以价值诉求为导向, 推动红色文化数字化叙事的方式创新; 以场景搭建为主线, 优化红色文化数字化传播的内容呈现; 以人才支撑为保障, 助推红色文化数字化传播的平台搭建等方式, 为红色文化数字化传播拓展新思路和新策略, 进一步推动红色文化的传承与发展。

关键词

大数据, 红色文化, 数字化, 红色文化传播

Opportunities and Challenges of Digital Communication of Red Culture in the Era of Big Data

Wenxiu Zhang, Shuming Zhang, Xuelian Jiang, Min Liu

School of Marxism, Shandong University of Technology, Zibo Shandong

Received: May 20th, 2024; accepted: Jul. 11th, 2024; published: Jul. 22nd, 2024

Abstract

Red culture is the precious spiritual wealth of the Chinese nation, which is of great value in cultivating the foundation of faith, ideological character and social mentality. Digital communication can break the limitation of time and space, and make the red culture spread wider, more modes and more efficient. But at present, the digital communication of red culture is also facing new dif-

difficulties and challenges. Therefore, new ideas and strategies should be developed for the digital communication of red culture to further promote the inheritance and development of red culture by taking the value appeal as the guide, promoting the innovation of the digital narrative of the red culture, optimizing the content presentation of the digital communication of red culture by taking the construction of scenarios as the main line, and boosting the construction of platforms for the digital communication of red culture by taking the support of talents as the guarantee.

Keywords

Big Data, Red Culture, Digital, Red Culture Communication

Copyright © 2024 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

红色文化也被称为“革命文化”，是在革命战争年代形成的先进文化[1]，是中国人民在精神上“醒过来”的历史见证，因此具有深厚的历史文化底蕴和精神内涵。时下，以大数据、区块链、人工智能等为代表的新媒介技术相互交织与作用，推动了数字技术和红色文化的多维耦合与互嵌共生，显现出数字技术赋能红色文化传播的绝对优势。但值得注意的是，红色文化数字化传播也面临着用户诉求提升，叙事方式亟需变革；场景挖掘欠缺，传播内容易受冲击；人才支撑不足，共享平台建设滞后等问题。因此，如何充分发挥数字化技术的优势，促进红色文化数字化传播的叙事方式创新、内容品质优化、共享平台搭建，具有重要的理论意义和现实价值。

2. 大数据时代红色文化数字化传播的机遇

2.1. 海量数据，扩大红色文化传播范围

全球数字化进程显著加速，涌现出海量数据，打破了传统文化传播方式，也为红色文化的传播与发展带来了新的机遇。基于大数据的“4V”“5V”特征，不难发现，大数据能够从分散化、碎片化的信息数据中快速鉴别、筛选出有价值的红色文化信息资源，在此基础上，凭借高精度的AR、VR、三维建模等新媒体技术展示和宣传红色文化，通过数字媒介平台，如QQ、微博、微信、抖音、网站网页、小程序和公众号等实时发布和更新红色文化的热点资讯和实事要闻，并开设留言板、互动区等版块以供讨论交流；借助直播、人物访谈等方式，联合多媒体平台推进全方位、立体式地将红色文化资源传播给更多受众，进一步扩大红色文化的传播范围。

除此之外，受众群体的大量涌入和空前活跃，也在一定程度上扩大了红色文化传播的范围。也就是说，红色文化受众群体造就了红色文化海量数据覆盖面的态势。大数据时代，受众群体产生的红色文化数据是红色文化海量数据的重要来源。大数据带来了红色文化的数字化变革，为传播红色文化提供了技术支撑与环境保障。受众可以借助媒体平台的分享功能，进行群体内部的资源共享和文化传播，如利用互联网平台、三微一端(微信、微博、微视频与手机客户端)、电视媒体等传播矩阵平台进行图像、语音和视频传播，不仅能够实现全媒体、跨平台联动，还会在一定程度上促进网络用户自发主动地进行二次传播，短时间内能够生产制造大量数据，除此之外，其相关访问、停留和浏览记录经由大数据处理、加工，

以参考数据的形式保存下来，受众群体所产生的海量红色文化数据主要依托于新媒体发布和推送至各大网页，实现红色文化的高效传播。

2.2. 跨界交互，丰富红色文化传播模式

在传统媒体时代的背景下，红色文化传播缺乏人际交流的互动性，以线下传播为主，传播模式相对单一。全新的大数据时代的到来，实现了数字技术与新媒介有机结合，打破了“物理空间与社会场景的传统关系”，重塑红色文化传播的时空关系[2]，促使人类建立起大数据思维方式和认知方式，影响和丰富着红色文化的传播模式。一方面，大数据为受众提供了跨界交互的渠道，突破了传统的单向性思维，将传播模式转变为人际传播、双向传播模式。比如大数据通过搜集、分析、处理红色文化受众的个人数据资料，实时推送好友关注热点，让受众在了解好友学习动态的基础上，进行信息交流和信息共享。这不仅能够拓宽受众学习红色文化的视角，也能在一定程度上加快受众之间的交互频率，推动红色文化的共享传播，打破“数据壁垒”和“信息孤岛”现象，使受众在交流互动中获得更加丰富的红色文化理论。另一方面，在大数据时代背景下，线上传播模式为受众建构了自主化、智能化、轻松化的学习方式。这打破了时间、地点和空间等条件限制，使受众能够通过远程终端全方位、随时随地学习红色文化知识，有效解决了红色文化受众的学习阻力和思想困顿。因此，信息的传播与更新使数字技术与文化艺术相互融合产生对社会生活更深层次的表达，这也为红色文化的数字化变革带来巨大机遇。

2.3. 多元碰撞，提升红色文化传播效能

大数据时代，非结构化数据大量涌现，犹如数据“油井”喷薄出远超于结构化数据的资源量。文字、图像、音频等类型多样的数据不断碰撞融合，打破了单一的传统文化符号局面，增强了红色文化传播的感染力。此外，随着数据资源量的不断增加，大数据技术呈现出多元发展的势头。云计算、人工智能、5G、物联网等新一代数字技术不断成熟，分析受众群体偏好、习惯，引导受众在学习红色文化过程中进行内容的分享传播，并在此基础上采取更加适宜的呈现方式对红色文化进行精准推送和传播，有效提升和优化红色文化传播效能。比如借助微电影、短视频等数据形式呈现红色文化资源，通过视频讲解、3D建模、全景模拟、虚拟技术等技术手段，将实体纪念馆、博物馆等红色资源搬到线上，充分挖掘各自的独特价值，形成特色，使红色文化“立体、丰满”起来，增强受众对红色文化的深刻印象，从而实现精准化个性化传播。

3. 大数据时代红色文化数字化传播的挑战

3.1. 用户诉求提升，红色文化叙事方式亟需变革

智媒时代受众一并被拉入传播场域，成为具备“传受二向性”的“超级个体”——用户，模糊了传统媒体语境下信息传播主体和受众的身份界限。由美国学者亚伯拉罕·马斯洛提出的“需要层次论”可知，人的需要具有层次性和渐进性，低级需要一旦被满足，人们便开始追求高级需要的实现([3], p. 110)。着眼当下，无远弗届的数字技术为差异化价值诉求和跨时空情感表达提供了“康庄大道”，用户得以在此基础上追求更高层次的价值满足。毋庸置疑，这对红色文化叙事方式提出了新的要求。

第一，用户的价值诉求逐渐趋向世俗化、个性化，消解了宏大化、精英化的红色文化叙事模式。社会化媒体的普及催生了话语权的变迁，从“庙堂”走向“江湖”，草根民众得以拥有自我表达和社会性分享的发声渠道，这宣告了平民化、私人化、自主式媒体时代的到来。因此在自媒体环境下，无论是“无名者”的历史性出场，还是“平民起居注”的现代化崛起[4]，都无一例外地消解着传统的精英叙事视角和叙事话语。第二，用户的情感价值诉求持续攀升，解构了单向性、结构式的红色文化叙事模式。长久

以来,人类内心情感诉求同现实社会发展之间的矛盾一直处于动态变化之中,伴随新媒介高度赋权用户个体情感的公开化表达,个体在社会现实中积攒的内心真实情绪得以宣泄与释放。由此“被接纳”“被认可”“被回应”等内生需求冉冉升起,但红色文化传播的传统叙事形式存在说教色彩浓郁、沟通和互动寡淡等不足,与用户丰富而细腻的内心情感形成较大落差,因而难以引起广泛共鸣。承上所述,数字化社会中用户群体的价值诉求不断变化、升级,冲击了红色文化传播的传统叙事方式,也给主流意识形态话语权和主导地位带来了新的风险和挑战。

3.2. 场景挖掘欠缺,红色文化传播内容易受冲击

随着全媒体时代的到来,“场景”的价值不断被提升,场景化思维也成为重要的思维方式。场景化思维又称“用户思维”,是从用户实际问题出发思考问题的思维方式。“大数据时代红色文化的数字化传播,应以场景构建作为基础”[5]。也就是说场景构建对于红色文化传播具有无可比拟的支撑、巩固作用。大数据时代背景下红色文化传播工作的开展是面向全体民众的,旨在提升红色文化在我国民众中的影响力、认可度和引导力。但是,反观当前红色文化传播现状,场景挖掘缺乏新意,相关文化产品被简单搬至“三微一端”等新媒体平台进行传播,缺乏对红色文化内容的深度挖掘和接续创新,仍旧是“新瓶装旧酒”。因而,重复、乏味的内容呈现形式难以达到良好的传播效果,也会使红色文化的教育功能大打折扣。另外,多元文化的冲击,“泛娱乐化”的侵蚀,错误思潮的渗透,亦或“灰色文化”混迹于红色文化的传播中,都会扰乱受众的行为选择和价值判断,更不利于大数据背景下红色文化的有效传播。因此,红色文化数字化传播应重视视觉场景和舆论场景的构建,借助虚拟现实等方式丰富发展红色文化传播内容,满足受众的情感体验、参与互动等多样化需求,让受众真正“入心入脑”,进而实现立体化、全方位、多层次的传播效果提升。

3.3. 人才支撑不足,红色文化共享平台建设滞后

在大数据背景下,“社会化的新媒介信息产能远远超过传统媒介,成为争夺话语权的重要阵地”[6]。究其原因,网络宣传和共享平台是红色文化资源信息传播和发布的主阵地,关系着红色文化的传播方向,有利于受众获取红色文化信息的实时动态,促使思维的碰撞和创新思维的催生。伴随大数据市场中数据资源的不断涌现,数据衍生的规模与速度突飞猛进。但微信、微博、抖音短视频等平台普遍缺少权威的红色文化官方认证账号和红色文化专栏,不利于展开红色文化的思想宣传和舆论引导工作。此外,守好网络宣传阵地、传承创新红色文化资源离不开精通红色文化的数字化人才队伍作为支撑。数字化人才队伍利用数字技术与补充技能为红色文化赋能,强化红色文化网络平台阵地建设。目前来看,相关技术人才较为短缺,一方面缺乏具备数字技术和专业背景的复合型人才,另一方面缺乏聚焦于红色文化数字化变革的创新型人才,致使数字技术的赋能与红色文化深层内涵的有效结合成为创新转化过程中存在的突出短板,不利于大数据更好地助力红色文化传播。为此,大数据时代应当把人才培养放在战略高度,考虑重塑人才机制,加强红色文化传播的共享平台建设,提升网络意识形态的引导效力。在此基础上,牢牢掌控红色文化传播的话语权,抓好意识形态建设,不断提高红色文化传播的传播力、感召力和影响力。

4. 大数据时代红色文化数字化传播的优化对策

4.1. 以价值诉求为导向,推动红色文化数字化叙事的方式创新

首先,采用“平民化”的红色文化叙事视角。一是实现精英话语向大众话语转化。以真实具象、亲民质朴的话语形态来弱化红色文化故事的说教色彩,进而建构“共通的意义空间”。同时,要摒弃宏大叙事视角,深挖红色文化中贴近群众现实生活的叙事元素,推出反映时代呼声的红色文化精品,传播有

温度、有情怀的红色文化作品。二是实现宏大叙事视角向个体叙事视角转换,以“普通人”视角叙述和解读红色文化内容,往往能对构筑和续存共同集体记忆起到事半功倍的效果。由此,应更加注重个体的意见表达和观点表述,并积极创新互动表达机制来为多元主体有序进入传播场域“放行”,推动红色文化朝着多向传播转变,营造自主和谐的红色文化“微传播”氛围。其次,采用“互动化”的红色文化叙事形式。主流媒体在网络互动场域始终保持一种克制而谨慎的态度,严肃有余而温情不足。而抖音、快手、B站、微博等数字化媒介平台用户则以一种更为直观的情绪表达方式和内容叙述方式弥补了主流媒体在情感表达方面的缺失。为此,主流媒体应将情感元素融入内容生产和传播叙事的全过程,提升红色文化传播的实效性。同时,以共通、交互为情感指向,关注短视频叙事主体以及其他观者的情感状态,通过情感的分享与互动提高个体参与感[7],如期达成“文以育人、文以化人”的传播效果,无限延续红色文化记忆建构的链条。

4.2. 以场景搭建为主线,优化红色文化数字化传播的内容呈现

从传播学的角度来看,“红色文化场景”是指对已发生过的历史或事件的模拟或还原,使人能够跨越时空并获得具有历史价值的文化情感体验,也是指通过数字技术构建的数字化虚拟场景[8]。从这个意义上说,“红色文化场景”也应从情感体验和视觉冲击两方面进行搭建。一方面,红色文化数字化传播应注重红色文化的故事性,增强红色文化内容的深度挖掘。首先,以真实故事为基础,深入挖掘红色历史人物和事件,进行内容创作,使他们更加容易地理解红色文化的内涵和精神。其次,构建情感共鸣,提升故事的吸引力。也就是说,促进红色文化故事内容的时代诠释,使人们在故事中寻找自己的人生目的、意义和价值,并进一步形成情感认同与价值归属。最后,通过多媒体形式进行呈现,如微电影、动画、漫画等。此外,针对年轻受众群体,可以制作一些趣味性和互动性更强的红色文化视频内容,利用微信、微博、B站等社交媒体平台进行推广和传播。

另一方面,红色文化数字化传播应注重视觉场景的搭建,实现红色文化内容的立体展示。在大数据时代,应依托数字技术实现场景可视化、传播立体化、内容具象化,发挥VR、AR、IoT(物联网)等新技术在文化领域的独特优势,搭建红色文化数字化传播的视听场景,进一步延伸受众的感官维度,输出并释放汨汨不竭的情感能量,增强受众的沉浸式体验感。也就是说,以一种更为生动、深刻和直观的方式来提升用户对红色文化内容的认知沉浸度,实现全景式地的“人间种草”。

4.3. 以人才支撑为保障,助推红色文化数字化传播的平台搭建

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实施革命文物保护利用工程(2018~2022年)的意见》强调要“建立革命文物大数据库,推进革命文物资源信息开放共享”[9],尽管当下各地的红色文化数据库建设取得了阶段性成果,但是规范统一、内容详实的红色文化数字化共享平台的搭建尚未完成,而红色文化数字化变革的重要表现之一就是数字化共享平台的建立[10]。因此,培育数字化传播技术人才,搭建红色文化数字共享平台是红色文化数字化传播的必然之举。

一方面,打造一支兼具专业背景和数字技术的人才队伍,助力红色文化的研究、整理、宣传、推广等工作。一是大力引进和培养热爱红色文化、致力投身于红色文化事业的专业人才,同时加大对具有马克思主义理论研究背景的理论骨干的培训力度,并进一步更新和完善云智库和专家库,为红色文化数字化传播中遇到的矛盾与问题提出解决办法或建议。二是培养数字化传播的技术人才。人社部会同有关部门出台的《加快数字人才培养支撑数字经济发展行动方案(2024~2026年)》,旨在打出数字人才培养“组合拳”,增加数字人才有效供给。这表明无论是从政策层面还是实际操作层面,都已为培养符合红色文化数字化传播需求的技术人才提供了明确的方向和支持。为此,应以提高传播主体的数字素养为抓手

手,培养一批精通媒介运用和数字管理的技术人才,从而实现真正意义上的高效传播,促进红色文化数字化传播高质量发展。

另一方面,搭建红色文化数字化共享平台,对全国各地红色文化资源进行分类重组与整理盘活。一是基于国家层面搭建规范有序的红色文化数字共享平台。运用融媒体技术与数字技术,加强对红色文化资源的数字化保护,并不断纳入各地特色红色文化资源,发挥资源集聚共享最大效应。同时按照时间维度、地区分布、具体来源、存在形式等不同标准进行分类整理,建立一个惠及中外学者的大数据库。此外,加强对大数据库的管理和监督,助力数字化共享平台的搭建。当务之急是要把好“质量关”,甄别筛选和合理规范已经收集到的红色文化资源,打破库与库之间的“信息壁垒”,提高数据的一致性,进而搭建统一数字化的共享平台。二是基于地方层面搭建区域特色的红色文化数字共享平台。深挖地方特色红色文化资源,创建并共享红色文化专题数据库,并发挥媒介融合优势,搭建具有地方特色的红色文化数字化平台、频道,实现区域内红色文化数字资源的互联互通。此外,依托网络整合地方红色文化数字资源,并按照空间和形态创建地方红色文化专属符号,采用差异化的数字化符号传播红色文明,以此避免红色文化的同质化解读,增强地方特色文化的辨识度。

参考文献

- [1] 冯俊. 中国特色社会主义文化建设规律性认识的新高度——深入学习领会习近平文化思想[J]. 马克思主义与现实, 2024(2): 1-11+203.
- [2] 金青梅, 刘琴. 复合语境下数字赋能红色文化传播的逻辑与路径[J]. 东南传播, 2022(11): 49-51.
- [3] [美]亚伯拉罕·马斯洛. 动机与人格[M]. 李省时, 等, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2021: 110.
- [4] 吴炜华, 黄珩. 影像化生存的演进脉络与现实图景[J]. 青年记者, 2023(6): 9-13.
- [5] 刘黎, 郑海燕. 红色文化数字化传播创新策略研究[J]. 传媒, 2022(20): 80-83.
- [6] 赵明炬. 大数据背景下的高校网络传播阵地建设研究[J]. 出版广角, 2017(7): 69-71.
- [7] 李鲤, 石琪隆. 从影像触达到文化认同: 短视频跨文化传播的情感互动机制——基于互动仪式链的视角[J]. 传媒观察, 2023(6): 97-103.
- [8] 邓艳昕, 张世洋, 林晏伊. 数字化赋能赣南红色文化传播的创新实践[J]. 文化产业, 2024(8): 117-119.
- [9] 中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于实施革命文物保护利用工程(2018-2022年)的意见》[EB/OL]. <https://www.gjxfj.gov.cn/gjxfj/fgwj/gwywj/webinfo/2018/07/1590610502694843.htm>, 2024-05-20.
- [10] 付安玲, 肖朝霞. 大数据时代红色文化的数字化变革与实现路径[J]. 红色文化学刊, 2022(1): 73-80+111.