

# 文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴的网络传播策略研究

## ——以黔西南州的红色版画为例

屠秋红, 刘宇卓, 张逸佳, 陈怡菲

滁州学院文学与传媒学院, 安徽 滁州

收稿日期: 2025年9月24日; 录用日期: 2025年10月27日; 发布日期: 2025年11月6日

### 摘要

黔西南州是滇黔桂边区革命根据地重要部分, 红色基因深植。当地红色版画融合革命历史与布依、苗等民族艺术, 是红色记忆载体, 也是红色旅游与乡村振兴的宝贵资源。当下文旅融合与新媒体发展, 激活红色版画网络传播价值成重要课题, 其既面临内容同质化等挑战, 也有短视频传播渠道等新机遇。探索其网络传播策略意义重大。本文立足文旅融合背景与乡村振兴战略, 聚焦黔西南红色版画, 分析传播现状, 探索创新路径, 助其连接红色旅游与乡村振兴。

### 关键词

红色旅游, 乡村振兴, 网络传播策略

# Research on the Network Communication Strategies of Red Tourism Promoting Rural Revitalization under the Background of Cultural and Tourism Integration

## —A Case Study of Red Prints in Qianxinan Prefecture

Qiuhong Tu, Yuzhuo Liu, Yijia Zhang, Yifei Chen

School of Literature and Media, Chuzhou University, Chuzhou Anhui

文章引用: 屠秋红, 刘宇卓, 张逸佳, 陈怡菲. 文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴的网络传播策略研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(11): 1856-1861. DOI: 10.12677/jc.2025.1311262

Received: September 24, 2025; accepted: October 27, 2025; published: November 6, 2025

## Abstract

Qianxinan Prefecture is an important part of the revolutionary base area in the border region of Yunnan, Guizhou and Guangxi, with deep-rooted red genes. The local red woodcuts integrate revolutionary history with the art of the Buyi, Miao and other ethnic groups. They are carriers of red memories and also valuable resources for red tourism and rural revitalization. In the current context of the integration of culture and tourism and the development of new media, activating the online dissemination value of red woodcuts has become an important issue. It not only faces challenges such as content homogenization but also has new opportunities such as short video dissemination channels. Exploring its online dissemination strategies is of great significance. This article, based on the background of the integration of culture and tourism and the rural revitalization strategy, focuses on the red woodcuts in Qianxinan Prefecture, analyzes the current dissemination situation, explores innovative paths, and helps connect red tourism with rural revitalization.

## Keywords

Red Tourism, Rural Revitalization, Network Communication Strategies

Copyright © 2025 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

近年来,文旅融合成为推动文化传承与旅游产业升级的核心路径,而乡村振兴战略的深入实施,更需以特色文化资源为内核激活乡村发展动能。红色文化作为兼具历史价值与教育意义的重要资源,其与旅游产业的结合不仅是传承红色基因的关键途径,更是带动乡村经济增收、促进乡村文化繁荣的重要抓手。学界关于红色文化与文旅融合的研究已形成多元视角,田轶、陈婕(2018)指出,红色文化通过有形的实物载体传递无形的红色基因,能够实现社会主义核心价值观从抽象到日常生活化的转化,而新媒体技术为红色文化传播提供了新载体与新方式,这为红色文化资源的旅游化开发提供了理论支撑[1]。

黔西南布依族苗族自治州(以下简称:黔西南州)作为贵州省红色文化资源富集区域,拥有丰富的革命历史记忆,当地衍生的红色版画以独特的艺术形式,将地域民俗特色与革命精神深度融合,既是红色文化的具象化表达,也是当地乡村文化的重要符号。既有研究中,南昌广播电视台课题组(2025)通过全国31个省份面板数据实证分析发现,红色旅游对乡村振兴具有显著正向赋能效应,且通过经济资本、人力资本与文化资本的中介作用实现多维影响,但这种效应存在区域异质性,西部民族地区因资源开发强度与传播能力不足,尚未充分释放红色资源的综合价值[2]。这一结论与黔西南州红色文化资源的开发现状高度契合,当地红色版画虽具备文化独特性,但未能有效转化为区域发展优势。

然而,在新媒体快速发展的当下,黔西南州红色版画的网络传播仍面临渠道协同不足、内容同质化、受众认知度低等问题,未能充分发挥其在红色旅游推广、乡村振兴赋能中的作用。所以文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴的任务任重而道远。

## 2. 黔西南州红色版画网络传播现状分析

### 2.1. 传统平台为主导，新媒体协同不足

黔西南州红色版画的网络传播渠道，看起来覆盖了政府官网、旅游网站、社交媒体和短视频平台等多个方面，但在实际运转中，传统网络平台仍占据着主导地位。像黔西南州文明网、金州在线这些政府官网，发布的内容以红色版画的资讯动态和作品展示为主，大多是简短的信息罗列，很少有深入的解读。旅游网站则常把红色版画和当地旅游线路绑在一起，希望能让文化资源和旅游消费更好地结合起来，但这种结合往往只停留在表面，没能形成深度的互动。

2025年4月至5月期间，笔者针对黔西南州开展实地调研工作，参观红色版画创作基地、红色旅游景点等地点。调研过程中，综合运用参与式观察法与随机访问法：一方面通过实地走访与当地居民深度互动，直观了解红色版画的创作、传承、保护及旅游开发情况；另一方面以随机访问形式发放调查问卷，聚焦“文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴的网络传播”这一核心主题收集数据。对问卷调查数据进行整理和统计分析，运用统计学方法分析数据特征和相关性，对访谈记录和实地观察资料进行整理和归纳，提炼关键信息，如表1所示。

本次调研共计发放问卷150份，经筛选整理后，最终回收有效问卷133份，有效回收率达88.7%，问卷内容共包含9个题目，涵盖以下维度：1. 认知与传播渠道维度；2. 态度与互动意愿维度；3. 行为意向与内容需求维度

基于对有效问卷数据的系统分析，研究发现：当前黔西南州当地居民对“红色旅游推动乡村振兴”的认知程度整体处于浅层阶段，尚未形成对二者关联机制、实际价值及长远影响的深度理解，这一认知现状也为后续相关传播工作的优化提供了方向参考。

社交媒体和短视频平台本应是红色版画传播的重要助力。从问卷结果来看，69.8%的受访者是通过微信、微博、抖音等社交媒体了解相关信息的，这个比例比通过旅游资讯网站和在线旅游平台了解的要高出许多。可实际情况是，新媒体和传统平台之间并没能好好配合。2025年黔西南州举办的社会科学普及短视频竞赛，要求在B站发布作品，可活动一结束就没了下文，未能形成长期的传播机制。各个平台的内容也是各管各的，甚至有的短视频内容和官方网站上的深度解读对不上号，传播也大多是单向的，几乎没有互动。这种分散化运营导致传播力量难以凝聚，整体效应大打折扣。

当前网络传播内容主要集中在作品展示、创作过程介绍、历史文化背景解读和旅游景点推荐这些常规领域。它们虽然也能让人们了解红色版画的独特历史背景，以及其地域民俗与革命精神的融合等方面，挖掘也不够深入。例如，有些版画描绘了当地群众参与革命的场景，里面有很多体现地域特色的元素，比如服饰、建筑等，但很少有平台会去深入分析这些元素背后的意义，这就导致红色版画的独特文化价值难以彰显，长期传播易使受众产生审美疲劳，关注度随之下降[3]。

内容同质化是一个突出问题。多数平台在主题选取、作品风格呈现及解读角度上高度相似，很容易给人“似曾相识”的感觉。同时，对红色版画所具有的独特历史背景，以及其地域民俗与革命精神的融合等方面，挖掘也不够深入。例如，有些版画描绘了当地群众参与革命的场景，里面有很多体现地域特色的元素，比如服饰、建筑等，但很少有平台会去深入分析这些元素背后的意义，这就导致红色版画的独特文化价值难以彰显，长期传播易使受众产生审美疲劳，关注度随之下降[3]。

内容呈现形式也较为单一。目前仍以图文、普通视频为主，缺乏创新。51.2%的受访者认为“短视频展示创作过程及作品”最具吸引力，23.3%偏好“线上虚拟展览”，18.6%期待“互动式小游戏融入红色版画元素”，但在当前传播中，这些受青睐的形式应用较少，尤其是VR、AR等能增强用户体验感的技术尚未普及，导致内容难以满足受众多样化、沉浸式体验的需求，自然也就无法有效激发用户的关注与参与热情。

**Table 1.** Questionnaire on the investigation of the promotion of rural revitalization through red tourism under the background of cultural and tourism integration

**表 1.** 文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴网络传播调查

| 内容   | 类别     | 占比    |
|------|--------|-------|
| 了解渠道 | 社交媒体平台 | 69.8% |
|      | 旅游资讯网站 | 14.0% |
|      | 在线旅游平台 | 4.7%  |
|      | 其他     | 11.6% |
| 兴趣程度 | 非常吸引   | 41.9% |
|      | 比较吸引   | 34.9% |
|      | 一般     | 18.6% |
|      | 没有兴趣   | 4.7%  |
| 网络形式 | 短视频    | 51.2% |
|      | 线上虚拟   | 23.3% |
|      | 网络直播   | 7.0%  |
|      | 互动小游戏  | 18.6% |

2.2. 认知度偏低，对红色旅游带动有限

从传播效果来看，黔西南州红色版画在网络上的知名度和影响力相对较低。从回收的问卷来看，公众对它的了解程度普遍不深，仅有 27.9%的受访者表示“非常了解，还参与过相关活动”，44.2%的人“听说过，但具体内容说不清楚”，另有 27.9%的人“完全没听过这个名字”。这种状况的形成，表层原因是传播范围偏窄。官方平台虽积累了不少资料，但推广多集中在本地受众圈子，没能触达更广泛的人群。深层原因则和信息传播的规律有关。美国学者凯斯·桑斯坦提出的“信息茧房”理论就指出，人们总会根据自己的喜好筛选信息，更愿意关注能带来愉悦感的内容[4]。在当下的新媒体环境里，红色版画因承载着严肃的历史记忆，不像娱乐内容那样容易吸引大众主动搜索。再加上算法推荐更偏爱轻松化内容，相关信息很难进入普通人的视野，大多时候只能在小范围内传播，知道的人自然多不起来。

在带动红色旅游方面，目前的效果还不明显。虽有 44.2%的受访者表示“有考虑但未决定”前往当地红色旅游，20.9%“已经去过”，但明确表示“正在计划前往”的比例仅为 9.3%。这表明网络传播尚未能有效激发游客的实际出行意愿。同时，网络传播与乡村振兴的关联度也有待加强。尽管 44.2%的受访者认为相关内容对了解乡村振兴成果“帮助很大”，48.8%认为“有一定帮助”，但仍有 7%的人认为“帮助不大”或“完全没有帮助”，说明传播内容中对红色版画如何推动乡村产业发展、带动村民增收等实际成效的呈现仍不够充分，没能把文化传播真正转化为促进乡村旅游和振兴的动力。

3. 黔西南州红色版画网络传播的优化策略

3.1. 深掘文化内涵，创新内容呈现形式

当前网络传播中，要把深度挖掘红色版画深厚的文化内核放在首位，系统地梳理红色版画的历史脉络、创作背景及艺术表现技巧，在此基础上打造系列化叙事产品，避免内容同质化、表达浅显化等问题，通过制作微纪录片，以革命岁月为题材，还原版画与革命历程的关联。同时紧跟时代潮流，运用 VR/AR 新兴技术，构建线上虚拟展馆，让用户沉浸式感受版画的历史演变与创作过程，营造良好的互动体验氛

围，激发用户的好奇心与探索欲[5]。

### 3.2. 构建融媒体矩阵，提升传播实效

根据调查显示，当前传播渠道存在不集中、协同性不足，信息不流畅等缺点，相关人员应整合政府官网、旅游平台、社交媒体、短视频平台等多渠道资源，构建以“黔西南红色版画”为核心标识的融媒体传播平台，实现各平台信息同步更新与跨平台互动；在抖音、B站等平台发起“红色版画创作挑战赛”，引导用户参与内容共创；在微信、微博设置#红色版画乡村振兴#话题，结合热点开展话题营销，拓展传播的广度与深度。

### 3.3. 促进与多元产业深度融合

推动红色版画与旅游业、教育实践、文创产品设计等领域深度结合，走“文化 + 产业”联动发展道路，比如，开发“红色版画研学旅行”，让红色故事通过版画更鲜活地走进孩子们的心里；设计红色版画主题文创产品，像明信片、帆布包及数字藏品等，线上线下同时推销，增加居民收入；与乡村振兴示范村合作，打造“版画主题村落”，让版画元素融进老房子改造，吸引游客前来打卡，既充分利用了红色版画的价值与资源，又实现了产业升级。

### 3.4. 借力热门IP与跨界合作，扩大社会影响

黔西南州红色版画可借鉴当下流行的“IP联动”模式，与影视、游戏、综艺等热门媒介合作，提升大众尤其是年轻群体的认知度。与主流视频平台拍摄“红色版画之旅”的纪实综艺；与游戏公司合作，在热门游戏里加进红色版画的元素，或者设置相关的剧情任务；邀请文化名人、艺术家来当推广大使，通过开直播、拍短视频等方式讲述版画，提升知名度，扩大影响力。

在文旅融合与乡村振兴的背景下，网络传播对文化传承与产业发展的作用越来越重要，黔西南州红色版画的传播发展，离不开内容创新、渠道整合、产业融合与跨界合作等措施，不断提升传播效能与社会影响力，最终实现红色文化的创新转化与价值挖掘。

## 4. 总结

黔西南州红色版画是当地红色文化的鲜活载体，是红色旅游与乡村振兴深度融合的“精神纽带”，更是镌刻着地域革命记忆与民俗特色的文化瑰宝。新时代背景下，要依托文旅融合发展浪潮，借助短视频、社交媒体、VR/AR等多媒体网络平台，不断挖掘红色版画中革命精神与乡村发展的内在关联，赋予其助力乡村振兴的新时代内涵。作为当代年轻人，我们需聚焦当前传播中存在的渠道协同不足、内容同质化、受众认知度低等问题，构建具有黔西南地域特色的红色版画网络传播体系——通过深掘版画背后的革命故事与乡村民俗，创新内容呈现形式；整合政府、艺术家、村民等多元主体，形成传播合力；推动红色版画与研学旅游、文创产业、乡村建设联动，重塑其在红色旅游带动乡村振兴中的新价值。以此来寻求红色版画网络传播的创新路径，扩大其在全国范围内的传播辐射范围，让红色版画不仅成为传承红色基因的载体，更成为吸引游客、带动村民增收、促进乡村文化繁荣的引擎，最终让红色版画所承载的精神与价值焕发更持久的生命力，增强大众对黔西南州红色文化及乡村振兴成果的社会认同度，实现红色文化传播与乡村振兴发展的双向共赢。

## 基金项目

滁州学院大学生创新创业训练计划资助项目“文旅融合背景下红色旅游推动乡村振兴的网络传播策略研究——以黔西南州的红色版画为例”(2024CXXL166)的研究成果。

---

## 参考文献

- [1] 田轶, 陈婕. 新媒体时代红色文化的传播策略[J]. 人民论坛, 2018(11): 124-125.
- [2] 朱虹, 袁佳. 红色旅游赋能乡村振兴的影响机制及效应研究[J]. 湘潭大学学报, 2025, 49(2): 128-138.
- [3] 央博. 是艺术, 也是传媒——论抗战时期延安木刻版画的新闻传播力量[N]. 2021-08-12.  
<https://yangbo.cctv.com/2021/08/12/ARTIkR01ZodQGFm8qeQVVjSs210812.shtml>, 2025-08-16.
- [4] 凯斯·桑斯坦. 信息乌托邦: 众人如何生产知识[M]. 北京: 法律出版社, 2008: 67-72.
- [5] 王欣. 基于 VR 技术的红色旅游主题展馆数字交互研究[J]. 兰州文理学院学报(自然科学版), 2024(4): 34-37.