

巴中红色文化短视频传播路径探索

赵 凯

(巴中职业技术学院, 四川省 巴中市 636600)

基金项目: 巴中市 2022 年度哲学社会科学基金项目。

作者简介: 赵凯(1995-), 男, 本科, 助教。研究方向: 音乐、舞蹈, 邮箱 1021982232@qq.com

摘要: 短视频与其他传播形式相比, 有其独特的传播特征。短视频以用户为中心, 在传播文化方面, 短视频用影像的形式, 将文字、色彩、动作等因素叠加创造, 并配上背景音乐, 使得巴中红色文化、红色文化更加具有魅力。因此, 本文以巴中红色文化为研究对象, 探讨其短视频传播路径, 对于提升巴中市文化自信, 促进其红色文化有效传承来说, 具有较强的现实价值。

关键词: 巴中; 红色文化; 短视频; 传播路径

Exploration of the short video dissemination

Path of red culture in Bazhong

Zhaokai

(Bazhong Institute of Vocational Technology, Bazhong City, Sichuan Province 636600, China)

Abstract: Compared with other forms of communication, short video has its unique communication characteristics. Short videos are user centered. In terms of cultural communication, short videos are created by superimposing words, colors, actions and other factors in the form of images, coupled with background music, making Bazhong's red culture and red culture more attractive. Therefore, taking Bazhong red culture as the research object, this paper discusses its short video transmission path, which has strong practical value for improving Bazhong's cultural confidence and promoting its effective inheritance of red culture.

Keywords: Bazhong red culture; Short videos; Propagation path

引言

短视频作为一种新媒的传播媒介，时长短、碎片化等特性契合当下人的阅读习惯，满足人们对信息的获取需求。在传播过程中，短视频相比声音、文字、图片等传播形式具有更强的表现力、感染力，巴中红色文化以短视频作为传播载体，能够得到更好的传播和发扬。

一、巴中红色文化短视频传播的优势分析

短视频与其他传播形式相比，有其独特的传播特征。短视频以用户为中心，在传播文化方面，短视频用影像的形式，将文字、色彩、动作等因素叠加创造，并配上背景音乐，使得巴中红色文化更加具有魅力。短视频平台也为大众提供了红色文化对话交流的场所，使他们可以近距离的接触巴中市优秀的历史文化。以川陕革命根据地红军烈士陵园入口-江山石为例，短视频记录江山石的形成过程和文化内涵，比起文献书籍、节庆活动，直观性更好，表现力更强，更能够吸引受众，激发他们对文化的深入探索。

快节奏的生活方式，使得人们的时间碎片化。短视频内容时长短，信息碎片，人们可以利用短时间了解一件事情，满足广大用户的阅读需求，契合当代人碎片化的阅读习惯。但是中国丰富的红色文化，多是以图片和文字的形式记录和传承下来，有些甚至是通过上一代传承人口耳相传来传承，这使得红色文化难以传播。

巴中红色文化有理论化的内容，也有实践性的内容，对受众的知识水平和理解能力有一定的要求，将红色文化视频化、情景化后，增加了可读性，降低了阅读门槛，使巴中红色文化成为大众文化，有利于巴中红色文化的推广传播。

二、短视频传播红色文化的问题分析

短视频作为一种新型的传播媒介，为红色文化的传播提供了一个全新的舞台。在给红色文化传播带来发展机遇的同时，也不可避免的存在一些问题。

（一）短视频创作者水平参差不齐

对于没有剪辑基础的普通网民来说，视频的剪辑和制作是复杂而困难的。但是短视频软件将这一专业性强的操作转变为“一键”的简单操作，用户可以在很短的时间内学会视频的剪辑和制作。另外，短视频软件提供了多种风格、视频滤镜等功能，而且短视频时长短、成本低、制作周期短、制作设备要求不高，能够满足不同用户的喜好和对个性化的追求，因此吸引了大量的用户参与短视频的生产。

短视频入门门槛低，使得短视频创作者的水平参差不齐。内容的广泛也使得短视频的质量良莠不齐。因为大多数人都喜欢幽默风趣、搞怪低俗的短视频风格，为迎合受众的喜好，很多短视频创作者会特意制作娱乐性强的，甚至制作一些低俗的作品。

短视频软件的出现，为网红提供了平台和机遇，但也使得短视频趋向娱乐化。网红大多没有经过专业的才能培训，也没有专业的团队经营，大多是自我推销、迎合大众而走红的。其中不乏劣迹的、低质量的网红，给广大受众甚至社会造成消极的、负面的影响。

（二）内容同质化现象严重

随着抖音、快手等短视频“非遗计划”的展开，秧歌、豫剧、刺绣、庙会等越来越多的非遗内容和特色民俗被短视频用户关注，被更多的人知道。十几秒到几分钟的、长短不等的短视频，看似简单，但要想出一条优质的短视频，门槛还是很高的。短视频题材的选择、创作者的创意、拍摄的手法、视频剪辑的技术都对一条短视频的传播有重大的影响。

短视频平台上，各类非遗视频随处可见。红色文化短视频传播者大多没有受过专业的训练，原创能力不足，创作来源单一，故而短视频的生产、制作、传播具有明显的模仿性，内容同质化现象十分严重。这一方面是因为视频创作者的创意、精力终究是有限的，没有办法持续创作出吸引人并且有创意的优质内容；另一方面是因为人们普遍更喜欢大众化、娱乐化，甚至有低俗倾向的内容。

（三）内容浅层化曲解文化内涵

红色文化会受到各种因素的影响，比如地域差异、个人理解等，也会随着历史事件，如战争、人口迁徙等事件的发生而改变，逐渐形成自己独特的红色文化体系。短视频是一种新型的社交媒介，能够给短视频创作者带来经济收入，也会为了增加用户而迎合受众的需求和大众审美，对已有的材料进行筛选、加工、重组，进行创新性的变动，并设计一些夸张的效果，让红色文化变得通俗易懂，易于得到用户的追捧。这种表面的、浅显的内容传播，使得受众对原本的红色文化产生误解，曲解其文化内涵，对红色文化的传承是非常不利的。短视频时长短，要在相对短的时间里吸引人的注意，往往会截取某些瞬间。红色文化表演，多具有其独特的文化内涵，表演内容被删减，会使民俗仪式内容失去其原本的意义。

（四）碎片化的传播形式弱化思考

短视频传播的特点是碎片化，其最大特征是有严格的时长控制，也正是基于此时长的限制，造成短视频传播内容的不完整性。时长为几分钟甚至是十几秒之内的短视频，能够呈现的红色文化活动只有活动的某些片段，而红色文化活动是有连贯性的。缺少任何一部分，对红色文化活动所要表达的意义有影响。碎片化的活动内容，包含的信息十分有限，相比书籍、报纸、电视等传播媒介，红色文化的内容少且深度不够，传播效果也不如经过专业制作的宣传片。在抖音、快手或浏览器等平台观看视频时，不用用户点击，会自动播放下一条视频内容，视频内容刷新速度快，在没消化完一条视频的内容时，就已经开始下一条视频的播放了，

信息量过大，使得用户很难对特定的内容有较高的关注，难以对内容产生忠诚度。只要有手机，短视频用户可以随时随地观看短视频，无需投入太多的注意力和思考，用户也容易被其他因素干扰。

由于时长的限制和内容的碎片化，短视频所传播的内容少之又少，无法完整的将红色文化展现出来，不具深度，受众对红色文化的理解仅停留在表面，对文化深层次的内容和意义难以理解，无法整体认识和把握该红色文化，传播效果不佳。

三、巴中红色文化短视频传播路径探索

短视频这种为大众喜闻乐见的形式为巴中红色文化的传播提供了一个很好的途径，同时巴中红色文化也丰富了短视频的传播内容。运用短视频传播巴中红色文化首先需要注意内容的真实性，以情感打动人心；也要提高创作者的专业水平，提升短视频的品质，通过多渠道推广，扩大传播范围，提升巴中红色文化的知名度。

（一）提高创作者的专业水平，创作优质短视频

巴中红色文化短视频大多是创作者自发传播的，在策划与组织能力上偏弱，创作者的水平和能力有限，对巴中红色文化的了解和把握不够，使得短视频的质量也良莠不齐。比如红军烈士陵园，是一段比较悲怆的历史，如果短视频制作者并不清楚其故事发展历程，那么很可能会传播一些错误的信息。因此红军烈士陵园的短视频，要求创作者对红军烈士陵园文化有较为深刻的认知和把握，以及突出的语言叙事能力，可以给短视频配上专业的、趣味的讲解，将红军烈士陵园文化的内涵展现出来。一条优质的短视频不仅要考虑内容的优质，画面的美观也很重要。所以，对拍摄的水平、剪辑的技术等都有较高的专业水平要求。在这个信息爆炸的时代，只有形式多样、内容充实、创意新颖的短视频才能够吸引公众注意力，激发公众兴趣。

（二）深挖文化内涵，内容细分，打造系列短视频

巴中红色文化短视频的创作与传播必须在保留其核心内涵的基础上进行，创作者在构思作品创意时要对该巴中红色文化有清晰且深入的认知，不断提升对内容的编导、策划能力，提升短视频的质量，以高品质的短视频吸引用户，提升当代人对巴中红色文化的关注度和兴趣度。

短视频有严格的时长控制，能够呈现的文化活动也不完整。碎片化的活动内容，包含的信息十分有限。为了巴中红色文化短视频的传播内容能够完整，需要对其中的内容加以后续补充。因此，可以将巴中红色文化细分出机关旧址、战役战斗遗址、红军石刻标语、红军烈士陵园、各种纪念场馆等多个部分，并从这些方面制作优良的专题系列短视频，完整的记录

巴中红色文化。不同的受众可以根据自己的兴趣爱好观看感兴趣的巴中红色文化的短视频，从而加深了解程度。

（三）多渠道推广，扩大传播范围

在短视频时代，巴中红色文化传播的渠道越来越多元化。巴中红色文化短视频可以投放到抖音、秒拍、快手等移动短视频 APP 上，可以投放到优酷、腾讯、爱奇艺等视频软件上，还可以投放到微博、微信等社交平台上。大部分人是通过抖音、快手等移动短视频 APP 和优酷、腾讯等视频类 APP 来观看短视频的。所以传播巴中红色文化应该充分利用短视频平台，扩大传播范围，进而使大众获得更多具有价值的文化信息，也能够有效的传播巴中红色文化的内容。

短视频的传播不仅与其传播内容相关，还与传播者以及媒介的综合运用有关。线上主流媒体、知名 up 主、意见领袖或者个人，应该要发挥各自的作用，调起观众对巴中红色文化的兴趣，增加受众的参与度，为巴中红色文化的传播作出贡献。比如，主流媒体可以制作关于战役战斗遗址、红军石刻标语等以科普为主的短视频进行传播，通过微博、微信、短视频 APP 等制作或转发、评论、点赞等来传播。

（四）红旅融合，进一步提升政府职能作用

在国家红色旅游发展规划蓝图下，将红色文化与旅游产业融合发展已成为新时代发展文旅业的重要一步，巴中也将红旅融合作为巴中经济发展的重大战略之一。巴中市政府、巴中市文化广播电视和旅游局为此发布了巴中红色文化与旅游业融合发展的相关文件《红绿相融两相宜，全域旅游助振兴》《巴中要大力推动红色旅游融合发展》。结合时代来看，红色文化与旅游产业融合发展对于互联网、信息化的要求也不断提高，间接促进了信息和网络行业的发展。短视频作为新型的网络传播媒介能够得到较好发展的情况下，也将间接提高对红色文化、旅游产业的宣传力度和影响力。由此可见，红色旅游的发展与短视频的发展有着较好的相互促进作用。此时，就需要相关部门在一些方面进行多维度引导、全方位支持，多角度权衡。

除了巴中政府及相关部门提出的措施外，还可以在这几个方面进行思考：一是，人才队伍建设上下功夫。对内，举办旅游培训班，对旅游企业和政府主管部门的相关工作人员进行旅游理念、发展模式、管理创新等方面培训；对外，引进国内外大型旅游骨干企业人参与和指导景区建设开发和管理运营，提升旅游管理的质量和水平；二是，加大旅游宣传。推出主题突出、特色鲜明的旅游形象广告，充分利用好主流媒体和网络短视频，加大创意，讲好红色故事。把红色旅游宣传作为提升城市形象的重要内容，支持举办大型节会、赛事活动，打

造旅游宣传亮点和热点。让“诗意山水，红色巴中”旅游宣传语变成“看得见”“摸得着”具有价值和内涵的实际内容。促进人们的观点从“走进巴中”到“了解巴中”再到“爱上巴中”最后“想留在巴中”的逐步转变，体现出巴中红色文化通过短视频传播的最大价值和深远意义。

（五）注重用户，增加互动，以情动人

短视频以用户为中心，巴中红色文化短视频可以将情感因素加入到对巴中红色文化内容的叙述中，可使用情景再现的形式，将用户带入有特定背景环境的场景中，用情感打动人心，让用户产生共鸣，增强用户的文化认同感，扩大用户范围。巴中红色文化的内涵十分丰富，其中包含的感恩、爱国、民族自豪、民族自信等情感，能够让引起用户的共鸣，增强用户对巴中红色文化的认同，有利于文化传播。

传播巴中红色文化应该立足短视频平台，从“评论”“话题”“直播”三个方面刺激用户参与，强化粉丝联系，提升用户的互动体验，强化用户对于巴中红色文化的认同。为了增加互动性，传播者可以引发话题讨论，比如“你家乡的烈士陵园”“请列出你印象深刻的红军石刻标语”等话题。话题讨论可以是科学严谨的红色文化信息，也可以是面向大众的科普性质的、更贴近生活的或者是带有娱乐的相关历史文化内容，将文化与生活相关联才会吸引更多受众关注、参与。

四、结束语

综上所述，短视频作为一种新型的传播媒介，在传播巴中红色文化上有其独特的传播特征，能够更加直观、更有表现力、更有感染力的传播红色文化；同样，巴中红色文化短视频的传播也存在一些问题，创作者的水平影响短视频的质量，内容的广泛导致同质化现象严重，浅显的内容传播曲解了巴中红色文化内涵，碎片化的红色活动内容弱化了受众思考。

参考文献

- [1]傅晓芳.乡村振兴背景下川陕革命老区红色文化资源开发路径探析[J].湖北农业科学,2022,61(2):60-63.
- [2]张美玲.抖音短视频中红色文化传播路径探析[J].经济师,2021(3):35-36.
- [3]张克素,邱峰.红色文化短视频传播路径研究[J].宿州学院学报,2021,36(8):50-55.
- [4]洪扬.延安红色文化与旅游产业融合发展中政府职能研究[D].导师:姬雄华.延安大学,2021.
- [5]周洁.短视频时代红色文化传播途径研究[J].传媒论坛,2021,4(23):132-133.
- [6]李明刚,杨醒,周明燕.媒体融合发展赋能社会治理——以四川巴中市广播电视台为例[J].新闻战线,2021(14):103-105.
- [7]文德波,罗荣.乡村振兴背景下红色文化资源推动革命老区振兴发展现状及其思考——以四川省巴中市为例[J].老区建设,2022(03):19-24.
- [8]石建屏,李新.巴中市旅游发展的SWOT分析与对策[J].江西科技师范学院学报,2011(06):77-82.