

红色文化在自媒体时代的传播困境与实践策略研究

弋昊誉

(华北水利水电大学 马克思主义学院, 河南 郑州 450046)

摘要: 习近平总书记指出:“保护好、运用好红色资源,加强革命传统和爱国主义教育,引导广大干部群众发扬优良传统、赓续红色血脉,践行社会主义核心价值观,培育时代新风新貌”。短视频与自媒体生态的发展为红色文化的传播提供了更为广泛的渠道与更高的触达率,但与此同时也暴露出传播碎片化、内容同质化与形式化倾向等问题。在此背景下,有必要整合红色文化资源,优化技术与推荐机制,提高红色文化供给能力,构建有利于红色文化健康传承的生态系统,从而更有效地巩固政治认同并发挥红色文化在价值引领与道德教化方面的作用。随着自媒体时代的不断发展,公众对文化的认知与理解方式正在发生深刻变化。红色文化作为中国共产党在革命、建设和改革实践中形成并传承的先进文化,蕴含着坚定信仰、巩固信念与凝聚信心的精神力量,具有丰富的思想内涵与时代价值。在自媒体语境下,红色文化的传播既面临新的发展机遇,也遭遇传播方式多元化带来的挑战。为充分发挥红色文化在铸魂育人、增强文化自信方面的作用,亟需深入探讨自媒体时代红色文化传播中存在的问题及其实践策略。

关键词: 自媒体时代; 红色文化; 实践路径

DOI: doi.org/10.70693/202608183174

一、引言

在经济全球化不断深化与世界联系日益紧密的当代背景下,如何从理论层面科学理解人类社会由“民族历史”走向“世界历史”的发展逻辑,成为哲学社会科学研究的议题。马克思的世界历史理论作为唯物史观的重要组成部分,以生产力与生产关系的矛盾运动为根本线索,系统揭示了人类社会从分散走向整体、从封闭走向开放的发展规律,为认识世界历史进程提供了科学的方法论基础[1][8][9]。

马克思在《德意志意识形态》中明确指出,随着生产方式的进步与交往范围的扩大,各民族之间原有的封闭状态不断被打破,历史逐渐转变为世界历史[1]。这一转变并非源于抽象的精神活动,而是以物质生产的发展为根本动力。进一步而言,《共产党宣言》深刻揭示了资本主义通过开拓世界市场,使生产与消费具有世界性特征,从而推动各民族之间形成广泛的相互依赖关系[2][4][5]。资本主义生产方式的扩展不仅加速了全球市场的形成,也使世界范围内的经济联系日益紧密,从而推动历史向世界历史转变。

与此同时,马克思通过对资本主义社会基本矛盾的分析,指出生产社会化与资本主义私有制之间的冲突,是推动世界历史发展的内在动力。在《资本论》中,马克思指出,当生产资料的集中与劳动的社会化发展到与资本主义外壳相冲突的程度时,现存制度必然发生变革[3];而《共产党宣言》中所揭示的周期性经济危机,则进一步表明这一矛盾的现实表现[4]。这一矛盾运动不仅制约着资本主义的发展,也孕育着新的社会形态的产生。

在这一历史进程中,人民群众作为历史活动的主体,通过实践不断推动社会结构的变迁与世界历史的发展。马克思在《神圣家族》中强调,现实的、活生生的人是历史的创造者[6],并在《〈黑格尔法哲学批判〉导言》中进一步指出,无产阶级在历史变革中的重要使命[7]。随着历史的发展,人民群众特别是无产阶级逐渐成为推动社会进步与制度变革的关键力量[5]。

从整体上看,世界历史呈现出明显的整体性与矛盾性特征。一方面,随着地理大发现和工业革命的推进,世界各国之间的经济、政治与文化联系不断加强,逐步形成相互依存的整体结构;另一方面,资本主义主导的世界历史进程也伴随着阶级剥削、民族压迫以及生态环境问题等多重矛盾,这些矛盾在不同历史阶段以不同形式表现出来,构成了世界历史发展的内在张力[8][9][11]。

在当代背景下,世界历史的发展呈现出新的阶段性特征。正如党的二十大报告所指出,世界百年未有之大变

作者简介: 弋昊誉(2002—),女,硕士研究生,研究方向:中国近现代史基本问题研究。

通讯作者: 弋昊誉

局加速演进，经济全球化与逆全球化思潮交织并存，各国联系更加紧密同时风险挑战也更加复杂[10]。在这一现实语境下，重新审视马克思的世界历史理论，对于把握全球发展趋势、理解世界格局演变具有重要的理论意义和现实价值。

基于上述理论背景，本文以马克思经典著作作为理论依据，系统梳理世界历史理论的内涵，从历史转变的根源、发展动力、主体力量及其本质特征等方面展开分析，旨在深化对马克思世界历史理论的理解，并为认识当代全球化发展提供理论参照。

二、红色文化在自媒体时代的传播困境

随着互联网时代不断地发展，拓宽了人们获取信息的途径。在这个时代，人民不仅是信息的接收者，同时也是传播者。自媒体时代为红色文化的传播提供便利的同时，也给红色文化的传播增加了些许困难。

（一）红色文化传播内容碎片化

全媒体时代信息文本的非线性化和信息要素的零散性导致了事实性信息传播的碎片化，受众观察视角的分散化和意见的分裂性带来了意见性信息传播的碎片化，信息碎片遍布各类终端。受时空条件限制，尽管受众每天通过不同媒介浏览大量信息，却未能深刻理解和记忆，对信息内容的关注也是碎片化的。当前许多自媒体平台出现把红色文化宏大的叙事切割成零碎片段的形式来传播红色文化，这是对红色文化内核的稀释。红色文化内容的切片化从一定意义上来说帮助用户在繁琐的生活中了解到红色文化的些许内容。但是，在碎片化的影响之下，人们无法理解完整的历史逻辑，对一些历史事件和历史人物产生偏差，从而滋生误解，这对红色文化的传播形成了阻力。与此同时，碎片化传播还会造成受众对红色文化的“知识误差累积”。当受众长期接触零散甚至经过二次加工的信息时，其对红色文化的理解往往建立在片段化的认知基础之上，而非基于系统的历史知识结构。一旦碎片化内容在受众心中形成固化影响，就可能造成对历史事实的误读与对价值内涵的弱化，对红色文化的传承和再生构成成长期的不良影响。因此，红色文化内容的碎片化并非仅仅是传播形式的变化，而是一种深层次的传播生态问题。它不仅关系到红色文化能否被准确理解，也关系到红色文化在年轻群体中能否形成情感认同与价值共鸣。若任由碎片化传播继续扩散，红色文化可能逐渐被娱乐化叙事淹没，其历史厚度与精神力量也将难以得到有效传递。

（二）红色文化传播技术不足

在自媒体时代，信息传播速度更快、内容呈现更加实时，信息共享程度也前所未有地提高。然而，在这一信息高度交互与流量逻辑主导的传播环境中，大量低俗化、娱乐化、博取眼球的内容被不断推向前台，这种内容的泛滥在客观上挤占了红色文化的传播空间。在这些被“异化”的信息之中，往往掺杂着消极甚至错误的价值导向，对红色文化形成多方面的冲击，不仅不利于红色文化的健康生长，还会在潜移默化中削弱红色文化传播的深度与效果，甚至试图瓦解其应有的传播影响力，从而大幅度影响红色文化应发挥的社会功能。“信息茧房”也是挤占红色文化生存空间的一个重要原因。在全民大数据下，信息平台发展沉浸式体验，就会出现用户偏爱某一方面内容，平台推送机制仅仅向其推送某一方面内容的现象，造成红色文化传播链断裂。

在算法推送的作用下，受众容易被困在自身兴趣圈层，形成封闭的信息回路，而红色文化由于自身具有历史厚度深、精神内涵丰富、理解门槛较高等特征，与用户的即时兴趣之间形成某种天然隔阂。这种隔阂在算法机制的强化下被不断放大，使得红色文化难以被有效触达，传播范围被逐渐压缩，传播效果也明显下降。更为严重的是，自媒体平台的内容竞争激烈，短平快的信息更容易获取流量，而红色文化所强调的历史厚度、精神内涵与价值深度，在算法主导的传播环境中处于相对劣势。红色文化传播面临被边缘化、被弱化的风险，其本应发挥的思想引领与价值塑造功能也受到挑战。

（三）红色文化传播供给能力与渠道不足

在自媒体时代，人人既是信息的接收者，也是信息的传播者。当前成为自媒体博主的门槛极低，几乎任何人都可以通过平台讲述历史故事，参与红色文化的传播。然而，是否具备必要的历史素养与专业背景，是否能够准确把握红色文化的精神内核，却难以得到保证。这导致红色文化传播主体在同一平台上呈现出能力层次不齐的现象，也直接影响受众对红色文化精神、本质和价值的有效理解，形成传播质量上的结构性短板。部分自媒体博主为了获取所谓的“流量密码”，将红色文化与商业化、娱乐化内容进行不当拼贴，将深刻厚重的红色叙事消费为噱头化的传播元素。这种做法不仅削弱了红色文化的庄重性和严肃性，还可能造成内容的庸俗化与浅表化，使红色文化的传播更加困难。更为关键的是，红色文化本身具有深度思想价值和丰富历史内涵，其传播需要具备专业能力的讲述者进行阐释与普及。依靠缺乏专业性的创作者进行传播，往往难以保证内容的准确性与权威性，也难

以向公众呈现具有深度与厚度的红色文化形态。因此,在传播供给侧存在专业能力不足、内容把关薄弱、渠道质量参差不齐等问题的背景下,红色文化的传播不仅受到平台机制的限制,也受到主体能力与供给结构的制约,影响其传播的深度、广度与质量。在红色文化传播的渠道方面,在自媒体时代也同样有着不足,一方面,在主流和权威平台对于红色文化的输出有一定的限制,形式相对有些落后,相对年轻的受众的使用习惯的平台存在一定的脱节。另外一方面,红色文化传播阵地还是线下大于线上,没有能够将红色文化的内容与现阶段短视频,直播等形式结合起来,导致红色文化在新媒体生态中渠道占有率不足、曝光度不高,进一步削弱其传播竞争力。

(四) 红色文化传播受众结构不足

在文化传播过程中,不仅需要传播主体主动输出,也需要充分考虑受众的真实需求。当前,红色文化的传播仍以单向灌输式教育为主,受众往往处于被动接受的地位,这不利于其传播效果的提升。仅依靠红色文化自身的吸引力难以形成良好的传播氛围,更需要传播者与受众之间形成互动式、参与式的传播格局。从受众结构来看,红色文化的主要接受群体仍集中在中老年群体,即便在自媒体时代,这一特征依然明显。而对于 00 后、10 后乃至 20 后而言,他们成长于和平稳定的时代,与红色文化所承载的革命历史经验存在距离,难以从情感上产生共鸣。加之目前的红色文化内容呈现方式较为说教化、政治性和目的性较强,使得年轻群体的兴趣难以提升,进一步加大了红色文化传播的难度。长期来看,这可能导致红色文化的受众不断缩减,甚至出现受众流失的风险,使红色文化的代际传承面临挑战。与此同时,港澳台地区同胞以及国际社会对红色文化的认知也存在一定不足。虽然在自媒体时代信息交流更加便捷,但由于缺乏共同的思想与政治认知基础,红色文化在全球范围内的传播仍面临障碍,也为其“走出去”带来了不小压力。

三、红色文化在自媒体时代的实践策略

(一) 构建系统化叙事体系,整合红色文化资源

中华文化之所以能够绵延不绝、赓续发展,离不开红色文化在精神塑造、价值凝聚与历史记忆中的独特作用。红色文化不仅记录了中国共产党领导人民进行革命、建设与改革的伟大历程,更在当代社会中承担着培根铸魂、凝心聚力的重要使命。因此,保护、传承与创新性传播红色文化,是新时代文化建设中的基础性环节。然而,在自媒体迅速发展、信息快速流动的背景下,平台上充斥着大量碎片化的内容,红色文化常常被拆解成零散的节点,以猎奇、情绪化的方式呈现,甚至出现断章取义、过度娱乐化的倾向。这种传播方式削弱了红色文化本应具有的历史厚度与精神深度,使受众难以获得完整连贯的认知链条,进而阻碍了红色文化的健康发展。针对这一问题,迫切需要构建系统化的红色文化叙事体系,对现有资源进行有效整合,将分散在各类媒体中的历史事件、人物故事、精神价值与文化意蕴以结构化方式重新编织,形成内容完整、逻辑清晰、表达准确的叙事框架。只有通过系统化整合,才能让红色文化从“碎片化呈现”转向“整体性理解”,让受众在观看短视频、阅读图文或浏览专题时,能够沿着明确的历史脉络与价值线索建立起深层认知。这不仅有助于提升红色文化的传播质量,也能强化其在青年群体中的认同与感召力。

与此同时,自媒体平台作为内容的主要承载空间,也必须主动发挥责任与作用。平台应通过优化算法推荐机制、规范内容审核标准、搭建主题化知识链接等方式,为系统化叙事提供更友好的传播环境。通过平台、创作者与内容体系的共同作用,红色文化才能在自媒体时代实现更广阔、更深刻、更具影响力的传播,使其精神力量真正融入当代社会生活,成为推动中华文化赓续发展的重要源泉。

(二) 优化技术赋能机制,破解技术异化瓶颈

在自媒体语境下,红色文化正由传统的物质资源向丰富的线上精神资源转型,数字化传播与推荐机制既拓展了其触达路径,也带来了技术异化的风险。所谓技术异化,主要表现为算法驱动下的流量至上、内容扁平化与信息茧房效应,使得高质量的红色文化内容在竞争中被边缘化。为突破此瓶颈,必须从技术治理、算法优化与内容赋能三方面协同发力。首先,平台应承担技术治理责任,建立包含文化价值评价在内的推荐准则,对低俗化与史实扭曲内容加强审核,并通过流量倾斜、激励扶持等机制提升优质红色内容的可见度。其次,应增强算法的可解释性与透明度,将内容质量、教育意义等作为算法评分维度,避免单一以点击率为导向的权重分配。同时,倡导构建红色文化知识图谱与多模态识别体系,提高算法对红色语义的识别能力,进而实现更高匹配度的精准推送。再次,针对信息茧房问题,应在推荐策略中引入多样性与弱关联推荐机制,通过跨领域联动和纪念日专题等场景化推送,逐步将非关注群体纳入覆盖范围。最后,创作者应把算法视为传播工具而非流量压力,结合数据分析优化内容结构,提升叙事深度与情感共鸣,以技术赋能内容品质。综上,只有在平台治理、算法设计与内容生产三者并举的前提下,方能将技术从“异化因子”转化为红色文化传播的持续动力,促进红色价值在数字生态中的再

生产与社会认同。

（三）提高红色文化供给能力，拓宽传播渠道

优秀的文化供给是确保红色文化有效传播的前提，而多元化的供给渠道则是其广泛覆盖的关键条件。目前，自媒体环境下红色文化内容的供给能力仍存在明显不足：一方面，平台的准入门槛较低，缺乏统一、系统的审核机制，使得传播主体的专业素养参差不齐，导致部分内容难以准确诠释红色文化的精神内涵，甚至可能因理解偏差造成价值传递的弱化。对此，平台应从源头上强化治理，建立更严格的资质审核体系与内容质量评估机制，对传播者的文化素养、政治立场、价值导向进行必要的把关，以提升内容供给的整体质量。与此同时，强化红色文化传播队伍建设同样至关重要。在人人皆可成为内容生产者的时代，具备理论深度和文化理解力的教师队伍与党员干部队伍仍然是最核心、最权威的传播力量。他们不仅对红色精神具有系统的理解，也能够自媒体语境下将抽象理论转化为生动表达，更易实现内容的深度传播。此外，引入专业化人才、打造内容创作梯队，也是提升供给能力的重要途径。平台可通过流量扶持、创作激励、培训等机制，为高校学者、文化研究者、宣传工作者等专业群体提供展示平台，从而吸引更多高质量供给者持续参与红色文化内容的生产。

在传播渠道方面，除了传统图文与影像之外，还应积极拓展适应新媒体生态的表达方式。例如直播、短视频、互动问答、沉浸式虚拟空间等形式，都已在不同领域展现出强传播力和高触达率。以直播为例，其即时性、互动性和沉浸感能够增强受众参与度，使价值传播从“单向讲述”转变为“互动交流”。这种传播方式特别适合触达年轻群体，有助于缩短红色文化传播与年轻受众之间的心理距离。综上，从供给端、队伍建设与渠道拓展三方面协同推进，才能构建起兼具专业性、吸引力与传播力的红色文化传播体系。

（四）完善红色文化传播受众结构，推动红色文化大众化传播

针对红色文化在自媒体时代受众不足方面，现在应让红色文化传播更加“年轻化”，在自媒体时代，受众结构呈现出多元化、年轻化和兴趣导向化的特点，因此完善红色文化传播的受众体系，需要从受众细分、内容适配以及互动机制等方面进行优化。首先，应根据年龄、教育背景、媒介使用习惯等对受众进行科学分层，为不同群体定制差异化的传播策略。对于中老年群体，可保持传统叙事方式的稳定性；对于年轻受众，则应通过短视频、动漫化叙事、故事化表达等形式增强吸引力，使红色文化以更轻松、更具代入感的方式被接受。其次，必须正视算法的双刃剑效应：利用推荐机制扩大优质红色内容触达的同时，要求平台优化推荐策略以避免“信息茧房”与同质化竞争。配套机制还应包括事实核查、权威来源标注与传播效果监测。最后，建立制度性支持与长期培育路径：在校园、社区及主题展演中与自媒体联动，开展红色主题 IP 打造与长期激励，以形成从接触、理解到认同和传播的闭环，最终在自媒体生态中形成稳固且可持续的红色文化受众基础。

五、总结

综上所述，马克思的世界历史理论以生产力与生产关系的矛盾运动为逻辑主线，系统揭示了人类社会由分散走向整体、由民族历史迈向世界历史的发展规律。本文在前文分析的基础上，从全球化的本质、利弊及其应对路径等方面，进一步阐明了该理论在当代的解释力与现实价值。

首先，马克思世界历史理论深刻揭示了当代全球化的内在本质。全球化并非偶然的历史现象，而是生产力发展和资本扩张的必然结果，是历史向世界历史转变在当代的具体体现。通过这一理论视角，可以更加清晰地认识到，全球化本质上是资本主义生产方式在世界范围内的扩展，其背后仍然贯穿着生产社会化与生产资料私人占有之间的基本矛盾。

其次，该理论为全面分析全球化的双重效应提供了科学工具。一方面，全球化推动了资源配置优化、技术创新扩散以及国际合作深化，促进了世界经济的发展与人类文明的进步；另一方面，资本逻辑主导下的全球化也加剧了贫富差距、生态危机及发展不平衡等问题。这种“进步与矛盾并存”的特征，体现了世界历史发展的内在辩证性。

再次，马克思世界历史理论为应对当代全球化挑战提供了重要启示。在全球相互依存不断加深的背景下，各国必须突破封闭思维，积极融入全球发展体系，同时通过多边合作机制应对气候变化、公共卫生等全球性问题。此外，该理论还为推动国际秩序变革提供了理论依据，有助于构建更加公平合理的全球治理体系。

最后，从更深层次来看，马克思世界历史理论不仅是分析全球化的重要工具，更是指导当代社会发展的理论指南。它强调以人民为中心的发展理念，关注人的自由全面发展，并为构建人类命运共同体提供了坚实的思想基础。在全球化深度演进与世界格局加速变革的当下，深入研究和运用马克思世界历史理论，对于把握时代发展方向、推动社会进步具有重要意义。

因此，马克思世界历史理论不仅具有深远的历史价值，也在当代社会发展中展现出持续的理论生命力与实践

指导意义。未来,应进一步结合新的时代条件,深化该理论的研究与创新运用,以更好地回应全球化进程中的复杂问题,推动人类社会向更加公平、协调与可持续的方向发展。

参考文献:

- [1] 马克思,恩格斯.德意志意识形态[M]//马克思恩格斯文集:第1卷.北京:人民出版社,2009:516-518.
- [2] 马克思,恩格斯.共产党宣言[M]//马克思恩格斯文集:第2卷.北京:人民出版社,2009:35-36.
- [3] 马克思.资本论:第1卷//马克思恩格斯文集:第5卷.北京:人民出版社,2009:874.
- [4] 马克思,恩格斯.共产党宣言[M]//马克思恩格斯文集:第2卷.北京:人民出版社,2009:37-38.
- [5] 马克思,恩格斯.共产党宣言[M]//马克思恩格斯文集:第2卷.北京:人民出版社,2009:42-43.
- [6] 马克思,恩格斯.神圣家族[M]//马克思恩格斯文集:第1卷.北京:人民出版社,2009:295.
- [7] 马克思.《黑格尔法哲学批判》导言[M]//马克思恩格斯文集:第1卷.北京:人民出版社,2009:17.
- [8] 秦龙,刘禹杉.马克思世界历史理论与人类命运共同体的耦合——历史、理论与实践[J].南开学报(哲学社会科学版),2022,(2):52-62.
- [9] 王公龙.马克思世界历史理论语境中的全人类共同价值[J].学术月刊,2022,54(7):5-17.
- [10] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[R].北京:人民出版社,2022:24.
- [11] 陈曙光.人类命运共同体何以改变世界[J].马克思主义研究,2023,(2):75-88.

Research on the Dissemination Dilemmas and Practical Strategies of Red Culture in the Self-Media Era

Yi Haoyu

North China University of Water Resources and Electric Power, Zhengzhou, Henan, China

Abstract: General Secretary Xi Jinping emphasized that “it is essential to preserve and make good use of red resources, strengthen education in revolutionary traditions and patriotism, guide cadres and the public to carry forward fine traditions, inherit the red gene, practice core socialist values, and cultivate new social trends for the new era.” The development of short-video platforms and the self-media ecosystem has provided broader channels and higher reach for the dissemination of red culture. However, it has also exposed problems such as fragmented communication, content homogenization, and formalistic tendencies. In this context, it is necessary to integrate red cultural resources, optimize technological and recommendation mechanisms, enhance the supply capacity of red cultural content, and build an ecosystem conducive to the healthy inheritance of red culture, thereby more effectively consolidating political identity and promoting the value-guiding and moral-educating functions of red culture. With the continuous evolution of the self-media era, the public’s cognition and understanding of culture are undergoing profound changes. Red culture, as an advanced cultural form developed and transmitted by the Communist Party of China through its revolutionary, construction, and reform practices, embodies spiritual strength in firm belief, strengthened conviction, and collective confidence, and carries rich ideological connotations and contemporary value. Within the context of self-media, the dissemination of red culture faces both new opportunities and challenges brought by diversified communication modes. To fully leverage the role of red culture in cultivating moral character and enhancing cultural confidence, it is imperative to systematically examine the existing problems in its dissemination and explore effective practical strategies in the self-media era.

Keywords: self-media era; red culture; practical pathways