

# 从“云端”到“心间”：民族高校红色文化传播路径研究

李 洁

青海民族大学，青海 西宁 810007

**摘 要：**新媒体为民族高校红色文化传承与育人实践开拓了新的天地。为了探寻红色文化怎样在民族地区的高校里有效传播，本文选取青海民族大学“两弹一星”理想信念宣讲团的《青春之光》作为研究对象，用传播学视角来探究宣讲团通过新媒体开展红色宣讲的实践效果，发现存在着新媒体精品内容缺乏、传播矩阵不健全、线上互动少、民族育人元素融合程度不高四个方面的不足。因此从内容创作、队伍建设、融媒体渠道、传播模式、思政育人融合各方面提出改进措施。

**关键词：**民族高校；红色文化；传播路径

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202610004

## 0 引言

红色文化是中国共产党百年奋斗过程中积淀的丰富精神财富，是凝聚民族精神、铸牢民族团结与信念的重要载体。习近平总书记曾多次强调，要把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好。在新时代中国特色社会主义发展的大背景下，积极学习红色历史、继承和发扬优良的红色精神，用革命先辈的英雄事迹来启发我们自律自强、不畏艰苦的精神品质，使红色文化成为我们建设中国特色社会主义事业的强大精神力量。民族高校是铸牢中华民族共同体意识、培养各民族优秀人才的主阵地，承担着传承红色文化、开展爱国主义教育和理想信念教育的重大任务。对于处在少数民族众多、民风民俗繁杂、红色文化资源丰富的民族高校而言，红色文化所具有的特别意义更是不言而喻。

本文主要从新媒体时代背景出发，分析红色文化在民族高校中传播的媒介特点，并提出具有可操作性的传播优化策略，从而丰富民族地区红色文化传播的理论研究体系，给完善民族地区红色文化传播实践提供有参考价值的对策建议。以民族地区本土高校作为场域开展红色文化传播的研究工作，可以有效地提高高校大学生对红色文化的认识水平，促进红色文化在民族高校中的有效传播，增强中华民族共同体意识，用红色文化来助力民族地区的高质量发展。目前民族地区本土高校对红色文化传承工作越来越重视，红色文化在传播过程中取得了一定的效果，但是仍然存在着一些问题和不足之处，需要加以改进和完善。因此本文从红色文化舞台剧、新媒体传播两个方面入手，选择民族地区代表性高校——青海民族大学作为研究对象，以《青春之光》“两弹一星”理想信念宣讲团为研究重点，进行有针对性的案例

分析和实证研究。

## 1 红色源地：宣讲团的传播实践样态

习近平总书记指出：“自信才能自强。有文化自信的民族，才能立得住、站得稳、行得远。”青海民族大学以青藏高原为依托，校内大学生大部分来自省内外，其中约有一半是省内少数民族学生，除了汉族之外，主要还有藏族、回族、蒙古族、土族等。因此红色文化宣传教育工作，对于加强民族团结有着十分重要的作用，在民族高校里更是如此，它是思想政治教育的重点。

2019年3月，“两弹一星”宣讲团由青海民族大学学工处组建，以在校大学生为主体，是学校思政育人品牌团队。其原创情景剧宣讲《青春之光》舞台剧，作为红色文化的重要主题沉浸式思政宣讲作品，以两弹一星功勋先辈们的光荣事迹作为传播题材，浓缩了无数中华儿女在极端困难条件下矢志不渝、艰苦创业，将青春和生命融入国家民族发展的奋斗历程，具有深厚的精神内涵和教育意义。在内容结构上，总体分为五个篇章：青春的回望、青春的祖国、青春的情怀、青春的奉献、青春万岁，用演讲加音乐加诗词加图画加情景剧的形式来展现，主要讲述的是钱学森、邓稼先、郭永怀等科学家的英雄事迹，也展现出青海各民族团结一心、努力支援金银滩221基地的奉献故事，阐释出“热爱祖国、无私奉献、自力更生、艰苦奋斗、大力协同、勇于登攀”的两弹一星精神。

青海民族大学两弹一星宣讲团初期主要是实地演出，传播方式比较单一，传播对象也是固定的，采取提前预约的形式到各地宣讲，先后到陕西师范大学、齐齐哈尔大学、哈尔滨工业大学、清华大学等省内外各大高校，省内行政和事业单位、政法委系统、省内中小學生群

体和职高校园,受众面较窄,宣讲成本高。为了达到对目标人群全覆盖的目的,依靠青海省网络干部学院平台,“青春之光”用融媒体的传播手段来创建一个包含多个渠道、多种层次、全方位覆盖的传播体系,设立网络宣讲阵地并录制宣讲慕课等形式,以此种方式在线上和线下同时展开宣讲活动,力求突出品牌效应、创新宣讲形式,提升宣讲的影响力和传播力,这很大程度上符合即时性、互动性、共享性的特点,在培养受众红色文化认同心理的时候也满足了受众个性化的需求,经由不断形成的传播链条,让受众群体变得越来越庞大,传播的效果达到最佳状态。截止目前,《青春之光》在省内外共开展了44场宣讲活动,线上线下的观众总数达到了80万多人次,基本上实现了对《青春之光》的目标观众群的全覆盖。

## 2 传播渠道:新媒体传播三重路径

随着新媒体的发展,高校红色文化在传播途径上呈现出多元化、多角度的特点,“两弹一星”宣讲团的《青春之光》舞台剧从成立之初就采取了在校大学生为主要受众群体,以“两弹一星”精神为主要内容的方式,在线下深耕的同时又在线上拓展,并借助各种媒介进行传播的立体化传播模式。根据传播路径特点,从内容、媒介、受众这三个方面来分析。

### 2.1 内容维度

首先就是叙事主体青春化的转变。民大宣讲团是由青年在校大学生组成的,他们自编、自导、自演,以青春为主线将五个篇章串起来。舞台上青年讲述青年、青年表演先辈的青年时代,这就是一种“同龄人讲给同龄人听”的方式,它冲破了传统宣讲里“教”与“学”二元对立的局面,把传播关系变成了一种平等的交流。有观众听完宣讲之后说,“整个宣讲过程中,身边很多同学已经哭得不能自己了”,这样的情感共鸣之所以如此强烈,是因为叙事主体和受众之间存在着年龄、身份上的同频共振。其次就是叙事方式的沉浸式表达。宣讲团用情景剧、音诗画等形式把抽象的精神理念具体化成可以感知的人物命运和情感冲突。在将近一个半小时的时间里,宣讲团成员用真情讲述、有感染力的舞台表演把观众带回到了那个百废待兴的时代。钱学森、邓稼先、郭永怀等科学家的家庭故事和个人选择被搬上了舞台,大历史就变成了一个个具体的、可以感知的生命故事。沉浸式的表达让受众不再是“听”一段历史,而是真正地“走进”一段历史,情感投入的程度远远大于传统的宣讲。最后是叙事内容的在地化挖掘。宣讲团深入挖掘青海“221”基地这

个特殊的红色资源,即中国第一个核武器研制基地金银滩草原所蕴含的“两弹一星”精神最原始的记忆。刻在骨子里的在地化素材采集,既保证了内容的真实性、独家性,又使得民族团结的细微之处被镌刻在骨子里,宣讲也就有了不同于其他红色教育项目的地缘辨识度。

### 2.2 媒介维度

优秀的文学作品更需要有好的平台去推广、宣传,“青春之光”宣讲团用传统媒体、网络直播、社交媒体三者结合的方式形成了一个完整的媒体传播体系。

其一,主流媒体深度报道可以达到品牌塑造和权威背书的效果。宣讲团的事迹被人民网、新华网、光明日报、中国新闻网等多家中央和省级主流媒体广泛报道。人民网青海频道全程跟踪报道了宣讲团天津高校宣讲活动;青海省人民政府网站、青海日报等地方主流媒体也多次刊发了有关的报道。主流媒体介入之后,不但加大了传播范围,而且给宣讲团赋予了权威性的证明,“两弹一星”精神宣讲得到中央级媒体连续报道之后,它的流传可信度和社会影响就形成了良性循环。其二,网络直播突破时间与空间束缚,达成裂变式传播。宣讲团较早开始使用网络直播的方式。2019年12月,国家开放大学主办的“青春之光”专场宣讲会在网上进行了直播,覆盖到了全国电大的所有学生。2020年11月针对2020级全体新生开展的宣讲活动,现场及线上观看人数达到20万以上;2021年6月,参加人数达到了80万以上;截至2025年底,线上关注人数已经超过了200万。从20万到200万的量级跃升,说明网络直播把单场宣讲的有限物理空间变成了无限的数字传播场域,“一场宣讲”变成“千万次观看”。第三,社交媒体的碎片化传播以及二次扩散。除了完整的直播、长篇报道之外,宣讲内容还会被剪辑成短视频片段在社交平台上流传开来。法学院举办宣讲大赛时,参赛者会利用PPT、短视频、多媒体互动等方式来进行宣讲。碎片化的传播降低了内容的消费门槛,符合Z世代的刷屏式信息获取方式,“需要专门安排时间去学”的红色文化变成了“在日常的信息流里偶然遇见”。

### 2.3 受众维度

受众参与程度以及认同感属于评判传播成效的重要指标,传播效果的好坏是由受众能否达成由“知道”向“认同”的转变所决定的。“青春之光”宣讲团在受众接受方面形成了一种仪式化的体验,即情感上的共鸣,最后转化为行动上的一种改变。

其一,线下宣讲的仪式感建构深度情感体

验。线下宣讲的过程不仅是一场简单的演出，更是一场隆重的集体仪式。每场宣讲结束时，全体起立齐唱《歌唱祖国》；2025级新生宣讲活动中，近4000名新生挥舞着国旗齐唱。歌声将个体的情感体验升华为集体的价值共识，使受众在仪式化的集体行动中完成对“两弹一星”精神的认同内化。有学生在聆听宣讲后表示，“我特别想去青海看一看，走一走，以后我要投身到祖国的基层去”——这正是从情感共鸣到行动意愿的转化。其二，线上线下形成传播闭环。线下宣讲的仪式感与情感强度为线上传播提供了内容素材与情感势能——现场观众的热泪、掌声与合唱被记录为影像，成为线上传播中最具感染力的内容；而线上的广泛传播又反过来提升了线下宣讲的知名度与期待值，吸引更多高校和单位邀请宣讲团前往。线下创造“峰值体验”，线上放大“体验余波”，二者相互赋能，形成可持续的传播循环。其三，分众化传播策略的初步探索。宣讲团针对不同受众采取了差异化的传播方式：以在校新生为对象，主要对入学教育的精神洗礼进行研究；面向全国高校，主要是开展跨校巡讲以及学术交流；面向社会公众，主要是利用主流媒体进行报道来达到广泛的覆盖效果。2024年宣讲团又和兰州大学、新疆大学、陕西师范大学等西北地区高校一起举办了“两弹一星”精神志愿宣讲线上研讨会，

把原来单向的宣讲转变为双向的研讨。

### 3 结论

红色文化资源属于中华文明传承的重要载体，是革命先驱留下的珍贵遗产，有着十分重要的政治意义、经济价值以及文化价值，并且红色文化流传开来之后，会促使红色文化资源得到开发利用，进而延伸红色文化产业链条，并且有益于推进当地红色旅游产业的发展。从宏观上讲，传播红色文化有利于大学生坚持中国特色社会主义道路，增强爱国主义情感。有助于使大学生形成正确的人生观、世界观、价值观。参加红色文化资源“寻、研、讲、录”全过程，认知方面会加深大学生的创新精神和艰苦奋斗精神，在态度和行为上也会有所体现。青海民族大学“两弹一星”宣讲团采用实地宣讲的方式，先后在省内外各高校、省内各级行政和事业单位、政法委系统、省内中小学和职业高中进行宣讲，并且建立了网络宣讲平台，实现了宣讲全覆盖。从大学生角度来讲讲述“两弹一星”功勋先辈的事迹，挖掘传播素材，并参与到整个红色文化传播“寻、研、讲、录”的过程之中，传播题材的深度挖掘以及不断更新的传播方式和途径，使得传播效果更加高效。

### 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代传下去[J]. 求是, 2021(10):4-18.
- [2] 习近平在青海考察时强调坚持以人民为中心深化改革开放 深入推进青藏高原生态保护和高质量发展[N]. 人民日报, 2021.
- [3] 莫华伟. 红色文化融入高校铸牢中华民族共同体意识教育的实践路径——以广西高校为例[J]. 新传奇, 2026,(23):77-79. DOI:10.26938/j.cnki.CN42-1794/Z.2026.23.025.
- [4] 蒋乔欣. 红色文化推动高校铸牢中华民族共同体意识教育的实践研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2026,39(9):46-48.
- [5] 赵雅洁. 青海红色文化资源融入高校大学生铸牢中华民族共同体意识教育路径研究[J]. 水文化, 2026,(3):105-108.
- [6] 范文学. 网络时代红色文化传播面临的挑战与对策探析[J]. 南方金属, 2026,(4):113-115.
- [7] 张婧钊, 张春梅. 以地方红色文化赋能高校思想政治教育的思考[J]. 锦州医科大学学报(社会科学版), 2026,24(4):1-6. DOI:10.13847/j.cnki.lnmu(sse).2026.04.010.
- [8] 覃冰. 以短剧之长破红色传播之困[J]. 当代广西, 2026,(15):57.
- [9] 韩胜男. 大别山红色文化的当代表达与影像舞台路径创新研究——以河南信阳为中心的考察[N]. 信阳日报, 2026.

**作者简介:** 李洁(1991.10—), 女, 汉族, 河南郾城人, 博士研究生, 助教, 研究方向: 民族文化。