新媒体视域下红色歌曲在群众文化活动中的创新性传播策略

岳晓童 陆佳 梁小成 *
湘南学院音乐学院，湖南 郴州 423000

摘要：在媒介技术迭代与群众文化需求多元的背景下，红色歌曲作为红色精神的载体，是凝聚群众情感、延续红色基因的文化符号。新媒体视域下的传播技术革新，打破了传统传播的时空限制，为群众加入红色歌曲传播提供了多元渠道。本文立足以新媒体为核心场景，分析新媒体视域下红色歌曲传播的多元路径，解析红色歌曲在不同群体中的传播方式、特点及适配场景，最终搭建起以“群众为中心”的传播策略，破除大众被动接收形式，激发大众主动传播热情。

关键词：新媒体；红色歌曲；传播策略

Innovative Communication Strategies of Red Songs in Mass Cultural Activities from the Perspective of New Media

Yue Xiaotong, Lu Jia, Liang Xiaocheng*

Xiangnan College Conservatory of Music, Chenzhou, Hunan, 423000, China

Abstract: Against the backdrop of iterative media technology and diverse public cultural demands, red songs serve as carriers of revolutionary spirit, functioning as cultural symbols that unite public emotions and perpetuate the legacy of the revolutionary cause. Innovations in dissemination technologies under the new media paradigm have broken the temporal and spatial constraints of traditional communication, providing diverse channels for the public to engage in the dissemination of red songs. This paper, centered on new media as the core context, analyzes the multifaceted pathways of red song dissemination in the new media era, examining the transmission methods, characteristics, and suitable scenarios of red songs among different groups. Ultimately, it constructs a "public-centric" communication strategy to eliminate passive reception models and stimulate active public engagement in dissemination.

Keywords: New media; Red songs; Communication strategy

DOI: 10.62639/sspifss01.20260201

引言

新时代背景下，我们应当延续和弘扬革命精神谱系，充分利用红色文化资源，深入开展爱国主义、集体主义同社会主义教育。红色歌曲是红色音乐文化的重要组成部分，是中华民族优秀传统文化的珍贵财富。新媒体视域下，随着传播媒介的创新性发展，红色文化的传播呈现出内容多元化、形式多样化的趋势，打破了传统传播的时空限制，为群众参与红色歌曲传播提供了多元化渠道

一、红色歌曲相关概念

（一）红色歌曲的定义

红色歌曲指诞生在革命、建设、改革各个历史时期，以歌颂祖国、歌颂人民、歌颂革命精神、歌颂社会主义事业为主题，承载着红色基因、主流价值观念与民族精神的音乐作品。红色歌曲具有时代印记与精神内涵，是红色文化的重要载体。

（二）红色歌曲的发展历程

时间上，红色歌曲可分为六个时期：一是旧民主主义革命时期（1840−1919 年）的作品，如《祖国歌》《体操 − 兵操》《送别》等，反映了当时大众对国家命运的关切以及对民族觉醒的初步探索；二是建党与大革命时期（1919−1927 年）的作品，如《国际歌》《国民革命歌》《工农兵联合起来》等，采用明快的旋律和简单的歌词，鼓舞革命者为共产主义事业奋斗的决心，映照出国民革命时期的革命热情；三是抗日战争时期（1931−1945 年）的作品，如《义勇军进行曲》《在太行山上》《黄河大合唱》等，以激昂奋进旋律、革命斗争主题为特点，担负着民族独立、人民解放的精神追求；四是解放战争时期（1945−1949 年）的作品，如《团结就是力量》《咱们工人有力量》《人民解放军进行曲》等，以铿锵有力的节奏、团结奋战的精神传达着推翻反动治理、创建新中国的信念；五是新中国成立与建设时期（1949−1978 年）的作品，如《歌唱祖国》《我的祖国》《我们走在大路上》

（稿件编号：IFSS-26-1-F002）

作者简介：岳晓童（2003-），女，汉族，河北涿鹿人，本科在读，研究方向：音乐教育。
陆佳（2004-），女，苗族，湖南邵阳人，本科在读，研究方向：音乐教育。
通讯作者：梁小成（1984-），男，汉族，湖南耒阳人，讲师，硕士，研究方向：音乐教育与传统音乐文化。

基金项目：2025 年度湖南省大学生创新训练计划一般项目：“新媒体时代下红色经典歌曲在群众文化活动中的创新性传承研究”（湘教通〔2025〕141 号 3100）。

等以歌颂新中国、赞美建造成就为主题，显露了艰苦奋斗、团结奋进的时代特征；六是改革开放新时期（1978 年 – 至今）的作品，如《春天的故事》《不忘初心》《灯火里的中国》等，以反映时代变化、赞颂改革开发为主题，充满开拓创新、奋发进取的时代精神，这类作品既延续了红色主题的精神内核，又加入了当代审美元素，贴合新时代群众的精神需求。

传播场景上，红色歌曲分成仪式性歌曲和群众性歌曲：仪式性歌曲如《义勇军进行曲》（国歌）、《歌唱祖国》等庆典常用曲，多用在正式场合，具有强烈象征意义；群众性歌曲如《映山红》、《游击队歌》、《我和我的祖国》等，旋律轻快、传唱度高，是群众文化活动的常用曲目。

（三）红色歌曲的传承价值

第一、历史传承价值。红色歌曲完整记录了中国共产党领导人民从民族独立、国家建设、改革开放到民族复兴的壮阔历程，承载着民族记忆，凝练了每一时期人民的精神风貌，是串联历史、映照现实、引领将来文化纽带，为红色文化延续打下基础。

第二、教育价值。红色歌曲蕴涵爱国、奋斗、团结、初心等精神内核，根植于历史实践。民族危亡时凝聚抗侮动力，建设与改革时期鼓舞国人奋进，新时代指引民族复兴，红色歌曲超越时代的内涵，是凝聚民族力量的重要纽带。

第三、文化价值。红色歌曲是社会主义文化的重要组成部分，延续它能促进民族文化认同，延续传统爱国思想同时又融入不同时代的奋斗内涵，成为独树一帜的红色文化标志。

第四、社会价值。红色歌曲具有历史延续性和现实价值，它的精神力量可以成为社会进步的动力，在脱贫攻坚、乡村振兴过程期间凝聚人心，在校园中是爱国主义教育教材，在群众文化活动中加强邻里融洽关系、提高社会文明程度。

二、新媒体视域下红色歌曲的传播现状

（一）新媒体视域下红色歌曲在青年群体中的传播现状

1. 传播意愿低

红色歌曲的受众主要为中老年群体，在青年群体中传播并不广泛。当代青年接触红色歌曲大多是被动接受，如短视频平台的算法推送、校园开展的思政活动等，而主动借助音乐系统、搜索引擎搜索红色歌曲的行为较少。

引起该现象的原因，一是多元价值冲击下，青年群体对红色歌曲的观念和情感共鸣不够充足，内容与现阶段生活场景脱节，缺少贴合性；二是传统的红色歌曲方式比较刻板，无法符合青年多元审美，再加上被标签化为“严肃说教”，不易融入到青年群体的社交语境。

以抖音平台央视网官方公布的《映山红》为例，2025 年 9 月 14 日，央视网发布献唱经典红色歌曲《映山红》的视频，点赞量达 30.6 万、收藏量为 3.7 万、转发量有 1.9 万，而评论只有 35 条。这一数据反差表明青年群体对红色歌曲主动交流与传播的意向较少、主动性欠缺。

2. 内容单一

红色歌曲的传播面临内容单一的问题，创作题材上侧重于传统的革命历史主题对于新时代红色精神的现实场景挖掘不充足，与当代群众生活和情感存有脱节。情感表述上以宏大叙事为主，没有贴合青年生活的主题，难引起青年情感共鸣，音乐风格与编曲方式较为刻板，同流行音乐因素融合不足，缺乏新鲜感，不符合青年审美偏好。

（二）新媒体视域下红色歌曲在中老年群体中的传播现状

1. 传播渠道单一

中老年群体接触与传播红色歌曲仍以线下场景为主，线上渠道未能充分发挥作用。他们多依靠社区活动、老年大学声乐班等线下方式参加，线上常用的几种平台以微信、抖音极速版、快手为主，红色歌曲内容推送不足够准确，并且新媒体操作存在门槛，导致线上传播难以有效触达中老年群体。

2. 适老内容稀缺

当前中老年群体的红色歌曲线上内容供给不足，多数中老年群体缺乏专业音乐训练，再加上受视力、听力等生理条件制约，急需较低门槛、易学习的红色歌曲资源，但是相关教学平台与专业指导较为缺乏。同时，中老年群体关于经典红色歌曲的情感认同强烈，但专门面向于新时代红色歌曲认同度偏低，这加重了适老内容紧缺的现象，对红色歌曲传播效果产生显著制约。

三、新媒体视域下红色歌曲在群众活动中的创新性传播策略

（一）红色歌曲在青年群体中的创新性传播策略

1. 利用短视频平台赋能

如今，短视频平台的迅速发展为红色歌曲传播提供了新途径，抖音、B 站、快手等平台靠形式新颖、传播速度快的优点，成为红色歌曲传播的重要阵地。一方面，高校可借助团委、学生会联合社团积极开展红色歌曲短视频征集活动，设置 # 青春唱红色歌曲 ## 校园中的红色旋律 # 等话题，公布至各大社交平台。鼓励学生结合流行、电子、说唱等音乐类型改编红色歌曲，在保留主要部分情感的条件下强化它的现代感和节奏感；还可以通过情景剧、Vlog 等方式讲述红色历史，贴合青年审美，改善作品的亲和力与接受程度。

另一方面，联动地方文化部门颁布线上歌友会、红色歌曲挑战赛等交流活动，增强公众加入热情，并促进专业团队同作者创建微电影、动态漫画、舞蹈 MV、音乐剧等更多作品，以视听联合的方式强化红色歌曲的感染力与传递力。

2. 搭建新媒体社群

新媒体社交平台用户规模大，传递效率快，为红色歌曲创设了具有生机与活力的传播环境，

让红色歌曲的传播方式更加多元化。传播者可借助微博、微信、小红书、抖音等社交平台搭建社群，为音乐爱好者创建“红色歌曲改编交流群”，推送改编乐谱、流行元素融合技术等内容；专门面向于影视爱好者成立“红色歌曲影视剪辑群”，共用影视片段、剪辑素材等资源，与此同时在每一次社群内按时进行红色歌曲知识问答、歌词接龙、线上小型演唱会等活动，提倡成员共享自行创作的红色歌曲改编音频、主题短视频，直播演唱红色歌曲，以交互加强它的曝光度。借助公布相关内容并发起研讨交互，利用社交媒体的裂变特点，让红色歌曲在朋友圈、社群中扩散，助推红色歌曲内容的二次传播。

3. 依托 AI 音乐软件创新传播形式

利用 AI 音乐创作与处理工具，为青年群体提供较低门槛、高效的红色歌曲创作和传播路径，增进青年对红色歌曲的包容和热情。可用 SunoAI、Udio、天工等 AI 歌曲生成工具，促进青年以文字表示、旋律哼唱等等方式来完成红色歌曲的改编、翻唱与原创所作，试图将流行、说唱、电子、国风等青年喜爱的音乐因素加入红色歌曲，突破原来的红色歌曲风格刻板、类型单个的局限。利用 MoiseAI 等 AI 音频分离工具，促成人声、伴奏、乐器音轨的迅速拆分，为翻唱、舞蹈编排、影视混剪、情景剧配音等二次创作满足充裕素材。与此同时用 AI 智能剪辑、自动配字幕、智能卡点作用，精简短视频制作程序，使青年群体有能力去迅速形成并公布个性化红色歌曲作品，通过新媒体平台实现自主传播与圈层扩散，以技术创新激活青年群体的传播主动性。

（二）红色歌曲在中老年群体中的创新性传播策略

1. 构建多渠道传播体系

创建以中老年群体为中心的红色歌曲线上线下联合联动传递架构模式，冲破场景壁垒，促进中老年群体从红色歌曲加入者变成主动传递者，达到线下情感凝聚与线上大面积传播的相结合。

线下是红色歌曲传递的主要部分场景，也是中老年群体情感共鸣的重要载体，可借助社区广场舞队、老年大学声乐班、离退休合唱团等组织，常态化开展红歌合唱展演、改编创作比赛、红歌故事分享会等活动，以群体交互唤醒红色记忆，强化参与感和归属感。与此同时组成专业志愿者团队，进行演唱技巧教学和歌曲历史讲解，辅助中老年群体读懂歌曲内涵、领会精神动力，并主持活动拍摄与剪辑，制作短视频素材，帮助中老年群体在新媒体平台上发布。还可以联合社区党群服务中心、老年活动中心打造“红色歌曲角”，为中老年提供常态化演唱与交流空间。

线上系统是红色歌曲传播的扩展系统，能够冲破时空限制，实现红色文化的大面积传播，专注于微信视频号、抖音极速版、快手等中老年群体常用的新媒体平台，联合社区、老年大学等机构开设红色歌曲专属专题频道或者话题专栏，集活动视频、改编作品和演唱心得，便利老年群体随时观看、点赞、评论和共用。创建一体化的线上报名和交流系统，组合它的报名入口、活动预告、往期回顾等信息，方便中老年群体参加，开设线上交流专区，鼓励分享演唱经验、推荐曲目、交流感悟，创造线上线环境联动的红色歌曲传播氛围。

此外，创建思政元素的红色歌曲微课堂作为线上传播的重要载体，微课堂以短视频类型出现，内容包括红色歌曲历史环境下讲解、歌词内涵解读、演唱技术教学等板块，融入中老年群体的人生经历和生活感悟，挖掘红色歌曲的奋斗精神、爱国情怀和晚年生活价值追求的契合点，引起情感共鸣。在表现形式上，按照适老原则，采用大号字体、明晰配音、舒缓节奏，结合了老照片、历史影像等资料，提升内容的观赏性与易懂性。

2. 优化适老内容

针对于中老年群体新媒体操作能力较弱的特性，重点改善线上系统的适老作功能设计，制订“一键公布”“一键共用”“一键收藏”等控制模块，精简操作程序，缩减操作环节。同时，联合社区、老年大学按时开展新媒体操作课程，志愿者手把手教学，内容包括短视频拍摄技术、系统账号注册、作品发布等技能，帮助中老年群体跨越数字鸿沟，借线上传播渠道，使热爱红色歌曲的中老年群体都能成为红色文化的传播者。

四、结语

在新媒体时代，我们要主动探求多元化传播路径，灵活地运用红色资源，加深爱国主义、集体主义、社会主义教育，将红色精神贯穿在群众文化活动中，使红色歌曲在新媒体助推下焕发新的生机和活力。围绕不同群体采取差异化传播措施，适应青年群体追求时尚、个性化的需求，顾及中老年群体重视情感共鸣、文化延续的特性，实现红色歌曲在更广泛范围内的有效传播。同时，不断革新传播方式和内容，提升红色歌曲的吸引力和感染力，促进它成为凝聚人心、鼓舞斗志、延续红色基因的重要载体，为推行社会主义文化繁荣兴盛奉献动力。

参考文献：

[1] 曹军军，赵志安．新媒体时代音乐传播研究的新观念及方法述评 [J]．中国音乐，2024,(06):47-61.
[2] 赵雨静．浅谈融媒体时代红色经典音乐作品的传播 [J]．开封大学学报，2022,36(04):85-87.
[3] 王辰予．新媒体环境对赣南苏区红色音乐文化发展的影响研究——基于 SWOT 分析法 [J]．河南教育学院学报（哲学社会科学版），2022,41(01):56-62.
[4] 潘丽娜．红色音乐文化在当代社会的传播路径 [J]．名家名作，2025,(02):4-6.
[5] 荣豫川．论新时期红色歌曲传播的困境与策略 [J]．天中学刊，2024，39(05):138-143.