



升维·赓续·省思：智媒时代红色文化的未来传播图景

梅 凯,刘鸣箏

(吉林大学,a.新闻与传播学院;b.传播与社会治理研究所,长春 130012)

摘 要: 作为革命性技术的智能媒体已成为推动红色文化升维传播的强力引擎。文章以智媒时代为研究背景,探讨红色文化的未来发展蓝图、智媒赓续启思、风险及其治理等内容。在智能媒体的加持下,红色文化呈现出从“三维虚实”转向“多元宇宙”、从“线性时空”转向“非线性时空”、从“信息单流”转向“自然交互”的未来发展蓝图。智媒时代红色文化的赓续传播在获得内容生活化、主体拓源化和交互游戏化等经验启思的同时,也面临着智媒技术歪曲红色历史、亵渎红色精神以及反噬文化本体等风险。对此,需要从多元主体的角度强化构建正向的智媒价值观,共同开辟智媒时代红色文化未来传播的新境界。

关键词: 智媒时代;红色文化;智媒价值观;智能媒体;价值认同;传播

中图分类号: G122;G206

文献标志码: A

文章编号: 1673-3851(2023)12-0670-08

Ascending-sustaining-reflecting: Future communication vision of red culture in the era of intelligent media

MEI Kai, LIU Mingzheng

(a. College of Journalism & Communication; b. Institute of Communication and Social Governance, Jilin University, Changchun 130012, China)

Abstract: Intelligent media, as a revolutionary technology, has become a powerful engine to promote the ascending communication of red culture. The article takes the era of intelligent media as the research background and discusses the blueprint for the future development of red culture, the continued enlightenment of intelligent media, risks and their regulation. With the support of intelligent media, red culture presents a future development blueprint from "three-dimensional virtuality and reality" to "multiverse", from "linear space-time" to "non-linear space-time", and from "unidirectional flow of information" to "natural interaction". While the continuous communication of red culture in the era of intelligent media has been enlightened by the experiences of living content, subject diversification and interaction gamification, it also faces the risk of intellectual media technology distorting red history, desecrating red spirit and devouring the cultural essence. In this regard, it is necessary to strengthen the construction of positive intellectual media values from the perspective of multiple subjects, so as to jointly open up a new realm for the future communication of red culture in the era of intelligent media.

Key words: the era of intelligent media; red culture; intellectual media values; intelligent media; value identity; communication

收稿日期:2023-06-08 网络出版日期:2023-10-13

基金项目:贵州省哲学社会科学规划国学单列课题(21GZGX02);吉林大学研究生创新基金资助项目(2022224);吉林大学研究生课程思政示范课项目(2023KCSZ04)

作者简介:梅 凯(1998—),男,湖北黄梅人,博士研究生,主要从事智能传播与媒介文化方面的研究。

通信作者:刘鸣箏,E-mail:liumz@jlu.edu.cn

“讲好党的故事,赓续红色基因”^[1]已成为新时代广大新闻工作者的时代母题。红色文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分,不仅是巩固我国意识形态阵地的重中之重,而且是坚定文化自信、坚持和发展文化强国战略的重要抓手。红色文化的传播与媒介技术、特定的信息生产消费方式相互契合。技术的突飞猛进助推着媒介的发展沿着文字印刷传播、电子传播、数字传播和移动互联传播等阶段的持续更迭。由此,红色文化的传播先后经历了文本形态、电子形态和比特形态。以人工智能为构成基底、以物联网和区块链为构成逻辑、以虚拟世界为构成要素、以游戏化、场景化为构成理念的元宇宙,是革命性技术带来的互联网全要素的终极整合模式^[2]。正因如此,红色文化在媒介技术的加持之下拥有了全新的表达方式。在智能媒体多元可供技术效能的推动下,红色文化升维传播得以实现,并在内容生活化的自然叙事、主体拓源化的多元解读和交互游戏化的价值认同的助力下,从个体微观认知到社会宏观实践角度促进红色文化的未来传播产生优化转向。鉴于此,探讨智媒时代红色文化的未来传播图景,不仅能够从理论创新角度丰富红色文化的相关研究,而且可以提前研判红色文化赓续传承的发展趋势和着力要点。

一、文献回顾

从早期的红色宣传标语、宣传口号到红色印刷品,从红色广播到红色题材影视作品等,红色文化的呈现形式与特定历史时期的传播技术相互适配,并且与特定的信息生产和消费方式相互契合。学界有关红色文化传播的研究向度较为多元,集中在以下几个方面:

(一)组成与效能:红色文化传播的结构向度

“红色文化是中国人民在中国共产党领导的长期革命实践过程中,不断选择、融化、整合中外优秀文化思想基础上所形成的反对帝国主义、王权专制官僚政治、民族的、理性的、人民的精神纯粹。”^[3]经过第二次国内革命战争时的“形成期”、抗日战争和解放战争时的“丰富期”、建国后的进一步“完善和拓展期”^[4],红色文化的传播机理渐趋清晰,不仅包括“符号编码对红色价值的融入”和“语言、图像、色彩等元素的媒介符号化”,还包括“马克思主义及相关思想学说对红色元素的概念符号化”^[5]。同时,红色文化的传播极具理论价值和实践价值,对于“激发人民群众始终保持奋发进取、昂扬饱满的精神状态,增

强人民群众的民族自信心、自豪感和实现中华民族伟大复兴的责任感、使命感”具有独特功能^[6]。

(二)范式与语境:红色文化传播场域的延伸

将红色文化的传播置于多元化的研究语境和场域中,在一定程度上丰富了红色文化传播的理论内涵和外延拓展。沉浸传播视域下的红色文化,将在红色文化视野中生成沉浸媒介的特殊性^[7]。尤其是在智能媒介营造的智慧场景中,红色文化的传播在最大限度上再现人性和历史真实,对具体红色背景、红色事迹、红色人物进行“可重复性”展现,从而塑造理想形象和树立精神信仰^[8]。在微传播视域下,红色文化逐渐延伸出“从平面到立体呈现”“从宏大叙事到见微知著”“从中心式架构到参与式架构”^[9]的发展态势。红色文化自身具有鲜明的政治立场和人民性,使其与政治传播之间具有天然的理论联系。政治传播是红色文化诞生和发展的重要载体,赋予了红色文化特殊的传播形态和价值内涵^[10],二者之间相互融通,相互契合。

(三)困境与出路:红色文化的当代阐释与传播

习近平总书记强调:“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。”^[11]作为中华优秀传统文化的重要组成部分,红色文化应成为社会主义和谐社会建设、文化强国发展战略和社会主义精神文明建设中的重要推动引擎。但是囿于理论和实践方面的不成熟,红色文化的传播效果仍有较大的提升空间。新时代背景下,红色文化的传播仍然面临着边缘化、商业化、碎片化和去中心化的问题^[12]。尤其是青年一代对于红色文化生成的历史土壤存在记忆断层,以至于对红色文化无法“感同身受”^[13]。鉴于此,有学者提出“在参与中追寻红色文化,在互动中认同红色文化”的正向建构路径^[14]。

(四)破局与突围:红色文化传播的创新延展

“历史是最好的教科书,一切向前走,都不能忘记走过的路;走得再远、走到再光辉的未来,也不能忘记走过的过去。”^[15]对红色文化在不同时代的表达与传播,既是对红色历史的深刻铭记,又是对红色精神的深刻领悟。在红色文化的传承和弘扬过程中,涌现出一大批值得肯定的创新性媒介作品,它们对红色文化影响力版图的进一步拓展起到了重要作用。近年来,由中央广播电视总台以及全国地方卫视为代表的红色文化传播传承“第一梯队”,立足于实际,开展多种形式的创新尝试,生产出《追寻——红色家书背后的故事》《闪耀东方》《闪亮的坐标》等一批亮点突出、底色鲜明的红色文化作品。有学者

认为,红色文化传播亟待通过建构传播主体合力、提升价值认同、整合传播渠道和优化传播环境来切实增强传播实效性^[16]。

由此看来,学界对于红色文化的传播开展了多种面向的研究。红色文化具有多元属性,其与不同传播环境的交叉融合能够激发红色文化产生多维度的优化飞跃。在新的社会环境下,加强党史学习教育、传承弘扬红色精神对和谐社会建设和个体全面发展仍具有重要的理论意义和现实意义。目前,学界普遍认识到红色文化的现代传播具有重要价值,但是在智媒时代的新技术背景下,对红色文化的新变、升维与风险治理等相关研究较少。智能传播作为人类传播的全新形态,既继承了以往传播形态的诸多属性,又具备对虚拟与现实、时间与空间、单向与双向的全线整合能力。基于人工智能携带的多元可供性特征,本文首先整合了在智能媒体加持下红色文化在未来传播中的呈现与展演、时空蜕变与重组、传递与共情等层面的转向。然后,立足于这“三大转向”以及红色文化的传播现况,从内容、主体和信息交互三个维度,寻求智媒时代红色文化赓续传播的正向建构路径,并进行技术风险把控等层面的省思。

二、可供升维:智媒加持下红色文化的未来发展蓝图

可供性概念的引入为学界重新厘清技术与人、技术与文化之间的关系开辟了新的思路。美国杜兰大学社会学学者 Ostertag^[17]认为,可供性是特定技术或非自然存在的物品的支持、赋能或者限制主体的行动,包括潜在行动的可能,同时文化可供性旨在探究人们如何使用传播技术,有效且方便地叙述集体社会戏剧。当下,在以元宇宙、AIGC(人工智能生成内容)、深度神经网络和机器学习为代表的智媒技术的多维度可供性的特征加持下,红色文化的未来传播呈现出多个层面的创新转化。一方面,红色文化既具有历史现实中的真实性,又具有虚拟场域中的复现性;既具有时间上的持续性,又具有空间上的共鸣性。另一方面,红色文化既具有单向信息的传递性,又具有多向延伸的互动性。具体而言,智媒时代红色文化的未来传播将面临着呈现、时空和交互层面的“三大转向”。

(一)呈现与展演:从“三维虚实”转向“多元宇宙”

从某种意义上看,智能媒体不再聚焦于对虚拟现实技术的有机整合,而是整体综合 VR、AR、MR

等虚拟视觉传达技术和区块链、物联网等现实世界联通技术,全方位呈现了客观现实世界与个体意识世界之间的相互关联,并将其全部映射至人工智能描绘的多元虚实场域之中。智能媒体与传媒行业的渗透融合重塑了后者在生产流程、把关过程、传播制程、反馈进程等层面的运作模式。同时,这也更新了红色文化在新的传播环节中的呈现样态。从红色宣传标语到红色宣传册,从红色广播到红色题材影视,从红色宣传 H5 到红色文化虚拟现实体验馆,红色文化的呈现与表达从单维现实到三维虚实之间实现了新突破。“技术越是看不见,就越是深刻,因为它像空气和水一样融入了人们的日常生活,无形地服务于人类。”^[18]如今,智能媒体也像空气、水一般嵌入人们的生活。在智媒时代,红色文化的“三维虚实”呈现逐渐迈向“多元宇宙”的发展阶段,由此不断促进红色文化的传播从“硬输出”向“软接受”的方向演进。智能媒体技术的多元宇宙展演推动了红色文化从文本、图片、视频、虚拟现实场景传播升维至沉浸传播。

(二)蜕变与重组:从“线性时空”转向“非线性时空”

红色文化是中国共产党带领人民群众在革命时期创造、在建设和改革时期弘扬和发展起来的先进文化^[19]。源自于党在不同历史时期的主动实践,红色文化超越历史事实,成为党在艰苦奋斗、自力更生的社会实践过程中的深刻写照,是党无私奉献、一心为民、不畏艰难等优秀品质的高度凝练。同时,红色文化依托于特定的时间和空间,从井冈山革命根据地建设到井冈山精神、从红军二万五千里长征到长征精神、从延安老区根据地到延安精神、从抗美援朝到志愿军精神、从原子弹研发到“两弹一星”精神……,红色文化在不同的时间和空间内持续迸发着鲜活的生命力。镶嵌在不同历史时空的红色文化不仅需要通过多种媒介形式予以传承与弘扬,更需要传播主体在深切体会红色文化事迹、深刻感悟红色文化精神、深入践行红色文化内核的基础上,变革红色文化的传播方式和传播理念。智媒时代对虚拟时间和空间的重组与解构,打破了以往红色文化线性时空的单一演化呈现。智能媒介技术通过对红色文化特定生成时间和空间场域的重新复刻,并对非线性的虚拟时空进行二次展演,由此实现了红色文化在智媒时代的创新呈现。而在此过程中,个体不再作为单向的参观者和视听符号的接受者而存在,转而成为参与者和亲历者纳入红色文化的传播流程当

中。以《闪亮的坐标》为例,该片可视作红色文化“非线性时空重组”的浅层尝试之一,通过对红色人物特定历史空间的节点化叙事,调用增强现实技术还原了红色历史的原始面貌,给观众带来了极佳的感官体验。

(三)传递与共情:从“信息单流”转向“自然交互”

红色文化题材的影视作品、电视节目、实体展馆以及各式各样的线下活动是目前红色文化传播的主要形式,学界和业界对此也展开了广泛而具有开拓性的探索和实践。如同其他优秀文化的传播一样,红色文化在传播主体开展媒介实践时,往往也会注重运用多种媒介形式予以呈现,如3D技术与红色题材电影电视的融合、虚拟现实全景音效技术的广泛应用等,这些新兴技术极力突出对观众的听觉和视觉呈现感受的提升。目前传播媒介营造的拟态环境呈现出显著的“视听通货膨胀”现象。近视群体规模的急速扩张、智能可穿戴设备对听力的损伤等,意味着人类社会出现了历史上从未有过的视听富裕过剩的时期。我们成了美国《连线》杂志主编凯文·凯利所说的“屏幕之民”^[20]。但是,法国知觉现象学家梅洛-庞蒂认为“视觉始终是有限的,始终有不能被看见甚至不可见的物体界域,视觉是受制于感官的思维”^[21]。而且,以往红色文化灌输式的传播方式,久而久之就会呈现出“我写你读”“我播你听”“我拍你看”的情境。因此,将红色文化编码为信息符号组成的传播流,并单向传输至个体,在这个过程中所取得的传播效能远不及智媒时代红色文化多感官自然延伸互动所带来的极致体验。也就是说,智能媒体营造的全感官信息交互方式,助力个体更加自然化和具象化地扩展意义空间,最终弥合人工智能元宇宙与真实宇宙之间的传播罅隙。由此,在参与中感悟红色文化,在互动中深入领悟红色精神,通过多样化手段增进个体在智媒接触与使用中对红色文化进行共情传播。

三、多元赓续:智媒时代红色文化传播进路的经验启示

智媒时代的多维可供性向红色文化的升维传播展现出多元的优化路径和经验启示,具体体现在内容生活化、主体拓源化和交互游戏化等方面。智能媒体帮助红色文化传播主体适应新的传播环境,并凭借新的传播技术,为推动红色文化传播事业纵深发展注入新鲜活力。

(一)内容生活化:作为生活体验的红色文化

红色文化的生成、发展与壮大依托于特定的历史现实,而任何传播红色基因的图像所呈现的图景都是现实与历史的同构和辩证^[22]。同时,红色文化依附于特定的传播媒介,并从传播媒介中浮现出来。这意味着传播主体在开展红色文化传播活动时,需要将红色文化融入传媒作品的创作、编辑和传播的全过程之中,通过贴近群众、贴近生活的方式,从细小之处感染人、以宏大叙事鼓舞人。进入智媒时代,红色文化呈现出流动性的外部表征。一方面,智能媒体从传媒技术层面增强用户媒介使用的沉浸感,从而达到还原红色文化本真传播场域、促进红色文化由表入里的传播目标;另一方面,智能媒体从人类实践层面扩展个体行动的发展空间,进一步拉近红色人物、红色事迹、红色精神与个体之间的心理距离。

在人工智能技术的助推下,红色文化液态的传播属性进一步突显,逐渐与个体日常生活实践的相互融合,从而缓和了红色文化的传播语态。这成为红色文化走出精英文化传播圈的重要实现路径。以电影《长津湖》为例,江南水乡渔船、受命奔赴前线、艰苦抗战纪实这些宏大场景与微观个体叙事之间相互交错,既还原了当时的历史场景,又在观众群体中引起了传播内容和传播场域的双重共鸣。从流动性来看,智媒时代的自然化信息交互推进红色文化的语态缓和并融入个体生活实践。从微观叙事角度撬开宏观场景呈现的大门,进一步推动红色文化传播的液态化发展,如水一般融入个体的生活体验。文本自身并不具备什么力量,力量是在“迷”们将文本吸收融入自己独特的生活体验的过程中产生^[23]。智能媒体对传播场域的独特建构能力,必将成为红色文化升维传播的重要推动力量。

(二)主体拓源化:超越媒介叙事与多元解读

媒介技术的变革发展催生了媒介呈现形式的与时俱进。红色文化在不同的传播阶段表现形式各不相同。红色文化经历口语口号传播、印刷文本传播、视听媒介传播阶段,并逐渐衍生出一种多元媒介、超文本结构的传播形态。智媒时代红色文化在虚拟场景的搭建过程中超越历史场域,推动红色文化朝着数字化、拟人化、具象化的方向发展,从而在社会层面进一步加深个体对红色文化的集体记忆。对视觉增强技术、虚拟域现实域整合技术以及互动协同技术的整合,意味着人工智能是一个同时拥有多重媒介属性的综合体,也代表着智媒时代个体身体将会

完全呈现在聚光灯之下,促进全感官的协调与满足^[24]。

智媒时代的红色文化传播应将着力点置于用户全身心沉浸上,从而促进用户新型信息消费体验的再造与升级。一切信息和观念的传播要以受众自愿接触为前提^[25]。法国思想家米歇尔·德塞杜提出大众传播时代“文本盗猎”概念,认为读者将完整的符号文本打散,并重新组合成具有个人风格的文化拼贴从而实现自我展演^[26]。人工智能对时间和空间概念的重新解构使得大众传播产生了“文本盗猎”与“视听盗猎”的双重转向。这也意味着在红色文化传播过程中个体会对原始信息开展参与式接受和多元化解读。智媒时代红色文化的跨媒介叙事不再局限于穿越媒介种类的界限和区隔,而是从更深层次的媒介文化内核以及媒介呈现理念角度入手,通过参与式的平等延伸实现红色文化的拓源化发展。

(三)交互游戏化:游戏和仪式化增进认同感

正如电影《游戏玩家》中描绘的那样,个体通过特定入口进入智媒世界,全程以游戏化的运作范式实现个体从现实宇宙朝着虚拟宇宙进近的目标。游戏化的交互方式强调将游戏中的规则、奖励等因素运用到红色文化的传播过程中。个体深度沉浸其中,全感官渐趋产生意识脱离,并逐渐步入“心流”状态。红色文化不再是孤立、单薄、扁平的传播内容,而是逐渐演变成沉浸化的立体、深厚、生动的文化传播载体。通过深度还原红色文化历史,智能媒体进一步增强个体与红色文化场域的沉浸程度,并以此强化个体对红色文化的认同感。智媒时代的游戏化交互范式将成为红色文化实现“以文化人、育人无声”目标的关键要素。

从个体步入红色文化传播场域到临场感悟红色文化内涵,再到个体深度认同红色文化价值,并由此形成的态度、情感和行为是智媒时代红色文化仪式传播的重要表现。仪式能够产生集体情感,并将情感和符号一起构成组织信仰、组织思想、组织道德规范以及组织文化基础^[27]。智能媒体对红色文化场景的再现以及给个体心理带来的“心流”体验是红色文化实现仪式传播的关键组成部分,同时通过增强个体对红色文化发自内心的认同感和感召力实现智媒时代红色文化传播的升维化发展。在新的媒介环境下,面对红色文化传播土壤缺失、矮化和污名化等困境,智媒时代的仪式化传播逐渐成为红色文化既具普遍性又具特殊性的关键切入点。

四、深层省思:智媒时代红色文化的误读风险及其治理

智能媒体具有整合虚拟与现实、时间与空间、在场与离场等多元属性,并由此优化了红色文化在新的传播环境中的传播内容、传播要素、传播方法和传播效果。需要明确的是,目前尚处于由弱人工智能迈向强人工智能的发展阶段,仍然存在多重技术短板带来的风险与挑战。因此,智能媒体作为红色文化传播新的技术语境,需要我们在广泛探索的基础上,清醒地认知技术可能给红色文化带来的误读风险,并积极寻找纾困进路。

(一)智媒时代红色文化的误读风险

从技术自身的发展特点来看,技术既可能是社会发展的加速器,又可能是社会进步的绊脚石。以人工智能、机器学习和自然交互为关键逻辑的智媒时代,红色文化将会面临历史歪曲、精神亵渎和本体反噬等风险。

1. 超高自由度易歪曲红色历史

如果说人工智能、区块链、物联网和可穿戴设备促进了身体从传播幕后走向前台,进一步确立了人作为传播过程中的主体地位,那么智媒时代对人的主体地位的凸显,可视为个体重新回归传播中心的重要见证。人工智能赋予个体更加开放的实践理念和更加广泛的活动空间,在此过程中人作为技术的主导者从感官扩散到行动延伸,无不体现出智媒时代超高的自由度。红色文化拟态传播场域的营造需要人工智能技术的高度配合,又亟需个体作为信息生产和传递的参与者进行媒介实践。同时,智能媒体对红色历史的真实呈现与个体视觉、听觉、触觉等感官解码行为之间的匹配程度的高低决定了红色文化在智媒场域内传播效果的强弱。尤其是网络传播和移动互联时代,个体信息生产的自由度与解码方式的多元化促使红色文化逐渐沦为碎片化的传播素材,出现了质疑董存瑞、黄继光等革命先烈的负面现象,进一步滋生了历史虚无主义之风。而智能媒体非线性时空的重组与传播受制于传播主体的主观思维,由此红色历史在智媒时代超高自由度的影响下存在被歪曲与矮化的风险。

2. 游戏化运作易亵渎红色精神

作为智媒时代普遍存在的信息交互方式,游戏化发端于游戏,又与游戏有本质区别。通过部分吸收游戏运作的理念以及规则制定机制,游戏化以一种更加自然、欢快和开放的姿态成为人工智能爆火

了重要原因之一。红色文化的游戏化传播具有一定的积极意义,但同时游戏化与娱乐化之间的密切勾连导致红色文化传播面临着亵渎风险。《VR Chat》游戏中“Create, Share, Play”“第二义肢”(或数字身体)的宣传语,一夜之间元宇宙的游戏化运作成为学界和业界竞相讨论的话题。2021年12月,Meta推出的元宇宙产品“Horizon Worlds”,它被定义为由完整的现实社区打造的并在不断向外延伸的虚拟体验宇宙。在“Horizon Worlds”游戏化的运作模式中,用户通过创建虚拟化身(Avatar)与其他用户开展信息交互,但由于虚拟场域的灰色属性时常出现暴力犯罪等社会事件。同理,红色文化的游戏传播也会受到游戏化运作机制和传播理念的负向规制。据CNNIC第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模为10.79亿,互联网普及率达76.4%^[28]。网民规模的持续扩张意味着个体进驻互联网场域的门槛进一步降低,即越来越多的人接入互联网络。同时,智能媒体低延迟和高传输速率的传播特性促使智媒世界入口愈发扩大。而智媒时代参与式文化视域下,作为红色文化高度凝结内核而存在的红色精神也在多元传播主体的“信息拼贴”之下渐渐流失。

3. AIGC、深度造假与红色文化本体反噬

智媒时代的内容生产逐渐呈现出模式化、多元化和数智化的特征。红色文化的传播流程也将在智媒技术的融合之下获得更高维度的优化升级。传播内容的完善离不开传播形式的更新迭代,从UGC(用户生成内容)、PGC(专业生成内容)到PUGC(专业用户生成内容)、OGC(职业生成内容),乃至MGC(机器生成内容),内容生产一直是文化得以广泛传播的重要抓手。步入智媒时代,AIGC的生产模式应运而生。这种生成式的智能内容给红色文化的延展传播开辟了新思路,但也带来了多维度的隐忧。步入视觉主导的传播场域,视频形态仍然是未来传播的主流形式之一。而随着一步步走向强人工智能阶段,技术的去中心化属性进一步放大,激发了视频传播的多元化发展形态,由此带来的深度视觉造假(如AI换脸等)逐渐成为影响红色文化本体发展的重要因素。除此之外,由于算法背后的原理复杂且难以理解,因此可能造成无法评估算法如何优先规划和生产内容,加上算法本身存在偏见失实的可能性,这不仅不利于红色文化的深度传播,反而会产生阻碍作用,乃至反噬红色文化本身。

(二)智媒时代红色文化未来传播的风险治理

智能媒体为红色文化的未来传播描绘了多样性的优化蓝图,同时也应看到,智媒时代红色文化传播需要规避诸多困境。这给目前学界和业界广泛讨论和交流的元宇宙和ChatGPT等新兴媒介技术带来了一定程度的冷思考。“人类是科技体的主宰,也是科技体的奴隶,我们的命运无法脱离这令人不自在的双重角色,因此我们对科技永远都有矛盾的感觉,发现要做出选择很难。”^[29]也因如此,寻求智媒时代红色文化未来传播的治理路径,促进红色文化入眼、入心、入行,是急需解决的重要问题之一。目前,如何纾解人工智能等新兴技术给红色文化带来的负面效能,学界更多的是从管理者、传播者和用户多元主体角度展开,立足各行为主体的实际,寻求解困之策。但需要指出的是,技术是一面镜子,技术使用意图映射出主体由特定环境形成的价值观。由此,智媒时代媒介价值观的概念应运而生。从智媒价值观的角度切入,以科学的认识指导积极的社会实践,立足于思想观念和价值尺度层面,优化不同主体对于智媒时代红色文化面临的风险所采取的措施,更具实践意义。

媒介素养是媒介价值观的外化表现,媒介价值观是媒介素养的内在中枢。媒介价值观和信息价值观之间具有相同之处,也具有各自的独特性。一方面,媒介价值观与信息价值观的行为主体皆为受众群体中既具普遍性又具特殊性的个人;另一方面,媒介价值观不仅涵盖媒介素养,而且还包括意识形态部分的价值判断和价值选择。媒介价值观是媒介素养的高阶形态,科学的媒介价值观促进媒介素养的正向建构。媒介素养与媒介价值观之间是融合共生、相辅相成的关系,媒介素养能力是媒介价值观的外化表现,媒介价值观是媒介素养的内化中枢。同样,智媒时代红色文化的升维化发展同样受制于特定主体的媒介价值观念,科学的媒介价值观能够推动红色文化朝着行稳致远的发展方向。面对技术洪流奔涌向前,亟需各类传播主体树立科学的智媒价值观。从管理者的角度看,宏观的技术发展掌控和政策研判是智媒时代红色文化正向传播路径构建的重要手段。具体而言,管理者需要基于不断更新的智媒价值观,结合学界和业界发展实际,制定智媒技术开发和应用的法律层面和道德层面的规范,确保红色文化既保留“红色”本色,又能创新红色文化传播形式。随着智媒时代“产销者”的传播逻辑进一步深入,生产者和传播者(用户)之间的界限进一步消

弭。这在无形当中提高了智媒时代“媒介智人”的技能门槛,传播者和用户更加需要树立科学的智媒价值观,坚持以红色文化的创新传播为重要尺度,以红色文化的升维发展为重要准则,共同开辟智媒时代红色文化未来传播的新境界。

五、结 语

红色文化集中体现了中国共产党在革命、建设和改革时期带领全国人民不断克服艰难困苦,并取得社会主义新发展、新成就的过程中形成的优秀文化^[30]。在新的历史时期,赓续传播红色文化极具现代意义。一方面,传承和弘扬红色文化是对“来时的路”的深刻铭记,从心灵深处认同革命先烈和共产党人在物质条件贫乏、客观环境恶劣的背景下形成的红色文化。另一方面,传承和弘扬红色文化是对“未来的路”的信念坚定,赓续红色精神、红色血脉、红色基因,用红色文化激励人们勇往直前、开拓进取。智能媒体作为新兴传媒技术的最新形态,对红色文化未来发展蓝图的生动描述,进一步闪耀着人本传播理念的光辉。目前,学界对于智媒时代红色文化的赓续发展尚未形成系统的研究面向,而人工智能时代的“未来已来”的发展逻辑,无不暗示着智能媒介化社会的强势来袭。科学研判红色文化的智媒发展蓝图,在一定程度上能为红色文化的升维发展开辟新的思路。智媒时代红色文化面临着呈现、时空和交互层面的“三大转向”,并在智媒助力下,获得传播内容、传播主体和交互方式层面的经验启思。同时也应正确认识到技术带来的负面影响。针对目前业界和学界此起彼伏的“技术热潮”——比特币、区块链、元宇宙和 ChatGPT,势必要求人们冷静思索新的传播技术对个人、社会 and 整个传播生态产生的深刻变革与隐忧。可以预见的是,人工智能技术将成为推动红色文化升维传播的强力引擎,但同时也要从科学价值观的层面高度整合管理者、传播者和个体之间的协同合力,从而为推进红色文化的深入发展凝聚力量。

参考文献:

- [1] 龙新民. 讲好党的故事 传承红色基因[N]. 人民日报, 2021-06-10(013).
- [2] 喻国明, 耿晓梦. 元宇宙: 媒介化社会的未来生态图景[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2022, 43(3): 110-118.
- [3] 周宿峰. 红色文化基本问题研究[D]. 长春: 吉林大学, 2014: 5-7.
- [4] 曾振华. 红色文化的传播价值和传播策略[J]. 当代传播, 2008(6): 97-99.
- [5] 焦红波. 红色文化符号及其传播系统建构[J]. 新闻爱好者, 2022(7): 88-90.
- [6] 张月萍. 论红色文化的科学传播[J]. 新闻大学, 2014(5): 40-46.
- [7] 张珊. 论红色文化传播的沉浸化转向及实践进路[J]. 井冈山大学学报(社会科学版), 2022, 43(3): 37-43.
- [8] 周子渊. 感官延伸与再现真实: 智能时代红色基因传播的场景建构[J]. 中国编辑, 2021(5): 28-33.
- [9] 骆郁廷, 陈娜. 论红色文化的微传播[J]. 江淮论坛, 2017(3): 139-144.
- [10] 梁昱. 政治传播视角下红色文化的理论语境、意义表达及传播路径[J]. 理论导刊, 2022(5): 55-60.
- [11] 曹智, 李大伟. 贯彻全军政治工作会议精神 扎实推进依法治军从严治军[N]. 人民日报, 2014-12-16(001).
- [12] 韩桥生, 李浩. 全媒体时代红色文化传播的困境与策略[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2021, 54(5): 18-23.
- [13] 闫梦瑶, 王凤仙. 去形式化与重新语境化: 红色文化的短视频传播[J]. 青年记者, 2021(20): 83-84.
- [14] 董小玉. 在互动中构建红色文化品牌: 重庆卫视“中国红”的文化思考[J]. 新闻界, 2011(4): 93-94.
- [15] 习近平. 在复兴之路上坚定前行[N]. 人民日报, 2022-09-27(001).
- [16] 孔令霞, 谭立章, 卢轩菲. 融媒体环境下红色文化传播的内在逻辑、困境和路径[J]. 浙江理工大学学报(社会科学版), 2022, 48(5): 558-565.
- [17] Ostertag S F. A cultural sociology of social media: Social drama, cultural affordances and blogging in the wake of hurricane katrina[J]. Cultural Sociology, 2020(1): 1-21.
- [18] Weiser M. The computer for the 21st century[J]. IEEE Pervasive Computing, 1999, 3(1): 3-11.
- [19] 荆立群, 薛耀文. 融媒体视阈下红色文化的传播[J]. 编辑之友, 2020(3): 72-77.
- [20] 凯利. 必然[M]. 周峰, 董理, 金阳, 译. 北京: 电子工业出版社, 2016: 91-93.
- [21] 梅洛-庞蒂. 知觉现象学[M]. 姜志辉, 译. 北京: 商务印书馆, 2001: 277-278.
- [22] 周子渊. 图景与音景: 红色基因传播的叙事方式[J]. 中国编辑, 2018(10): 15-20.
- [23] 斯道雷. 文化理论与大众文化导论[M]. 常江, 译. 北京: 北京大学出版社, 2019: 296.
- [24] 顾亚奇, 王琳琳. 具身、交互与创造力: 认知传播视域下 AI 艺术的实践逻辑[J]. 中州学刊, 2023(1): 170-176.
- [25] 刘鸣箴. 论韩国电视剧的跨文化传播及对我国的启示[J]. 社会科学战线, 2013(9): 254-256.

- [26] 詹金斯. 文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化[M]. 郑熙青,译. 北京:北京大学出版社,2016:23-26.
- [27] 潘曙雅,张煜祺. 虚拟在场:网络粉丝社群的互动仪式链[J]. 国际新闻界,2014,36(9):35-46.
- [28] 中国互联网络信息中心. 第52次中国互联网络发展状况统计报告发布[EB/OL]. (2023-08-28)[2023-09-11]. <http://cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.
- [29] 凯利. 科技想要什么[M]. 严丽娟,译. 北京:电子工业出版社,2016:212.
- [30] 宗高峰. 新时代诠释与传播革命文化的四重向度[J]. 浙江理工大学学报(社会科学版),2023,50(2):175-181.

(责任编辑:陈丽琼)