

---

# 中国共产党传播红色文化的百年回溯与当代启示

杨超<sup>1</sup>

(长安大学 马克思主义学院, 陕西 西安 710064)

**【摘要】:** 中国共产党在百年建党进程中以高度的文化自信不断推动红色文化的民族化、科学化、大众化传播。新民主主义革命时期中国共产党主动承担起红色文化传播的历史使命,运用报刊、书籍、标语、文艺作品等形式,对工人、农民、战士和党员开展广泛的马克思主义理论宣传教育活动;中华人民共和国成立后,红色文化传播走上了组织化、制度化、系统化的历史发展新阶段,中国共产党以高度的文化自信、统一的指导思想、严密的组织体系在全国范围内对全体民众开展广泛的历史教育和国情教育;改革开放后,中国共产党进行红色文化传播工作的理念逐步科学化、现代化,逐步构建“一元主导、多元参与”的传播格局,规定高校思政课的主阵地地位;党的十八大以来,红色文化传播始终坚持“以人民为中心”的理念,突出主流媒体地位、开发媒体融合功能,推动红色文化传播迈向新台阶。

**【关键词】:** 中国共产党 红色文化 传播 百年

**【中图分类号】** D20 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1673-0186 (2021) 006-0019-013

红色文化伴随着中国共产党的政治实践已走过百年发展历程,深刻影响着中国民众的思想观念、社会运行的规范模式和国家的治理理念。百年来红色文化逐步从小众文化发展为文化主流、从政治文化拓展为社会文化,离不开中国共产党在传播过程中的主体和领导作用。

在中国共产党成立百年之际,系统整理中国共产党传播红色文化的历史经验,探求中国共产党传播红色文化的工作规律,推进红色文化时代化发展的理论创新,进一步完善中国共产党的主流意识形态建设工作,对提升广大民众文化自信意义重大。

## 一、学界研究进展及问题的提出

红色文化作为中国共产党在长期的政治实践中所开创和发展起来的本土文化,显著体现着中国共产党的政治理念和政策路线,得到学界的高度重视和广泛传播。根据现有研究成果分析,学界主要集中于红色文化传播、文化传播历史以及中国共产党的文化传播实践三个方面展开。

### (一) 文化传播历史

文化与传播是互为一体、相互依存的关系。关于文化传播历史的研究,学界主要集中在以下方面。

一是关于古代文化传播历史的研究,如中国青铜器在殷周时代发挥着三重媒介作用,分别是人与神的沟通、社会关系调整和政治治理的象征物、记功叙事等<sup>[1]</sup>;唐代汉字文化在丝绸之路沿线国家的传播,认为各地接受程度与当地人文环境对汉字、汉

---

<sup>1</sup>作者简介:杨超,长安大学马克思主义学院副教授,硕士生导师,研究方向:思想政治教育基础理论与红色文化理论。

基金项目:国家社会科学基金项目“百年红色文化的时代化之路”(20FKSB045)

---

籍的需求程度成正比<sup>[2]</sup>；从 8 至 14 世纪海上丝绸之路的角度，探讨东西方物质生产交往与精神生产交往的动力与路径，并对“东方形象”的跨文化传播予以探讨<sup>[3]</sup>。

二是着眼于当代文化传播，包括通过孔子学院开展中华文化的海外传播，以短视频、直播等网络媒介开展的民族文化传播、历史文化传播、亚文化传播等，研究领域广泛、研究成果丰硕。

## （二）红色文化传播

近年来随着红色文化研究的兴起，学界也将目光投向了红色文化传播领域。主要集中在以下三个方面：

一是从传播内容来看，如对川陕苏区的红色经典歌谣进行分析，发现第二次国内革命战争时期红色文化通过歌谣建构和传播的具体路径<sup>[4]</sup>，从意义表达视角探讨红色文化传播与核心价值、社会服务与产业经济的关系<sup>[5]</sup>。

二是从传播媒介来看，学者多借助现代媒介技术对红色文化进行创造性的融合、运用和传播<sup>[6]</sup>，如在全媒体时代红色文化传播应从增强主流媒体引领力、传播表达亲和力和受众投放精准度等方面进行<sup>[7]</sup>。

三是从传播路径来看，以党的群众路线的文化性塑造为例，分析当年红军在长征途中经过重庆地区时是如何开展文化宣传工作的<sup>[8]</sup>，“微媒体”的兴起对于红色文化的信息流动与传播具有积极意义，更是破解红色文化在现代性困境的重要突破口<sup>[9]</sup>。

## （三）中国共产党与文化传播

中国共产党在建党百年历程中，不仅是中华优秀传统文化的传承者，也是红色文化的创造者和实践者。学界主要围绕三个方面展开：

一是从传统文化角度，认为中国共产党不仅“通古今之变”改变了传统文化的思维定式，更是在推进传统文化传承发展创新上取得了明显成效<sup>[10]</sup>；从 1927 年至 1949 年间中国共产党对传统文化的保护和利用视角切入，探讨掌握文化领导权的具体举措和政治作用<sup>[11]</sup>。

二是从马列主义传播角度，从马克思主义传播角度来看，认为中国共产党在传播马克思主义过程中，坚持了传播主体的信仰性和组织性、传播客体的群众性和自觉性、传播内容的创新性和选择性、传播路径的多元性和权威性有机结合的基本原则<sup>[12]</sup>，从列宁主义传播视角来看，探讨中国共产党早期是如何将列宁主义宣传与中国革命实践相结合的<sup>[13]</sup>。

三是从社会主义核心价值观传播角度来看，研究成果则汗牛充栋，包括主流媒体的核心主导作用发挥、网络媒介中的进入与引领地位确立、各种政治仪式重大纪念日等载体利用等。

从以上研究概况梳理中可看出，学界广泛关注了红色文化传播、中国共产党在先进文化传播中的主体作用，但在红色文化传播的具体领域，对中国共产党作为传播主体地位的研究则相对不足，特别是在中国共产党建党一百周年之际，聚焦中国共产党在建党百年历史进程中在红色文化传播中的主体性作用，则显得尤为必要。

## 二、新民主主义革命时期中国共产党对红色文化的传播

新民主主义革命时期是中国共产党从无到有、从小到大、从弱到强的关键历史时期，也是红色文化传播从无到有、从局部到全国的发展时期。短短 28 年时间，经历了中国共产党成立及大革命、土地革命、抗日战争、解放战争四个关键历史阶段，红

---

色文化传播在此期间也呈现了截然不同的发展状态。

### （一）中国共产党成立及大革命时期

就红色文化传播的整体状态而言，在初始阶段虽面临着传播环境复杂、传播力量较小、传播经验不足等问题，但中国共产党已具有初步的文化自觉，在传播内容上力求准确，在传播方式上尽量满足受众需求，因此传播对象范围迅速扩大。

一是明确马克思主义理论是红色文化传播的主要内容。五四运动后，一批早期的先进知识分子认识到只有社会主义才能为中国革命提供一条全新道路，因此系统翻译马克思主义经典文章，包括《唯物史观解说》《社会问题总览》《马克思经济学说》等；发表相关理论文章，包括《我的马克思主义观》《马克思主义学说与中国无产阶级》《谈政治》等。

1921年，中国共产党一大以党的纲领和决议的形式，明确提出共产党要领导工人用阶级斗争手段推翻资产阶级政权，建立无产阶级专政的国家，进而实现共产主义社会这一最终目标。

二是有计划地宣传和发行红色文化相关书籍。早期中国共产党人积极宣传新思想、传播新文化，积极出版《共产党宣言》等论著和发行《新青年》等进步刊物，不仅对当时国内流行的无政府主义或专制主义予以了深刻批判揭露，更充分展示了科学社会主义的理论魅力和在中国本土运用的巨大吸引力，成为开展红色文化传播的主要载体。

三是将工农大众作为红色文化传播的重要对象。中国共产党早期注重在城市通过发动工人开展革命，邓中夏、张国焘、李启汉、毛泽东、周恩来等一大批中国共产党人深入工厂，成立俱乐部、开办夜校、举办音乐会等，对工人集中开展理论宣讲；而在“二七”惨案后，以毛泽东同志为代表的中国共产党人开始从城市返回农村开展理论宣传工作，包括成立夜校、举办讲演等，揭露地主土豪劣绅贪官的丑恶行径。

### （二）土地革命时期

土地革命时期，红色文化传播的范围明显扩大，随着中国共产党斗争重心从城市转移到农村，特别是在广大根据地，红色文化传播的强度和频度明显提升。不可忽视的是，这一时期“左倾”教条主义在党内的盛行一定程度上导致红色文化传播内容狭隘、传播形式单一等，其消极影响深远。

一是明确红色文化传播的目的是加强党内军内的思想教育。五次反“围剿”斗争后红军力量遭到严重削弱、中央苏区大部分丧失，在此情势下统一党内思想、振奋战士士气就成为军队政治工作的重要内容。

1929年底召开的古田会议明确指出：红军党内最迫切的问题，要算是教育问题。这表明中国共产党已认识到政治教育对于军事工作的重要性。1934年在江西瑞金召开第一次全国政治工作会议，第一次全面系统阐述了“政治工作是红军的生命线”，进一步明确党对于红军的政治领导地位，明确了在党内军内开展思想政治工作的必要性和具体举措，这也为红色文化传播奠定了基础。

二是大量发行革命报刊。20世纪30年代，大量由中国共产党主办发行的红色报刊在根据地定期发行，主要内容围绕分析革命战争形势、揭露国民党反动派面目、宣介先进革命战斗英雄等。据不完全统计，中央苏区的报刊超过200种。其中《红星》《红色中华》《斗争》和《青年实话》是中央苏区最具影响力的四大红色报刊，如《红色中华》发行量最多时可达4万份，《斗争》仅在江西每期至少要销售2.71万份<sup>[14]</sup>。

三是开发出一批群众喜闻乐见的传播载体。受教育普及率低、生产力落后等因素制约，工人和农民的识字率普遍较低，以

---

报刊、书籍等为主体的文字传播信息的方式在根据地和广大农村存在一定局限。而通过艺术再创作的主题壁画、石刻、标语传单等载体，以生动活泼、形象具体的信息传播优势很快在根据地流行开来，仅中央苏区宁都一个县的宣传画、标语、漫画等就高达一千余幅。此外，《红星画报》《支前漫画》《革命画集》《三八专题画刊》等也纷纷采用了标语配画、图文结合的漫画形式。

四是对党员干部开展系统性教育灌输。在延安站稳脚跟后中国共产党很快组织党员干部教育活动，先后创建了中央党校、陕北公学、鲁迅艺术学院等一大批院校，颁布一系列教育制度，如《延安在职干部教育暂行计划》（1939）、《关于干部学院的指示》（1940）、《关于在职干部教育的指示》（1940）等，并将中国共产党早期在革命战争中的成功经验和失败案例进行总结剖析。

### （三）全面抗战时期

在此阶段中国共产党的红色文化传播工作进入了更加主动、更加自觉的重要阶段，不仅善于总结历史经验，更善于主动开展红色文化在解放区和“白区”的传播工作，大大拓展了红色文化传播的范围和影响程度。

一是毛泽东思想成为红色文化传播的重要内容。毛泽东思想作为中国共产党的集体智慧结晶，不仅创造性地将马克思主义理论与中国实际国情相结合，更系统全面总结了中国共产党建党以来的历史经验，因此一经推出便迅速得到全党认可拥护，更成为红色文化传播的主要内容。例如毛泽东所撰写的《实践论》和《矛盾论》，创造性地把马克思主义哲学、中国革命实际经验和中国传统哲学成果相结合，成为中国共产党人长期遵循的世界观和方法论，迅速在全党范围内开展全员学习、深入教育、普遍践行。

二是运用各类文艺形式传播红色文化内容。以丁玲、艾青、何其芳等为代表的文艺理论界人士创作了一大批小说、话剧、歌剧、舞剧等作品，更贴近群众生活，受群众欢迎。据统计仅中央苏区就有“话剧有 180 种，讽刺剧、滑稽剧、哑剧 5 种，活报剧 34 种，戏曲木偶戏 16 种，歌剧、舞剧、表演唱 29 种，共计 269 种”<sup>[15]</sup>。运用这些群众喜闻乐见的文艺形式传播红色文化，有利于拓宽传播的覆盖面，实现红色文化的隐性渗透。

三是加强红色文化传播主体的思想建设。针对党内存在的主观主义、宗派主义、党八股等消极思想，1941 年中央决定在全党范围内开展整风运动，对如何清除党员的非马克思主义思想、坚定马克思列宁主义和毛泽东思想开展系统学习教育活动。此次整风运动，确立了一切从实际出发、实事求是、理论联系实际的思想路线，提升了全党的理论水平。同时，延安整风运动首次开辟了中国共产党在党内传播红色文化的一个常规性方法，即主题教育活动。

### （四）解放战争时期

这一阶段，新民主主义革命已胜利在望，中国共产党在红色文化传播方面主要有两方面的创新举措。

一是通过自我教育运动传播红色文化。一方面在全军范围内广泛开展立功运动、团结互助运动和新式整军运动，如东北民主联军确定的立功标准、晋冀鲁豫野战军的“王克勤运动”、华北地区部队的“三查三整”运动等，不仅明显改善了战士们的军容军貌，提升了部队的战斗力和凝聚力，更改善了部队在解放区的社会形象，受到当地民众的高度认可和爱戴。

仅 1946 年 7 月至 10 月，各解放区就动员了 30 万青壮年参加人民解放军。另一方面在党内开展的阶级教育、政策教育、纪律教育、理论教育及优良传统作风教育运动，对统一全党思想、赢得革命胜利奠定了重要组织保障。

二是红色文化传播范围扩大到战俘。解放战争时期中国共产党对战俘开展广泛的红色文化教育，创造了红色文化传播史上的奇观，如高树勋运动、淮海战役的劝降运动、北平和平解放等。此间中央及中央军委也陆续发布《中央军委关于利用俘虏做敌军工作的指示》（1946 年）、《中央关于训练俘虏做瓦解蒋军工作问题的指示》（1947）、《中央关于目前敌军工作指示（草案）》

---

(1948)等一系列文件。因此在1946年7月到1950年6月的不到一年时间内，国民党军队共有84万余人起义，其中29万人投诚。

### 三、社会主义革命和建设时期中国共产党对红色文化的传播

作为中华人民共和国成立之初的一项重要政治任务，在全国范围内和全体规模上用马克思主义特别是用马克思主义中国化成果教育人民<sup>[16]</sup>，就显得尤为迫切和必要。但值得注意的是，由于这一阶段复杂的国际国内形势，红色文化传播在一定阶段内走向僵化、片面甚至极端，值得警惕。

#### (一) 广大人民成为红色文化传播的主体

毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》指出，“人民生活中本来存在着文学艺术原料的矿藏，这是最生动、最丰富、最基本的东西”<sup>[17]</sup>。红色文化传播的根本动力来自广大人民群众的精神文化需要，因此如何在新形势下发挥全国各族人民的主体性和积极性，教育和团结广大人民群众在建设新中国这一基本共识上达成一致，就成为开展红色文化传播的重点和难点。这一阶段内，除工人和农民两大主要群体外，还将知识分子、工商业者和文艺工作者等一切推动社会主义进步的阶级、阶层或群体纳入其中。

#### (二) 通过榜样教育传播红色文化

这一时期，全国各条战线先后涌现了一大批先进个人和先进集体，如无私奉献的雷锋、一心为民的焦裕禄、拼命实干的王进喜及南京路上好八连等，形成了“雷锋精神”“焦裕禄精神”“铁人精神”等，大规模的榜样学习运动在全国各地蓬勃开展。榜样教育作为开展红色文化传播的一种重要形式，唤醒了中国亿万人民群众的主人翁意识，调动了广大人民群众克服困难参与社会主义建设的积极性。

#### (三) 初步形成红色文化的大众传播格局

中华人民共和国成立后，全面覆盖的报刊传播、规模宏大的广播传播、简便快捷的口头传播、初步成型的图像传播等构成了红色文化大众化传播的基本格局。这些传播形式对红色文化的扩大化宣传发挥了重要作用。

如广播就是这一阶段中国共产党开展社会大众民族认同、国家认同教育的最常见手段，它凭借听觉符号及线性逻辑思维进行信息表达，具有强大的公共话语力量。在抗美援朝动员中，仅在北京举行的一次工商联广播大会上，听众就包括全市136个行业和郊区8个工商联分会，总人数高达23.8万人以上。会后十天内，全市工商界捐款额就有215亿多，远超捐献任务<sup>[18]</sup>。

#### (四) 推出一批思想和艺术水平双高的文艺作品

随着“百花齐放、百家争鸣”文艺方针的提出，红色文艺呈现出一派“春色满园”的景象。如红色小说《红旗谱》《林海雪原》《红岩》；红色话剧《刘胡兰》《雷锋》《霓虹灯下的哨兵》，红色电影《林家铺子》《董存瑞》《五朵金花》，等等。

这些优秀文艺作品以社会主义革命和建设中的典型人、事、物为原型，塑造了一代人的崇高灵魂，反映了人民群众对新政权的认同和对中国共产党的拥护，有力鼓舞了全国人民投身于社会主义革命与建设之中。

### 四、改革开放时期中国共产党对红色文化的传播

---

在改革开放之初，如何对待红色文化社会上一度争议很大，直到1981年《关于建国以来党的若干历史问题的决议》公布，社会争论才逐步得以平息，红色文化传播也逐渐走上了正规化、科学化的发展道路。

### （一）明确红色文化传播的根本宗旨

改革开放之初“在徘徊中前进的两年”<sup>[19]</sup>，加上西方各种思潮的入侵，将红色文化推入低谷，社会上一度出现谈“红”色变的现象。直到1981年《关于建国以来党的若干历史问题的决议》公布，明确要求“在全党大大加强对马克思主义理论的研究，对中外历史和现状的研究……”

用马克思主义世界观和共产主义道德教育人民和青年”，提升全社会的精神文明程度，要求全党把认识和行动高度统一于该决议，红色文化传播的根本宗旨才得以明确，也就是服务于社会主义现代化建设、服务于人民群众精神文化需要。特别是在随后的长期传播实践中，传播主体逐渐由单一走向多元、传播内容逐渐从政治化走向生活化、传播途径从传统媒介走向电子媒介，红色文化逐渐由单一的政治文化走向复杂的大众文化。

### （二）构建“一元主导、多元参与”的传播主体格局

随着改革开放不断深入，思想文化领域出现了“自由化”倾向，因此要激发社会主体参与红色文化传播的积极性，又要避免红色文化传播中“空壳化”“虚无化”的趋势，就需要构建层次分明、功能清晰、责任具体的主体格局，确保红色文化传播方向不偏、立场不歪。为此中国共产党在思想文化领域开始从发挥主导作用和调动社会力量两个方面着手：

一是强调中国共产党在红色文化传播中的主体责任，中国共产党作为红色文化的创造者和管理者，需要新的历史条件下不断在红色文化成果方面推陈出新，从源头上掌握红色文化的“制造权”，主动对红色文化内涵进行澄清和丰富红色文化社会实践，包括在课程建设、纪念日设置、革命遗址保护、公益广告、学术研究、国际交流等方面投入大量资源，从而确保红色文化的政治价值和历史价值得到最大程度维护。

二是充分调动社会力量参与红色文化资源保护、利用、开发过程，包括引进社会资本参与革命纪念馆建设运营、和创意公司企业制造推广红色文创产品、设计和制作革命经典影视和话剧等，不仅吸引了大量社会资本进入，更激发了民众参与红色文化资源保护的兴趣和热情。

### （三）红色文化传播内容走向社会生产领域

国家工作重心的调整，也促使红色文化传播内容发生相应调整，从革命战争、阶级斗争内容转向了社会建设、社会改革内容，更多地体现中国共产党带领中国人民艰苦奋斗的历程，如90年代初在“下海潮”中体现的创业精神、1998年抗洪抢险中体现的抗洪精神、2008年北京奥运会中的奥运精神等，都成为红色文化传播的主基调、主旋律。

由此可参照当时红色文化话语在不同领域的使用词频加以具体分析：在政治行动领域，“拨乱反正”“指导性计划”“对外开放”“体制改革”“民主政治”“产业政策”“宏观调节”“党政分开”等词语大量出现，体现了中国共产党迫切实现政治民主化与政党现代化的转变要求，特别是“计划生育”国策的提出，凸显了中国共产党对于人口控制和社会资源统筹的焦虑。

在政治主体方面，“乡镇企业”“知识分子”“劳动大军”“中外合资企业”“经济特区”“经济开放区”等就成为高频词，成为社会主义建设时期的重要主体，以往的“阶级敌人”“斗争对象”等渐渐消失，反映了新的历史时期中国共产党工作重心的转移和对于社会主义建设规律的深刻把握；而在政治理念或政治思想方面，“解放”“开放”“小康”“一国两制”“四项基本原则”等就成为社会普遍认可并遵循的价值理念<sup>[20]</sup>。

#### （四）规定红色文化传播的主渠道和主阵地

在改革开放大幕徐徐拉开之际，红色文化传播渠道也从单一走向了多元、从有序走向了无序，从一个阶段滑向另一个极端。不管是文艺界的“伤痕文学”，还是思想界的“人道主义”“虚无主义”等，通过不同立场、不同渠道、不同阵地等动摇着红色文化的解释权和话语权。

直到1989年风波结束，邓小平同志明确指出，“十年最大的失误是教育，这里我主要讲思想政治教育，不单纯是对学校、青年学生，是泛指对人民的教育。对于艰苦创业，对于中国是个什么样的国家，将要变成一个什么样的国家，这种教育都很少”<sup>[21]</sup>，明确了红色文化在青年学生群体中的传播阵地和渠道，将红色文化在青年学生中的传播主体明确为高校思想政治理论课，对青年学生开展有目的、有组织、持续化的红色文化教育。

此后在历次思想政治工作重要文件中都有明确体现：1999年发布的《关于加强和改进思想政治工作的若干意见》要求“继承发扬民族优秀文化和革命文化传统”；2004年发布的《关于进一步加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》要求“深入开展中华民族优良传统和中国革命传统教育”；2017年发布的《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》要求“加强革命文化和社会主义先进文化教育，深化中国共产党史、中华人民共和国史、改革开放史和社会主义发展史学习教育”。

## 五、新时代中国共产党对红色文化的传播

进入新时代，红色文化的传播迎来了历史性的发展机遇。一方面，就红色文化本身而言，党的十八大以来习近平总书记先后在革命老区、部队、中小学视察工作时反复强调“把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好”，为新时代开展红色文化传播提供了重要政治遵循；另一方面，从传播技术的更新迭代来说，从4G到5G、从数字空间到虚拟社会、从网络媒介到融合媒介，为红色文化传得更广、更远提供了基础条件。

### （一）对红色文化的基本认识更加客观理性

进入新时代，红色文化的“资政育人”功能得到充分重视。在“资政”方面，红色文化作为理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”的“文化密码”，为中国共产党治国理政实践提供了文化支撑；在“育人”方面，红色文化为当代青年坚定理想信念、锻造意志品质、明确价值取向等提供了重要资源。

同时中国共产党人以高度的文化自觉对红色文化内涵进行澄清厘定，包括：从内容构成上，红色文化包括革命文化、建设文化和改革文化<sup>[22]</sup>，其中革命文化是基础，建设文化具有明显的过渡性和阶段性，而改革文化则仍处于动态的发展过程之中；

从红色文化产生来源上，文化层面主要有世界社会主义运动中所产生的先进文化、中华优秀传统文化（包括民间文化）和世界优秀文化，而实践层面则主要是中国共产党领导全国各族人民进行的百年伟大实践<sup>[23]</sup>。

从红色文化样态上，主要包括物质样态、精神样态和制度样态，而精神样态则是重中之重，从红船精神、苏区精神、长征精神一直延展至劳模精神、工匠精神、企业家精神、北斗精神、抗疫精神等，在内涵上具有明显的继承和发展关系，体现了红色文化的核心特质。

### （二）在红色文化传播的行动上更加主动自觉

红色文化传播的范围和效果是实现红色文化时代价值的关键，在新的历史条件下中国共产党系统推进红色文化传播工作，从顶层设计、具体举措、制度保障、领导组织等方面予以具体规定，实现了红色文化传播“自在”向“自觉”的重大转变。

---

主要体现在：一是实现了在党内的“制度化”传播，也就是将红色文化纳入党的建设制度规范体系，强调其在坚定党员理想信念、昂扬党员精神状态、校正党员价值标准等方面的重要作用，因此可看到党的十八大以来，在“党的群众路线教育实践活动”“三严三实”专题教育、“两学一做”学习教育常态化制度化、“牢记初心、不忘使命”主题教育等活动中，均要求党员主动赴革命纪念地学习，通过学习历史、寻找差距、发现问题、寻求整改。

二是实现了在社会各群体中的“精准化”传播，红色文化要实现从政治文化向社会文化或大众文化的转变，关键条件是对接不同社会群体的细微需要。因此中国共产党在新的历史时期针对社会不同群体提出了红色文化传播的基本要求：在部队基层强调赓续红色基因、捍卫红色江山，更强调红色文化的精神引领与支撑作用；在革命老区则赞颂当地民众的大公无私、艰苦奋斗精神，突出红色文化的一脉相承与创新发展问题；在中小学则强调理想信念教育和政治认同教育，发挥红色文化在育人化人方面的积极作用。

### （三）在红色文化传播的内容上更加丰富多元

经过百年发展，红色文化内容体系博大精深，既有宏大的政治历史叙事，也有微细的生活方式和情感心理；既有显性的制度规范、组织机构、历史物件，也有长期流传下来的优良传统作风习俗等，而如何对其合理筛选、审慎甄别、创新发展则显得至关重要。进入新时代，中国共产党在红色文化传播内容的选择上更加全面丰富立体。

一是在内容选择方面更加全面客观，将红色文化视为动态的、开放的、发展的体系，既注重革命历史资源的“原生态”呈现，如各革命纪念地陆续创建革命纪念馆或展览馆等，集中性把地方红色文化资源进行展示，又关注当代资源的挖掘、整理和传承，如将全国上下抗击新冠肺炎疫情中所展现的精神状态集中凝练成“抗疫精神”。

二是既关注宏大叙事，也注重微小精细，传播内容具有相当的普惠性。进入新时代，中国共产党在传播红色文化时，不仅善于从宏观上告诉广大民众中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，更善于从微观上展示普通个体是如何从“小我”走向“大我”的，随着一大批回忆录、口述史、画像集等历史文献陆续公开出版，革命历史人物形象将变得更为丰富立体，特别是关于其个体革命道路动机、个人思想境界升华、个人心路历程斗争等内容，更容易激发读者的情感共鸣和价值认同，其传播意义更为深远。

### （四）在红色文化传播的技术上推陈出新

新时代以“ABCD+5G”（人工智能、区块链、云计算、大数据）为代表的新兴媒介层出不穷，出现了“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”<sup>[24]</sup>，媒体深度融合成为大的发展趋势，这也为红色文化传播提供了难得的发展机遇。中国共产党主动运用融合媒体开展红色文化传播工作。

一是打通传统媒体与新兴媒体的边界，打造红色文化新型网络传播格局，推动广播媒体、电视媒体与网络媒体在渠道、平台、内容方面的互联互通，加快国家级媒体与地方媒体的多层次合作水平，形成全面覆盖线上线下的传播网络。

二是建设红色文化数据库和主题网站，在各级官方网站开辟红色文化专栏，围绕传统节日、革命纪念日和国家重大政治活动，设计、制作、发布弘扬红色文化的“微电影”、VLOG 作品、短视频等，综合运用声、光、电等呈现方式，形成集视、听、触等多维体验于一体的展示平台，使红色文化在动态、活态传承中增强感染力和实效性。

## 六、中国共产党传播红色文化的百年经验与启示

回望百年红色文化传播历程，正是中国共产党带领全国人民“站起来”“富起来”和“强起来”的辉煌历程，回溯历史，

---

试图在漫长的历史演变中找寻中国共产党开展红色文化传播的基本经验，进而为进一步加强和改进当代红色文化宣传教育工作、提升全民文化自信奠定理论基础。

### （一）牢牢掌握红色文化传播的主导权

中国共产党是红色文化的创造者和实践者，理应承担红色文化传播的主体责任，这是中国共产党百年发展中的主要经验，也是当前加强红色文化传播的政治前提。红色文化传播不同于一般文化资源的传播，其鲜明的政治性决定其必然服务于党的事业、目标和路线，由此可从三个方面具体展开：

一是党和政府所主办的媒体要理直气壮地搞好红色文化传播工作，不仅要主动整理传播新民主主义革命以来涌现的先进人物、典型事迹和突出精神，更要在重大纪念日、政治活动等节点精心组织内容，凸显中国共产党的优良传统、优良作风，把建党百年来的伟大业绩讲好讲透，让主流媒体成为传播红色文化的主阵地和主渠道。

二是在红色文化传播工作中，要始终与党中央的重大决定、关键部署和重要精神保持高度一致，符合两个《决议》的基本精神，坚决抵制历史虚无主义在中国共产党党史研究和阐释中的影响，严格防范错误西方思潮在文艺理论界的扩散，不能为错误思想舆论提供传播渠道，更不可在“高级黑”“低级红”面前躲躲闪闪、扭扭捏捏。

三是发挥中国共产党在理论创新方面的优势，从源头上把控红色文化内容的创制权、阐释权和发展权，推动红色文化的创造性转化、创造性发展，丰富红色文化精神谱系，保护和整理好红色文化资源，推动红色文化进教材、进课堂、进头脑，减轻传播渠道上的压力，也有利于保持在红色文化传播上的优势地位。

### （二）尊重“自上而下与自下而上相结合”的传播规律

红色文化作为中国特色社会主义文化的重要组成部分，其影响范围早已从党内成员扩大至全体民众，开展红色文化传播就不再是某个组织或某些个体的专属义务，而需要调动全社会力量参与进来，体现了红色文化传播过程中“主导性”与“主体性”的有机结合，本质上是“党性”与“人民性”的有机统一，这也符合中国共产党在舆论宣传工作领域的历史传统<sup>[25]</sup>。

开展红色文化传播，根本上要发挥中国共产党的领导核心地位，将红色文化纳入意识形态管理和思想宣传工作之列，不断完善和创新利用红色文化资源开展党员干部教育的工作机制，在年度工作中进行重点布置，在相关政策、资源上予以倾斜，发挥各级党组织在传播红色文化的主心骨作用。

同时也要注意调动广大群众参与的积极性，鼓励社会力量参与红色文化资源的整理发掘工作，创新社会资本参与红色文化资源开发的工作机制，发挥网络平台在传播红色文化方面的积极作用，建立红色文化产品体系、构建红色文化产业体系、借助数字媒介<sup>[26]</sup>。

在红色文化传播过程中实现内容再丰富、信息再加工、形式再多样的创造转化过程，由此红色文化在具体领域、特定地区传播过程中容易落地生根，与当地民众的风俗、心理、习惯相适应，进而更容易从情感上得到认可，才有进一步内化与践行的深入行为。

### （三）注重红色文化传播内容的推陈出新

中国共产党在长期的红色文化传播实践中，根据不同历史时期的主要任务和中心工作及时更新完善传播内容，不断优化传播效果。红色文化内容本身的发展性、动态性决定了红色文化传播内容的创新性。

---

以“无产阶级专政”一词为例，在中国共产党七大报告中第一次公开提出“无产阶级专政”，要求“废除了人剥削人的社会制度，实现了最新式的民主主义即社会主义的政治、经济、文化制度，一切反对社会主义的政党都被人民抛弃了，人民仅仅拥护布尔什维克党”。

但在《关于建国以来党的若干历史问题的决议》中则将“无产阶级专政”调整为“人民民主专政”，认为更适合改革开放以来的中国实际国情，有利于重塑民众的政治印象和政治认知，此后长期沿用。红色文化传播内容创新，表象是红色话语更新，实质是红色文化的本质创新，也就是根据其所服务的政治目标不同而与时俱进。

党的十八大以来可看到在传播内容上有明显突破，具体表现在两个方面：一是对革命精神的整理继承，也就是对历史上形成的、在历史上曾发挥过激励鼓舞作用的精神进行再整理，如“长征精神”在出现之初着重强调英勇无畏、坚强不屈的斗争精神，而进入新时代后将坚定的理想信念作为价值之首，反映了中国共产党人在认识上的深刻发展。

二是对时代精神的及时凝练，如企业家精神、工匠精神、劳模精神、斗争精神、抗疫精神、北斗精神等，总结揭示广大群众在重大社会实践中的精神状态，从而达到凝聚社会共识、振奋社会士气的目的。

#### （四）善于利用新兴媒介提升红色文化传播效果

作为专门集成和传播信息的大众媒介，其形态变革易引发信息传播方式、信息本身及与人交往方式的变化。正是媒介、信息与人之间的联动，大众媒介以信息交流工具的角色进入红色文化系统，推动红色文化传播。

中国共产党作为社会先进生产力的代表，善于创造和使用最新生产工具，而在红色文化创新传播中则体现为善于利用各种最新媒介，以不断扩大传播范围和传播深度，实现传播效果的最大化。以5G技术在红色文化传播中的应用为例。

陕西省文物局打造全国首个5G“互联网+革命文物”教育平台，通过搭建手机、电脑、电视“三屏互动、同步传播”的全媒体传播体系，采用动漫、游戏、VR、AR等新形式、新技术，提供革命文物全息欣赏、虚拟触摸和历史事件沉浸式体验，让远在全国各地的观众随时可以体验“实地”参观革命类博物馆、纪念馆，身临其境感知革命文物价值，激发大众对红色文化的兴趣爱好和爱国热情<sup>[27]</sup>。

百年大党，功在千秋。中国共产党长期以高度的文化自信，推动着红色文化的深刻变革和持续发展，赓续着中国共产党的“文化基因”，供给着中国人民的“精神食粮”，已发展成为中国特色社会主义文化的重要组成，彰显着中国共产党的执政理念、凝聚着广大人民群众的最大共识。站在历史新起点上，中国共产党在努力实现中华民族伟大复兴中国梦的征程上，必将推动红色文化传得更远、传得更响。

#### 参考文献:

- [1]潘祥辉. 传播史上的青铜时代:殷周青铜器的文化与政治传播功能考[J]. 新闻与传播研究, 2015(2):53-70+127.
- [2]郑阿财. 唐代汉字文化在丝绸之路的传播[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2016(4):5-17.
- [3]毛章清, 郑学檬. 8至14世纪海上丝绸之路的跨文化传播考察[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2017(4):43-50.
- [4]吴晓川. 川陕苏区红色文化的歌谣建构与传播[J]. 文艺争鸣, 2010(20):101-103.

- 
- [5]孙平,熊平秀,于昊.新时期红色文化的意义表达与传播机制探析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015(5):19-23.
- [6]吴凯.红色文化:一个认识框架[J].重庆社会科学,2015(7):62-66.
- [7]张珊.全媒体时代红色文化传播构想[J].人民论坛,2020(8):138-139.
- [8]徐塞声,黎余.党的群众路线的文化性塑造:红军文化宣传视角[J].重庆社会科学,2015(1):94-99.
- [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]文丰安.论新时代党对中华优秀传统文化继承与发展[J].观察与思考,2019(2):92-103.
- [11]詹全友.试论1927-1949年间中国共产党对传统文化的保护和利用[J].理论与改革,2017(4):1-11.
- [12]张傅.中国共产党传播马克思主义百年回望[J].福建师范大学学报(哲学社会科学版),2020(6):9-18+167-168.
- [13]邓绍根,丁丽琼.列宁主义在华初步传播及中国共产党新闻事业兴起[J].国际新闻界,2020(4):51-76.
- [14]福建省文化厅革命文化史料征集工作委员会.中央苏区革命文化史料汇编[G].南昌:江西人民出版社,1994:82.
- [15]刘云.中央苏区文化艺术史[M].南昌:百花洲文艺出版社,1998:273.
- [16]中共中央文献研究室.建国以来重要文献选编:第2册[G].北京:中央文献出版社,1992:292.
- [17]毛泽东选集:第3卷[M].北京:人民出版社,1991:860.
- [18]北京市档案馆.解放后十年来北京人民广播事业(1949-1958)[A].中国共产党北京市委员会宣传部编印,档案号:1-12-863.
- [19]胡绳.中国共产党的七十年[M].北京:中共党史出版社,2019:414.
- [20]杨超.红色话语的世纪变迁与时代发展——基于中国共产党历次党代会报告的分析[J].湖湘论坛,2019(6):93-102.
- [21]邓小平文选:第3卷[M].北京:人民出版社,2005:306.
- [22]高翔.充分认识红色文化的深刻内涵[J].党建,2019(5):17-18.
- [23]刘润为.红色文化论[J].文艺理论与批评,2013(4):7-13.
- [24]习近平.论党的宣传思想工作[M].北京:人民出版社,2020:354.
- [25]陈力丹.党性和人民性的提出、争论和归结——习近平重新并提“党性”和“人民性”的思想溯源与现实意义[J].安徽大学学报(哲学社会科学版),2016(6):71-88.

---

[26]文丰安. 新时代红色文化传承与发展研究[J]. 学习与探索, 2020(11):54-62.

[27]杨超. 5G 赋能: 红色文化传播增添新动力[J]. 人民论坛, 2020(8):136-137.