社会科学与教育 2026年第10期
ISSN: 3079-4420

融媒体时代背景下《黄河大合唱》的传播策略研究

姜卓*，胡美琪
兰州文理学院，甘肃兰州，中国
*通讯作者

【摘要】在融媒体时代背景下，《黄河大合唱》面临信息碎片化、受众圈层化等挑战，存在重展演轻阐释、平台机械搬运、青年参与不足、长效运营缺位等问题。本文基于融媒体传播与参与式文化理论，结合“兰州黄河大合唱”等地方文旅实践，梳理其从抗战号角到时代交响的传播演进，揭示困境根源在于尚未实现从“展演思维”向“融媒共创思维”的根本转变。据此提出四维创新路径：深耕内容并开展审美转译；构建全媒体协同分发矩阵；打造“课堂+社团+网络”青年参与生态；推动“校地文旅联动”IP 品牌长效运营。研究旨在突破传统剧场模式，助力红色经典音乐在全媒体时代的活态传承与破圈传播。

【关键词】融媒体时代；《黄河大合唱》；红色经典音乐；参与式传播；活态传承；文旅融合

【基金项目】本论文为兰州文理学院雁苑科技创新基金项目资助，项目名称：黄河文化视域下《黄河大合唱》的人文精神与传承路径研究（编号：2026KYTS-021）

1.引言

《黄河大合唱》作为 1939 年诞生于延安的红色经典音乐，历经八十余年传承，是凝聚民族情感、厚植爱国精神的重要载体。融媒体时代下，媒介环境与受众接收习惯发生深刻变革，剧场、广播电视等传统单向传播模式难以适配当代受众的审美需求与媒介习惯。[1]当前，国家高度重视文化数字化战略实施，强调要顺应时代发展，要坚持一体化发展方向，加快从相加阶段迈向相融阶段，积极构建全媒体传播格局。

当前红色经典音乐传播仍存在口碑与传播效果失衡、内容浅表化、同质化搬运、青年参与不足等现实困境。[2]而“兰州黄河大合唱”现象级群众合唱全网爆火，相关短视频与直播播放量破亿，印证红色经典与融媒体、文旅场景融合具备强大时代生命力。本文以此为切入点，立足融媒体传播与参与式文化视角，[3]剖析《黄河大合唱》当代传播的痛点与生成机理，从内容重构、渠道协同、主体激活和品牌运营四个维度提出创新优化策略，为红色音乐经典年轻化、常态化传播提供学术参考。

2.《黄河大合唱》传播的历史脉络与融媒体时代新机遇

2.1 历史演进：从救亡号角到时代交响的形态迭代

《黄河大合唱》的传播历程与中华民族命运紧密相连，不同历史阶段呈现差异化媒介样态。

抗战时期（1939—1949），作品依靠巡演、手抄歌谱与唱片等传统媒介扩散，成为动员救亡的精神武器，奠定扎根人民的传播底色。

新中国成立至新时期（1949—2000 年代初），广播电视普及推动其融入国家庆典与对外交流，形成以专业乐团、剧场展演为核心的殿堂化范式，强化宏大叙事与仪式化传播模式。

移动互联网与融媒体时期（2010 年至今），智能终端与社交平台重构传播格局，主体由专业团体延伸至大众，渠道覆盖多元场景，实现由单向灌输向双向交互、由仪式展演向情感共鸣的转型。

2.2 数字化转型赋能红色经典传播新动能

融媒体的纵深发展重塑视听生产与交互逻辑，为《黄河大合唱》的当代传播拓展了多元路径。数字视听技术通过全景声、超高清等手段实现审美升维，打造沉浸式体验；[4]圈层化平台分发依托算法打破传播壁垒，精准触达各类受众；同时参与式文化催生二次创作，各类改编与互动内容涌现，为红色经典赋予时代活力。

2.3 高校与文旅场景协同构建活态传播新生态

高校教育阵地与地方文旅场景是推动《黄河大合唱》活态传承的两大重要支撑。

一方面，高校具备扎实的美育科研资源与活跃的青年传播群体，青年群体媒介素养良好、创作活力突出，可以借助课堂教学、艺术排演以及学术研究，为红色经典输出专业化、体系化传播内容，是红色音乐创新传播的重要人才载体。另一方面，地方文旅融合能够构建独具特色的在地方性情感场域。以“兰州黄河大合唱”为例，将音乐演出置于黄河之畔，依托中山桥、白塔山等地标塑造“在黄河岸边唱黄河”的仪式感，市民游客共同参与歌唱，界于现场拍摄、网络直播与社交平台转发，形成“线下沉浸体验-线上流量裂变-文旅品牌反哺”的高效传播闭环。

3.融媒体时代《黄河大合唱》传播的现实困境

3.1 内容生产重形式轻阐释致内核浅表化

当前《黄河大合唱》在融媒体内容供给存在“视听优先、内涵滞后”现象。多数传播主题局限于对经典影像的简单截取转发，侧重呈现宏大的演出视听效果，缺乏对作品文本意蕴与历史语境的深度解码。受新媒体流量影响，相关内容呈现片段化与娱乐化倾向，短视频多聚焦《保卫黄河》高潮段落，对《黄河颂》《黄水谣》《黄河怨》等乐章普及不足，导致受众对整部作品认知割裂，无法完整感知由民族苦难走向抗争觉醒的完整情感脉络。[5]

3.2 媒介融合机械搬运缺适配少重构

部分机构在数字化转型中尚未摆脱“传统媒体搬家”的路径依赖，存在“重铺设、轻适配”问题。具体表现为将未剪辑的长视频、文稿一键分发，忽略了不同平台受众画像与媒介属性。例如，在抖音缺乏符合竖屏习惯的前置引流，在 B 站缺少契合社区文化的深度解析内容与弹幕话题引导，在小红书则缺乏适配用户打卡习惯的场景化图文视觉内容。这种粗放型机械分发模式导致内容难以形成有效的互动与算法推荐，造成传播资源的无效内耗。

3.3 传播主体单向性缺共创

长期以来，《黄河大合唱》的传播主要依托官方主流媒体与专业院团的权威发布，带有较强的单向输出惯性。普通受众尤其是青少年长期处于被动的“信息接受者”角色，缺乏表达感悟与参与创作的渠道。[6]当红色经典传播仍以严肃、刻板的单一面孔呈现时，容易引起青年受众的心理防御与审美疲劳。同时，青年创作者尝试对经典进行改编、翻唱或跨界重构时，面临版权知识模糊、缺乏专业指引等现实问题，导致青年自发性二创动力受限，未能有效激活青年共创生产力。

3.4 运营生态碎片化呈现缺长效 IP 机制

《黄河大合唱》的社会化传播呈现节点性爆发、日常性沉寂的碎片化运营特征，高度依赖特定纪念日，缺乏贯穿全年的长效运营规划与常态化内容供给；同时活动组织多停留在孤立的单次演艺层面，未能在音乐版权开发、数字文创衍生、沉浸式演艺空间打造、文旅线路串联等方面进行深度的产业链构建。这是 IP 运营的缺失，导致传播过程中积累的情感认同与流量资产难以转化为可持续沉淀的文化品牌资产，无法形成长尾效应。

4.融媒体时代《黄河大合唱》创新传播优化策略

4.1 推动审美转译实现经典内核与青年语境融合

融媒体传播重在优质内容的持续供给与时代化转译。红色经典音乐传播不应局限于简单复刻，需守正创新，实现思想内核与现代审美的有机融通。一方面，依托高校与科研机构学术优势，深化“艺术+历史”的多维微观阐释，[7]联合多学科专家打造系列微纪录片、知识类短视频，以故事化叙事揭示作品的历史背景、创作故事等，引导受众由“知其然”迈向“知其所以然”。另一方面，推动红色经典的“跨界审美转译”，鼓励将《黄河大合唱》核心音乐动机与国风摇滚、阿卡贝拉等现代流行元素创造性融合，实现经典符合在青年语境中的编码。

4.2 适配平台属性搭建多层次立体化分发网络

构建高效的融媒体传播网络，需打破平台壁垒，结合各平台算法逻辑与受众特征，制定“一平台一策略”的差异化分发矩阵。针对短视频平台，以竖屏形式打造高感染力叙事，截取《保卫黄河》等高能片段，搭配航拍黄河壮景、历史影像或合唱实景素材制作短视频，并发起“#黄河大合唱挑战赛”等线上话题挑战标签，实现裂变传播；面向长视频青年社区，投放 4K 修复经典影像，配套名家赏析解读，鼓励二创创作，通过弹幕文化营造跨时空情感共鸣；针对音频与社交平台，侧重情感沉淀与社交分享，搭建红色主题歌单，推出现场打卡图文活动，凝聚跨媒介传播合力。

4.3 构建“课堂+社团+网络”三维生态，赋能青年参与式传播

参与式文化理论表明，受众深度参与是增强文化认同、提升传播粘性的关键。应摒弃单向灌输范式，赋予青年群体与社会公众传播主体地位。首先夯实高校“第一课堂+第二课堂”美育阵地，把《黄河大合唱》纳入高校通识美育与音乐专业教学体系，[8]让大学生合唱团排演完整乐章，借助校园艺术节、合唱赛事普及红色合唱，让青年在艺术实践中感悟作品精神。其次搭建青年网络共创平台，建立红色文创与短视频创作扶持机制，举办“全国高校《黄河大合唱》融媒体创意传播大赛”，鼓励青年学子利用 AI 音乐生成、虚拟现实 VR 建模、微电影翻拍等数字化工具自主创作，实现青年从被动接收者转变为红色经典的阐释者与传播者。

4.4 深化“校地文旅联动”，构建“黄河之声”沉浸式 IP 生态

可借鉴“兰州黄河大合唱”实践经验，搭建“高校学术智库+地方政府主导+文旅企业运营+融媒体全网宣推”的校地协同机制，打造具有全国影响力的沉浸式文化 IP。[9]一是推动演艺场景常态化，依托延安、兰州、郑州、济南等沿黄城市的地标，打造开放式“黄河之声大舞台”，设立周末固定合唱点，邀请高校师生与文化志愿者带头领唱，降低艺术参与门槛，将作品融入城市生活。二是开拓 IP 全产业链，开发高品质数字唱片、沉浸式 XR 音乐空间、黄河主题文创产品；结合“跟着音乐去旅行”文旅趋势潮流，设计“寻访冼星海足迹”红色研学线路，实现文化传播、文旅发展与协同共赢。[10]

5.《黄河大合唱》创新传播策略的实施价值与现实启示

5.1 赓续红色人文精神，实现红色音乐经典的活态传承

《黄河大合唱》不仅是艺术巨作，更是民族百折不挠、自强不息精神特质的具象化载体。融媒体创新传播策略的实施，打破了传统高雅艺术与大众审美间的认知壁垒，使历史档案与殿堂剧场中的经典旋律在现代网络语境中重焕生机。这种“润物细无声”的活态传承，让厚重的革命历史与爱国主义情怀转化为当代青年可感可触的精神力量，为铸牢中华民族共同体意识、构筑共有精神家园具有深远的文化战略价值。[11]

5.2 赋能高校美育与思政育人，强化文化育人协同实效

红色经典音乐的创新传播为新时代高校“课程思政”与美育改革提供优质实践样本。将《黄河大合唱》的排演与融媒体传播融入高校育人体系，搭建起“以美育人、以乐化人、以史育魂”的立体化育人框架。[12]青年学生在沉浸式音乐实践与融媒创作中，实现了从“认知接受”到“情感共鸣”再到“价值内化”的升华，有效增强高校思政教育感染力与实效性。

5.3 助推地方文旅与城市形象塑造，释放经典艺术的当代综合效能

“兰州黄河大合唱”案例表明，红色音乐与地方文旅的深度融合，能够塑造城市品牌、带动文旅发展。依托黄河地标开展场景化传播，借助融媒体全域扩散，为城市带来网络曝光与青年游客，打造独特文化名片，彰显红色文化助推地方经济社会高质量发展的无限潜力。

6.结论

文化因传承而厚重，因创新而致远。《黄河大合唱》承载的黄河精神与民族气节具有历久弥新的时代价值。融媒体纵深发展的时代背景下，红色经典传播既不能固守传统范式，也不可盲目盲目追逐流量，应当立足时代语境守正创新。

本研究系统梳理《黄河大合唱》传播演进、现实困境与优化路径，提出红色经典传播需实现三大转向：一是从单向“展演思维”向双向共生的“融媒共创思维”转变；二是通过思想内涵深耕实现时代审美转译；三是依托多平台矩阵精准分发、激活青年主体参与活力、深化校地文旅长效 IP 联动，以此打破红色经典与年轻受众间的传播壁垒。让黄河之声在数字时代焕发活力，为传承中国精神、凝聚民族向心力提供持久的文化支撑。

参考文献

[1] 伊丽媛.融媒体时代音乐文化传播：特征、困境与策略[J].现代传播（中国传媒大学学报），2020，42（12）：25-28.
[2] 罗亮.全媒体时代赓续红色血脉的理论意蕴与方法进路[J].思想理论教育，2022，（6）：100-104.
[3] 郑宏民.新媒体时代的参与式文化与大众重塑[J].传媒，2020，（22）：69-71.
[4] 梁筱梅.新媒体赋能红色文化数字化转型的价值意蕴与实践进路探究[J].新闻研究导刊，2026，17（1）：36-40.
[5] 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.
[6] 王伟.融媒体背景下黄河文化传播的策略研究[J].新闻爱好者，2021，（11）：51-53.
[7] 戴娟娟.《黄河大合唱》创作之当代文化价值阐释[D].西北民族大学，2022.
[8] 杜新平.红色经典音乐文化在高校公选课思政育人研究—以《黄河大合唱》为例[J].艺术评鉴，2021，（22）：96-98.
[9] 范周.文旅融合的理论与实践[J].人民论坛·学术前沿，2019，（11）：43-49.
[10]张海斌，战令琦.媒体融合视阈下红色文化传播策略探析[J].新闻爱好者，2022，（5）：99-101.
[11]刘凯华，王春然.《黄河大合唱》在铸牢中华民族共同体意识中的角色[J].黄河之声，2024，（21）：40-43.
[12]吕雪婷.美育视域下应用型高校大学生合唱团建设的探索与实践[J].艺术评鉴，2022，（10）：96-99.