

胡杨精神在环塔里木区域中传播媒介研究

杨保睿, 王江艳

塔里木大学 人文学院, 新疆 阿拉尔 843300

DOI:10.61369/HASS.2025090032

摘要 : 本文探讨了胡杨精神在环塔里木区域的传播媒介及其发展路径, 分析了传统媒介与现代互联网媒介的转型与创新。阐述了传统媒介(如电视、广播和报纸)在胡杨精神传播中的作用与局限性, 尤其是在多语种供给和受众注意力转移方面的挑战。分析了现代媒介的适应与创新, 特别是在网络视听、短视频平台及社交媒体中的应用。通过短视频、直播等形式, 胡杨精神的传播实现了跨地域、跨文化的广泛扩展, 尤其是在短视频平台和社交媒体的互动性上表现突出。倡议通过短视频与社交平台的结合, 强化“触达、互动、转化”的传播路径, 提升胡杨精神的传播效果, 形成文化认同与公共参与的有效闭环。

关键词 : 胡杨精神; 环塔里木区域; 传播媒介; 民族团结

Research on the Communication Media of *Populus euphratica* Spirit in the Tarim Area

Yang Baorui, Wang Jiangyan

School of Humanities, Tarim University, Alar, Xinjiang 843300

Abstract : This article explores the communication media and development path of *Populus euphratica* spirit in the Tarim area, and analyzes the transformation and innovation of traditional media and modern Internet media. The role and limitations of traditional media (such as television, radio and newspapers) in the dissemination of *Populus euphratica* spirit are expounded, especially the challenges in multilingual supply and audience attention shifting. The adaptation and innovation of modern media are analyzed, especially the application in online audio-visual, short video platforms and social media. Through short videos, live broadcasts and other forms, the dissemination of *Populus euphratica* spirit has achieved extensive expansion across regions and cultures, especially in the interactivity of short video platforms and social media. The initiative combines short videos with social platforms to strengthen the communication path of "reach, interaction, and transformation", enhance the communication effect of *Populus euphratica* spirit, and form an effective closed loop of cultural identity and public participation.

Keywords : *populus euphratica* spirit; tarim area; communication media; national unity

一、环塔里木区域胡杨精神的传播媒介

(一) 传统媒介现状与局限性

早期扩散与典型案例, 在互联网尚未全面普及的阶段, 电视、广播与报纸承担了胡杨精神的主流叙事与形象建构职能。以电视纪录片为例, 2016年由国家新闻出版广电总局、新疆自治区党委宣传部与新疆电视台联合策划的16集大型系列纪录片《塔里木河》在京发布并播出, 凭借宏观镜头与多民族人物群像的交织, 系统呈现塔里木流域生态—人文景观, 为“坚韧、守望、奉献”的胡杨精神提供了影像化证据与可感叙事, 这一叙事在新疆卫视与视频网站联动传播后, 显著扩大了受众半径^[1]。

新疆卫视推出4集大型人文纪录片《塔里木河》(入选国家广电总局“记录新时代”精品项目), 以“漫流—润泽—丰盈—奔腾”的结构重述人河关系, 强化“生态修复—公众认同—区域情感”的传播闭环, 显示出省级卫视与纪录片赛道在主题传播中的持续承载力。

广播与兵团媒体同样发挥了阵地作用。“胡杨精神”专题党课、主题节目, 通过人物讲述与史料再现将价值话语下沉至连队、企业与社区, 强化了“扎根边疆、甘于奉献”的实践导向; 兵团广播电视台在年度社会责任报告中, 将“传承弘扬兵团精神与胡杨精神”列为核心工作取向, 凸显主流媒体在价值凝聚方面的制度化供给。

传统媒介存在一定局限性, 一方面, 传统媒介呈现“中心化、单向度”的传播特性, 节目编排与时段收视对年轻群体的吸引力相对有限; 另一方面, 尽管新疆广播电视台形成多语种供给(汉语、维吾尔语、哈萨克语、柯尔克孜语、蒙古语等), 在跨语言、跨文化的深度互动上仍面临挑战。

受众注意力结构逐渐向移动端转移。国家级统计报告与行业研究表明, 网络视听用户规模突破10.74亿, 短视频成为“第一互联网应用”场景, 人均单日使用时长约151分钟, 远超传统线性节目, 这意味着单一渠道与线性叙事难以覆盖“碎片化—移动化—社交化”的主流注意力生态^[2]。

（二）现代媒介的转型与创新

新闻网站与在线平台通过“图文—短视频—直播—H5—数据新闻”的组合，显著提升胡杨精神相关内容的生产效率与传播广度。中国互联网络信息中心（CNNIC）多期报告显示，线上视频与即时通信渗透率持续走高，短视频用户规模超过10亿，网络新闻用户规模稳定在数亿级，互联网普及率稳步提升，为主题传播提供了高覆盖的媒介基础设施^[3]。

网络视听行业年度报告强调，网络视听已成为“第一大互联网应用”，短视频、直播赋能文旅发展，旅游风景类内容观看比例高。这一趋势为胡杨精神与金秋胡杨景观的“内容—场景—消费”联动提供了机遇。

（三）互联网媒介的适应与发展

新疆地市级与县市级融媒体中心完成集约化建设，“报、台、网、端、微、屏”一体整合，依托“石榴云”等区域性平台形成客户端首发与矩阵分发的机制；多家地市级融媒新媒体粉丝量达到百万级规模，和田地区官方抖音粉丝达160万，显示本地化移动端供给能力与用户触达能力显著增强。

新疆两会等重大议题报道中，地州、县市融媒“文字、图片、视频、音频”多形态联动，提升了议题传播的覆盖度与交互深度。县级“新闻与服务”工程积极推动基层平台实现“内容生产、互动运营、公共服务”三位一体，从而让胡杨精神与群众日常生活更紧密耦合。

自治区2024年统计公报显示移动互联网用户与宽带用户持续增长，移动电话普及率达117.7部/百人，区域信息基础设施与用户规模为线上传播提供了坚实土壤。

（四）短视频平台的崛起

在抖音、快手等平台上，胡杨影像的航拍林冠、光影流转、人物故事与志愿行动，构成“1—3分钟”叙事短片。区域融媒体账号（如“巴州融媒”）形成稳定的粉丝池与内容供给，推动“地域—主题—社群”的三角互动。

CNNIC与网络视听年度报告显示，短视频用户渗透率超过93%—96%，微短剧与短视频的生产、消费生态持续扩张，行业规模突破万亿元，内容生产与分发的边际成本下降，有利于区域主题的规模化扩散。

但短视频也存在“过度娱乐化、情绪化剪辑、浅层记忆”的风险，容易造成复杂议题的碎片化理解。心理学研究中，高强度的短视频使用与压力、成瘾倾向等变量相关，需要在议题设计上引导“浅入口—深链接”，以专栏、长文/长视频、线下活动承接深度认知与公共参与^[4]。

（五）社交媒体的互动性

微信、微博、视频号与区域客户端评论区，提供了“多语种、多形态、多触点”的互动场景。网络视听年度报告指出，农村与下沉市场的网络视听用户增长显著，为“跨地域、跨族群”的议题扩散提供增量空间。当“官方权威源、地方融媒、本地媒体、普通用户”形成协同链路时，胡杨精神能够在“转评赞、共创、二次传播”中实现从“看见”到“参与”的转化^[5]。

在跨文化沟通方面，新疆广播电视台与新媒体平台强化多语种

供给，“一换台、一刷屏就是一种语言”的传播环境降低了信息进入门槛，有助于在多民族社群间建立“共同语境”。

传统媒介在胡杨精神的“符号铸造与权威定调”阶段发挥了基础作用。现代互联网媒介以高覆盖与高时效实现了规模化扩散与跨平台协同。新兴社交与短视频平台以互动性与可视化推动了情感共鸣与参与转化。

要在环塔里木区域形成“有形、有感、有效”的传播闭环，关键在于以纪录片或深度长文提供“硬核叙事”底座，以短视频与社交共创完成“触达、互动、转化”的递进设计，并通过融媒体矩阵与多语种体系打通“本地、全国、国际”的链接，使胡杨精神在不同群体、不同场景下都能获得可验证的事实支撑与可持续的公共参与。上述路径既回应了受众结构与注意力迁移的现实，也为区域文化自信与社会认同的培育提供了可操作的媒介路径^[6]。

二、媒介融合下的传播路径创新

（一）短视频平台的创新传播路径

短视频的传播特点与优势，短视频以“强视觉、强情绪、强分发”的三重优势，契合以胡杨为核心的意象传播。一是航拍、延时、微距等影像语言能够突出胡杨林的色彩层次与尺度张力，迅速形成人们对“坚韧、生长、守望”的直观感受。二是平台算法以完播率、互动率为核心，放大情绪共鸣型内容，利于把生态知识、人物故事转译为“可感、可传播”的观点段落。三是移动端“竖屏、沉浸、刷屏”降低了注意力进入门槛，结合平台的地理标签、兴趣标签，能将塔里木区域的在地影像高效推向全国流量池，实现跨地域扩散与次级创作（搬运、二创、联动挑战）叠加的滚雪球效应。行业权威数据显示，2023年我国网络视听用户规模达10.74亿、短视频人均日使用时长151分钟，网络视听继续稳居“第一大互联网应用”，为区域主题内容提供了广覆盖的传播土壤^[7]。

（二）短视频传播实践

“主流媒体+短视频”的破圈叙事。新疆主流平台与地方融媒通过短纪录片、微视频持续输出胡杨主题。如兵团广播电视台“短视频”频道滚动发布胡杨生态、人物故事与连队生产生活类微视频，使“胡杨与坚韧、奉献”的价值符码在高频更新中不断固化，形成了常态化触达机制^[8]。

“地州号和在地话题”的社群运营。以“巴州融媒”抖音号为例，账号粉丝约26万、点赞超千万，持续发布金秋胡杨、塔里木河两岸生活与文旅服务信息，兼顾“美学种草与服务导向”，在地方公共沟通与目的地营销中充当“数字前台”。

“主题作品与地标联动”的整合营销。以石榴云/新疆日报推出的文旅主题MV引爆为例，作品上线后同步上大屏与景区，带动二次传播与线下打卡，实现“看、想去、去”的转化闭环，体现出主流媒体从“内容供给者”向“创意生态共建者”的角色迁移^[9]。

“节庆IP”的高峰传播。轮台县胡杨文化旅游节期间，官方

与民间账号集中发布“胡杨仙子”“金色大道”等主题短视频，结合现场演艺、比赛与市集活动，制造可复制的“传播锚点”，显著提升影像在全国端的可见度与讨论度。

短视频在“触达、情绪、扩散、转化”的链路上表现突出，但仍需警惕“过度娱乐化、浅层记忆”的副作用。可以用“短视频快引流、长内容强沉淀、线下场景促转化”的台阶化设计来对冲。

三、社交平台的跨媒介互动

（一）互动性在传播作用

社交平台以“评论、转发、点赞、私域社群”的可见互动，强化了受众参与式体验与身份表达，使胡杨主题从“被观看的风景”转化为“被共同生产的公共叙事”。从媒介结构看，即时通信与网络视频（含短视频）双高渗透构成了“信息分发、社交扩散”的并联回路。2024年末我国网络视频用户达10.70亿、短视频用户达10.40亿，即时通信用户达10.81亿，为议题协同提供了基础盘。

在具体操作层面，话题挑战（金秋胡杨、新疆胡杨林一步一景等）的设置，有助于形成“平台内循环到多平台外循环”的流

量。而多语种内容与分域社群（在地居民、游客、摄影师、生态志愿者）的共同参与，能把“坚韧、守望”的价值叙事嵌入到日常交流中，提升“情感、意义、规范”的三维认同^[10]。

（二）社交平台实践

“官号、民号、关键意见领袖（KOL）”三级联动。以新疆两会、节庆季等时间窗为锚点，地州县融媒账号与本地KOL同步上话题、做联动直播，官方权威与民间叙事互证，有效提升议题覆盖与互动深度。

“多语种矩阵”的低门槛沟通。新疆日报社在报、刊、网、端、微、屏多个端口构建全媒体、多语种矩阵，覆盖用户总数超6000万；天山网提供汉、维、哈、英、俄等多语种内容与国际传播接口，降低跨族群、跨地域的接入门槛。

“公共议题的协同运营”。新疆检察机关以官微为龙头，联合多部门在微博、抖音开设直播间，做分众化普法内容。这一“1+X”联动实践为胡杨主题的跨部门联动提供了可借鉴的内容生产与组织模式。

社交平台的价值在于“把观看者变成参与者、把内容变成关系”。在胡杨主题上，应将互动设计前置，评论区征集“我与胡杨的故事”、联动志愿活动报名、二创征集赛等，将弱关系的“点赞”沉淀为强关系的“参与、共创、长期关注”^[11]。

参考文献

- [1] 赵瑜.胡杨精神的新媒体传播探析[J].新闻传播,2021(15): 43-45.
- [2] 樊雨.集体记忆视角下的胡杨精神传播研究[D].塔里木大学,2022.
- [3] 杨静.记忆理论视域下胡杨精神的媒介建构研究[D].塔里木大学,2023.
- [4] 侯冲.微博公益传播效应研究[D].吉林大学,2016.
- [5] 赵变弟.新疆高校大学生胡杨精神培育研究[D].喀什大学,2020.
- [6] 曹紫薇.新时代新疆高校胡杨精神育人研究[D].新疆大学,2023.
- [7] 王玮,王成涛.《胡杨百咏》中的胡杨书写与精神建构——兼论胡杨精神与兵团精神的比较[J].新楚文化,2025(06): 42-45.
- [8] 李楚恒.胡杨精神融入语文校本课程开发研究[D].塔里木大学,2021.
- [9] 杨阳.新时代新疆高校大学生胡杨精神培育研究[D].新疆师范大学,2022.
- [10] 雷坚.胡杨精神引领新疆高校大学生择业观研究[D].喀什大学,2022.
- [11] 李芸.新疆形象传播与区域文化认同研究[J].西部传媒研究,2023(04): 55-59.