

渡江战役纪念馆开放与网络宣传现状研究

韩 珍

滁州学院文学与传媒学院, 安徽 滁州

收稿日期: 2024年5月27日; 录用日期: 2024年7月18日; 发布日期: 2024年7月30日

摘 要

渡江战役作为解放战争最终一战, 在我国党史乃至全中国历史中都有举足轻重的地位。为进一步继承和弘扬伟大的革命精神, 通过对渡江战役纪念馆开放和网络宣传现状的研究, 得到促进红色文化传播的关键是完善纪念馆设施建设和加强网络宣传影响, 提出优化纪念馆线上服务和开放时间、提高数字化展示技术应用、创新网络宣传形式等对策, 从而更有效地向人们传播渡江战役的精神内涵, 把红色基因传承下去, 以进一步增强人民的爱国热情, 唤起国人的红色记忆。

关键词

渡江战役, 纪念馆, 红色文化, 开放现状, 网络宣传

A Study on the Current Situation of Opening and Internet Publicity of the Memorial Hall of the Battle of Crossing the River

Zhen Han

School of Literature and Media, Chuzhou University, Chuzhou Anhui

Received: May 27th, 2024; accepted: Jul. 18th, 2024; published: Jul. 30th, 2024

Abstract

As the final battle of the Liberation War, the Battle of Crossing the Yangtze River has a pivotal position in the history of our party and even the whole history of China. In order to further inherit and carry forward the great revolutionary spirit, through the research on the present situation of the opening and network propaganda of the memorial hall of crossing the Yangtze River campaign, it is concluded that the key to promote the spread of red culture is to improve the construction of the memorial hall facilities and strengthen the influence of network propa-

文章引用: 韩珍. 渡江战役纪念馆开放与网络宣传现状研究[J]. 新闻传播科学, 2024, 12(4): 902-906.

DOI: 10.12677/jc.2024.124138

ganda. To improve the application of digital display technology, innovative forms of network propaganda and other countermeasures, so as to more effectively spread the spiritual connotation of the battle of crossing the Yangtze River to the people, the revolutionary tradition passed on, in order to further enhance the people's patriotic enthusiasm, arouse the people's red memory.

Keywords

Yangtze River Crossing Campaign, Memorials, Red Culture, Open Status, Network Propaganda

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

渡江战役是中国人民解放军战争史上的重要战役之一，对于中国人民解放军的胜利和新中国的成立具有重大意义。而革命纪念馆是传承红色基因、讲好革命故事的重要场所[1]。习近平总书记在2020年亲身参观合肥市渡江战役纪念馆，传达了“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”的重要指示精神[2]。同时，党的二十大报告针对“弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系，用好红色资源，深入开展社会主义核心价值观宣传教育”做出部署。为继承和弘扬红色基因，带动当地的红色文化事业的发展，加大对渡江战役纪念馆的宣传力度，本次调研就渡江战役纪念馆开放与网络宣传的联系展开研究，深入探讨有关渡江战役纪念馆的深刻文化内涵和历史意义，并运用新媒体平台等网络宣传，增强渡江战役纪念馆的影响力和感召力，弘扬渡江精神。

本文将从参观者的视角，深度探究有关渡江战役纪念馆的开放与网络宣传现状问题，结合不同地方渡江战役纪念馆的发展情况和网络宣传效果，针对所发现的问题提出可行性建议。

2. 渡江战役纪念馆开放与网络宣传现状

渡江战役纪念馆由中共中央办公厅、国务院办公厅批准建设，是国内规模最大、收藏史料最全的纪念渡江战役辉煌历史的专题场馆。通常在周二至周日的上午9:00至下午17:00开放(16:30停止入园)，全年周一全天不开放(国家法定节假日除外)。观众需通过渡江战役纪念馆微信公众号进行实名制预约，凭预约二维码或使用预约时的二代身份证刷卡入馆。纪念馆通过丰富的展览内容和多样化的展示方式，为参观者提供了生动、形象的参观体验。除了传统的文字、图片和实物展示外，纪念馆还引入了多媒体展示等现代科技手段，使参观者能够更深入地了解渡江战役的历史背景、战略部署和战斗过程。

在网络宣传方面，渡江战役纪念馆建立了官方网站和社交媒体账号，通过这些平台发布纪念馆的最新动态、展览信息、活动预告等内容。同时，纪念馆也积极与其他文化机构、旅游企业、学校等合作，共同推广渡江战役的历史文化，为传承和弘扬中华文化做出了积极贡献。

3. 渡江战役纪念馆开放与网络宣传方面的问题

通过调查发现，了解到有关渡江战役纪念馆的一些主要问题，主要表现在以下方面。

(一) 开放时间限制

通过走访多个渡江战役纪念馆发现，国内大部分渡江战役纪念馆开放时间通常在每周二至周日的

9:00~17:00 开放, 周一闭馆, 虽然保持了一定的开放时间, 但对于外地游客或工作日无法前来的观众来说, 开放时间仍显不足。经调查发现, 针对于此类问题, 国内多家博物馆和纪念馆已取消了周一闭馆的规定, 这一传统实践原本源自国际惯例, 为了给博物馆设施和文物展品留出休整和保养时间, 选择了工作日第一天、客流较少的周一闭馆。通常情况下, 博物馆会安排一线工作人员轮休, 其他员工继续工作, 设备检查、维护保养以及部分文物保护工作也会在这个时间段内进行。

然而, 经过整理发现, 自 2023 年 7 月 31 日起, 杭州市已对 52 家市属国有博物馆的开放时间进行调整, 实施分时错时开放政策, 使市民和游客每天都有机会参观博物馆, 这打破了城市的传统“周一闭馆”制度。南京市也实施了“提前开馆、延迟闭馆”的举措。南京市民俗博物馆经过改造升级后, 正式开放, 新增大板巷 42 号一至五进作为夜间开放区域, 夜间开放时间为每周五、周六 17:30~21:00。渡江胜利纪念馆广场每天开放时间为 17:00~22:00。南京中国科举博物馆每天均开放, 并延长至 22:30。这些举措对于整体形式上来看是值得被广泛借鉴的。

(二) 线上服务“预约难”问题

渡江战役纪念馆作为重要的历史文化遗产地, 吸引了大量游客前来参观。然而, 由于纪念馆的容量有限, 无法容纳所有希望参观的游客, 因此导致预约难的问题。特别是在旅游旺季和节假日, 游客数量激增, 预约难度进一步加大。并且在走访过程中发现一些老年游客可能对纪念馆的预约政策、开放时间、可预约名额等信息了解不足, 导致在预约过程中遇到困难, 不知道如何通过官方渠道进行预约, 从而错失了参观机会。对于预约票数, 以上海博物馆为例, 据统计每日参观人数额度 10000 人, 从统计数据中发现, 实际日场到场人数约为 7000 人, 其中约 20% 的额度是可能被浪费的, 无法如期参观的观众如果能提前取消预约, 这部分额度是可以在每天 7 个预约时段内动态释放的, 这使得原本能预约到票的人们失去了预约机会。另外还有一些不法分子可能利用技术手段或软件恶意抢票和囤票, 导致真正想要参观的游客无法获得预约名额。这种行为不仅扰乱了市场秩序, 也加剧了预约难的问题。

(三) 数字化展陈设计待提升, 互动体验不足

渡江战役纪念馆的展陈设计现况显现出比较强的综合性和比较高的智能程度, 并且也体现了技术的前瞻性。具体看来说, 展陈设计更注重借助数字化技术创造、补充、深化、延伸展陈具体内容, 使博物院革命纪念馆的文物展陈工作迈进数字化技术的新平台。目前, 渡江战役纪念馆统共展出文物 956 件, 其中一级文物 11 件(8 套)、二级文物 38 件(21 套)。主要展陈方式包含柜台置放文物展示、文字图片说明、静态场景展示以及扫码语音解说文物等。然而, 展陈部门力量研发相对比较薄弱, 原有展陈各项设施和展陈形式相对比较单一。在实际参观的过程中, 很容易导致参展者不知所措的境况, 特别对于缺少相关文物文化知识背景的参展者来讲, 进而会妨碍纪念馆实现文化传播和教育功能[3]。并且在展陈设计中缺乏互动性, 观众只能被动地接受信息, 无法参与其中。这样的设计方式无法激发观众的兴趣和热情, 也难以达到良好的传播效果。同时, 纪念馆中多媒体内容展示形式也较为单调无趣, 多以纪录片放映的形式供参观者游览, 大多观赏者只会驻留一会儿, 无法深入了解。

(四) 宣传内容同质化, 形式单一

由于红色文化网络传播的特性, 各地纪念馆的宣传内容存在相互借鉴和模仿的情况, 导致游客在浏览网络宣传内容时, 难以区分不同纪念馆的特色和价值, 没有凸显出不同地方纪念馆的精神亮点。同时, 在参观多地渡江战役纪念馆时, 在红色宣传学习方面, 多数存在“一锅煮”的现象, 不能根据教学对象的变化更换主题或着重强调某一主题, 雷同性的教学迫使不同层面、经济发展状况不一地区的红色精神的宣传教育差别不大, 这显然不能适应不同领域、不同年龄和文化层次干部的需要[4]。且该形式的宣传范围十分有限, 不能照顾到广大参观游客, 应适当拓宽宣传渠道及方式。

4. 对策建议

(一) 适当延长开放时间

据了解兰州市属 9 家博物馆“周一不闭馆”。随着兰州旅游热度持续攀升，公众参观博物馆的需求大幅增加。为了更好地满足公众对文化的需求，甘肃省兰州市文化和旅游局加强了博物馆的开放服务，打破了“周一闭馆”的惯例。从 2023 年 8 月 7 日开始，他们推出了一系列措施，包括“周一不闭馆”、延长开放时间、丰富文化供给、优化场馆环境，提升接待水平等。这些措施扩大了公共文化资源的共享面，让游客“高兴而来，满意而归”。借此，共同推动倡导适当延长渡江战役纪念馆的开放时间，让更多的游客有机会和更多时间来参观和学习红色文化，深度体会渡江战役的精神内涵，更好地继承和弘扬渡江精神。

(二) 线上服务优化升级

为缓解热门场馆“预约难”问题，纪念馆可根据情况适当增加供给量，优化预约系统，提高系统的稳定性和可靠性，同时简化预约流程，降低游客的预约难度。并通过官方网站、社交媒体等渠道加强信息宣传，让游客更加了解预约政策、开放时间等信息，提高游客的预约成功率。同时也可以参考南京博物院的办法。为了缓解“预约难”的问题，南京博物院采取分时段预约、动态投放门票、优化预约程序，在保障文物安全和观众参观舒适度的前提下，将日参观上限额调整到了 25000 人。南博小程序还增设“黑名单”条款，严厉遏制恶意抢票、囤票、倒票、爽约等行为。该举措取得了显著成效。

(三) 提高数字化展示技术应用加强互动体验

借助先进的数字化展示技术，为游客提供更加生动、形象的红色记忆体验。利用 VR、AR 等技术，重现历史场景，让游客仿佛置身于那段光辉岁月。同时，通过数字化展板、触摸屏等展示方式，让游客可以随时随地了解红色故事，深化对红色文化的认知。为了增强游客的参与感和体验感，可以设计一系列互动体验活动。例如，举办红色主题知识竞赛、角色扮演、现场讲解等，让游客在轻松愉快的氛围中了解红色文化，增强红色记忆。此外，还可以开展亲子游、研学游等特色活动，满足不同游客群体的需求。

(四) 利用短视频平台创新宣传形式

新媒体时代，以抖音、腾讯视频、快手等短视频平台不断兴起，短视频成为当下人们展现自我和文化交流的主流形式。截至 2022 年 6 月，我国短视频的用户规模增长明显，达 9.62 亿，较 2021 年 12 月增长 2805 万，占网民整体的 91.5% [5]。据《中国红色旅游消费大数据报告》指出在整体红色之旅人群中，80、90 后占比 80%，00 后、90 后的“Z 世代”人群总数已经占比 51% 以上，可见我国红色文化除了受到中老年人群的欢迎，同时也有越来越多的年轻人涌入红色旅游的热潮。通过短视频讲好这些红色文化景观故事，将红色革命历史、红色基因文化通过影像的方式进行故事化传承，不仅形式年轻态，也更符合青年人的接受心理，是红色旅游通过短视频进行对外传播的重要方向[6]。

(五) 创新网络宣传内容，突出纪念馆的特色和价值

深入挖掘渡江战役背后的故事和细节，创作有深度、有情感的内容，以吸引观众的注意力。制作系列短视频、动画或图解，用生动的形式呈现渡江战役的经过、重要战役以及背后的意义。结合现代元素和热点话题，创造具有时效性和话题性的内容，如纪念日的特别报道、相关影视剧的联动宣传等。

5. 结论

通过了解渡江战役这类革命纪念场馆可以得知，在现如今大力弘扬学习红色文化的情况下部分相似主题的场馆发展程度、开放程度不一。以渡江战役相关场馆为例，由于渡江战役历时时间长，所涉及的

城市较多,因此与渡江战役有关的场馆则呈现出数量多、分布广的局面。而这同样使得渡江战役场馆的开放程度不一,有的因需维持发展而采取收费参观的模式,使得参观游客数量较少,有得因场馆知名度低,参观人数较少。因此在之后的调查之中可以探索加强各场馆之间的联动性,从而依托互联网平台充分发挥好红色文化对于人们精神文化生活的熏陶,使更多的人感受到革命纪念馆所赋予的精神内涵。

基金项目

滁州学院大学生创新创业训练项目(编号: S202310377133)。

参考文献

- [1] 杨璟. 革命纪念馆如何发挥好党史教育功能——以渡江战役纪念馆为例[J]. 文物鉴定与鉴赏, 2022(19): 61-64.
- [2] 张秋红. 打造红色现场大课堂让爱国主义精神永放光芒[N]. 中国文物报, 2022-11-25(008).
- [3] 刘月林, 宋立巍. 基于情境叙事的非物质文化遗产交互展陈体验设计[J]. 设计, 2018(15): 132-133.
- [4] 王高, 葛刚, 黄宗红, 吴孝飞, 张章, 王飞. 改革创新革命类纪念馆红色宣传教育之路[C]//2021 教育科学网络研讨会论文集: 2021 年卷. 北京: 中国管理科学研究院教育科学研究所, 2021: 332-335.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=kHMw6kznbpre2eGp3SRg5Zwqr0cDUUnUb7BTX2ii7aTDOZ2awaLMVHcWpnwJ3TZqBqY3UlbCX64ssFDsmoylNNEuHosape2E03e1taSvPkPtBAc7I6CpSxFk4BT_BAcoqJL5pN9U4h8hk7TDH3PwzqEOfdySodT8qMOF5AH2I2YZFCrLXaKDKlA==&uniplatform=NZKPT
- [5] 崔三常. 山东红色文化短视频的传播路径研究[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(21): 75-79.
- [6] 李孟晨. 红色旅游“年轻态”短视频宣传策略探究[J]. 电影画刊, 2023(4): 55-57.