

新媒体视域下镇江红色文化数字化保护与传播研究

张子易, 陈中琴, 周莉莉

南京师范大学中北学院, 江苏 丹阳 212334

DOI:10.61369/HASS.2025080002

摘 要 : 随着数字技术与新媒体的蓬勃发展, 文化保护与传播模式发生深刻变革, 红色文化的数字化保护与传播成为国家文化战略的重要内容。镇江作为历史文化名城, 拥有丰富的红色文化资源, 但在数字化保护的系统性、传播的精准性和影响力等方面存在不足。本文以新媒体视域下镇江红色文化数字化传播为研究对象, 通过梳理镇江红色文化资源现状, 分析新媒体在其传播中的应用情况, 结合问卷调查及数据分析, 发现不同年龄群体在传播渠道偏好和参与度上有显著差异, 当前数字化传播虽提升了人们认知, 但在内容深度和交互体验上仍存在不足, 未能有效将高意愿转化为实际参与。针对这些问题本文提出了一些优化建议: 构建多渠道差异化传播方式; 从被动接受到主动参与, 提升沉浸式体验; 深耕内容质量, 创新交互形式; 启动“破圈”传播与跨界合作, 全面提升镇江红色文化传播效果。

关 键 词 : 红色文化; 数字化传播; 新媒体

Research on the Digital Protection and Dissemination of Zhenjiang's Red Culture from the Perspective of New Media

Zhang Ziyi, Chen Zhongqin, Zhou Lili

College of Zhongbei, Nanjing Normal University, Danyang, Jiangsu 212334

Abstract : With the vigorous development of digital technology and new media, profound changes have taken place in the modes of cultural protection and dissemination, making the digital protection and dissemination of red culture an important component of the national cultural strategy. As a renowned historical and cultural city, Zhenjiang boasts abundant red cultural resources; however, it faces deficiencies in terms of the systematic nature of digital protection, the precision of dissemination, and its influence. This paper focuses on the digital dissemination of Zhenjiang's red culture from the perspective of new media. By reviewing the current status of Zhenjiang's red cultural resources and analyzing the application of new media in its dissemination, combined with questionnaire surveys and data analysis, it reveals significant differences in the preferences for dissemination channels and levels of participation among different age groups. Although the current digital dissemination has enhanced people's awareness, there are still shortcomings in content depth and interactive experience, failing to effectively convert high willingness into actual participation. To address these issues, this paper proposes several optimization suggestions: constructing a multi-channel and differentiated dissemination approach; shifting from passive reception to active participation to enhance immersive experiences; delving deeper into content quality and innovating interactive forms; initiating "out-of-circle" dissemination and cross-sectoral collaborations to comprehensively improve the dissemination effects of Zhenjiang's red culture.

Keywords : red culture; digital dissemination; new media

引言

近年来, 随着数字技术的飞速发展和新媒体的广泛普及, 文化的保护与传播方式正经历着深刻变革。国家高度重视文化遗产的数字化保护工作, 先后出台《“十四五”文化和旅游发展规划》等政策文件, 明确提出要利用数字技术推动文化资源的活化利用, 构建线上线下相结合的文化传播体系。

在新媒体视域下, 信息传播呈现出即时性、互动性、碎片化等特征, 传统的红色文化传播模式已难以满足当代受众, 尤其是年轻群

体的需求。如何借助新媒体技术，突破时空限制，让红色文化以更生动、多元的形式贴近大众，成为当前红色文化传承与发展面临的重要课题。镇江作为历史文化名城，拥有丰富的红色文化资源，但在数字化保护的系统性、传播的精准性和影响力等方面仍存在提升空间，亟需结合新媒体环境探索有效的保护与传播路径。

一、镇江红色文化资源及数字化传播现状

（一）不同形式红色文化资源

革命旧址类。镇江有众多革命旧址：镇江市烈士陵园是全国重点烈士纪念建筑物保护单位；新四军驻镇办事处旧址留存新四军抗日历史痕迹；苏南抗战胜利纪念碑有“碑下放鞭炮、空中响军号”奇观，均见证镇江革命历史，具有重要纪念意义与教育价值^[1]。

文物遗存类。红色文献记录革命历史事件与思想传播，革命文物承载丰富革命信息。场馆保存的武器、生活用品、文件（作战命令等），均为研究镇江革命历史的重要实物资料。

红色故事与精神类。镇江红色文化有诸多感人故事，如抗战时期当地群众与新四军牺牲奉献，革命烈士狱中坚守信仰英勇就义。同时孕育了新四军“铁军”精神，战士们在残酷环境中凭借坚韧不拔的品质击退敌人，这种精神激励着一代代镇江人。

（二）镇江红色文化数字化传播现状

依托全国文物普查，镇江查清近千个红色资源，33处不可移动文物和154件（套）可移动文物入省名录，完成4千余件（套）馆藏文物盘库、建档及部分数字化保护。通过点面结合、线上线下互补方式，整合红色资源，开展“铁军讲堂”，打造“行走的思政课堂”，实施“何以镇江”工程、短视频大赛、“红色文化六进”等活动。镇江市还引进了“数字一大·初心之旅”项目，并在镇江博物馆设立VR大空间，通过沉浸式体验激发党员群众学习党史的主动性^[2]。

（三）镇江红色文化数字化传播调查分析

本次调查通过线上发布问卷300份，回收有效问卷298份，回收率99%。问卷设计共11道题，包括：被调查者基础信息，对镇江红色文化的了解程度以及了解渠道，对镇江红色文化数字化传播的态度问题。

1. 样本背景分析

调查结果显示，18-30岁的年轻群体占比高达40.94%，该群体在样本中占据主导地位。受访者教育程度普遍较高，大专及本科的比例为35.9%，明显高于其他受教育程度。这表明调查对象的整体教育水平较高，可能影响其对文化产品的接受度和偏好。

2. 样本行为特征差异性分析

通过卡方分析检验可见不同年龄段因教育经历、媒介接触习惯等因素，在渠道的选择上呈现显著差异。“学校教育”呈现出0.05水平显著性（ $\chi^2=11.939, p=0.018<0.05$ ），通过百分比对比差异可知：18岁以下选择选中的比例50.00%，18-30岁选择选中的比例51.64%，会明显高于平均水平40.60%。可以看出学校教育这个传播渠道对于大部分30岁以下年轻人来说是了解红色文化的重要

渠道。“微博、微信、抖音等新媒体”呈现出0.01水平显著性（ $\chi^2=16.991, p=0.002<0.01$ ），通过百分比对比差异可知，18-30岁选择选中的比例39.34%，会明显高于平均水平。从调研数据可以看出，30岁以下年轻群体更倾向于通过微博，抖音等新媒体渠道了解红色文化。

年轻人对红色文化的了解程度普遍较高。在年龄段中，30岁以下的人群对红色文化遗址的了解程度较高。“红色文化遗址（焦山古炮台、贺甲战斗纪念馆等）”呈现出0.05水平显著性（ $\chi^2=11.497, p=0.022<0.05$ ），通过百分比对比差异可知，18岁以下选择选中的比例100.00%，18-30岁选择选中的比例59.84%，会明显高于平均水平51.01%。而60岁以上老年群体则对红色文艺作品了解程度更高。“红色文艺作品（《红色娘子军》《红灯记》等）”呈现出0.05水平显著性（ $\chi^2=10.505, p=0.033<0.05$ ），通过百分比对比差异可知，60岁以上选中的比例82.86%，会明显高于平均水平61.41%。建议针对不同年龄段开展不同形式的红色文化的宣传活动，以进一步提升他们的参与感。

3. 样本态度分析

大多数受访者认为数字化传播有效加深了对镇江红色文化的了解。在对镇江红色文化的了解方面，选择“符合”和“非常符合”的受访者占比达到55.03%，显示出数字化传播在提升文化认知方面的积极作用。关于是否愿意参与红色文化数字化传播的调查数据显示，84.64%的受访者选择了“非常愿意”和“愿意”两个选项，表明他们对参与红色文化数字化传播的态度较积极。建议相关机构可以通过社交媒体和线上平台，进一步推广红色文化的数字化内容，以吸引更多年轻人的参与。

4. 调查小结

基于以上调查问卷数据分析，镇江红色文化数字化传播存在以下问题：第一，不同年龄段的了解渠道差异显著，但现有策略未能充分适配大众需求。从调研数据可以看出，30岁以下年轻群体更倾向于通过微博，微信，抖音等新媒体渠道了解红色文化。第二，年轻人对红色文化了解度较高，但参与感和转化仍有提升空间。在年龄段中，30岁以下的人群对红色文化遗址的了解程度较高，而60岁以上群体则对红色文艺作品的了解程度更高。第三，新媒体平台虽受欢迎，但内容深度与交互体验有待加强。第四，数字化传播在提升认知上有效，但扩大传播范围的效果未达预期。

二、镇江红色文化数字化传播优化建议

（一）构建“多渠道、差异化”的传播方式

为镇江红色文化构建“多渠道、差异化”的数字化传播体系，核心在于建立一个“中央调度+分众传播”的模式。首先，

通过对现有镇江红色文化资源进行系统性数字化采集与梳理，建立一个统一的内容素材库。在此基础上，针对不同年龄和圈层的受众，制定差异化的内容策略与渠道组合：面向18-30岁的年轻群体，以抖音、B站为核心阵地，主打短视频、Vlog和互动话题挑战，将严肃的历史内容转化为易于接受和分享的视觉化方式；服务31-45岁的中青年群体，则在微信公众号、视频号深耕，提供实用的文旅攻略，满足其对内容深度和实用性的需求；对于46岁以上的中老年群体，则通过与地方电视台、广播合作推出专题节目，并结合社区活动进行触达，内容上侧重经典回顾与权威解读。通过追踪各平台的受众行为数据，进行数据分析与总结，最终实现对不同受众群体的高效触达，全面提升镇江红色文化的数字化传播效能^[1]。

（二）从“被动接受”到“主动参与”，提升沉浸式体验

深化互动共创，激活用户创作势能。针对年轻群体打造多元化参与式创作生态。发起“红色经典新编”短视频大赛，鼓励年轻人红色经典进行现代演绎；举办主题文创设计大赛等。通过这些举措，让年轻人从红色文化的“观众”转变为“创作者”，在创作实践中实现对红色文化的深度认同与价值传递。

打造全域沉浸场景，强化多感官体验。线下场景：构建实景沉浸式体验网络。推广红色沉浸式剧场；推出“红色镇江”主题研学路线，让参与者在亲身实践中深化对红色文化的认知。线上场景：运用3D建模技术将红色景点数字化，通过数字技术还原其使用场景；设计“红色镇江·答题闯关”互动小游戏，以趣味化形式激发用户主动探索红色文化的热情。

（三）深耕内容质量，创新交互形式

深挖丹阳当地红色文化，凝聚地域精神标识。例如，茅山新四军纪念馆内的苏南抗战胜利纪念碑，每当游客在碑前燃放鞭炮，空中便会传来清晰的军号声，这一现象源于声学原理与历史记忆的奇妙结合，被赋予“烈士英灵回响”的象征意义。而“坚定信念、不屈不挠、艰苦奋斗、无私奉献”的茅山精神，也成为镇江红色精神的核心内涵。镇江地区还留存了大量抗战时期的平民家书，这些家书中饱含家国情怀、亲情牵挂与抗战决心，成为展现普通民众抗战心态的“活史料”。通过数字化整理与公开传

播，这些红色家书成为镇江红色文化中极具温度的内容，可以让观众从微观视角感受全民抗战的历史图景^[4]。

在互动与体验上可以引入VR/AR技术，让用户通过手机“触摸”历史文物、“走进”历史会议现场。开发时空穿梭功能，用户可通过时间轴滑块查看不同历史时期的场景变化。加入动态环境系统，模拟不同天气和光照条件下的场景效果。突破空间和时间的局限，打造更真实的体验空间。

（四）启动“破圈”传播与跨界合作

启动“破圈”传播与跨界合作，具体可从三方面推进：一是联合本地连锁奶茶店推出“红色主题杯”，杯身印镇江红色地标图案及扫码观看短视频的入口，同步在门店设置红色文化宣传立牌；二是与市区商场（如苏宁广场）合作，在中庭设置AR红色互动屏，市民扫码即可参与“红色知识答题赢购物优惠券”活动，同时在商场LED屏循环播放3分钟短时长的镇江红色故事动画；三是邀请本地生活类博主开展“红色打卡Vlog”合作，博主实地探访茅山新四军纪念馆等遗址，以“逛馆+讲解+互动体验”的生活化视角制作内容，发布时带“镇江红色打卡”话题并联动官方账号转发，吸引普通市民跟随参与^[5]。

三、结语

本文梳理镇江红色文化资源现状及新媒体应用，发现其资源丰富但数字化整合与深度开发不足，传播潜力未充分释放，内容精准性与深度有待提升。公众对数字化展示接受度较高，但体验感两极分化，技术应用存在落差。受众以高学历年轻人为主，不同年龄群体在渠道偏好与参与度上差异明显，虽提升认知但未有效转化为参与。针对这些问题提出优化建议：构建多渠道差异化传播，推动受众从被动到主动参与，提升沉浸式体验，深耕内容并创新交互，开展“破圈”传播与跨界合作。“资源整合—精准传播—技术赋能—体系保障”四位一体策略，是实现红色文化从静态遗产向动态活态资源转化的关键路径，使其在新的时代背景下焕发更强大的生命力和影响力。

参考文献

- [1] 赖继年, 李好奇. 镇江红色文化资源保护与利用研究 [J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(34): 102-106.
- [2] 王明宽, 李璐璐. 新媒体时代红色文化的传播现状与对策 [J]. 名作欣赏, 2025, (26): 11-13.
- [3] 李宏刚, 韩雨宁. 数字化红色文化资源赋能高校思想政治教育价值意蕴、现实隐忧及优化进路 [J/OL]. 江苏大学学报 (社会科学版), 1-10[2025-09-28].
- [4] 李莎, 孟翔, 朱其林. 影像传播视角下镇江红色文化符号传播路径创新研究 [J]. 文化创新比较研究, 2022, 6(07): 66-69.
- [5] 肖紫嫣. 新媒体视域下赣南苏区红色文化传播路径研究 [D]. 景德镇陶瓷大学, 2025.