

融媒体赋能铁路文化传播路径研究

宋莉 胡晓满

南京铁道职业技术学院通信信号学院

DOI:10.12238/er.v7i12.5641

摘要：铁路文化是中国人民在铁路艰辛发展史中创造出来的独特精神财富，体现着国家及其人民的精神与价值。融媒体视域下铁路文化的传播，要充分挖掘文化内涵，打造铁路文化品牌；推进媒介融合，多形式讲述铁路故事；技术赋能传播，拓宽铁路文化多维传播渠道；完善监管机制，创建文化传播的健康环境。融媒体视域下铁路文化传播的多种路径，将为铁路文化的传播与发展提供更多的解题思路，实现铁路文化全时全域的深度传播和有效传达。

关键词：融媒体；铁路文化；传播路径

中图分类号：G20 **文献标识码：**A

Research on the Path of Railway Cultural Communication Empowered by Convergence Media

Li Song, Xiaoman Hu

Communication and Signal College, Nanjing Institute of Railway Technology

Abstract: Railway culture is the unique spiritual wealth created by the Chinese people in the arduous history of railway development, which reflects the spirit and value of the country and its people. The dissemination of railway culture from the perspective of convergence media should fully explore cultural connotations and create railway cultural brands; Promote media integration and tell railway stories in multiple forms; Technology can empower communication and expand multidimensional channels for the communication of railway culture; Improve regulatory mechanisms and create a healthy environment for cultural dissemination. The various paths of railway culture dissemination from the perspective of integrated media will provide more problem-solving ideas for the dissemination and development of railway culture, realizing the deep dissemination and effective communication of railway culture in all time and all domain.

Keywords: Convergence media; Railway culture; Communication path

引言

铁路文化是随着民族独立、人民解放、国家富强的伟大历史征程，在探索和推进筑路报国、兴路强国的伟大实践中，在不同的历史时期融合了各种社会历史因素共同作用下，培育、发展和形成的铁路精神内涵^[1]。在融媒体深度发展的背景下，铁路文化与融媒体通过资源融通、内容兼容、宣传互融、利益共融，拓宽铁路文化为主体的传播途径，以融媒体为传播载体，利用新型技术和多渠道，增添铁路文化的趣味性和生动性，使铁路文化更加大众化、信息化和大众化，提升铁路文化的认知度、认同感。

1 融媒体视域下铁路文化传播的现实困境

1.1 铁路文化内涵挖掘力度不足

铁路文化在融媒体视域下，依靠丰富的媒介渠道和技术手段为铁路文化的传播提供了更多机遇。然而，信息爆炸式增长使得人们对当前铁路文化的传播在挖掘和解读铁路文化内涵方面存在不足。一方面，缺乏对铁路文化深入的分析研究。虽然各媒体形式都通过各自的方式传播铁路文化，但

是大多时候它们仅局限于简单地介绍铁路文化的表现形式，缺乏对铁路文化内涵和价值的深入挖掘与理解。例如，某媒体平台传播“詹天佑”文化时，只是简单地介绍了詹天佑同志的事迹，并没有对其背后所蕴含的哲学思想、道德观念等进行深入剖析。这种浅尝辄止的传播方式无法引导人们对铁路文化进行深入思考，也就难以达到传承和弘扬铁路文化的目的。另一方面，铁路文化的传播形式单一，作品质量参差不齐，难以实现市场化推广，极大地限制了铁路文化的传播成效，削减了铁路文化感染力。同时，铁路文化的传播在解读视角上比较单一，缺乏多元化的解读方式。这导致受众难以从不同的角度和层面理解铁路文化，影响了铁路文化传播的广度和深度。

1.2 铁路文化传播缺乏整体规划

在融媒体时代，信息传播的渠道和方式都发生了巨大的变化，这为铁路文化的传播提供了更多的可能^[2]。然而，在实际操作中，铁路文化传播却缺乏整体规划。首先，铁路文化传播缺乏统一的目标和策略。由于缺乏整体的规划和指导，

各个媒体平台在传播铁路文化时往往只注重自身的利益和需求，而忽略了整体效果。这导致传播内容、形式和时间等方面缺乏统一性和连贯性，无法形成合力，进一步降低了铁路文化传播的效果。其次，铁路文化传播还存在着内容单一、缺乏创新的问题。在现有的传播内容中，往往只注重政治宣传和教育，而缺乏多样性和趣味性，无法吸引受众的兴趣和参与意愿。此外，传播形式也过于陈旧，缺乏创新性和时代感，无法与受众产生共鸣和互动。

1.3 铁路文化传播内容审核机制不健全

目前，对铁路文化传播内容的审核机制还不够完善，缺乏专业的审核机构和人员，这使得一些不良信息或虚假内容得以流传。一些自媒体或个人在社交媒体上发布有关铁路文化的文章或言论时，由于审核机制不健全，可能会传播不准确或不负责任的内容，这不仅影响铁路文化的形象，还会导致公众对铁路文化产生错误的认知和理解。

2 融媒体视域下的铁路文化传播的优势

2.1 媒体互融，拓宽铁路文化传播广度

融媒体时代，铁路文化传播不再由单一媒体主导，而是通过互联网和新媒体平台拥有更广泛的传播渠道。多元媒体相互交叉、相互贯通，人们可以随时随地获取铁路文化内容。通过社交媒体、视频分享平台、在线新闻网站等多个渠道，铁路文化可以触达更多的受众，无论是国内还是全球范围，人们都可以通过这些渠道获取铁路文化内容，感受铁路文化的魅力。实现铁路文化传播时效性与实效性结合，现实性与虚拟性融合，扩大铁路传播路径的宽度、深度、广度。

2.2 双向交互，掀起社会传播热潮

融媒体时代的信息传播具有双向性和交互性的特征，这为铁路文化传播带来了巨大的机遇。通过社交媒体、在线平台等渠道，受众可以对铁路文化信息进行点赞、评论、转发，这样的互动方式促进了信息发布者和受众之间的沟通与交流^[3]。受众可以参与讨论铁路文化的内涵、价值，铁路资源，热门话题等，从而极大地增强铁路文化的传播效果。而且融媒体时代信息传播的交互性使得信息传播者和接收者之间的身份边界模糊化，受众不仅仅是信息的接收者，还可以根据自己对铁路文化的兴趣和了解，积极收集和发布相关信息，表达自己的观点。这种互动和参与能够形成社会层面的铁路文化传播热潮，推动铁路文化的传承与发展。

2.3 技术赋能，创新铁路文化多维传播

互联网技术赋能铁路文化传播，使铁路文化在静态、动态、活态传承中增强传播感染力和真实性^[4]。虚拟性与现实性的无缝连接，将铁路文化以多维交互立体传播模式传送，让大众在身临其境、感同身受般的体验铁路文化中的精神内涵。铁路文化与融媒体深度融合，以大众喜闻乐见的多维交互形成视、听、触多方面体验形式传播更能够增加铁路文化

与大众的共情，减少两者的距离感。

2.4 融通资源，实现铁路文化信息数字化

从国家层面来看，构建数字化已成为国策，推动铁路文化向信息数字化转变是一场认知与思维的革命。融媒体整合了传统媒体和新媒体所拥有的资源，释放着双方潜在的铁路文化信息，形成“数字+铁路文化”“互联网+铁路文化”为代表的深度融合，加快铁路基因向各行各业渗透，延伸铁路文化的生命力。多媒体资源的融合为网民提供的不仅仅是多样化的选择和需求，也为铁路文化数字化提供精准化个性化传播的实现。融媒体传播的现实性与虚拟性加上互联网强大的搜索功能和资源共享功能，使铁路文化信息在二次传播、多次传播过程中能够被更快捷地搜索、查询和使用^[5]。

3 融媒体视域下的铁路文化传播策略

3.1 充分挖掘内涵，打造铁路文化品牌

在融媒体遍地开花的时代，铁路文化的价值不仅仅体现在革命性，更体现在导向性、先进性和激励性。铁路文化要在众多信息中脱颖而出，就必须打破传统文化传播的壁垒，深度挖掘铁路文化核心，以创新性的传播方式，不断提升铁路文化的影响力和传播力。在铁路文化传播与发展过程中，要基于铁路故事与铁色精神，不断丰富铁路文化传播厚度，打造铁路文化品牌，传承铁色基因。

3.2 加强媒介融合，多形式讲述铁路故事

在融媒体时代背景之下，铁路文化的传播与发展想要达到整体性、全面性的传播效果，就需要整合有效的资源，拓宽铁路文化的发展渠道。首先要打破常规，敢于跨界，形成多元化、立体化的铁路文化传播格局。将铁路传统文化与新生文化媒体有机融合，在不改变铁路文化传播主旨的基础上，运用现代化形式传播铁路文化，达到铁路文化的理想传播效果。其次要注意加强内容的衔接和延伸。在不同媒体平台上发布的内容应该相互关联，形成一个整体故事或概念，增强受众的参与感和观看的连贯性，提升铁路文化传播的效果。媒介融合用更加多样的形式讲述了铁路故事，对铁路文化传播做出了积极的探索。

3.3 技术赋能传播，拓宽多维传播渠道

技术赋能文化传播。5G技术蕴含“万物互联、人机共生”的理念，为铁路文化的传播与发展注入了新的活力，通过高速的传播速率，可以将铁路文化的人物、场景、事件接入网络，实现铁路文化的无边界传播。虚拟现实技术创新铁路文化展示方式，通过模拟铁路历史事件和人物形象，受众可以更加直观地了解铁路文化的历史背景和内涵。增强现实技术可以拓展铁路文化传播空间，在现实环境中增加虚拟元素，让受众在现实生活中随时随地了解和感受铁路文化。

内容与技术的深度交融，让铁路文化有了更加丰富的内容，也让铁路文化有了更好的延展。内容和技术的相互结合，

不仅是推进内容供给侧改革的基础要求，还为推进内容建设提供了新思路。有了技术的支持，铁路文化就有了更大的发展空间、更多的传播方式、更出彩的传播形式。

3.4 完善监管机制，创建文化传播健康环境

为了提升铁路文化传播质量，相关部门必须加强对媒体的监管力度，健全监管机制。首先，要加强对铁路文化传播内容的审查和管理，确保信息的真实性和准确性^[6]。同时，鼓励媒体和公众积极参与监督，对于发现的虚假信息及时进行举报和纠正，共同维护铁路文化传播的真实性。其次，要鼓励创新和多元化的铁路文化传播方式，以满足不同受众的需求和喜好。对于能够真正传递铁路文化精神、符合社会价值的传播方式，应该给予支持和推广，促进其在融媒体时代的发展和壮大。此外，相关部门还可以利用技术手段对传播渠道进行监管，如建立智能算法、过滤机制等，屏蔽不符合规范的内容，保障铁路文化传播效果与质量。

4 结语

将融媒体和铁路文化相结合，用人们喜闻乐见的方式传播铁路文化，进一步提高人们对铁路文化的兴趣。铁路文化与融媒体深度融合，更能提高铁路文化传播的广度、深度、宽度，让人民群众深刻领悟铁路文化的价值所在与蕴含的精神内涵，坚定文化自信。

[参考文献]

[1]韩旭红,陈晨.中国铁路文化精神的育人价值及实现路

径探析[J].石家庄铁道大学学报(社会科学版),2020(3):90-95.

[2]韩桥生,李浩.全媒体时代红色文化传播的困境与策略[J].江西师范大学学报(哲学社会科学版),2021(5):18-23.

[3]牛可萌.全媒体视域下红色文化传播策略探讨[J].西部广播电视,2023,44(24):144-147.

[4]梁浪飞,宁晚枚,周凯纯.融媒体视域下提升红色文化传播力路径研究[J].传媒论坛,2024,7(14):83-85+100.

[5]贺雪玲.融媒体场域下地方传统戏剧的文化遗产——以粤剧为例[J].武夷学院学报,2024,43(07):58-64.

[6]邱铁鑫.新时代铁路文化建设路径探析[J].重庆交通大学学报(社会科学版).2022,22(01):36-43.

作者简介：

胡晓满（1991年7月—），女，汉族，江苏连云港，博士，讲师，研究方向：数字传媒技术。

宋莉（1994年10月—），女，汉族，江苏徐州，硕士，讲师、研究方向：铁道信号控制。

基金项目：

1.南京铁道职业技术学院铁路文化研究院开放基金项目“融媒体视域下铁路文化传播策略研究”，项目编号：TWK202417。

2.南京铁道职业技术学院铁路文化研究院开放基金项目“铁路文化融入高校思政教学的实践路径研究”，项目编号：TWK202405。