

孙桂杰, 张晨晨. 技术具身化与能动性重构: 机构养老场景下老年人的数字生活实践[J]. 新乡学院学报, 2025, 42(5): 56-59.

第 42 第 5 期
Vol. 42 No. 5

新乡学院学报
Journal of Xinxiang University

2025 年 5
May. 2025

技术具身化与能动性重构: 机构养老场景下 老年人的数字生活实践

——基于新乡市 Y 养老院的实证研究

孙桂杰, 张晨晨

(新乡学院 新闻传播学院, 河南 新乡 453003)

摘要: 在老龄化与智能技术深度交织的背景下, 以新乡市 Y 养老院为田野点, 采用参与式观察与深度访谈的方法, 揭示机构养老场景下老年群体的数字生活图景。研究发现, 老年人智能手机使用呈现“功能窄化”特征, 以微信视频通话与群组社交为核心社交锚点; 其数字实践受职业惯习延续、代际期待重构的双重驱动, 并通过技术具身化主动构建适老性生存策略。研究表明, 老年群体在机构化生存中展现出技术调适的能动性, 其数字融入需突破单向技术适配逻辑, 转向包容性社会支持网络的建设。

关键词: 老年人数字生活; 技术具身化; 他者期待

中图分类号: D669.6; G206

文献标识码: A

文章编号: 2095-7726 (2025) 05-0056-04

在中国社会深度演进的“双重现代性”进程中, 人口老龄化与人工智能技术的指数级发展构成了矛盾共生的动态关系。数据显示, 截至 2024 年 7 月, 我国 60 周岁以上老年人口已接近 3 亿, 预计到 2035 年前后将突破 4 亿^[1]。在技术迭代加速的语境下, 智能手机以 99.9%^[2] 的市场渗透率重构了社会连接的基础设施, 这种媒介生态的转型导致传统媒介惯习的延续性与数字生存的强制性之间产生结构性错位——当网络视频日活用户规模达 10.70 亿^[3] 时, 看电视仍是老年群体日常娱乐的重要选择。这种代际媒介使用的结构性差异不仅加剧了认知摩擦, 而且使老年群体面临系统性数字排斥风险。

一、问题的提出: 技术嵌入与数字困境的交织

截至 2024 年 12 月, 我国非网民规模达 3.01 亿人, 其中 60 岁及以上老年群体占比达 46.8%^[4]。这种结构性变迁催生了“老龄化智能社会”的独特图景: 5G 基站覆盖率已超 98%, 但仍有约 0.3 亿老年人面临“数字失能”困境。目前, 全国已建成社区养老服务机构

和设施 36.7 万个, 在县区层面建成示范性养老服务网络 446 个。这既是人口老龄化深度演进的必然要求, 也是社会转型期家庭功能重构的制度性响应。

在数字化浪潮与老龄化社会的双重背景下, 老年群体的数字生活图景呈现出复杂的动态特征。现有研究从技术、社会、文化等多维视角切入, 揭示了数字鸿沟的生成逻辑与破解路径, 形成了涵盖技术适配、代际互动、制度保障等要素的系统性认知框架。

(一) 技术嵌入的悖论性张力

技术既是数字鸿沟的重要肇因, 也是破解数字鸿沟的关键所在。作为低门槛数字媒介的短视频, 凭借算法推送机制与极简操作设计, 为农村老年人开辟了娱乐补偿与技能习得的新渠道^[5-6]。这种技术可供性使老年群体得以突破传统媒体使用障碍, 实现自我能力提升。另外, 政策支持、技术便利条件等根本性因素直接影响着老年数字鸿沟的弥合效率^[5]。农村老年人尽管可在子女协助下完成设备接入, 但后续数字技能发展常因代际支持不足而陷入停滞^[4]。这种结构性错位导致老年群体虽能够获得技术接入, 却难以实现

收稿日期: 2025-02-20

基金项目: 河南省软科学项目 (232400411057); 2024 年第二批河南省专创融合特色示范课程“传播研究方法”(教办高〔2024〕144 号); 新乡学院 2024 年校级教育教学改革研究与实践项目 (2024JGLX167)

作者简介: 孙桂杰 (1979—), 女, 山东淄博人, 副教授, 博士, 研究方向: 信息传播技术与社会发展。

真正的数字融入。

(二) 文化认知范式的突破性转向

在老年群体数字生活研究的学术演进脉络中, 研究范式正经历着从“缺陷叙事”到“能动实践”的深刻转型。早期研究多聚焦于老年人在数字技术使用中的“数字鸿沟”现象^[6], 将老年人建构为需要被保护的“数字弱势群体”。这种缺陷叙事着重强调老年群体在技术接入、使用能力以及知识储备等方面不足, 将代际差异固化为难以逾越的结构性障碍。已有研究表明, 智能设备操作复杂、应用功能冗余等技术设计缺陷确实构成了老年人数字生活的现实困境^[7]; 然而, 这种单向度归因容易忽视社会结构和文化认知对老年群体的系统性排斥效应。

随着数字适老化实践的深入推进, 学界开始反思传统研究范式的局限性。研究发现, 老年群体在数字融入过程中, 从被动接受“数字反哺”到主动参与“数字互哺”^[8], 从选择性使用娱乐功能到创造性开发数字社交场景^[7], 已经展现出差异化的技术适应策略。这些实践智慧突破了“技术决定论”的理论桎梏, 证明老年群体并非数字技术的被动接受者, 而是具有技术调适能力的能动主体, 他们在数字实践中展现出独特的适应策略与创新可能。

(三) 社会支持网络的拓扑重构

社会支持网络的拓扑重构体现在代际互动、社区功能与政策工具的多维转型进程中。传统以家庭照料为核心的代际支持模式正在经历质变, 从“代理式反哺”(子女代为操作智能设备的单向帮扶)向“共构式学习”模式演进。赵红勋与史可凡^[9]基于中部农村的田野研究发现, 老年群体的短视频实践虽依赖子女完成设备接入与技术指导, 但趣缘社群已成为代际反哺的重要补充场域。郭小弦等^[9]通过CGSS数据分析指出, 老年群体互联网使用存在“双刃剑效应”——社交活动可能通过社会比较机制降低生活满意度, 而适度的信息获取与休闲娱乐则有助于拓展其社会网络。靳永爱^[10]等发现城市老年群体通过健康管理、在线问诊等进阶功能形成新型互助网络, 这种数字化转型正在重塑社会支持网络的拓扑结构。

基于上述研究发现, 本研究聚焦新乡市经开区Y养老院, 以技术赋权理论为分析框架, 探究机构养老

场景下老年人智能手机使用的实践逻辑、障碍机制及干预路径, 进而勾勒出老年群体的数字生活图景。

二、研究设计

本研究采用混合研究方法, 通过双重维度获取实证数据。第一维度为参与式观察(2023年10月—2024年2月)。研究者以非介入角色嵌入养老院日常生活场景, 系统记录32名研究对象(年龄68~92岁)的智能手机使用行为谱系, 包括使用时段分布、高频功能(如视频通话)及空间偏好(如公共活动室使用率), 同时建立动态追踪机制, 通过院方管理系统获取月度设备使用日志, 并结合田野笔记进行时空行为建模。第二维度为深度访谈法。选取12位老年人(男女比1:1, 年龄分层覆盖70~79岁、80~89岁、90岁及以上三组, 认知状态涵盖健全与轻度障碍两类), 以及3位管理层人员(院长、护理主管、社工专员), 实施半结构化访谈, 内容涵盖三个模块: 技术认知(“您如何看待手机里的健康监测功能?”)、实践障碍(“视频通话时最常遇到什么问题?”)及意义诠释(“和子女视频后您的感觉有何变化?”)。

三、Y养老院老年人数字生活图景分析

(一) 样本特征与数字接入基础

本研究采用目的性抽样法, 选取Y养老院12位具有认知自主能力的自理及半自理老人作为研究对象。数据显示, 多数老年人持有智能手机, 日均使用时长约为1.8小时, 显著低于全国网民平均水平(3.4小时/日)^[11]。值得注意的是, 少数完全拒用智能手机的老年人呈现出“技术疏离”特征。

笔者在养老院观察发现, 半数以上老年人在智能手机使用过程中面临多重障碍: 其一, 缺乏了解应用软件功能的有效途径, 存在“有需求但找不到对应APP”的困境; 其二, 即便知晓所需APP, 也不了解下载方法, 安装与注册环节同样构成使用障碍。此外, 智能手机操作步骤繁琐、界面复杂等问题也显著影响着老年群体的使用体验。未使用智能手机的2号老人表示: “我使用的是老年机, 功能更简单, 声音更响亮。智能手机操作比较复杂, 还需要经常充电, 用起来太麻烦。”而手机日使用率较低的8号老人则提到: “智能手机字体太小, 容易误触; 如果有视频通话需求, 我会拜托养老院工作人员协助。其

实养老院生活很充实,我更喜欢与周围老人们聊天、晒太阳。”(二)技术实践的双重困境

第一重困境表现为人机交互障碍的系统性症结。观察发现,多数老年用户面临“需求—功能”映射断裂问题:既缺乏应用场景认知,仅少数人知晓健康监测类(如心率、睡眠质量、运动量监测等)应用功能,又受困于操作(如安装注册)复杂性。典型案例显示,2号受访者因界面认知负荷过重(字体过小、触控失灵等),最终退行至功能机使用。第二重困境涉及生理—技术耦合的断裂。高龄导致的视觉衰退、触觉钝化及认知衰减等因素,共同构成具身化交互的生理壁垒。8号受访者采用的“委托使用”(依赖护工发起视频通话)模式,揭示了技术实践中身体主体性的消解现象。

(三)数字生活的社交锚点与功能窄化

调查发现,微信已成为老年群体数字生活的核心枢纽,它承载着信息交互与情感维系的双重功能。视频通话与群组交流构成老年群体的两大核心使用场景:其一,即时视频功能突破空间阻隔,实现类面对面沟通,尤以节假日期间高频使用为特征;其二,养老院组建的课程群组(如手势舞教学群、唱歌班群组)与家庭私域群组(如“×家大院”“老×家”“相亲相爱一家人”),分别服务于机构内部的信息交流与文化建设,以及维系代际情感联结。值得注意的是,家庭群组命名中频繁出现的家族符号(如姓氏、“相亲相爱”等),折射出老年人对传统家庭伦理的数字化转译,使技术工具演变为文化记忆的存储介质。

与此同时,老年群体的数字实践呈现出职业惯习的延续性特征。在普遍依赖基础通信功能的同时,个体的职业背景与生命历程显著影响技术使用的深度与广度。例如,曾任职于事业单位的老人倾向于选择新闻资讯类应用(如党史音频节目),延续其公共事务参与的惯性。而具有自由职业背景的老人则表现出更强的技术探索性,广泛涉足视频平台、社交媒体等多元数字领域。这种应用生态上的层级差异,既体现了退休前社会角色在数字空间中的延伸,也印证了技术使用的路径依赖特征。

4号受访者为退休事业单位人员,同时也是一名老党员。现年82岁的他仍保持着每日观看《新闻联播》的习惯,并通过手机收听党史音频

节目、浏览新闻资讯。当被问及“您最经常使用手机的哪些功能”时,他表示除使用微信联络家人外,主要使用手机收听喜马拉雅FM中的党史故事,以及阅读新闻资讯。

7号受访者退休前从事自由职业。该老人表现出较强的新兴应用适应能力,学习速度较快。除喜马拉雅FM外,他还经常使用腾讯视频等平台观看影视节目,并每日浏览今日头条获取资讯。作为一位对外部世界变化保持高度关注的老人,其数字使用行为呈现出明显的探索性特征。

(四)风险感知与数字边界管理

在数字安全意识方面,老年群体呈现出矛盾性特征。一方面,他们普遍具备基础风险防范意识,具体表现为采取支付功能规避行为(如坚决不绑定银行卡)、对可疑链接保持高度警惕等自我保护策略;另一方面,这种对数字支付的过度谨慎态度,反而限制了其技术使用的效能,从而形成所谓的“安全茧房”效应。

针对“您在使用手机的过程中会不会担心被骗”这一问题,超过半数的老年受访者表示存在担忧。他们在智能手机操作过程中表现得较为谨慎,尤其对新界面表现出较高的警惕性。对此,11号访谈对象表示:“我的微信账户中没有绑定银行卡,也没有余额,就是担心被扣款,也害怕不小心点击不明链接导致资金损失。”

这种认知矛盾源于老年人对技术理解的不彻底性。多数老年人仅通过媒体警示和社区教育形成模糊的风险认知,却缺乏系统的数字素养培育。调查发现,机构工作人员的技术指导多集中于基础操作层面,未能协助老年人构建起完整的数字安全体系认知。

由此可见,Y养老院老年群体的数字实践印证了技术具身化理论的双向互动本质——老年人并非被动接受技术规训,而是通过功能筛选(如微信使用)、风险规避(支付隔离)及替代选择(实体活动参与),主动建构适老化数字生存策略。在此过程中,智能手机不再是被动接受的工具客体,而转变为老年群体主动建构生活意义的媒介主体。

四、老年人数字实践的动力机制

(一)需求驱动的技术具身化认知重构

养老院老年群体的技术采纳行为,本质上是生命

历程需求与数字工具特性深度耦合的具身化实践过程。智能手机通过功能降维设计(如语音交互简化操作流程)与界面适老改造(如触控热区扩展优化),逐步嵌入老年人的认知图式,形成“技术—身体”共生关系。研究表明,老年群体将智能设备建构为“身体器官的延伸”——既作为生理衰退的补偿性媒介(如视力障碍者依赖语音阅读获取信息),也作为重构生活秩序的技术载体(如通过微信维系日常社会联结)。典型案例显示,部分研究对象通过喜马拉雅FM持续收听党史节目,将数字实践转化为退休后政治身份认同的延续路径。

(二) 圈层维系的数字空间社会资本再生产

在机构化生存的物理约束条件下,老年群体通过智能手机重构社会关系网络,实现传统社会资本向数字空间的迁移。调查发现,老年群体借助微信群组构建了“云上社交空间”——老同事与旧友通过语音片段和短视频延续情感联结,形成身体缺场的新型交往形态。这种数字实践对老年群体而言,既延续了传统熟人社会的强信任特征,又通过数字留痕增强了社会关系的韧性。

(三) 他者期待的身份建构

老年群体的技术实践嵌合了家庭伦理关系维系与制度性执行的双重期待。在家庭伦理维度,子女通过设备馈赠、远程指导等方式,将智能手机使用建构为新型孝道实践形式。设备来源分析表明,多数研究对象使用子女淘汰的智能手机,这种技术转移隐含代际责任的重构逻辑——旧手机既承载物质传递功能,更象征数字时代的情感联结纽带。在数字社会建构层面,政府推行的“银龄数字行动”在养老院场景中具象化为周期性培训课程。工作人员通过情境化教学(如模拟微信挂号操作),将技术能力与“积极老龄”身份绑定,形成“合格数字公民”的隐性评价标准。这种制度性期待产生的矛盾在于,部分老年人为维持“好学”形象而被动参与培训,却在日常实践中回归基础功能使用。

五、结语

Y 养老院的实证研究表明,老年群体的数字生活所涉及的并非简单的技术适配问题,而是嵌入于机构空间、代际关系网络与个体生命历程的复杂实践过程。老年群体通过技术具身化实践,在机构化生存的约束

条件下开辟出能动性空间。研究显示,老年人数字生活图景呈现多维复杂性特征,需通过政策引导、技术创新与社会协同构建包容性环境。未来研究应聚焦城乡差异化路径,强化实证分析与跨学科合作探索,以助力老年群体共享技术红利。受样本规模与地域文化限制,本研究结论在老年群体中的普适性尚需进一步验证;此外,本研究纵向追踪周期较短,技术使用的长期心理效应尚未充分显现。未来研究将在现有基础上继续拓展该领域的研究视野。

参考文献:

- [1] 新华鲜报 | 近3亿老年人!中国“养老”加速变“享老” [EB/OL]. (2024-07-15) [2025-01-20]. <http://www1.xinhuanet.com/politics/20240715/9aa7d-95a83564043bad240783153c591/c.html>.
- [2] 第55次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. (2025-01-17) [2025-01-20]. <https://www3.cnnic.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>.
- [3] 何志武,董红兵.短视频“下乡”与老年群体的日常生活重构:基于一个华北村庄的田野调查[J].新闻与传播评论,2021 (3): 14-23.
- [4] 朱述超,陆兆康.农村老年人短视频接触、使用、知识获取研究:基于江苏北部M村的考察[J].视听,2023 (6): 114-117.
- [5] 李青维,马琳,张炎培,等.基于DEMATEL-ISM的老年数字鸿沟关键影响因素及其作用路径研究[DB/OL]. (2024-12-27) [2025-01-20]. <https://link.cnki.net/urlid/22.1264.G2.20241226.1803.004>.
- [6] 申琦,胡湛.老龄社会的数字藩篱困境及其治理[J].中国特色社会主义研究,2024 (5): 79-87.
- [7] 李清华.老年群体数字生活的困境、成因与对策[J].广州城市职业学院学报,2022 (4): 9-13.
- [8] 赵红勋,史可凡.数字反哺:农村老年群体的短视频实践研究:基于中部地区B村的学术观察[J].新闻与传播评论,2024 (1): 93-105.
- [9] 郭小弦,申欣悦,李晓光.共享数字时代的福祉:互联网使用与老年人生活满意度[J].宁夏社会科学,2023 (5): 156-165.
- [10] 靳永爱,胡文波,冯阳.数字时代的互联网使用与中老年人生活:中国老年群体数字鸿沟与数字融入调

武晋原, 刘文卓. 研究移动互联网时代民族文化的传播与创新路径 [J]. 环球探索, 2023(12).

研究移动互联网时代下民族文化的传播与创新路径

武晋原 刘文卓

新乡学院 河南新乡 453003

摘要:本文以“研究移动互联网时代下民族文化传播与创新路径”为题,并分为四个章节进行研究。首先,对当前各领域民族传播与研究目的与应用。接着,分析了移动互联网对民族文化传播的影响,民族文化传播面临的挑战以及机遇。在第三章,探讨了民族文化传播的创新路径与实践运用。第四章深入研究了个性化传播与定制化传播策略以及数字化表达与跨文化传播。第五章以抖音、快手等短视频平台为例,分析了民族文化传播的新常态。最后,在第六章中总结了研究的结论,并就未来的发展方向与建议。

关键词:移动互联网时代;民族文化;传播;创新;社交媒体

1. 引言

1.1 研究背景与意义

在移动互联网时代的到来下,信息技术的迅猛发展改变了人们的生活方式和传播方式。移动互联网技术的普及和全球化的网络连接使得信息可以快速传播到世界各地,进而促进了全球范围内文化的发展和融合。然而,随着信息技术的飞速发展,传统民族文化面临着前所未有的传播困境。一些传统的传播途径逐渐受到传统传播方式的冲击和影响,甚至逐渐消失。

因此,研究移动互联网时代下民族文化传播与创新路径显得尤为重要。移动互联网已经不仅仅是文化交流多样性和共同认可的象征,还涉及到每个民族的历史记忆和文化传承。通过移动互联网的分析和研究,可以帮助更好地保护民族文化遗产,激发文化活力,促进民族文化的整体与传承。

1.2 研究范围

在探讨移动互联网时代下民族文化传播与创新的必要性和意义之后,将着重从以下几个方面进行深入分析:

2. 移动互联网时代下民族文化传播的现状分析

2.1 移动互联网对传统文化传播的影响

移动互联网的兴起对传统文化传播带来了深远的影响。首先,随着智能手机的普及和移动网络的快速发展,传统文化传播途径变得多样化。人们可以通过手机随时随地传播和分享自己的文化知识,突破地理限制,不再受限于传统的传播方式,而是可以通过社交媒体、短视频平台等新兴传播途径广泛传播。

其次,移动互联网促进了文化传播受众的广泛化。在移动互联网时代,手机已经成为文化传播的主要载体,这些年轻人成长在信息爆炸的环境下。根据习惯于快节奏的生活节奏,他们更倾向于碎片化的阅读方式。因此,传统的大段落文本难以引起他们的兴趣。移动互联网技术使得文化传播可以更加注重个性化和趣味化,以迎合年轻受众的兴趣和需求。

2.2 民族文化传播面临的挑战

在移动互联网时代,民族文化传播面临着诸多挑战。首先,随着新媒体文化的迅速发展,民族文化的传播面临着数字化和商品化的趋势。随着经济发展的需求,人们更倾向于接受现代信息,较少有时间耐心深入了解民族文化的内涵和特点。这使得传统文化的精髓和深层次意义难以被传达和理解。

其次,信息过载成为了另一个挑战,由于移动互联网上信息繁多,也导致成为了传播民间文化的重重障碍。部分民族文化可能在信息洪流中失去独特性和吸引力,很容易被淹没在其他信息中,导致文化传播的失地。

此外,信息的真实可靠性也是一个不容忽视的挑战。移动互联网上存

在大量虚假信息掺杂虚假内容,这可能导致民族文化的真实性和准确性公众对文化的认识和态度。

2.3 民族文化传播的机遇与优势

虽然移动互联网带来了一系列挑战,但同时也为民族文化传播提供了诸多机遇与优势。首先,移动互联网的广泛普及使得文化传播可以被铭记;其次,通过短视频、直播等形式,用户可以更直观地接触和了解民族文化;再者,社交媒体等途径传播同一个话题,促进文化的跨文化交流和融合。

再次,移动互联网技术为民族文化传播提供了更多元化的传播方式,通过移动应用、AR/VR 技术等,传统文化可以以更生动、立体的方式呈现。最后,吸引更多年轻人参与其中,提升文化传播的影响力和影响力。

此外,移动互联网时代的个性化推送和定制化传播也为民族文化传播带来了新的机遇。根据不同用户兴趣和兴趣偏好,可以精准地定制相关内容,提升传播的有效性和针对性。

3. 移动互联网时代下民族文化传播的创新模式

3.1 基于社交媒体的民族文化传播平台

社交媒体作为移动互联网时代最具代表性的应用之一,已经成为文化传播的重要载体。社交媒体平台拥有庞大的用户群体和强大的互动特点,为民族文化传播带来了更广阔的即时和空间上的传播形式。

3.1.1 利用微博、微信等社交媒体传播民族文化

微博、微信等社交媒体平台有数亿以上的用户,是传播民族文化的重要阵地。社交媒体可以通过在这些平台上发布文字、图片、视频等多种形式的内容,吸引用户关注和参与。内容的核心需要包含对于该用户群体和传播诉求的充分认同感。此外,社交媒体的分享和转发功能为民族文化传播带来了“口碑传播”的机会,这往往比广告营销更为有效。

3.1.2 相关民族文化社群建立与互动平台

社交媒体不只是信息传播的渠道,更是进行民族文化共享的平台,可以借此构建专属的民族文化传播社群。社群对民族文化传播的用户来说成为互动交流的机制,社群成员可以分享民族文化知识、交流体验和心得体会,增强对民族文化的认知和兴趣,形成共同的文化认同感。在这个过程中,还可以组织线上线下文化活动,进一步推广和传播民族文化。

3.2 移动应用在民族文化传播中的创新应用

移动应用是移动互联网时代下另一个重要的传播载体,通过开发民族文化传播主题的移动应用,可以提供更加丰富多样而文化体验和交互设计。

3.2.1 开发民族文化旅游 APP

民族文化旅游 APP 可以展示各种文化内容,如传统音乐、舞蹈、美食、手工艺品。通过 APP 的形式,用户可以随时随地了解和体验民族文化,促进文化的传承和发展。例如,开发一个集会各地民族特色旅游、民族美食、民族服饰分享等功能的美食 APP,让用户通过手机

独特的视觉风格。

3.2.2 设计风格体现与互动项目

利用AR技术来增强用户体验。可以为用户提供身临其境的文化体验，比如设计一个虚拟博物馆应用，通过AR技术增强传统文化的互动体验，让用户可以在家中感受博物馆参观的乐趣。此外，还可以将文化与游戏结合，让用户在游戏中学习和传承传统文化，增加用户的参与性和趣味性。

通过移动端文化的即时运用，可以打破时空限制，让传统文化传播到每一个角落，焕发新的生机与活力。

3.2.3 延伸至移动端的民族文化传播与推广

在移动互联网时代，为了更好地传播民族文化，需要采取一些具体的推广举措。

4.1 个性化推送与定制化传播

4.1.1 大数据技术在民族文化传播中的应用

大数据技术在民族文化传播中的应用，可以为文化传播提供精准的数据分析。通过用户的反馈、推荐、点赞等行为收集用户分析，可以了解用户的兴趣爱好和偏好，进而实现个性化推荐。同时，对于不同地区的用户，可以根据其生活习惯和喜好，推送针对性的内容。个性化推荐可以提高用户的参与度和活跃度，从而促进文化传播。

4.1.2 打开用户的民族文化个性化推荐

在移动端传播是个性化传播的枢纽，而移动端最大的特点就是，便捷好用，消费习惯等数据可以轻松地进行分析和统计。通过对用户的兴趣爱好、使用习惯等进行个性化推荐，可以让用户获得更好的服务体验。例如，根据用户的兴趣爱好，推荐与之相关的文化产品或服务。这将有助于提升用户的参与度，拓宽文化传播的途径。

4.2 营销转化与品牌建设

4.2.1 采用数字化手段升级传统营销

数字营销是一种新的传播方式，以故事的形式进行传播的手段。这个具有情节吸引并感染人心的特点，可以很好地吸引用户的注意力，激发用户的热情。通过运用数字化技术，可以将传统文化的精髓和价值融入故事中，使文化传播更加生动有趣。例如，讲述一个古老民族的节日故事，通过故事将传统节日的风俗习惯进行传播，吸引更多的人参与和关注。

4.2.2 举办线上线下活动与合作

品牌联合也是数字化营销的一种重要形式。通过与非遗文化品牌的合作，可以将文化与现代潮流融为一体，通过与没有故事性和神秘感的现代品牌合作，可以让用户更容易理解非遗文化的内容。例如，通过与具有代表性的老字号企业合作，讲述他们的历史故事，为消费者提供更丰富的产品。

4.2.3 跨界联名打造民族文化IP

跨屏平台在移动端时代，成为了热门的传播渠道，对于传播传统文化产生了深远的影响。

4.3 科普：长者与年轻人都喜欢的文化的零接触

另外，对于非遗品牌来说，成为广大的年轻人愿意了解和学习的对象，在移动端平台上，不少用户开始制作关于非遗文化的短视频和文章，通过讲解以小见大，生动化地呈现非遗，宣传非遗文化让更多人了解到其魅力。

总的来说，移动端平台上立足自己的家乡传播非遗，有自己得天独厚的优势，通过这种方式，内容生动的短视频，让更多人了解非遗文化的精神和传承脉络。实际上还有很多传播非遗的短视频案例，影响了千万人。

制作等内容，发挥传统文化的艺术魅力和技艺传承。

这些高品质的传播内容吸引了大量的用户关注和转发，形成了一种“全民一起乐”的传播氛围，让传统文化以更加新颖的方式传播给年轻一代。通过社交媒体传播非遗，让传统文化传播途径多样化，吸引了更多年轻人关注和参与。

5.2 强调用户对传统文化的新鲜感与新鲜

新媒体平台的兴起为传统文化传播带来了新的机遇和挑战，其影响主要体现在以下三个方面：

首先，新媒体平台让传统文化更加年轻化和时尚化。通过短视频等形式，传统文化可以以多种形式、有趣的方式展示，吸引了许多年轻人的兴趣和关注，为传统文化的传承和创新注入了新的活力。

其次，新媒体平台的传播速度快、传播范围广。通过用户的分享和转发，传统文化通过新媒体平台可以迅速传播到全球各地，这使得传统文化也有了广泛的影响力。

然后，新媒体平台也需要不断优化，特别是在内容质量和服务方面，确保所提供的文化内容真实准确和有趣味。因此，新媒体加强原创内容的审核机制和版权保护，保证传播的准确性和完整性。

6 总结与展望

6.1 研究综述与结论

本文围绕“移动互联网时代下民族文化传播与创新路径”这一主题展开，从研究背景与意义、方法与流程、研究内容与方法出发，分析了新媒体环境下文化传播方式的影响与挑战。强调了民族文化传播的热点与趋势，深入剖析了新媒体环境下民族文化传播的现状与问题，从技术支撑角度分析了传播路径与传播效果，探讨了新媒体环境下民族文化传播与创新路径，以及数字化技术与新媒体传播两个领域的热点与趋势。最后，通过以新媒体平台为例的研究分析，进一步阐明了在新媒体环境下民族文化传播的特征与策略。

6.2 未来发展方向与建议

为了推动新媒体环境下民族文化传播与创新，有以下几点建议：

首先，加强民族文化内容的原创与创新，提高其在移动端和网络平台上上线的效果，可以实现个性化需求和定制化传播的无缝衔接，有利于不断提升用户粘性和文化体验。

其次，加大对传统文化品牌的扶持力度，提高其知名度和美誉度，构建良好的品牌形象和影响力。

再次，加大大数据技术在民族文化传播中的应用，利用用户的搜索数据、行为数据等进行个性化推荐，提升服务质量。

最后，通过数字化、AR/VR、区块链等技术手段，打造沉浸式的文化体验，吸引更多用户参与。

参考文献

[1] 杨柳枝.新媒体背景下少数民族文化传播与创新发展[J].贵州民族研究,2022,40(12):130-134+305. DOI:10.3969/j.issn.1003-8251.2022.12.006.

[2] 吴晓东.新媒体语境下的民族文化传播与创新发展[J].民族艺术,2019,43(12):13-15.

[3] 张华.浅谈“非遗向+”模式对民族文化的传播与创新发展[J].民族艺术,2018,42(04):11-13.

张晓峰.非物质文化遗产与传播[J].

苏武江, 王小凡, 魏娜娜, 等. 基于 LDA 主题模型的校地结对帮扶新闻报道文本主题聚类研究 [J]. 新乡学院学报, 2024, 41(11): 43–49.

第 41 卷
Vol. 41

新乡学院学报
Journal of Xinxiang University

2024 年 11 月
Nov. 2024

基于 LDA 主题模型的校地结对帮扶新闻报道文本 主题聚类研究

——以新乡学院官网结对帮扶报道为例

苏武江, 王小凡, 魏娜娜, 李非凡, 华一朵

(新乡学院 国际教育学院, 河南 新乡 453003)

摘要: 以新乡学院官网发布的 108 条结对帮扶新闻报道文本作为原始语料, 通过编写 Python 爬虫程序获取数据, 应用机器学习中的 LDA 主题模型对爬取到的新闻报道文本进行主题聚类分析。研究认为新乡学院结对帮扶新闻报道可以划分为“脱贫攻坚”“驻村帮扶”“学生实践”三个主题, 并在此基础上提出校地结对帮扶推动乡村振兴长效机制的有关建议。

关键词: LDA 主题建模; 新乡学院; 新闻报道; 党建引领

中图分类号: G202

文献标识码: A

文章编号: 2095-7726(2024)11-0043-07

民族要复兴, 乡村必振兴。党的十八大以来, 在打赢脱贫攻坚战、巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的进程中, 校地结对帮扶成为中国特色对口支援机制的具体实践模式^[1]。校地结对帮扶参与乡村振兴的作用机理在于通过发挥高校的独特教育资源优势, 解决乡村产业振兴的瓶颈问题、纾解乡村振兴的公共性困境、增强农民在乡村振兴中参与的主体性^[2]。2017 年以来, 新乡学院在结对帮扶封丘县李家庄村的过程中, 坚持以习近平总书记重要讲话精神为指引, 持续扛稳政治责任, 坚决贯彻落实省委、省政府有关部署, 持续选派驻村第一书记和工作队, 聚焦乡村振兴, 帮扶李家庄村成为远近闻名的文明乡村、卫生乡村、美丽乡村。

在全面推进乡村振兴的新征程上, 高校应将乡村振兴纳入党建引领下的全局工作, 因而如何建立校地结对帮扶长效机制就成为高校需要探究的重要课题。本文以新乡学院结对帮扶封丘县李家庄村为研究对象, 通过编写 Python 爬虫程序, 采集新乡学院官网 2017 年以来关于李家庄村的所有新闻报道, 然后采用机器学习的方法, 应用 LDA(Latent Dirichlet

Allocation, 潜在狄利克雷分布法) 主题模型对上述新闻报道的文本数据进行主题提取, 对其进行人工标识和讨论, 研究提出校地结对帮扶推动乡村振兴长效机制的有关建议。

一、六年巨变

新乡学院自 2017 年正式对李家庄村开展帮扶工作以来, 按照“干部当代表、单位做后盾、领导负总责”要求, 选派优秀干部担任驻村第一书记和工作队队员, 明确责任与分工, 坚持每年组织 10 多批 200 多人次赴李家庄村开展帮扶工作, 推动李家庄村乡村建设不断取得新成效。

(一) 产业振兴

产业振兴是乡村振兴的物质基础。在 2017 年以前李家庄村以传统农业为主, 种植小麦和玉米等粮食作物, 经济作物金银花仅有少量种植, 部分村民在农闲时选择在外务工增加收入。经过六年的帮扶工作, 李家庄村实现了传统种植业向高效农业发展: 红薯、小麦、金银花等农作物均实现规模化种植; 搭建了番茄温室大棚、生猪养殖场、猪鸭羊饲养基地等, 特色产业初具规模; 扶贫车间“利魁纸厂”销量稳步上升,

收稿日期: 2024-09-27

基金项目: 2023 年河南省高等教育教学改革研究与实践项目(研究生教育类)(2023SJGLX350Y); 新乡学院 2023 年党建创新项目(DJXM-2023A03)

作者简介: 苏武江(1975—), 男, 陕西渭南人, 副教授, 博士, 研究方向: 乡村振兴、黄河文化传播等。

在全村创收的同时也提供了就业岗位,让村民实现家门口就业。2023年,李家庄村脱贫人口的人均收入达到14390元,村集体经济收入超过30万元。

(二) 文化振兴

文化振兴是乡村发展内生动力的重要源泉。在学校的支持下,驻村工作队充分发挥新乡学院的教育资源优势,开展文化建设,弘扬文明乡风。发挥美术学院专业优势,对村内大街小巷墙体进行墙体彩绘美化,迄今共计美化墙体1000余平方米。组织音乐学院学生到李家庄村进行文艺汇演,使群众坐在家门口就能现场观赏到精彩的视觉盛宴,并切身体会到文化和教育的魅力与重要性。在三八妇女节,开展“好婆婆和好儿媳”的评比及广场舞比赛活动,弘扬尊重妇女的良好风尚。在六一儿童节,组织全村儿童到新乡学院进行研学,助力乡村教育。通过开展庆祝“七一”主题党日活动、“情暖中秋,欢度重阳”九九重阳节活动等,让弘扬传统社会美德在李家庄村成为一种风尚。

(三) 生态振兴

生态振兴是乡村振兴的内在要求。在新乡学院帮扶下,经过六年的努力,投资上百万元,李家庄村已建成道路铺设、自来水管更换、地下排污管维修、太阳能路灯和网络监控系统安装等项目,因地制宜将村内农户家废弃宅院打造成村民休闲娱乐的红色游园。除此之外,还通过“一村万树”计划、河南省森林乡村“示范村”项目、文化广场项目等,使全村绿化覆盖率超过40%。李家庄村先后被上级相关部门授予森林乡村、人居环境示范村、最美乡村等荣誉称号。

(四) 组织振兴

农村基层党组织是实施乡村振兴战略的战斗堡垒。为了建强基层党组织,改变全村常居党员少、党员年龄偏大(平均年龄超过50岁)、党员思想固化严重等不利条件,驻村工作队经过长期观察和重点培养,在2023年将两位有想法、有干劲、能吃苦、肯奋斗的年轻同志吸纳入党,同时还培养了三名入党积极分子。目前李家庄村“两委”班子基本健全,班子成员坚持团结协作,切实发挥党建引领作用,共同推动全村各项工作稳步推进。

(五) 人才振兴

人才振兴是乡村振兴的关键所在。驻村工作队经过研判,认为村内人口老龄化、缺人才、留不住人等

问题,是制约李家庄村发展的重要原因,并采取积极措施,发挥新乡学院教育资源优势,开展相关人才培养工作。为了优化村“两委”学历结构,鼓励村“两委”干部参加新乡学院继续教育学院的成人高考,提升了村“两委”文化程度和相关专业知识。为了把下一代培养好、教育好,驻村工作队坚持定期组织学校实践团入村开展教育文化帮扶工作,建立了城关乡第一中学实习基地、两卷书学校教育实习基地等多个教育基地,推动乡村人才振兴。

二、研究框架

LDA模型是目前内容分析中应用最广泛的无监督机器学习的主题模型,由David Blei等人在2003年提出^[3]。该模型是三级分层(词—文档—主题三个层次)贝叶斯模型,它常被用来模拟大规模语料的语义信息,根据上下文进行文本建模,然后通过词汇的概率分布来提取文档的潜在主题。众多研究表明,LDA模型在算法复杂度和展示效果方面表现优越,有很好的泛化能力,近年来在文本主题挖掘中应用广泛^[4]。

为了深入研究和识别新乡学院帮扶李家庄村以来的工作主题及其变化特征,进而探讨对校地帮扶机制的启发借鉴,本文将新乡学院官网有关李家庄村的主题新闻作为研究对象,利用文本数据挖掘方法对其进行研究分析,通过聚类式爬虫获取李家庄相关主题新闻,然后应用LDA主题模型对新闻报道的文本进行分析挖掘。具体的研究过程由数据获取、文本预处理、主题建模与可视化分析3个模块构成,如图1所示。

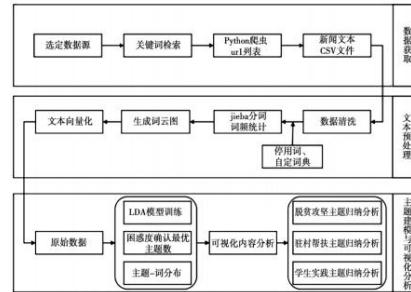


图1 研究框架

数据获取模块以“李家庄”为关键词,搜索新乡学院网站的新闻动态版块,获取相应的URL链接。利用Python编写爬虫对网站的信息进行爬取,获得新闻动态页面的文本内容,将爬取到的新闻动态页面文本

数据导出至 CSV 文件格式, 以便后续处理和分析。文本预处理模块对从 CSV 文件中提取的文本进行清洗和筛选, 去除文本中的数字、英文、符号等对文本分析贡献不大的成分。主题建模与可视化分析模块把处理后的描述文档作为原始数据, 运用 LDA 进行主题建模和可视化, 以便直观理解新闻内容的主题分布, 并根据可视化结果对帮扶工作做详细讨论。

三、研究过程

(一) 数据获取

研究的数据获取通过编写 Python 网络爬虫程序完成。以新乡学院官网新闻动态作为数据源, 检索日期为 2024 年 1 月 24 日。通过在官网输入“李家庄”作为检索关键词, 共发现 108 篇相关报道, 以 2017 年

表 1 新乡学院官网关于结对帮扶新闻报道的部分标题

| 序号 | 日期 | 标题 |
|----|------------|-----------------------------------|
| 1 | 2024-01-23 | 新闻传播学院党委赴李家庄开展实践调研活动 |
| 2 | 2024-01-12 | 副校长张占祺一行赴李家庄村开展党建结对共建及中医健康知识讲座活动 |
| 3 | 2024-01-04 | 离退休处组织我校老年书画研究会开展“写春联送祝福”活动 |
| 4 | 2023-12-05 | 新乡学院召开驻村工作座谈会 |
| 5 | 2023-10-23 | 医学院党总支赴李家庄村开展“健康义诊 爱在重阳”主题党日活动 |
| 6 | 2023-09-16 | 新乡学院党委书记孙功奇带队赴李家庄村开展调研慰问暨捐赠活动 |
| 7 | 2023-06-30 | 新乡学院“助力乡村振兴”综合实践团赴封丘李家庄开展社会实践活动 |
| 8 | 2023-06-21 | 美术学院赴李家庄村开展“助力乡村振兴, 描绘发展新图”社会实践活动 |
| 9 | 2023-06-07 | 新乡学院赴封丘县城关乡李家庄村服务夏粮抢收抢种工作 |
| 10 | 2023-06-02 | 音乐学院赴封丘县李家庄开展学习教育活动 |

(二) 文本预处理

为了提高文本分析的准确性和效率, 使用 Python 环境下的 jieba 库对采集到的原始语料进行精细的分词处理。首先运用正则表达式去除每个字符串的非中文字符部分, �然后定义分词函数, 批量去除原始文本数据中诸如数字、特殊符号等对机器的理解存在干扰且对文本分析贡献不大的

11 月 8 日发表的《省派新任驻村第一书记正式入村》为第一篇, 以 2024 年 1 月 23 日发表的《新闻传播学院党委赴李家庄开展实践调研活动》为最后一篇。每年度新闻报道数量如图 2 所示。获取的部分新闻标题、日期、内容如表 1 所示。

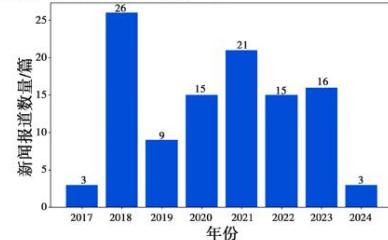


图 2 各年度新闻报道数量

成分。结合学校帮扶工作实际情况, 将与主题相关的专用名词, 如“乡村振兴”“党委书记”等通过人工加入用户词典; 将在句子中起到连贯作用的介词、连词等词语, 还有一些例如“他的”“我的”“他们”等指示代词作为停用词放入停用词列表, 提高分词效果。最终的部分分词结果如图 3 所示。

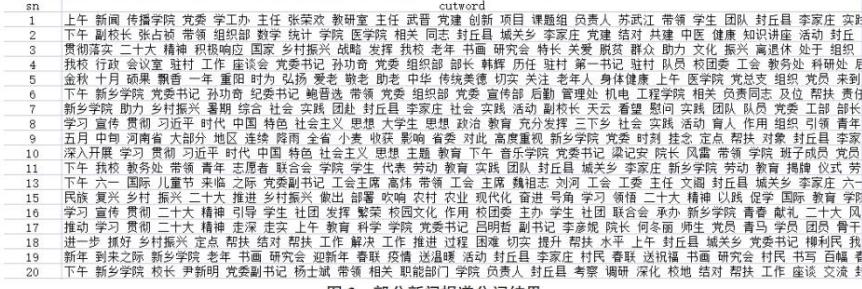


图 3 部分新闻报道分词结果

(三) 词频统计及词云图绘制

为了可以直观地抓住新闻文本的主旨和重点,本文通过编写 Python 程序进行可视化词云图展示。在完成文本的分词处理后,首先编写程序计算每个词出现的次数,并根据频率对词汇进行统计,筛选出频率最高的

1000 个词。最后通过导入 Wordcloud 库、Matplotlib 库生成词云图,如图 4 所示。可以清楚看出,“工作”、“李家庄”、“帮扶”、“驻村”、“活动”、“教育”、“新乡学院”等词语高居榜首,能够直观反映出新乡学院帮扶李家庄村是这些新闻报道的主题。



图 4 文本预处理结果

(四) 最优主题数确定

在应用 LDA 模型进行主题分析前,首先需要确定一个最优的主题数目。确定方法则一般通过计算不同主题数目下的困惑度 (perplexity) 来实现^[5]。困惑度是评估 LDA 主题模型性能的一种常用指标,它反映了模型对文本集合的分类能力,困惑度越低,聚类效果就越好,模型对数据的解释能力也越强^[6]。本文采用 sklearn 库中 CountVectorizer 函数将文本数据转换为词频向量,拟定 [2,30] 内的整数作为候选主题数,计算不同主题数目下 LDA 主题建模的困惑度数值。然后将计算结果绘制成主题数—困惑度折线图进行可视化展现,如图 5 所示。可以看出,当主题数为 3 时,困惑度最低。此后,随着主题数的增加,困惑度

也持续增高,据此可确定主题数为 3。

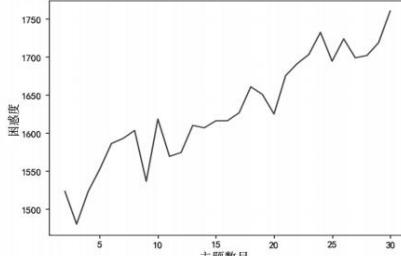


图 5 困惑度计算结果

在建模完成后,本文使用 Python 中 pyLDAvis 库以可视化 LDA 主题模型结果,直观地评估主题模型的质量。图 6 展示了主题 1 的关键词权重图。观察

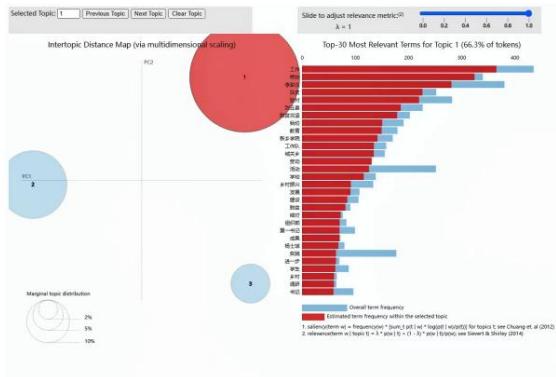


图 6 pyLDAvis 可视化 (Topic1 包含的关键词)

pyLDAvis生成的可视化图谱发现,在主题数量为3时,各个主题的圆圈相互之间保持了一定的距离,并且分散在不同象限,表明不同主题之间清晰区分和相互独立且能够涵盖原文档的大部分内容,主题建模结果较优。因此,可以将主题数确定为3。

四、结果分析

通过LDA主题分类得到官网有关李家庄村新闻报道内容的3个主题以及每个主题的词项分布,将每个主题下排名前10的高概率特征词进行整理,并依据每个主题下的高概率特征词进行主题归纳,总结出最符合当前主题下高概率特征词的主题标识。例如在

Topic1中,工作、帮扶、李家庄、结对、工作队、脱贫等高概率特征词表明新乡学院帮助李家庄村打赢脱贫攻坚战,切实为村民谋幸福,因此将Topic1定义为“脱贫攻坚”;在Topic2中,驻村、第一书记、村两委、派驻、村内等这些高概率特征词与驻村工作较为密切,因此将Topic2定义为“驻村帮扶”;在Topic3中,我校、学生、活动、实践、社会、乡村振兴等这类词表明学校鼓励学院和学生积极投入帮扶工作,组织各种教育实践活动,提高村民的文化素质和生活质量,因此将Topic3定义为“学生实践”。如表2所示。对不同主题的新闻报道讨论如下。

表2 关于李家庄新闻文本的LDA主题模型结果

| 主题编码 | 主题标识 | 核心主题词 |
|--------|------|----------------------------|
| Topic1 | 脱贫攻坚 | 工作,帮扶,李家庄,扶贫,结对,工作队,封丘县,脱贫 |
| Topic2 | 驻村帮扶 | 驻村,第一书记,我校,防控,村两委,派驻,村内,同志 |
| Topic3 | 学生实践 | 实践,社会,封丘县,我校,学生,活动,乡村振兴,村民 |

(一)定点帮扶助力脱贫攻坚,持续巩固推进乡村振兴

Topic1“脱贫攻坚”主题以工作、帮扶、李家庄、结对、建设等为主题特征词。2017年冬季至2018年夏季,是定点帮扶工作开展的前期。新乡学院领导班子通过全村逐户走访、贫困人口全面排查、建档立卡信息规范、党的十九大精神宣传等工作及时了解、解决群众在生产、生活中的困难,争取村民对村内扶贫工作理解与支持。在充分调研的基础上,新乡学院领导带领驻李家庄村工作队全面开展脱贫攻坚工作。2018年至2020年,帮扶工作围绕农村党建、产业项目发展、教育实习基地建设、文明乡村创建、乡村振兴规划、扶贫车间产品销售、农村人居环境提升、文化室建设、监测户走访慰问等方面有序开展。按照既定帮扶工作目标,李家庄村实现退出贫困村序列的目标,开启了乡村振兴的新篇章。2020年以后,在全面打赢脱贫攻坚战的基础上,驻村工作队努力做好脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接工作。通过各种帮扶活动,李家庄村先后被上级相关部门授予森林乡村、人居环境示范村、先进基层党组织、最美乡村等荣誉称号,乡村振兴工作稳步推进。

(二)扎根群众深入基层,驻村工作促进发展

Topic2“驻村帮扶”主题以驻村、第一书记、我校、防控、村两委、派驻、村内、同志、群众等为主题

特征词。2017年11月8日,新乡学院派驻李家庄村第一书记和工作队到李家庄村入村报到,正式开始驻村帮扶工作。六年来,新乡学院驻李家庄村工作队共轮换了三批队员,他们带着满腔热情,将自己的赤诚和汗水,深深地融入到基层群众之中。组织村内党员开好组织生活会,开展批评与自我批评,改进工作作风;利用“主题党日”,带领村内党员和群众开展环境卫生打扫、义务植树,改善村居环境;按照上级党委工作部署,组织村内党员开展“不忘初心、牢记使命”主题教育活动。经过驻村工作队的不断努力,在李家庄村的群众中“有困难去村委找驻村干部”的观念深入人心,村内实现群众问题零上访,村级管理也正在由过去的粗放型向精细化转变。

(三)学生实践走进村庄,教育赋能增添活力

Topic3“学生实践”主题以实践、社会、封丘县、我校、学生、活动、乡村振兴、孩子等为主题特征词。自新乡学院对李家庄村开展帮扶工作以来,除了开展加强基层党建、落实驻村工作等基础性帮扶措施外,还依托教育教学资源,开展丰富多彩的智志双扶工作。比如仅在2018年7月,校团委就组织“政策理论宣讲团”“教育关爱社会实践团”“禁毒防艾宣教社会实践团”“文艺惠基层社会实践团”等8个社会实践团队共150余人前往李家庄村开展精准扶贫社会实践活动。在生动的实践中,学生们增长才干、了解民

情、服务人民，努力践行“把青春华章写在祖国大地上”，为乡村振兴战略贡献智慧和力量。同时，为了进一步巩固和拓展脱贫攻坚成果，做好巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴的有效衔接，落实好教育帮扶和校地定点帮扶工作，新乡学院先后于李家庄村所在城关乡的城关乡中心学校、两卷书学校等中小学建立了教育实习基地，为实习基地源源不断地输送实习生，进行教师培训提升师资队伍水平，助力乡村基础教育跨越式发展，推动乡村人才振兴。

五、对党建引领校地结对帮扶长效机制建立的启发借鉴

“结对帮扶”适用于脱贫攻坚和乡村振兴。结对帮扶是一种有效的贫困治理方式，通过组织党员干部与贫困户建立联系，提供帮助和支持，促进贫困户脱贫致富。李家庄村具有中国农村的典型特点，以李家庄村为研究个案，对建立结对帮扶乡村振兴机制具有借鉴意义。

(一) 整合好制度体系，确保治理的顺利进行

制度整合是乡村振兴政策与行动机制相结合的基本保证。脱贫攻坚的有效性在于围绕党建建立起科学的制度体系，它能够为党建提供政治和组织支持，并通过权力管理的原则和功能构建政府目标和内容。要将乡村振兴政策与行动机制相结合，通过明晰权责关系，构建有序高效的乡村治理体系，完善容错纠错机制，提高制度的灵活性，避免限制基层治理积极性，为党建提供政治和组织支持。

强化“五级书记抓”的总体性结构是做好制度体系衔接的基础。重视五级书记抓乡村振兴，将其作为地方治理的关键要素，通过授权和自下而上的管理目标发展，增强乡村振兴工作的政治力量和有效性。巩固第一书记和驻村工作队的常态化机制，通过驻村工作人员的贡献，实现制度的深入和人才的融入。同时要建立协作机制，依据各村实际情况，遵循分类援助原则，确保外部支持与组织能力的结合，在角色转变和回头看机制中，保证振兴工作的有效衔接，实现从脱贫攻坚到乡村振兴的平稳过渡。

完善目标责任制和问责制是做好制度体系衔接的保障。一方面，要建立权利和义务平衡的体制，合理配置权利和义务，建立监管机制和资源、信息交换机制，实行过程监管和成果监管，保证权力的规范化

和责任的有效落实。约束非正式治理行为，防止目标替代和精英俘获的现象，减轻基层党组织工作负担，激发乡村自主发展的活力。通过明晰权责关系，可以构建起一个更加有序、高效的乡村治理体系，为乡村振兴战略的实施提供有力支撑。另一方面，要完善容错纠错的机制，提高制度的灵活性，避免在“一票否决”的高压下，限制基层治理积极性。

(二) 衔接好价值体系，做好行动思想与价值理念的接续

价值体系是综合了党建引领治理的治理文化、公共伦理和社会心理的一套综合系统，它能够为乡村振兴工作提供内生动力。在贯彻落实乡村振兴战略的进程中，需要将党内价值作为引领，立足于发展乡村的实际，重塑乡村的社会价值体系。只有将重点放在对脱贫文化的深入研究上，才能将脱贫文化转变为振兴文化，以价值为导向，形成乡村振兴的合力和内生动力，为乡村振兴提供坚实的道德和伦理基础，推动乡村振兴事业不断向前发展，建立一个现代化的村党组织和乡村社区。

在党组织班子建设中首先需要选择一名优秀的带头人，重点建设优秀班子。应根据习近平总书记的要求选拔“有干劲、会干事、作风正、办事公道”的优秀党员作为支部书记，为基层党建工作以及经济建设活动的开展提供正确引导。与此同时，还要注意党员队伍中的“微问题”，比如“得过且过”等微观思想、“不作为”等微观表现。针对领导班子内不同党员干部的工作要求制定分层、分类培训计划，遵循“缺什么补什么”的要求，强化党员工作能力，使其在经济建设中发挥个人才智。

经济服务体系的建立和完善能够让基层党建部门为乡村经济发展提供重要的组织保障。要充分发挥当地乡村居民的个人主观能动性，充当乡村居民和市场环境信息对接的桥梁。基层党建部门应充分发挥信息技术的优势和作用，积极和当地龙头企业合作，建设统一的信息技术服务平。要健全监督工作机制，通过党建部门各类工作数据分析判断党建工作中存在的问题，同时积极和广大人民群众进行联系，以走访调查的方式了解群众对于基层党建工作的认知以及评价，从而真正提高基层党建工作的综合效能。

(三)协调好行动体系,做好组织动员与资源整合工作

要衔接好行动体系,将脱贫攻坚的工作方法和治理技术应用于乡村振兴,提升乡村工作能力和治理水平。乡村振兴涉及多种资源,包括财政资金、科技支持、人力资源等。组织应协调整合各类资源,确保资源得到合理配置和有效利用。行动体系是制度和价值的延续,协调好行动体系,做好组织动员与资源整合工作,为乡村振兴提供有力支持,促进各方共同参与,协同推动乡村振兴工作的有序进行。

在脱贫攻坚实践中构建的治理网络是乡村振兴最基本的活动空间。要加强党员联系群众的执政网络,注意走群众路线,并在此基础上,强化“支部+党员户+农户”的垂直联结模式,以党员服务下沉构建“党群邻里”纽带,形成持续的党群互动。同时强化融合和引入,推动“支部共建”的模式发展。利用党组织联建的方式,强化互助帮扶机制,整合党建工作模式下的资源。采取村企联建、村社联建等工作方式,形成帮扶对子,充分发挥各方优势,全面整合资源,形成强大合力,共同推进乡村振兴工作。

在党建引领下实现脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接,推动产业的可持续发展,是乡村振兴的根本保证。在脱贫攻坚过程中,存在着区域间产业重复建设的问题。在推进乡村振兴过程中,要优化“党建+产

业”的发展模式,推动产业品牌化发展,防止盲目建设不符合实际发展需要的产业项目。结合村庄实际,引入专业人士评价其产业发展能力,由村“两委”牵头,为村民制定美好生活计划,发展长效产业,促进乡村现代化稳定发展。这样做有助于保证产业发展与乡村需求结合,避免资源浪费,促进乡村经济可持续发展。

参考文献:

- [1] 王禹璐.中国特色对口支援机制:成就、经验与价值[J].管理世界,2022(6):71-85.
- [2] 郭砚博,蒲瑶,刘振强,等.校地结对帮扶助力乡村振兴的机理、困境和路径[J].湖南财政经济学院学报,2023(6): 109-116.
- [3] BLEI D M, NG A Y, JORDAN M I. Latent dirichlet allocation[J]. Journal of machine learning research, 2003(3): 993-1022.
- [4] 张东鑫,张敏.国情领域LDA主题模型应用研究进展述评[J].图书情报知识,2022(6): 143-157.
- [5] 杨洋,江开忠,原明君,等.新闻话题识别中LDA最优主题数选取研究[J].数据分析与知识发现,2022(11): 72-78.
- [6] 孙瑞英,陈宜泓.基于LDA主题模型的国内智慧阅读研究热点及发展导向研判[J].图书馆建设,2023(3): 82-93.

【责任编辑 成 怡】

(上接第12页)

熹《观书有感》创作思想与朱子哲学认识论的影响,他们在阅读书籍和进行学术研究时秉承朱熹的精神,致力于思考真理的本质,从而进一步丰富了中华传统文化,为后人探索文化创新之路、提高思想境界和道德修养提供了重要启示。

参考文献:

- [1] 朱熹.朱子全书:第20册:晦庵先生朱文公文集:1[M].上海:上海古籍出版社, 2010: 286.
- [2] 胡军.朱熹《观书有感二首》第二首读后[J].哲学分析, 2020(5): 184-186.
- [3] 朱熹.朱子全书:第14册:朱子语类:1[M].上海:上海

古籍出版社, 2010: 477.

- [4] 刘仲林,周丽.朱熹与科学:一理开二门:理学对科学的双重意蕴[J].中国人民大学学报, 2019(2): 116-124.
- [5] 张载.理学丛书:张载集[M].北京:中华书局, 1978: 24.
- [6] 赖尚清.朱子“生理”思想研究[J].哲学研究, 2016(4): 53-62.
- [7] 朱熹.朱子全书:第16册:朱子语类:3[M].上海:上海古籍出版社, 2010: 2478.

【责任编辑 刘奇征】

刘文卓, 苏武江. 基于 LDA 模型的河南博物院官微文本主题挖掘研究[J]. 传媒论坛, 2024, 7(22): 45-48.

基于LDA模型的河南博物院 官微文本主题挖掘研究

刘文卓 苏武江

摘要:以河南博物院官方发布的5178条新浪微博作为原始语料,通过编写Python爬虫程序抓取数据,对文本进行分词和词频统计,绘制词云图,并运用LDA主题模型进行主题挖掘。归纳出河南博物院微博可分为“记录文物”“豫博早安”“文化活动”三大主题,其中“文化活动”相关主题的热度最高。河南博物院官方微博的三大主题都具有人文关怀的特征,拉近了博物院与受众之间的距离。河南博物院在新媒体传播与推广方面的经验对黄河流域九省的博物馆具有借鉴意义,有助于推动黄河流域博物馆的共同发展。

关键词:河南博物院;LDA主题模型;官方微博;博物馆

社交媒体是当今最“热”的传播渠道。根据第54次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2024年6月,网民数量近11亿,互联网普及率达78.0%^[1]。微博作为主要的社交媒体开放平台之一,凭借其传播广泛、热点集中、言论自由等特点,一经问世,便受到大众的青睐,成为舆论热点的聚集地。而微博的点赞、评论、转发的数据则是微博热度的体现形式。

河南博物院自开通新浪微博以来,持续发布文化活动信息,社会反响热烈。据统计,截至2024年10月,河南博物院发布微博5900余条,粉丝数超过52万,在黄河流域九省的博物馆中名列前茅。尤其是2020年,河南博物院联合黄河流域其他八家博物馆举办了“云探国宝——沿黄九省区博物馆带你畅游历史长河”的直播活动^[2],得到全国30个省份150多家主流媒体聚焦报道,整体曝光量达到6814万次,扩大了黄河文化的传播力和影响力。本文通过对河南博物院微博发文的研究,发现并总结博物院在社

交媒体传播方面的可借鉴之处。

一、研究设计

(一) 研究对象

河南博物院是黄河文化的重要载体。河南博物院于1927年建馆,藏品总数多达17万件,其中9大镇馆之宝尤为著名。中原文化的起源在黄河流域,中华文明最早的都城在河南。悠久的黄河文化作为中华民族的重要标志,覆盖广泛,在当今社会传播意义重大。黄河文化包括农耕文化、草原文化、丝路文化、海洋文化等。在这里发现的裴李岗文化、大河村部落遗址等距今有六千年以上的历史,且多个朝代都曾在此建都^[3]。

河南博物院应用微博进行传播已经取得了不错的成绩。河南博物院官方微博于2019年1月4日开通,发布了第一条微博“回顾2018——致砥砺前行的河南博物院”,此微博受到大量粉丝的关注。河南博物院作为国家级重点博物馆,是中国较早建立的博物馆之一,也是首批中央、

作者简介:刘文卓,新乡学院新闻传播学院;苏武江,新乡学院新闻传播学院副教授,博士。

基金项目:2023年河南省高等教育教学改革研究与实践项目(研究生教育类)“地方应用型高校研究生导师队伍建设机制研究与实践”(项目编号:2023SJGLX350Y)的阶段性研究成果。

地方共建的国家级博物馆之一,其官方微博曾获得“2021年度文博创新力官微”的称号、2023年度创新应用与传播优秀微博的荣誉。

综上所述,河南博物院凭借黄河文化的历史背景,其官方微博不错的传播效果,成为社交媒体传播研究的重要对象。因此,本文以河南博物院官方微博作为研究对象,基于此研究得出的结论不但可以为今后河南博物院的微博内容发布提供思路,也可以为黄河流域的博物馆的文化传播提供借鉴意义。

(二)研究思路

1.数据获取

本文选取河南省博物院所发布的5178条微博作为研究对象,采取数据时间为2023年10月21日,使用Python爬虫技术对河南博物院官方微博网页的数据进行爬取。

首先,导入爬取网页要使用的库,并定义一个日期时间解析函数,目的是将时间转化为统一的格式,然后添加headers请求头,模拟浏览器,使用浏览器插件xpath连接到服务器,并向服务器发送一个网页的http请求。

其次,接收到请求的服务器做出响应,将所请求网页的html源码返回给网络爬虫。接着,网络爬虫对服务器返回的html源码进行分析,获取源码中包含的url,并加入url列表中。最后,对每次爬取的内容以csv的文件格式保存。

2.文本预处理

进行jieba分词以及词频统计。第一,将csv文件中所收集的博物院微博数据进行去重,将文本转换为一个列表,元素为一条条微博。第二,构建用户字典以及停用词字典,将专有名词放在用户字典中。此外,在采集的微博信息数据中包含的英文、数字、特殊符号等会对Python的中文文本分词造成极大干扰,因此,需要将与统计无关的内容放入停用词字典中。单字以及没有统计意义的词语也应该去除。第三,进行jieba分词及词频统计。根据jieba库所切分的词语,将词语数量进行统计^[4]。

对数据文本进行向量化处理。首先,导入CountVectorizer,将文本数据转换为词频向量。其次,创建CountVectorizer对象cv,实例配置词频向量的生成方式。在创建实例时,可以使用不同的参数来调整向量化过程,例如max_df、min_df、ngram_range和max_features等。最后,使用fit_transform方法,将分词后的文本数据cut_words输入到CountVec-

torizer中拟合数据,然后转换数据为词频向量。

3.LDA主题数目的确定

确定主题数目之前,首先要进行参数选取,以便得出最优的困惑度曲线。在停用词表及主题特征提取的基础上采用scikit-learn的LatentDirichletAllocation库构建主题模型,其中超参数 α 和 η 选取默认值,最大迭代次数max_iter=50。结果如图1所示。在K为3时达到困惑度曲线的最低点。随后,困惑度也随着主题数的增加而增加,在K为5到10之间时,困惑度出现了骤增,但10到15之间有降低幅度,随后困惑度整体趋势是递增的,几乎都处于困惑度曲线较高的区域。由此可得,主题数K为3时,模型的困惑度最低^[5]。

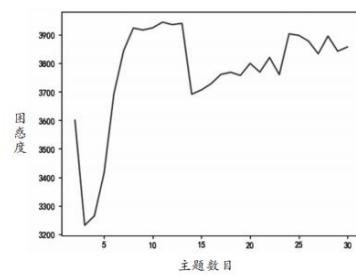


图1 困惑度计算

4.主题抽取

首先,利用主题相关概率确定主要主题。LDA主题模型训练完成后,每条微博会被赋予一个主题分布,这个分布表示该文档与每个主题的相关性概率,概率最高的主题即为该微博的主要主题。如果微博有多个主题,则需要设定一个阈值,将超过这个阈值的主题作为该微博的主题。

LDA主题模型输出的每个主题的词语分布表示在每个主题下各个词语的出现概率。将每个主题按照词语的概率进行排序,可以得到每个主题下最相关的词语列表。通常选择前N个词语(如N=10或N=20)来代表一个主题。将这些高频词以可视化的形式展示,如词云或条形图,便于直观理解每个主题的内容。

通过以上步骤,将每条微博与其最相关的主题进行关联,并且提取出每个主题下的代表性词语,从而更好地

理解和组织大量的微博文本数据。整体LDA主题模型技术路线图2如图所示：

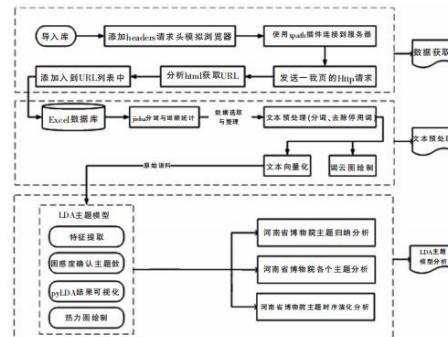


图2 基于LDA主题模型研究技术路线

二、数据结果与分析

(一)河南博物院官方微博主题抽取结果

词云图可以直观展现河南博物院官方微博发文中高频词的分布规律。词语的出现频率越高,词云图中的字体越大。将5178条微博进行分词,按照词语出现的频率由高到低进行排序,保留词频为前200的词语并绘制为词云图(见图3)。图中字体较大的高频词语“河南”(2547次)、“博物院”(2071次)、“早安”(1970次)、“豫博”(1180次)、“郑州”(1110次)将这些高频词语进行关联,可以了解河南博物院官方微博的发文特点。



图3 河南博物院官方微博主题词云图

以条形图形式展现每个主题下微博的发文数量, Topic2发文数量最多,其次是Topic1和Topic0。高概率特

征词可以反映出该文本的主要话题和关键信息。根据LDA主题模型抽取结果可知(表1所示),Topic0的高概率特征词为“文物”“出土”“寻宝”“影记”等,贴合河南博物院微博发文用文字、图片、视频等方式记录历史文物的信息这一特征。Topic1的高概率特征词为“早安”“今日”“豫博”“芋头”等。在河南省博物院的官方微博中,有一部分博文是关于每日天气,话题为“豫博的早安”。Topic2的高概率特征词为“文物”“中国”“文化”“活动”等,该主题表述的是微博发文关于文物知识、文化普及的内容。

表1 主题—高概率特征词分布

| 编号 | 抽取的主题词(前15个) |
|--------|---|
| Topic0 | 河南 博物院 中原 出土 文物 探宝 藏珍 中国 影记 预约 博物院 发现 唐代 这件 |
| Topic1 | 早安 今日 豫博 郑州 芋头 多云 温度 气温 生活 晴天 努力 级气 人生 东北风 偏南风 |
| Topic2 | 河南 博物院 博物馆 文物 中国 文化 豫豫 微博 中原 历史 考古 华夏 活动 小可爱 抽奖 |

(二)主题命名与内容分析

1.主题一:记录文物

Topic0主题命名为“记录文物”,河南博物院官方微博以新媒体形式,通过发布精心编辑的图文信息,向公众介绍馆藏文物的名称、年代、出土背景、艺术特征及历史价值。

河南博物院通过官方微博记录文物。2023年5月31日,微博话题“博物馆里的娃娃脸”以图片形式生动展现文物样貌,让冰冷的文物有了温度。除了常规的图文以外,河南博物院官方微博还运用视频、直播等形式为公众提供更加丰富立体的文物展示。借助多媒体技术,使得文物的展示不受空间和时间的限制,让用户可以随时随地“云游”博物馆,享受沉浸式的文化体验。如2022年7月26日发布的微博“此刻和故宫博物院一起,在《清明上河园》里感受北宋都城汴京的市井繁华吧!”,即是联合故宫博物院进行线上直播。

河南博物院官方微博的文物记录方式受到了大众的喜爱。2020年5月8日至17日,河南博物院微博发布话题“把国宝讲给你听”,河南博物院官方微博联合喜马拉雅以及知名度较高的明星,带粉丝们一起领略中原文化的魅力。此微博获得了极高的关注度。河南博物院的这些活动不仅增强了文物的宣传教育功能,还拉近了文物与年

轻人之间的距离。如2022年7月5日讲述的关于清明上河图的文物知识，结合当时火爆一时的电视剧以图片的方式为大家生动呈现大宋东京的繁华。

2.主题二：豫博早安

Topic1可以命名为“豫博早安”。在河南博物院官方微博的统计数据中，有部分话题为“豫博的早安”，即在微博上发布早安问候，附上鼓励性的话语传播正能量，吸引了公众的关注和参与。

河南博物院“豫博早安”话题拉近了博物院与受众的距离。早安问候是日常生活中的一种亲切互动，河南博物院用此发文传播开馆信息、当日天气等。如2023年6月12日微博发文“新的一周，愿你积极进取，活力满满地迎接每一天”；2023年6月13日发文“今天周二，豫豫家正常开放，宝子们记得提前预约哈”；2023年6月14日至15日发文为郑州的天气。“豫博早安”话题通过每天的问候，建立博物馆与公众之间的情感链接。

早安话题鼓励公众参与评论和分享，提升互动性。2023年6月13日的早安话题，发了一张可爱的文物图片，引起粉丝在评论区的互动，官方微博积极回复。这种互动不仅增加了内容的曝光率，也使河南博物院能更好地了解公众需求，进一步优化服务和沟通方式。2023年5月26日发布微博“期待的周五来喽，大家早~”，人们在此微博评论区互相问候，增进了受众之间的联系。

3.主题三：文化活动

Topic2可以命名为“文化活动”。发表的内容主要是关于出土文物的历史、河南各地的文化起源，以及一些河南博物院举办的相关展览活动，目的是普及相关文化知识，让更多的群众参与到其中。

根据不同的展览主题或节日活动，河南博物院官方微博会策划系列性主题活动。如2021年2月22日至26日，河南博物院官方微博账号发表了一系列和元宵节话题相关的博文，“正月十四，锁定河南元宵奇妙夜，跟豫豫一起来探索大唐盛宴的豫博宝藏吧！”“听说唐宫盛宴里的小姐姐们来河南博物院啦！”等，具有较高的点赞和浏览量。此外，河南博物院还联合河南卫视在微博平台进行元宵奇妙夜的直播活动，观看量达到65.1万。2023年9月26日至10月6日，为庆祝中秋佳节，河南博物院在华夏古乐厅开展演出活动，官方微博话题“河南博物院里的神仙乐

队”发布精彩的演出片段，获得较高播放量。

河南博物院官方微博发布学术讲座、节日活动等信息，让公众了解到当前博物馆所开展的活动内容。如河南博物院微博话题“中原国学讲坛”，该话题所发布的内容为讲座的相关通知，受众可以线上预约。2023年3月1日、8日、15日、22日、29日等所发布的内容均有讲座的预约活动，得到了粉丝们的关注。如2021年9月15日发布微博“黄河流域博物馆讲解员能力提升研修班预通知”助力讲好“黄河故事”。河南博物院官方微博进行了多种创新的活动和传播方式，成功吸引大量公众关注。

三、结语

本文将河南博物院官方微博发文按照主题形式进行分类讨论，并从多个维度对河南博物院的发文规律加以总结。研究发现，河南博物院官方微博推广范围广，受众群体庞大，彰显了博物院服务群众的理念。如Topic1的豫博早安主题，发布天气及早安问候，适合绝大多数受众。Topic2的文化活动主题，发布的活动内容不但适合研学的小朋友，还获得了青少年、成年人以及考古爱好者的喜爱。最具有影响力的主题为Topic2。在此主题下，热度最高的季度中，具有较高点赞、高转发量的发文内容多是关于河南博物院活动演出、国学论坛、节日推出的特别活动等。因为此话题下的微博具有较强的互动性，更能吸引受众的关注，扩大了河南博物院的影响力。河南博物院官方微博的发博思路为同行进行新媒体运营提供了参考，值得学习借鉴。

参考文献：

- [1]第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J].传媒论坛,2024,7(17):121.
- [2]刘亚奇.黄河流域九省区博物馆“云展览”的传播及优化[J].新闻爱好者,2021,(12):73-75.
- [3]刘亚奇.从博物馆建筑看文化的表达与传播——以河南博物院为中心[J].河南教育学院学报(哲学社会科学版),2022,41(02):19-23.
- [4]李倩,王帅.LDA模型下我国公共图书馆微信平台阅读推广内容主题研究[J].图书情报工作,2022,66(08):72-83.
- [5]孙瑞英,陈宜泓.基于LDA主题模型的国内智慧阅读研究热点及发展导向研判[J].图书馆建设,2023,(03):82-93+103.

苏武江, 董欣雨. 新媒体时代博物馆讲好黄河故事策略研究 [J]. 新乡学院学报, 2025, 42(5): 36-42.

第 42 第 5 期
Vol. 42 No. 5

新乡学院学报
Journal of Xinxiang University

2025 年 5
May. 2025

新媒体时代博物馆讲好黄河故事策略研究

——基于对河南博物院官微文本的 LDA 主题模型分析

苏武江^a, 董欣雨^b

(新乡学院 a. 国际教育学院; b. 新闻传播学院, 河南 新乡 453003)

摘要: 博物馆是新媒体时代传承与传播黄河文化的重要场域。以河南博物院为对象, 运用 Python 爬虫程序采集其官方微博从开通至 2024 年 12 月 31 日发布的 6207 条微博数据, 并借助 LDA 模型进行主题建模分析。研究发现, 河南博物院微博围绕“日常互动与生活关怀”“文化传播与活动推广”“文物探秘与参观指引”三大主题展开布局, 通过差异化的内容定位与传播策略, 构建起情感连接、知识传递、服务赋能三大功能协同发力的内在机制, 有力拓展了黄河文化传播版图。基于研究结果, 从内容主题策划、传播策略创新、多元技术应用等方面为黄河流域博物馆在新媒体时代讲好黄河故事、传承黄河文化提出了实践启示。

关键词: 新媒体; 河南博物院; 微博; LDA 主题模型; 黄河文化

中图分类号: G202 文献标识码: A 文章编号: 2095-7726 (2025) 05-0036-07

博物馆是传承与传播黄河文化的重要场域。伴随移动互联网技术的迅猛发展, 黄河流域博物馆纷纷入驻社交媒体平台, 营造线上博物馆的全新空间。微博(在本文中特指新浪微博)作为国内具有广泛影响力的主流社交媒体平台, 因具备信息发布门槛较低、传播方式呈裂变式、信息交互便捷快速等突出优势, 成为黄河流域博物馆入驻的首要选择。截至 2024 年 12 月 31 日, 沿黄九省(区)的 65 家国家一级博物馆中, 已有 48 家(占比 73.8%)开通官方微博账号。其中的 8 家综合性国家一级博物馆(四川博物院、山西博物院、陕西历史博物馆、山东博物馆、青海省博物馆、宁夏回族自治区博物馆、甘肃省博物馆以及河南博物院)已累计发布微博超过 202 万条, 转评赞数超过 347 万次, 粉丝数量超过 400 万, 有效拓展了博物馆的传播范围, 提升了黄河文化的传播效能。

河南作为黄河流域的核心区域, 在黄河文化的形成与发展过程中占据独特地位。河南博物院作为河南地区文化的重要展示窗口, 其馆藏特色鲜明, 大量文物直接见证了黄河文化的兴衰变迁, 从远古时期的石器、陶器, 到商周的青铜器, 再到唐宋的书画瓷器等,

每一件文物都承载着黄河流域特定历史时期的文化信息, 成为黄河文化的生动载体。同时, 河南博物院官方微博运营数据优势显著, 粉丝数量大且活跃度高, 发布内容的阅读量、互动量可观, 在文化传播领域表现卓越。基于此, 本文选取河南博物院官方微博作为典型研究案例, 通过编写 Python 爬虫代码获取其全部微博内容, 并应用 LDA (Latent Dirichlet Allocation, 潜在狄利克雷分布法) 主题模型进行聚类分析, 量化博物馆微博的主题分布偏好和主题强度演化特点, 深度剖析河南博物院微博文本的叙事特征, 以期为黄河流域博物馆在新媒体时代讲好黄河故事提供借鉴。

一、研究设计

本研究综合运用网络爬虫技术与 LDA 主题模型, 遵循数据获取、文本预处理、主题建模以及可视化分析的流程展开研究(技术路线如图 1), 全程采用 Python 语言编写代码, 并在 Jupyter Notebook 平台上完成运行, 以确保研究的可重复性与规范性。

在数据获取阶段, 首先借助浏览器开发者工具分析河南博物院官微网页 HTML 结构, 明确关键数据所在位置。其次, 编写 Python 爬虫程序, 通过 HTTP 请求

收稿日期: 2025-01-25

基金项目: 河南省软科学研究计划项目(252400410356); 河南省国际中文教育研究与实践课题(HZC2025KT036); 河南省高等教育教学改革研究与实践项目(研究生教育类)(2023SJGLX350Y)

作者简介: 苏武江(1975—), 男, 陕西渭南人, 副教授, 博士, 研究方向: 黄河文化传播。

获取网页HTML源代码，利用第三方库BeautifulSoup进行数据解析，精准提取微博文本内容、发布时间以及互动信息等关键要素。最后，将抓取到的数据以csv文件格式存储，方便后续管理和分析。

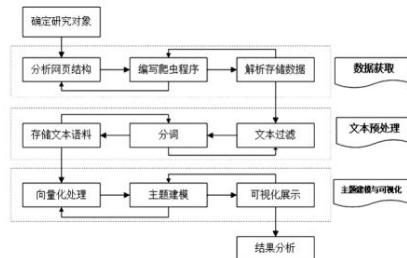


图 1 研究技术路线图

在文本预处理环节，首先采用正则表达式过滤掉文本中的特殊字符、英文字符、标点符号、表情符号、数字、链接以及乱码等，只保留中文文本。然后，使用第三方库 jieba 中的分词模块进行中文分词操作。在分词中构建用户词典和停用词表，将“豫豫”“河南博物院”“豫博”“芋头”等专用词语加入用户词典，将实际意义不大的“已经”“由于”“虽然”“如果”等纳入停用词表，再根据分词结果不断扩充用户词典和停用词表。最后，过滤单字词，只保留词语数量大于 2 的微博。反复运行代码，不断优化分词结果，形成用于主题建模的文本语料。

在主题建模阶段，首先利用 Scikit-learn 库中的 CountVectorizer 模块进行文本语料的向量化处理，通过词频（Term Frequency, TF）模式捕捉词汇的局部语义特征（高频词反映文本主题倾向）。在此基础上，运用 LDA 主题模型，对文本数据中的关键词共现特征进行分析，揭示文档—主题—词项的三层语义关系，完成主题建模。随后，利用 WordCloud、PyLDAvis、Matplotlib 库进行可视化展示，以直观呈现文本的核心内容与主题相关信息，辅助理解主题的分布特征和动态变化趋势。

二、结果分析

河南博物院于2019年1月4日发布首条微博。截至2024年12月31日24:00,其微博主页显示的已发布微博总数为6042条。在爬取数据后,对本地文件进行人工去重、抽查核对等操作后,确定实际获取微博数量为6207条。经过数据预处理,最终得到5711条高

质量的文本语料，进行主题建模分析。

(一) 文本语料高频词解读

对分词后的文本语料进行词频统计，并借助 Word-Cloud 词云图进行可视化展示（图 2），河南博物院微博内容的关键特征得以清晰呈现，初步呈现出主体建构、情感互动、知识传播三维语义网络特征，为后续基于 LDA 模型的主题聚类分析提供了语义网络基础。



图2 词云图

从主体建构维度看，微博主体通过“河南博物院”（2577次）、“豫博”（1896次）、“博物馆”（1325次）等高频词，在受众认知中持续强化主体身份识别。地域坐标“郑州”（1210次）的高频出现，暗示微博主体注重将文化传播与城市生活场景进行融合。

从情感互动维度看，“早安”（2185次）作为情感唤醒符号，通过每日定时推送机制构建起与受众的日常情感仪式。专属昵称“豫豫”（1130次）、“芋头”（841次）的使用，既塑造了拟人化传播主体，又形成了独特的情感知觉标识。

从知识传播维度看，“文物”（933 次），“中国”（802 次），“河南”（721 次），“文化”（642 次）构成文化语义网络。“今日”（1158 次）的高频出现，主要归因于每日天气等生活资讯类微博内容的推送，体现了微博主体在传播文化知识的同时，注重融入受众的日常生活场景。

综上所述，这些高频词汇通过不同组合方式，分别对应主体建构、情感互动、知识传播三个维度，共同构建起河南博物院微博的内容生态体系。这种词汇分布特征为后续主题聚类分析提供了重要的语义网络基础，也为解析微博如何通过差异化内容定位提升传播效能提供了数据支持。

(二) 主题识别结果分析

为进一步探究河南博物院微博文本的潜在结构特征与语义关联,运用LDA主题模型对文本语料展开

深度挖掘分析。在主题建模时，参考已有研究成果，将困惑度（perplexity）作为确定主题数的关键指标。通过对不同主题数下的困惑度进行计算和分析，结果显示，当主题数为3时困惑度最小，曲线出现显著拐点（图3），据此确定主题数为3。

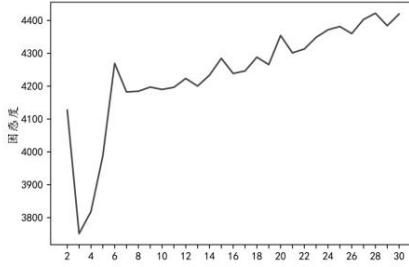


图3 主题数与困惑度关系曲线

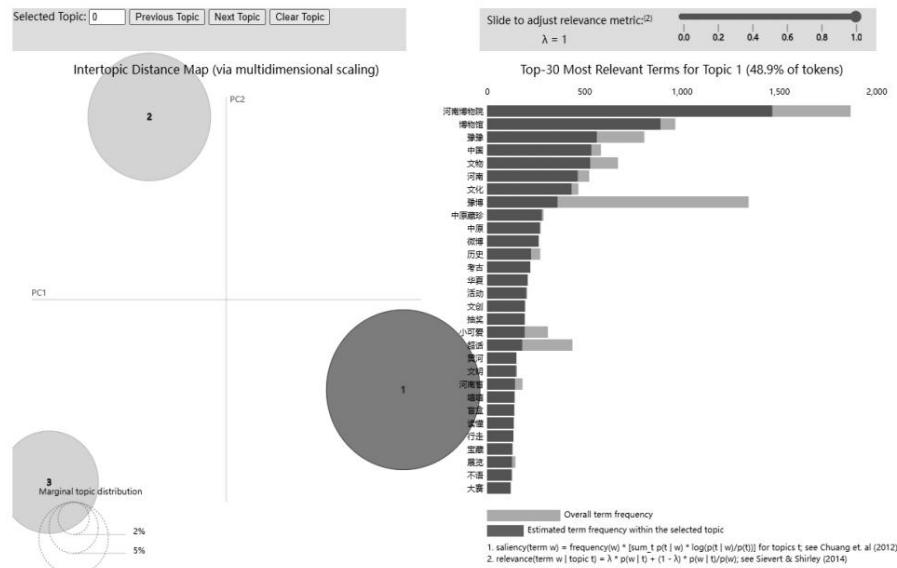


图4 特征词权重分布图

表1 各主题特征词及主题命名结果

| 主题 | 特征词 | 主题命名 |
|--------|--|-----------|
| Topic1 | 早安、豫博、今日、郑州、芋头、多云、温度、气温、生活、晴天、努力、河南博物院、人生、超话、东北风、偏南风、小阔爱、阴天、成功、时间 | 日常互动与生活关怀 |
| Topic2 | 河南博物院、博物馆、豫豫、中国、文物、河南、文化、豫博、中原藏珍、中原、微博、历史、考古、华夏、活动、文创、抽奖、小可爱、超话、黄河 | 文化传播与活动推广 |
| Topic3 | 豫豫、河南博物院、出土、文物、探宝、寻宝、博物馆、手机、壁纸、河南、开放、假期、时间、唐代、预约、豫博、中国、历史、遗址、超话 | 文物探秘与参观指引 |

完成建模后，借助 PyLDAvis 交互可视化工具展示 LDA 主题模型结果。图 4 呈现的是占比最大主题的特征词权重图，不同特征词依据权重大小呈现出相应的分布状态。在可视化展示的整体布局中，圆圈大小直观反映主题占比情况，占比越大的主题，其圆圈越大。图中可以看出，代表不同主题的圆圈相互间隔，分散于不同象限，这表明各主题间界限明晰、彼此独立，共同构成了对原文档的一种分解和概括，能够全面覆盖原文档中的各种话题和内容，证明模型能够较好地拟合原文档数据，本次主题建模结果理想。

最后，从模型结果中抽取各主题下权重排名前 20 的特征词，详情见表 1。结合对不同主题下微博文本内容的深度研读，对三个主题依次进行科学命名，确保主题名称能够准确映射文本内涵与内在逻辑。

将 Topic1 命名为“日常互动与生活关怀”。该主题的特征词多为日常生活元素、天气情况、情感表达以及与河南博物院的互动相关词汇。“早安”“今日”等词体现了日常问候和时间标记, 这些词的频繁出现表明这一主题注重与受众的日常交流, 通过亲切的问候建立情感连接。“郑州”作为特定地点, 结合“河南博物院”, 显示内容聚焦于当地及博物院周边生活。“温度”“多云”“晴天”等天气词汇, 以及“生活”“人生”等词, 反映出主题围绕人们的日常生活展开, 传递生活关怀。

将 Topic2 命名为“文化传播与活动推广”。这一主题围绕河南博物院的文化内涵、文物展示、历史考古以及相关活动展开。核心特征词如“河南博物院”“文物”“历史”“考古”, 明确表明主题聚焦于博物院的文化资源。“中原藏珍”作为博物院特色内容的代表, 体现了对文物的深度挖掘和展示。“文化”“华夏”等词拓宽了主题的文化视野, 强调文化传播。“活动”“文创”“抽奖”等词则表明会通过举办各类活动、推出文创产品等方式, 吸引公众参与, 达到文化传播推广的目的。

将 Topic3 命名为“文物探秘与参观指引”。“出土”“探宝”“寻宝”等词激发了人们对文物神秘性的探索欲望, 暗示内容可能围绕文物故事等展开。“博物馆”“河南博物院”“遗址”等明确了地点信息, 与文物探索紧密相关。“手机”“壁纸”则表明博物馆利用现代技术手段为参观者提供服务。“开放”“假期”“预约”等词则围绕博物馆的参观时间、预约方式等实用信息展开, 为观众提供参观指引。

此外, “河南博物院”“豫博”“河南”等特征词为不同主题所共有, 这意味着三个主题并非彼此孤立, 而是有机交融的。主体建构层面, 它们强化博物院身份标识; 从情感互动维度看, 它们成为引发河南地域情感共鸣纽带; 从知识传播视角看, 它们是地域文化知识核心载体。三大主题相互关联、协同发力, 共同推动黄河文化的有效传承与弘扬。

(三) 主题分布与演化态势

从主题频数统计结果看, 三个主题的微博发布数

量有显著差异, 具体情况见图 5。其中, “文化传播与活动推广”(Topic2) 主题的微博篇数最多, 共计 3290 篇, 在总微博数量中占比达 57.6%, 成为微博内容的主导主题。“日常互动与生活关怀”(Topic1) 主题的微博数量为 1451 篇, 占比 25.4%, 处于中间水平。“文物探秘与参观指引”(Topic3) 主题的微博有 970 篇, 占比最少, 为 17.0%。这表明微博内容在主题侧重方面存在显著不均衡性, “文化传播与活动推广”相关内容占据了核心地位, 是微博运营重点方向, “日常互动与生活关怀”与“文物探秘与参观指引”相对处于次要地位。

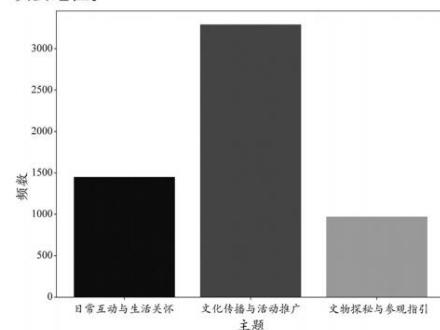


图 5 不同主题频数图

不同主题微博的发布量随季节变化各具特色, 如图 6 所示。“文化传播与活动推广”发布数量多数时候处于高位, 每月大致在 100—170 篇之间。在部分春秋季度波动相对明显, 例如 2021 年第 1 季度(春季)因新展览开幕, 以及 2020 年第 3 季度(秋季)因丰富活动, 微博数量显著增加。夏冬季节发布量相比这些波动较大的春秋时段有所减少, 不过仍维持在一定规模。“日常互动与生活关怀”的微博数量变化范围相对较窄, 整体相对平缓, 每月多数在 50—80 篇之间波动。博物院日常通过固定发布文物小知识、开放信息等进行科普与动态更新, 一定程度维持了微博活跃。“文物探秘与参观指引”各季度发布频率整体较低, 除了个别时段, 因相关活动有小幅度增长外, 大部分季节均稳定在较低水平, 每月基本在 60 篇以内, 且波动相对较小。

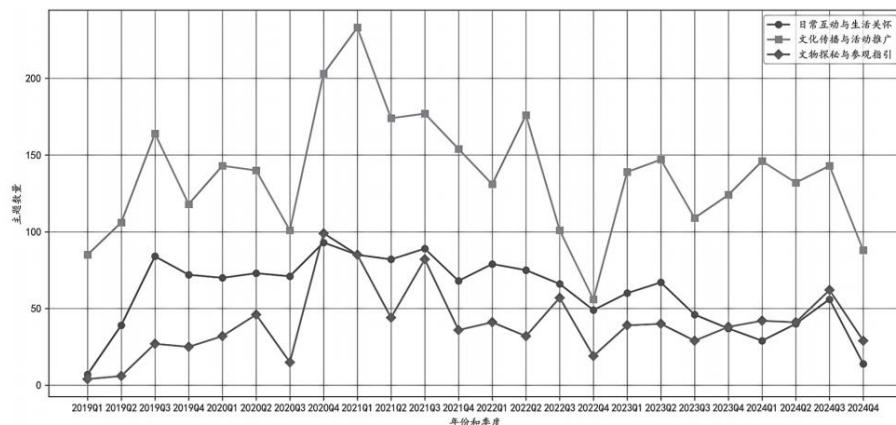


图6 不同主题频数时序变化图

三、主要发现

河南博物院微博依托三大主题板块差异化的内
容定位与传播策略，协同发挥情感连接、知识传递、
服务赋能的功能，持续增大黄河文化传播范围与影响
力。基于这种多主题板块的协同运作以及各项功能的
有效发挥，河南博物院成功探索出一条新媒体时代博
物馆讲述黄河故事的可行路径。

(一) 日常互动与生活关怀: 多元模式下情感连接 功能的实现

“日常互动与生活关怀”主题微博聚焦情感连接
功能。在内容呈现上，依托多媒体技术，将文物转化
为情感符号；在传播导向层面，聚焦情感互动，搭建起
立体的互动网络；在受众层面，巧妙融合亚文化元素，
设计专属互动。这些策略层层递进，将河南博物
院塑造为城市生活中不可或缺的文化陪伴者。

第一，依托多媒体，创新情感表达形式。运用视
频、图文等多元媒体传播文物知识，全方位展现文物
魅力。介绍青铜器，运用3D建模与场景还原技术呈
现铸造工艺与使用场景，从历史沿革、文化寓意深入
剖析；展示书画，特写镜头展现笔墨细节，阐述创作
背景与艺术风格；介绍陶瓷，展示烧制过程，讲解器
形演变与装饰特点。同时，精心设计图片、视频，将文
物形象转化为情感符号，拉近受众与黄河文化距离。
例如2024年5月16日微博，以“今天的心情要像舞

人佩一样飘逸美丽”文案搭配白玉舞人佩图片，传递
轻松愉悦氛围；2024年8月1日推出结合清代象牙白
菜牙雕元素的日历壁纸，兼具审美价值与文化底蕴，
收获了大量好评与分享。

第二，聚焦情感互动，优化传播导向。基于受众社
交与情感需求，官微以早安问候为情感连接切入点，
融入文物元素视频、图文，同步满足受众历史文化知
识认知需求，实现情感与知识双重传递。每日固定时段
发布早安微博并搭配相关内容，促使受众形成长期稳
定情感依赖与文化认同。与其他主题协同配合，构建
立体受众互动网络，提升博物馆文化传播整体效果。
例如2024年12月31日，早安微博借新年契机宣传馆
内百戏大舞台活动，吸引大量受众关注。

第三，融合亚文化元素，打通传播链路。鉴于青年
群体在文化传播中的重要地位，官微巧妙融入青年亚
文化元素，将文物形象制作成表情包、短视频片段，
采用玩梗、模仿等青年喜爱的方式，契合其追求个性化、
娱乐化的文化偏好。例如，2024年12月10日微博，
借助热门“去班味皮肤”话题玩梗，将馆内的气
功俑、吹口哨雕砖俑等文物形象与流行的网络用语相
结合，趣味十足，吸引大量转发。针对其他年龄段受
众，河南博物院微博也精心设计专属互动方式，为老
年群体分享文物背后故事，为少年儿童开展趣味文物
互动活动，使情感连接覆盖更多受众。

（二）文化传播与活动推广：多元策略中知识传递功能的实现

“文化传播与活动推广”主题微博以知识传递为核心功能，通过多媒融合、跨界联动、创意营销、精准定位传播等创新举措，使博物馆成为黄河文化的核传播枢纽。

第一，多媒融合，拓展文化传播维度。综合运用多种媒介形式，打造全方位、立体式的文化传播矩阵。首先，直播成为传播利器，如2024年文化和自然遗产日期间开展的“奥秘博物雅堂”直播，聚焦文物“重生”过程，凭借直播的即时性与互动性，吸引大量观众在线观看，让公众不仅能直观地了解文物保护工作，还能实时参与互动，增强对文化传承意义的认知。此外，H5互动页面、小程序等数字化媒介也发挥了重要作用。如“线上考古”小程序自2021年9月29日上线以来，凭借模拟考古体验的趣味性，吸引了十万计的用户参与。

第二，跨界联动，延伸文化传播版图。积极开展跨界合作，携手各方力量拓展文化传播边界。与其他文博单位联合举办展览，如2024年12月26日起开展的“玉鉴古国——红山·良渚文化展”，汇聚各方文化精华，吸引超10万人次现场参观，促进了不同地域文化间的交流与融合。同时，与媒体、科技企业跨界合作，如与金鹰卡通联手打造的数智文博“寻脉中国——豫耀九州”项目，借助数字化技术与AR元宇宙技术，以虚拟向导“毛毛鹰”带领观众穿越时空探索博物馆谜题。通过此类活动，成功触达双方共同的用户圈层，进一步扩大了博物馆文化的传播范围。

第三，创意营销，激发文化传播活力。借助创意营销手段，激发文化传播的活力与吸引力。“考古盲盒”将热门的盲盒经济与考古体验巧妙融合，2020年12月2—31日，售出超2万件。消费者在打开盲盒的期待与挖掘“文物”的过程中，不仅收获了乐趣，也对文物和考古知识有了更深入的了解。2024年4月28日，河南博物院与“与辉同行”董宇辉合作直播，吸引了超过2亿人次观看，带动总销售额达1.35亿元，实现了文化传播与商业价值的双丰收。

第四，精准定位，增强文化传播黏性。在内容创作和服务上，充分考虑不同受众群体的兴趣点与知识需求。针对儿童群体，设计了“文物贪吃蛇”等趣味互动活动，让孩子们在轻松愉快的氛围中接触和了解文化知识，参与数超过8万人次。对于青年群体，通过将传统文化与青年喜爱的音乐形式相结合，满足了他们追求个性与时尚的需求，如“河南博物院里的神仙乐队”相关微博阅读量达150万次。在服务层面，平均每天及时回复微博评论区200余条提问，解答观众在参观、文化学习等方面的疑惑。2024年国庆假期，河南博物院围绕社教研学、公益讲解、华夏古乐演出、文创活动等打造活动项目，7天共接待观众近10万人，其中省外观众占比近七成。多样化的活动精准满足了不同观众的需求，有效提升了观众的参与度和文化传播的黏性。

（三）文物探秘与参观指引：多元路径下服务赋能功能的实现

“文物探秘与参观指引”主题微博以服务赋能为核心功能，通过深入挖掘文化底蕴、引进新技术、增强互动服务等策略，成功将博物馆转化为可参与、可体验的文化探索空间。

第一，深挖知识富矿，激发探索热情。微博深入挖掘馆藏文物的历史背景与文化价值。以贾湖骨笛为例，详细介绍其出土背景、制作工艺，以及在音乐史和文化史上的重要意义，让公众领略到黄河流域早期人类的智慧。在介绍妇好鸮尊时，从造型特色延伸到商代社会的宗教、艺术、军事等方面，使公众对商代历史有全面而深刻的认识。这种深度解读，精准地传递出黄河文化的深厚底蕴，有效激发了公众对历史文化的探索热忱。

第二，创新参观体验，突破时空限制。积极开展线上“云直播”“云展览”等活动，实现向新媒体领域的深度转型。在2024年文化和自然遗产日期间，博物院通过“云直播”带领观众走进文物修复室。直播过程中，专业修复师现场讲解修复技术，分享每一件文物背后的故事，让观众实时观看文物修复的精细过程。此次直播吸引超50万人次在线观看，收

获点赞数达 100 余万次。此外，博物院还打造了线上 3D 虚拟展览，观众通过手机或电脑就能身临其境地欣赏各类文物，全方位查看文物细节，配以详细的语音讲解和文字介绍，极大地丰富了观众的参观体验。

第三，多元互动服务，拓展文化辐射。在参观指引方面，微博为观众提供了全面细致的信息。在参观路线规划上，根据观众的不同需求提供个性化建议，针对时间有限的观众设计精华路线，如从贾湖骨笛所在展厅出发，快速领略博物院的镇馆之宝。针对对唐代文化感兴趣的观众推出专题路线，包含唐代的陶瓷、书画等展厅，让其深入感受唐代文化的魅力。此外，还通过区域联动，拓宽辐射范围。如 2024 年 3 月“两会”期间，河南博物院发起倡议，联合其他博物馆开展融媒联动活动，创设了“龙的传人共述黄河文物故事”话题，不同地区 10 多家博物馆共同参与。该话题配合“礼合中国”展览开幕推出，活动期间相关话题阅读量迅速突破 5000 万次，众多网友参与互动，分享对礼乐文化和黄河文化的感悟。

综上，河南博物院微博借助“日常互动与生活关怀”“文化传播与活动推广”“文物探秘与参观指引”三大主题的协同运作，构建起实现情感连接、知识传递、服务赋能三大功能的内在机制，从传播广度、深度与效度等多维度拓展黄河文化传播版图，显著提升了黄河文化在不同受众群体中的认知程度、辐射范围与情感认同水平，成为黄河文化新媒体传播实践的典型案例。

四、实践启示

河南博物院微博通过三大主题差异化的内容定位与传播策略，实现情感连接、知识传递、服务赋能三大功能协同发力的内在机制，为黄河流域博物馆在新媒体时代讲好“黄河故事”提供了极具价值的启示。首先，深度挖掘文化底蕴，构建传播主题体系。深度探寻本地黄河文化的深厚底蕴，突破以往局限于文物展示和活动宣传的单一模式，巧妙融入独特的地域特色，构建层次分明的传播主题体系。其次，创新传播策略，激发互动效能。运用故事化叙事，将黄河文化的历史典故与文物传奇转化为鲜活故事，引发受众的情感共鸣。强化互动式传播，通过线上

线下相结合的互动活动，鼓励受众积极参与，增强切身体验。充分利用社交媒体的话题传播机制，结合热点事件和文化节庆，引导受众分享自己的见解和感受，扩大话题影响力，提升黄河文化的社会关注度。再次，引进智能技术，提升传播质效。加大对新兴技术的投入与应用，借助虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术，打造沉浸式的线上展览和文化体验项目，体验黄河流域古代文明的雄浑厚重与独特魅力。利用人工智能（AI）技术分析用户数据，实现个性化内容推荐，实现精准传播，提高文化传播的效率和质量。最后，跨界协同合作，助力文化传承。积极与高校、科研院所合作开展学术研究，为文化传播提供坚实的学术支撑。与企业合作开发文创产品，借助商业渠道推广黄河文化，让文化以更贴近生活的形式走近大众。与社区、学校合作，开展文化进社区、进校园活动，如举办黄河文化讲座、组织学生参观博物馆等，提高黄河文化的普及度，共同推动黄河文化的传承与发展。

参考文献：

- [1] BLEI D M, NG A Y, JORDAN M I. Latent dirichlet allocation[J]. Journal of machine learning research, 2003 (3) : 993-1022.
- [2] BLEI D M, Probabilistic topic models[J]. Communications of the ACM, 2012 (4) : 77-84.
- [3] 何锦彦.文化传播视域下博物馆语用身份的多模态话语分析：以故宫博物院新浪微博文章为例[J].湖北师范大学学报（哲学社会科学版），2022 (5) : 82-87.
- [4] 杨莉, 王敏, 程宇. 基于LDA和XGBoost模型的环境公共服务微博情感分析[J]. 南京邮电大学学报（社会科学版），2019 (6) : 2-29.
- [5] 金苗, 自国天然, 纪娇娇. 意义探索与意图查核：“一带一路”倡议五年来西方主流媒体报道LDA主题模型分析[J]. 新闻大学, 2019 (5) : 13-29.
- [6] 杨洋, 江开忠, 原明君, 等. 新闻话题识别中LDA最优主题数选取研究[J]. 数据分析与知识发现, 2022 (11) : 72-78.