

新媒体视域下中华优秀传统文化传播研究

张濒月

吉林交通职业技术学院, 吉林 长春 130100

DOI: 10.61369/VDE.2025070020

摘 要 : 本文聚焦新媒体视域下中华优秀传统文化的传播, 系统分析其面临的机遇、蕴含的价值、遭遇的挑战, 并提出针对性传播路径。研究发现, 新媒体赋予传统文化传播主体多元化、内容丰富化、形式多样化和范围广泛化等机遇, 具有提升文化认同、增强文化自信、促进国际交流等重要价值。但同时也面临网络环境复杂、内容娱乐化、传播人才短缺等挑战。通过树立正确观念、加强政策引导、创新传播形式等路径, 可有效推动中华优秀传统文化在新媒体时代的传承与发展, 助力文化复兴与国际影响力提升。

关 键 词 : 新媒体; 中华优秀传统文化; 传播机遇; 传播价值; 传播路径

Research on the Dissemination of Excellent Traditional Chinese Culture from the Perspective of New Media

Zhang Binyue

Jilin Communication and Technology College, Changchun, Jilin 130100

Abstract : This paper focuses on the dissemination of excellent traditional Chinese culture from the perspective of new media, systematically analyzing the opportunities, values, challenges it faces, and proposing targeted dissemination paths. The study finds that new media endows traditional culture with opportunities such as diversified dissemination subjects, enriched content, diversified forms, and extensive reach. It has important values, including enhancing cultural identity, strengthening cultural confidence, and promoting international exchanges. However, it also faces challenges such as complex network environments, content entertainmentization, and a shortage of communication talents. By establishing correct concepts, strengthening policy guidance, and innovating dissemination forms, we can effectively promote the inheritance and development of excellent traditional Chinese culture in the era of new media, and contribute to cultural rejuvenation and the enhancement of international influence.

Keywords : new media; excellent traditional Chinese culture; dissemination opportunities; dissemination value; dissemination paths

引言

中华优秀传统文化构成了中华民族的“根”和“魂”, 是中华民族的“精神血脉”。在信息技术高速发展的今天, 新媒体以其自身独有的传播规律影响着信息的传播。微博、微信、短视频、直播等新型媒介形式的出现, 为中华优秀传统文化的传播打开了新的空间, 如何利用新媒体的传播来消解传统文化的时空束缚, 重新获得活力, 让更多的人接收到传统文化, 进行有效传播成为文化研究和文化传播实践中的紧迫任务^[1]。充分探究新媒体视域下的中华优秀传统文化传播问题, 对于延续民族文化基因, 增强中华文化软实力, 抢占国际文化话语权具有重要的理论价值和现实价值。

一、新媒体视域下中华优秀传统文化传播的机遇

(一) 传播主体多元化

传统媒体时代, 中华优秀传统文化的传播仅依靠官方、文化社团、高校等少数主体进行传播, 但新媒体的兴起改变了这一现状, 新媒体的发展使得社交媒体、短视频 APP 等成为可能, 人人

都可成为传播主体。多元化的传播主体视角更多样化, 同时也提升了社会大众参与中华优秀传统文化传播的活力, 从而营造全民传播的良好氛围^[2]。

(二) 传播内容丰富多样

新媒体可以借助强大的信息整理、表现功能, 使中华优秀传统文化内容愈发多样化。既有人文经典内容, 如诗词歌赋、历史

典故等等，也不乏内容独特、较为冷门的传统民俗、手工技艺、传统戏剧等等的流派特色、传统文化符号在民族民间的手工艺技术和文创、国粹等文化内容通过新媒体走向大众^[3]。

（三）传播形式灵活多变

新媒体突破了传统媒体一对多的传播方式，形成一对多乃至多对多的互动传播方式。借助直播、短视频、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等手段，使传统文化的传播更加立体化、互动化。如以VR技术再现了古代宫殿建筑的气魄，AR技术扫描一张文物的图片则呈现了文物的三维动态效果和文字介绍。而且新媒体的互动功能让用户实时参与文化传播过程，评论、点赞、转发等实时反映用户和传播者以及传播用户的交流互动，进一步增强了文化传播的时效性和娱乐性^[4]。

二、新媒体视域下中华优秀传统文化传播的价值

（一）提升文化认同

新媒体下的多维度的传统文化传播内容和形式，可以让更多民众，特别是年轻群体接触到传统文化，当他们通过新媒体短片了解了传统节日的真情与文化韵味，通过直播体会到传统戏曲的魅力，他们就会油然而生一种传统文化上的文化认同感与文化归属感，而这种文化上的认同感，就是民族团结力的源泉，而这种文化上的认同会推动社会更趋和谐^[5]。

（二）增强文化自信

新媒体的普及使中华优秀传统文化在国内甚至海外社会的影响力得到了广泛传播。李子柒的短视频在海外的传播成功地将中国传统文化中的中国传统田园生活方式及其传统文化价值以世界人民喜闻乐见的方式在世界范围内进行了推广和传播，将中华传统经典文化精神成功地诠释给世界人民，通过文化的海外传播和认同使国人更深层次地感受到中华民族文化自信的自豪感，认识到中国传统文化在世界文化之林的地位和价值，能够以更加积极、负责的态度去弘扬中国传统文化^[6]。

（三）促进国际交流

新媒体突破地域、语言等局限，为中华优秀传统文化国际化传播提供了便利途径。国外民众随时可以通过微信、视频网络等渠道随时随地了解中国的传统文化信息，比如中国春节、中秋等传统节日的相关内容在海外社交网络平台上大量传播，增强了国外民众对中国人传统习俗的了解；有的对中国传统武术、中医养生等内容开展国际化传播，促进了中外文化在健康、体育等方面的交流和合作，推动中华文化“走出去”。

三、新媒体视域下中华优秀传统文化传播面临的挑战

（一）复杂网络环境的干扰

新媒体时代海量、复杂的网络信息以及大数据算法下的“信息茧房”效应使部分受众只能接触到自己感兴趣领域的片面、局部信息，传统文化传播容易被海量的娱乐化、碎片化信息覆盖。加之网络传播主体的参差不齐，在某些传播者只以博眼球为目

的，对传统文化的片面解读、歪曲以及恶搞时有发生，使大众对传统文化的认知产生误导，损害传统文化的严肃性和权威性。

（二）内容娱乐化倾向严重

流量时代的文化市场中，为了满足自身追求关注度、热度的诉求，部分传统文化传播内容出现了文化消费娱乐化的现象。一些网络综艺节目在传播传统文化时过分追求娱乐效果，以传统文化元素为内容噱头，但内容表达缺少对传统文化内涵和本质的挖掘，易使受众对传统文化产生片面的错误理解，降低了传统文化的内容意义与艺术价值，不利于传统文化的发扬光大。

（三）专业传播人才短缺

在新媒体环境下，传统文化的传播需要精通传统文化知识，又了解新媒体运作方式的专业人才，而在当前缺少这类专门人才。一方面，对传统文化领域专攻人士不够了解新媒体的运作方式和传播手段；另一方面，新媒体领域专业的技术人才，不懂传统文化精髓，不能创作出有价值有分量的内容，导致传统文化无法在新媒体进行有效传播^[7]。

四、新媒体视域下中华优秀传统文化传播的路径

（一）树立正确观念，保持文化敬畏

新媒体语境下，传承弘扬中国传统文化首先就是要端正态度、尊重传统文化。传播者要钻研传统文化经典，理解传统文化，不能为了迎合时兴的流量趋势而去肢解传统文化、戏弄传统文化。比如，有些短视频创作者为了获取粉丝的点击率和关注度，就将传统戏剧随意地拼合、无厘头地胡编乱造，实际上对传统文化的亵渎不仅割裂了传统文化，消解了传统文化，也在消解了传统文化的神圣和意义。传播者应坚守弘扬传统文化，传播者应有本领，应有智慧地对传统文化进行弘扬和传播。另一方面，传播者传播传统文化的要以人为本、顺时而动。需要基于时代观众的需求，将传统文化进行创造性地转换。如故宫博物院通过新媒体传播，运用“数字故宫”使传统文化与现代技术相融合，使传统文化呈现出新的生命力，使传统文化在发挥魅力的同时又焕发时代生机，让越来越多的人在敬畏传统文化的同时，又感觉到传统文化与生活是息息相关的^[8]。

（二）加强政策引导，完善传播机制

要提高中华优秀传统文化新媒体传播的效率，就必须找准着力点——政策。首先政府应制定相关政策，面向优秀的传统文化新媒体平台、短视频、网络节目等传统文化节目给予一定的补贴，并积极鼓励文化类企业以及自媒体人专注于传统文化类节目的创作。其次，建立健全网络文化市场监管政策制度，加强对传统文化传播内容规范的建立和完善，加大对任何亵渎和歪曲传统文化行为的打击与惩罚。最后，科学的评价机制不容忽视。如可以从传播量、观众反响度以及传统文化价值度的多少等多个角度对传统文化新媒体传播项目的评价效果量化，并提出整改意见，及时作出完善。例如，可以通过观众在某一传统文化类直播节目中的交互量与留言的内容来做出后续形式与选题方向的判断。从政策、机制为出发点为传统文化新媒体的良性发展提供强力

支撑。

（三）创新传播形式，增强传播吸引力

互动性高是新媒体时代传播方式创新吸引受众、增加传统文化传播效能的法宝。可以借用VR、AR、人工智能等技术，提供沉浸式体验。如：利用VR技术，让用户虚拟游览还原敦煌莫高窟洞窟中的壁画，仿佛自己就在历经千年的敦煌莫高窟中行走，亲眼见证那些敦煌壁画，欣赏那些令人震撼的千年国宝；利用AR扫描文物，文物随即就会变成一个3D动态的版本“重现”眼前，同时还配有每个文物背后的文化故事信息。在传播素材的呈现方式上，需更加注重传播内容故事化，传播内容轻量化的创新。将传统文化故事编排在短视频中传播，趣味性较强，将传统文化知识暗含在短视频剧情当中，通过有趣有料的故事方式，向观众阐释传统文化。除此之外，针对传统文化知识，还可以进行直播，邀请相关传统文化内容的传承人、相关学者与观众进行实时互动交流，现场解答疑惑，让传统文化传播的互动性更强。除了传统的传统文化宣传方式外，还可以开发一系列传统文化主题的交互游戏，以交互的方式营造出沉浸式体验，如汉字寻宝游戏、古建筑搭木等游戏，借助游戏趣味性，可以让更多的受众更好地了解和接触传统文化，从而对传统文化的传播带来创新、充满趣味性，并让传统文化与当下先进的媒介传播方式进行融合发展^[9]。

（四）培养专业人才，提升传播水平

新媒体上的中华优秀传统文化传播亟需专门人才。一方面，要加强人才培养。第一，完善教育培养机制，学校培养体系中应进一步设置一些传统文化传播的交叉学科，例如“新媒体与传统文化”等，将新媒体技术、传统文化知识及技巧、数字化技术手段以及其相关的方法论相结合，通过实际案例、研究实践等培养学生理论实践相结合能力、创新能力等。第二，加强与公司、企业的合作，引入企业或公司的人才培养项目计划。设立一个机制，对于学校而言，为一些准备往这方面的方向努力、进步或已经进入这一工作的学生提供进入新媒体相关领域的岗位实习机会，让他们对工作、工作需求和理念等有认知和了解。对于公司

或文化企业而言，公司有更多人力资源需要进入到这个项目当中。这就需要更多的活动，从企业或文化传播公司着手去努力，与学校或部分学生进行讨论研究，寻求合作点和方式。另一方面，在社会实践中也可以加强和拓展对普通工作者（大众）的文化与传播的认知，可以加强对人才的知识以及实践能力等方面的持续性培训。例如，一些行业组织专家以及一些相关领域的学者定期为这个领域的一些从业者提供一些关于中华优秀传统文化及相关网络传播的相关专题讲座与相关业务培训等^[10]。

（五）加强国际合作，拓展传播渠道

在全球传播大背景下，联动国际传播也是中华优秀传统文化海外传播的关键一环。其一，加强与海外知名社交平台、视频平台等海外新媒体战略合作关系，如与YouTube、TikTok国际版等社交媒体签约，借助其庞大用户群及成熟的传播渠道，开设文化官方账号，定期发布优秀作品，同时与海外媒体机构、文化产业机构、文创企业等共同打造文化纪录片、系列短视频等，采用国际受众更容易接受和认同的叙述语态，分享中国传统文化，增强文化传播效果。其二，在文化、艺术交流交往中拓宽传播渠道。通过举办“中国日”“非遗国际巡展”等，嫁接新媒体直播、线上展览等形式，实现全球同步展映，同时积极参与海外国际文化产业博览会，搭建平台、展示传统文化数字产品，让中华优秀传统文化通过多个窗口走向世界，增强中华文化的国际影响。

五、结束语

新媒体环境给中华优秀传统文化传播带来挑战与机遇。在机遇与挑战面前，我们要充分利用新媒体的传播优势，应对新的挑战，在端正观念、政策指导、形式创新、人才建设、国际合作等途径上努力，在新媒体视域下进行有效的中华优秀传统文化传播。让传统文化在新时代焕发出新的生机与活力，实现中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，为中华民族伟大复兴提供强大的精神动力和文化支撑。

参考文献

- [1] 潘伟华. 新媒体技术推动中华优秀传统文化传播 [J]. 中国报业, 2025, (06): 136-137.
- [2] 彭建辉. 新媒体对中华优秀传统文化传播的影响及策略 [J]. 新传奇, 2025, (10): 16-18.
- [3] 王一. 探析新媒体时代中华优秀传统文化传播 [J]. 中国报业, 2025, (02): 134-135.
- [4] 张珍. 新媒体环境下中华优秀传统文化传播策略探究 [J]. 新闻研究导刊, 2025, 16(01): 94-98.
- [5] 郭凌菲, 赵聆羽, 廖里力, 等. 中华优秀传统文化短视频传播面临的问题及对策建议 [J]. 文化创新比较研究, 2024, 8(36): 41-45.
- [6] 吴明月. 新媒体赋能中华优秀传统文化传播 [J]. 中原文学, 2024, (46): 15-17.
- [7] 杨娇琳. 新媒体环境下中华优秀传统文化传播的路径探索 [J]. 中国民族博览, 2024, (20): 47-49.
- [8] 王君. 短视频平台在中华优秀传统文化传播中的创新与实践 [J]. 新传奇, 2024, (39): 53-55.
- [9] 雷甜, 全自文. 新媒体语境下中华优秀传统文化传播与创新 [J]. 文化产业, 2024, (19): 55-57.
- [10] 张舒杰. 中华优秀传统文化传播的时代背景和价值导向 [J]. 中国民族博览, 2024, (11): 100-102.