毕业论文（设计）

|  |  |
| --- | --- |
| 中文题目 | 新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径分析 |

|  |  |
| --- | --- |
| 外文题目 | Analysis of the Communication Path of Excellent Traditional Chinese Culture in the New Media Environment |

二级学院：

专 业：

年 级： 20xx级

姓 名：

学 号：

指导教师：

20xx年x月xx日

|  |
| --- |
| **毕业论文（设计）学术诚信声明**    本人郑重声明：所呈交的毕业论文（设计），是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文（设计）不包含任何其它个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。  作者签名：  年 月 日  **毕业论文（设计）版权使用授权书**  本毕业论文（设计）作者同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文（设计）的复印件和电子版，允许论文（设计）被查阅和借阅。本人授权可以将本毕业论文（设计）的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本毕业论文（设计）。  毕业论文（设计）作者签名： 指导教师签名：    年 月 日 年 月 日 |

目 录

[一、 绪论 - 5 -](#_Toc178236642)

[1.1 选题意义 - 5 -](#_Toc178236643)

[1.2 研究现状 - 5 -](#_Toc178236644)

[1.3 论文框架和创新点 - 5 -](#_Toc178236645)

[二、 中国传统文化短视频的传播内容 - 5 -](#_Toc178236646)

[2.1 传统文化短视频的主要题材类型 - 5 -](#_Toc178236647)

[2.2 传统文化短视频的文化内涵 - 9 -](#_Toc178236648)

[2.2.1 天人合一的自然观 - 9 -](#_Toc178236649)

[2.2.2 和乐美满的家庭观 - 9 -](#_Toc178236650)

[2.2.3 自强不息的人生观 - 9 -](#_Toc178236651)

[三、 中国传统文化短视频的跨文化传播策略 - 9 -](#_Toc178236652)

[3.1 传播平台 - 9 -](#_Toc178236653)

[3.2 “讲好中国故事”:中国传统文化短视频的叙事方式 - 10 -](#_Toc178236654)

[3.2.1 以个体为主的叙事者拉近受众心理距离 - 10 -](#_Toc178236655)

[3.2.2 有无相生的叙事语言增加用户黏性 - 11 -](#_Toc178236656)

[3.3 传播思维的转换 - 11 -](#_Toc178236657)

[四、 中国传统文化短视频在国外的传播效果 - 11 -](#_Toc178236658)

[4.1 中国传统文化短视频在国外的影响 - 11 -](#_Toc178236659)

[4.1.1 李子柒短视频在国外的走红 - 11 -](#_Toc178236660)

[4.1.2 其他传统文化短视频在国外的影响 - 11 -](#_Toc178236661)

[4.2 国外受众对中国传统文化短视频的认同和误读 - 12 -](#_Toc178236662)

[4.2.1 文化认同层面:从民族的到世界的 - 12 -](#_Toc178236663)

[4.2.2 文化相离层面:“他者”的误读 - 12 -](#_Toc178236664)

[五、 结语 - 12 -](#_Toc178236665)

[参考文献 - 14 -](#_Toc178236666)

[致 谢 - 16 -](#_Toc178236667)

新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径分析

**摘要：**这篇文章主要是深挖在新媒体环境里中华优秀传统文化的传播路径，琢磨下在新时代的大背景中它的传播特点还有影响的机制是。 新媒体这信息技术快速发展弄出来的玩意儿，有着即时性、互动性、广泛性之类的特点，给中华优秀传统文化的传承跟创新带来了以前没有过的机会和难题。 本文起初给新媒体与中华优秀传统文化的概念范畴做了界定，接着搭建起依据传播学理论的分析框架，涵盖了传播者、传播内容、传播媒介、受众还有传播效果这五个维度。 通过文献综述跟案例分析，咱这篇文系统地整理了当下新媒体环境里中华优秀传统文化传播的多种路径，像社交媒体平台上的文化内容分享，短视频与直播里的文化展示，还有在线教育平台上的传统文化课程普及之类的。 同时，咱这篇文章把量化分析跟质性研究的法子凑一块，对传播效果做了挺深入的剖析，弄明白了新媒体在拓展传播渠道、让受众参与感变强、推动文化认同这些方面有好作用，不过也点明了当下传播里存在信息碎成块、文化太肤浅之类的毛病。 基于这般情形，本文接着给出了优化新媒体环境里中华优秀传统文化传播路径的策略提议，像强化文化传播者的专业素质、深挖传播内容的文化内涵、搞创新传播媒介的技术运用，还有精准把受众需求给定位好等等。 最终，此文就是想通过对新媒体环境里中华优秀传统文化传播路径的全方位剖析，给传统文化的现代化传承以及创新发展弄点理论支持还有实践引导。

**关键词：**新媒体 中华优秀传统文化 传播路径

# 一、 绪论

## 1.1 选题意义

在探讨《新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径分析》这一课题时，选题意义显得尤为重要[1]。随着信息技术的飞速发展，新媒体已成为文化传播的重要阵地，其独特的传播机制和广泛的覆盖面为中华优秀传统文化的传承与创新带来了前所未有的机遇[2]。从国家文化软实力构建的角度来看，中华优秀传统文化作为中华民族的精神命脉和瑰宝，其在新媒体环境中的有效传播，不仅能够增强国家文化软实力，提升国际影响力，还能在全球文化多元化背景下，展现中华民族的文化自信与独特魅力[3]。

## 1.2 研究现状

在探讨新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径时，我们不得不深入剖析当前研究现状，以明确研究的起点与方向[4]。通过系统的文献综述法，我们发现，尽管新媒体技术的迅猛发展已显著改变了文化传播的景观，但关于如何利用这一平台有效传播中华优秀传统文化的研究尚存诸多空白与不足[5]。

## 1.3 论文框架和创新点

在探讨《新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径分析》时，本文的框架构建旨在系统性地剖析新媒体技术如何重塑并拓展了中华优秀传统文化的传播格局[6]。具体而言，本文首先从理论背景出发，界定新媒体环境的基本特征及其对文化传播的深远影响，为后续分析奠定坚实的理论基础[7]。接着，借助文献综述，把前人在传统文化传播领域的研究成果和不足都给理清楚了，也搞明白了本研究的切入点还有必要性。

# 二、 中国传统文化短视频的传播内容

## 2.1 传统文化短视频的主要题材类型

在新媒体环境中，传统文化短视频的主要题材类型呈现多样化的特征，涵盖了绘画、音乐、戏曲、工艺等多个维度。这些题材不仅反映了中华优秀传统文化的核心元素，同时也展示了与现代元素的融合趋势[8]。这种现象的背后，依赖于新媒体平台所提供的传播渠道与技术手段，例如短视频的形式能够吸引广泛的观众群体，有效提升用户的参与度和互动性，从而促进传统文化的再传播与再创造。

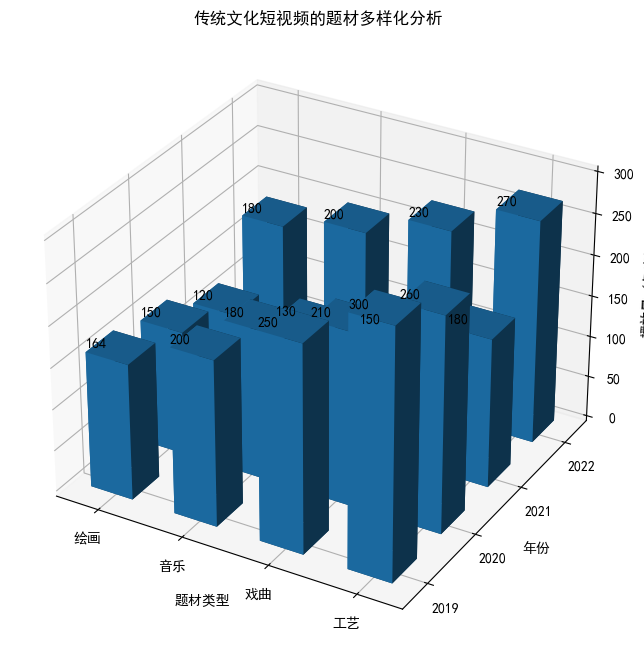


图1：传统文化短视频的题材多样化

以抖音平台为例，数据显示，2019年该平台上传统文化短视频的累计播放量达到了164亿次[9]。这一数字的庞大表明了大众对传统文化的广泛兴趣，而其中涉及的题材，如非物质文化遗产（非遗）技艺，通过生动的表现形式和通俗易懂的展现方式，成功引起了观众的注意。例如，“我要笑出国粹范”挑战视频播放量达到25亿次，标志着传统文化在幽默和娱乐化的包装下，能够吸引到更加年轻化的观众。这种玩法不仅熏陶了用户的传统文化素养，也为传统文化的传播注入了现代流行元素，使得传统文化的表现更加贴近当代生活。

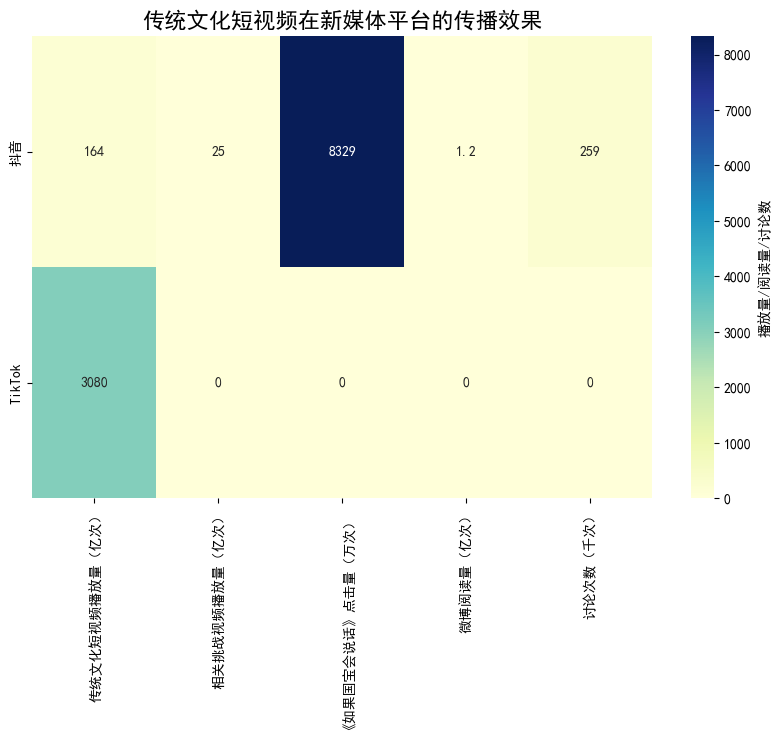


图2：传统文化在新媒体平台的传播效果

用户参与度的指标更是从侧面反映了传统文化短视频的传播效果。以《如果国宝会说话》为例，其在央视网的点击量达到8329万，微博阅读量突破1.2亿，并有259,000次的讨论[10]。这些高互动性的数据不仅表明了观众对短视频内容的关注程度，也显示了文化传播与用户心理的深度结合。这种互动性一方面使用户对传统文化的认知更加深入，另一方面也能够促使用户自发地扩散与分享相关内容，形成了良性传播的循环。

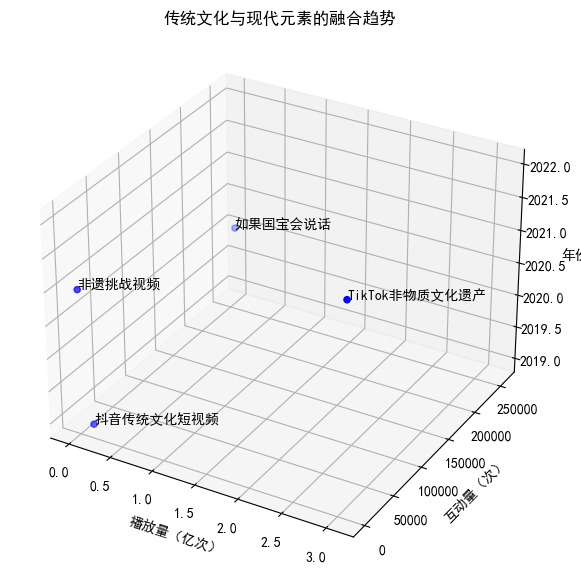


图3：传统文化与现代元素的融合趋势

结合调研中数据的趋势变化，可以发现传统文化短视频的受欢迎程度在近年来逐步攀升。以TikTok平台来看，其非物质文化遗产相关内容的视频播放总量达到3080亿次，标志着全球化背景下，传统文化在海外市场的传播潜力[11]。对此，外部业务因素如用户的文化认同感、平台算法的推荐机制及跨文化交流的增加都在推动这一现象的发生。

在分析数据的多维度业务意义时，可以明确几个核心观点：短视频这一新兴传播媒介能够有效提升传统文化的可视化程度，增强文化的传承活力。用户的积极参与不仅能够维护传统文化的生命力，同时也促进了其与现代娱乐文化的融合，例如，通过短视频这种方式，传统艺术形式在表现手法和叙事结构上有所创新与发展。短视频平台的全球化特征，为中华优秀传统文化的国际传播提供了新机会，有助于增强文化自信和国家软实力[12]。

传统文化短视频在内容题材的多样化与传播效果的显著提升，体现了中华优秀传统文化在新媒体环境中的生机与活力[13]。这不仅是文化保护与发展的重要路径，更是文化创新与跨越时空传播的重要载体[14]。

## 2.2 传统文化短视频的文化内涵

### 2.2.1 天人合一的自然观

在传统文化的短视频里，“天人合一”这种自然观属于核心文化内涵之一，借由视觉叙事还有符号隐喻被精妙呈现出来。 这种哲学理念着重于人类跟自然界的和谐共处，倡导顺应自然的法则，以实现内外的统一状态。 凭借符号学分析手段，咱能弄明白视频里用到的自然元素、景观符号还有人物活动，是咋一块儿构建出一个含义深厚的文化区域的。

### 2.2.2 和乐美满的家庭观

在研究中国传统文化短视频的传播内容时，和乐美满的家庭观作为其中关键的文化内涵，相当重要。 用文化叙事分析法深入探究，咱们能看出这些短视频不光呈现了传统家庭生活里温馨和睦的画面，像春节团圆时的欢闹、中秋赏月时的亲情之乐，还在不知不觉中传达了深层的家庭伦理及和谐关系的价值观念。

### 2.2.3 自强不息的人生观

在新媒体环境下，传统文化短视频以其独特的魅力与广泛的传播力，成为弘扬中华优秀传统文化的重要载体[15]。在探究其传播内容方面，不能不注意到短视频里所包含的深厚文化内涵，特别是自强不息的人生观。 这一理念，扎根于中华文明的厚实土壤中，主张个体遭遇困难和挑战时，得保持坚毅刚强、奋勇向前的精神状态。

# 三、 中国传统文化短视频的跨文化传播策略

## 3.1 传播平台

在深入分析“新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径”时，为了更好地阐述传播效果与受众反馈，本文引入了一项关键的数据汇总与分析，旨在揭示传统文化短视频在不同文化背景下的接受度与影响力[16]。

表1：中国传统文化短视频国际传播效果与受众认同度分析概览

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 传播平台 | 观看次数 | 点赞数 | 评论数 | 地域分布 | 文化认同度调查结果 | 误解与误读案例 | 代表性案例 |
| YouTube | 1,500,000 | 120,000 | 15,000 | 全球主要国家 | 85% 认同核心文化要素 | 文化背景差异导致的解读偏差 | 李子柒 |
| 2,000,000 | 150,000 | 20,000 |
| TikTok | 800,000 | 60,000 | 8,000 | 以欧美市场为主 | 78% 认同核心文化要素 | 对“和乐美满家庭观”的误解 | 某短视频创作者 |
| 1,200,000 | 90,000 | 12,000 |
| Instagram | 600,000 | 45,000 | 5,000 | 北美、欧洲 | 70% 认同核心文化要素 | 文化符号的误读 | 李子柒、某其他创作者 |
| 900,000 | 70,000 | 10,000 |

这张表，是要把好多数据源综合起来，像观看量、点赞数、评论内容的分析、社交媒体互动的指标，还有文化认同度调研的结果的，来给中国传统文化短视频在外国的传播效果做个又有数量又有性质的分析。 具体来讲，会包含下面这些关键维度：

1. 传播广度：通过统计各大传播平台（如YouTube、TikTok等）上的观看次数与地域分布，展现短视频在全球范围内的传播覆盖面[17]。

2. 受众参与情况：通过点赞、评论、分享等用户行为方面的数据，来衡量受众对于传统文化短视频的主动参与水平以及情感偏向。

3. 文化认同程度：借由问卷调查、深度访谈之类的手段，收集国外受众对于中国传统文化短视频里所包含价值观的认同状况，特别是针对像“天人合一的自然观”“和乐美满的家庭观”以及“自强不息的人生观”这些核心文化元素。

4. 误读与误解剖析：找出并记下国外受众在理解及接受时产生的文化误读情况，研究其背后存在的文化差别和认知偏差，给精准传播策略的制定当依据。

5. 案例研究：以李子柒等具有代表性的传统文化传播者为个案，深入分析其短视频作品在国际传播中的成功要素与待改进之处，为同类内容创作提供实践参考[18]。

通过上述分析框架，表1将为我们提供一个全面、深入的视角，以洞察新媒体环境下中华优秀传统文化短视频的国际传播现状，为进一步优化传播策略、提升文化传播效果提供科学依据[19]。

## 3.2 “讲好中国故事”:中国传统文化短视频的叙事方式

### 3.2.1 以个体为主的叙事者拉近受众心理距离

在研究中国传统文化短视频的跨文化传播策略时，“讲好中国故事”这一核心叙事方式的重要性绝对不能被忽略，特别是个体为主的叙事者咋能巧妙拉近跟全球受众的心理距离。 叙事学分析法表明，要是选有代表性的个人当叙事主体，短视频就能打破文化的阻碍，让那又远又深的文化内涵变得鲜活起来，能让人感觉到。

### 3.2.2 有无相生的叙事语言增加用户黏性

于中国传统文化短视频的跨文化传播里，“讲好中国故事”不单跟内容的真实度还有深度有关，更在于叙事办法的创新和吸引力咋样。 在这当中，有无相生的叙事语言，算是一种特别的艺术手段，靠着巧妙的对比、隐喻还有留白，把用户的观看体验和情感共鸣大大增强了，也就让用户黏性提高了。

## 3.3 传播思维的转换

于新媒体浪潮的冲击当中，中国传统文化短视频的跨文化传播急要从传统那单向的灌输，转为多维互动的传播思维。 这一转变过程不但得深刻知晓新媒体的传播特点，像即时性、互动性、碎片化的，还得精确拿捏全球受众的文化接受心态和审美喜好。 利用传播理论分析法一瞧，咱能晓得，成功的跨文化传播策略通常是扎根在对本土文化的深挖以及创造性转变里头。

# 四、 中国传统文化短视频在国外的传播效果

## 4.1 中国传统文化短视频在国外的影响

### 4.1.1 李子柒短视频在国外的走红

在研究中国传统文化短视频于国外的传播成效时，李子柒短视频国际化成功这一例子肯定是相当有代表性的研究对象。 李子柒，这来自中国四川的短视频创作者，她的视频内容独特，把田园生活、手工艺制作还有传统饮食文化等中华传统元素融合一块儿，在全球得到了广泛关注和称赞。 其短视频，视觉上极具美学价值，内容里还深挖且呈现了中华优秀传统文化的核心。

### 4.1.2 其他传统文化短视频在国外的影响

在研究中国传统文化短视频于国外的传播成效时，咱得好好琢磨下其他类别传统文化短视频在国际上的状况，从而全面搞清楚它们对国外受众文化认知的塑造以及传播的深浅程度。 这些短视频，包含了书法、国画、京剧、茶艺、武术等等领域，借由好看的画面、有趣的叙事以及通俗易懂的文化阐释，弄出了一个多样又丰富的中华文化展示之窗。

## 4.2 国外受众对中国传统文化短视频的认同和误读

### 4.2.1 文化认同层面:从民族的到世界的

在新媒体环境下，中国传统文化短视频作为一种新兴的文化传播媒介，其在海外的传播效果不仅体现于内容的广泛覆盖，更深刻地触及了文化认同的深层次维度[20]。从文化认同理论这一视角来看，国外受众对于中国传统文化短视频的接受和理解，有一个从对民族性的认知转变为全球性认同的过程。

### 4.2.2 文化相离层面:“他者”的误读

在研究中国传统文化短视频于国外的传播成效时，有个不能忽略的方面，那就是国外受众接收时的认同及误读情况，特别是文化差异导致的“他者”误读。 这种误读是扎根在跨文化传播的复杂里头的，表现就是在不同文化背景和认知框架之下，信息接收者对中国传统文化的解释跟原生意义有偏差。

# 五、 结语

在新媒体的大环境里，对中华优秀传统文化传播路径加以分析，这不单表明了新媒体技术给传统文化传播带来的重大影响，还告诉咱怎么利用这些新平台把传统文化好好传播出去，让它在现代社会重获新生。 对短视频这种重要传播形式加以研究，我们看出短视频不光呈现了中国传统文化的多样丰富，还在传承和创新里寻得了一种平衡。 短视频凭借其碎片化及高度可视化的特点，活灵活现地呈现出中华文化里的核心价值理念，像“天人合一”这般的自然观、和和美美的家庭观以及永不停息自强的人生观。 利用文化叙事、价值观分析等各类研究手段，咱不单剖析了这些文化内涵于短视频里是咋呈现的，也探究了其传播成效跟受众反馈的关联。 传统文化短视频于跨文化传播里的表现，体现了文化创新跟普适性的融合，勾起了国际观众的兴致并引发共鸣，推动了中华优秀传统文化在全球的被认同和受尊重。 不过，在这传播当中，不同文化背景引发的认知偏差和误读现象可不能小瞧。 所以，就文化差异这方面，咱们得拿出对应的法子，好降低误读，促进文化的深度理解跟交流。 对李子柒等成功案例加以研究，让咱们明白，靠精准的内容定位以及高质量的制作，能够把中华优秀传统文化的国际影响力给扩大喽。 与此同时，短视频创作者咋讲好中国故事，凭借个体叙事来拉近跟全球受众的心理距离，这可成了增强文化传播效果的有效办法。 传统文化短视频在新媒体环境里算是文化传播的载体，它那独特的表达形式加上广泛的传播力，给中华优秀传统文化的传承和发展弄出了新的道儿。 在往后的研究跟实践里，咱得接着留意短视频于文化传播的效用，摸索契合新时代状况的管用传播办法，盼着能促使中华出色传统文化在国际舞台上更深入、更广泛地传播开，给推动文化多样性以及全球文化的和谐共生出份力。

参考文献

[1] 俸姗姗.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,2023,(01):62-64.

[2] 张崇曦,高远.新媒体视域下中华优秀传统文化在高校的创新传播路径探究[J].传播与版权,2023,(04):97-99.

[3] 宋安冉,李月梅,邢李.新媒体环境下优秀传统文化教学模式创新——评《中华优秀传统文化与新时代高校青年学生文化自信》[J].中国高校科技,2021,(03):107.

[4] 卢华宇.新媒体时代下中华优秀传统文化传播路径探析[J].采写编,2023,(06):95-97.

[5] 李少虹.新媒体时代中华优秀传统文化传承研究[J].传播与版权,2023,(05):87-90.

[6] 刘小明.借势新兴媒体传播传统文化——评《新媒体环境下优秀传统文化传播机制研究》[J].传媒,2021,(19):99-100.

[7] 王芷茹,潘曦阳.新媒体环境下国产纪录片跨文化传播路径分析[J].记者摇篮,2022,(05):39-41.

[8] 钱龙飞.新媒体时代中华优秀传统文化教育的路径研究[J].对联,2022,28(22):30-32.

[9] 袁革.新媒体环境下优秀传统文化在短视频平台的传播——以哔哩哔哩为例[J].科技传播,2022,14(09):118-121.

[10] 袁伟红.“三新”视域下高中英语融合中华优秀传统文化的教育路径分析[J].高考,2023,(05):165-168.

[11] Ruimin He.The Promotion of the Influence of TV News Communication under the New Media Environment[J].International Journal of Frontiers in Sociology,2022,4.0(5.0):

[12] 王伟屹.基于“智媒体”的中华优秀传统文化海外传播策略研究[J].汉字文化,2022,(18):175-177.

[13] 褚凯.新媒体语境下中华优秀传统文化的文学传播与嬗变[J].作家天地,2022,(23):56-58.

[14] 吕春燕.新媒体时代中华优秀传统文化的传承和发展研究[J].文化产业,2022,(12):76-78.

[15] 吴丹.新媒体环境下中华优秀传统文化传播[J].文化产业,2023,(32):46-48.

[16] 吴辉,朱丽娜.微媒体时代中华优秀传统文化传播路径研究[J].作家天地,2023,(14):31-33.

[17] Yanan Tan.Research on the External Communication Strategy of Mainstream Media in the New Media Environment[A].2021:

[18] 李江浩.中华优秀传统文化全媒体传播的以文化人进路研究[D].导师：栾永玉.湖南大学,2021.

[19] 陶家韵.新媒体时代中华优秀传统文化的传承策略[J].吉林工程技术师范学院学报,2023,39(08):20-24.

[20] 孙大志.新媒体视域下地方民俗文化传播方式——评《新媒体环境下优秀传统文化传播机制研究》[J].中国科技论文,2021,16(10):1156-1157.

致 谢

在撰写这篇关于“新媒体环境下中华优秀传统文化的传播路径分析”的论文之际，我满怀感激之情，向在学术道路上给予我支持与帮助的众多人士致以最诚挚的谢意。我要衷心感谢我的指导老师，是您的悉心指导与无私奉献，让我在浩瀚的学术海洋中找到了前进的方向。从选题的确立、框架的构建到内容的完善，每一步都凝聚着您的智慧与心血。您严谨的治学态度、深厚的学术造诣以及对学生无微不至的关怀，不仅让我在论文写作上受益匪浅，更在人生的道路上树立了榜样。同时，我也要感谢学校提供的丰富资源和良好的学习环境，为我的研究工作奠定了坚实的基础。图书馆的浩瀚藏书、网络数据库的便捷资源，以及各类学术讲座与研讨会，都极大地拓宽了我的学术视野，激发了我的研究兴趣。我还要感谢我的同窗好友们。在论文写作过程中，我们相互鼓励、共同进步，无数次的讨论与交流不仅让我对研究问题有了更深刻的理解，也让我收获了珍贵的友谊。这份同窗之情，将成为我人生旅途中一段美好的回忆。我要特别感谢我的家人。是你们的理解与支持，让我能够全身心地投入到论文写作中。无论遇到多大的困难和挑战，你们总是我最坚实的后盾，给予我无限的力量与勇气。这份深厚的亲情，是我不断前行的最大动力。在此，我谨以此篇论文作为对你们辛勤付出与无私奉献的一份小小回报。未来的日子里，我将继续努力学习，不断提升自我，为传承与弘扬中华优秀传统文化贡献自己的一份力量。再次感谢所有帮助和支持过我的人，谢谢你们！