

# 新媒体视角下桂东南中医药文化传播的困境及对策研究

韦燕飞 冯欣桐 邱晓玲 邱昌辉

玉林师范学院, 广西 玉林 537000

**摘要** 中医药文化博大精深, 桂东南地区有非常丰厚的中医药文化资源, 在新媒体时代下, 其对中医药文化传播具有重要意义。本文通过分析发现桂东南中医药文化在新媒体时代下存在传播的专业度不够、传播的宣传载体传播力不足和传播的品牌文化不显著等问题, 意在通过培养中医药宣传方面专业型人才、打造矩阵联合传播以及强化文化品牌建设等路径去宣传中医药文化。

**关键词** 桂东南; 中医药文化; 新媒体; 路径; 传播

DOI: 10.64649/yh.jydk.issn3080-2660.202603038

## 1 新媒体的内涵与传播特征

目前, 较有影响力的新媒体定义主要有以下几种: 联合国教科文组织对新媒体的定义为: “以数字技术为基础, 以网络为载体进行信息传播的媒介”。这个定义过于广泛, 人们认为新媒体是一个相对的概念, 相对人与人信息交流存在时空局限的传统媒体为新媒体, 其依托互联网所创建的 app 程序进行相互信息交流。正如熊澄宇教授所认为的, “新媒体是个相对的概念”。今天的新媒体主要指: 在计算机信息处理技术基础上产生和影响媒体形态, 包括在线的网络媒体和离线的其他数字媒体形式。”现代出现的微信、微博、抖音等以电脑、手机、数字电视为终端的媒介平台就是新媒体。

正如美国新媒体研究专家、资深媒体分析师凡·克劳思贝 (Vin Crosbie) 指出了新媒体的传播模式——既包括人际媒体的“一对一”和大众媒体的“一对多”的传播模式, 还包括特质层面上的“多对多”的模式。通过新媒体的这些特质, 人们可以畅所欲言。

社交软件可突破时间与空间的限制, 实现信息交流, 人们也可以在其他大众共创的平台上发表言论与其他陌生人进行互动, 都极大加强了人们的社交关系网, 不再局限于自己的周围交际。

### 1.1 新媒体的传播优势与特点

新媒体的传播优势主要体现在以下几个方面: 一是广泛性与快速性, 信息突破地域限制, 让人们可以了解到更多他们想要的信息。同时受众覆盖各年龄群体, 信息量大且传播速度极快。信息在社交平台中突破时间与地域的限制, 凸显了新媒体信息传播的广泛和快速, 让许多人接收到以往难以阅读到的信息, 拓宽了人们的视野。二是互动选择性, 新媒体的出现让媒介从单一性变为双向性, 人们可通过评论、点赞等方式与传播者互动。三是传播载体多元化。新媒体可以运用不同的传播手段, 微电影、拼接剪辑、短视频等手段进行信息传播。在传播

符号里通过图像、文字、语音等多种符号综合运用, 满足不同受众偏好。这些载体的多元为受众提供了生活便利和打破了以往的固有传播思维, 为社会提供了许多有用的信息。<sup>[1]</sup>

### 1.2 新媒体传播的路径

传播路径指的是信息从传播源到接收者的传递过程。在这个过程中, 信息会经过多个环节, 如传播渠道、传播媒介等。而在新媒体中, 分为抖音、微信、公众号等传播媒介, 通过这些媒介平台可以更好将信息输送给受众。新媒体的传播主要是分为影音类、图文类、文字类的模式进行传播, 不同的传播路径有着不同的特点。<sup>[1]</sup>

## 2 桂东南中医药文化概述

### 2.1 桂东南中医药文化的底蕴

桂东南中医药文化是指在广西壮族自治区东南部地区形成和发展的中医药文化。这个地区包括玉林、贵港、梧州等地, 是广西中医药文化的重要发源地之一。

桂东南中医药文化的特点是融合了壮族、瑶族等少数民族的传统医药知识和汉族的中医药文化, 形成了独特的中医药理论和诊疗方法。这个地区的中医药文化历史悠久, 源远流长, 是中国中医药文化的重要组成部分。其内容包括中医药理论、诊疗方法、药物炮制、药物应用等方面。注重预防和治疗疾病, 强调阴阳平衡、气血调和、脏腑协调等中医药理论, 同时也注重药物的炮制和应用, 形成了独特的药物炮制方法和药物应用经验。

桂东南中医药文化的发展离不开当地的自然环境和人文历史。这个地区的气候、土壤、植被等自然环境为中医药文化的发展提供了丰富的资源, 而当地的人文历史也为中医药文化的传承和发展提供了重要的支持。<sup>[2]</sup>

### 2.2 桂东南中医药文化的国际国内影响力

在国内, 桂东南地区的中药市场位居全国

第三,玉林、梧州地区出现了不少大中型制药企业。政府对中药市场的管理,成为该地区有着丰富的中医药文化中的一个重要原因。桂东南地区的中医药文化是当地人民的重要医疗保健资源,在当地有着悠久的历史和丰富的经验,能够为当地人民提供各种疾病的治疗和预防服务和帮助人们加强健康生活方式。此外,桂东南地区的中医药文化是当地传统文化的重要组成部分。中医药文化的传承和弘扬,能够增强当地人民的文化自信和认同感,促进当地传统文化的发展和繁荣并推进经济发展。同时,中医药产业的发展能够为当地创造就业机会,促进经济的发展。

在国际上,桂东南中医药文化的影响力也逐渐扩大。玉林市自古享有“岭南都会”之美誉,崇商、敬商历史悠久,中医文化底蕴深厚。近年来,玉林市举办了一系列中医药博览会和高峰论坛,吸引了国内外众多参展商和采购商的参与,推动了桂东南中医药文化在国际上的交流与合作。<sup>[2]</sup>

### 3 桂东南中医药文化传播存在的问题

传播的技术飞速发展,处于媒体传播格局变化的当下,桂东南中医药文化的传播既迎来了前所未有的机遇,也暴露出一系列现实存在的问题。尽管当地已经通过新媒体平台进行中医药的文化传播,但从整体的传播效果而言,还处于进一步强化传播力度。现阶段面临着宣传载体传播力不足、内容专业度不够、品牌建设不够等多重困境,限制了桂东南中医药文化的影响广度与文化传承。

#### 3.1 传播的专业度不够

基于问卷调查发现:中医药文化的受众群体多为中老年人,且青年群体对中医药的相关知识了解甚少。同时目前新媒体宣传起主要作用的是抖音平台,但还存在着宣传的中药信息不够准确和权威、缺乏专业人士的解读和引导、商业化、过度夸大药效等问题。<sup>[3]</sup>

当前抖音、快手等平台上的中医药相关短视频,大量由非专业人士生产,内容质量不足。存在着部分账号为博取流量,刻意曲解功效、夸大其词,甚至传播虚假知识,严重破坏了中医药文化视频内容中的专业度。与此同时,具备专业资质的中医药高校、科研机构与知识专家在新媒体平台上的活跃度较低,内容科普率不高,未能有效将知识和文化进行专业性解读与宣传,导致劣币驱逐良币现象频发。<sup>[4]</sup>

通过实践调研深究发现中医药新媒体传播存在点面过于分散、形式过于单一等问题,在一些社会关注度较高的中医药话题方面,缺少声音,没能形成合力,同时在传播的内容上缺乏创意,跟不上互联网步伐,传播效果不够理想。

#### 3.2 传播的宣传载体传播力不足

对于中医药行业来说,新媒体发展起步略晚。首先,平台传播内容分散,缺乏整体传播思路。即使抖音、公众号、视频号等平台有开设账号进行传播,但彼此之间缺少联接性,内容发布零散,未能形成协同传播力。在平台中只在特定的活动进行传播,难以维系用户的持续关注。

其次,未能利用不同媒体的个性,突出不同风格的视频。抖音、快手以短视频娱乐为主,适合碎片化、趣味性内容;公众号更加偏向深度阅读,适合专业性知识的输出;B站、小红书则更吸引年轻群体的目光,突出实用与美感。然而,目前中医药文化在各平台的内容多以随手拍、新闻宣传和活动拍摄为主,缺少针对宣传载体适配的风格特征,传播内容难以融入用户的日常生活,陷入少量播放而传播力度不足的境地。

#### 3.3 传播的品牌文化不显著

中医药文化面临的不仅仅是传播的困境,还是社会群体接受度不足的问题。在当前的新媒体传播的建设方面,桂东南中医药文化尚未形成具有人们能够认可的文化品牌,缺乏辨识度与广泛性。对于当地的文化符号并未将其开发与热点交融,形成让人耳目一新的品牌形象;在传播方面,内容传播缺乏特点,对于本土创建独特风格的缺失,难以形成群体印象和情感支持,让人们处于以往的晦涩难懂的印象中,很难让其从心底里认同和喜欢上这个文化品牌;在传播内容上,中医药文化的品牌传播仍以简单的广告或宣传为主,未能建立起系统性的品牌建设。在传统内涵与传统实践的文化体系中缺乏能够被转化为当代大众、特别是新一代青年接受与传播的现代文化品牌形象。

### 4 桂东南中医药文化传播的对策

针对当下桂东南中医药文化发展困境,结合新媒体发展的态势,必须培养中医药专业人才,对中医药文化进行有资质的传播,同时利用短视频平台进行矩阵宣传,才能最大限度利用新媒体对桂东南中医药文化进行宣传。

#### 4.1 培养中医药宣传方面专业型人才

目前国家中医药文化宣传人才较少,加强中医药文化传播人才的培养,提高宣传队伍的专业素质和传播能力,有利于中医药文化传播更加专业化、资深化、科学化和准确化。面对专业人才问题,首先要拓宽人才的来源和培养渠道。高等中医院校作为培养人才的主阵地,需要不断构建起学校-学院-团队的知识型普及的人才培养格局,进行系统化的培养。<sup>[5]</sup>通过人才的涌现,加强新媒体能力的使用素养,打造个人与高校的联动科普传播矩阵,促进知识传播。

其次,宣传人才的培养也需要多方进行合作。在国家层面,开设专业培训宣传人才的课程,提升在社交媒体中的传播能力素养和宣传专业素养,提升个体在社交媒体平台的叙事能力和品牌运营能力,结合智能技术手段实现媒介叙事,多元创新传播,实现人才宣传培养到传播效果的流量变现。政府方面,开展项目计划,打造领军人物,实现人才的制度化培养,为宣传人才提供源源不断的后备能源计划,形成梯队式的人才储备格局。

要系统解决中医药文化传播的人才问题,不能仅靠单一措施,而需要进行全局性的机制创新。其核心在于打破常规。不仅需要官方进行培养,还需要挖掘更多的民间力量,构建起多元主体共传的传播格局,在互联网中形成一种宏大的传播规模,促进中医药的传播发展。

#### 4.2 打造矩阵联合传播

提升桂东南中医药文化的传播效能,应构建多平台视频矩阵传播体系。中医药文化从实现到被看见中,需不断强化自身实力,将看见转化为持续。中医药文化的传播仍然要坚持多媒体平台矩阵链接,利用不同媒体的个性,突出不同风格的视频与直播。例如,抖音的流量推送大,适合打造爆款视频;视频号基于微信的社交链,适合建立私域、深度服务。不断建设自身视频人设形象,建立鲜明的特点,实现用户的持续观看。

新媒体平台的联合矩阵为中医药文化提供了一种高效、亲切、富有生命力的现代表达。用专业确保信任的同时促进知识的传播,在内容构建的基础上与用户保持良好的社交关系,实现传受双方良性互动的局面,进一步加强了传播质量。

#### 4.3 强化文化品牌建设

文化品牌是提升文化传播力与品牌价值的

重要抓手。需要将繁杂的理论知识转为符号内容,包括哲学符号、视觉符号和人物符号,打造出中医药的品牌特征,实现广泛流传与生活运用。将张仲景、李时珍等医家,塑造现象级品牌,通过视频激发活力,促进文化的传播。在构建品牌符号地方基础上,还可以鼓励用户进行二次创作,推动内容进一步传播,打造出更多优质的文化资源,实现大规模的传播效果。品牌、文旅、跨界和共创等,营造多元主体传播,多种叙事共存和多种方式并用的文化传播格局,从官方主导到全民共传的传播体系。

中医药文化的传播,要求人们以创新创造的思维,将中医药视为一个文化品牌体系,通过符号转化、叙事创新、跨界联名等新策略,让其价值内涵穿透时空,在当代社会的文化生活与现实场景中重新获得用户认可,实现从传统传播到文化运用的现实转变,造就中医药文化广泛传播的新现象。

### 5 总结

在新媒体传播快速发展的当下,桂东南中医药文化的传播,既迎来前所未有的机遇,但也面临诸多挑战。桂东南中医药文化不仅是地方传统文化的重要组成部分,更是十分重要的文化资源。在传播过程中应致力于将独特的文化知识转化为人们所能感受的品牌文化。将建构文化符号实现中医药文化的传播需进一步创新,进一步通过融合传播机制、叙事与用户体验,实现文化知识融入生活的转化,让其在年轻一代中焕发生机。

新媒体不仅是工具,更是中医药文化提高传播能力和水平的通道。唯有持续创新和与时俱进,不断丰富内容形态和传播渠道、加强拓展传播边界能力,桂东南中医药文化才能在新媒体时代实现更加广泛的传播,为中医药事业的进一步发展提供更加可靠的经验与研究。

#### 参考文献:

- [1] 张晨,牛素珍,新媒体视角下中医药文化弘扬路径研究[J],中国中医药现代远程教育,2021,19(08),88-91
- [2] 袁名泽.桂东南药文化源流述要[J].玉林师范学院学报,2015,36(01):18-22.DOI:10.13792/j.cnki.cn45-1300/z.2015.01.004.
- [3] 蒙均敏,李源,韦兆钧,新时代中医药文化传播的路径探讨[J],文化创新比较研究,2023,7(22),182-186
- [4] 荆启晨,中医药文化短视频传播困境及突破——以抖音平台为例,[D],山东师范大学
- [5] 于成君,王文姮,刘杰,全媒体背景下齐鲁地域中医药文化传播路径研究[J],亚太传统医药,2022,18(08),5-10
- [6] 山东省教育厅.山东中医药大学:深化改革创新 打造中医药人才成长新生态[EB/OL],(2025-12-02)[2025-12-15].[http://edu.shandong.gov.cn/art/2025/12/2/art\\_11972\\_10343944.html](http://edu.shandong.gov.cn/art/2025/12/2/art_11972_10343944.html)

**作者简介:** 韦燕飞(2004.07—),男,壮族,籍贯:广西罗城仫佬族自治县,在读本科,研究方向:新媒体传播。

**项目信息:** 玉林师范学院2023年大学生创新创业训练计划项目,课题名称:新媒体视角下桂东南中医药文化传播的路径及对策,课题编号:S202310606068。