

# 微传播时代背景下中华优秀传统文化对外宣教的优化策略研究

刘小磊 周毅\* 杨英

海军军医大学

**摘要：**随着信息技术的高速发展，社会已经进入“微传播时代”。微传播具有内容短小精悍、迅速快捷、灵活互动的特点，能够满足经济社会发展的需求，为中华优秀传统文化对外宣教提供了更多的机会。微传播时代背景下，高校需革新宣教方式，借助表层文化推动深层文化传播，重视跨文化传播。基于此，本文对微传播时代背景下中华优秀传统文化对外宣教的优化策略展开分析和研究，以供参考。

**关键词：**微传播时代；中华优秀传统文化；对外宣教

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.05.151

## 引言

中华优秀传统文化作为中华民族的瑰宝，蕴含着较为丰富的文化底蕴，凝聚了数千年的智慧，在国际舞台上具有独特的魅力。微传播时代的到来，为高校开展中华优秀传统文化对外宣教带来了前所未有的机遇，同时也使其面临诸多挑战。如何借助微传播优势，推动中华优秀传统文化在校园国际交流中深入传播，提升中华文化的国际影响力，成为高校教育工作者亟待研究的重要课题。

### 一、微传播时代中华优秀传统文化的传播特点

在信息时代背景下，文化传播的方式和方法发生巨大的变革。传播形式从以往的以书本、报刊、广播和电视为主转变为以微博、微信、短视频为主，传播已经进入微传播时代。在此背景下，中华优秀传统文化对外宣教也开始突破时间和空间的限制，并衍生出全新的时代特点。

#### （一）以微叙事的形式呈现

微传播时代的特征在于其“微”。在社会节奏不断加快的背景下，大众希望在短时间内获得更多的信息，这对信息的时效性提出较高要求。微博、微信、短视频等平台都限制了信息发送的字数和视频时长，凸显出个性化的内容，吸引更多用户的视线，满足用户的信息接收需求。随着微传播时代的发展，中华优秀传统文化的传播形式也在不断变化，由宏观的叙事转变为微叙事，很多弘扬中华优秀传统文化的纪录片开始缩短每集的时长。这种形式能够提高浏览量和分享量，更有效引发海内外的广泛关注。

#### （二）传播媒介具有互动性

微传播时代，传播往往借助互联网网络进行，用户作为信息的接收者，也是信息的传递者。互联网上的各

种微平台赋予所有互联网用户平等的表达和交流权利，他们能够在更加包容、开放的大环境下传播信息、转发话题并表达个人的观点，获得更多的关注、转发和评论，网民可以在线上互动。用户可以利用文字、图片和小视频的方式进行信息传播，更好地实现信息情感交流，利用独特的传统文化向世界展现中华优秀传统文化的魅力特点。

#### （三）对外传播速率较高

微博、微信等移动客户端开启了微传播时代，通过这些传播媒介和平台，用户能够以互动的方式，第一时间在网络上发布信息。微传播时代，中华优秀传统文化传播呈现出“快速裂变”的特点，一项传播内容能够很快被兴趣爱好、价值取向方面具有较高契合度的人群转发，获得更多人的关注，极短时间内就可以在海内外造成较大的影响，大大提升了中华优秀传统文化的传播效率。

### 二、高校在中华优秀传统文化对外宣教方面的挑战

在微传播时代背景下，新媒体平台的文化传播以前所未有的方式影响和改变了人们的生活。微传播时代，新媒体平台的文化传播深刻影响着人们的生活。这些变化也给高校中华优秀传统文化对外宣教工作带来了巨大挑战，当前高校在这方面仍存在诸多困境。

#### （一）内容较为浅薄

微传播具有零散化的特点，虽然它的传播速度快，传播范围广，但是受众群体在接受教育的过程中对中华优秀传统文化缺乏深入的认识。一方面，高校在利用微传播进行文化宣教时，多采用“微叙事”方式，缺乏对中华传统文化的宏观分析，导致学生和校外受众难以把握文化精髓。例如，一些高校制作的文化宣传短视频，仅对历史人物的某一观点进行简单阐释，未能展现其完

整的思想体系。另一方面,微传播对中华优秀传统文化的解读多停留在表面,对传统道德规范、哲学观点等深层次内容的挖掘不足。中华优秀传统文化历经数千年沉淀,蕴含着丰富的哲学思想和文化精神,而微传播在展现具象化文化的同时,难以传达其内在的思想精髓。

### (二) 未契合时代趋势

在信息化时代背景下,微传播受到社会大众的广泛欢迎,但是中华优秀传统文化对外宣教并没有跟上时代发展的浪潮。首先,主题没能紧随时代发展特点,选取的内容较为主观,主要是一些文化节、中国美食等,内容并没有新颖性。其次,教育主体失衡。高校中华优秀传统文化对外宣教主要依赖官方渠道,如高校官网、官方社交媒体账号等,民间力量参与度较低。在春节文化的对外宣教中,每年官方媒体会制作大量精美的微视频、微影片来介绍春节的由来、习俗、意义等。央视等媒体推出一系列以春节为主题的宣传视频,在国际频道以及社交媒体平台的官方账号上广泛发布。这些视频制作精良,从宏观角度展现了春节作为中华民族最重要传统节日的丰富内涵和盛大场景,包括热闹的庙会、团圆的年夜饭、绚丽的烟花等。在春节文化对外宣教中,高校官方发布的宣传视频虽然制作精良,但很少与国外学生互动,了解他们的疑问和反馈,也未能根据不同地区、不同文化背景的受众特点进行精准讲解。此外,高校从事文化宣教工作的教师和工作人员,部分存在文化素养与微传播技术掌握不平衡的问题,既懂传统文化又熟悉微传播技术的复合型人才较为匮乏。

### (三) 未能形成国际传播力

在全球化的背景下,国际传播是衡量国家文化软实力和国际影响力的重要因素,对于一个国家的发展极其重要,但我国尚未形成国际传播力。高校在中华优秀传统文化对外宣教方面,尚未形成强大的国际传播力。一方面,西方国家在文化对外宣教中,巧妙植入自身价值理念,使中国文化在国际传播中面临一定压力。一些境外网民还利用微传播平台,对中华传统文化进行扭曲和抹黑。例如,在高校组织的国际交流活动中,部分国外媒体对中国传统文化活动进行片面报道,产生了负面影响。另一方面,由于文化背景、语言环境和价值观念的差异,国外受众对中华优秀传统文化存在认知差异,甚至存在防范心理,这给高校的文化宣教工作带来了困难。

## 三、微传播时代中华优秀传统文化对外宣教的优化策略

中华优秀传统文化要摆脱困境,应对挑战,需要紧

跟微传播时代特点,强化创新思维,更好地顺应时代发展的浪潮,提升中华传统文化的传播能力。

### (一) 以小见大,挖掘传统文化传播深度

在微传播时代,高校若要保证中华优秀传统文化传播的长足发展,需要用足表层文化,通过表层文化形成深度传播。对于微传播而言,表层文化拥有较高传播价值,并可以以高度的渗透作用驱动深层文化的传播。传统媒介难以让国际社会群体获得认同。因此,微传播时代中,高校可以有效利用社交媒体、微视频进行传播,借助技术、微介质,将微传播的方式运用于人文意蕴的培养,挖掘表层文化,有助于提升优秀传统文化的感知力。

以传统手工艺品为例,一件精美的剪纸作品看似是一把剪刀和几张剪纸的呈现。但是利用微视频能够展现出剪纸人的剪纸技艺,用纸张折叠的角度、剪刀开合的力度,再到线条勾勒图案的设计,所有的细节都是传播的亮点。教师可以在教学中向学生展示相关的纪录片和短视频,并将其上传到网络平台,利用短视频传播的方式,能够将这一过程进行拆解展示。看到的不仅是一张剪纸,还能领略到其背后的民俗寓意,感受到手艺人对于工作的执着。借助微传播,以视频的方式呈现出更多的细节,让学生积极参与讨论,分享自己对传统文化的理解。这种以小见大的方式,能够让中华优秀传统文化不局限于抽象、宏观的概念,而是以生活化的片段,让学生能够深入挖掘传统文化背后的精神内涵,更好地实现对外宣教。

### (二) 开拓创新,充分契合时代发展趋势

微传播时代,人人都能参与文化传播。高校应顺应这一趋势,创新文化宣教方式。微传播时代的传播内容变得更加琐碎,方式也更加精准,能够实现媒介的融通共享。首先,遵循时代发展的特点传播内容。文化宣介应与时代发展相协同。其次,整合传统文化资源与新兴业态,打造具有特色的校园文化产业。针对当前传播内容零碎、随意化严重、深度不足的问题,构建高校和影视行业之间的深度合作,大力发展创新特色文化产业,为传播打造文化基础。将影视、文旅等产业与优秀传统文化融合,打造具有特色的校园品牌文化,可以借助热门影视IP进行传统文化元素的融入。近年来,《流浪地球》系列、《哪吒》系列等中国的一些影视作品在国际上受到欢迎,可以借此作为契机,开发与电影相关的衍生活动,将中国传统的哲学思想、家国情怀、孝道等元素融入其中。让学生参与到手工制作活动中,录制相关的视频并上传到网络平台,吸引国内外的关注。最后,打造传统文化宣教者队伍。宣教者对于传统文化教育的质量具有重要

的影响。为此,高校要打造一支高素质的传统文化宣教队伍。广泛动员师生、家长和社会力量参与文化宣教工作,加强对宣教人员的培训,提高其文化素养和微传播技术水平。除此之外,将提高宣教者自身的文化素养作为核心任务,注重培养具有跨文化传播能力的复合型人才。高校作为人才培养的主阵地,各级各类高校应加强对学生传统文化素养的培养,提升文化自信,增强宣教优秀传统文化的能力。开设相关专业课程,如“中华优秀传统文化对外宣教”“跨文化交际与新媒体应用”等,培养学生既精通传统文化知识,又掌握新媒体传播技术,还具备跨文化交流能力。同时,用好这些专业人才,发挥他们应对微传播时代文化宣教的复杂需求的优势,为中华优秀传统文化的对外宣教注入新的活力。

### (三) 精准定位,提高传统文化国际影响力

受众群体作为宣教对象,不同接受者群体对相同的内容具有不同的反映,这也直接影响了宣教的效果,必须充分了解这些不同,积极地开展工作。高校应结合不同国家、地区的文化背景、语言环境进行精准定位,了解不同受众群体的认知习惯、交际风格,针对性地宣教中华优秀传统文化。东南亚地区与中国具有密切的地域联系和深厚的文化渊源,可以重点介绍传统节日、民间手工艺等贴近现实生活的文化内容。欧美地区对科技和创新较为关注,可对现代科技和古代科技进行对比和介绍,减少文化认知差异带来的误解。不仅如此,还需要结合国际流行的文化元素进行传统文化的创新。高校动画领域的学生可以制作以中国传统生活故事为背景的动漫短视频,在风格、叙事手法和角色设计上参考国际受众群体的审美特征,保留深化角色的核心内涵。叙事节奏应明快,让国外观众更加容易接受。

高校应利用数据分析工具,收集和分析不同国家和地区受众对中华优秀传统文化的关注热点和反馈意见,据此调整宣教策略。通过精准分析不同国家对传统文化的点击率、观看时间和分享次数,充分了解受众群体的特点,制定后续的宣教方式。例如,数据分析表明,在欧洲地区,年轻受众对中国传统武术题材的短视频比较感兴趣,可以针对性地制作更多高质量的武术教学、武术文化解读类短视频,提高宣教的有效性。

### (四) 拓宽路径,充分运用各类技术资源手段

大数据、互联网、移动设备、社交媒体是信息化时代背景下的产物,它也为中华传统文化对外开放提供了更加便捷的方式。在微传播时代背景下,各类移动设备实现更新迭代,加上人工智能的应用,使信息技术和传播技术实现空前的发展。这些资源为高校中华优秀传统

文化对外宣教提供了便捷的工具。高校应充分利用这些技术资源,讲好中国故事。

首先,高校利用各大传播平台媒介,制作并推送和中华优秀传统文化相关的板块,提高传播媒介的广泛性。其次,高校加强与各平台之间的深度合作,构建一体化的发展模式,开展菜单式的宣教,进一步加强中华优秀传统文化普及性,进一步扩大用户群体的范围,实现高质、高效宣教。最后,此外,高校要提高师生的媒介素养,鼓励他们运用AR、VR、5G等现代技术,打造沉浸式的文化体验产品,提升文化宣教的质量和效果。

### (五) 融合发展,实现不同文化交流互鉴

在全球化的背景下,文化宣教并不是单向输出,也不是以自我为中心。中华优秀传统文化不仅应走向世界,还需要与其他文化实现融合发展,不断进行创新。在微传播的背景下,高校应树立开放的文化理念,借助微传播平台,与国外高校开展文化交流活动。另外,应关注中华优秀传统文化的当代价值,充分挖掘与当代精神文化发展相契合的内容,充分利用文化资源进行宣传。不仅如此,与国外的高校展开合作,共同举办线上的文化展览、学术交流和研讨会议,组织不同形式的文化活动,有助于提高宣教的质量和成效。高校跨国合作的方式可充分利用国外合作方的资源扩大宣传范围,更好地实现文化的交流和共享,真正使中华优秀传统文化走向世界。

### 结语

综上所述,在微传播时代的背景下,高校中华优秀传统文化对外宣教迎来了新的机遇和挑战。为此,高校应挖掘传统文化传播深度,充分契合时代发展趋势,提高传统文化国际影响力,运用各类技术资源手段,进行不同文化交流互鉴,突破传统文化对外宣教的困境,充分把握时代发展的浪潮,不断探索和创新实践方法,进一步提高中华优秀传统文化的国际影响力。相信在未来,随着微传播技术的不断发展,中华优秀传统文化的对外宣教也会迎来更加广阔的发展空间。

### 参考文献

- [1] 辛岳,微传播时代中华优秀传统文化对外宣教的困境与路径[J],传媒,2025,(01):63-65.
- [2] 刘旸,“短视频+”传播中华优秀传统文化[J],云端,2024,(45):80-82.
- [3] 王丽晓,电视新闻媒介:挖掘与传播中华优秀传统文化的新视角[J],新闻文化建设,2024,(16):144-146.
- [4] 董雷萍,新媒体时代高校传播中华优秀传统文化的路径创新[J],文化创新比较研究,2024,8(22):46-50.