

# Research on the Innovative Dissemination Path of Traditional Culture Empowered by Digital Media Technology

Xuanyu Chen

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing, Jiangsu, 210008, China

## Abstract

This study, based on the contemporary predicaments faced by the inheritance of traditional culture and in combination with the contemporary opportunities presented by digital media technology, deeply explores the core value and practical paths of technology empowering the innovative dissemination of traditional culture. This article systematically sorts out the intrinsic logical connection between digital media technology and the dissemination of traditional culture, comprehensively analyzes the unique advantages and prominent shortcomings of the existing communication models, innovatively constructs a four-dimensional collaborative innovation communication path of "content - channel - audience - mechanism", and specifically proposes challenge response strategies such as technology adaptation, in-depth audience cultivation, and mechanism optimization. With the aim of providing practical theoretical references and practical guidance for the modern dissemination and innovative development of traditional culture.

## Keywords

digital media technology; traditional culture; innovative communication

## 数字媒体技术赋能传统文化创新传播路径研究

陈渲雨

南京林业大学艺术设计学院, 中国·江苏 南京 210008

## 摘要

本研究立足传统文化传承面临的时代困境, 结合数字媒体技术的时代机遇, 深度探讨技术赋能传统文化创新传播的核心价值与实践路径。文章通过系统梳理数字媒体技术与传统文化传播的内在逻辑关联, 全面剖析现有传播模式的独特优势与突出短板, 创新性构建“内容-渠道-受众-机制”四维协同创新传播路径, 并针对性提出技术适配、受众深耕、机制优化等挑战应对策略, 以期为传统文化的现代化传播与创新性发展提供切实可行的理论参考与实践指引。

## 关键词

数字媒体技术; 传统文化; 创新传播

## 1 绪论

### 1.1 传统文化传承的时代困境与传播需求

在全球化浪潮与现代快节奏生活的双重冲击下, 传统文化正面临传承主体断层、受众群体窄化的时代困境。一方面, 以口传心授、线下展演为主的传统传承模式, 难以适配当代人碎片化、个性化的信息接收习惯, 导致诸多非物质文化遗产、传统民俗、历史典籍等文化瑰宝逐渐淡出大众视野; 另一方面, 传统文化的现代表达缺乏创新性转化, 未能与当代社会的价值理念、生活方式深度融合。在此背景下, 传统文化的传承与传播迫切需要突破传统模式的束缚, 借助新载体、新手段实现创新性发展, 以此唤醒大众的文化自觉, 增强民族文化自信。

### 1.2 数字媒体技术发展为文化传播提供的新机遇

近年来, 数字媒体技术的迅猛发展为传统文化的传播带来了全新机遇。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、短视频、直播、元宇宙等技术的迭代升级, 打破了传统文化传播的时空限制, 让文化资源得以突破线下展馆、纸质媒介的物理边界, 实现跨地域、跨圈层的广泛触达。与此同时, 数字媒体技术能够将抽象的文化内涵转化为沉浸式、互动性的视觉化体验, 例如通过VR技术还原古代生活场景, 借助短视频平台传播非遗技艺的制作过程, 有效降低了大众接触传统文化的门槛。

## 2 数字媒体技术与传统文化传播的核心概念界定

### 2.1 数字媒体技术的内涵、类型及特征

数字媒体技术是以信息科学和数字技术为核心, 融合计算机技术、通信技术、多媒体技术等多领域知识, 实现数

【作者简介】陈渲雨(2005-), 女, 中国江苏无锡人, 在读本科生, 从事数字人文与文化遗产研究。

字内容的采集、制作、存储、传播与交互的技术体系。其主要类型涵盖虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、短视频与直播技术、大数据分析技术、元宇宙技术等。该技术具有交互性、沉浸式、碎片化、跨时空性等核心特征，能够打破传统媒介的单向传播模式，为受众提供个性化、参与式的信息接收体验。

## 2.2 传统文化的范畴、价值与传播属性

传统文化是一个民族在长期发展过程中积淀形成的物质文化与精神文化的总和，涵盖历史典籍、民俗风情、非遗技艺、传统艺术等范畴。它兼具历史价值、文化价值与当代价值，是维系民族认同的精神纽带。从传播属性来看，传统文化具有传承性、地域性、教化性特点，其传统传播模式多依托线下场景实现单向传递，而在数字时代则需要适配新的传播载体，实现文化内涵的创新性表达与传播。

## 3 传统文化传播的现状与数字媒体技术应用的必要性

### 3.1 传统文化传播的传统模式及局限性

传统文化的传统传播模式以线下实体场景和纸质媒介为核心载体，具有鲜明的具象性与权威性特点。线下展览依托博物馆、文化馆、非遗体验馆等场所，将文物、技艺、民俗实物进行陈列展示，能让受众直观接触文化本体，感受传统文化的厚重质感；纸质媒介则以古籍文献、地方志、文化画册等形式，系统记录和传承文化知识，成为传统文化保存与传播的重要载体。然而，在数字化时代，传统传播模式的局限性日益凸显。首先是传播受众窄化，线下展览受地域、时间、门票等因素限制，难以触达下沉市场和年轻群体，而纸质媒介的阅读门槛较高，不符合当代人碎片化的阅读习惯；其次是内容同质化严重，多数传播内容停留在文化背景介绍、文物陈列说明的浅层层面，缺乏对文化内涵的深度挖掘和创新性解读，千篇一律的表述难以引发受众兴趣；最后是互动性不足，传统模式多为单向的信息灌输，受众只能被动接收内容，无法参与到文化传播的过程中，难以形成情感共鸣和主动传播的意愿，导致传统文化传播陷入“叫好不叫座”的困境<sup>[1]</sup>。

### 3.2 数字媒体技术赋能传统文化传播的必要性

在传统传播模式难以突破发展瓶颈的背景下，数字媒体技术的应用成为传统文化传播创新的必然选择。其一，数字媒体技术能够突破时空限制，拓展传播范围，将线下文化资源转化为数字化内容，借助互联网平台实现跨地域、全天候传播，无论是身处偏远地区的群众还是海外华人，都能随时随地获取传统文化信息，极大拓宽了文化传播的覆盖面。其二，数字媒体技术能够丰富表现形式，增强传播吸引力，通过VR/AR技术构建沉浸式文化场景，让受众“身临其境”感受古代生活风貌；借助短视频、直播等形式，以生动有趣的方式呈现非遗技艺的制作过程，让原本晦涩的传统文化变

得通俗易懂、趣味盎然。其三，数字媒体技术能够提升受众参与感，深化文化认同，依托UGC创作平台，鼓励用户对传统文化内容进行二次创作和分享，推动文化传播从“单向输出”转向“双向互动”，让受众从文化的“旁观者”转变为“参与者”和“传播者”，进而深化大众对传统文化的认同感和自豪感，为传统文化的传承注入持久动力。

## 4 数字媒体技术赋能传统文化创新传播的路径构建

数字媒体技术赋能传统文化创新传播，需从内容、渠道、受众、机制四个维度协同推进，构建科学高效的传播体系，助力传统文化实现现代化转化与传播。

### 4.1 内容层面：数字化转型与创新性解构

内容是文化传播的核心根基，首要任务是完成传统文化资源的数字化采集与建档。联合文博机构、非遗保护单位，运用高精度扫描、3D建模、全景拍摄等技术，对古籍、文物、非遗工艺流程等文化资源进行系统性采集、标准化存储，建立可共享的传统文化数字资源库，打破文化资源的物理壁垒。在此基础上，需结合受众需求进行内容的年轻化、趣味化重构，摒弃说教式表达，挖掘传统文化与当代生活的契合点，通过短视频剧情演绎、虚拟数字人讲解、互动科普漫画等形式，将晦涩的文化知识转化为生动易懂的数字内容，让传统文化贴近大众审美与认知习惯。

### 4.2 渠道层面：多平台融合与精准化分发

优质内容需依托多元渠道实现高效触达，要整合社交媒体、短视频平台、文博类APP等传播载体，打造“公域引流+私域沉淀”的传播矩阵。在抖音、快手等平台发布轻量化、碎片化的文化短视频吸引泛受众；在微博、小红书发起话题讨论扩大传播声量；在文博类专业APP上线沉浸式展览、深度解读内容沉淀核心受众。同时，基于大数据分析构建精细化受众画像，精准定位用户的年龄、兴趣偏好，针对青少年推送趣味互动内容，针对文化爱好者推送深度研究内容，实现“千人千面”的精准推送，提升传播效率<sup>[2]</sup>。

### 4.3 受众层面：增强互动参与与培育文化传播主体

受众是文化传播的参与者与推动者，需搭建UGC创作平台，发起传统文化主题创作挑战赛，鼓励用户围绕非遗技艺、传统民俗等内容进行二次创作，通过奖励机制激发创作热情，形成裂变式传播效应。此外，要重视文化传播主体的培育，高校可开设传统文化数字化传播相关专业，培养兼具文化素养与数字技术能力的复合型人才；文化机构可举办短视频拍摄、直播运营等培训班，为非遗传承人、民间文化爱好者赋能，推动文化传播从“专业主导”向“专业+民间”协同发力转变。

### 4.4 机制层面：政策支持与商业化运营协同

长效传播离不开完善的机制保障，一方面要推动完善传统文化数字化传播的政策体系，争取政府专项扶持资金，

出台数字文化内容版权保护规范，为文化传播营造良好的政策环境。另一方面要构建“文化+科技+商业”的可持续运营模式，开发传统文化主题数字藏品、文创产品、VR体验项目，将文化价值转化为商业价值，以商业收益反哺文化资源的数字化采集与传播工作，形成“传播-盈利-再投入”的良性循环。

## 5 数字媒体技术赋能传统文化传播的挑战与对策

数字媒体技术为传统文化传播带来革新机遇的同时，也因技术特性、市场环境、资源分配等因素，催生了一系列亟待解决的现实挑战，需针对性提出应对策略，推动传统文化数字化传播行稳致远。

### 5.1 面临的挑战

#### 5.1.1 技术应用与文化内涵的失衡风险。

部分传播主体过度追求技术的炫酷呈现，将VR、AR等技术视为吸引流量的“噱头”，忽视了对传统文化内核的挖掘与精准表达。例如一些传统文化主题的数字展览，仅用虚拟特效堆砌视觉场景，却未向受众传递文化背后的历史渊源、精神价值与人文底蕴，导致文化传播流于表面，受众难以形成深层次的文化认知与情感共鸣，甚至出现文化内涵被曲解、碎片化的问题。

#### 5.1.2 数字化传播的版权保护难题。

传统文化数字资源具有易复制、易传播、易篡改的特点，在互联网传播过程中，侵权盗版行为屡见不鲜。一方面，许多古籍文献、非遗技艺的数字化成果被未经授权的平台随意转载、商用，损害了文化资源开发主体的合法权益；另一方面，传统文化本身多为集体创作、世代传承的成果，版权归属界定模糊，相关法律法规的滞后性也导致侵权行为的追责难度较大，严重挫伤了文化机构与创作者投身传统文化数字化传播的积极性<sup>[3]</sup>。

#### 5.1.3 不同地区数字技术普及程度不均带来的传播鸿沟

我国城乡之间、东西部之间的数字基础设施建设存在明显差距，部分偏远地区网络覆盖率低、智能设备普及率不高，当地群众难以便捷地获取传统文化数字内容；同时，不同群体的数字素养参差不齐，老年群体、欠发达地区群众对数字媒体的操作能力较弱，无法有效参与沉浸式文化体验，导致传统文化数字化传播的受众覆盖面受限，出现“数字红利”分配不均的现象。

### 5.2 应对策略

#### 5.2.1 针对技术与文化失衡问题，需坚持技术服务于文化的原则，深度挖掘文化内核

传播主体应树立“内容为王”的理念，将传统文化的精神内涵、价值理念作为传播的核心，技术仅作为优化传播效果的工具。在开发数字文化产品时，需组建由文化学者、

非遗传承人、技术研发人员构成的专业团队，先对文化资源进行系统性的梳理与解读，再结合受众需求选择适配的技术形式，确保技术应用与文化表达高度契合，让受众在沉浸式体验中真正理解文化、认同文化。

#### 5.2.2 针对版权保护难题，需完善数字文化版权法律法规，建立多元保护机制

政府部门应加快出台针对传统文化数字化传播的专项版权政策，明确不同类型传统文化资源的版权归属与使用规范；同时，借助区块链技术为数字文化产品进行版权确权，实现传播全过程的溯源追踪，降低侵权追责难度。此外，还应加强版权保护宣传教育，提升公众的版权意识，鼓励行业协会建立自律机制，形成政府监管、技术保障、社会监督相结合的多元版权保护体系。

#### 5.2.3 针对数字传播鸿沟问题，需推动数字基础设施建设

缩小区域数字传播差距。政府应加大对欠发达地区的数字基建投入，完善乡村、偏远山区的网络覆盖，推广低价智能设备与惠民流量套餐，降低群众的数字接入门槛；同时，开展面向基层群众的数字素养培训，通过社区课堂、乡村讲习所等形式，教授老年人、乡村居民使用短视频平台、文博APP等工具，帮助其跨越“数字鸿沟”。此外，文化机构可开发适配低配置设备的轻量化数字文化内容，让不同地区、不同群体都能共享传统文化数字化传播的成果<sup>[4]</sup>。

## 6 结论与展望

本研究通过系统分析数字媒体技术与传统文化传播的内在关联，明确了技术赋能传统文化传播的核心价值，即突破传统传播的时空与形式局限，推动文化内容从单向灌输转向双向互动，助力传统文化实现现代化转化与大众化传播，进而深化大众文化认同、增强民族文化自信。同时，研究提炼出创新传播路径的关键要素与实施要点，关键要素在于内容、渠道、受众、机制四个维度的协同发力，实施过程中需以文化内核为根本，依托数字化技术完成文化资源的采集与重构，搭建多平台融合的传播矩阵，培育多元传播主体，并构建政策与商业协同的长效保障机制，以此实现传统文化传播的可持续发展。

### 参考文献

- [1] 王艺文.传统文化元素在新茶饮品牌形象设计中的创新应用研究.网印工业,2025(07)
- [2] 崔咏莹,徐子旖.中国传统文化元素在城市公共艺术中的应用.艺术教育,2025(10)
- [3] 赵春苗.电视媒体中传统文化元素的呈现与发展.记者摇篮,2025(07)
- [4] 檀晓翔.数字化艺术设计中传统文化元素的应用.文化学刊,2025(11)