

本文引用: 陈思怡, 胡旭然, 吴奥坤, 季毕玲, 朱红英. 数字赋能中医药文化传播的 SWOT 分析与路径选择[J]. 湖南中医药大学学报, 2025, 45(2): 356–362.

## 数字赋能中医药文化传播的 SWOT 分析与路径选择

陈思怡<sup>1</sup>, 胡旭然<sup>2</sup>, 吴奥坤<sup>1</sup>, 季毕玲<sup>1</sup>, 朱红英<sup>1\*</sup>

1. 湖南中医药大学, 湖南 长沙 410208; 2. 中南大学, 湖南 长沙 410083

〔摘要〕 数字技术加速迭代, 深刻改变着传统文化的舆论生态、媒体格局和传播方式。从中医药文化传播层面来看, 优势在于拓宽了其传播渠道, 丰富了传播形式, 提升了传播效率; 劣势在于数字鸿沟影响了其传播效果, 中医药“碎片化”信息也亟待整合; 机遇在于数字市场崛起为其注入新动能, 新型数字传播生态为中医药的跨文化交流开辟新道路; 挑战在于信息真伪难辨, 信息茧房的束缚等。探寻既符合数字时代文化传播规律, 又有利于中医药文化创新发展的传播路径势在必行。首先, 从传播策略来看, 需着眼顶层设计, 布局中医药文化数字传播的整体方略; 其次, 从传播范围来看, 需大力推进全方位多层次数字赋能, 激发中医药文化传播的潜在活力; 再次, 从传播渠道来看, 需倡导媒体联动, 构建中医药文化传播的全媒体矩阵; 最后, 从传播主体来看, 需深耕文化土壤, 锻造中医药文化传播的领军阵营, 推动中医药文化高质传播。

〔关键词〕 数字赋能; 中医药文化传播; SWOT 分析法; 路径选择

〔中图分类号〕 R2

〔文献标志码〕 A

〔文章编号〕 doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2025.02.025

## Digital empowerment in the dissemination of Chinese medicine culture: SWOT analysis and path selection

CHEN Siyi<sup>1</sup>, HU Xuran<sup>2</sup>, WU Aokun<sup>1</sup>, JI Biling<sup>1</sup>, ZHU Hongying<sup>1\*</sup>

1. Hunan University of Chinese Medicine, Changsha, Hunan 410208, China;

2. Central South University, Changsha, Hunan 410083, China

〔Abstract〕 The rapid iteration of digital technology has profoundly changed the public opinion ecology, media landscape, and communication methods of traditional culture. From the perspective of the dissemination of Chinese medicine (CM) culture, its advantages lie in the broadening of communication channels, the enrichment of communication forms, and the improvement of communication efficiency. The disadvantages include the digital divide affecting its dissemination effectiveness and the urgent need to integrate fragmented information on CM. The opportunities arise from the emergence of the digital market, which opens up new avenues for its dissemination, and the blessing of digital technology, which creates new opportunities for its international exchange. The challenges stem from the difficulty in discerning the authenticity of information and the constraints of information cocoons, necessitating the exploration of a communication path that aligns with the principles of cultural dissemination in the digital era and facilitates the innovative development of CM culture. Firstly, from the perspective

〔收稿日期〕 2024-06-01

〔基金项目〕 湖南省教学改革重点课题 (HNJG-20230524); 湖南中医药大学学科建设“揭榜挂帅”项目 [22JBZ048]。

〔通信作者〕 \* 朱红英, 女, 博士, 教授, 硕士生导师, E-mail: 792555146@qq.com。

of communication strategies, it is necessary to focus on top-level design and develop an overarching plan for the digital dissemination of CM culture. Secondly, in terms of communication scope, efforts should be made to promote comprehensive, multi-layered digital empowerment to unleash the potential vitality of CM culture dissemination. Thirdly, regarding communication channels, it is essential to advocate for media collaboration and construct an omni media matrix for the dissemination of CM culture. Lastly, from the perspective of communication subjects, it is crucial to cultivate a rich cultural foundation, forge a leading force for the dissemination of CM culture, and promote high-quality dissemination of CM culture.

[**Keywords**] digital empowerment; dissemination of Chinese medicine culture; SWOT analysis; path selection

中医药是中华优秀传统文化的重要载体,为贯彻落实《中共中央国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》,推动中医药文化传播,使中医药成为群众促进健康的文化自觉,国家中医药管理局、中央宣传部、教育部、国家卫生健康委、国家广电总局共同制定了《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》,明确要求“到2025年,中医药对中华文化传播发展的贡献度明显提高,作为中华文明瑰宝和钥匙的代表意义和传导功能不断彰显,成为引导群众增强民族自信与文化自信的重要支撑”<sup>[1]</sup>。数字时代传播技术的应用正深刻改变着传统文化的舆论生态、媒体格局和传播方式。把握时代脉搏,适应数字化、智能化发展趋势,攻克技术融合与创新应用的难关,破解传统传播模式与现代需求不匹配的难题,充分利用数智技术的强大驱动力,推动中医药文化传播的全方位、深层次变革,实现中医药文化的数字化转型升级,已成为传承创新发展中医药面临的重要课题。SWOT分析法又称态势分析法,是美国学者海因茨·韦里克教授在20世纪80年代提出的一种常用于决策制定的工具。在SWOT分析中,通过综合分析目标对象发展的S(Strength)优势、W(Weakness)劣势、O(Opportunity)机遇和T(Threat)威胁,将这些关键因素以矩阵形式进行区分,以寻求优化策略和最佳方案。运用SWOT分析法进一步廓清数字时代中医药文化传播面临的优势和劣势、机遇和挑战,进而探讨其传播策略与路径,旨在担当起新时代传承创新发展中医药文化的责任与使命,助力中医药高质量发展。

## 1 数字赋能中医药文化传播的优势

### 1.1 数字技术有利于拓宽中医药文化的传播渠道

无所不“连”的数字时代,网络无所不达、算力无所不在、智能无所不及,编织成一张可以穿透一切桎梏的数字之网,为拓宽中医药文化传播渠道提供了有利条件。

一是社交媒体平台的广泛连接性优势。首先,表

现为挖掘潜在用户的优势,社交媒体平台如微信、微博、Facebook、Twitter等,拥有数以亿计的用户,覆盖全球各个角落,为中医药文化传播提供了庞大的潜在受众群体;其次,传播迅速,社交媒体平台的信息传播速度极快,一条信息可以在短时间内被大量用户转发和分享,使得中医药文化能够迅速在社交媒体上引起关注,形成广泛的影响力;最后,互动性强,社交媒体平台提供了评论、点赞、转发等多种互动功能,用户可以随时发表对中医药文化的看法和疑问,与其他用户进行交流和讨论,这种互动性不仅增强了用户对中医药文化的了解和认同,还促进了中医药文化的传播和普及。

二是短视频平台的直观展示性优势。首先,视觉冲击力强,短视频平台如抖音、快手、TikTok等。通过制作精美的短视频,可以将中医药文化的精髓以直观、生动的方式呈现给观众,吸引他们的注意力;其次,易于传播和分享,短视频平台上的内容易于传播和分享,用户只需点击几下屏幕,就能将中医药文化的短视频分享给朋友或发布到社交媒体上,这种便捷的传播方式,使得中医药文化能够迅速在短视频平台上获得广泛的曝光和关注;最后,内容多样化,短视频平台上的内容形式多样化,包括教学视频、纪录片、创意短片等,这为中医药文化的传播提供了丰富的选择,可以根据不同的受众群体和传播目的,选择合适的短视频形式进行传播。

三是在线课程的系统深度灵活性优势。首先,提供在线系统性教学,在线课程平台如慕课、网易云课堂等,提供了系统的中医药文化教学课程,这些课程涵盖中医药文化各个方面,从中医基础理论到临床实践,从历史文化到现代应用,为学习者提供了全面的学习资源和指导;其次,提供在线深度解读,在线课程的讲师通常是中医药领域的专家学者或资深从业者,能对中医药文化进行深入讲解,这种深度解读不仅有助于学习者深入理解中医药文化的内涵和价值,还能够提高其对中医药文化的认同感和自信心;最后,提供灵活的学习方式,通过在线课程

平台,学习者可根据自己的时间和进度进行学习,不受时间和地点限制,使得中医药文化传播更加便捷和高效。

### 1.2 数字技术有利于丰富中医药文化的传播形式

古老的中医药优秀传统文化如何在不同的时代焕发出新的生命力,实现更加广泛的传播与创新传承,需要关照不同时代受众的接受习惯与现实需求,利用数字技术塑新中医药文化传播形式。

一方面,数字技术使中医药文化超越“庙堂式文化”的传播形式,释放中医药文化的表现力。中医药文化传播的实践可追溯到几千年前,《淮南子·修务训》载:“神农尝百草之滋味,水泉之甘苦,令民知所避就。”<sup>[2]</sup>其中,“令民知”就是让民众知晓。相较于古代医者神农通过亲身实践将中医药智慧面向大众传播的传统方式,在数字技术加持下,中医药文化传播得以实现从“千人一面”向“个体画像”转变。随着大数据分析、智能算法、云计算等数字传播技术的引入,搭建传播对象的“数字画像”在线上对受众进行精准化推送,同时也运用到线下诊疗中。如中医夜市持续走红,常能看到智能脉诊仪、智能面诊舌诊检测仪(魔镜)和体质辨识仪(魔戒)等数字化设备,利用大数据和人工智能算法,对用户的脉象、舌象、面相等进行分析,为患者提供个性化健康建议和治疗方案。

另一方面,数字技术使中医药文化呈现“视像化阅读”的传播形式,提升中医药文化的吸引力。从文字、图片到视频、音频,再到虚拟现实和增强现实等沉浸式体验,为中医药传播搭建虚实交叠的立体化、可视化、具象化的数字体验场景。数字技术使得中医药文化的呈现形式更加灵活多样且直观易懂。图文结合的创新表达,诸如信息可视化和互动图文,降低了学习门槛,提升了传播趣味性。视频传播的多样化尝试,如中医药数字图书馆、在线博物馆、微电影、短视频等,以生动的叙事讲述中医药故事,增强了观众的情感共鸣。智能传播的前沿探索,如虚拟现实体验和人工智能辅助学习,更是将中医药文化带入一个全新的体验时代,增强了用户的沉浸感和参与度,提升了中医药文化的吸引力。

### 1.3 数字技术有利于提升中医药文化的传播效率

“数字文化的出现是人类文化传播史上的又一次空前革命,从根本上改变了人类社会文化的形态及其传播方式。”<sup>[3]</sup>在数字技术的加持下,中医药文化传播不再拘泥于古籍、经卷、草药等实体形态,也可以突破时间、空间、地域、资金等现实限制,提升了

传播效率。

一是高效的数据处理与分析优势。大数据技术能够收集和分析大量用户数据,快速识别中医药文化传播的潜在受众群体及其兴趣点和关注点,有利于传播者制定更加精准的传播策略,传播内容也能更有效地触达目标受众。

二是云计算的即时响应优势。云计算技术提供了强大的计算和存储能力,可以支持中医药文化信息的即时更新和广泛传播,通过云计算平台,用户得以随时随地访问中医药文化资源,极大提高了中医药文化传播的效率。

三是人工智能的个性化推荐优势。人工智能技术能够根据用户的浏览历史、兴趣偏好等信息,智能推荐中医药文化相关内容,这种个性化的传播方式不仅提高了用户的满意度,还增强了中医药文化的传播效果。

## 2 数字赋能中医药文化传播的劣势

### 2.1 数字鸿沟影响中医药文化传播效果

数字鸿沟是指不同社会群体在获取、利用数字技术和信息方面存在的差距。在中医药文化传播领域,数字鸿沟的存在导致部分地区和群体难以接触到高质量的中医药文化信息,从而影响了传播效果。具体表现在:一是传播覆盖面受限,数字鸿沟致使一些地区或群体可能缺乏必要的数字设备和网络接入条件,导致他们难以接触到中医药文化的数字资源。这使得中医药文化的传播在这些地区和群体中受到限制,传播覆盖面无法得到有效扩大。二是传播效率降低,数字鸿沟还可能导致中医药文化传播的效率降低。由于不同群体在数字素养和信息获取能力上的差异,他们难以快速、准确地理解和利用中医药文化的数字资源。这使得传播过程变得复杂和缓慢,降低了传播效率。三是社会不平等加剧,数字鸿沟的存在还可能加剧社会不平等。那些无法有效利用数字技术获取中医药文化信息的群体,可能在健康知识、养生方法等方面处于劣势,进而影响其健康状况和生活质量。

### 2.2 中医药“碎片化”信息亟待整合

数字技术发展潮流已成为人们日常生活实践的社会背景或生存环境。中国互联网络信息中心 2025 年 1 月 17 日发布第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 12 月,中国网民规模达 11.08 亿人,互联网普及率达 78.6%,中国网民的人均每周上网时长为 28.7 小时<sup>[4]</sup>。这一趋势不仅彰

显了数字化时代信息传播的普及和高效,同时也揭示了用户对碎片信息的过度依赖,该现象在一定程度上不利于中医药文化传播。首先,碎片化的信息分布广泛且杂乱无章。中医药知识不仅散落于各类医学网站、论坛等传统网络平台,还广泛存在于微博、微信公众号、短视频等新兴媒体中,这些信息来源杂乱且大部分出自个体。“个体传播者多出于个人兴趣爱好和分享欲望开展中医药文化传播活动,许多身份普通且无专业背景的个体,其主导的中医药文化传播多为依托人际交往圈层的二次传播,在开展传播时存在专业性不够、权威性不足、受众面狭窄等问题,难以形成破圈效应。”<sup>[5]</sup>其次,碎片化的信息容易导致公众对中医产生误解。由于缺乏系统的整理和权威的审核,许多不准确、不科学的中医药信息得以在网络流传。这些信息可能夸大中医药的疗效,或混淆中医与西医的概念,从而误导公众对中医药的认知。最后,碎片化的信息增加了公众筛选和甄别的难度。在海量信息面前,普通大众往往缺乏足够的专业知识和辨别能力,难以从众多信息中筛选出科学、权威的中医药知识。如何有效整合这些碎片化的中医药信息,成为当前中医药文化传播的一大挑战。

### 3 数字赋能中医药文化传播的机遇

#### 3.1 数字市场崛起为中医药文化传播注入新动能

习近平总书记强调:“中医药学是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙。”<sup>[6]</sup>随着数字技术在交易活动中的广泛深入应用,数字化交易逐渐走向中心位置,市场基础环境的数字化,使得商品边界得以扩展,交易效率得以提升,数字市场推动公众对中医药的需求呈现出日益增长的态势,这无疑为中医药文化在数字时代的传播开辟了广阔的市场机遇。一方面,数字市场为进一步拓宽中医药文化的传播范围与传播效果提供了良好的机遇,中医药显著的临床疗效增强了公众对中医药的信心。《黄帝内经》将中医技法归纳为“一砭二针三灸四药五按跷六导引”,涵盖石刮痧、针灸、艾灸、汤药或代茶饮、经络按摩以及包括气功和体育疗法两种形式的导引之术。数字时代来临,“中医六术”在数字市场的推动下,以一种生活方式深深融入人们的日常起居与生产生活之中。在疾病防治、康复保健等诸多方面,尤其是在治疗慢性病、病毒性疾病、代谢性疾病等领域,中医药都展现出了极为显著的疗效。在重大疫病的应对过程中,如非典、SARS等爆发

后,中医药以其早期介入、整体调节、个体化治疗等特点,根据不同患者情况,确保一人一方,辨证论治,疗效确切,同时也通过数字市场为全球疫情防控提供了独特的中医智慧和方案。“2022年,世界卫生组织发布《世界卫生组织中医药救治新冠肺炎专家评估会报告》,报告指出中医药在治疗COVID-19中能起到有效作用,并鼓励世卫组织会员国将中医药纳入新冠治疗方案的考虑范围”<sup>[7]</sup>,为中医药文化广泛传播注入了新动能。

另一方面,数字消费升级强力推动中医药的传播发展。数字消费升级的大趋势促使中医药企业加大数字研发投入,积极推动中药制剂、保健品、日化用品等产品的创造性转化与创新性发展。现代科技如纳米技术、超临界萃取技术等被广泛应用于中药材的提取与加工,极大提高了产品的有效性和安全性。同时,结合数字时代消费者个性化需求,开发出一系列功能性强、服用便捷、口感良好的新型中药产品,如中药配方颗粒、即食中药饮片等,精准满足了不同人群的健康养生需求。此外,中医药服务也随着数字消费升级而不断升级,传统的中医诊疗服务正逐步向“互联网+中医药”模式转变,通过线上问诊、远程医疗等方式,让更多人能够便捷地享受到高质量的中医服务。中医药养生旅游、中医康复理疗等新兴业态的兴起,也为消费者提供了更加丰富多样的健康服务选择。新型服务模式不仅给中医药产业带来了新的机遇和活力,也为消费者提供了更加全面、优质的健康服务,进一步推动了中医药文化的传播和发展。

#### 3.2 新型数字传播生态为中医药的跨文化交流开辟新道路

文明因交流而多彩,因互鉴而丰富。数字技术促进了不同文化之间的交流,为中医药文化走向世界提供了难得的机遇。在数字时代,全球数字平台正在全面重塑国际传播的信息版图,形成新型传播生态。新型传播生态的显著特征在于通过媒体平台实现赋权与赋能的双重作用,让原本被动接受信息的草根受众成为资讯和观点生产与传播的主体。一方面,平台赋权个体。例如 Facebook、YouTube、Twitter、Instagram 等平台,汇聚了全球不同国家、不同民族、不同语言、不同文化背景的用户。这些平台成为了中医药文化走向国际的重要桥梁,使中医药知识能够迅速、广泛地传播到世界各地,为搭建人人参与的跨文化传播赋予了可能。另一方面,平台赋能数据。平台的发展由大数据技术支撑,在为所有主体赋权的同

时,也扩大了信息在世界范围内的可见程度。如我国主导的“一带一路信息高速路”等互联网互通工程,致力于消弭不同文明之间的数字鸿沟。基于此,跨文化交流活动也借助平台成为中医药文化传播的重要阵地。中医药作为中华文化的瑰宝,其传播不仅关乎中医药的国际地位,更是中华文明“走出去”的重要载体。中国与共建“一带一路”国家扎实推进健康丝绸之路建设,目前已与俄罗斯、泰国、匈牙利等国共建了30个中医药海外中心,推动百余种中成药在共建国家以药品身份注册上市。这些成果为中医药文化的国际传播提供了有力支撑,使越来越多的中医药医学成果出馆藏走向课堂、出经卷走向实践、出国门走向世界。数字跨文化交流的加强,不仅有助于中医药文化的国际传播和影响力提升,还有助于推动世界文化的多样性和包容性发展。

## 4 数字赋能中医药文化传播的挑战

### 4.1 信息真伪难辨的困境

党的二十大报告提出,要“促进中医药传承创新发展”<sup>[8]</sup>。数字时代,信息呈现出爆炸式增长态势,大众在数字空间中频繁进行信息交换,这些信息来源极为广泛,质量却参差不齐,真假难以辨别,给中医药文化传承带来了极大的困扰。一方面,伪科学信息干扰中医药文化传播。中医药文化博大精深,非专业人士往往难以准确判断信息的真伪。于是,一些伪科学信息、虚假广告趁机混入其中,使得受众对中医药文化信息的真实性产生怀疑,进而阻碍了其接受和再传播,对中医药文化的声誉造成了极大损害。例如张悟本之类的假中医、伪科普打着“中医文化”的旗号行骗,曲解中医经典、夸大食药疗效,欺骗社会公众,给人们留下了较为恶劣的负面印象。另一方面,权威认证机制缺失阻碍中医药文化传播。在数字时代,随着中医药事业的蓬勃发展,大量资本涌入,随之带来了“内容追赶流量”“资本操纵行情”等问题。由于缺乏有效的权威认证机制,无法有效把控中医药传播内容的准确性,一些质量低下、内容失真的中医药信息得以在数字空间中广泛传播,严重损害了中医药文化的形象和公信力。这不仅对中医药文化的传承产生了不良影响,也制约了中医药学科的创新与发展。

### 4.2 受众信息茧房的局限

信息茧房现象由凯斯·桑斯坦提出,指“网络信息传播中网民只聚焦或注意自己选择的内容并逐渐将自身桎梏于像‘茧房’的媒介环境中”<sup>[9]</sup>。在当前的

网络媒介生态环境下,这一现象因传播媒介的多样化而变得愈发显著。尤其是随着算法技术与用户画像的广泛普及,数字化传播虽然能够精准推送内容,为用户提供个性化服务,但与此同时也加剧了“信息茧房”的形成,中医药文化的传播同样面临着“信息茧房”的挑战。传统中医药文化的传播体系主要呈现出官方主导的单向性特征,缺乏政府、高校、社会组织以及公众之间的双向与多向互动。这种传播模式致使中医药文化传播呈现出封闭性与平面化。具体而言,一方面,中医药文化的传播范围大多停留在“小众”范畴内,未能营造出开放性的交流环境与良好的社会氛围,同时也限制了中医药文化与外界、跨界的交流与碰撞。另一方面,传播方式缺乏立体化与全方位的传播体系。这使得中医药文化的传播常常停留在表面,难以深入挖掘其深厚的文化内涵与时代价值,因而难以引起公众的广泛关注与深入理解。因此,为改善这一现状,有必要构建一个由政府、高校、社会组织以及公众共同参与的多向互动传播机制,以应对“信息茧房”的挑战。

## 5 数字赋能中医药文化传播路径的优化

### 5.1 着眼顶层设计,布局中医药文化传播的整体方略

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视中医药事业,先后颁发了《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》等,把中医药的发展提高到了国家发展战略层面,这一系列举措不仅彰显了国家对中医药文化传承创新的高度重视,也标志着中医药文化传播在数字时代背景下迈入了一个全新阶段。

首先,中医药文化传播在“守正创新”中焕发新活力。2021年5月,习近平总书记在南阳调研时曾强调,要做好守正创新、传承发展工作,积极推进中医药科研和创新,注重用现代科学解读中医药学原理,推动传统中医药和现代科学相结合。“守正创新、传承发展”既是中医药发展的基本遵循,也是中医药文化数字化传播内容建设的基本要求。在深耕中医药传统、传承精髓的同时,也要结合现代科技的力量,以数字化、网络化、智能化促进行业转型升级,让数字中医药的“智慧应用”造福广大人民,焕发新活力。

其次,中医药文化传播在“保驾护航”中展现新形象。“文化无传播不立。目前中医药文化传承创新

及传播推广已上升为国家战略”<sup>[10]</sup>。《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》印发,强调要“充分发挥其作为中华文明宝库‘钥匙’的传导功能,加大中医药文化保护传承和传播推广力度”<sup>[1]</sup>。为实现中医药文化的高质量传播,要以国家战略为指引,加强顶层设计,优化资源配置,确保传播内容的科学性、权威性与时代性。通过严格的筛选与审核机制,确保中医药文化传播内容的精准无误,既传承经典又勇于创新,既体现战略高度又经得起历史检验。同时,坚持实事求是原则,依托数字技术提升信息透明度与公信力。2023年,“智慧之光——中医药文化展”在国家博物馆亮相,《中国中医药大会》相继播出,展现了中医药文化的新形象。

最后,中医药文化传播在“国际舞台”中搭建新平台。面对全球化浪潮,中医药文化的国际传播成为提升国家文化软实力的重要途径。我国积极利用孔子学院、文化交流中心及数字平台等多元化渠道,搭建起中医药文化走向世界的桥梁。通过举办国际中医药论坛、在线讲座、数字展览等活动,结合虚拟现实、社交媒体等现代技术手段,构建了一个跨越时空的中医药文化传播网络,增强中医药文化的国际影响力,促进中外文化交流互鉴,为全球卫生治理贡献中国智慧、中国方案和中国力量。

## 5.2 全方位数字赋能,激发中医药文化传播的潜在活力

中医药作为中华文化的瑰宝,其传承与发展不仅关乎民族健康,更是文化自信的体现。在数字科技的助力下,中医药文化的传播展现出前所未有的活力与潜力。

一是中医药数字化展示与存档。智慧中医的形成离不开大数据、云平台及互联网的鼎力支持。通过建立中医药数字化博物馆,运用虚拟现实和增强现实技术,可以为参观者创造沉浸式的体验,使其身临其境地感受中医药文化的深厚底蕴。同时,对古代中医药典籍、药方、医案等珍贵文献进行数字化处理。“通过建立便于检索和利用的中医药古籍数据库,以数字资源的方式保存和传播,不仅可以实现中医药古籍的再生性保护,而且可以实现中医药古籍更大范围的共享”<sup>[11]</sup>。

二是中医药智能学习与教育。在数字化时代,学习方式的变革为中医药文化的普及提供了新途径。通过开发在线教育平台,结合动画、游戏等互动元素,为儿童和成人设计趣味性强的中医药文化教育课程,激发学习兴趣,提高学习效果。此外,在中

医药文化景区、博物馆等场所设置智能导览系统,为游客提供个性化的参观体验和学习路径,使中医药文化的学习更加便捷、生动。

三是中医药数据分析与研发。大数据和人工智能技术的运用,为中医药的研发与创新提供了有力支持。通过对中药方剂、药材等数据进行深度挖掘,可以发现潜在的药用价值和研发方向,为中医药的创新发展提供科学依据。同时,结合可穿戴设备、移动应用等技术,可以实现中医药的精准医疗和健康管理,提高中医药在现代医疗体系中的影响力。

## 5.3 倡导媒体联动,构建中医药文化传播的全媒体格局

习近平指出:“我们要运用信息革命成果,加快构建融为一体、合而为一的全媒体传播格局。”<sup>[12]</sup>全媒体格局是指通过多种媒体平台和手段,构建一个全面、互动、多元的传播格局。中医药文化传播的全媒体格局是一个涉及多种媒体形态和传播渠道的复杂系统。

首先,重视传统媒体。传统媒体在中医药文化传播中仍然扮演着重要角色。包括报纸、广播、电视和期刊等。通过报纸专栏、特刊等形式,定期发布中医药文化相关信息,如中医药知识、养生保健方法等;通过电视,制作中医药文化专题节目、纪录片以及邀请中医药专家进行访谈,以直观、生动的方式展示中医药文化的魅力;通过广播,开设中医药文化专栏,通过声音传递中医药知识,方便听众在碎片时间学习。这些传统媒体具有权威性和公信力,能够覆盖广泛的受众群体,为中医药文化的传播提供稳定的基础。

其次,善用新媒体。通过互联网,建立中医药文化官方网站、博客、论坛等,发布中医药文化相关内容,供网民浏览、学习和交流;巧用社交媒体,如微博、微信、抖音、快手等社交媒体平台,发布中医药文化短视频、图文资讯,与受众进行互动。

再次,开发移动应用。利用数字技术,开发中医药文化相关的移动应用,如中医养生App、中医药知识查询工具等,方便用户随时随地获取中医药信息。

最后,媒体资源的整合与共享。媒体资源的整合与共享是构建全媒体格局的关键。可以通过建立中医药文化媒体资源库,整合各类媒体资源,如新闻稿、图片、视频等,为中医药文化传播提供丰富的素材和资源。同时,还可以建立媒体资源共享机制,鼓励不同媒体之间进行资源共享和合作,形成合力进

而推动中医药文化的传播和发展。

#### 5.4 深耕文化土壤,锻造中医药文化传播的领军阵营

数字时代,激活中医药文化的传播效能,需要深耕文化土壤,打造中医药文化传播的领军阵营,构建良好的社会传播氛围。

一方面,深耕文化土壤。数字赋能中医药文化的高质量传播,需要挖掘文化内涵,灌注时代审美,再借以数字技术加持,以恰当的创意形式和传播方式,达到文化价值与医用价值相统一,这就需要进一步深耕文化土壤。2019年,《中共中央国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》印发,明确提出“要把中医药文化贯穿国民教育始终”<sup>[13]</sup>。目前,我国中医药类高校发展态势较好,成为数字时代实施中医药文化传播行动的重要力量。为让中医药文化真正扎根校园,应以高校、科研院所、医院等作为实施数字传播行动的主阵地,带动中小学共同构建中医药文化教育的“大中小体系化建设”,“使学生更多地接触中医药、感悟中医药、认同中医药,激励其自觉践行中医药文化观”<sup>[14]</sup>,为数字赋能中医药文化的传承与创新注入源源不断的新生力量,厚植中医药文化传播的文化土壤。

另一方面,锻造领军阵营。通过培养具备跨学科素养的专业人才,打造一方熟知中医药文化,拥有传播知识与数字技术的领军阵营。“中医药高等院校要主动适应经济社会发展需求,在生物医药、人工智能、康养等战略急需和未来新兴领域进行前瞻性布局,探索“中医药+”的多学科交叉融合的培养模式”<sup>[15]</sup>。一是在课程设置上,整合基础课程,加设研讨性课程。在中医药专业和传播学专业的部分学生群体中,增加跨学科的基础课程,如中医药学概论、传播学原理、数字媒体技术、数据分析等。同时,开设中医药文化传播的专题研讨课程,邀请中医药学、传播学、信息科学等不同领域的专家进行授课,培养学生跨学科思维。二是在教学实践上,丰富教学资源,鼓励跨学科交流,“实训课程、虚拟仿真平台等项目是重要的授课手段,应着重建设、大力发展”<sup>[16]</sup>。注重建设线上线下教学资源库,整合中医药文化传播的相关教学资源,如教材、案例、数据集等,为学生提供丰富的学习材料。同时,鼓励学生组成跨学科团队,参与中医药文化传播的竞赛、展览、研究等活动,促进不同学科之间的合作与交流。

## 6 结语

在浩瀚的中华优秀传统文化长河中,中医药文化犹

如一颗璀璨的明珠,以其独特的认知智慧、价值观念与审美情趣,诠释着生命之奥秘,引领着防病治病、养生保健的实践之路。利用数字技术赋能中医药文化传播,讲好中医药的过去、现在和未来的故事,书写中医药文化在建设健康中国、实现中华民族伟大复兴历史征程中的作为与担当,记录中医药文化为人类健康事业提供的中国智慧与中国方案,使命光荣意义重大。

## 参考文献

- [1] 国家中医药管理局 中央宣传部 教育部 国家卫生健康委 国家广电总局关于印发《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》的通知 [EB/OL]. (2021-06-29)[2024-05-01]. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content\\_5623103.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content_5623103.htm).
- [2] 淮南子[M]. 陈广忠,译注. 北京:中华书局,2016,1:367.
- [3] 牛新权,丁宁. 数字文化传播[M]. 北京:知识产权出版社,2019:5.
- [4] 中国新闻网. 中国网民规模达11.08亿人[EB/OL]. (2025-01-17)[2025-01-17]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1821497200565276089&wfr=spider&for=pc>.
- [5] 袁有树,孙赫浓,夏士霁,等. 新媒体时代中医药文化传播主体现实困境与破解路径[J]. 中国医院,2025,29(2):29-33.
- [6] 中共中央党史和文献研究院编. 习近平关于健康中国论述摘编[M]. 北京:中央文献出版社,2024.
- [7] 张吉,赵海滨. 数字时代中医药文化的国际传播路径研究[J]. 传播与版权,2024(22):77-80.
- [8] 十九届中央纪律检查委员会向中国共产党第二十次全国代表大会的工作报告[N]. 人民日报,2022-10-28(001).
- [9] 黄楚新,许可. 数字时代“信息茧房”的发展逻辑与治理路径[J]. 媒体融合新观察,2022(3):11-14.
- [10] 易刚强. 新时代推动中医药文化传承发展的三大向度[J]. 新湘评论,2023(21):41-42.
- [11] 郑艳秋,付立忠,赵利梅,等. “中医药+”赋能中医药文化传承创新发展的路径[J]. 南京中医药大学学报(社会科学版),2025,26(1):22-28.
- [12] 习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J]. 求是,2019(6):4-8.
- [13] 中共中央 国务院关于促进中医药传承创新发展的意见[EB/OL]. (2019-10-20)[2024-05-01]. [https://www.gov.cn/gongbao/content/2019/content\\_5449644.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2019/content_5449644.htm).
- [14] 李萌萌,章小纯. 中医药文化融入大中小学思想政治教育一体化建设探析[J]. 湖南中医药大学学报,2024,44(4):701-705.
- [15] 戴爱国. 从吴汉仙“中西医一家”思想谈中医药高等教育传承创新发展:以湖南中医药大学为例[J]. 湖南中医药大学学报,2024,44(10):1727-1732.
- [16] 刘旺华,刘岩松,邓奕辉,等. 新医科背景下中医拔尖人才培养模式探寻:以湖南中医药大学为例[J]. 湖南中医药大学学报,2024,44(10):1904-1907.

(本文编辑 禹纯顺)