

媒介融合视域下中医药文化青年群体传播的叙事创新

——以《初入职场·中医季》为例

杨 丹

北京印刷学院新闻传播学院，北京

收稿日期：2026年8月4日；录用日期：2026年9月1日；发布日期：2026年9月11日

摘 要

在媒介融合深度发展与中医药文化传承推进的双重背景下，青年群体成为文化传承的核心力量，然而，传统中医药文化传播存在叙事晦涩、渠道单一、与青年语境脱节等困境，难以实现向青年群体的有效渗透。媒介融合理论强调技术、渠道、内容与受众的多元整合，为中医药文化青年传播提供了全新的理论支撑与实践路径。本文以芒果TV职场纪实观察类真人秀《初入职场·中医季》为研究案例，运用媒介融合相关理论，探析节目在中医药文化青年传播中的叙事创新策略，包括叙事主题生活化、叙事视角平行化、叙事符号通俗化、叙事形式场景化，剖析其如何打破传统传播壁垒，实现中医药文化与青年群体的深度对话。研究发现，节目借助媒介融合的技术与思维，将专业中医药知识转化为青年喜闻乐见的叙事表达，有效提升了中医药文化在青年群体中的传播力、感染力与认同感，为新时代中医药文化面向青年群体的创新传播提供了可借鉴的经验与启示，同时也为媒介融合背景下传统文化的年轻化传播提供了新的思考维度。

关键词

中医药文化，青年传播，叙事策略，《初入职场·中医季》

Narrative Innovation of Traditional Chinese Medicine Culture Communication among Youth from the Perspective of Media Convergence

—A Case Study of Newcomers at Work·TCM Season

Dan Yang

Abstract

Against the dual backdrop of the in-depth development of media convergence and the advancement of inheriting traditional Chinese medicine (TCM) culture, young people have become a core force for cultural inheritance. Nevertheless, the traditional communication of TCM culture is confronted with dilemmas such as obscure narratives, single communication channels, and disconnection from youth-oriented contexts, which hinder its effective penetration among youth groups. The theory of media convergence emphasizes the multi-dimensional integration of technologies, channels, contents and audiences, offering brand-new theoretical support and practical approaches for TCM-culture communication targeting young audiences. Taking the workplace documentary-observation reality show *Newcomers at Work-TCM Season* produced by Mango TV as a case, this paper adopts theories related to media convergence to explore the narrative innovation strategies adopted by the program in disseminating TCM culture to youth. Such strategies include life-oriented narrative themes, parallel narrative perspectives, popularized narrative symbols, and scenario-based narrative forms. It further analyzes how the program breaks down traditional communication barriers and realizes in-depth dialogue between TCM culture and young audiences. The study reveals that drawing on the technologies and mindset of media convergence, the program transforms professional TCM knowledge into narrative expressions favored by young people. It effectively improves the communication power, appeal and identity recognition of TCM culture among youth. This research provides referable experience and insights for the innovative communication of TCM culture toward young groups in the new era, as well as new dimensions for reflection on the youth-oriented communication of traditional culture under the context of media convergence.

Keywords

Traditional Chinese Medicine Culture, Youth-Oriented Communication, Narrative Strategy, *Newcomers at Work-TCM Season*

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中医药文化是在中华民族传统文化的土壤中成长起来的优秀文化，对中华民族的繁衍起到了不可替代的作用[1]，与此同时，目前数字技术的迅猛发展推动媒介形态进入深度融合阶段，打破了传统媒体与新媒体的边界，形成了“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”的传播格局。媒介融合并非简单的技术叠加，而是技术、渠道、内容、受众、产业等多维度的深度整合，其核心是通过多元媒介形态的协同，实现信息传播的高效化、精准化与场景化[2]。然而，当前中医药文化的青年群体传播仍面临诸多困境，传统以典籍阐释、师承传授、权威宣讲为核心的传播模式，在青年主导的互联网语境中时常遭遇“话语壁垒”，被部分青年视为“陈旧”或“神秘”。如何打破“文化他者”的疏远感，让中医药文化融入青年生活、契合青年审美、回应青年需求，成为传统文化传播的重要命题。

《初入职·中医季》作为一档聚焦年轻中医学生成长的真实职场观察类节目，自 2025 年 9 月 14 日上线起，截至 11 月 3 日，节目全网热搜 192 个，抖音主话题播放量超 7 亿次，点赞过万的短视频超 200 个[3]。这种职场纪实类型的节目如此受欢迎，离不开其所呈现出的年轻人在现实中初入职场的各种复杂状况[4]。同时，它并未将中医药作为孤立的知识客体进行宣导，而是跳出传统科普的单向输出模式，将中医药文化嵌入青年熟悉的“职场成长”“青春叙事”的框架中，通过多元叙事策略与互动设计，成功引发青年群体的情感共鸣与文化认同。本文从节目概况与定位切入，结合叙事主题创新、叙事视角创新、叙事符号创新、叙事形式创新四个维度，深入剖析其传播逻辑与实践成效，为传统文化的青年化传播提供理论参考与实践路径。

2. 叙事主题创新：从“权威传承”到“职场成长”

传统中医药叙事多围绕“历史渊源”“名家经典”“秘方传承”展开，强调文化的厚重性与权威性，却易与青年群体的日常经验脱节。例如北京卫视《养生堂》节目仍是邀请专家进行权威解读，且主要满足中老年群体对健康知识的需求，很难吸引到年轻群体[5]。而《初入职·中医季》通过主题转换，将中医药文化嵌入“职场新人成长”的叙事框架中。节目以年轻中医学生进入岐黄院实习为主线，聚焦他们从理论到实践的挫折、学习与突破过程。这一叙事策略巧妙地将中医药知识转化为“职业技能”，将文化传承转化为“个人成长”，从而与青年群体面临的就业压力、身份转型等现实议题产生共振。中医药不再仅是古老智慧，而是可学习、可实践、可体验的现代职业体系，降低了青年的认知门槛。

（一）核心框架置换：“职场成长”作为文化传播载体

《初入职·中医季》进行了一次根本性的叙事框架置换，它巧妙地借用了在全球青年文化中极具通约性的“职场成长”叙事模式作为容器。节目主线并非直接讲述“中医是什么”，而是讲述“如何成为一名青年中医”。中医药的知识、技能、伦理被拆解、融入“入职挑战”、“临床考核”、“团队协作”等熟悉的职场情节中。将“望闻问切”转化为需要练习和考核的“职业技能”，将“理法方药”的辩证过程展现为解决实际病例的“项目攻关”。这一置换，使抽象的文化传承具象为可见的个人能力增长轨迹，极大降低了青年的认知门槛，并引发了对于自身职业发展的投射与共鸣。

（二）冲突设置时代化：凸显成长中的多元张力

节目没有回避青年在接触中医时可能产生的内在冲突，反而将其作为叙事动力。这些冲突包括：学院理论与复杂临床现实之间的落差、现代医学思维与中医传统思维方式的碰撞与调和、年轻一代的创新想法与严谨传统规范之间的张力。通过展现实习生们在这些冲突中的挣扎、思考与突破，节目将中医药文化的学习过程塑造为一个充满挑战与收获的“英雄之旅”，这使得文化的接纳过程本身成为了一个引人入胜的成长故事。例如在第一期 1V1 面试考核时，两位实习生都采用了难度系数较大的双手诊脉，但是在诊脉过程中和汇报时都没有体现出扎实的基本功，导师建议他们双手诊脉先单手学好才能双手对比，把脉要实实在在，做好基本功，不要猎奇。这种“眼高手低”以及“纸上得来终觉浅”的内在冲突碰撞，让学徒更加懂得基础的重要性，才能更好地进步成长。

3. 叙事视角创新：从“仰视权威”到“平时同行”

传统科普常常采用全知或者权威视角，观众处于被动接受位置，容易产生疏离感。例如央视推出的养生科普类节目《健康之路》，其叙事视角还是以专家单一视角为主，采用主持人 + 嘉宾的访谈形式，核心围绕中医专家、医师的讲解展开，难以贴合青年群体的情感需求与认知习惯[6]。但《初入职·中医季》采用“个体化叙事”视角，通过跟拍多位背景、性格各异的年轻中医学生，展现他们在临床实践、师徒互动、团队协作中的个人困惑与突破。这种视角使青年受众得以透过“同龄人”的眼睛观察中医药

世界,在情感上产生代入感。同时,节目避免将中医塑造为“完美偶像”,而是呈现年轻医者的迷茫、失误与反思,契合青年群体在成长过程中对“试错”“探索”的身份认同需求。中医药文化从而成为青年建构自我价值、实现社会认同的媒介,而非遥不可及的“他者”知识。

(一) 个体化限知视角: 构建沉浸式体验

节目彻底摒弃上帝视角,严格采用跟拍式的“限知视角”。观众所知信息几乎与实习生同步:面对病患时的紧张、诊断不清时的焦虑、获得老师点拨时的豁然开朗。这种视角创造了极强的沉浸式体验与代入感。青年观众不是作为一个外在的“文化访客”,而是仿佛以“同学”或“同事”的身份,亲历了中医临床工作的日常,和他们一起进步、一起成长。每一次成功的脉诊、每一次准确的方剂选择所带来的成就感,都能直接传递给观众,使中医药文化从“遥不可及的知识”变为“可感知的实践”。

(二) 多元群像塑造: 满足身份认同需求

节目精心挑选了背景、性格、特长各异的实习生,构成了一幅当代青年中医的多元群像。有草原热血医生的“急性子”,有沉着冷静的“升麻”,有纯洁坚韧的“天山雪莲”。这种多元性确保了不同性格、不同兴趣点的青年观众都能从中找到自己的“镜像”或“理想自我”。人物的成功与失误、自信与迷茫,都因其真实性和平凡性而显得可亲可近。中医药文化通过这群鲜活个体的承载,褪去了神秘光环,展现出现代学科与职业的亲和力。

4. 叙事符号创新: 传统文化的现代视听转译

符号在实现信息传播中扮演着重要角色,有助于构筑共同的叙事体验和认知理解^[7]《初入职场·中医季》作为聚焦中医文化传承的职场纪实综艺,其符号系统的创新核心的是打破传统中医符号的晦涩感与距离感,实现传统符号的年轻化转译、具象化呈现与场景化落地,让中医符号从典籍走向日常,从专业圈层走向大众视野。尽管行业内符号创新有其共性,但该节目结合“职场纪实+青年视角”,打造了专属符号体系,形成了差异化优势,这也是其能实现青年“破圈”传播的关键。

(一) 青年主体符号的深度绑定

将“青年中医学徒”作为核心符号载体,而非传统节目中的“国医大师”“专家学者”。节目聚焦12位青年学徒的成长轨迹,让“青年+中医”形成强关联符号——青年的青涩、成长与坚守,赋予中医药符号“年轻化、可共情”的特质,打破了中医符号“老龄化、权威性过强”的刻板印象,这是《中国中医大会》等节目未重点挖掘的创新点,传统节目仍以专家、传统医者为核心符号。

(二) 职场场景符号的创新赋能

节目也将“考核、带教、实操”等职场符号与中医药符号进行深度融合,设置“十二大主题病症考核”“国医大师带教”等职场场景,让“脉诊”“辨证”“开方”等中医符号,不再是单纯的知识展示,而是青年学徒成长的“工具”与“见证”,这种“职场叙事+中医符号”的结合,是其他中医药节目(多为科普、纪实、剧情形式)未涉及的,实现了符号场景的创新突破。

(三) 互动式符号的精准适配

打造“待诊人”这一专属互动符号,邀请艺人作为青年群体的“替身”,提出青年关注的健康问题,让中医符号成为“解决青年需求”的载体。这种符号设计让青年观众能通过“待诊人”产生代入感,主动关注中医符号背后的知识,而其他节目多为“单向输出”符号,缺乏这种针对性的互动设计,难以实现与青年群体的深度对话。

5. 叙事形式创新: 情感赋能与互动联结双重融合

《初入职场·中医季》在叙事形式上做出了中医药节目从未有过的创新。综艺节目的特点不仅在于

“观察”，更在于通过纪实、在场等特点，打破时空限制，搭建起多重互动的话语空间，将不同时空的情感串联起来[8]。节目通过情感化叙事，让中医文化不再是抽象的理论符号，而是充满人情味的生活智慧，在情感共鸣中打破圈层、深入人心，为传统文化类综艺的传播提供了可借鉴的范式。同时，节目在互动化叙事上也作出创新，将互动贯穿节目内部场景、观众参与、跨圈层联动与学徒成长全过程，通过多元互动设计，更让中医文化以更接地气、更具互动性的方式走进大众视野，实现了文化传播与节目热度的双向赋能。对比同时期开播的《国医少年志2》采用明星研学“体验+旅行+传承”的模式传播养生知识，《初入职场·中医季》在形式上另辟蹊径，在求职竞争赛道模式下运用情感化叙事和互动化叙事，让观众在潜移默化中了解中医求职真实困境，也在观看过程中深有体会，实现情感共鸣。

（一）情感化叙事

节目以“真实人物、真实困境、真实情感”为核心，搭建起多层次、有温度的情感共鸣体系，让观众在情感代入中走近中医、理解医者。节目选取了不同背景、不同基础的青年中医学徒，摒弃剧本化演绎，真实记录其从青涩新手到专业医者的成长轨迹，他们面对考核时的紧张焦虑、遭遇失误后的自我怀疑、突破瓶颈后的喜悦坚定，精准契合当代职场新人的成长困境，让广大青年受众能够在其中看到自身影子，产生强烈的身份共情。例如，其中一名少数民族的学徒因初期因临床经验不足、语言沟通不够流畅而产生自卑情绪，在导师的鼓励与帮助下，逐渐建立信心，最终能够从容接诊，这些真实的成长片段，既展现了青年医者的坚守与努力，也让观众在共情其成长阵痛的同时，感受到中医传承的鲜活力量。

同时，节目精准捕捉现代人群普遍面临的睡眠焦虑、职场压力、情绪内耗、亚健康等身心健康痛点，通过明星待诊团与普通患者的真实案例，将中医“身心同治、情志为先”的核心理念转化为具象化的情感关怀，打破了传统中医晦涩、冰冷的刻板印象。

此外，节目融入亲情等温情叙事，收官环节邀请学徒家人现身，他们在为父母号脉时认出对方，却强忍泪水完成诊断，见到父母后喜极而泣的场景，将中医医术传承与家庭亲情叙事相结合，展现年轻中医从业者的职业坚守既来自个体对中医药事业的热爱，也离不开家庭层面的期许与支撑。这类充满人情味的叙事场景触动受众，推动观众形成对中医文化的情感认同与文化归属感[9]。

（二）互动化叙事

节目在多个方面都设置了互动化的叙事形式，在内部场景中，通过多元角色联动、真实场景模拟，让嘉宾、学徒与中医文化形成深度绑定，打破了“观察者”与“参与者”的壁垒。节目中除了青年中医学徒以及带教中医大拿之外，助力团以及姐姐团、院人团、哥哥团、快大团以“待诊人”的身份加盟节目，作为真实样本帮助学徒们深度学习。他们不仅作为真实问诊样本参与学徒考核，更以普通人的视角提出疑问、分享体验，形成“学徒实操+嘉宾体验+导师点评”的互动闭环。这样的形式也实现了跨圈层互动，实现了中医文化与不同圈层的深度融合，提升了节目传播的广度与深度。此外节目还实现与同系列综艺《初入职场·法医季》的联动，邀请上一季优秀的法医实习生来到中医季学徒的诊间体验问诊，形成跨节目互动，既丰富了叙事内容，也吸引了法医季的观众群体关注中医季，实现了受众的双向引流。

在与观众参与的互动中，节目通过线上线下联动、话题引导等方式，让观众从“被动观看”转变为“主动参与”，形成“节目内容-观众互动-话题传播”的良性循环。节目在播出期间，通过官方账号发起#凌晨1点到3点必须要睡觉的重要性#、#鼓励式教育有多重要#等话题，引发全网热议。整季节目斩获全网热搜215+，短视频端口播放量突破11亿，#中医综艺怎么这么好哭登顶抖音热搜TOP1[10]；同时，节目鼓励观众分享自身健康困扰、交流中医养生技巧，网友热评“芒果每次选题都能给人带来新惊喜，从节目中深切感受到了中医的无尽魅力以及和我们生活的紧密联系”，甚至有观众在看完节目后，自发组织同学、朋友交流节目中的养生知识，将节目互动延伸至线下生活，进一步扩大了节目影响力。

6. 结论

节目以精准的受众定位锚定青年需求,完成了中医药文化传播的多重叙事创新与话语重构。在叙事主题上,将中医药文化嵌入“职场成长”核心框架,把文化传承转化为青年可共情的个人成长故事,让中医药知识成为可学习、可实践的职业技能;在叙事视角上,以“平视同行”的个体化限知视角与多元青年群像塑造,消解了文化传播中的权威疏离感,让青年受众沉浸式感受中医药临床实践的日常;在叙事符号上,通过传统中医符号的年轻化转译、具象化呈现与场景化落地,让抽象的中医理念融入当代生活场景;在叙事形式上,采用情感化叙事和互动化叙事,构建起从职场成长、现实健康痛点到医患关怀、代际温情的多层次共情机制,并打造了节目内部角色互动、跨圈层跨节目联动、线上线下观众参与的互动体系,全网超百余个热搜、13亿+话题阅读量、11亿+短视频主话题播放量的亮眼数据,印证了该模式在提升传播力、增强文化渗透性上的显著效果,实现了文化传播与节目热度的双向赋能。《初入职场·中医季》的四大叙事创新,本质上是媒介融合理论在中医药文化青年传播中的具体实践,其核心逻辑是借助媒介融合的技术、渠道与思维优势,实现中医药文化叙事的“青年化适配”——通过生活化主题贴近青年需求,通过平行化视角引发青年共情,通过通俗化符号降低接受门槛,通过场景化形式增强传播实效。这种叙事创新,不仅让节目实现了中医药文化在青年群体中的“破圈”传播,提升了中医药文化在青年群体中的传播力、感染力与认同感,也为媒介融合背景下中华优秀传统文化的年轻化传播提供了重要启示:传统文化的年轻化传播,需立足媒介融合的传播特征,打破传统叙事壁垒,从受众需求出发,实现叙事主题、视角、符号、形式的全方位创新,让传统文化与青年群体形成深度对话。

参考文献

- [1] 何继勇, 何佳, 韩东海, 等. 中医青年与中医药文化传承[J]. 科技信息, 2013(21): 39.
- [2] 喻国明, 赵睿. 媒体可供性视角下“四全媒体”产业格局与增长空间[J]. 学术界, 2019(7): 37-44.
- [3] 探索职业成长路径 创新传承中医文化[EB/OL]. 2025-11-05.
https://gbdsj.hunan.gov.cn/gbdsj/xxgk/gzdt/hyxx/202511/t20251105_33842432.html, 2026-08-23.
- [4] 乔姝祺. 网络综艺节目的传播策略创新——以《初入职场的我们法医季》为例[J]. 声屏世界, 2023(22): 72-74.
- [5] 杨翼龙. 融媒体时代中医健康生活方式的传播研究[D]. [硕士学位论文]. 北京: 北京中医药大学, 2023.
- [6] 孟祥起. 中医健康、养生类节目何去何从[J]. 视听, 2010(10): 35-38.
- [7] 张志安, 吕伟松. 符号、形态与场景: 面向青年的中华民族现代文明浸润式传播[J]. 青年探索, 2023(5): 5-15.
- [8] 冯雪, 沈国华. 婚恋类综艺节目对受众心理的影响研究[J]. 中国电视, 2023(1): 73-77.
- [9] 王序, 岳朋. 文化记忆、记忆重构与认同建构:《本草中华第二季》的叙事策略[J]. 巢湖学院学报, 2020, 22(2): 87-92.
- [10] 我省六部作品入选国家广电总局 2025 第四季度优秀网络视听作品[EB/OL]. 2026-03-30.
https://gbdsj.hunan.gov.cn/gbdsj/xxgk/gzdt/sjxx/202603/t20260330_33943921.html?f_link_type=f_linkinline-note&flow_extra=eyJpbmtpbmVfZGlzcGxheV9wb3NpdGlybllfI6MCwiZG9jX3Bvc2l0aW9uJjowLjCk2NfaWQiOiJhNDJmYmJlNDJlOWM4MzU2LUU5ZDAwM2EwOTFlZGUxY2liQ%3D%3D, 2026-08-23.