

情感传播视域下红色网络微短剧的传播机制研究

蔡德颖

江西师范大学音乐学院, 江西 南昌

收稿日期: 2025年7月28日; 录用日期: 2025年10月22日; 发布日期: 2025年10月30日

摘要

“十四五”国家文化发展规划中, 明确提出重视红色文化, 倡导红色文化的发展。近年来, “红色微短剧”在互联网上备受关注, 微短剧是在新时代背景下传播红色文化的重要渠道, 也是新媒体时代伴随着短视频而兴起的产物。因其具有碎片化传播以及轻量化叙事的特点, 成为红色文化传播的新路径。本研究在情感传播视域下, 研究红色微短剧在网络中的传播, 探讨其与观众之间的情感触发、情感扩散、情感沉淀的情感传播机制, 旨在推动红色文化发展, 体现红色网络微短剧的社会传播价值。

关键词

红色文化, 网络微短剧, 情感传播

A Study on the Dissemination Mechanisms of Red Network Micro-Dramas from the Perspective of Emotional Communication

Deying Cai

Conservatory, Jiangxi Normal University, Nanchang Jiangxi

Received: July 28, 2025; accepted: October 22, 2025; published: October 30, 2025

Abstract

The 14th Five-Year Plan for National Cultural Development explicitly prioritizes and advocates for the development of Red Culture. In recent years, Red Micro-dramas have garnered significant attention online. Micro-dramas, in the context of the new era, serve as a crucial channel for disseminating Red Culture and have emerged alongside short videos in the new media era. Their characteristics

of fragmented dissemination and lightweight narrative have made them a novel pathway for Red Culture transmission. This research, from the perspective of emotional contagion, investigates the dissemination of Red Micro-dramas online, exploring their emotional triggers, emotional diffusion, and emotional sedimentation mechanisms in relation to the audience. The aim is to promote the development of Red Culture and highlight the social dissemination value of Red Network Micro-dramas.

Keywords

Red Culture, Online Micro-Short Dramas, Emotional Communication

Copyright © 2025 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

红色文化是中国共产党在革命、建设和改革的伟大实践中所创造和积累的，它体现了党的性质和宗旨，反映了人民的需求和时代的要求，凝聚各方力量的先进文化[1]。进入数字技术时代，红色文化依托于数字平台进行传播。红色文化的数字化传播可以推动红色资源的保护、教育和巩固党的舆论引导能力[2]。通过新媒体平台的算法推荐、碎片化传播等，微短剧已然成为当前主流的文化传播媒介形式。因此，以微短剧为媒介，发展红色系列微短剧，必然成为在新的时代背景下进行红色文化传播的新形式。

当前红色题材的微短剧席卷网络，备受关注。情感传播认为：人们运用语言、表情、肢体动作等表达方式可以传递情绪情感，接受者从他人的情绪情感中了解对方，进而产生共鸣或同情。本文旨在探析情感传播视域下的微短剧红色文化情感传播机制，从情感传播的特点出发，丰富情感传播理论在红色文化传播中的应用，为数字时代主流意识形态传播理论研究提供新视角。

2. 红色微短剧传播现状及情感传播理论应用

2.1. 红色微短剧传播现状

红色微短剧，是继短视频、网络媒体兴起后，以中国共产党革命历史、英雄人物事迹、爱国主义精神、社会主义核心价值观等内容为主要创作题材的短小剧作。红色微短剧是指以主流意识形态和红色文化为主要内容，以剧作的形式传播主流意识形态和红色文化的短剧。

中国共产党在革命、建设和改革伟大历程中形成的以马克思主义中国化为主要内容的红色文化精神遗产，以及近代以来中国人民为了救亡图存、为了实现民族复兴顽强奋斗的伟大的抗战精神，是中国共产党人留给我们的宝贵精神财富[3]。对红色文化的传播途径探索，也在近几年来不断丰富。

传统媒体与新媒体都是红色文化的传播载体，传统媒体曾主导着红色文化的传播，借助电影、电视等媒介向受众群体讲述着红色事迹、红色精神。众多学者研究红色文化影视传播进行了研究[4]-[6]，从广义层面而言，影视传承了红色文化。从狭义层面而言，影视塑造了红色精神符号，利用媒介手段传播红色文化，满足青年群体精神诉求，增强红色文化的时代性以及红色精神的联系。学者们认为新媒体技术为红色文化传播带来新的契机，应从技术和内容的两个层面创新，提高红色文化的传播和认同感，提升文化自信和国家软实力建设[7]-[9]。在媒介技术升级和媒介信息模式转变的影响下，短视频不仅仅是作为一种传播手段，更是成为重构现当代媒介的重要力量。

在新媒体的兴起和发展之下,网络微短剧诞生。网络微短剧作为一种新型的媒体融合形式,以市场需求为导向,融合了影视剧、文学、短视频,具有创建门槛低、体量小、交互性强、算法驱动等特点[10]。这是一种新兴的传播媒介,题材上出现的《我在长征路上开超市》¹等一批红色文化微短剧迅速传播开来,为红色文化传播提供新路径。其作为第四类官方认可的网络影视形态,结合了文化内容产品和数字媒体的双重属性,正在成为国际传播创新的重要载体[11]。微短剧的创作与传播,推动了中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展[12]。同时,在讲述中国故事、赋能文旅等方面具有较大的潜力和价值,也有利于增强中国网络视听领域国际传播能力建设[13]。

2.2. 情感传播理论应用

情感传播理论表明,情感传播有利于促进红色文化认同。情感是构成传播结构的核心维度,决定着内容的入口、路径与效能[14]。情感是个体内部的心理体验[15],红色微短剧中的情感交互是情感传播,也是价值观内化的过程。情感传播是指传播者把情感当作信息传播过程中的关键因素,致力于将文本与情感相融合,让受众在接收信息时产生情感波动[16]。网络信息生态下情感传播的动力机制、关系性逻辑、媒介行为与社会参与等方面均展现出独特的特征与影响[17]。

情感传播理论关注个体及群体的传播与影响,强调情感是个体经验及社会关系的结果。李婷婷认为短视频通过情感投射、情绪感染等情感传播机制解构宏观主题,唤起社会共识[18]。情感投射能建立个体与主题的深度连接,情绪感染可形成跨群体共鸣链,最终通过认知导向实现价值内化。闫心也指出双向情感投射,可促成集体认同的深层建构[19]。冯明香指出情感传播是理性沟通前提,是共识建构的核心维度[20]。

红色文化,以爱国主义、英雄主义等情绪为核心,是一种高度凝练的精神符号。陈婧姝在非遗微短剧的情感传播中强调,符号承载着集体记忆,代际对话需通过年轻化语义重构实现精神转化[21]。因此,探究网络微短剧中红色文化的情感传播机制,有利于传播红色文化,对传承红色精神具有重大意义。

3. 红色微短剧情感传播机制

在媒介融合发展的新传播时代,红色微短剧成为红色文化数字化的新形态。纵观红色文化微短剧的传播过程,发现其遵循着情感传播的内在逻辑,在触发-扩散-沉淀的三个情感传播层面完成了情感传播的机制。

3.1. 情感触发: 历史记忆的符号化重构

红色微短剧作为一种新型的红色叙事传播载体,其情感传播策略是基于“历史记忆”的符号化再现,通过符号的“转译”,再现集体记忆,实现记忆代际对话,引导式感知,实现红色精神的传播。

3.1.1. 集体记忆的唤醒: 物质符号建构与情感共鸣

媒介技术可以通过共同的历史和集体记忆,对不同地方的观众产生情感共鸣[22],红色微短剧注重对物质文化符号的激活,以此激发历史记忆。例如,《向南去》²以革命战争年代党的隐蔽战线斗争为背景,通过精心还原的时代符号,泛黄灯光下的老式电报机、旗袍、复古收音机、具有历史感的家具陈设等。构建了富有质感的战时氛围。这些高度写实的物质符号,不仅服务于谍战情节,更重要的是将观众瞬间

¹北京大视听 | 奇幻微短剧《我在长征路上开超市》10月1日温情开播,真情实感再现波澜壮阔的长征史[EB/OL]. 光明网, 2024-10-08. https://topics.gmw.cn/2024-10/08/content_37600708.htm

²《向南去》构筑正能量短剧叙事创新与价值引领体系[EB/OL]. 中国日报新闻网, 2025-03-14.

<https://ex.chinadaily.com.cn/exchange/partners/82/rss/channel/cn/columns/t40vsk/stories/WS67d3dd3ea310510f19eeb896.html> (由中国广播电视社会组织联合会法治传媒委员会等出品)

带入那个风云激荡的历史时空，感知报务员鲁枫等地下工作者在隐秘战线上的坚守与奉献，从而触发对革命年代特殊使命与牺牲精神的共情。《墙外桃花墙内血》³则通过特定历史时期的情报传递符号（密信、接头暗号等）、城市街景等，再现特殊年代里革命先辈们的家国情怀。《奔赴黎明》⁴深度融合上海龙华烈士陵园的历史文化符号，通过烈士遗物、监狱场景、革命标语等具象元素，构建了本土化的历史空间。这些符号成为唤醒民众集体记忆与文化认同的关键触点，使革命叙事扎根于地域情感土壤，强化历史共鸣的在地性联结。

3.1.2. 代际话语的转译：符号重构与情感重塑

红色精神的当代传播具有代际差异。红色微短剧通过建构“历史故事－当代俚语”的转译机制，在叙事层面实现革命话语的当代性转译，完成价值认同的沉浸式传承，形成主体性代际对话转译范式，为主体间性的价值传承提供具身化传播解决方案。

《我在长征路上开超市》将严谨严肃的长征史与充满烟火气息的超市经营结合在一起，在内容上制造一种“反差”。剧中人物对话与行为多有运用现代网络流行语，与年轻受众拉近心理距离。剧中对于长征精神内涵的理解与继承，代表着当代青年的思维方式与表达方式。《这世间如你所愿》⁵则设定一位八路军小战士林祖安穿越至当代盛世。通过小战士陌生化、震撼的视角审视现代生活符号：繁华都市、和平景象。使观众反思“和平繁荣”的来之不易。剧中古今对比，战场硝烟与节日祥和，特别是林祖安目睹盛世的强烈情感反应。抗日的战场与警察抗争的前线，祖父与后辈的相同抉择，体现了中国军人始终不变的保家卫国的民族精神。《山河回响》⁶中，2025年西安大学生陈默、沈夏，借神秘电台联系1939年延安情报员林远。以现代科技助力，进行跨时空协作，挫败日军阴谋。采用时空穿梭结构，让现代青年角色与历史人物在精神层面及象征性场景中“对话”，通过这种超现实的符号化设定，直接建立代际沟通的桥梁，让历史人物的精神诉求直接“回响”于当代青年心中。

在霍尔看来，编码就是将信息转换为符码并加以传播，解码者就是信息接受者。接收者在解码时具有主观能动性，编码和解码者均需以一定符码样式为依托，在符码解码的意义阐释过程中会因个体差异而产生符码编解码者与受众解码能力的“不完全一致性”[23]。短视频平台的严肃历史叙事与轻娱乐化元素符号有机结合，将红色精神精准传递给受众。受众根据自己的文化背景和认知经验对符号进行解码，接受红色精神，形成有深度有趣味的传播效果。

3.2. 情感扩散：红色文化的流动传播

在数字媒介环境下，红色微短剧的情感传播不再是单向灌输，而是呈现出一种流动特征。这种流动性源于微短剧传播平台的算法机制、内容叙事共同构建情感扩散的传播模式。

3.2.1. 算法驱动：轻量化叙事与碎片化传播

红色微短剧的技术赋能与算法推荐让红色叙事在现代化传播渠道中得以发展，以精准的算法推荐赋能轻量化、碎片化的叙事传播，实现现代化、有影响力的红色文化传播。学者认为在媒体融合的推动下，红色英雄文化的传播面临渠道多样化、内容碎片化等现实挑战[24]。在此基础上周钰提出，要从英雄精神

³拓展微短剧创作品类，《墙外桃花墙内血》揭秘谍战风云[EB/OL]. 北京日报网, 2025-01-10.

<https://news.bjd.com.cn/2025/01/10/11032395.shtml>. (红果短剧与中国电视剧制作中心联合出品)

⁴上海：龙华烈士陵园推出红色短剧《奔赴黎明》[EB/OL]. 中华人民共和国退役军人事务部, 2024-06-12.

http://www.mva.gov.cn/xinwen/dfdt/202406/t20240611_423693.html. (上海龙华烈士陵园为迎接上海解放75周年推出的系列短剧)

⁵国家广播电视总局办公厅关于公布2024年度优秀网络视听作品推选活动评审结果的通知[EB/OL]. 国家广播电视总局官网, 2024-04-10. https://www.nrta.gov.cn/art/2025/4/10/art_113_70451.html. (该剧由北京点众快看科技有限公司等出品，入选推荐片单)

⁶2025年2月重点网络影视剧项目公告[EB/OL]. 陕西省广播电视局, 2025-04-18.

https://gdj.shaanxi.gov.cn/ztzl/wlstczpt/xxgg/202504/t20250423_3502011.html. (该剧由新华社、中共陕西省委宣传部等联合指导)

的当代语境和传播方式出发,构建新形势下的碎片化传播体系[25]。

“碎片化传播”深化受众认知与观看习惯,是互联网时代人们认知和接受世界的创新转化。微短剧内容短小精悍,一集时长控制在几十秒到几分钟不等,带来的即时满足感和“快”的叙事节奏,影响人们认知世界和获取信息的方式。“轻量化叙事”是简单化、通俗化,能够将宏大历史叙事或者红色故事进行碎片化的讲述。这种叙事最符合短视频平台的受众碎片化观看习惯。《隐蔽的世界之秋蝉》⁷作为一部悬疑题材红色微短剧,每集时长控制在2分钟以内,采用竖屏叙事,高度契合移动端用户的碎片化观看习惯。该剧通过紧凑的情节与高信息密度的叙事方式,在极短时间内构建出强烈戏剧张力,符合短视频平台用户“即时满足”的视听需求,体现出算法推荐与内容调性相结合所带来的传播优势。《我在长征路上开超市》以“现代青年重回历史现场”的创新设定,将宏大长征史实进行轻量化、青春化表达。每集内容控制在1~2分钟,通过“穿越+经营”的叙事模式,在尊重历史基调的基础上融入现代元素,迅速引发年轻群体的情感共鸣与文化认同。

3.2.2. 平民英雄叙事：理解与认同的共情传播

在红色微短剧的内容建构中,借助故事叙事策略与情绪调度,在内容层面实现历史记忆的转向。红色题材建构内容运用“小切口+大主题”的叙事策略在小人物个体叙事与历史宏大叙事之间产生情绪共鸣。

红色微短剧“微观切口”重构历史真实。从小人物入手,突破传统红色叙事“高大全”的形象,讲述小人物的生命个体抉择与发展。《燎原之重回1938》⁸中,主角马帅在沉浸式体验中“穿越”回1938年募捐现场,试图拯救英雄韩春霖却最终被其“为未来赴死”的精神震撼。这种设定让当代青年“亲身”体验历史抉择的艰难与信仰力量,在强情节中达成价值认同。《冬青树上果犹红》⁹讲述旅游博主赵阳在“穿越”亲历湘江战役后,深受震撼并转变行为,利用直播平台向公众讲述历史与感悟。其核心情感张力在于个体牺牲与宏大愿景实现的强烈对比,通过“亲历者”视角让观众深刻感受先辈牺牲的价值。《向南去》中报务员鲁枫等小人物的坚守,守护“小五子”电台、在特工监视下完成密报任务,使隐蔽战线的理想信念变得可感可知,拉近了与观众的心理距离。“平民英雄”的视角拉近了红色文化与时代青年的认知距离,由抽象的符号、概念认同转变为具象的情感认同。

3.3. 情感沉淀：情感实践的价值共鸣

红色微短剧的情感传播不是简单的共情,更在习惯化、身体行动的价值内化中,向受众进行情感体验与价值意义获得感的作用,最终实现引领价值认同的文化意义上的长期影响。

3.3.1. 惯习渗透：红色精神的实践

红色精神的传达,不仅要包含宏观的叙事,更需要微观化的落实机制来支撑与推进价值内化以及主体建构。其中,红色文化的文化再生产,是个体与群体互动的渗透性实践。这种实践在于革命符号的表现,观众从实践中获得对红色文化的再认识、再评价和再传播。

红色微短剧将革命情怀、革命情感,化为具体的场景和个体,产生共鸣或认同。观众被英雄感动,进而影响认知和行为。《冬青树上果犹红》中的旅游博主赵阳,在“穿越”亲历湘江战役后,深受震撼并

⁷国家广播电视总局办公厅关于公布2024年第二季度优秀网络视听作品推选活动评审结果的通知[EB/OL]. 国家广播电视总局官网, 2024-09-30. https://www.nrta.gov.cn/art/2024/9/30/art_113_69013.html. (该剧由抖音等出品,荣获2024年度优秀网络视听作品)

⁸国家广播电视总局2024-2025年“网络视听节目精品创作传播工程”扶持节目[EB/OL]. 国家广电总局, 2025-03-28.

https://www.nrta.gov.cn/art/2025/3/28/art_114_70389.html?spm=chekydwncf.0.0.2.nHxNcj. (由浙江卫视等联合出品,在浙江卫视播出)

⁹光影匠心凝聚红色史诗 湖南省第二届红色微短剧大赛结果出炉[EB/OL]. 红网, 2025-7-10.

<https://tour.rednet.cn/content/646941/98/15103906.html> (获得湖南省第二届红色微短剧大赛优秀作品,由湖南省广播电视局指导,湖南电影频道等策划)

转变行为，利用直播平台向公众讲述历史与感悟，将精神感动转化为传播实践，展现了内化后的外显。

《飞虎乘风》¹⁰两位中美青年穿越至柳州抗日战场，与祖父辈共同经历一段战斗历程。回到现实后毅然前往柳州纪念馆祭奠。《我在长征路上开超市》通过主角苏梅梅为红军提供物资的具体行为，将艰苦奋斗、守望相助精神融入现代生活语境，引导观众思考其当代践行方式。当红色价值理念通过故事化、场景化呈现，并经由观众反复体认，逐渐内化为群体性“惯习”，便为持久行动力奠定基础。此类微短剧将宏大叙事转换为一种情感体验，让受众感受到、接收到这种微叙事。这种模式能够把宏大叙事转换为生活实践，将革命记忆转化为日常生活，实现严肃历史叙事的日常化、情景化，对日常生活结构进行符号再建构并形成历史记忆的又一次构建。

当包含集体主义的行动模式、奉献精神的实践等特定的社会习性，通过交往实践、群体性活动过程而成为群体性惯习的时候，观众就会将其转化为内在的价值体系和行动力量，并通过红色文化的传播持续发展下去。

3.3.2. 情感驱动的行动转化

情感传播认为，情感影响人们的认知判断，驱动人们的行为实践。红色微短剧的情感传播，影响着观众的认识判断，带动着人们的实践经验。红色微短剧的强互动性将受众从传受关系中单一被动的“受众”转变成可流动的“传播者”，受众通过与观众、剧情的互动，实现红色文化的传播。

二次创作与传播扩散是最普遍的形式，观众深受触动后剪辑《燎原之重回 1938》的震撼片段或撰写深度评论在社交平台分享，自发成为故事的“再创作者”和传播节点。《飞虎乘风》将抗战精神与柳州工业记忆深度融合，剧中柳州机械厂在烽火中为飞虎队修复战机、研制设备的“以工抗战”史诗，激发了观众对民族工业根的追寻。更具社会意义的是虚拟情感向现实行动的转化。深度结合地域文化的剧集则会激发观众实地探访相关历史遗址或文化地标，将虚拟体验延伸至现实空间，完成仪式性情感沉淀。更深层的转化体现为个体价值观与生活实践。

正如麦克卢汉所言：“媒介即信息。”^[26]红色微短剧也在用数字符号语言解构和重构红色文化的传承密码和文化实践，以一种情感动员的虚拟情感到达现实行动。

4. 结语

本研究对红色文化的微短剧的传播机制探析，为数字时代主流意识形态的情感传播提供了新的视角。红色微短剧以“情感触发-情感扩散-情感转化”的叙事模式，将红色文化融入数字时代的互动中，但它在现实中面临红色微短剧在内容与形式上的挑战。研究认为数字化赋能了红色文化的传播，对微短剧社会价值实现的路径提供了新思考。但本研究非定量研究，所得出的结论尚未能完全量化受众的情感变化，未来可通过尝试量化与定性相结合的方式研究红色微短剧的传播效能，并考虑算法等数字技术对文化叙事的负面影响，为数字时代红色文化的传播寻求更合适的传播模式，促进红色文化与当代技术的融合。

参考文献

- [1] 陈晋. 红色文化是中国共产党人的鲜明政治标识[J]. 党建, 2019(5): 16-17.
- [2] 刘黎, 郑海燕. 红色文化数字化传播创新策略研究[J]. 传媒, 2022(20): 80-83.
- [3] 沈成飞, 连文妹. 论红色文化的内涵、特征及其当代价值[J]. 教学与研究, 2018(1): 97-104.

¹⁰微短剧《飞虎乘风》今日上线 [EB/OL]. 广西壮族自治区广播电视局官网, 2025-08-15.
<http://gbdsj.gxzf.gov.cn/jingcaizhuanti/stsd/gzdt/t23802422.shtml>. (中国广播电视社会组织联合会法治传媒委员指导作品)

- [4] 廖卫华. 中国电影中的“红色文化”研究[J]. 电影文学, 2018(15): 31-33.
- [5] 孟威. 主旋律动画电影的红色文化表达[J]. 电影文学, 2022(12): 96-98.
- [6] 闫德亮, 李娟. 中国主流电影红色叙事考察[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2020, 53(5): 72-77.
- [7] 毕冉. 基于媒介逻辑的“红色文化”新媒体传播研究[J]. 传媒, 2023(17): 91-93.
- [8] 杨雪萍. 机遇、困境与突破: 新媒体时代背景下的红色文化传播[J]. 新闻爱好者, 2022(6): 75-77.
- [9] 刘向阳. 新媒体背景下红色文化传播路径研究[J]. 学习论坛, 2021(5): 110-114.
- [10] 杨艺雯. 媒介融合视域下网络微短剧的话语建构与传播策略[J]. 当代电视, 2024(5): 33-37.
- [11] 姜雪. 微短剧助力中华文化国际传播的创新路径研究[J]. 传媒, 2025(4): 60-62.
- [12] 许文广, 杨娜. AI 微短剧赋能中华优秀传统文化传播新路径——以《中国神话》《AI 看典籍》为例[J]. 电视研究, 2024(5): 16-18+25.
- [13] 樊昭甫, 李欣. “微短剧+文旅”: 网络微短剧讲好中国故事的历程、探索与进路[J]. 电视研究, 2024(6): 70-73.
- [14] 喻国明. 社交网络时代话语表达的特点与逻辑[J]. 新闻与写作, 2017(7): 41-43.
- [15] 董文畅. 群体传播时代的情感传播研究: 范式与路径[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(7): 45-53.
- [16] 谢世琦, 赵登文, 李佳楠. 情感传播视域下党媒视频内容生产研究——以抖音号“长城新媒体”为例[J]. 传播与版权, 2022(8): 7-9+13.
- [17] 殷乐, 杨默涵. 数字媒介生态下的情感传播: 生成机制、关系性逻辑与行为实践[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版), 2024, 22(6): 27-34.
- [18] 李婷婷. 社会共识视角下主题报道短视频的情感传播研究[J]. 传媒, 2025(1): 50-52.
- [19] 闫心池, 蒋津津. 公益广告《奶奶的日历》: 叙事传输策略与情感传播效应[J]. 视听界, 2025(4): 102-105.
- [20] 冯明香. 情感传播视域下的青年网络怀旧文化研究[J]. 今古文创, 2025(8): 117-119+136.
- [21] 陈婧姝, 姒晓霞. 情感传播视域下非遗在微短剧中的传播策略探析[J]. 新闻研究导刊, 2025, 16(9): 25-28.
- [22] 曾一果, 凡婷婷. 数字时代的媒介记忆: 视听装置系统与新记忆之场[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(1): 93-101.
- [23] 张雨轩, 韩传喜. 媒介融合时代网络文学的编码与解码[J]. 当代作家评论, 2021(1): 39-43.
- [24] 王曙光. 全媒体时代英雄精神传播: 价值·困境·践履[J]. 中学政治教学参考, 2021(12): 12.
- [25] 周钰, 班宁秋, 金班逸. 数媒时代红色英雄文化“碎片化”传播研究[J]. 今传媒, 2025, 33(6): 78-81.
- [26] 梁越. 我们塑造了工具 工具又塑造了我们[J]. 编辑之友, 2010(11): 57-58.