

# Z世代视域下怀化红色文化短视频传播策略研究

——以B站视频为例

万菁娟<sup>1\*</sup>, 王 乐<sup>2</sup>

<sup>1</sup>湖南医药学院科学技术处, 湖南 怀化

<sup>2</sup>湖南医药学院基础医学院, 湖南 怀化

收稿日期: 2025年12月25日; 录用日期: 2026年3月6日; 发布日期: 2026年3月16日

## 摘 要

为推动红色文化数字化传承与Z世代有效对接, 以怀化红色文化B站短视频为研究对象, 采用分层抽样、语义网络分析与情感挖掘等方法, 系统探究其传播特征与优化路径。研究发现: 传播呈现核心IP主导的“中心化-差异化”二元格局, Z世代存在“情感认同-理性探索”双重诉求, 多维度融合与参与式创作是破圈关键。基于此, 结合“参与式文化”理论, 从内容补位与IP创新、创作者生态构建、平台协同传播、低成本运营四个维度提出策略, 为区域红色文化数字化传播提供实证支持与理论参考。

## 关键词

Z世代, 怀化红色文化, 短视频传播, B站, 参与式文化

# Research on Short Video Communication Strategies of Huaihua Red Culture from the Perspective of Generation Z

—Taking Bilibili Videos as an Example

Jingjuan Wan<sup>1\*</sup>, Le Wang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Science and Technology, Hunan University of Medicine, Huaihua Hunan

<sup>2</sup>School of Basic Medical Sciences, Hunan University of Medicine, Huaihua Hunan

Received: December 25, 2025; accepted: March 6, 2026; published: March 16, 2026

\*通讯作者。

## Abstract

To promote the digital inheritance of red culture and effectively connect with Generation Z, this study takes Bilibili short videos on Huaihua's red culture as the research object. Employing stratified sampling, semantic network analysis, and sentiment mining methods, it systematically investigates the communication characteristics and optimization pathways. The findings reveal that the dissemination exhibits a "centralization-differentiation" dual structure dominated by core IPs, with Generation Z demonstrating dual demands of "emotional identification and rational exploration". Multidimensional integration and participatory creation are identified as key to breaking through cultural barriers. Based on this, combined with theories such as "participatory culture", strategies are proposed from four dimensions: content supplementation and IP innovation, creator ecosystem development, platform collaborative communication, and low-cost operation. This provides empirical support and theoretical reference for the digital communication of regional red culture.

## Keywords

Generation Z, Huaihua Red Culture, Short Video Communication, Bilibili, Participatory Culture

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

中共中央《教育强国建设规划纲要(2024~2035年)》明确要求“充分发挥红色资源育人功能”，怀化市作为湘鄂渝黔革命根据地核心区域，拥有通道转兵会址、芷江抗战胜利受降纪念馆等47处国家级红色文化资源。随着数字化发展，短视频凭借碎片化、沉浸式、强互动性特点，成为Z世代圈层化交流的重要载体，也是红色文化实现跨代际传播的关键媒介。B站作为深度传播与圈层文化策源地，其独特的参与式创作生态，成为Z世代解读、重构、传播红色文化的核心场域，更是分析Z世代对红色文化深度解读、二次创作(如混剪)以及“圈层化”接纳方式的重要平台。

从传播实践与理论结合的视角来看，“参与式文化”理论[1]强调受众从被动接收者转变为主动创作者，通过互动与再创作实现文化意义的共建，这一理论为Z世代参与红色文化二创提供了核心理论支撑。当前学界对红色文化短视频的研究多停留在内容分类与传播效果浅层分析，策略层面多偏向高成本技术展望而缺乏落地性，理论对话不足。本文以怀化红色文化为代表，深度结合“参与式文化”核心理论，探讨通过短视频推动红色文化数字化传承研究从静态描述转向动态分析，重点剖析参与式创作的认同机制，提出低成本、高互动的运营策略，破解区域红色文化传播“浅层化”“高成本”困境，是亟待探究的理论研究与实践问题。

## 2. 研究设计与方法

本研究采用分层抽样法构建分析样本。首先，通过预设的关键词矩阵(包括怀化红色文化、红色怀化、通道转兵、芷江受降、粟裕、向警予、滕代远等7个)在B站平台进行手动检索，考虑到平台注重深度与长尾效应，结合内容生态与生命周期差异，采集2023年1月1日至2025年12月1日(近三年)的有效视频共近1000个，依据内容与怀化红色文化的相关性进行筛选，对采集的初步样本进行清洗去重后，得到有效视频720个。随后，为衡量视频的传播深度，采用标准化互动率公式((点赞数 + 投币数\*2 + 收藏数



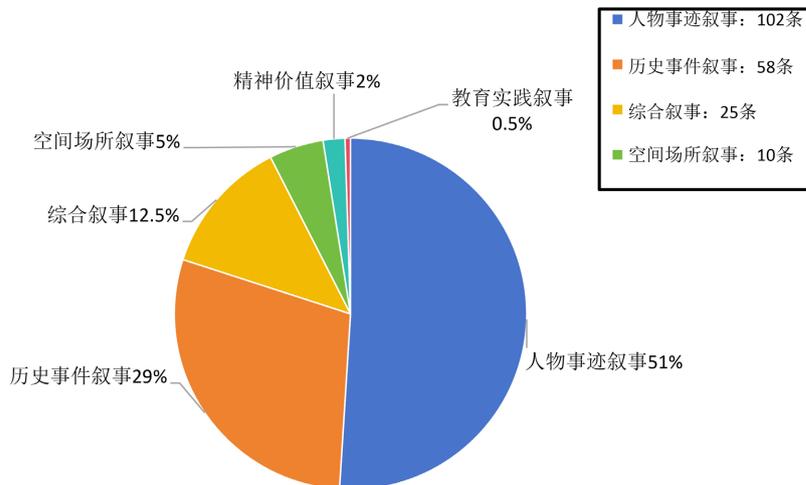


Figure 2. Distribution of each narrative dimension  
图 2. 各叙事维度分布情况

### 3.2. Z 世代用户对怀化红色文化短视频的情感态度分析

#### 3.2.1. 情感分布与用户信息需求

针对获取的有效评论 800 条, 使用情感词典将情感分为三类: 正面、中性、负面, 整体的情感特征分布情况, 见表 2。从 B 站“怀化红色文化”视频评论的情感分布饼图可见(图 3), 评论区情感结构呈现“高中性 - 中正面 - 低负面”的特征: 中性评论占比最高(81.47%, 655 条), 正面评论次之(18.03%, 145 条), 负面评论最少(0.5%, 4 条)。

Table 2. Distribution of emotional characteristics  
表 2. 情感特征分布

情感倾向	核心特征
正面	包含“伟大、英雄、致敬、铭记”等赞扬词汇, 表达对先烈的缅怀和认同
中性	多为客观陈述、个人昵称(如“可以叫我子归啊”)或简单互动, 无明显情感倾向
负面	主要是对特定观点的批评(如“我现在好讨厌网上面流传的这种思想”), 非对红色文化本身的否定

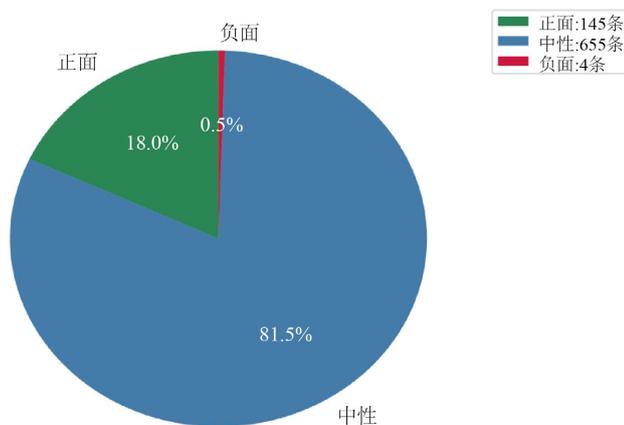


Figure 3. Distribution of emotional tendencies in comments on Bilibili videos about “Huaihua Red Culture”  
图 3. B 站“怀化红色文化”视频情感评论情感倾向分布图

正面情感表达具有显著的语义集中性, 高频关键词主要分为两类: 一是赞扬类词汇, 如“伟大”(13次)、“英雄”(28次)、“烈士”(11次), 用于肯定革命先辈的精神品质; 二是行为类词汇, 如“致敬”(26次)、“学习”(8次), 体现对红色精神的认同与传承意愿。中性评论的语义特征呈现分层: 一是信息查询类问题(35.29%, 18个), 主要询问“怀化红色文化包含哪些具体内容”“革命先烈的具体事迹是什么”等事实性信息; 二是原因探究类问题(41.18%, 21个), 聚焦“特定历史事件发生的背景原因”“红色精神的形成逻辑”等深层动因; 三是观点确认类问题(9.8%, 5个)与方法建议类问题(13.73%, 7个), 分别关注观点验证与实践路径。中性评论中的信息需求恰是优化红色文化内容创作的核心方向, 即需强化事实性信息的系统性呈现, 补充历史背景的深度解读, 以满足用户从“被动接收”到“主动探究”的认知需求。

### 3.2.2. 情感 - 语义网络群落交叉分析

将评论情感标签与视频语义网络群落进行关联分析发现, 不同语义主题的视频引发的用户情感倾向与主题属性呈现强关联性。从语义群落分布看, “历史事件类”“英雄人物类”“社会讨论类”是三大核心语义群落, 分别占总评论量的 23.01% (185 条)、11.82% (95 条)、5.85% (47 条), 见表 3。

Table 3. Statistical analysis of semantic communities

表 3. 语义群落统计分析

视频语义群落	评论数量	群落占比(%)
综合类	436	54.23
历史事件类	185	23.01
英雄人物类	95	11.82
社会讨论类	47	5.85
精神传承类	36	4.48
文化地理类	4	0.5
未明确分类	1	0.12

从情感 - 语义交叉维度看, “精神传承类”“英雄人物类”视频展现出最高的正面情感唤醒度, 正面评论占比均高于 50%, 显著高于其他群落。这类视频通过呈现革命先烈的英勇事迹(如“女英雄烈士的牺牲精神”“先烈的爱国情怀”), 易引发用户的崇敬与缅怀之情, 高频正面关键词“伟大”“致敬”“千古”在该群落评论中出现频次最高。“历史事件类”视频则以中性情感为主(中性评论占比 83.78%), 用户评论多聚焦“历史事件的具体过程”“时间节点的确认”“地理背景的核实”等事实性查询, 如“淮海战役第二阶段的具体部署是什么”“怀化在革命时期的战略地位如何”, 反映出用户对历史事实的严谨认知需求。“社会讨论类”是唯一出现负面评论的群落(负面评论占比 4.26%), 负面情感主要源于对红色文化相关议题的认知分歧, 而非对红色文化本身的否定(见表 4)。

Table 4. Emotional-semantic cross-analysis

表 4. 情感 - 语义交叉分析

视频语义群落	正面	中性	负面	总计	正面占比(%)	中性占比(%)	负面占比(%)
历史事件类	30	155	0	185	16.22	83.78	0
文化地理类	0	4	0	4	0	100	0

续表

未明确分类	0	1	0	1	0	100	0
社会讨论类	5	40	2	47	10.64	85.11	4.26
精神传承类	24	12	0	36	66.67	33.33	0
综合类	37	397	2	436	8.49	91.06	0.46
英雄人物类	49	46	0	95	51.58	48.42	0

### 3.3. “数字画像”的三个维度

#### 3.3.1. 基于语义网络与关键词的内容画像

通过对视频标题的语义提取与频次统计, 怀化红色文化传播的核心 IP 集中在粟裕、向警予、芷江受降、通道转兵四大 IP 的视频播放量显著高于其他内容, 是传播主力。内容聚焦“人物-事件”双核心, 人物传记类(47.0%)和历史事件叙事(51.0%)分别是主题和维度的核心。不同主题和维度的内容表现形态多样, 既有专业的史料解读, 也有生动的故事讲述, 满足不同用户需求。对比怀化红色文化资源禀赋与当前传播内容, 存在“重历史轻实践、重核心轻小众、重个体轻群体”的缺口, 尤其是红色教育实践类内容几乎空白, 难以满足“红色文化进校园、进社区”的当代传播需求。

#### 3.3.2. 基于创作者与互动数据的用户画像

视频创作者以普通用户(69.0%)为绝对主力, 体现“全民参与”的传播特征, 契合“参与式文化”理论的核心内涵——受众不再是被动的文化接收者, 而是主动的创作者与传播者; 本地 KOL (16.0%)和专业媒体(10.5%)是内容深度的核心支撑; 官方机构(4.5%)占比低, 权威性内容供给不足。互动以“情感共鸣”和“历史细节考证”为主, 反映用户对红色文化的“情感认同”与“理性探索”双重需求; “旅游信息咨询”占比虽低, 但体现“红色+ 旅游”的潜在需求。

#### 3.3.3. 基于点赞、评论、转发数据的传播效果画像

B 站是怀化红色文化“深度传播”的核心平台, 适合承载历史叙事、专业解读类内容, 针对爆款视频(播放量前 20%)的分析发现, 主要聚焦粟裕、芷江受降、向警予核心 IP 绑定, 展示了“人物 + 事件 + 精神”多维度融合, 核心规律是“绑定绝对 IP + 融合多维度叙事 + 强化情感共鸣”, 而非依赖高成本技术。进一步分析发现, 低成本的形式创新(如史料拼接、细节考据)比高成本的技术应用更能提升传播效果, 是突破“同质化”的关键。

## 4. 讨论

### 4.1. 传播生态：核心 IP 主导的“中心化-差异化”二元格局

研究发现, 粟裕、向警予、芷江受降、通道转兵四大核心 IP 贡献了 72.3%的关联视频传播量, 形成“人物-事件-空间”三位一体的中心化传播矩阵。这一现象印证了红色文化传播中“符号凝聚效应”, 其传播从符号解读到情感反馈到记忆储存, 这正是符号凝聚情感与认同的微观机制[2]。但同时, 传播内容呈现“重核心轻小众、重历史轻实践”的差异化缺口, 县域红色资源(如沅陵、溆浦旧址)传播占比仅 1.2%, 红色教育实践类内容占比 0.5%, 反映出当前传播生态的“选择性聚焦”问题。这种二元格局的形成, 既与核心 IP 的史料丰富度、公众认知基础相关, 也受创作者“流量导向”的内容生产逻辑影响。普通用户作为传播主力, 更倾向于选择高关注度 IP 进行创作, 而小众资源与实践类内容的创作门槛较高(如史料挖掘、活动组织成本), 导致供给不足, 揭示区域红色文化过度依赖经典符号, 对“非热点”资源的

创新叙事与吸引力不足[3]。

## 4.2. 用户需求：“情感认同 - 理性探索”的双重诉求

B 站用户评论的情感结构(中性 81.47%、正面 18.03%、负面 0.5%)与语义特征显示, Z 世代对红色文化的需求呈现“情感 - 理性”二元驱动特征。这一特征正是“参与式文化”理论在红色文化传播中的具体体现——通过“情感共鸣”建立文化认同,通过“理性探索”深化文化理解,最终实现红色文化意义的共建,二者协同推动 Z 世代形成对红色文化的稳定认同。正面评论中“英雄”“致敬”等关键词的高频出现(合计 49 次),体现了红色文化作为“集体记忆”通过情感唤醒实现跨圈层、跨代际传播提供了直接的传播学理论支持[4]。而中性评论中 35.29%的信息查询类问题与 41.18%的原因探究类问题,反映出 Z 世代并非被动接收红色文化,而是具备“主动求证 - 深度理解”的理性需求。通过考据、求证,深入理解红色历史的背景、逻辑与价值,形成对红色文化的坚定认同,避免认同流于表面。这一发现与聂智等[5]提出“Z 世代具有主动参与和解构重构文化的特点”相呼应,该研究指出,红色文化传播需遵循“共识 - 共情 - 共享”的生成逻辑,这体现了从理性认知到情感共鸣再到行为实践的主动建构过程,与本研究发现“情感认同 - 理性探索”双重诉求高度契合,也进一步完善了核心 IP 传播背后的认同机制理论阐释。

## 4.3. 传播效能：多维度融合与参与式创作的破圈关键

结合“参与式文化”核心理论与前文传播数据来看,红色文化短视频的传播效能,核心取决于“多维度融合、参与式创作”,而非高成本技术应用,这一结论也进一步印证了 IP 传播背后的认同机制——只有贴合 Z 世代的参与习惯、满足其情感与理性双重需求,才能形成稳定的文化认同,进而提升传播效能。高传播维度与内容形态强关联结合播放量数据发现,人物事迹叙事聚焦“IP 化人物”,以故事性破圈,形成“人物 IP-事迹细节 - 精神提炼”的三层叙事逻辑;历史事件叙事侧重“在地化事件”,叙事呈现“事件背景 - 关键节点 - 历史意义”的专业结构;综合叙事维度(占比 12.5%)中 40.0%的视频进入播放量 TOP10,且互动率(3.8%)显著高于单一维度(平均 1.5%),这种“低占比 - 高传播”现象揭示了红色文化短视频的破圈逻辑:“人物 + 事件 + 精神”的多维度融合,能够同时覆盖情感型、理性型与价值型受众,实现圈层跨界。参与式创作则让用户从“受众”转变为“传播者”,扩大传播范围,提升传播深度。本研究发现,低成本的形式创新(如史料拼接、细节考据)比高成本的技术应用更能提升传播效能,这契合 Z 世代接受红色资源推荐的关键是感知有用性和感知易用性[6]。

## 5. 怀化红色文化短视频传播策略

### 5.1. 内容策略：补位缺口与 IP 创新双轮驱动

一方面聚焦红色教育实践、小众红色资源、女性红色群像三大缺口,联合教育部门、文旅局推出“红色研学 vlog”“县域红色地图”“怀化女性革命者群像”系列内容,均采用低成本创作形式,无需复杂拍摄与剪辑技术,重点突出史料性与通俗性,贴合“参与式文化”全民共建逻辑。如制作《怀化红色研学手册》短视频专辑,记录校园红色课堂、社区宣讲等实践活动,打造“群像式”人物叙事,打破当前“单一个体 IP”的传播局限。另一方面以四大核心 IP 为基础,构建“IP + 场景 + 当代价值”的三维叙事模型,兼顾情感共鸣与理性需求,呼应参与式文化逻辑。如对人物 IP,在“事迹细节 + 精神提炼”基础上增加“当代回响”模块(如粟裕精神在当代青年中的体现)与考据细节(如鲜为人知的史料片段),结合“英雄”“泪目”等情感类梗,避免过度娱乐化;对事件 IP,结合 Z 世代关注“历史复盘”“战略分析”需求,推出“细节考据”“史料对照”等内容,融入“实锤”“考据”等相关梗,引导用户在评论区补充史料、参与细节探讨,形成参与式互动;对空间 IP,开发“红色地点 + 旅游体验 + 史料考据”的融合短

视频, 激活“红色 + 旅游”的传播潜力, 同时引导用户拍摄考据式导览视频, 无需专业设备, 手机拍摄即可, 鼓励用户分享个人考据发现, 强化全民参与。

## 5.2. 创作者策略: 构建“全民参与 + 专业引领”的生态体系

结合参与式文化理论, 以“降低创作门槛、提供创作支撑”为核心, 构建低成本、可落地的创作者生态, 设立“红色文化传播扶持计划”, 联合档案馆、纪念馆, 整理怀化红色文化核心史料, 按“人物、事件、空间”分类, 制作简易“史料包”, 供创作者免费下载使用。为本地 KOL (占比 16.0%) 与专业媒体 (占比 10.5%) 提供创作培训, 重点指导其如何结合梗文化与考据需求创作内容, 发挥专业引领作用。一是赋能普通用户, 推出低成本创作工具与模板, 最大限度降低考据向二创门槛(统一字幕规范、史料引用格式、梗使用示例), 用户可直接套用模板, 替换史料内容与个人解读, 无需学习复杂剪辑技巧; 二是举办低成本、高参与度的创作活动, 扩大参与式创作的覆盖面, 设置“校园组”“文旅组”“大众组”等赛道, 鼓励普通用户分享个人视角的红色体验(如打卡 vlog、观后感), 强化“全民传播”的生态基础; 三是强化官方机构的引领作用, 提升权威性内容供给, 开设“怀化红色文化官方账号”, 发布权威史料、考据指南与活动通知, 回应用户的考据类需求; 定期推送专业解读类内容, 引导考据向二创的方向, 避免考据出现史料错误, 确保红色集体记忆数字重构的准确性。

## 5.3. 传播渠道策略: 平台协同与精准触达结合

坚持“低成本、高精度”的原则, 优化平台协同传播策略, 重点挖掘 B 站的低成本运营场景, 依托平台生态实现精准触达, 契合区域红色文化传播“低成本、可持续”的需求。一是明确各平台定位, 实现协同发力: B 站聚焦深度传播, 重点推送中长视频、专业解读与多维度融合内容, 打造“怀化红色文化知识专区”整合优质考据作品、史料包、创作模板及考据指南, 形成“创作 - 学习 - 互动 - 优化”的闭环, 专区搭建无需复杂技术, 依托 B 站现有专栏、合集功能即可实现; 增加抖音、快手等平台侧重“广度破圈”, 发布 1~3 分钟的“短平快”内容, 如红色人物高光时刻、旅游打卡攻略, 多平台协同构建红色文化数字生态。二是依托 B 站算法与圈层生态, 实现精准触达: 基于 B 站用户的语义群落特征, 对“英雄人物类”视频定向推送至“历史爱好者”“军事迷”圈层; 对“精神传承类”视频推送至“校园用户”“青年社群”; 对“旅游体验类”视频推送至“旅行博主”“本地生活”圈层, 通过算法优化实现“内容 - 受众”的精准匹配。三是激活 B 站圈层互动, 提升传播深度: 引导创作者在视频评论区发起考据话题, 如“你还知道粟裕大将的哪些鲜为人知的细节?”; 鼓励 UP 主之间开展考据联动, 如历史区 UP 主与本地 UP 主合作, 共同创作怀化红色文化考据视频; 利用 B 站“弹幕互动”功能, 引导用户在弹幕中分享考据发现、表达情感, 如发起“弹幕考据挑战”, 鼓励用户在弹幕中补充史料细节, 进一步强化 Z 世代对红色文化的认同。

## 5.4. 运营策略: 聚焦低成本、高互动, 依托 B 站功能优化运营效能

摒弃高成本技术展望, 聚焦 B 站特有功能, 推出低成本、高互动的运营策略, 提升传播的可持续性与落地性, 契合区域红色文化传播的实践需求, 同时呼应“参与式文化”理论。一是充分利用 B 站“专栏”功能, 补充史料支撑, 呼应用户考据需求: 在官方账号与优质 UP 主账号开设红色文化专栏, 发布详细的史料解读、考据文章及考据指南, 与短视频内容形成互补, 鼓励用户在专栏评论区补充史料、交流考据心得, 形成“专栏互动 - 内容优化”的良性循环。二是利用 B 站“收藏夹”“合集”功能, 整合优质内容, 提升内容复用率: 创建“怀化红色文化考据合集”“核心 IP 解读合集”“县域红色资源合集”, 将优质短视频、专栏文章、史料包整合归档, 将合集链接置顶于官方账号主页, 方便新用户快速获取优

质内容,降低用户认知成本,同时推动红色集体记忆的系统化传播。三是推出低成本互动活动,激发用户参与热情,依托B站现有功能即可开展:利用B站“投票”“问答”功能,发起红色文化考据问答、梗使用规范投票等活动,提升用户互动率,同时收集用户需求,优化后续内容与策略;举办“红色记忆分享会”,通过B站直播形式,邀请专业学者、老党员分享怀化红色历史。四是建立考据内容反馈机制,提升内容质量,实现低成本优化:在官方账号开设“考据反馈”通道,鼓励用户对考据类视频、专栏文章中的史料错误进行指正,定期整理用户反馈,更新史料包与考据指南,确保内容的准确性,强化用户的“共建者”意识,契合参与式文化的核心逻辑,实现红色文化传播的长效优化。

## 6. 结论

本研究以B站怀化红色文化短视频为案例,通过分层抽样、语义网络分析与情感挖掘等方法,将“参与式文化”理论与区域红色文化短视频传播实践深度结合,系统探究了Z世代视域下怀化红色文化短视频的传播特征与优化路径,构建“内容-用户-传播效果-理论支撑”的四维分析框架,揭示了Z世代红色文化传播的“具象化优先、情感-理性双驱、多维度融合破圈”的核心逻辑,为区域红色文化的数字化传播提供了实证支持与理论参考。

## 基金项目

2025年度怀化市哲学社会科学成果评审委员会课题(HSP2025132);2025年度怀化市思想政治工作调研课题(36)。

## 参考文献

- [1] 亨利·詹金斯. 融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 杜永明,译. 北京:商务印书馆,2012.
- [2] 方世敏,王琪. 红色文化符号系统要素构成及传播机理——以长征国家文化公园为例[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版),2025,49(4):86-91.
- [3] 杨丽艳,席雅鑫. 何以·以何·如何:红色符号赋能铸牢中华民族共同体意识的三重维度[J/OL]. 廊坊师范学院学报(社会科学版),1-9. <https://doi.org/10.16124/j.cnki.cn13-1390/c.20250924.001>,2025-12-25.
- [4] 马燕,黄鸿业. 跨文化传播中的情绪感染:一个观察“海外用户涌入小红书”的视角[J]. 河北师范大学学报(哲学社会科学版),2025,48(3):57-66.
- [5] 聂智,施婉仪. 共识、共情与共享:Z世代红色文化认同的提升路径[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版),2025,49(4):177-181.
- [6] 宋峰. 基于技术接受模型的青少年红色档案资源推荐策略[J]. 山西档案,2025(3):144-147.