

模因视角下三国文化在抖音平台的传播研究

元 鹏

武汉纺织大学传媒学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年5月12日; 录用日期: 2025年6月12日; 发布日期: 2025年6月20日

摘 要

三国文化作为中华文明的重要文化遗产,其在短视频平台的传播研究对提升我国文化自信有着重要意义。本文研究基于模因理论框架,从抖音平台出发,对短视频中三国文化的传播特征、机制及其带来的社会效应作出详细研究。短视频平台为传统文化的传播提供了新的渠道,但受众在享受短视频平台带来传播便利的同时也需注意其带来的文化内涵浅表化等负面影响。

关键词

模因论, 三国文化, 传播

Research on the Dissemination of the Culture of the Three Kingdoms on the TikTok Platform from the Perspective of Memetics

Peng Qi

School of Media, Wuhan Textile University, Hubei Wuhan

Received: May 12th, 2025; accepted: Jun. 12th, 2025; published: Jun. 20th, 2025

Abstract

As an important cultural heritage of Chinese civilization, the research on the dissemination of the culture of the Three Kingdoms on short video platforms is of great significance for enhancing China's cultural confidence. Based on the theoretical framework of memetics, this paper, starting from the TikTok platform, conducts a detailed study on the communication characteristics, mechanisms, and the social effects brought by the dissemination of the culture of the Three Kingdoms in

short videos. Short video platforms provide a new channel for the dissemination of traditional culture. However, while the audience enjoys the convenience of dissemination brought by short video platforms, they also need to pay attention to the negative impacts such as the superficialization of cultural connotations.

Keywords

Memetics, Culture of the Three Kingdoms, Dissemination

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

在新媒体技术不断发展的今天，三国历史以其波澜壮阔的叙事与栩栩如生的人物形象在新媒体平台展现出强大的感染力。特别是在抖音这一新兴的媒体平台中表现尤为引人注目。《2024 中国短视频内容生态白皮书》显示，历史题材内容在抖音平台受众中的覆盖率较去年增加了四分之一，三国主题内容已累计超过 500 亿次观看，其传播之广泛已彻底超越了传统文化的传播界限。

在新媒体时代，三国文化的研究与应用正面临转型挑战。抖音平台以其独特的传播方式，融合专业历史科普和大众趣味创作，已形成新的内容展现形式。观察发现，时长不超过半分钟的三国题材视频在平台上受欢迎程度较高，像湖北襄阳和河南许昌等历史文化名城，其官方账号的宣传有效提升了与三国相关的文旅内容产量[1]。AI 技术制作的短视频数量日益增加，在其占据市场的同时，却也引发了观众对内容真实性的疑虑。此外，一些博主为博眼球而刻意拟定夸大其词的标题，如“揭秘诸葛亮鲜为人知的十大阴暗面”，不仅偏离了历史传承的本意，更使我们意识到在新媒体传播中守护历史真实性的紧迫性。

本研究将采用模因理论分析框架，对抖音平台的数据及用户行为调研结果进行整合分析，以进一步揭示三国文化在短视频时代的传播特征、机制及其对受众的影响。据此，我们不仅能丰富传统文化数字化转型的理论内涵，也能为平台优化算法推荐机制、文化机构制定精准传播方案提供理论支撑，对促进传统文化在数字媒介环境下的创新性发展具有重要的实践价值。

2. 三国文化模因在抖音平台的传播特征

文化特征在人与人之间的传播类似于基因或病毒的传播。人们可以通过生物进化机制中的繁殖、传播、变异和自然选择来理解文化的进化。道金斯基于复制因子的概念提出了“模因”一词，他认为模因是一种“新”复制因子——文化复制因子，即文化的一个元素，如一种传统、信仰、思想、旋律或时尚，可以保存在记忆中并传播或者复制到另一个人的记忆中。模因可以在任何两个个体之间进行传播，传播速度比基因更快，时间为分钟级[2]。模因论的核心思想是不同模因对于所处传播的社会文化环境的适应程度不同，模因的适应性越强代表传播性越强，它能够在大规模的人群中传播并“感染”更多的个体。

网络模因被视为一组在内容、形式或立场上具有共同特征的数字项目，而不是一个单一的单元；这些项目是在相互了解的情况下创建的，并被许多用户通过互联网传播、模仿或转换。网络模因强调通过互联网传播，“任何出现在互联网上并被无数传播参与者模仿、重混合迅速扩散而产生无数衍生物的人工信息”，都属于网络模因，如短视频、话题标签、表情包和“梗”等。

在抖音平台上，三国文化模因的传播呈现出鲜明的特征。

2.1. 传播风格娱乐化

(1) 角色扮演与搞笑演绎。当下的短视频平台,用户更倾向于通过角色扮演的方式对三国时期的诸多历史人物(如曹操、袁绍、诸葛亮、刘备)进行现代化的、契合当代文化语境的诠释。创作者大多运用夸张的面部表情、幽默且适合当代生活节奏的台词设计以及戏剧化的肢体语言,对我们耳熟能详的经典三国故事进行创新性的改编演绎,这样使得原本严肃的历史故事变得轻松愉悦,更能简单地被大部分人所接受。以“诸葛亮舌战群儒”这一历史场景为例,当下爆火出圈的演绎方式为具有现代语境的“诸葛亮吐槽大会”,创作者将网络流行语与各种“梗”融入其中,为受众提供新颖的文化视角,既摆脱了历史故事传统的枯燥乏味,又能够使受众从主观的兴趣爱好方面更好地了解历史[3]。

(2) 音乐与特效的融合。在抖音平台上,三国类题材音乐资源呈现出显著的多样性特征。如《三国杀》主题曲、《英雄的黎明》《最后一页》等经典的配乐在各类内容创作者的视频中被频繁使用。创作者将音乐与人物故事绑定,有效地构建出特定人物或事件的历史情境与感情基调。抖音平台提供的“变脸”“时空穿越”等特效工具,为内容创作者提供了很好的技术支撑,使得作品的观赏性与趣味性赢得受众喜爱。更有部分创作者将三国典故与现代流行音乐进行跨时空的融合,形成了“一人一曲BGM”的经典范式[4]。例如,以诸葛亮的“命丧五丈原”这一历史典故为素材,创作者将《最后一页》的伤感元素与诸葛丞相的北伐失利、命丧五丈原的悲剧命运巧妙地结合在一起,使受众在观看这一视频时在伤感音乐的加持下,更能深深地共情诸葛丞相的遭遇。这种创新实践在视听语言的现代化处理方面明显地降低了历史题材的认知门槛,同时在保持文化内核的前提下,更好地满足了当代受众的审美偏好。

(3) 剧情改编与反转。三国历史题材类的短视频在当下的创作环境中主要呈现现代性重构特征。研究发现,创作者更多的创作是将古典叙事与现代的生活场景并置,具有强烈反差效果及戏剧性表达。如将“关羽卖枣”的历史典故重构为现代的网络直播带货,把“三英战吕布”的经典历史战役重构为现代街头篮球竞技,虽然其表达方式有些博人眼球,但却因其创新的表达方式得到公众的广泛关注[5]。从传播学的角度来看,此类内容主要是通过夸张的视觉符号表达来达到其想要的传播效果。具体表现为人物特征(关羽的美髯)、服装元素(诸葛亮的羽扇纶巾)以及典型道具(关羽的青龙偃月刀)等文化符号的放大,因其高辨识度的特色从而形成视觉模因。符号化的处理在保留了文化原型的基本特征外,又通过现代化的视觉冲击有效地提升了视频的内容传播效率。

2.2. 传播内容碎片化

(1) 信息提炼。抖音平台的三国文化传播有着明显的简化与符号化的特征。创作者大多会将历史中的人物或者事件进行深度提炼,着墨具有识别度的核心元素,例如诸葛亮“羽扇纶巾”的智者形象,张飞“莽张飞”的粗莽形象,正因这种精炼的符号化使得其能够高效传播。这种处理方式不仅能够有效契合当下短视频的传播规律,吸引受众的注意力,更能在平台算法机制的助力下进行进一步强化。正因平台的算法更倾向于推荐特征鲜明、标签明确的内容,导致越来越多的创作者不可避免地忽视掉原来的历史背景、人物的复杂性等更深层次的内涵,使得历史人物的多面性削弱与历史文化语境不断淡化。

(2) 模因杂交。抖音短视频平台上三国文化的传播更倾向于聚焦文化融合的主题。创作者大多会选取特定主题的历史人物进行深度挖掘,以视频为载体,对其人物所代表的深层次内容展开讨论或者进行艺术演绎,这种处理方式能够有效地解决宏大历史叙述难以阐述的难题,从单方面出发进行深度探索。三国元素与当代流行文化的互文现象是传播过程中对传统文化创新传承的重要表现方式,如关羽形象与职场文化的融合,“职场生存指南”等新型内容产品的出现。虽然其被赋予了传统元素新的时代内涵,但脱离了原有的历史语境,呈现出来的内容有明显的强硬拼贴的特征,在此类创新转化传播的同时,也引发了人们对于历史真实性与文化本真性的学术探讨[6]。

2.3. 传播方式多元化

(1) 经典剧集与二次创作。《三国演义》《新三国》《大军师司马懿之军师联盟》等经典影视作品为三国文化的传播提供了创作素材。抖音短视频平台的创作者不仅复刻热门的三国题材短视频,更通过个性化改编与独特演绎实现创新突破。以双语版《出师表》为例,创作者通过加入背景音乐与采用不同语调对《出师表》原文进行朗读,在创作过程中穿插影视剧中的经典画面进行闪回,其中富有创意的英文版本朗诵受到广大用户的关注与讨论。创作者们巧妙运用语言特色与多样化表演形式,持续激发观众对三国经典文本的跨文化兴趣。

(2) 评论区的文化对话。在抖音平台的三国题材内容中,评论区用户们自发形成的互动讨论成为文化传播的重要阵地。视频的评论区大多围绕那些具有争议性的话题如“曹操处置吕布的合理性”与“诸葛亮与庞统、法正军事能力对比”等历史议题进行多方面的深度交流,这类基于共同兴趣爱好的讨论俨然已成为互联网时代的微型文化公共领域[7]。不同知识结构用户在评论区互换观点通过透明的集体对话不断重构其他未参与讨论用户对历史人物与事件的认知。与此同时平台的算法对此类用户生成内容会进行更多的推流,那些广泛讨论的争议性话题更能暴露在公众视角下,从而引得用户的参与度不断提升,使得三国文化在评论区的传播得以良性循环。从传播效果上来看,这种互动模式在延长内容的生命周期外,更有利于激发公众对于历史讨论的热情。

(3) 跨媒介叙事。三国文化内容在抖音平台有着明显的跨媒介传播特征。抖音平台用户通过平台的社交功能(点赞、分享等),将三国类视频转发至微信、微博等其他社交平台,从而形成多平台联动的传播网络。以“张飞形象”的传播路径为例,此内容首先在抖音平台获得热度,其核心元素被二次创作作为微博表情包,继而衍生出各类微信表情包与公众号的传播,最终再反哺到抖音平台进行内容互动[8]。这种循环的传播模式不仅打破了单一平台传播的局限,还通过不同的媒介平台的媒介形态转换,有效延长了其作为文化模因的传播周期,使得传统文化元素的现代传播更具价值。这种传播机制不仅能够体现出用户的主动参与性,更能展现各平台之间的流动协同。

3. 三国文化模因在抖音平台的生成与传播机制

三国文化模因在抖音平台的生成,实质上是传统文化符号与数字媒介融合的产物。用户将传统的历史文化符号进行抽离重组,生产出与人们日常生活联系更加密切的文化模因。抖音用户基数庞大,再以其平台优势与技术优势进行传播扩散,使得原本枯燥乏味的历史知识以一种新的形式被用户所接收,文化模因的转码、用户社交互动与平台算法流量激励等组成的传播网络,使三国文化模因在复制、变异与重组中不断衍生出新的意义。与此同时,三国文化模因在抖音平台的成功传播也为其他传统文化的传承提供了可行性道路。

3.1. 三国文化模因的生成

有关三国文化的历史在模因传播初期会经历一个符号化提炼的过程。创作者们首先精准捕捉最具传播价值的人物特征,如诸葛亮被简化为“羽扇纶巾”“神机妙算”“鞠躬尽瘁”的符号组合,关羽则被塑造为“赤面长须”“忠义无双”的标志性形象。除人物之外,重要历史事件也会经过艺术化而进行浓缩,如“三顾茅庐”被提炼为刘备冒雪苦等诸葛亮的动人场景,“空城计”则演变为诸葛亮临危抚琴的经典画面。这种符号化的表达虽然牺牲了历史叙事的完整性,却显著提升了其内容在传播中的辨识度,使受众能够迅速完成对文化符号的认知与解读[9]。

此外,三国文化符号还会被短视频创作者通过时空混搭进行全新演绎。他们常用的创意手法是:将历史名将融入现代场景,如“关羽化身外卖骑手”;用枭雄谋略解读职场法则,如“曹操的绩效考核秘

籍”；或将经典台词改编为网络热梗，如“这波操作简直天秀”的鬼畜循环。这种解构式创作方式打破了古今的文化界限，使其在保留历史韵味的同时，又充满现代趣味，Z世代也能在此类作品中得到更多的共鸣。表情包作为数字时代的社交语言，通过提取1994版《三国》中关羽的丹凤眼、张飞的怒目圆睁、曹操的抚须沉思等标志性表情，脱离原剧情后逐渐成为年轻人网络交流的常用语[10]。这些极具表现力的特写形象搭配夸张的情绪表达，构建起古今相通的情感纽带，使传统的历史IP在新媒体环境下更好地传承与发展。

3.2. 三国文化模因传播机制分析

(1) 以视觉符号为载体的文化要素提炼。抖音短视频平台中用户主要通过语境重构与意义反转两种方式将原有的文化要素提炼后进行再创造。典型的语境重构方式是将三国文化模因重新嵌入到新的场景，赋予其新的含义。例如“三顾茅庐”改编成现代求职故事，三国人物的对话改编为情侣吵架的剧本。这种方式通过时间与空间融合的方式，将历史与现实之间的距离消除。意义反转则是创作者故意颠覆传统评价来制造戏剧冲突。例如，有些创作者将曹操的形象在短视频中塑造为受误解的汉朝丞相，周瑜刻画为被《三国演义》曲解的小气英雄，更有甚者结合正史失街亭的马谡进行重新解读。这种创作使得众多历史爱好者形成褒贬不一的讨论，正是这种具有强烈冲突的讨论，使得此类话题受到平台流量算法的倾斜，进而形成“争议-传播-再争议”的良性循环传播模式。

(2) 以情感共鸣为基础的内容重构。以情感共鸣为基础的评论区知识共建是用户参与三国文化模因创作与传播的重要途径。受众在观看三国类视频时，往往会有自己的看法，他们通常会在视频的评论区展开讨论，以“诸葛亮北伐策略”视频为例，评论区的军事爱好者分析地形图、历史系学生补充史料等进行深度互动，使得原本单一内容的视频衍生出多维度的解读空间，而抖音平台的算法机制也更倾向于推荐此类互动高的内容，从而形成“讨论-曝光-再讨论”的良性循环。此外以情感共鸣为基础的跨媒介协同传播是扩大模因传播广度的重要途径。用户将抖音的三国热点内容移植到其他平台进行二次开发，在B站进行视频的深度解读，或者在微博、微信切片化截取转化为图文段子表情包。这种跨媒介的传播方式使其产生显著的叠加效应，三国话题突破原有的用户圈层，从而形成更广泛的文化影响力。这两种参与方式共同构成了短视频时代传统文化传播的新型范式，既体现了用户的主动创造力，也展现了平台间的协同效应，为历史文化的现代传承提供了可借鉴的路径。

(3) 以算法机制推荐为基础的技术扩散。抖音的推荐算法通过三层筛选机制显著影响三国文化内容的传播路径，即小规模测试、正向反馈和长尾抑制。新发布的三国题材视频首先会面向少部分人的测试群体进行推流投放，系统根据这些人对视频的观看完成度、互动数据等指标决定是否扩大推荐范围。因娱乐性强的三国改编内容更容易在短时间内触发用户的情感共鸣，用户会更喜欢点赞与互动，所以此类内容往往会被系统优先推荐引流。成功突围的视频会进入滚雪球式传播阶段，头部内容可获得其他视频基础流量几十倍甚至百倍的曝光加成，造就了如“诸葛亮怒斥王朗”等鬼畜视频的迅速传播，从而形成平台特有的文化循环现象。与此同时，平台算法对非娱乐化三国内容的流量限制，使得深度历史解读难以获得公平展示机会，客观上导致了用户对三国认知的浅层化倾向。

短视频生态与网络模因的迭代共生，让三国故事在新时代焕发新生。数据显示，超六成Z世代坦言，比起教科书里板着脸的“正统叙事”，他们更爱看诸葛亮在弹幕里玩梗——这种“魔改历史→好奇求证→深挖典故”的逆学习路径，意外改变了历史知识原本枯燥乏味的学习方式。当00后们笑着把“曹操盖饭”鬼畜视频转发到家族群时，藏在手机里的《三国志》电子书阅读量正悄悄攀升。

4. 三国文化模因在抖音平台传播的双重影响

三国文化模因“去历史化”的传播方式，使得传统文化更好地在当下互联网环境中进行传播，年轻

一代尤其是 Z 世代的年轻人对三国文化的认同感显著增强，历史知识摆脱掉传统的枯燥乏味的特性，在新环境下得到更多关注。抖音平台中三国文化视频传播范围广、影响力大，但其也有双重的社会影响，我们应该辩证地看待这种现象。

4.1. 激发传统文化的活力，增进文化认同感

抖音平台的传播机制使得用户能够有效降低各类历史知识的获取难度，使用户更主观且有兴趣地接触到想了解的历史知识。在观看视频的过程中，用户主观探索，因兴趣不断查阅资料，深入了解这段历史，从而形成“兴趣激发-主动探索”的良性学习路径。此类传播机制改变了以往传统文化单向性的传播模式，更能引发受众的深度思考，从而建立“浅层接触-深度认知”的新的文化传播接受机制，为传统文化历史的传播提供更适应当下时代的范式。

新时代的年轻人通过短视频平台建立与外界的各类情感连接。在 Z 世代的用户中，有近七成的人认为抖音平台上的三国内容让原先古老陈旧的历史焕发出新的时尚魅力，部分人表示这更激发了他们作为中国人的文化自信。传统价值观被赋予新时代的解读——“桃园结义”的兄弟情谊更被年轻人视为交友准则；赵云形象的重新诠释更加适配当下的英雄模板；三国元素中的汉服文化、角色扮演已蔚然成风；历史典故被解读并赋予新的内涵，像“厚颜无耻”“开挂”等形容三国人物的词语，成为人们日常生活中的口头禅。文化互动不再是单方面的信息接收，更是互动参与、创新表达的新时代趋势。

4.2. 易引发历史失真和文化浅层化问题

碎片化的短视频传播使得三国文化在传播过程中可能会丢失掉其深度。复杂的历史被简化为单一的线性叙事，丰富的人物形象被标签化、符号化，如曹操被视为奸雄，刘备被视为仁义。通过抖音了解三国文化的用户中，只有三成的人能够准确阐述“赤壁之战”的历史意义，用户的认知趋于表层化。更严重的是一些核心价值观诸如“忠义”“仁政”等原来蕴含哲学的思考的历史，在娱乐化的改变中逐渐丢失，当“千里走单骑”被改编为关羽的时尚大片，“舌战群儒”被改编为说唱对战时，历史的文化底蕴将会大打折扣^[1]。

流量驱动的推荐系统正在制造历史认知的“平行宇宙”。为博取眼球，某些内容生产者热衷于炮制“历史爽文”：把《三国演义》的桥段包装成“正史揭秘”(比如虚构的“草船借箭”被冠以“史料新证”)，用当代价值观审判古人(诸如指责赵云“职场站队错误”)，甚至杜撰“关羽夜会貂蝉”之类的香艳野史。这些经过算法加持的“历史快餐”，构筑起封闭的信息回音壁，让年轻网民接触到的三国故事越来越像“奇幻演义”。一线教师发现，不少中学生坚信周瑜真的会“魔法火攻”，这种将影视特效当作史实现象，折射出算法时代的历史教育困境。

5. 结语

本文基于模因论，针对三国文化在短视频平台的传播特征、机制及其社会影响展开研究，为新时代传统文化的传播提供理论支撑。三国文化模因在抖音平台通过三大核心机制进行传播，分别是以视觉符号为载体的文化要素提炼、以情感共鸣为基础的内容重构与以算法机制推荐为基础的技术扩散。这种传播机制在提升传统文化传播活力的同时，也不可避免地带来了历史失真与文化浅层化的问题。因此，无论是平台、创作者还是受众群体，都应更好地秉持传承传统文化的初心，将古人千百年来的智慧不断继承和创新，在新的时代中让其充实我们的内心，成为我们内心深处最坚实的文化自信。

参考文献

- [1] 陈曦, 郭庆宇. 模因论视角下短视频与徐州城市形象传播研究——以抖音平台为例[J]. 商业经济, 2024(4): 70-73.

-
- [2] Richard, D. (1976) *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- [3] 胡兵, 张静文. 模因论视阈下“梗”的生成与传播研究[J]. 当代传播, 2022(2): 93-96.
- [4] 陈琦, 尚粟蓉. 模因论视角下的“网抑云”音乐社交传播研究[J]. 新闻爱好者, 2022(2): 94-96.
- [5] 朱嘉琪, 付焱. 短视频对消费者购买意愿的影响研究——基于消费者态度的中介作用[J]. 传媒, 2024(6): 72-74+76.
- [6] 徐艺萍. 模因传播视域下短视频二次创作研究[J]. 传媒, 2023(15): 88-90.
- [7] 梁湘梓, 刘海海. 从“情感按摩”到“情感消费”: 北京 2022 冬奥会短视频的模因传播研究[J]. 成都体育学院学报, 2023, 49(2): 24-29+44.
- [8] 陈秋萌. 短视频泛娱乐化现象的审思与超越[J]. 传媒, 2024(6): 55-58.
- [9] 胡沈明, 罗祎文. 自媒体模因塑造的历史、现状与趋势[J]. 青年记者, 2018(11): 100-101.
- [10] 李官. 三国文化在东南亚的传播及其对我国文化软实力的启示——以《三国演义》在泰国的传播为例[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2015, 6(6): 146-148.
- [11] 范军, 欧阳敏. 论文学经典的青年亚文化传播文本、特征及启示——以《三国演义》为中心[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2015, 36(7): 187-192.