

新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制对青年“躺平”心理的消解作用研究

张燕黎

上海工程技术大学，上海市，201620；

摘要：本文聚焦新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制对青年“躺平”心理的消解作用。首先剖析了二者在价值引领、情感共鸣、行为激励层面的内在契合性。接着从主体、内容、渠道、评估四方面阐释了协同机制对“躺平”心理的消解逻辑。最后提出了强化主体协同、优化内容协同、完善渠道协同、健全评估协同的实践路径，旨在为高校运用红色文化引导青年健康成长提供理论与实践支持，培养担当民族复兴大任的时代新人。

关键词：新媒体矩阵；高校红色文化传播；协同机制；青年“躺平”心理

DOI：10.64216/3080-1494.26.01.039

习近平总书记强调：“新时代的伟大成就是党和人民一道拼出来、干出来、奋斗出来的！”但与此不相适应的是，2021年以来，“躺平”一词从网络热词逐步演变为青年群体中具有代表性的亚文化现象，据复旦发展研究院传播与国家治理研究中心等机构联合发布的调查报告显示，有21.3%的青年既表达过奋斗意向，也表达过相似频率的“躺平”意向^[1]。此种心理状态不仅制约青年个体的成长成才，更可能削弱社会创新活力、延缓国家发展进程。如何有效引导青年走出“躺平”困境，成为新时代高校思想政治教育与心理健康教育亟待破解的重要课题。

红色文化是中国共产党领导人民在革命、建设与改革实践中凝练而成的先进文化，蕴含着坚定信念、奋斗精神、团结协作等深厚精神内核，是消解青年“躺平”心理的宝贵精神资源。随着数字技术的飞速发展，微信、抖音、B站等新媒体平台已成为青年获取信息、表达情感、构建社交的主要场域。构建“多主体协同、多内容适配、多渠道联动、多维度评估”的新媒体矩阵传播机制，成为提升红色文化育人效能的关键路径^[2]。

基于此，本文聚焦“新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制”与青年“躺平”心理的内在关联，从价值引领、情感共鸣、行为激励三个层面剖析二者的契合性，阐释协同机制对“躺平”心理的消解逻辑，并从主体、内容、渠道、评估四大维度构建实践路径，旨在为高校运用红色文化引导青年健康成长提供理论参考与实践范式，为培养担当民族复兴大任的时代新人提供有力支撑。

1 新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制与破除青年“躺平”心理的内在契合性

价值引领层面的契合：破解“目标缺失”的心理根源：青年“躺平”心理的核心症结之一在于“目标缺失”，本质是价值坐标系模糊导致的人生方向迷茫、奋斗动力衰减。而新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制，以红色文化的价值内核为锚点，整合高校理论与红色场馆素材，将红色文化中“为民族复兴奋斗”等信仰内核，以转化成短视频等内容推送的方式，帮助青年锚定价值坐标，从而填补“目标真空”。情感共鸣层面的契合：缓解“社会疏离”的心理状态：青年“躺平”心理中的“社会疏离”，本质是在阶层固化感知、人际互动弱化、价值认同模糊等因素作用下，产生的“孤独感”“归属感缺失”“被边缘化”等心理状态。而新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制，能以红色文化的“情感联结属性”为核心，可通过“圈层化情感传播”打破人际疏离，可通过“沉浸式情感体验”消解阶层疏离，能够以“社群化情感实践”化解价值疏离。行为激励层面的契合：激活“弱动力”的心理状态：青年“躺平”心理中的“弱动力”，本质是在目标模糊、挫折恐惧、价值虚无等因素叠加下，形成的“行动意愿低迷”“奋斗毅力薄弱”“实践能力退化”等心理状态。新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制，能以红色文化的“奋斗基因”为核心，通过“目标拆解激励”“挫折模拟体验”“实践反馈激励”，为青年注入行动动能。

2 新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制对青年“躺平”心理的消解逻辑

主体协同：多角色联动强化心理干预的“可信度”：通过“高校主导+多方联动”的主体协同，构建起具有高可信度的心理干预共同体，高校作为核心主体，统筹内部多部门，组建“红色文化+心理教育”跨学科团队，分别负责理论阐释、心理方法指导与活动落地。地方红色场馆、革命先辈后代及青年榜样等作为教育延伸体，借助新媒体开展联动活动，发挥丰富教育方式，扩展信息流域，拉近对象距离的作用。内容协同：差异化创作满足心理干预的“精准性”：通过“数据驱动+分层创作”，联合大数据企业搭建“青年心理需求分析平台”，从青年群体在新媒体矩阵中的浏览偏好、互动倾向、评论情感等数据中，精准识别“躺平”的不同症结^[3]，从而因类施策，快速甄别投放，确保每类内容都能精准匹配，实现“靶向干预”。渠道协同：矩阵化传播提升心理干预的“覆盖面”：通过“全平台覆盖+场景化渗透”的渠道协同，整合“两微一端”、短视频平台（抖音、B站）、校园APP、线下智慧屏等多渠道资源，实现渠道间的内容互补与话题联动，形成“多渠道引流、跨平台互动”的传播效应，引导青年在多渠道的场景化渗透中，随时随地接触到红色文化与心理干预内容，让正向价值理念全方位覆盖青年的学习生活场景^[4]。评估协同：动态反馈优化心理干预的“有效性”：通过“数据监测+反馈迭代”的评估协同，依托新媒体矩阵搭建“干预效果评估系统”，监测各渠道内容的播放量、阅读完成率、点赞率、评论情感倾向等数据，分析青年群体的情感倾向与参与热情。建立“高校+学生+专家”三方反馈机制：高校层面，通过辅导员谈心谈话、班级问卷，收集青年对红色文化内容的看法与需求；青年层面，在新媒体平台设置“意见反馈入口”，鼓励青年提出内容、渠道优化建议；专家层面，邀请红色文化研究学者、心理学专家，每半年对评估数据进行解读，提出改进方向，从而形成“监测—分析—反馈—优化”的闭环。

3 新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制的实践路径

新媒体矩阵下高校红色文化传播协同机制的实践，需围绕“主体-内容-渠道-评估”四大核心维度，通过系统化设计打通红色文化传播与青年“躺平”心理消解的关键链路，确保传播既有“广度”又有“深度”，既具“吸引力”又有“实效性”。

3.1 强化主体协同：构建“四位一体”协同网络

构建“高校主导+红色场馆支撑+企业技术赋能+青年主动参与”的“四位一体”协同网络^[5]。高校作为核心主导方，统筹组建“红色文化+心理教育”跨学科团队，负责整体传播方案的设计与统筹，如制定“新媒体矩阵红色文化传播年度计划”，明确各部门职责与协作流程。联动地方红色场馆提供权威的红色文物数字化资源、革命历史史料及专业讲解团队支持，为传播内容提供“史实支撑”。引入科技企业与新媒体平台提供大数据分析、VR/AR技术支持，新媒体平台（微信、抖音、B站）提供流量支持与传播指导，优先推荐优质内容。鼓励青年以“参与者”与“创造者”身份加入协同网络，组建红色文化社团，让青年参与红色剧本杀创作、革命故事短视频拍摄、红色H5开发等活动，让青年在内容生产与传播中深化对红色文化的认同，同时增强传播的贴近性与代入感。

3.2 优化内容协同：打造“分层分类”内容体系

从“心理需求分层”维度，精准匹配不同“躺平”心理的内容供给：针对“目标缺失”的青年，开发“红色目标拆解”类内容，引导青年学习“大目标拆解为小步骤”的方法；针对“社会疏离”的青年，创作“红色集体协作”类内容：开发“红色团队协作”线上游戏，在游戏中体会“团结的重要性”。针对“弱动力”的青年，推出“红色奋斗榜样”类内容：策划“红色奋斗者访谈”系列，邀请不同领域的青年榜样分享“受红色文化启发坚持奋斗”的经历。

从“群体特征分类”维度，根据不同专业、年级青年的兴趣偏好定制内容：对文科专业青年，推出“红色文学鉴赏”专栏，解读《红岩》《青春之歌》等红色经典中的精神内涵，结合文学分析与心理疏导，引导青年从经典中汲取精神力量；对理工科专业青年，设计“红色科技史”内容，制作“红色科技人物”纪录片，展现“科技报国”的价值追求。

3.3 完善渠道协同：实现“矩阵联动”传播效应

整合线上线下多渠道资源，构建“全域覆盖、场景渗透”的新媒体传播矩阵，以“两微一端”为核心阵地：微信公众号推送深度图文内容，每周定期更新；微信视频号制作“1分钟红色故事”短视频，方便青年碎片化观看；微博发起#红色文化抗躺平#话题，邀请高校官微、红色场馆账号、青年KOL联动发文，扩大话题影响力；

校园APP开设“红色文化专区”，整合VR实景、短视频、直播、实践报名等功能，打造“一站式”红色文化传播平台。借力短视频平台与社交平台：在抖音、快手开设“高校红色文化账号”，发布“红色人物模仿秀”等轻量化内容，增强趣味性；在B站推出“红色文化UP主孵化计划”，扶持青年创作“红色+潮流”内容，定期举办“红色创作分享会”；在小红书发起“我的红色实践日记”话题，鼓励青年分享参与红色活动的感悟与照片，吸引青年主动传播。

线下渠道侧重“沉浸式体验”与“场景化融入”，打造“全方位、立体化”的传播场景。利用校园公共空间渗透：在宿舍楼下、食堂、教学楼大厅的智慧屏，循环播放红色文化短视频与“反躺平”标语。在校园道路两侧设置“红色文化灯箱”，展示革命先辈的名言警句与青年奋斗案例；在图书馆、体育馆等场所设立“红色文化角”，摆放红色书籍、文创产品，提供“红色主题阅读”“红色电影放映”等服务。联动地方红色场馆开展“线下研学”：与本地红色场馆建立“校馆合作”关系，定期组织青年前往参观学习，将研学过程通过新媒体平台同步直播，让未参与的青年也能在线上感受研学氛围；研学后在校园内举办“研学成果展”，展示青年的感悟文章、照片、视频，扩大传播效果。

3.4 健全评估协同：建立“动态优化”反馈机制

监测“内容传播数据”，实时跟踪各渠道内容的播放量、阅读量、点赞率、评论率、转发率、完播率等指标，通过数据看板直观呈现。监测“心理影响数据”：通过自然语言处理技术，抓取青年在评论、留言中的情感关键词（如“感动”“有动力”“迷茫”），分析青年的心理变化趋势。

建立“高校-青年-专家”三方反馈机制，高校层面：通过辅导员谈心谈话、班级主题班会、定期问卷等形式，收集青年对红色文化内容、传播形式的看法与需求。青年层面：在新媒体平台（校园APP、微信公众号）设置“意见反馈入口”，青年可随时提出内容优化、渠道改进的建议；定期举办“青年座谈会”，邀请不同年级、专业的青年代表面对面交流。专家层面：邀请红色文化

研究学者、心理学专家、新媒体传播专家，每半年对传播效果进行专业评估，提出“内容优化方向”“渠道调整建议”“心理干预方法改进”等专业意见。

建立“评估-反馈-优化”的闭环机制，确保传播策略“随需而变、持续迭代”。制定“分级优化方案”：对传播效果好的内容，加大推广力度并开发系列续作。对传播效果不佳的内容，组织协同团队分析原因，并重新调整；对“低参与用户”，推送定制化内容，提升其参与度。

参考文献

- [1]复旦发展研究院传播与国家治理研究中心。中国青年网民社会心态调查报告(2009-2021)[EB/OL].(2022-05-06).<https://fddi.fudan.edu.cn/c1/29/c18985a442665/page.htm>.
- [2]高雅静，颜吾佴。红色文化丰富人民精神世界的价值与路径[J].社会科学家, 2024(03):44-50.
- [3]魏晓娇。新时代大学生“三观教育”与心理教育的融合研究[J].佳木斯大学社会科学学报, 2025(04):146-149.
- [4]王宇龙。新媒体时代红色文化传播策略分析[J].传媒, 2019(05):76-78.
- [5]戴明新。大学生红色文化教育存在的问题与对策[J].学校党建与思想教育, 2018(15):51-52.

作者简介：张燕黎（1986.12-），女，汉，吉林省德惠市人，博士，上海工程技术大学化学化工学院辅导员，讲师，主要研究方向为研究生思想政治教育和大学生心理健康教育。

基金项目：2025年上海学校共青团工作研究课题“国风短视频影响青年爱国主义教育的作用机理与赋能路径研究-基于上海市红色文化资源的协同传播视角”(2025LX11-31);2025年上海工程技术大学党建研究课题“数字赋能视域下高校学生党员参与红色文化传播的主体性建构与协同机制研究”(2025DJ12);2025年上海工程技术大学思政专项研究项目“新媒体时代“佛系”与“躺平”现象的心理生成机制与引导路径研究”(SZ202511)。