

B站用户生成内容中非遗类视频传播的双路径作用机制研究

郭嘉玲

重庆工商大学文学与新闻学院, 重庆 400000

DOI:10.61369/CEIP.2025010007

摘要：基于精细加工可能性模型，以B站非遗类视频为研究对象，通过爬取977条视频数据，实证探讨ELM理论在非遗类视频传播中的适用性。研究表明：中心路径中，传统技艺类视频显著高于其他视频主题。而边缘路径中，5分钟以内的视频传播效果最优。

关键词：非遗类视频；B站；用户生成内容；ELM

Research on the Dual-Path Mechanism of Intangible Cultural Heritage Video Dissemination in User-Generated Content of station B

Guo Jialing

School of Literature and Journalism, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400000

Abstract：Based on the Elaboration Likelihood Model, this study uses Bilibili's intangible cultural heritage videos as the object. By crawling 977 video data, it explores the ELM theory's applicability in ICH video dissemination. Findings: In the central route, traditional skills videos have higher dissemination power; in the peripheral route, videos within 5 minutes have the best effect.

Keywords：ICH videos; bilibili; user-generated content; ELM

引言

用户生成内容（UGC）已成为文化传播的重要载体，哔哩哔哩（bilibili，简称B站），凭借其高互动性与文化包容性，逐渐成为非遗文化传播的新阵地。非物质文化遗产（简称，非遗）视频通过自发性用户创作，一方面延续了传统文化，另一方面又借助平台特性实现了现代化与数字化转化。然而，当前非遗类视频传播仍面临传播效果分化、用户参与不足等挑战。

一、理论基础与非遗视频研究现状

精细加工可能性模型（Elaboration Likelihood Model, ELM）为理解用户信息处理逻辑提供了框架。情感路径方面，数字媒体的感官刺激被证明能提升用户的情感投入^[1]。认知路径则强调知识传递与深度参与，希腊有通过混合现实技术还原考古遗址，引导用户系统性理解文化背景^[2]。知识类短视频的专业性与趣味性分别通过中央与边缘路径影响用户分享意愿^[3]。短视频新闻视觉呈现也强化边缘路径效应^[4]。B站影评类视频的实证研究表明用户对高专业性内容倾向于中央路径加工，而对娱乐化内容则依赖边缘路径^[5]。

国外研究集中于非遗数字化传播，强调通过动态叙事重构文化记忆^[6]。国内现有研究主要集中在传播策略、技术赋能与用户行为三个维度。非遗需通过场景化叙事增强用户沉浸感^[7]。快手

用户对武汉非遗的跨媒介传播既受文化好奇驱动也依赖视觉美感引发分享行为^[8]；陈婷婷等以英歌舞为例，证实青年群体通过非遗短视频重构地方文化认同^[9]。AIGC、区块链等技术还被应用于非遗数字化保护。

综上所述，现有研究多聚焦于短视频平台的传播效果，但针对B站UGC场景下非遗类视频的双路径作用机制仍存在研究空白。

二、研究设计

（一）数据收集

基于以上，以B站UGC非遗类视频为研究对象，笔者在B站以“非遗”为关键词检索，通过爬虫软件爬取截止2025年2月28日的977条视频的标题、播放量、点赞量等基本信息。对数据进行处理后，筛选出470条视频，并且采用人工编码的方式，将视频

数据编码分类。运用熵权法对每个指标进行权重赋值，参考史习远等人^[10]对B站普法视频传播力指标计算公式 $W_0=b_1\ln(X_1+1)+b_2\ln(X_2+1)+\dots+b_6\ln(X_6+1)$ ，计算出B站非遗视频的传播力指标。

(二) 研究假设

基于ELM模型和四个维度，笔者提出以下假设：

(1) 边缘路径：视频发布时间

H1：视频时长影响非遗类视频传播效果；

H2：视频发布日期影响非遗类视频传播效果；

H3：视频发布时段影响非遗类视频传播效果。

(2) 边缘路径：视频呈现

H4：视频类型影响非遗类视频传播效果；

H5：视频屏幕形式影响非遗类视频传播效果；

H6：视频标题长度影响非遗类视频传播效果；

H7：视频的双语字幕影响非遗类视频传播效果；

H8：视频有非遗相关信息讲解影响非遗类视频传播效果。

(3) 边缘路径：视频标签

H9：视频是否进入B站排行榜前100影响非遗类视频传播效果；

H10：视频是否合作拍摄影响非遗类视频传播效果；

H11：视频是否参与B站话题影响非遗类视频传播效果。

(4) 边缘路径：视频传播主体

H12：视频发布账号认证类型影响非遗类视频传播效果；

H13：视频发布账号粉丝数影响非遗类视频传播效果。

(5) 中心路径：视频内容

H14：视频主题类别影响非遗类视频传播效果；

H15：视频叙事方式影响非遗类视频传播效果；

H16：视频标题语气影响非遗类视频传播效果。

三、数据分析

(一) 方差分析

本节验证中心路径与边缘路径下不同因素对非遗类视频传播力(因变量)的影响。

表1 方差分析

变量	分类	F	变量	分类	H		
叙事方式	线性叙事	3.063*	视频主题	传统音乐、舞蹈、美术、医药	27.365***		
	非线性叙事			传统戏剧与曲艺			
	故事性叙事			传统体育、游艺与杂技			
	剪辑式叙事			传统技艺			
		民俗					
		非遗传承人					
标题语气	陈述	0.559	视频时长	其他	25.363***		
	疑问			1分钟以内			
	感叹			5分钟以内			
		10分钟以内					
视频发布日期	工作日	0.032		30分钟以内	7.72		
	周末		大于30分钟				
视频类型	原创	3.748*	发布时间	6:00-10:59	-0.182		
	二创			11:00-14:59			
	搬运他人			15:00-19:59			
屏幕形式	横屏	0.018				20:00-次日0:59	-2.005
	竖屏			次日1:00-次日5:59			
双语字幕	是	0.262	标题字数	15字以内(含15字)	-11.094***		
	否		15字以上				
是否合作拍摄	是	2.249	讲解分类	是	143.157***		
	否		否				
是否参与B站非遗话题	是	0.143	是否进入前100	是	-11.094***		
	否			否			
账号认证	个人认证	27.925***	账号粉丝数	小于1000	143.157***		
	机构认证			1001-10000			
	无认证			10001-10万(不含10万)			
				10万-100万(不含100万)			
		100万-1千万(不含1千万)					
			1千万以上				

注：***表示 $p \leq 0.001$, **表示 $p \leq 0.01$, *表示 $p \leq 0.05$ (后表同)

不同非遗类视频主题对视频传播力有显著影响。传统技艺类视频传播效果明显优于其他，传统技艺类视频因自身实用性与观赏性更易引发受众关注。非遗视频采用的故事性叙事与线性叙事无差异，但明显高于剪辑式叙事。连贯叙事结构会更符合用户对非遗类视频内容观看习惯，而不同的标题语气对非遗类视频影响较弱。

边缘路径中，视频时长、不同视频类型、是否含非遗讲解、是否进入B站排行榜前100、账号粉丝数对视频传播力存在显著影响，而其余7个变量传播效果无显著影响。1分钟以内与10分钟以内、30分钟以内的视频传播力有显著差异，且时长越短，传播效果越好。在视频发布具体时间中，20:00-次日0:59的传播力均值最高，且与部分时段存在边缘显著差异。原创视频、含非遗讲解的视频、进入B站排行榜的视频传播效果显著。个人认证账号传播效果显著高于其他账号类型。而账号粉丝数越多，传播效果有显著提升，证明粉丝基数与账号影响力呈正相关。

(二) 回归分析

表2 回归分析

变量	β	VIF
传统技艺	0.286***	1.441
民俗	0.135**	1.277
传统戏曲与曲艺	0.111*	1.206
剪辑式叙事	-0.127**	1
视频时长	0.248***	1
6:00-10:59	-0.037	1.049
11:00-14:59	0.015	1.107
20:00-次日0:59	0.057	1.105
次日1:00-次日5:59	-0.083	1.011
搬运他人视频	-0.111*	1
无相关非遗信息讲解	-0.093*	1
进入B站排行榜前100	0.6***	1
个人认证	0.327***	1
100万-1千万(不含1千万)	0.447***	1.514
小于1000	-0.208***	1.253
1千万以上	0.22***	1.11
10万-100万(不含100万)	0.144**	1.762
1001-10000	-0.126**	1.36

根据回归分析结果显示模型无明显共线性问题。视频主题中的传统技艺、民俗和传统戏剧与曲艺对传播力有显著正向影响。非遗技艺类视频传播效果更优。视频时长中，粉丝数小于1000的账号发布视频效果较差。粉丝数在100万-1千万区间和1千万以上对传播力有显著正向影响。进入B站视频排行榜前100的视频传播力明显提升。个人认证账号的视频传播效果更好，尤其是百万级以上的账号和个人认证账号的视频传播效果更佳。剪辑式叙事、搬运他人视频类型与无讲解的视频对传播力有显著负向影响。剪辑式叙事因内容碎片化而降低传播效果，含有非遗讲解的原创视频更易传播，符合观众对深度内容的需求。而发布时间分类的回归模型未通过显著性检验。

四、结论与启示

基于ELM模型实证分析了B站非遗类视频传播的双路径作用机制，研究发现：

中心路径具有驱动作用。传统技艺类非遗视频兼具实用性与观赏性，传播力显著优于其他主题。线性叙事与故事性叙事的连贯逻辑提升了用户认知，而剪辑式叙事碎片化呈现有负向作用。视频标题情感化表达的边缘路径间接影响用户。边缘路径又具有调节效应。时长5分钟以内传播效果最好，而进入B站排行榜前100的视频传播力得到显著提升。个人认证账号更易获得用户信任。原创视频内容与含有非遗讲解的视频有信息深度，能增强用户互动意愿。

本研究证实了ELM理论在B站非遗类视频传播中的适用性，拓展了该理论的应用边界。另发现了在双路径中不同因素的差异化影响。但仍存在一定局限，数据样本截至2025年2月，未能涵盖后续更新带来的动态影响，并且研究聚焦单一平台，受众群体有限。未来研究可对比不同平台用户群体的差异。

参考文献

- [1] Lee HJ. Phenomenological classification of cultural heritage [J]. *Virtual Archaeology Review*, 2017, 8(16): 69-74.
- [2] Farazis G, Thomopoulos C, Bourantas C, Mitsigkola S, Thomopoulos SC. Digital approaches for public outreach in cultural heritage [J]. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 2019, 15.
- [3] 徐怡浪. 基于精细加工可能性模型的知识类短视频传播效果研究 [J/OL]. *新媒体研究*, 2022, 8(13): 1-6.
- [4] 胡泊, 黄阳. 基于详尽可能性模型的短视频新闻传播效果 [J]. *西部广播电视*, 2023, 44(6): 34-36.
- [5] 张士仪. 基于精细加工可能性模型的哔哩哔哩影评类视频的传播效果影响因素研究 [J/OL]. *科技传播*, 2023, 15(21): 139-143, 147.
- [6] Garro V, Sundstedt V, Sandahl C. Impact of Location, Gender and Previous Experience on User Evaluation of Augmented Reality in Cultural Heritage [J]. *Heritage*, 2022, 5(3): 1988-2006.
- [7] 康宁, 赵惠群. 非遗视域下抖音平台戏曲文化传播探析——以岳西高腔为例 [J]. *新闻世界*, 2025(04): 30-32.
- [8] 徐金龙, 韩莹莹. 短视频对非物质文化遗产的跨媒介传播——以快手对武汉非遗的传播为例 [J]. *视听界*, 2025(01): 20-25.
- [9] 陈婷婷, 林淑婷, 杨映红. 新媒体助力潮汕非遗传播的策略研究——以英歌舞为例 [J]. *戏剧之家*, 2025(08): 121-123.
- [10] 史习远, 于骥, 张钰哈. B站普法视频的传播效果影响因素研究——基于精细加工可能性模型的实证分析 [J]. *科技传播*, 2023, 15(14): 8-15.