

新时代背景下新媒体短视频的传播逻辑与内容创新路径研究

李凌霄

苍溪县融媒体中心 四川 广元 628400

【摘要】：新时代数字媒介技术快速迭代，短视频已成为新媒体生态中最具活跃度、传播力与影响力的内容形态，深度重塑了大众信息接收、社交互动与文化消费模式。短视频依托碎片化、场景化、可视化的传播优势，构建了区别于传统媒体的新型传播体系，但在高速发展过程中，也普遍存在内容同质化严重、流量至上乱象、价值导向泛娱乐化、优质原创内容匮乏等突出问题，制约行业长效健康发展。

【关键词】：新时代；新媒体短视频；传播逻辑；内容创新

DOI:10.12417/3041-0630.26.10.047

随着5G技术、人工智能、大数据算法的全面普及，新媒体传播格局发生颠覆性变革，短视频凭借轻量化呈现、高交互性、强社交性、全场景适配的特征，迅速占据网络传播主流阵地，成为大众日常信息获取、休闲娱乐、社交表达的核心载体。新时代媒介传播更加注重内容质量、价值传播与文化赋能，对短视频内容生产、传播模式、价值导向提出了更高标准与全新要求。当前短视频行业规模持续扩张，但粗放式发展遗留的同质化创作、低俗化内容、功利化流量思维、浅表化叙事等问题愈发凸显，严重制约行业精品化升级。

1 新时代新媒体短视频的核心传播逻辑解构

1.1 算法精准推送的技术传播逻辑

大数据与智能推荐算法是新时代短视频传播的底层技术支撑，彻底颠覆了传统媒体单向灌输式的传播模式，构建起千人千面的精准传播体系。平台依托用户浏览记录、点赞评论、停留时长、转发收藏等海量行为数据，精准刻画用户画像，研判用户兴趣偏好、消费习惯与内容需求，实现短视频内容的智能化匹配与差异化推送，极大提升内容传播效率与触达精准度。算法传播逻辑以流量数据为核心依据，实现内容、用户、场景的精准对接，打破了传统传播的时空限制与受众壁垒，让小众优质内容具备破圈传播的可能。

1.2 用户主动参与的社交传播逻辑

短视频传播区别于传统媒介的核心特征，在于以用户为中心的双向互动社交传播逻辑，实现了受众从被动接收者向主动传播者、内容共创者的身份转变。新时代短视频搭建了低门槛、全民化的创作与传播平台，普通用户无需专业设备与技术储备，即可完成内容创作、二次剪辑、评论互动、转发分享，形成全民参与的传播生态。用户的每一次互动行为，不仅是内容消费行为，更是二次传播与社交赋能行为，通过私人社交圈层的扩散传播，实现短视频内容的裂变式增长。这种社交传播逻辑依托熟人社交、兴趣社交、圈层社交，大幅降低内容传播成

本，扩大传播覆盖面，同时赋予短视频极强的社交属性与圈层凝聚力。

1.3 碎片化场景渗透的媒介传播逻辑

新时代大众生活节奏加快，碎片化、移动式、场景化成为媒介消费的主流特征，短视频精准适配当代受众碎片化的信息接收习惯，构建起全时段、全场景的渗透式传播逻辑。短视频时长简短、内容精炼、视觉直观，适配通勤、休闲、就餐等各类碎片化场景，能够满足用户轻量化、即时性、娱乐化、碎片化的内容消费需求，实现随时随地的信息获取与休闲体验。相较于长视频、图文资讯，短视频降低了受众的信息接收门槛与认知成本，以直观视听形式快速传递核心信息，契合新媒体时代快餐式传播的发展趋势。

2 新时代新媒体短视频内容发展的现存困境

2.1 内容同质化严重，原创创新能力不足

当前短视频行业陷入严重的同质化创作内卷，跟风模仿、模板化创作、搬运抄袭成为普遍现象，原创优质内容供给严重不足。多数创作者缺乏独立创作思维与内容深耕意识，盲目追逐热门模板、热门话题、热门桥段，一旦某类内容实现流量破圈，便会出现大批量同质化复刻内容，导致平台内容重复度高、辨识度低、特色缺失。短视频创作门槛偏低，大量业余创作者聚焦娱乐化、生活化浅层内容，不愿投入时间深耕垂直领域、打磨内容质量，行业整体创新动力匮乏。同时部分创作者存在急功近利的流量思维，忽视内容原创价值，通过二次剪辑、拼接搬运等低成本方式获取流量，严重挤压原创内容生存空间。同质化内容泛滥不仅降低用户审美体验，引发受众审美疲劳，还导致行业创新生态失衡，难以形成差异化、精品化的内容矩阵，阻碍短视频行业的转型升级与长效发展。

2.2 价值导向泛娱乐化，内容深度严重缺失

在流量至上的行业氛围影响下，多数短视频创作过度迎合

大众娱乐需求,陷入泛娱乐化创作误区,内容价值导向偏移、思想深度不足问题突出。大量短视频聚焦低俗恶搞、猎奇博眼球、情绪宣泄、虚假噱头,刻意放大娱乐属性、弱化文化属性与教育属性,忽视内容的社会价值、文化价值与育人价值。部分创作者为博取流量、提升点击率,刻意制造冲突、渲染焦虑、放大负面情绪,甚至传播低俗庸俗、违背公序良俗的内容,扰乱网络传播秩序。同时多数短视频内容叙事浅表化、表达碎片化,仅注重视觉感官刺激,缺乏深度思考、文化内涵与价值输出,难以实现正向价值引导。泛娱乐化的创作导向不仅扭曲大众尤其是青少年的价值观,造成网络文化生态浮躁化,也使得短视频行业长期停留在浅层娱乐层面,无法实现文化赋能、价值传播的高质量发展目标。

2.3 流量思维固化,行业生态治理不完善

当前短视频行业普遍存在固化的流量至上思维,流量数据成为创作者、MCN机构、平台运营的核心追求,形成重流量、轻内容、重热度、轻价值的畸形行业生态。平台算法机制过度侧重流量数据,对爆款内容、高热度内容持续流量倾斜,倒逼创作者追逐流量热点、忽视内容质量,陷入流量内卷困境。同时短视频行业监管治理体系仍存在短板,内容审核机制、版权保护机制、行业自律机制不够完善,对低俗内容、虚假内容、抄袭搬运内容的管控力度不足。部分MCN机构为实现商业变现,批量生产流水线式模板内容,盲目追求变现效率,忽视内容创新与价值坚守。流量思维主导下的行业发展模式,导致短视频内容创新动力不足、精品内容稀缺、价值导向混乱,严重制约新媒体短视频行业规范化、精品化、可持续发展。

3 新时代新媒体短视频内容创新的核心原则

3.1 坚守价值引领,坚持内容为本原则

新时代短视频内容创新必须坚守立德树人、价值引领的核心底线,摒弃流量至上的错误导向,确立内容为本、质量为本的创作原则,实现商业价值与社会价值的协同统一。短视频作为重要的网络传播载体,承担着传播主流文化、弘扬社会正能量、引导大众价值观念的重要使命,内容创新需始终立足正向价值导向,紧扣时代发展主题,弘扬主旋律、传播正能量。创作者需主动摒弃低俗化、娱乐化、功利化的创作思维,深耕内容质量,挖掘内容深层价值,将时代精神、传统文化、民生热点、正向价值观融入短视频创作全过程。平台需优化算法推送逻辑,调整流量分配机制,加大优质正能量内容、原创深度内容的流量扶持力度,降低低俗娱乐内容的曝光权重,引导创作风向转变。

3.2 立足用户需求,坚持差异化创新原则

短视频内容创新需立足新时代用户多元化、精细化、个性化的内容消费需求,坚持差异化、垂直化、特色化创新原则,

破解行业同质化内卷难题。当前短视频受众群体分层明显,不同年龄、职业、兴趣的用户对内容的需求存在显著差异,单一化、模板化内容已无法满足大众高品质的文化消费需求。创作者需精准定位自身创作赛道,深耕垂直领域,结合自身特色、地域资源、专业优势打造差异化内容IP,避免盲目跟风热门内容。依托大数据技术精准研判受众需求变化,把握新时代用户审美趋势与内容偏好,针对性优化内容形式、叙事风格、主题选题,实现千人千策的精细化内容创新。同时结合圈层化传播特征,打造小众精品垂直内容,覆盖知识科普、传统文化、乡村振兴、公益正能量等多元领域,丰富短视频内容生态,形成百花齐放的创新发展格局。

3.3 融合技术赋能,坚持与时俱进原则

新时代媒介技术持续迭代,短视频内容创新需紧跟技术发展趋势,坚持技术赋能、与时俱进的创新原则,以新技术催生新内容、新形式、新传播。人工智能、虚拟现实、数字孪生、AI绘画、智能剪辑等新兴技术,为短视频内容创作、形式创新、视觉升级提供了全新支撑,打破了传统短视频的创作局限与呈现短板。创作者可依托智能剪辑技术提升创作效率,利用特效渲染、虚拟场景、沉浸式视听技术优化内容呈现效果,打造更具视觉冲击力与体验感的短视频作品。同时结合新媒体传播新趋势,适配短视频、直播、图文联动的融媒体传播模式,创新内容叙事形式与传播场景。技术赋能并非单纯追求形式炫酷,而是通过技术手段丰富内容表达、深化内容内涵、提升传播效果,实现技术创新与内容创新的深度融合,让短视频内容创作紧跟时代发展步伐,适配新时代媒介传播新格局。

4 新时代新媒体短视频内容创新的实践路径

4.1 深耕垂直内容创作,打造原创精品内容体系

破解短视频同质化困境的核心路径,在于深耕垂直领域、强化原创创作、打造精品内容矩阵,推动短视频内容从数量扩张向质量提升转型。创作者需摒弃跟风模仿的粗放式创作模式,立足自身优势聚焦单一垂直赛道,深耕知识科普、传统文化、乡村文旅、民生纪实、职业分享等细分领域,持续输出专业化、深度化、体系化的原创内容,逐步塑造专属内容标签与个人IP。同时立足新时代社会热点与时代主题,挖掘兼具时代价值、文化内涵、民生温度的创作素材,以小切口展现大主题,提升短视频内容的思想深度与人文底蕴。平台需完善原创保护机制,加大原创内容扶持力度,严厉打击抄袭搬运、模板复刻等违规行为,优化原创创作者激励政策,激发大众原创创新动力。

4.2 革新内容叙事模式,丰富内容表达形式

针对短视频内容叙事浅表化、形式单一化问题,需创新叙事逻辑、丰富表达形式,实现短视频内容的提质升级。传统短

视频多采用直白说教、单一叙事、碎片化剪辑的模式,内容感染力弱、记忆点不足、传播深度有限。新时代短视频内容创新需优化叙事手法,运用故事化叙事、情景化演绎、沉浸式表达替代生硬说教,增强内容的趣味性、感染力与代入感,让正向价值与文化内涵以潜移默化方式传递给受众。同时丰富内容呈现形式,融合动画特效、实景拍摄、真人演绎、混剪解说、互动问答等多元形式,打破单一视听局限。结合年轻化受众审美特点,适度融入网络正能量话语、趣味桥段、创意镜头,兼顾专业性、观赏性、思想性与趣味性。通过叙事模式与表达形式的双重革新,有效解决内容浅表化、枯燥化问题,提升短视频内容质感与传播效能。

4.3 优化传播运营机制,完善行业治理体系

短视频内容长效创新发展,需要依托平台、创作者、监管部门多方协同,优化传播运营模式、完善行业治理体系,构建良性行业生态。平台需全面优化算法推荐机制,摒弃唯流量论的分配逻辑,建立以内容质量、价值导向、原创度为核心的流量评价体系,加大正能量精品内容、垂直原创内容的流量倾斜,引导创作风向升级。同时搭建创作者培育体系,开展短视频创

作培训、原创扶持计划,助力创作者提升专业能力与创新思维。监管部门需细化短视频行业监管规范,强化对低俗内容、虚假内容、恶意营销内容的审核管控,完善版权保护制度,严厉打击违规创作与侵权行为。

5 结语

新时代媒介融合背景下,短视频凭借独特的技术传播、社交传播、场景传播逻辑,成为新媒体传播体系的核心载体,在信息传播、文化弘扬、舆论引导、民生服务等方面发挥着重要作用。当前短视频行业在高速发展的同时,仍面临内容同质化、价值泛娱乐化、创新动力不足、行业治理不完善等多重困境,制约行业高质量发展。本文通过解构短视频核心传播逻辑,明确内容创新的基本原则,从精品内容打造、叙事形式革新、行业生态治理三个维度,构建系统化的内容创新实践路径。短视频行业未来发展需始终坚守内容为本、价值为魂、创新为要,摆脱流量内卷,深耕原创精品,持续创新内容形式与传播模式,不断净化行业生态,让短视频更好适配新时代传播需求,助力网络文化繁荣与新媒体行业高质量发展。

参考文献:

- [1] 张智华,刘思宇.融媒体时代短视频传播逻辑与内容创新策略研究[J].新闻爱好者,2025,12(03):45-49.
- [2] 董从斌,刘芳.数智赋能下短视频内容生态重构与精品化发展路径[J].传媒论坛,2024,08(15):32-35.
- [3] 赵晖,李欣然.算法驱动下短视频传播困境与治理体系优化[J].中国传媒科技,2024,33(08):78-82.
- [4] 刘荃,王梓涵.新时代短视频泛娱乐化乱象与价值引领路径探析[J].新闻研究导刊,2025,16(06):102-105.
- [5] 祝燕南.我国短视频行业发展格局、现存问题与升级趋势[J].视听界,2024,29(04):12-17.
- [6] 杨雪,周航.用户社交视角下短视频裂变传播机制与创新优化[J].新媒体研究,2023,09(22):28-31.
- [7] 陈曦,林博文.垂直深耕视域下短视频原创内容创新路径研究[J].视听,2025(02):67-70.
- [8] 王嘉宁,李思远.媒介融合背景下短视频叙事创新与价值传播策略[J].传媒观察,2024(09):56-60.
- [9] 黄雨薇,张峻恺.短视频行业流量乱象治理与精品化发展对策[J].今传媒,2023,31(11):89-92.