

新媒体环境下新闻传播内容多样性思考

王莹

重庆市南川区融媒体中心 重庆 408400

摘要：新媒体技术的迭代与普及重塑了新闻传播的生态格局，内容多样性作为衡量传播生态健康度的核心指标，既迎来了技术赋能的发展机遇，也面临着同质化、算法偏见等现实挑战。本文基于媒介生态理论，结合实证研究成果，从内容形态、传播主体、价值维度三个层面解析新媒体环境下新闻传播内容多样性的表征，剖析技术算法、用户行为、媒体生态等关键影响因素，揭示当前存在的结构性矛盾与发展困境，并从算法优化、媒体责任、制度保障、受众素养四个维度提出系统性优化路径，旨在为构建多元包容、健康有序的新闻传播生态提供理论参考与实践借鉴。

关键词：新媒体；新闻传播；内容多样性；算法推荐；媒介生态

一、新媒体环境下新闻传播内容多样性的表征

（一）内容形态：从单一文本到多元融合

传统新闻传播以文字、图片等平面形态为主，而新媒体技术打破了形态边界，形成了文本、音频、视频、动画、H5、虚拟现实（VR）等多元融合的内容体系。这种形态多样性既体现在表现形式的丰富性上，也表现为叙事方式的创新。在表现形式方面，短视频新闻凭借时长精简、节奏明快的特点成为主流传播形态，某短视频平台的算法推荐使新闻类别分布更趋均匀，用户接触到的内容类型显著增加；数据新闻通过可视化图表、动态模型等方式将复杂信息直观呈现，提升了新闻的可读性与传播力；VR/AR新闻则构建沉浸式体验场景，让用户“置身”新闻现场，拓展了新闻感知的维度。不同形态的新闻内容相互补充，满足了受众在不同场景下的信息需求——碎片化场景中短视频与播客更具优势，深度了解需求则依赖长文报道与调查专题。在叙事方式上，新媒体新闻突破了传统媒体的线性叙事模式，形成了互动式、场景化、故事化等多元叙事风格。互动式新闻通过设置投票、问答、分支选择等功能，让用户参与到新闻进程中；场景化叙事结合地理位置、时间节点等要素，增强了新闻与用户生活的关联性；故事化叙事则通过个体案例切入宏大主题，提升了新闻的情感共鸣与传播效果。这些创新使新闻传播摆脱了枯燥说教的刻板印象，呈现出更具吸引力与感染力的多样面貌。

（二）传播主体：从专业垄断到全民参与

传统新闻传播由专业媒体机构垄断，内容生产遵循严格的采编流程与专业标准。新媒体的低门槛特性打破

了这一格局，形成了专业媒体、自媒体、公民记者等多元主体共同参与的内容生产生态，为内容多样性注入了原生动力。专业媒体机构凭借资源优势与专业能力，依然是深度报道、重大事件报道的核心力量，其内容注重权威性、客观性与深度性，构成了新闻传播的“压舱石”。为适应新媒体环境，专业媒体不断创新内容形态，通过融媒产品拓展传播边界，如人民日报、新华社等主流媒体推出的系列短视频、互动H5等，既保持了主流价值导向，又体现了形态多样性。自媒体与内容创作者则以灵活性、个性化为优势，填补了专业媒体未覆盖的细分领域。从小众兴趣话题到地方特色资讯，从专业知识分享到个人生活记录，自媒体内容涵盖社会生活的方方面面，使新闻传播的题材更加多元。特别是一些聚焦特定群体、特定领域的垂直类自媒体，能够挖掘小众化、差异化的内容，让边缘声音获得表达渠道，丰富了传播内容的多元性。公民记者的参与则进一步拓展了新闻来源的多样性。借助移动终端与社交媒体，普通用户可以即时记录并发布身边发生的新闻事件，使新闻传播突破了时空限制与专业壁垒。在突发公共事件中，公民记者的现场报道往往成为专业媒体的重要补充，提供了更多元的观察视角与信息维度，使新闻内容更加立体全面。

（三）价值维度：从单一导向到多元包容

传统媒体时代的新闻传播往往呈现较为单一的价值导向，而新媒体环境下，不同社会阶层、利益群体、价值观念的声音都能通过各类平台得以表达，使新闻传播内容在价值维度上呈现出多元包容的特征。从议题设置来看，新媒体新闻不仅关注政治、经济等传统核心议题，

更拓展到社会民生、文化娱乐、生态环保、小众权益等多个领域。弱势群体的诉求、边缘群体的声音、新兴社会现象等都能通过新媒体平台进入公众视野，形成多元议题并存的格局。例如，环保组织通过社交媒体发布的生态保护资讯、公益机构推送的弱势群体帮扶信息、小众文化爱好者分享的亚文化动态等，都丰富了新闻传播的价值内涵。

二、新媒体环境下新闻传播内容多样性的影响因素

（一）技术赋能：算法推荐的双重效应

算法推荐技术作为新媒体内容分发的核心机制，对内容多样性产生了显著的双重影响。一方面，算法推荐打破了传统媒体的编辑主导模式，通过“兴趣探索机制”向用户推送潜在感兴趣的内容，有效提升了内容类别多样性。复旦大学的研究发现，短视频平台等“垂直传播型”媒介既未明显“筑茧”也未主动“破茧”，其算法推荐使用户接触到的内容类别显著多于自主选择模式。深圳大学的实证研究也表明，算法推荐并未导致信息茧房效应，反而扩大了受众接触资讯的范围，用户与算法之间形成了相互响应的良性互动关系。另一方面，算法的“逐利性”与技术局限也可能对内容多样性产生抑制作用。部分算法模型以用户点击率、停留时长等流量指标为核心优化目标，导致平台倾向于推送流量较高的娱乐化、同质化内容，而那些具有重要价值但流量较低的深度内容、小众内容则被边缘化。此外，算法的“黑箱”特性可能导致偏见固化，若训练数据存在偏差，算法可能持续推送单一类型内容，形成隐性的信息窄化。对外经济贸易大学的调研显示，64.98%的用户对算法的工作原理和推荐逻辑缺乏了解，这种信息不对称进一步加剧了算法可能带来的多样性风险。

（二）用户导向：需求偏好与行为选择

用户作为新闻内容的接收者与反馈者，其需求偏好与行为选择对内容多样性产生着直接影响。新媒体环境下，用户的信息需求呈现出个性化、多元化的特征，既追求精准高效的信息获取，也渴望接触多元观点与新鲜内容，这种需求特征推动着传播主体不断丰富内容供给。

但用户的认知偏差与行为惯性也可能制约内容多样性的实现。心理学研究表明，用户存在“确认偏误”，倾向于选择与自身观点一致的信息，回避不同意见。这种行为偏好会通过算法反馈机制被放大，形成“用户选择-算法强化”的循环，间接导致内容范围窄化。此外，在信息过载的环境下，用户往往倾向于跟随热点、选择

易于理解的内容，这种从众行为助长了媒体的同质化生产倾向，使热点内容过度集中，而小众化、差异化内容难以获得足够关注。

（三）媒体生态：竞争格局与责任担当

新媒体时代的媒体生态格局发生了深刻变革，市场竞争、技术壁垒、责任意识等因素共同影响着内容多样性的发展。从竞争格局来看，新媒体平台的数量激增导致市场竞争日趋激烈，部分媒体为追求流量与关注度，采取“蹭热点”“标题党”等策略，生产大量同质化内容，造成内容资源浪费，挤压了优质多元内容的生存空间。这种恶性竞争不仅破坏了内容多样性，也损害了新闻传播的公信力。从媒体类型来看，不同类型媒体的定位差异形成了内容互补机制，为多样性提供了生态基础。传统媒体注重内容的深度与权威性，自媒体擅长个性化与灵活性表达，社交平台则聚焦互动与分享，这种差异化定位使不同类型的内容各有其生存空间，形成了多元互补的传播格局。例如，重大政策解读、深度调查报道多由专业媒体完成，而生活服务资讯、小众兴趣内容则更多由自媒体提供，这种分工协作丰富了整体内容供给。

三、新媒体环境下新闻传播内容多样性的现实困境

（一）形式多样与内涵不足的失衡

新媒体环境下，新闻内容的表现形式日益丰富，但部分内容存在“重形式、轻内涵”的问题，导致多样性停留在表面层次。为吸引用户注意力，许多媒体过度追求形式创新，将大量精力投入到短视频剪辑、H5设计等技术层面，而忽视了内容的真实性、深度性与思想性。一些短视频新闻为追求传播效果，往往断章取义、夸大其词，缺乏对事件背景的完整呈现与深度分析；部分互动式新闻的互动设计流于形式，未能真正促进用户对内容的深度理解。这种形式与内涵的失衡导致内容多样性呈现“虚假繁荣”——看似丰富多样的内容形态下，实质是思想内涵的浅薄化与同质化。用户在浏览大量形式新颖的内容后，难以获得有价值的信息增量，长期下来可能产生审美疲劳与信任危机，反而制约了内容多样性的健康发展。

（二）算法优化与偏见固化的矛盾

如前所述，算法推荐在提升内容多样性方面具有积极作用，但算法本身的技术局限与价值偏向可能导致偏见固化，形成隐性的内容窄化。算法的核心逻辑是基于用户历史行为数据进行预测推荐，而用户的初始兴趣选择可能存在局限，若算法缺乏主动探索机制，就可能将用户锁定在特定内容圈层中，形成“隐性茧房”。尽管多

项实证研究表明算法并未必然导致信息茧房，但用户对内容“同质化”的主观感知依然存在，当用户觉得某类内容“推多了”，就容易将其归因于算法的负面影响。此外，算法的“价值中立”假象可能掩盖其背后的利益偏向。部分平台为追求商业利益，通过算法向用户集中推送广告含量高、流量收益大的内容，而那些公益性质、学术价值高但商业价值低的内容则被边缘化。这种算法偏见不仅影响了内容多样性，也损害了用户的合法权益，违背了新闻传播的公共价值导向。

（三）多元表达与秩序失范的冲突

传播主体的全民化使不同群体的声音都能得到表达，极大地丰富了内容多样性，但也带来了秩序失范的风险。部分用户与自媒体缺乏专业素养与责任意识，为追求流量而传播虚假信息、低俗内容、极端观点，这些不良内容借助新媒体的传播优势迅速扩散，对内容多样性造成了双重危害：一方面，不良内容挤占了优质内容的传播空间，导致“劣币驱逐良币”；另一方面，极端观点与对立言论的扩散可能引发社会撕裂，破坏多元包容的传播环境。虚假信息的泛滥是当前最突出的问题之一。新媒体的即时性与低门槛特性使虚假信息能够快速传播，而部分用户缺乏信息辨识能力，容易被不实信息误导。虚假信息的传播不仅损害了公众的知情权，也破坏了新闻传播的公信力，使优质多元的内容难以获得用户信任。此外，网络暴力、仇恨言论等不良内容的传播，也对内容多样性的健康发展构成了严重威胁。

四、新媒体环境下提升新闻传播内容多样性的优化路径

（一）技术优化：构建多元包容的算法生态

算法是新媒体内容分发的核心，提升内容多样性首先需要优化算法设计，构建多元包容的算法生态。一是完善算法推荐模型，在精准匹配用户兴趣的同时，引入多样性权重，主动向用户推送不同领域、不同观点的内容，扩大用户的信息接触面。研究表明，通过调整算法参数，增加“探索性推荐”的比例，可以有效提升内容类别多样性，避免用户陷入信息窄化。二是提升算法透明度，建立算法解释机制，向用户明确推荐逻辑与数据来源，赋予用户更多自主选择权。平台应优化算法设置界面，让用户能够自主调整推荐内容的多样性程度，平衡个性化需求与多元需求。

（二）媒体担当：强化内容创新与责任意识

媒体作为内容生产的核心主体，应主动承担社会责任，通过内容创新提升多样性质量。一是坚持内容为王，在注重形式创新的同时，强化内容的思想性与深度性。专业媒体应加大深度报道、调查报道的投入，挖掘有价值的新闻题材，呈现多元观点与深度分析；自媒体应注重差异化定位，聚焦细分领域，生产优质原创内容，避免同质化竞争。二是加强融合创新，推动传统媒体与新媒体的深度融合，整合双方优势资源，打造兼具权威性与创新性的融媒产品。主流媒体应创新表达方式，采用年轻用户喜闻乐见的形式传播主流价值理念，增强内容的吸引力与感染力。三是强化社会责任意识，建立严格的内容审核机制，杜绝虚假信息、低俗内容的传播。媒体应加强对内容创作者的管理与引导，提升创作者的专业素养与责任意识。同时，应主动挖掘小众群体的正能量内容，传播积极向上的小众文化，促进小众表达与主流价值的融合。四是搭建多元对话平台，鼓励不同观点的平等交流，营造包容开放的舆论环境。媒体应优化评论区管理，建立理性讨论机制，遏制网络暴力与极端言论，让不同声音能够理性碰撞、相互借鉴。

结论

新媒体环境下的新闻传播内容多样性，是技术进步、社会发展与公众需求共同作用的结果，既呈现出形态多元、主体丰富、价值包容的鲜明特征，也面临着形式与内涵失衡、算法偏见、秩序失范等现实困境。提升内容多样性并非简单追求数量上的丰富，而是要实现形式与内涵的统一、技术赋能与人文关怀的平衡、多元表达与秩序规范的协调、小众创新与主流引领的融合。

参考文献

- [1] 中国新闻网. 中国学者国际顶刊发文：短视频算法显著提升推荐内容多样性[EB/OL].2025-01-24.
- [2] 全国党媒信息公共平台. 建构新媒体生态，打造立体化传播格局[EB/OL].2024-05-08.
- [3] 豆丁网. 新媒体时代新闻传播变革探究[EB/OL].2024-12-26.
- [4] 大江新闻. 网络新闻传播中的声音多样性与信息过滤机制分析[EB/OL].2024-06-15.