 DOI: https://doi.org/10.12349/iser.v7i7.11404

Innovation in the Creation and Dissemination of Digital Media Content in the Era of Short Videos

Wanjing Li

Chifeng Vocational College of Applied Technology, Chifeng, Inner Mongolia, 024000, China

Abstract

The evolution of short videos has profoundly transformed content creation and distribution in digital media, shifting the industry's focus from traffic competition to value-driven development. Set against the backdrop of the short-video era, this article examines the paradigm shift in content creation—from traffic-oriented approaches to value-focused strategies—from the perspective of innovation in digital media content production and dissemination. It analyzes how algorithm-driven technologies have reshaped content distribution, social viral spread, and multi-scenario integration mechanisms. Based on current industry trends, the study explores the restructuring of the industry ecosystem and collaborative governance strategies across four dimensions—creators, platforms, audiences, and regulation—with the aim of providing theoretical insights and practical recommendations for achieving standardized, high-quality development in the short-video digital media sector.

Keywords

short video era; digital media; content creation; communication innovation

短视频时代数字媒体内容创作与传播创新

李万婧

赤峰应用技术职业学院，中国 · 内蒙古 赤峰 024000

摘　要

短视频发展对数字媒体内容创作和传播产生了深刻的改变，行业也从原来的流量竞争向价值深耕转变。文章以短视频时代为背景，从数字媒体内容创作和传播创新的角度出发，对内容创作从流量导向到价值深耕的范式转变进行梳理，分析在算法赋能之下内容分发、社交裂变以及多场景融合的传播机制重新构建的道路。立足行业发展现状，从创作者、平台、受众和监管四个方面入手，探讨行业生态格局的重塑以及协同治理的策略，希望给短视频数字媒体行业的规范化、精品化高质量发展提供理论支持和实践借鉴。

关键词

短视频时代；数字媒体；内容创作；传播创新

1 引言

移动互联网和智能技术的更新换代，使短视频成了数字媒体传播和大众文化消费的主要方式。短视频依靠碎片化、强互动、视听化的特征，冲破传统媒体生产与流传的范式，促使创作观念、叙述手段、分发模式发生全方位变革。目前该行业还存在着内容同质化、流量内卷、算法伦理等现实问题。因此，本文从短视频行业发展实际情况出发，对数字媒体内容创作转型逻辑、传播机制创新路径和生态协同治理策略进行系统的探究，为行业的良性发展、内容价值的提高和行业治理的完善提供一定的借鉴。

【作者简介】李万婧（1995–），女，中国内蒙古赤峰人，硕士，中级，从事计算机多媒体技术研究。

2 短视频时代数字媒体内容创作的逻辑转型与价值创新

随着短视频行业的不断发展，在行业发展过程中数字媒体内容的创作也并不是一成不变的，而是在行业生态发生改变、受众审美水平不断升级、政策监管不断加强等影响下不断变化的，逐渐摆脱了单纯流量的追逐，实现了由流量驱动到价值追求的转变，其演化脉络也从下图中直观地展现出来。

2.1 创作逻辑转变：从流量导向向价值深耕的范式转型

短视频行业初创时期，数字媒体内容创作大多秉持着流量至上的理念，依靠猎奇噱头、同质化跟风、刻意营造冲突等手段来吸引曝光，重热度轻内涵、重流量轻价值，造成内容泛化、精品稀少、审美趋同等行业的乱象 [1]。伴随着监管规制的完善、用户媒介审美升级和行业的理性回归，短视

频内容创作也由原来的盲目追求热度转变为内涵价值的深耕。创作者不再只是单纯地考虑播放量、互动数据这些商业指标，而是从社会现实、文化传承、知识科普、生活服务等正向角度出发，在商业需求和社会责任之间找到平衡点，用内容质量与思想内涵来形成自己的核心竞争力，使行业由“增量扩张”走向“提质增效”。

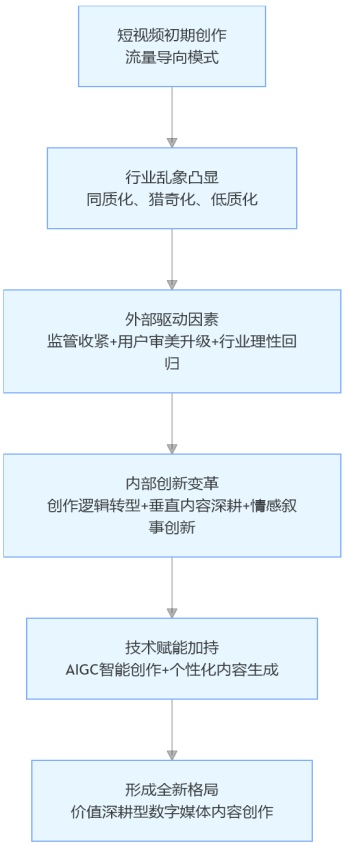


图 1 短视频数字媒体内容创作转型演进逻辑图

2.2 内容垂直深耕：分众化内容布局与用户心智精准建构

短视频受众具有明显的圈层化、分众化特点，泛娱乐化的内容已经不能满足受众的精细化、专业化的需求。在此情况下，数字媒体创作走垂直细分深耕的道路，文旅国风、非遗传承、知识科普、职场教育、乡村纪实等专业赛道越来越成熟。创作者依靠自身专业的积累，专注于一个领域持续地进行内容的生产，抛弃大而全的泛化创作方式，用专业化的内容来形成领域的辨识度。依靠稳定的垂直内容供给，准确地匹配目标用户的兴趣标签，逐渐占领用户的心智，固化粉丝的圈层，

2.3 叙事表达创新：情感化叙事表达与大众共情机制构建

短视频碎片化、强视听、短时长的媒介特点决定了传统灌输式、说教式的叙事方式不能适应传播环境。目前数字媒体创作大多采取故事化、生活化、微纪实化的感情叙事方式，从真实的场景、平民的视角、生活的细节入手，弱化刻意的编排和生硬的宣传，用真实的情感流露来建立传受双方的心理联系。主流媒体时政民生短视频、自媒体人文生活、乡土纪实内容都是用具象场景的描绘和温和情感的表达来消除传播隔阂，使内容具有感染力和穿透力，给短视频带来人文温度和社会传播的价值。

2.4 技术创作赋能：AIGC 驱动短视频创意生产与个性化生成

文生视频、智能剪辑、数字人、AI 配音这些生成式技术重新塑造了短视频的内容生产模式。传统的创作依靠专业的团队、拍摄的设备以及后期制作，门槛高、周期长、成本大，而 AIGC 技术实现了从文案创作、镜头生成、剪辑配乐到数字人出镜的一系列的智能协同，创作者只需要根据指令提示就可以迅速生成出标准化的短视频作品 [2]。技术赋能大大降低了个人创作的门槛，扩大了创意题材的范围，冲破了实拍场景以及物理条件的束缚，依靠用户画像达成内容定制化的生成，促使短视频创作由人工主导走向人机协同、智能量产、个性定制的全新生产方式。

3 算法赋能下短视频数字媒体传播机制的重构与路径创新

智能算法和大数据技术彻底改变了短视频数字媒体内容分发和传播的方式，冲破了传统媒体中心化的、依靠人工筛选内容的单向传播模式，创建起数据收集、画像建立、智能匹配、多种途径扩散、传播效果回传的一整套运行系统，其传播机制架构如图 2 所示。

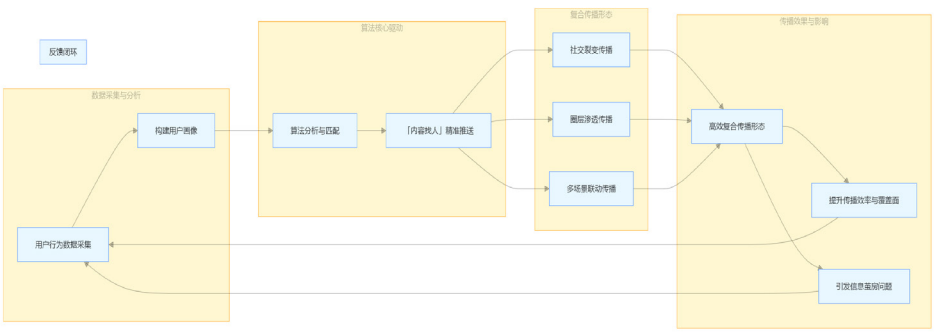


图 2 算法驱动下短视频数字媒体传播运

3.1 分发机制革新：智能算法驱动内容分发逻辑范式转换

传统的媒体采用的是中心化的把关人制度，内容的传播依靠人工审核和时段安排来完成，呈现出一种线性的传播方式。大数据以及智能算法的加入之后，短视频重新塑造了数字媒体的分发方式，由原来的“人找内容”变成现在的“内容找人”。平台对用户的浏览时长、互动行为、兴趣偏好等进行采集，产生用户画像和兴趣图谱，用算法模型实现标签匹配、个性化推送和圈层化分发的效果。优质的原创内容不再完全依靠官方渠道的资源，依靠内容标签就可以直接接触到目标受众，打破时空和层级传播的壁垒，重新塑造起传播的话语权，给普通的创作者提供平等的流量入口 [3]。

3.2 传播形态创新：社交裂变传播与圈层文化的渗透性扩散

短视频既有媒介传播又有社交分享的双重属性，形成了以算法推送为依托、以社交关系为纽带的裂变式传播形态。平台借助热门话题、挑战赛、合拍二创、社交转发等手段来调动用户自身传播的积极性，让单个作品从最初圈层中跳出来，在个体分享、达人带动、圈层共振的作用下实现多级扩散。兴趣圈层内部的价值认同高度趋同，内容很容易形成圈层内的一致性传播，也会从圈层的外围向内渗透。算法赋能、社交裂变、圈层渗透三者互相交织在一起的复合型传播形式，传播速度快、覆盖面广、用户黏性高，是短视频传播创新的主要表现。

3.3 传播场景延伸：多媒介融合视域下跨场景联动传播建构

短视频已经冲破了单一平台独自传播的束缚，塑造起短视频、直播、社交私域、多平台矩阵等全方位的传播架构。从使用场景来说，适合通勤碎片、休闲娱乐、学习求知、消费决策等各种受众的场景；从传播载体来说，可以实现抖音、视频号、快手、B 站等各个平台矩阵一键分发。

3.4 受众接受演变：算法个性化推送与沉浸式传播体验塑造

算法个性化推送极大地改变了受众的信息消费习惯，以兴趣标签为基础的持续内容投喂，可以满足受众的定制化信息需求，提高内容的匹配度以及观看粘性。短视频的强视听、快节奏的表达形式，符合碎片化沉浸式体验的需求，加强了感官的代入感。

4 结语

短视频时代数字媒体内容创作由原来的流量导向变为价值深耕，垂直化深耕、情感叙事表达、AIGC 智能赋能等属于新的创新动力。算法技术重新塑造了内容分发逻辑，产生出社交裂变、圈层渗透、跨场景联动的新型传播形式。行业生态建设要依靠创作者、平台、受众、监管四方共同治理，改善算法规制、规范创作秩序、加强正向引导。未来数字媒体行业应该坚持内容价值本位，把技术创新与伦理规范结合起来，促进短视频产业从精品化、规范化、可持续发展中发展。

参考文献

[1] 王鹤宁,殷梦.智能传播驱动下的媒体生态变革研究[J].传媒论坛,2025,(24):22-24.

[2] 刘俊,贾奕星.智能文生视频技术下中短视频的创作与传播迭代[J].延边大学学报(社会科学版),2025,58(05):130-138+144.

[3] 殷俊,杨金川.视角、时长与情绪：爆款短视频创作范式研究[J].现代传播(中国传媒大学学报),2025,47(03):94-103.

[4] 李文冰,赵舒悠.视觉转向、时空重构与具身实践:短视频时代的媒介化生存[J].未来传播,2023,30(01):2-9.