

流量洶湧 系列報道三之三

深度報道

聞價值正面臨被改寫的危機。面對自媒體非專業化卻屢受追棒的壓力，傳統媒體不僅模仿包裝、打造「網紅記者」，更在選題與發布節奏上迎合平台算法，爭奪稍縱即逝的曝光。這種高頻率、去專業化的生產模式，壓迫了媒

當平台流量成為衡量媒體價值的硬通貨，新

體的事實核驗與深度跟進能力，使以權威與公信力為根基的新聞機構逐步依附於平台分發權，淪為流量體系下的「無償貢獻者」。專業記者與學者擔憂的，不只是形式的轉變，而是新聞倫理、製作標準、公共議程的系統性衰退。

●香港文匯報新聞調查部記者 廬治、林凱、文正

跌入流量陷阱 傳媒自媒體化 養活平台餓死自己 產出淪平台嫁衣

11月3日，內蒙古赤峰市網民黃某在途經當地一村落時，見有人在農田中「撿」白菜，在確認「無人制止」後，自己也「撗」了三棵並拍下視頻上傳網絡。11月5日當地一家傳統媒體在未經現場核實的情況下，將視頻作為「喜訊」，以「赤峰一地可免費砍白菜」為題通過官方賬號發布。報道迅速引發上百位民眾聞訊前往。11月6日種植戶發現自家菜地的異狀後，在社交平臺發布維權視頻，聲稱「400畝地被一掃而空」、「損失高達百萬」，瞬間引爆網絡輿論。但經當地多輪深入核實，涉事的白菜地為380畝，且事前已經多輪採收，剩餘白菜因受凍品質下降，實際損失核定為9.52萬元人民幣。11月17日，內蒙古赤峰市聯合調查組再次通報「免費撗白菜」事件，首發視頻者與媒體均受處罰，責任記者被吊銷記者證，種植戶雖獲補償，但因誇大被警方批評教育。

記者分工不再明確

赤峰「撗白菜」事件，其背後是平台利用隱秘的流量操控，傳播和放大單方面聲音引發的輿情，傳統媒體以及從業者因追逐流量而放棄媒體核實責任的一個縮影。曾供職於四川和北京一線媒體的記者黃華（化名）在評論上述事件時表示，核實真實性是媒體記者的天職，但在平台壟斷的流量霸權下，海量的內容與熱點的短暫周期性讓傳統媒體無暇一一進行採訪核實。

他坦言，自己所供職過的傳統媒體均會按平台分類進行考核側重，「都盡可能要求記者對網絡熱點進行採訪核實，但也有例外，比如涉及寵物等無社會風險的軟性新聞，有時就會由新媒體運營編輯整合網絡信息推送。」

傳統媒體的「自媒體化」也是在流量下催生的產物。近期一篇「全運會，沒有多少人還在寫稿了」的媒體札記引發媒體圈不少唏噓。文中比較今年和2013年全運會記者採訪情景時感嘆，相較於之前攝像、攝影、文字記者的有條不紊和各司其職，如今不管什麼記者都只是用手機或攝錄器材懸着明星運動員的臉拍攝。網紅記者是傳統媒體「自媒體化」另一個縮影，其中甚至不乏官媒。如憑藉青春靚麗形象迅速走紅的央視記者王冰冰。雖然其擁有龐大粉絲群，但香港文匯報新聞調查部翻查與其相關話題討論發現，超過七成網友評論聚焦於「顏值」「人設」等非專業內容。



●憑藉青春靚麗形象迅速走紅的央視記者王冰冰。



●在平台新聞影響下，記者分工被打破。圖為兩會期間，許多記者用手機拍攝現場，進行直播和報道。

資料圖片

耕了平台的地 瘦了媒體的田

黃華的感受，對於曾在市場化主流媒體專做突發與熱點報道的徐晴（化名）來說更為直觀。進入自媒體平台擔任編輯後，她突然感到傳統媒體所重視的採訪精神與追蹤真相變得沒那麼被看重——儘管那正是她曾經疲憊但引以為豪的經驗。對照新舊工作，她說過去在傳統媒體，每天都為是否有新熱點或突發事件而焦慮；而在平台工作時，發現自己的角色反而像「甲方」：若要推一個話題，只需把素材或線索丟進平台與傳媒的溝通群，數百甚至上千新媒體端的編輯或記者就會蜂擁跟進，根本不需要她親自上陣。

多位來自北京、上海、廣東與貴州的媒體記者在接受香港文匯報新聞調查部採訪時表示，傳統新聞機構在多個自媒體平台開設新媒體賬號已成常態。對傳統媒體而言，一條新聞從採訪到發布，往往需要記者現場採訪、多方核實、編輯與值班主管層層把關，甚至是三審三校，其間耗費大量人力財力等資源。但平台卻憑藉流量分發優勢將內容快速據為己有，隨着受眾流向平台，依賴廣告變現的傳統媒體逐漸流失商業廣告的支持，運營壓力與生存困境日益凸顯。「那些入駐平台的媒體賬號競相爭奪的所謂流量讀者群，或許是傳統媒體的鐵桿讀者，但其創造的商業價值卻在平台而非傳統媒體。」一名資深的調查記者這樣對香港文匯報新聞調查部說。

要掙脫生存困境 傳媒須打破流量迷思

微觀點 在互聯網平臺壟斷流量、算法主導輿論的時代，傳統媒體的角色與功能正面臨前所未有的挑戰。流量考核取代新聞價值，平台規則凌駕專業規範，公共信息的傳播渠道被削弱甚至切斷。這不僅使媒體人陷入「被白嫖」的困境，更導致新聞真實性與權威性遭到侵蝕，社會共識逐漸瓦解。如何在平台霸權下守住新聞的公共使命，重建健康的傳播秩序，已成為新聞界、學術界與政策制定者共同關注的課題。

資深媒體人肖郎平指出，平台掌控流量的霸權，使傳統媒體人淪為「平台義工」，失去原本的「把關人」角色。算法利用人性弱點，透過網紗推送製造信息繭房，讓受眾長期接觸單一立場的刺激性內容，失去多元信息面，加劇社會矛盾。他認為，這種「後真相」環境嚴重挑戰新聞的權威性與真實性，平台以流量導向榨取媒體勞動價值，並吸引更多商業與政府廣告投放，成為傳統媒體生存困境的重要根源。

「全國沒有任何一家媒體集團能撼動平台。」他強調，唯有依靠頂層設計，重新規範制度和導向，才能讓媒體恢復公共使命，守住真實與責任。

中國人民大學法學院教授劉俊海建議，中國可借鑑歐盟《數字服務法案》，要求平台公開算法機制，並建立公共議題流量保障制度。同時加大對主流媒體的支持，提升其傳播能力與影響力，使其在流量競爭中佔據優勢。

復旦大學新聞學院教授沈國麟則指出，公眾需提高媒介素養，增強信息辨別力，避免盲目跟風。他呼籲將媒介素養教育納入國民教育體系，從青少年階段開始培養批判性思維與判斷力。在算法與流量主導的時代，打破平臺霸權、重建公共話語權雖不易，但對維護信息秩序和促進社會和諧至關重要。只有各方共同努力，才能構建健康、理性、多元的傳播環境，讓公共話語權真正回歸公眾。



●中國人民大學法學院教授劉俊海

●復旦大學新聞學院教授沈國麟

深度衰減 傳統媒體影響力走低

11月19日，曾以調查和深度聞名全國的中國青年報冰點周刊，在微信公眾號上刊發了一條《在校大學生直播，別隨「播」逐流》的報道。雖然在深度報道中仍保持一定要求和水平，但文章配圖則多為受訪者提供的手機截圖。「缺乏現場的照片拍攝，這對於深度報道來說在過去是根本不可接受的。不直面受訪者會讓記者失去很多觀察機會，失去核實新聞真實性的重要手段。」一名不願具名的北京媒體調查記者這樣評價。

娛樂屬性信息為平台主流

以冰點周刊新媒體賬號為例，截至11月24日零時，《在校大學生直播，別隨「播」逐流》閱讀、點讚和留言數據分別為7,052、127、4；而在次日其發布的2012年11月舊文《生命最後的尊嚴》閱讀、點讚、轉發和留言數據則分別為6.3萬、1,093、1和32。數據的變化體現出深度報道在簡化採訪程序後，深度的退化和影響力的減弱。

專注於研究中國媒體數據的平臺「牛媒數據」負責人張業軍也認同黃華的看法。他在接受香港文匯報新聞調查部採訪時表示，若按屬性分類，新聞具有信息和娛樂雙重屬性。前者的需求高，會讓媒體更加注重深度報道。但在平台流量算法的不斷弱化下，受眾被娛樂屬性新聞包圍，並培養起龐大的「娛樂至死」的受眾群體，構建了無數信息繭房。「對於平臺而言，娛樂屬性流量變現非常容易和安全。但是也要看到，由社會精英人群支撐起來的，類似財新、南方周末這種收費的深度內容報道也有市場，但受眾群體非常少，僅佔總體受眾的6%。」

多個媒體集團不再追逐虛假流量

2024年底，浙江省委宣傳部發文《謹防媒體淪為平台的「打工人」》，直指媒體被流量綁架、公共議題失焦。而面對平台流量和算法的霸權，多個媒體集團也開始通過整合社交平臺和採訪中心的資源等方式，向平台流量發起了反擊。

11月13日下午，澎湃新聞影子調查隊影音號發布一則關於某知名品牌奶粉涉嫌篡改相關研究論文數據用於產品宣傳、帶貨主播違規宣稱能增高的新聞報道。惟該報道被騰訊方面予以屏蔽。面對澎湃等媒體界的質疑，騰訊回應稱，收到投訴認為該新聞侵犯肖像權。澎湃在

批評事件時，據相關法規斥騰訊行為缺乏法律依據、且權力越界，甚至有「成為媒體總編輯」之嫌。值得注意的是，這並非澎湃第一次遭遇屏蔽事件。多名資深媒體從業人員亦表示，諸多平臺利用屏蔽、限流、刪除等方式限制媒體新聞報道藉由平臺觸及公眾已成常態。這個由平臺製造的法律和規範與實際操作之間的模糊地帶，也為平臺本身甚至工作人員創造了巨大的灰色空間。

2025年初，澎湃新聞縮減採編中心至6個，關停20個欄目和15個社交平臺賬號，轉向「專精

深」原創內容，聚焦時政評論、國際新聞與輿論監督。深圳報業集團亦整合8個客戶端，提出「多端合一」做強「讀特」，打造十大內容IP，並停更29個影響力弱的第三方賬號。

「牛媒數據」負責人張業軍對香港文匯報新聞調查部表示，牛媒收錄的19個內地全平臺中，以機構化運作的自媒體就有6,700多家（不包含以視頻為主的媒體的新媒體賬號），其中報社只佔了大約1,500個。雖然自媒體基數龐大，但傳統媒體在融媒轉型中逐漸搶回部分陣地，爆款增多，市場聲量回升。