

浅析新黄色新闻对新闻价值的破坏——以 Thurman 猫一杯“巴黎秦朗丢作业”事件为例

刘昕^{1*}

(^{1*}广州城建职业学院 人文学院, 广东 广州 510980)

摘要: 新媒体时代下, 大众获取信息的方式变得更多更广, 短视频凭借其声画结合的特点迅速地成为了大众喜爱的方式之一。但在短视频的“疯狂”传播下, 一方面大众可以迅速地获取所需要的信息, 另一方面又给大量“新黄色新闻”的滋生传播提供渠道。网红“Thurman 猫一杯”编造的“巴黎秦朗丢作业”事件正是通过短视频的传播成为网络热点, 后经核查后发现为人为炮制, 极大地消耗了社会公共资源和关注此事件的大众的热情。“新黄色新闻”的泛滥, 不仅损害了媒体机构的权威, 降低了公众的品味, 同时也逐渐消解了新闻的真正价值。本文通过对“猫一杯”事件的分析, 阐述了“新黄色新闻”的表现特点, 从流量、把关意识和公众的喜爱三方面分析“新黄色新闻”的成因, 并指出其泛滥的危害, 最后探究其解决办法, 冀望重塑新闻意义, 恢复因该事件而受到损害的公正性和权威性。

关键词: 猫一杯; 黄色新闻; 新闻价值; 流量

A Brief Analysis of the Destruction of News Value by New Yellow Journalism – Taking the Thurman Cat a Cup "Qin Lang's lost homework in Paris" incident as an example

Liu Xin^{1*}

(^{1*}School of Humanities, Guangzhou City Construction College, Guangzhou, Guangdong, 510925, China)

Abstract: In the era of new media, the ways in which the public accesses information have become more diverse and widespread. Short videos, with their combination of sound and visuals, have quickly become one of the most popular methods for information consumption. However, under the "frenetic" spread of short videos, while the public can swiftly obtain the information they need, it also provides a channel for the proliferation of a large amount of "new yellow journalism". The incident fabricated by the influencer "Thurman Cat a Cup," titled "Qin Lang's lost homework in Paris" gained widespread attention through short video platforms. After investigation, it was revealed to be a fabricated story, which not only wasted social resources but also dampened the public's enthusiasm for the event. The proliferation of "new yellow journalism" not only undermines the authority of media institutions and lowers public taste but also gradually erodes the true value of news. This article analyzes the "Cat a Cup" incident to elucidate the characteristics of "new yellow journalism," examines its causes from three aspects — traffic, gatekeeping awareness, and public preference — highlights the harms of its proliferation, and explores potential solutions, aiming to restore the meaning of news and reestablish

- 131 -

基金项目: 广州城建职业学院校级课题项目《新媒体时代下新黄色新闻对新闻价值影响研究——以博主“Thurman 猫一杯”2.16 秦朗巴黎丢作业事件为例》(项目编号:2025XKZYL13)

作者简介: 刘昕 (1997-), 男, 黑龙江哈尔滨, 硕士, 研究方向: 新闻传播学

通信作者: 刘昕, 通信邮箱: 964438441@qq.com

the fairness and authority damaged by this incident.

Keywords: Short videos; Cat A Cup; New Yellow Journalism; News Value; Traffic

引言

新媒体时代的到来，让大众接收信息的渠道变得更广，短视频逐渐成了人们获取信息的重要途径。截至2024年12月，我国短视频用户规模达到了10.40亿^[1]。但人们获取的信息中，夹杂着大量的无意义甚至虚假的信息来影响人们的判断。在2024年2月16日，博主“Thurman猫一杯”（后称“猫一杯”）的一条“秦朗巴黎丢作业”的视频通过短视频平台迅速传播，多次登上热搜并引起人们广泛关注。在该事件持续发酵下，截止到2月19日下午该视频已经有超过500万的点赞。一条视频引得全网寻找秦朗，不仅让众多媒体号频频转发，而且在评论区还有很多网友认领“秦朗”，其中一名ip在江苏的网友自称是秦朗的舅舅，并表示秦朗就读于西场小学的评论更是引得众多网友前来围观。2月20日，央视网发文《“秦朗是谁”不重要，“新黄色新闻”泛滥很危险》，多家重点媒体就此事纷纷下场，将这类具有煽动性、不具备较大社会价值，博人眼球的“新闻”内容定性为“新黄色新闻”，并做出了严肃批评。4月12日，经杭州警方发布消息证实该事件为摆拍，博主“猫一杯”受到行政处罚及全网账号封禁的处罚。截止到2024年4月16日，“猫一杯”事件共吸引包括央广网、法制网等67家重要媒体参与，可见该事件影响力之大。但同时公众又不得不正视，短视频传播中夹杂的“新黄色新闻”带来的巨大危害。

1. “新黄色新闻”的前世今生

“新黄色新闻”和百年前的“黄色新闻”在根本上有很多相似之处。“黄色新闻”源自于19世纪末期美国的《世界报》和《新闻报》两大报业竞争事件中。“黄色”指的不是色情，是来源于普利策《世界报》上的一个漫画专栏中一位发型稀疏，没有门牙，穿着黄色大睡衣的男孩。专栏借“黄孩子”的口讲述美国纽约发生的新闻事件，凭借博眼球的内容、夸张的表现手法来刺激读者的感官，从而获得了更多关注^[2]。后来，《世界报》和《新闻报》竞争，抢夺以“黄孩子”为主角的连载漫画的作者群，并凭借人们对此事的关注大肆策划刺激性报道来争夺受众。彼时著名记者华德曼将两报的新闻报道风格戏称为“黄色新闻”，这个概念很快被人们接受并沿用至今^[3]。

虽然目前学界对于“新黄色新闻”的定义没有统一的共识，但其与“黄色新闻”的基本特征相同、缺少新闻要素、以热度来获取收益等是学者们一致认可的。其中复旦大学新闻学教授窦锋昌认为：相比于“新黄色新闻”的概念，“消遣型新闻”用来形容此类“新闻”更为贴切，消遣型新闻包含“新黄色新闻”，由各类网络新媒体为生产主体，主要通过短视频的形式，进行精心的包装和设计，给琐碎的新闻事件或生活趣事赋予鲜明的标签或文字，并搭配带有强烈感染力的音乐，以引起社会公众的广泛关注和讨论的内容^[4]。由此可见在短视频传播中，“新黄色新闻”延续了“黄色新闻”过度追求夸张和刺激的表现手法，搭配黄色字幕和硕大标题，加上一两句所谓当事人的采访，摇身一变就成了大众生活中最熟悉的一种短视频类型。这类视频质量低下，内容多以虚假、煽情、娱乐为主，同时以趣味性为核心要素，新鲜性、重要性、接近性、显著性被不断消融，新闻六要素残缺，甚至很多视频的真实性仍有待考察。而博主“猫一杯”编造的“巴黎秦朗丢作业”事件将有趣的情节和临近春节假期的热门时间点这两要素相结合，编造出了这一事件，虽成功在短时间收获了巨大的流量，但也在不久后收到了相应的惩罚，又何尝不是现在短视频网站上的一个缩影。

2. “新黄色新闻”的成因

“新黄色新闻”是“黄色新闻”在新媒体时代下的衍生物，二者虽然没有历史渊源，但产生的社会影响却是十分相似的，甚至“新黄色新闻”带来的影响比“黄色新闻”带来的影响更为巨大。在百年前以报纸、广播为主的传统媒体时代，黄色新闻凭借醒目显眼，博人眼球的方式强烈刺激受众的感官，给人强烈的视觉冲击。而在新媒体时代下，相比于纸媒的枯燥乏味，短视频传

播中声画结合的方式让信息变得更加生动形象,同时“新黄色新闻”也被赋予了更多的新时代特征,因此“新黄色新闻”的成因相较“黄色新闻”也有很大的差异,主要集中在以下几点:

2.1. 追求热度,流量至上

“新黄色新闻”同“黄色新闻”一样,虽然出现的时代不同,但是二者均是流量和热度的产物。自上世纪90年代以来,以晚报、都市报为代表的市场化媒体确立了高度商业化的运营机制,其经营方式和运营理念也主要以受众市场和广告市场为主。同时近年来的自媒体的发展也使新闻的竞争越来越激烈,大量的商业信息也随之进入媒体,在此基础上,新闻成为了一种“特殊的商品”。然而,生活中每天发生的有价值的新闻数量是有限的,并且凭借新闻时效性的特点,也使得一部分媒体很难在新闻快速独家的报道中占据有利位置,从而逐渐失去读者和受众。在此背景下,部分媒体机构为了重新抢占市场份额、吸引公众,一味地以利润和受众为目的,却忽略内容的社会价值、真实性和可信性,选择容易引发受众关注的关键词和时间节点,开始制造和传播“新黄色新闻”,这种“便捷快速”的方式也成为了一部分自媒体参与竞争的重要手段之一。

在此事件中,博主“猫一杯”将丢作业和春节假期这个热点时段相结合制作出了这一个事件。在2月16日发布视频到4月12日被处罚这近两个月的时间内,“秦朗”这个名字一直占据着热度居高不下的位置,不仅仅给博主猫一杯带来更多的关注度和曝光度,甚至在其评论区的所谓“秦朗舅舅”也凭借一段给外甥买寒假作业的视频一夜吸粉十余万。在明知道事情是虚假的情况下,两人冒着不惜触犯相关法律的风险仍然将闹剧进行到底,究其原因就是热度和流量带来的高回报。

2.2. 把关意识的缺失

“把关”这个概念源自于美国社会心理学家库尔特·劳因提出的“把关人”概念。劳因指出群体传播中需要一些把关人,只有符合群体规范或把关人价值标准的信息内容才能进入传播渠道。在传统媒体时代,把关人强调的是专业媒体,也就是传媒机构和专业传媒工作者的把关功能。然而,在新媒体时代下,网络传播的复杂性在一定程度上弱化了传统把关人机制。并且,在人人都是自媒体的时代,短视频平台除了专业媒体机构生产内容(Professional Generated Content,简称PGC),还出现了大量的用户生产内容(User Generated Content,简称UGC)^[5]。此类内容的制作发布都属于个人而非专业媒体机构行为,不仅给平台“把关人”审核工作带来了巨大压力,同时也对自媒体用户的网络素养给予了更高的期望与要求。

在过分追求流量和热度的背景下,一部分专业媒体和自媒体认为流量大于一切,从而不再按照“先核查后发表”的方式来进行把关,导致事后把关和不把关的做法成为常态。同时在此背景下,一方面海量的信息让把关人的审查压力变得更大,内容发布前层层把关的方式难以应对如此庞大数量的新闻;另一方面随着大量自媒体的加入,新闻报道的权力下放到普通大众,受众不仅能选择看什么新闻,而且能传播想引起人们关注的新闻。在此背景下,发布者把关意识的欠缺也成为“新黄色新闻”泛滥的原因。

而在此事件中,为了所谓的话题和流量,猫一杯和所属公司在视频发布之间并没有做到媒体相关人员应尽的把关责任,而是放任这样的不实新闻肆意在网络中流通,以此来换取高流量和热度。而转载视频的媒体们在转载之前也并没有进行事件的审查,从而直接导致了这场“悲剧的狂欢”。如果猫一杯、所属公司和转载视频的媒体们能尽到自己的把关职责,那这个事件就不会有这么高的热度,也不会有后续的网络资源浪费和行政处罚。

2.3. 公众对于娱乐刺激等内容的偏好

1985年尼尔·波兹曼在《娱乐至死》一书中提出“娱乐至死”并认为:“一切公众话语日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神,我们的宗教、政治、新闻、体育、教育和商业都是心甘情愿成为娱乐的附庸,毫无怨言,甚至无声无息,其结果是我们成为一个娱乐至死的物种^[6]。”在“泛娱乐化”为常态化的现在,大多数的信息都或多或少有一些娱乐色彩,而“新黄色新闻”与“黄色新闻”也正是迎合受众娱乐化需求的典型产物。并且在快速消费文化的影响下,现代社会中信息消费的快速化趋势使得大众对于深入、详细的内容产生疲劳和不耐烦的情绪,反而更倾向于获取短小、易读的内容片段。“新黄色新闻”正是通过碎片化的信息和高娱乐趣味的内容迎

合了这一趋势，更进一步推动了其流行。

人们追求娱乐无可厚非，但是，当新闻被过多包装成了一种供大众消遣和娱乐的形式后，虚假、蒙蔽和夸大就成为了新闻的常态。以猫一杯编造的“巴黎秦朗丢作业”事件为例，一个生活中平平无奇的小事经过互联网的无限传播和放大后，成为了霸占热搜数天的“重大新闻”。现在回看这个事件，其中不乏有很多漏洞：为什么一个外国人会将在卫生间捡到的物品随意交给博主等。然而，大众关注的重点是失主秦朗是谁，以及后续出现的“秦朗舅舅”真实身份，忽视了隐藏在闹剧后的真相。新闻本该传递事实和真相，但是“新黄色新闻”使得人们离娱乐狂欢越来越近，离事实真相越来越远，最终使得真相反而变成最不重要的一点，这和新闻的意义完全背道而驰。

3. “新黄色新闻”的危害

“当时觉得有趣就拍了下来”、“当时感觉挺好玩的，就拍了下来，然后随手发到了网上，没想到第二天就火了”……这些短视频中常出现的话，揭露出了娱乐、猎奇和反常成为了“新黄色新闻”传播的重要因素。同时，因为视频内容大多是生活中常见的事情，不需要具有什么价值就可以在短时间内大量产出，由此产生的负面影响是巨大的。

3.1. 解构真实，损害权威

真实性对于新闻来说是十分重要的要素，坚持新闻真实同样也是对于新闻工作者和新闻生产者的重要要求。对新闻事件的报道做到绝对的真实存在一些困难，但是基于事实进行报道是全世界新闻工作者的共识。脱离了真实，就会使新闻变成谣言和故事。这类“新黄色新闻”获得了一定的关注后，吸引一部分媒体和自媒体的转发和持续报道。当这些内容被证实存在不实内容后，会让一部分的受众感受到被欺骗的感觉，并对这些媒体的专业性存在质疑。

1972年美国传播学家麦库姆斯和唐纳德·肖在论文对美国大选调查后提出议程设置概念，他们认为：大众传播媒介具有一种为公众设置议程的功能，大众传播媒介的新闻报道和信息的传达活动会赋予议题不同程度的显著性，进而影响着人们对周围世界大事及其重要性的判断^[7]。在本次事件的伊始，视频的评论区中有一部分质疑声音。然而一些媒体的相关跟进和自媒体的报道转发，产生了“破窗效应”，使得越来越多的公众丧失警觉性，不自觉地开始相信事件的真实性并进行转发分享^[8]。在事件被证实是不实新闻后，报道转发过该新闻的媒体和相关账号会让公众有一种被欺骗的感觉，从而在一定程度上损害自身权威性。

3.2. 内容低俗，降低品味

“新黄色新闻”的首要目标是吸引眼球、获取流量，以此换取广告收入、平台分成或提升影响力指标（如阅读量、播放量、互动数等）。在这样的目的下，社交媒体和新闻聚合平台的算法倾向于推荐能引发强烈情绪反应（尤其是愤怒、惊奇、猎奇、八卦等）和促进用户长时间停留的内容。低俗、夸张、耸人听闻的内容更容易被算法选中并广泛推送，形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。

在“猫一杯事件”中，部分用户对于事件的真伪并不在意，其关注点在于“西场小学秦朗”和后续出现的“秦朗舅舅”。甚至在猫一杯接受行政处罚和全网封禁后，评论区仍然多次出现诸如：“我一个普通人关心不了国家大事，这种事情看看还能让自己放松一下”“这个处罚是不是太严重了，本来就是为了娱乐粉丝”等评论。可以看到，猫一杯刻意截取事件中最具冲击力或最易引发误解的部分，进行夸张、耸动的概括，制造悬念引发全网接力寻找不存在的“秦朗”。这个事件虽娱乐了部分用户，但是长此以往，这些用户会逐渐对具有社会价值的新闻失去关心，从而出现严肃的社会、政治、经济等新闻被边缘化、公共讨论空间被明星八卦、狗血纠纷、低俗猎奇等内容占据的现象。同时此类公众长期接触夸张、煽情、低俗的内容，会提高情绪阈值，导致对真实但平淡的新闻失去兴趣，甚至对真正需要关注的社会悲剧也变得麻木，从而对重要议题的关注度和思考深度会逐渐降低这就导致新闻的社会价值传递意义逐渐被弱化，最后消解殆尽。

3.3. 消解新闻意义

新闻的意义在于对普及信息、文化传递、舆论监管和社会责任与正能量的传递等内容。新闻的根基在于真实，即再精彩的新闻如果脱离了真实性那它就不具有任何意义。然而，“新黄色新闻”以虚构替代调查，让新闻的真实性变得微乎其微。猫一杯团队网购作业本、编造脚本、自导自演“巴黎拾作业”剧情，利用跨国场景制造猎奇感。当网友质疑时，猫一杯以“隐私保护”为由拒绝透露关键信息，仅用厚码聊天截图搪塞，试图将事件强行结束，转移大众视线，使真相沦为“等待戈多”式的荒诞悬念。

同样的，新闻本应服务公共利益，但新黄色新闻试图通过低俗、娱乐、暴力等内容来获取公众更多的关注，达到以低俗娱乐置换公共性。在猫一杯事件结束后，央视网批评该事件为“对大众趣味的无底线迎合”，将公共话语场域转化为“作业寻人”的狗血剧场。在这场闹剧中，衍生的“秦朗舅舅”“秦朗老师”等蹭热度账号不约而同在获得热度后开播，试图获取更多利益。这样的情况若不加以干预制止，就会形成寄生性产业链，吞噬社会注意力资源，使真正有意义有价值的内容被人们主观和被动地忽略。

4. “新黄色新闻”的治理措施

“新黄色新闻”出现的时间虽然还不久，但凭借短视频平台的快速流通性，它所产生的危害远比百年前的黄色新闻要大的多。“新黄色新闻”缺乏新闻应有的价值取向，采用煽情、夸张、虚构的方式进行报道，消解新闻的价值和意义，阻碍普通受众获取真实有效的信息。部分媒体和从业者虽然短时间内会获得大量的关注和流量，但最终会自食恶果，损害自己的媒体公信力，因此对“新黄色新闻”的治理就显得尤为重要。

4.1. 从业者坚守新闻专业初心

人们相信媒体，正是因为媒体机构和从业者的权威性，又或是体现在媒体发布或转发信息的真实性。然而，“新黄色新闻”的出现让媒体机构和相关从业者的权威受到严重冲击，也间接地剥夺了受众的知情权。在流量的巨大诱惑下，部分媒体机构和相关从业者逐渐向“新黄色新闻”靠拢。虽然媒体机构和从业者以用户需求为导向，进行新闻生产和报道活动并没有问题，追求流量是为了更好地传递信息，这也无可厚非。但不能被用户牵着鼻子走，从而失去了媒体和从业者最初的新闻专业主义。媒体机构和从业者应适当培养平台化的思维与时俱进，生产传递对公众有价值有意义的新闻，同时满足公众的知情权，其次才应当考虑到如何顺应平台的发展，如何在损害公众的利益下更多地吸引公众注意力。如果媒体和从业者本末倒置，即使像“猫一杯”一样获得大量的流量和关注，但如果以损害公众的知情权、忽视新闻的真实性为前提，最终会自食恶果，成为流量时代下的牺牲品。

4.2. 平台加强监管和审核

相比传统媒体时代的报纸、广播、电视这几种载体，新媒体时代下的载体种类也愈加丰富，其中短视频平台尤为出众。平台作为新闻内容分发的主要“把关人”，本应该对平台的生态环境和内容分发起到监督审查的作用，但由于流量诱惑等因素，导致当下平台中新闻乱象丛生。因此平台既是治理主体，又是治理对象^[2]。首先，媒介平台虽然不生产内容，但是却拥有分发内容和数据处理的巨大权力，所以平台有义务在内容的传播和扩散方面担负起把关责任，将更有价值的新闻推送到公众面前。其次，平台在当下的流量时代，追求关注本不是一个错误的事。然而，有一些平台构被“新黄色新闻”所裹挟，一味地模仿网络新闻传播的风格和流量，甚至走向“网络趣味崇拜”，逐渐丧失了根据用户的兴趣和喜好进行算法推荐和内容分发的职业道德，也同时失去了平台的议程设置功能和舆论引导等重大作用。

4.3. 公众提升媒介素养

新黄色新闻在各个平台上遍布，与新媒体语境下公众对于新闻需求越来越高是分不开的。大众社会向网络社会或平台社会的转变过程，伴随着集体身份向个体选择的转变。而现在公众被分割成一个个单独的个体，从集体身份中脱离出来，成为拥有有独立思考和行动能力的个体，也成为被个性化算法主导的消费者和生产者^[9]。在此现象下，“短平快”成为现在主流内容，公众的

审美能力和新闻的阅读能力逐渐降低，这也给大量“新黄色新闻”的滋生带来了可乘之机。公众对于趣味性的追求是公众的权力，但公众作为新闻发布的接收者与数字时代的参与建设者，理应提高自身媒介素养，对于新闻内容拥有是非的正确判断标准。而对于报道的内容，公众不要盲目相信，而要进行深入分析和思考，从多个角度审视信息的真实性和可靠性。长此以往，公众才不会成为像此次事件一样再次沦为狂欢下的牺牲者。

技术的发展带来了新闻传播的重大变革，丰富了信息传播渠道，加快了信息流通速度。作为一件“短视频传播”中的典型案例，其中包含的用户网络媒介素养良莠不齐、把关意识缺失和部分媒体一味追求流量导致专业主义缺失等因素，共同组成了这场火爆网络的“秦朗闹剧^[10]”。伴随着“猫一杯”被央媒点名、行政处罚和全网封号后，这场全网轰动的“闹剧”也随即落幕。这给了众多媒体一次深度反思和惊醒的机会：在当今时代下，如何在满足用户需求和流量热度中进行平衡。“猫一杯”用不明显的表演手法、吸引用户眼球的关键事件节点等元素，策划出了这个极具迷惑又典型的“新黄色新闻”。如何抵制“新黄色新闻”的再次泛滥，如何让公众更好甄别“新黄色新闻”，如何在“新黄色新闻”泛滥下重构新闻媒体的权威和专业，是“秦朗”留给广大媒体和从业者的最后作业。

参考文献：

- [1] 新华网.用户规模达 10.91 亿人——网络视听成为“数字空气”[EB/OL].[2025-04-09].
- [2] 潘姝昱,张顺军.“新黄色新闻”现象探析[J].新闻传播,2025,(08):44-46.
- [3] 代晓利,许洁.短视频时代“新黄色新闻”的兴起及治理策略[J].攀枝花学院学报,2025,42(01):110-118.
- [4] 窦锋昌,孙萌.消遣型新闻的新闻价值与底层逻辑[J].青年记者,2023,(13):13-16.
- [5] 董淑薇.遏制短视频平台“新黄色新闻”泛滥对策研究[J].西部学刊,2024,(14):59-62.
- [6] 尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.北京:中信出版社,2015:4.
- [7] 齐波.议程设置理论在新闻类短视频中的应用研究[J].新闻传播,2025,(09):79-81.
- [8] 唐子麒.“新黄色新闻”表征、成因与治理研究[J].新闻研究导刊,2024,15(06):81-84.
- [9] 史启元,杜志红.短视频传播中的“新黄色新闻”现象及其治理[J].现代视听,2024,(08):69-72.
- [10] 李洋,陈奕秀.“新黄色新闻”的表演、合谋与失效——以网红“Thurman 猫一杯”塌房事件为例[J].新闻传播,2025,(04):29-31.

(栏目主编：侯本塔 编辑：任韵灵 校对：黄芊)