

# 网络综艺节目的短视频化传播研究

岳新

(南京传媒学院, 江苏 南京 210013)

**摘要:**随着互联网的普及和技术不断发展,网络综艺节目已经成为人们日常生活中重要的娱乐方式之一。近年来,短视频的兴起更是为网络综艺节目的传播提供了新渠道和新平台。短视频以其时间短、内容丰富、传播速度快等特点,吸引了大量用户的关注和参与,逐渐成为新媒体时代的重要传播方式。鉴于此,本文探讨网络综艺节目的短视频化传播的优势、方法和未来趋势,为相关从业人员提供一些参考和启示。

**关键词:**网络综艺节目;短视频化传播;优势;传播方法;未来趋势

作为一种新型的综艺节目形式,网络综艺节目具有互动性强、观众群体年轻化、制作周期短等特点,深受观众喜爱。同时,随着短视频的兴起,网络综艺节目的传播方式也在不断发生变化,基于短、平、快的高效传播优势,也为网络综艺节目火爆全网奠定了坚实基础。研究目的在于明确当前有效、高效的网络综艺节目短视频化传播方法,以此更好地了解观众需要与市场变化,提高节目的传播效果和影响力。同时,也可以为网络综艺节目的创新发展提供一些思路和方法,实现行业发展的与时俱进。

## 一、短视频化传播的优势分析

短视频化传播的优势主要体现在以下几个方面:第一,用户参与度高。短视频的时长通常在几秒到几分钟之间,这种长度恰好符合现代人的注意力集中时间,因此更容易吸引用户观看。同时,短视频的制作门槛相对较低,使得更多用户能够参与到视频的创作和分享中,进一步提高了用户的参与度。第二,信息传达效率高。短视频能够在短时间内传达大量的信息,这使得它成为一种非常有效的信息传播方式。无论是在新闻、广告、教育还是娱乐领域,短视频都能够迅速传达核心信息,引起用户的兴趣和关注。第三,内容丰富多样。短视频的内容可以非常多样化,既可以是生活中的片段,也可以是专业的知识讲解,甚至可以是虚构的故事,使得短视频能够满足不同用户的需求,从而吸引更多的用户观看。第四,社交性强。短视频平台通常具有强大的社交功能,用户可以在平台上点赞、评论和分享视频,与其他用户进行互动,不仅增加了用户的粘性,也使得短视频成为了一种有效的社交工具。第五,跨平台传播。短视频通常可以在不同的平台上进行传播,如手机、电脑、平板等,这使得它能够覆盖更广泛的用户群体。同时,短视频也可以通过社交媒体进行分享,进一步扩大了其传播范围。总的来说,短视频化传播的优势在于其高度的用户参与度、高效的信息传达、丰富多样的内容、强大的社交性以及跨平台传播的能力,也使短视频成为了一种极具影响力的传播方式。

## 二、网络综艺节目的短视频传播方法

### (一)基于视频网站的内容传播

基于视频网站的内容传播是网络综艺节目短视频传播的主要方式之一。首先,网络综艺节目制作方会与主流的视频网站合作,将节目的短视频内容上传至平台,供用户浏览和观看。这些短视频通常经过精心剪辑和制作,能够吸引用户的注意力并满足他们的观看需求。其次,视频网站通常会为这些短视频提供多种传播渠道,比如在首页推荐、分类导航、热门排行等位置展示,以提高短视频的曝光率和点击率。此外,视频网站还会通过算法推荐和个性化推送等方式,将短视频精准推送给目标用户群体,进一步扩大短视频的传播范围。最后,网络综艺节目制作方还会与视

频网站合作开展各种线上活动,比如话题讨论、弹幕互动、粉丝见面会等,以吸引更多用户参与和关注。这些活动不仅能够增加短视频的曝光率和互动率,还能够提高网络综艺节目的知名度和美誉度。总之,基于视频网站的内容传播是网络综艺节目短视频传播的重要方式,能够通过多种渠道、多种形式来提高短视频的曝光率,吸引更多用户的关注、转发、点赞与评论。

### (二)基于短视频平台的交流互动

当前热门的短视频平台包括抖音、快手和B站等,已经成为了各类综艺节目的重要传媒渠道,其交互性使得用户与节目之间的互动更加紧密。首先,短视频平台提供了丰富的互动功能,如评论、点赞、分享和弹幕等。观众可以直接在视频下方进行评论和点赞,表达自己的观点和态度。同时,通过分享功能,观众可以将喜欢的节目片段推荐给朋友,从而扩大节目的传播范围。弹幕功能允许观众在视频播放过程中发送和查看实时评论,使得观看综艺节目成为了一种社交体验,带来更多的趣味和参与感。其次,平台上举办的各类互动、活动也增加了观众的参与度。例如,综艺节目可以通过投票活动、线上互动直播等方式与观众进行更深入的互动,打造更加紧密的粉丝群体。不仅让观众可以成为节目的“亲历者”,还可以增加观众对节目的忠诚度。此外,短视频平台的算法推荐和个性化推送功能也大大提升了节目的传播效果。平台会根据用户的兴趣和观看历史推荐类似内容的综艺节目,从而更精准地将节目推送给潜在的观众群体。这使得综艺节目能够更好地触达和吸引目标受众,提高节目的曝光度和传播效果。综上,基于短视频平台的交流互动便捷而有效,观众通过评论、点赞、分享等互动功能与节目进行实时互动,增强了观众的参与感和亲切感。同时,平台上的互动活动和个性化推送功能也进一步促进了节目的传播和影响力扩大。

## 三、未来网络综艺节目短视频化趋势

### (一)视频内容多样化

随着观众需求不断升级、互联网产业规模进一步扩大,网络综艺节目需要提供更多样化的视频内容以满足不同观众群体的需求。首先,视频内容的多样化表现在节目主题的丰富性上。未来的网络综艺节目将不再局限于传统的娱乐主题,而是会涵盖更多领域,如科技、教育、文化、旅游等。以此满足不同观众群体的兴趣爱好,吸引更多的观众观看。其次,视频内容的多样化还表现在节目形式的多样性上。未来的网络综艺节目将不再局限于传统的真人秀、访谈等形式,而是会发展出更多新颖、有趣的节目形式。例如,虚拟现实节目、直播互动节目、游戏竞技节目等,可以为观众带来更加丰富多彩的视听体验,增强观众的参与感。此外,视频内容的多样化还表现在节目嘉宾的多样性上。未来的

网络综艺节目将不再局限于传统的明星嘉宾,而是会邀请更多领域的专业人士、社会名流、网络红人等参与节目,为节目带来更多的话题性和关注度,提高节目的影响力和传播力。最后,视频内容的多样化还表现在节目内容的创新性和差异性上。未来的网络综艺节目将不再局限于传统的节目内容,而是会更加注重内容的创新性和差异性。例如,推出一些具有地域特色、文化特色的节目,或者针对特定群体推出一些定制化的节目,为观众带来更加新鲜、有趣的视听体验,提高节目的竞争力和吸引力。总之,视频内容多样化是未来网络综艺节目短视频化趋势的重要一点。随着观众需求升级与未来科技发展、互联网产业扩大,网络综艺节目也将愈发多元。

#### (二) 视频传播高速化

视频传播高速化也是未来网络综艺节目短视频化趋势的又一重要特点。随着网络技术的不断发展,视频传播的速度也越来越快,这将为网络综艺节目的传播带来革命性的变化。首先,视频传播高速化将大大提高节目的时效性。传统的电视节目需要经过录制、编辑、审核等多个环节才能播出,而网络综艺节目则可以实时直播,观众可以第一时间观看到最新的节目内容。此外,由于视频传播的速度加快,节目制作方也可以更快地将节目内容推送给观众,从而缩短节目从制作到播出的时间周期。其次,视频传播高速化将扩大节目的受众范围。网络综艺节目可以通过网络平台进行全球传播,不受时间和地域的限制,观众可以随时随地观看节目,使节目的受众范围大大扩大,吸引更多的观众关注和参与。此外,视频传播高速化还将增强观众的互动性和参与感。通过网络平台,观众可以在观看节目的同时进行实时互动,发表评论、点赞、转发等操作,与节目制作方和其他观众进行交流,更加深入地参与到节目中来,增强观众的忠诚度和信任感。最后,视频传播高速化还将促进节目内容的优化创新。由于节目可以更快地被观众看到和反馈,节目制作方可以根据观众的反馈和市场需求及时进行节目内容的调整。这将使节目更加符合观众的口味和需求,在愈发繁荣的新媒体、互联网产业下扩大规模、增加收益。总之,随着网络技术的不断发展和新媒体、互联网产业规模扩大,视频传播的速度将越来越快,为网络综艺节目的传播带来革命性的变化,也将为观众带来更加丰富多彩的视听体验。

#### (三) 节目形式年轻化

随着社会发展和时代变迁,年轻观众逐渐成为综艺节目市场的主导力量。为了更好地吸引年轻观众,网络综艺节目在形式上也必须做出改变,以迎合年轻人的审美和娱乐需求。在繁忙的现代生活中,年轻人很难抽出大量时间观看一档完整的综艺节目。因此,短视频化的网络综艺节目更符合他们的观看习惯。也就是说,年轻群体通常喜欢观看时长较短、内容紧凑、节奏明快的内容,这也是“影视剧解说”频道爆火的原因。如果网络综艺节目也能够适应年轻观众的这一需求,将得到更加规模的传播和影响,在短时间内吸引观众的注意力并提供足够的娱乐感。当然,年轻观众更喜欢参与度高、互动性强的节目。传统的综艺节目往往是单向传播,观众只能被动地接受节目内容。而在网络综艺节目中,观众可以进一步参与互动、讨论分享等,甚至是直接参与到节目录制或制作中来,大大增强了他们的投入感、满足感。如果能够适应这一趋势与观众需求,开发此类创意性、互动性强的节目,也将能够在众多网络综艺节目中脱颖而出,也在年轻群体中掀起更大的风潮。最后,在物质生活越来越丰富的今天,年轻人更加注重精神生活的品质和意义。一些网络综艺节目开始关注社会热

点问题和公益事业,通过节目传递正能量和价值观,增强观众的社会责任感和归属感。笔者认为也对于年轻一代的思想政治教育任重道远,实际上此类节目形式中也可以融入有社会价值与意义的内容,对年轻观众形成进一步影响。综上所述,在网络综艺节目的短视频化趋势中,节目形式年轻化愈发明显。只有迎合年轻观众的审美和娱乐需求,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。因此,制作方需要深入了解年轻观众的喜好和心理特点,不断创新节目形式,以满足他们日益增长的娱乐需求。

#### (四) 节目制作精细化

在短视频时代,观众的注意力被极度分散,为了吸引观众的眼球,节目策划需要更加精细化。从节目主题的确立,到节目内容的构思,再到节目环节的设定,每一步都需要进行深入的研究和精细的策划。如,一些成功的网络综艺节目,其主题和内容都紧密围绕目标观众群体,针对他们的兴趣和需求进行精细化策划,从而取得了良好的播出效果。与此同时,节目的制作也需要更加精细化。这主要体现在画面、音效、剪辑等各个方面。画面需要更加精美,音效需要更加逼真,剪辑需要更加精准。如,一些网络综艺节目在制作过程中,会采用多种拍摄手法和技巧,如航拍、微距拍摄等,以呈现出更加精美的画面效果;同时,还会采用多种音效处理方法,如立体声、环绕声等,以营造出更加逼真的音效效果;在剪辑方面,则会更加注重节奏感和情节张力,以吸引观众的注意力。此外,节目的营销也需要更加精细化。这主要体现在目标观众的定位、营销渠道的选择、营销内容的制作等方面。目标观众的定位需要更加精准,营销渠道的选择需要更加多样化,营销内容的制作需要更加有针对性。如,一些网络综艺节目在营销过程中,会采用多种渠道进行宣传,如社交媒体、短视频平台、网络论坛等;同时,还会针对不同渠道的特点和受众群体,制作不同类型的营销内容,以吸引更多观众的关注。总之,在网络综艺节目短视频化的趋势下,节目制作的精细化体现出良好效果。只有不断提升节目的策划、制作和营销水平,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出,赢得观众的喜爱和认可。

#### 四、结束语

总而言之,网络综艺节目的短视频化传播已经成为新媒体时代的重要趋势,具有广泛的用户基础和市场潜力。未来,随着技术的不断进步和观众需求的不断变化,网络综艺节目短视频化将进一步呈现出内容多样化、节目形式年轻化和节目制作精细化等特点。相关从业人员需要紧跟时代潮流,不断创新和探索,以满足观众的需求。同时,也需要注意视频内容的版权问题和传播规范,保障行业的健康发展。

#### 参考文献:

- [1] 江东海.立足优势 不断创新——媒体融合背景下电视节目的短视频化传播策略[J].新闻文化建设,2022(24):146-148.
- [2] 冷婷婷.新媒体环境下电视节目短视频化的媒介融合传播策略[J].中国传媒科技,2022(06):93-96.
- [3] 张雅茜.融媒体时代电视节目的短视频化传播研究——以《谢谢你来了》为例[J].视听,2022(04):77-79.
- [4] 宋亦涵.电视综艺节目的短视频传播研究[D].南京师范大学,2021.
- [5] 孝旭.媒介融合背景下传统电视节目的突围——以电视节目短视频化发展为例[J].视听,2019(03):121-122.