

融媒体视角下新闻传播的短视频化发展策略分析

饶燕

(成都艺术职业大学, 四川 成都 610000)

摘要: 随着移动互联网技术的迅猛发展和现代通信手段的广泛应用, 新媒体时代悄然降临, 传媒行业实现了转型和重构。短视频这一全新的新闻传播方式逐渐成为网民获取信息、获取服务实现互动交流的重要载体。然而, 短视频的出现也使电视媒体的发展受到影响。若要吸引公众的注意力, 提高信息的传播效率, 新闻工作者应有效利用短视频进行新闻报道, 适应数字时代观众的消费习惯。基于此, 本文对融媒体视角下新闻传播的短视频化发展策略展开分析和研究, 以供同行参考。

关键词: 融媒体; 新闻传播; 短视频化

融媒体作为新时代的产物, 其是由各类媒体表现形式的相互融合, 共同发展而形成的全新表现内容, 它主要以“媒体”发展为前提, 在实现创新的基础上实现演变。传统的媒体与新兴媒体之间的优势互补, 有助于更好地创新媒体环境。而移动短视频的传播和发展, 也为电视媒体为代表的传统媒体带来巨大冲击。在此背景下, 电视新闻媒体则需要利用短视频的传播特征, 不断创新节目内容, 进而推进电视新闻短视频的传播。

一、融媒体和短视频概述

(一) 融媒体的概念

融媒体是充分利用媒介载体的一种新型媒体, 它在人力、内容、宣传等领域实现了资源整合, 由单一的媒体演变为多种媒体的融合机制。融媒体并不是一个独立的实体媒体, 它能够充分利用各类媒体资源的优势, 实现在功能、价值、手段上的全面提升, 它是一种科学化的表达方式, 在实践过程中具有显性的特点。

(二) 短视频的概念和特点

短视频作为一种通过多元化新媒体平台播放的媒介形式, 适应各类移动平台, 其时长较为灵活, 一般在几秒到几分钟不等。在内容表现上, 短视频融合了社会热点、幽默搞怪、生活技能等内容。鉴于其时长、内容特点, 可以单独成片也可以构成一系列的栏目, 不需要庞大的团队支持, 其制作门槛相对较低。

短视频的特点主要有以下几方面: 其一, 内容精炼且多元化。诞生于融媒体时代的短视频, 以其时间较短、内容精悍受到社会群体的广泛喜爱。其时间一般在 15 秒到 5 分钟之内, 虽然它的信息量有限, 但是它的内容较为丰富, 具有较强的创新性。短视频涵盖了明星八卦、社会焦点、民生百态等多领域, 和电视、广播等传统媒介作比较, 其在内容上的吸引力更强, 能够适应现代人的信息浏览习惯。其二, 传播机制趋于平等, 互动性强。和传统的媒体单向传播形式有所差异, 短视频平台能够实现信息的双向传播, 进而增强了受众群体的参与感。用户能够自主搜索感兴趣的内容和信息, 还能通过点赞、分享等方式表达个人的意见, 进而构建互动机制。第三, 信息传播迅速, 影响范围较广。短视频以其较为独特的媒体融合形式, 能够使信息传播更加生动, 调动公众的兴趣。在新媒体生态下, 短视频传播的路径更加多元化, 热门的内容有助于更好地实现扩散, 提高覆盖面, 吸引更多的受众群体, 进而产生相应的社会影响。其四, 短视频传播具有个性化的特点。个性化指的是短视频具有较强的创意性。在新媒体时代背景下, 短视频用户不断增多, 这些用户善于运用个性化、富有创意和创造力的制作手段产出短视频, 获得更多人的关注。精准化是指在短视频平台中利用算法了解受众群体的兴趣爱好, 进而精准推送信息, 满足受众群体的多元化信息需求, 获得更多受众群体的喜爱。

二、短视频对新闻传播的影响

(一) 新闻观念的革新

短视频的蓬勃发展使新闻的传播形式发生变革。在传统媒体时代, 新闻传播都是局限于事实的陈述, 而短视频更加注重观众的体验和感受, 进而赋予新闻一定的故事性。短视频新闻能够呈现出生动的视觉画面和紧凑的叙事手法, 有助于调动观众的注意力, 更快地实现信息传递。这种以个体故事映射的社会现象, 能够使新闻内容以更加立体化、直观化的形式呈现, 进而提高了新闻的整体传播力和影响力, 有助于触动观众的内心, 进而使信息更加深入人心。因此, 短视频能够改变新闻的呈现形式, 并且深入到新闻的内核, 更加注重受众群体的情感体验。

(二) 新闻模式的重塑

随着短视频的迅猛发展, 也使其成为新闻传播领域的重要力量, 有助于新闻机构更好地调整发展战略, 以更加灵活的方式产出新闻内容。在短视频时代背景下, 新闻创作不局限于传统的新闻报道和电视播报, 它能够以更加新颖、多元化的方向发展。新闻机构开始探索如何在短时间内向观众传递更加精炼的内容, 并从中引入动画、图表等元素, 丰富短视频内容, 增强短视频的创意性, 使视频信息变得更加引人入胜。与此同时, 新闻生产也更加注重用户的实际体验, 鼓励观众以评价、分享的方式进行新闻故事延伸, 这也能够增强新闻传播的互动性, 呈现出动态化的效果。这种变化对于新闻媒体机构来讲是机遇也是挑战。

(三) 新闻消费模式的转变

短视频的发展也使新闻消费的方式出现明显变化。在融媒体时代背景下, 观众对新闻的获取方式和偏好出现改变, 更加侧重于利用短视频平台获得信息。短视频平台的便捷性较强、互动性较强, 它能够满足当前受众群体对新闻的消费需求。观众能够利用移动设备在任何时间和任何地点观看短视频, 这种方式能够进一步节省时间, 进而增加了新闻消费的灵活性。除此之外, 短视频平台能够推算出观众更能接受的内容, 这也增强了新闻的吸引力。然而, 这种消费模式也出现了信息过载和真实性的问题。短视频的资源庞大, 观众在观看的过程中难以有效判别其真实性。因此, 新闻机构在适应全新的消费趋势的同时, 还需要提高新闻内容的质量, 保障新闻传播的真实性。

三、融媒体视角下新闻传播的短视频化发展策略

(一) 提高新闻节目人员素养

现代受众群体面对丰富多彩、各式各样、新颖别致的短视频内容, 他们的需求和审美要求更高, 缺乏亮点、内容一般的低质量电视新闻节目不但无法吸引受众群体, 反而会引起更多受众群体的吐槽和批判。为此, 电视新闻节目制作人员自身的压力也较大。为了制作出更加优质的电视新闻短视频内容, 提高短视频的传播

效率,电视媒体应注重节目制作人员自身的素养。

首先,电视媒体需要优质的人才储备,强化人才培养工作。一方面,电视台可以与各大高校加强合作,大力实施产教融合的教育模式,引进电视新闻专业的优质人才,为节目的短视频化发展储存更多的高素质、高技能、高学历人才。另一方面,电视台应加强对现有人员的培训。电视新闻短视频传播包括互联网、短视频等要素。电视台除了需要夯实制作人员自身的专业素养,还需要重点关注新闻技术、视频处理、视频剪辑等技能的培训,强化人员自身的专业素质能力。

其次,新闻制作人员应加强自我的学习,采用创新理念提升自我,结合时代的发展做到与时俱进。制作人员应树立互联网思维和媒体思维,转变以往的电视新闻制作理念,为电视新闻短视频传播打下坚实的基础。制作人员还应注重自身新闻专业素养的发展,积极参与到点位培训工作中,增强自身的综合素质能力,真正成为符合融媒体时代要求的电视新闻制作人。

(二) 打造高质量短视频新闻

电视新闻短视频传播的过程中,短视频的内容和呈现形式尤为重要。一方面,在短视频创作中,应坚持“内容为王”的原则,注重短视频内容的原创性和新颖性,能够反映一些社会问题。短视频传播的影响力和效果与其品质具有密切的关系,短视频化的新闻传播并不只是将新闻从大屏幕搬到小屏幕,而更加侧重于短视频的优质化发展,增强其品质,丰富其内涵。在内容为王的时代背景下,电视媒体应保证短视频内容具有创意性,也需要从短视频的细节中折射出内涵,提高短视频的质量。为此,电视媒体节目制作人员应做到与时俱进,打破以往的新闻传播理念,从选题、策划、编辑等诸多领域传达出生动的短视频内容。另一方面,创新短视频的外在呈现方式。受众群体对短视频的需求不断提高,这就需要电视媒体制作人员基于受众群体的需求,不断丰富短视频的内容,为受众群体呈现出更加优质的信息内容。例如,运用文字、音乐、动画等要素,从特效、语态、叙事等多个角度创新外在形式,传递出更加优质的信息。

(三) 引入先进大数据技术设备

在融媒体时代背景下,技术手段落后则是当前电视新闻短视频化传播的重要问题。因此,加快短视频和电视新闻的融合速度,有效利用先进的技术设备十分关键。首先,利用大数据、智能算法了解当下受众群体喜爱的内容,进而选择相应的新闻信息实现精准推送。目前,很多电视媒体制作的短视频新闻在发布后无人关注,点赞、评论、分享的数量并不多,主要原因在于他们并没有研究透彻受众群体的信息需求。为此,利用大数据和智能算法了解受众群体的喜好、观看时间段,更加精准地推送短视频新闻。深入分析不同新闻受众群体的观看、浏览和点赞数据,能够精准推送此类新闻。其次,在拍摄和制作短视频的过程中引入新技术。拍摄短视频期间,可以采用虚拟现实技术、增强现实技术、无人机等技术进行拍摄,进而拍摄出多角度、多景别的画面效果,将其剪辑成短视频,吸引更多的受众群体。在制作短视频的过程中,剪辑人员可以利用专业的剪辑模式,引入专业的剪辑技术,更好地进行短视频制作,提高制作的整体效率。近年来,UGC模式引人关注,这种模式下的短视频用户是受众群体,也是新闻的发布者和参与者,这一模式的应用有助于从业人员拓宽视频咨询的来源渠道,进而利用UGC让更多受众群体成为素材来源者,进一步弥补新闻记者难以第一时间获取新闻资讯的问题。

(四) 构建大屏小屏联动机制

移动互联网快速发展的背景下,观看短视频新闻成为当前大

众日常生活的常态。短视频作为新闻传播之外的全新媒介形式,获得更多人的欢迎。在融媒体时代下,电视媒体应加强自身的建设,迎合时代的发展趋势,积极构建大屏、小屏互动机制,强化电视节目的传播效果,扩大其影响范围。电视媒体可以利用多视频的社交属性,围绕着新闻节目创设热门话题,创设特定的话题社群。在节目播出后,可以鼓励观众根据内容进行线上交流和沟通,进而发现短视频新闻中的问题,强化改进工作,促进新闻信息的广泛传播和深入影响。

除此之外,电视台还可以利用短视频平台,构建节目主持人和嘉宾之间的互动,进而提升电视节目观众的关注度。电视媒体可以自主打造专属的平台,专注于生产高质量、有深度的新闻内容,构建具有独特价值的短视频生态,不断丰富新闻的呈现形式,强化主流价值观的传递,增强了信息传播的广度和深度。

(五) 强化短视频平台责任意识

短视频平台在推送新闻传播时,应承担起社会责任,做好信息咨询的筛选和鉴别。首先,短视频平台应建立严格的内容审核机制,避免出现有害的信息传播。这就需要在人工审核的基础上结合算法,对所有上传的信息进行鉴定和审核,确保内容合规、真实。一旦发现不良的内容,则需要对已发布不良信息的短视频创作者进行查封账号,确保短视频平台维持良好的氛围与健康生态环境。其次,短视频平台应加强与新闻媒体机构之间的合作,制定新闻传播的标准制度,进一步提升媒体新闻的质量。最后,短视频平台还应积极参与各类公共教育活动中,举办相关的线上线下活动,加强公众对新闻真实性的鉴别能力。这一系列的措施能够使短视频平台加强自身品牌建设,增强自身的社会责任感,并且营造一个良好的新闻传播生态环境。

电视媒体也需要树立典范,始终秉持着较强的社会责任感,坚决抵制新闻中的“三俗”(庸俗化、低俗化、媚俗化)问题,进而提升短视频新闻的质量,确保其内容的高质量 and 精品化。与此同时,电视媒体的新闻监督团队还应加强对平台评论区的管理力度,如果发现用户发布了不良言论或有害言论,并且构成了不良社会效应,则需要立即删除和屏蔽信息,维护健康的网络舆论环境。

四、结语

综上所述,在融媒体的时代背景下,短视频占据传媒市场的重要地位,传统媒体受到巨大的冲击。因此,走电视新闻与短视频融合传播之路,是实现电视媒体转型升级的重要方式。电视媒体应担负起社会责任,树立新闻短视频化传播的创新理念,构建以短视频为载体的电视新闻传播机制,坚持打造个性化、精品化的短视频新闻内容,引入先进的技术手段,实现多屏联动,进一步增强电视新闻的传播力。

参考文献:

- [1] 许庆平. 融媒体视域下电视新闻短视频化路径探究 [J]. 西部广播电视, 2023, 44 (24): 69-72.
- [2] 徐凌云. 全媒体时代电视新闻短视频化的发展策略探析 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (22): 138-140.
- [3] 相里佳璐. 新闻传播短视频化转型发展的策略探析 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (14): 80-82.
- [4] 魏凌锋. 如何实现电视新闻短视频的有效融合传播 [J]. 记者摇篮, 2023 (07): 78-80.
- [5] 原蕊霞. 新媒体语境下电视新闻短视频化的传播策略 [J]. 西部广播电视, 2022, 43 (23): 99-101.