

短视频报道的“时、度、效”把握

洛桑卓玛

(云南师范大学传媒学院 云南昆明 650500)

摘要: 短视频的出现和发展很迅速, 这背后是网络技术的突飞猛进, 网络充斥着我们的生活, 生活的点点滴滴都在互联网上, 我们的生活已经无法离开网络, 离不开网络。网络的便捷是加快了短视频的传播速度, 在每一个又只能手机的地方, 有网络的地方, 短视频可以无孔不入, 无微不至。

关键词: 网络短视频; 互联网; 时代变化

短视频低门槛、零基础的使用基础, 造就了今日对其的喜爱。每个人都可以在这个平台上找到自己感兴趣的话题, 同时可任意展示自己的才艺、心情、自己的日常生活、宠物、家人、分析专业知识等等。这样的平台不需要很多使用成本, 只需要有兴趣、有时间, 谁都可以在这个平台上游刃有余。

一、短视频的特点

(一) 移动短视频

短视频最终在终端的体现是移动的, 智能手机的普及给了短视频随处移动的可能性。因此, 移动短视频就是“以智能移动终端为主要的传播渠道、具有播放时间短、创作门槛低、用户粘性强、内容多元性的特点, 契合了公众碎片化消费的需求和体验。”¹

(二) 低门槛的短视频

首先短视频的收看门槛低。用户观看短视频不需要有很高的学历要求, 不需要特别高的经济成本, 只要是一个健全的现代人, 都可以零门槛进行观看。

其次创作成本低。有了上面所说的这些条件, 创作成本也几乎不是问题。排除专业的视频制作, 普通人的视频拍摄真的很简单。只要用户慧使用智能手机的触屏, 拍摄一段短视频基本不需要任何拍摄技巧。

最后, 审核标准低。短视频内容质量问题是还需要提高的重点, 鱼龙混杂的短视频内容虽然出自广大的人民大众, 但提高大众的审美比单纯的发表所有内容好得多。

(三) 碎片化的短视频

短视频的魅力在于, 短小。几秒的视频长短不需要扑朔迷离的剧情, 不需要长久等待的心情焦灼, 几秒钟观众就知道这个视频的所有。这是很好的传播手段, 短时间内的刺激传播, 短时间的注意力集中, 这样的形式对于宣传具有很好的效果。新闻信息通过短视频形式传播更具有亲民性, 大字加上具有渲染力的音乐, 烘托出新闻信息所蕴含的事件气氛, 给观众很好的接受情绪, 这样的传播手段是碎片化的, 但也是快速将最重要的信息传播出去。

(四) 娱乐性的短视频

短视频的最终目的时娱乐。和电视电影一样, 就是进行消遣的工具, 短视频的低成本娱乐方式更加受欢迎。个性化的内容根据自己的喜好可以选择, 关键是不需要征求别人同意, 这应该是最好的结果, 毕竟没有人喜欢真心的顺从或者听从别人的建议委屈自己, 但也不想让自己显得太气。但移动终端得到了个性化娱乐, 无论是看长视频还是短视频。

(五) 亲民的短视频

说亲民, 是短视频的内容创作都很草根, 每个人都可以进

行发布, 而大多数人发布的视频都是他们的日常生活, 是民众身上发生的、身边发生的事情。因此, 短视频抛开真假问题, 内容比较生活化, 而且还很容易让观众获得认同感、亲近感。

二、短视频的内容组成

(一) 商业类

商业类的短视频类型包括纯粹的广告片、或者视频博主直接靠视频卖东西, 还有各类资本运作下的视频, 最大目的就是赚钱。这些视频很多, 有些短视频博主本来不是打广告的, 但在粉丝量增加之后, 就自然而然地吸引了广告, 利用自己的特色, 绘声绘色地引导你去喜欢所要宣传、要打广告的那个产品。

(二) 生活类

所谓的生活类也有很多, 每天分享自己的日常生活的短视频类型是很大的占比, 这些甚或日常可以很琐碎、很无聊、很莫名其妙, 但就是每天都有人发, 所以数量足够。但生活类的账号很多就是最个人的分享, 这些分享的出发点就是为了记录他们自己的每一天, 因此内容五花八门, 很是丰富。

(三) 专业性强的类型

专业性强的短视频也包括很多类型, 科普类的短视频会分享很多专业科普问题, 对世界充满好奇, 希望视频又一定可行度的观众很喜爱的视频类型。这样的视频博主一般会有一些的专业能力和专业素养, 学历高、甚至有科研水平, 这样的博主一般的公信力也很好。但也有专业性很强但可信度不高的短视频账号, 这样的账号需要观众自己甄别, 还需要一定的法律来约束。

(四) 新闻资讯类

在短视频内容类型里, 新闻咨询类的占比很大, 由于新闻资讯类的账号一般都是官方账号, 因此比起私人账号, 视频更加专业化、更具有权威性。当然, 很多政府部门都开通了短视频账号, 也算是这一类账号类型。

三、短视频持续存在的原因

(一) 技术发展带来的必然趋势

当网络 and 智能技术更加飞速进步, 我们必须承认, 短视频更符合新的生活方式。和互联网成长起来的一代已经成为网络的主要用户, 这些人从小和网络成长, 知道网络的发展历程, 知道技术的进步历史, 他们是网络发展的见证者。

(二) “量身定制”的内容

这是计算机的算法结果, 一个人对某类视频感兴趣, 不断观看同类视频, 算法记录了这一过程, 并且给用户实时推送最符合这些类型视频的同类视频。因此, 每个人的视频观看类型都是符合个体的观看需求、迎合个人兴趣爱好的。

(下转第 56 页)

(上接第 54 页)

四、把握短视频优势成就更好的信息传播

(一) 提升短视频的质量

一个传播媒介想要存活得更加成就，就需要更优质的内容实质。现在的短视频很多是普通人的个人展现的地方，充满娱乐性，优质内容的缺失是目前短视频面临的最大挑战。用户对优质内容的需求是不断增长的，市场需求很大，但供应不足，每天用户上传的视频数量，和所需的优质内容不成比例，视频的价值和意义还需要不断提升。

(二) 不断完善网络短视频监管体系

网络短视频的准入门槛低，这背后对监管体系的要求需要更加严格。为保障网络短视频的优质和网络安全，相应的部门需要完善制度体系，各个短视频平台要建立更成熟的、健全的

监管和准入机制。

五、总结

网络短视频成本低，准入门槛也低，这样的形式是网络成为目前最具有传播效果的新形势。在认识和不断学习这些新形式的过程中，我们享受到了短视频带来的娱乐、便捷，当然也有沉迷、沉醉，无法自拔的情形。只有正确对待短视频，让自己成为合格的短视频平台用户，恰如其分地表达自己，提升质量，短视频的传播效果的优势会利用得很好。

参考文献：

[1]曾洁.5G 时代短视频的内容逻辑与媒体转型新思路[J].出版广角.2019 年 09 期.

[2]潘曙雅王睿路.资讯类短视频的“标配”与前景[J].新闻与写作.2017 年 05 期.