

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小气。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.