

新媒体短视频在新闻宣传中的创新应用

唐天祺

上海音乐学院 上海 200031

摘要: 日渐发达的网络系统带动了短视频应用市场的扩大,而短视频应用的扩大为新媒体市场的发展带来了新的方向和机遇。传统媒体的有利转型方向之一即为将新闻报道内容与短视频的传播方式相结合进行新闻传播。该转型旨在充分利用短视频的传播优势来进行新闻内容的传播,具体包括日常新闻、电视台新闻等。通过改种转型方式,不仅可以将新闻内容短视频化,还可以将短视频新闻化,有助于新闻传播速度的提升和新闻影响力的提升。

关键词: 短视频; 新媒体; 新闻宣传; 融合媒体

The Innovative Application of New Media Short Video in News Publicity

Tianqi Tang

Shanghai Conservatory of Music, Shanghai, 200031

Abstract: The increasingly developed network system has driven the expansion of the short video application market, and the expansion of the short video application has brought new directions and opportunities for the development of the new media market. One of the favorable transformation directions of traditional media is to combine the news report content with the communication mode of short video for news communication. The transformation aims to make full use of the communication advantages of short videos to spread news content, including daily news, TV news, etc. By changing the transformation way, the news content can not only be short video, but also the short video news, which contributes to the speed of news communication and news influence.

Keywords: Short video; New media; News publicity; Fusion media

媒体转型发展趋势促进多媒体融合发展,多媒体融合发展中多呈现短视频优先融合的发展趋势。在此背景下,如何将传统媒体与新兴发展的媒体进行有效融合成为当前多方关注重点。如何运用新媒体展开传统媒体的工作成为多方研究热点。传统媒体要在新兴媒体火热发展的趋势下保持以往的发展劲头,就需要传统媒体进行适当创新,包括传播内容的创新和传播手段的创新。通过将传统媒体与短视频相结合的方式无疑有助于传统媒体占领舆论市场。将短视频作为新闻传播的一种新型媒介,有助于新闻传播更入大众视野,改善新闻传播严肃刻板的印象,使新闻传播穿上生动的外衣,从而有效提高新闻传播的范围覆盖率。

1 媒体新闻宣传工作面临的瓶颈

1.1 社交媒体的蓬勃发展抢占主流媒体份额

信息发展是迅速的,其带来的社交媒体平台的建立也是迅速的。迅速的发展容易造成管理空缺,出现管理不严格、管理不全面等现象。导致某些平台将流量放在首位,而忽视正确社会价值观的传达。更有甚者,不惜利用虚假新闻或传播谣言的方式吸引眼球,提高流量。这类平台的做法严重扰乱了新闻传播的正当性和严肃性,为正确的新闻传播增加了困难。

作者信息:

唐天祺,男(1993.6-),汉族,江苏苏州人,硕士,助理研究员,研究方向:数字媒体艺术研究。

1.2 新闻传播手段亟待创新

互联网的迅速发展为每个人提供了自我发声平台,平台用户可以自由发表自己的见解。互联网平台在加大用户自由度的同时也容易造成舆论鱼龙混杂的现象发生。如果主流媒体无法掌握互联网发声主动权,就会丧失在热点问题中的价值观导向关键阵地,而不实言论的随意传播、不理智言论的恶意传播等有可能会遭到不法分子的利用,最终造成严重的舆情事件。在互联网高速连接全球个体的大环境中,任何一个问题都有可能通过舆论传播放大为下一个引起众多关注的热点问题。这更强调了主流媒体占领舆论重地的重要性。让大多数人把握真理,才能减少这世上随时可能会发生的谬误。如今,中国的发展更为迅速,在与国际接轨的重要关口,更要把握好意识传播的正确性和有效性。

1.3 国内外舆论环境复杂多变

经过改革开放等一系列国家发展政策的实施,我国的国际地位逐渐提高。但国外仍有一些国家利用他们的舆论传播一些对中国不利的言论,企图降低我国的国际形象。而在国内,一些拥有众多粉丝数量的网络红人通过发表一些过激的、不实的、谬误的、与主流价值观相悖的言论来吸引眼球,意图提高自身流量,这种错误价值观的传播需要主流媒体的正确引导。

2 新媒体短视频新闻的优势

2.1 新媒体短视频的固有特点和新闻宣传的传播特色相吻合

短视频的长度通常在 5 分钟以内,它的内容短小而精炼,有时短视频的视频长度甚至会更短,仅有 1 分钟甚至十几秒。新闻消息的内容具有简短、客观、快速等特点,很好的符合了短视频的传播要求。故而,利用短视频的形式来进行新闻消息的创造和传播,不仅是传统媒体的一种创造性传播方式的改进,也更加符合当下大众接收信息的习惯。此外,通过短视频的方式进行新闻消息的传播,也可以在很大程度上减少传统新闻制作流程的工作量。在传统制作新闻消息过程中,需要主播、记者、后期编辑等的参与。而短视频形式可以使新闻随时随地生成,利用平台的剪辑功能与发布功能,极大程度上减少了传统新闻内容制作流程的繁琐程度。这无疑为传统新闻媒体类短视频占领互联网舆论市场提供了独家条件。

2.2 短视频天然的社交属性增加了新闻的互动能力

短视频具有天然的社交属性,现在的短视频发布平台都会提供用户即时发布短视频功能、用户即时评论短视频功能、用户即时转发短视频功能、用户即时收藏短视频功能、用户即时点赞短视频功能等。这些功能将世界人民联系在一起,将平台用户联系在一起,将平台外用户联系在一起,提高了用户参与度,构成了短视频的社交属性。短视频的这一特性,使新闻消息利用短视频方式进行传播时,可以满足用户在观看短视频新闻消息的过程中发表自身的意见和论断的需求,增加了人民的新闻参与度。通过短视频的方式进行新闻消息的传播具有独特的便捷性和快速性,有助于增加大众对新闻的接收程度和认可程度,也有助于新闻覆盖率的提升,而这正是传统新闻媒体不懈努力想要达到的目标。

3 新媒体短视频在新闻宣传中的创新应用

3.170 周年国庆阅兵报道:全景直播外的副话题矩阵

2019 年 10 月 1 日,中华人民共和国成立 70 周年之际,我国在天安门广场隆重举行阅兵仪式。在该次阅兵事件新闻传播中,采用了多种新闻传播媒介。一种是全景现场直播的报道模式,一种是短视频的传播方式。全景现场直播主要是对阅兵仪式进行完整的全面的报道,而短视频的传播方式主要是对阅兵仪式中的精彩时刻进行快速报道。以人民日报制作的短视频为例,短视频投放平台是微博,主要投放内容是阅兵过程中的多个精彩时刻的混剪,保持了短视频的时常特点,使之符合大众接收信息的习惯。此外,人民日报制作的短视频也形成了全景直播外的副话题矩阵,即围绕阅兵仪式而衍生出来的一系列周边报道。他的周边报道主要包括两个方面,一方面是彩排的精彩瞬间,另一方面是对其他短视频作者发布的短视频的二次创作。彩排的精彩瞬间在传统新闻发布过程中是被省略的部分,通过短视频的形式将这一部分发布出来可以极大提高观众对阅兵仪式的期待感。例如在其中一个短视频中出现的几秒香港光头警官

的镜头引发了观众的极大兴趣,使该视频播放量迅速上升,为国民对国庆周边话题的讨论打开了新渠道。对其他短视频作者发布的短视频的二次创作中,对 UGC 的作品进行的二次创作令人印象深刻。关于“1949 年空车”内容的制作和传播,获得了大量观众的关注,人民日报在此过程中,不仅尊重了网友的作品,更重视用户体验,打造了成功的副话题矩阵。

3.2 康辉 Vlog:主场外交报道的第一视角

Vlog 是短视频发展过程中产生的另一种以第一视角为主的、对个人真实生活进行客观记录的、富有个性化特点的视频产品。其于 2012 年产生,后逐渐发展,于 2018 年达到顶峰,有极大受众。2019 年 11 月,央视著名主持人康辉开始了 Vlog 记录之旅。康辉的 Vlog 一经播出,就吸引了大量观众,随之而来的议论也越来越多。康辉的这一举动无疑是央视进军短视频的成功举措。而使康辉的 Vlog 获得广泛关注的根本原因在于其在进行时政新闻传播的过程中,带来的第一人称背景下的真实感与新闻参与沉浸感。仅仅通过一部智能手机进行的时政新闻传播,与传统的严肃的时政新闻传播背景截然不同,为观众提供了站在第一线收获新闻事件的平台,观众可以体验到从未体验过的真实感。例如康辉的 Vlog 中呈现的央视主播行李内容,一下子拉近了观众和央视主播间的生活距离和心理距离。同时,在康辉的 Vlog 的中采用的语言方式也不再是传统央视主播的新闻播报语言,而是用生活化的语言,拉近了观众距离。此外,康辉的 Vlog 的记录也是生活化的、碎片化的,打破传统外交新闻的直线叙事方式,语言叙述更加生动,更加有趣,提高并保持了观众的关注兴趣。该行程中共发布 8 个 Vlog 短视频,时常均在 3 分钟内,高度凝练了视频内容,使视频播放内容做到重点突出,抓住观众的眼球,给观众形成视觉冲击,为观众营造临场效果。接地气的语言风格和视频内容,为主流媒体占领舆论高地打开了新渠道,也增加了主流媒体的影响力,扩大了主流媒体的传播范围。

3.3 丁真走红:脱贫攻坚战中的新媒体优势

网络上流传一个短视频,视频中的背景使辽阔的草原,视频中的人物使身穿民族服饰的少年。视频一经播出就引发广泛关注,被誉为“野性与纯真并存”。视频主人公即为丁真,但视频所在地是四川省甘孜藏族自治州理塘县,一个刚刚摘下贫困帽子的县城。随着丁真的走红,当地官方聘请丁真为该县旅游形象大使,使得该地的旅游业有了极大的发展。全国多个地区也向丁真发来邀请,多个媒体也对丁真所在地区的风景进行了详细的景点介绍,想要为当地旅游业发展做自己的贡献。经过这一系列的努力,四川各地景区的旅游量得到了量的提升、质的飞跃。此外,甘孜藏族自治州趁热打铁制作了以丁真为代言人的旅游宣传片,并制定相应的景区门

票、住宿酒店、铁路飞机等减免政策,进一步带动了当地旅游业的业绩,仅仅9天,甘孜藏族自治州内的13家景区接待的外来游客的数量达到历史新高,增长率超过110%。

4 新闻短视频在新闻宣传中的策略实践初探

4.1 和传统媒体深度报道相依相存互为补充

短视频这种信息传播手段有其独特的细碎性,使得使用短视频这种新闻传播手段播放的新闻事件很容易缺乏原本的完整性和系统性。尽管短视频的新闻传播方式在一定程度上弥补了以往的传统新闻不具备的动态性和瞬间捕捉性,因为以往的传统新闻通常采用文字和图片相结合的方式对新闻内容进行叙述,而短视频可以更加动态化的进行新闻内容的呈现,但是短视频受限于视频时间较短这一固定约束,使得在使用短视频这一信息传播手段时无论是从新闻内容的广度来说,还是从新闻内容的深度来说都较传统新闻叙述方式略有缺陷。而通过媒体融合的方式,一方面可以通过短视频的播放形式增加新闻的真实性和直观性,另一方面可以通过文字与图片相结合的传统新闻的叙述形式保障新闻事件的完整性和系统性。通过一次事件多种新闻传播途径相结合的方式,使更多的观众参与到新闻事件中来,形成更大的新闻覆盖率和更强的舆论影响力。例如在民生监督中,短视频以“伴随式”的方式打破的原本民生监督事件中的固有流程,采用“先直播,后浓缩”的方式增加民众参与度。例如短视频作品《黑心!实拍拼多多热卖纸尿裤工厂》就通过该种方式揭露了拼多多廉价纸尿裤的背后不专业的纸尿裤生产方式。该视频引发热议,成功使拼多多全面下架散装纸尿裤。

4.2 新闻短视频要强化团队主题报道的新闻策划和创新能力

短视频的创作是有难度的,它需要在短时间内抓取到内容的关键信息和能够引发观众关注的注意点。因此,在进行短视频创作中,需要包括策划等工作。需要提前安排好视频内容,对视频内容进行适当的取舍,写完整的脚本等工作。因此,短视频的新闻创作应该与传统新闻制作过程相似,具备完整的、系统的、可执行的具体

流程。将多部门综合在一起,详细分配各部门工作,最终实现新闻短视频的高效制作。短视频制作人需要对短视频制作过程中涉及到的主题的选定、内容的选定、形式的选定、制作进度规划等进行全面掌握,及时抓取报道方向,并确认新闻事件的正确性和客观性。通过一定的视频内容调整,保障视频播出效果。如果缺少精心的策划和精心的制作,新闻短视频就很难达到预期想要的效果。另一方面,新闻短视频与其他短视频的显著不同点在于新闻短视频的真实性。通过短视频的方式使新闻内容的传播方式更加贴近大众的生活,更容易给大众带来真实的感觉,使大众意识到原本感觉距离很遥远的新闻事件如今就好像发生在自己的身边。这样的新闻传播方式为大众带来了全新的新闻感受和新闻认知。

5 结语

新媒体平台的建立和发展,短视频传播形式的出现和发展,为传统媒体的发展提供了新机遇。在新媒体和短视频的迅速发展的背景下,传统媒体需要不断进行创新和改进来实现自身发展的平衡,为此,新的传统媒体的内容生产方式和新的传统媒体的内容传播方式亟待形成。新媒体平台的发展和短视频传播形式的发展可以成为传统媒体发展的基础,为传统媒体进行海量数据的收集和归纳提供了新渠道新方法。采用新媒体平台进行新闻短视频内容的传播,使新闻的传播方式更接近人民的生活,对传统新闻外的副矩阵内容展现调高了人民在新闻传播过程中的参与度,对传统新闻外的生活化内容展现拉近了新闻工作者和普通观众的距离,缩短了人民与新闻事件之间的距离。不仅完成了传统媒体的新闻内容传播,而且为传统媒体的新闻内容增加了独有的特色。

参考文献:

- [1] 段晶.新闻宣传对新媒体的有效运用探讨[J].新闻传播,2022(06):117-118.
- [2] 唐勋江.如何加强短视频在新闻传播中的“生命力”[J].新闻传播,2022(04):41-42.
- [3] 孔兵.新媒体时代电视新闻宣传创新对策分析[J].大观(论坛),2021(12):98-99.