

新闻评论类短视频的传播策略研究

马 慧

西安科技大学高新学院 陕西西安 710109

摘 要：“新闻评论是新闻宣传的旗帜和灵魂”，发挥着不可替代的重要作用。短视频时代，公共话语权进一步向受众转移，短视频成为媒体新闻信息分发的主要渠道，新闻评论类短视频凭借着多元化、共享化和互动性等优势在话题设置、深化新闻报道、舆论引导等方面也发挥着愈加重要的作用。本研究采用案例分析法，对短视频新闻评论类博主账号内容、传播形式、传播效果等进行统计分析，发现新闻评论与短视频的结合可以充分发挥两者的优势，能够实现意见性信息的快速、广泛传播，而新闻评论员个人的评论水平是直接影响传播效果最重要的因素，除此，评论员口头表达的水平、视频制作的质量等都会对新闻评论的传播产生影响。

关键词：短视频；新闻评论；传播策略

学者杨娟在其《网络与新媒体评论》著作中认为：“网络与新媒体评论主要指所有通过网络和新媒体传播的、具有原创性和新闻性的意见性信息。这种意见性信息可能是理性分析和议论，也可能是一种主观情绪表达。”据统计，目前运营短视频新闻评论类账号的博主，有媒体单位，自由媒体人，也有草根博主，评论主体构成较为多元。尤其是自由媒体人和草根博主，自身新闻评论水平有限，或刻意追求流量，对许多热点新闻事件的评论停留于感性层面，运用夸张的肢体动作，带有情感色彩的面部表情，使用“杀”、“死”等这样的字眼，引导公众情绪，情绪宣泄多于客观理性分析，污染了网络舆论空间，严重削弱了主流舆论力量。可以看到，做好网上舆论工作任务艰巨。不仅要认识短视频新闻评论的传播特征、规律，更要努力创新改进网上宣传，把握好网上舆论引导的时、度、效，使得网络空间清朗起来。

1. 短视频新闻评论的传播特点

1.1. 短视频新闻评论评论主体多元

因短视频注册、评论门槛低，所以评论的主体较为庞杂，评论水平良莠不齐。据统计，截至2024年6月23号，抖音短视频中共有50个长期从事新闻评论的账号，依据注册账号的类型，笔者将其分为媒体官方抖音账号、媒体人抖音账号和草根评论员账号。其中媒体官方抖音账号有9个，媒体人抖音账号有35个，草根评论员抖音账号有6个。抖音账号“新闻联播（主播说联播）”、“新闻姐”、司马南、丘震海、宋忠平、小强快评、主持人草小月、评论员刘雪松等

官方账号或媒体人账号的粉丝量或超千万级、百万级，“新闻姐”、司马南等人的账号获赞量更是超亿，展现出了巨大的舆论影响力。

从上述数据可见，目前媒体人（在职或自由媒体人）账号数量最多，职业大概分为编辑、记者、评论员、主持人四类，账号内容有新闻、新闻评论、社会话题评论等等，且有意见领袖出现，如丘震海、宋忠平、新闻姐等人。媒体官方抖音账号数量则非常少。除了中央广播电视台，广东、湖北、湖南、江苏地方广播电视台，大部分主流媒体和地方主流媒体还未开通或设置短视频新闻评论账号或栏目。整体来看，主流媒体、地方媒体在抖音短视频上的声量还非常小，舆论影响力远远不足。以“四万公里暴走哥”为代表的草根评论员，粉丝量也在一百万左右，传播影响力也较大，评论的话题涉及婚姻、两性、家长里短、热点新闻等，常以第一人称进行评论，充满了情绪性“我”的观念。

1.2. 短视频新闻评论强交互、强互动

受众在观看新闻评论类短视频时，可以进行点赞、评论、收藏、转发。点击转发界面可以推荐给朋友，可以建群分享，可以分享到朋友圈、微信朋友、qq空间、qq好友、今日头条等，还可以邀请朋友同步看视频。抖音短视频交互功能设计贴合受众习惯，且不断进行改进提升，拓宽了用户覆盖面，激发了用户使用软件的兴趣，也大大增强了用户粘性。如抖音账号“新闻姐”在2024年6月11日发布的内容：“预报图热到发黑 河北为何成为40℃酷热集中区？”这一期内容

的点赞量是25.1万，评论量是9.4万，收藏量是2.2万，转发量是21万。除此，抖音短视频会显示留言者的头像、地理位置，并支持点击留言者的头像就可以进行关注、交友等功能，这大大激发了用户互动的兴趣。如，抖音用户“星光灿烂”评论说：“河北得朋友，这是真的吗？（暗中观察表情符）”他的这条留言得到了5222个网友的感兴趣，众多地理位置显示河北的网友也进行了积极的盖楼式回复。在评论员杜忠平的一期解析“为何泰国高官都身穿‘军服’”的短视频内容中，就有网友“童话里”留言：“杜老师，你这期节目有点水”，还有网友留言质疑杜忠平评论：“拿自己国家的文化和政治衡量别国的文化和政治，是一种不了解，更是不尊重”，杜忠平和这位网友也进行了互动交流，吸取意见。可见抖音短视频新闻评论强互动的特点也是辅助新闻评论进行传播的重要因素之一。

1.3. 短视频新闻评论传播呈现阶段性

短视频新闻评论依靠转发点赞、系统推送等功能经常能实现病毒式传播，在刚发布之时就能极速的引发阅读和评论，等过了一段时间后（可能几小时或者几天），阅读、转发、点赞等增长速度就会越来越缓慢，或完全被其他更新的新闻评论所替代。如评论员刘雪松在2024年5月17日评论“连云港鬼秤事件”，他在当日13:36分发布的评论内容，6个小时之后，当日下午的19:36分，点赞量达到52.4万，评论量达到12.8万，收藏量9275，转发1.2万次，3天后，截至2024年5月20日21:36分，该评论内容点赞量58.9万，评论13.3万，收藏量1.1万，转发量1.7万次。这表明经过最初几小时的聚焦和快速的扩散后，该评论被转发和评论的速度明显放慢。

这种“病毒式传播”让有价值的意见性信息更快抵达受众，但也使得附着在虚假新闻、网络谣言、无价值信息等基础上的意见性信息满天飞，可能会造成群众极化、网络暴力等污染网络空间的问题出现。如，刘雪松在评论中说：“这哪像是管理方，分明像是利益团伙，难怪鬼秤被发现之后，摊主狂飙，商贩围堵，简直就是一伙的，你以为你找到了可以帮你维权的包公，没想到这厮居然就是个保护伞……”，刘雪松在进行新闻评论时对还未调查清楚的新闻事件下判断，并使用“利益团伙”、“一伙的”等词语不断刺激公众情绪，站在消费者一方（弱势一方）进行道德审判，严重扰乱了网络舆论空间。

2. 短视频新闻评论的传播策略

2.1. 利用“名人效应”，制作高质量短视频新闻评论

高质量的新闻评论依然是吸引受众观看的最重要的因素，在分析的50个样本中，评论员通过鞭辟入里的分析，给出一阵见血而又独到的观点，并对观点进行无懈可击的论辩依然是吸引受众持续观看，激发受众进行点赞、转发、收藏的重要因素。如评论员杜平、宋忠平、吕宁思、邱震海、刘雪松、文化学者司马南等，他们在新闻评论领域深耕多年，具备过硬的专业知识和评论能力。除此，他们还是新闻评论领域的“名人”，名人效应+高质量短视频新闻评论，评论传播的影响力度得到进一步扩大。除此，还有很多知名的主持人、记者等，虽然评论的水平不高，但其利用自身的名人效应，也能在短时间内吸引众多受众关注。

2.2. 精心打造短视频新闻评论小栏目

通过对抖音短视频中50个新闻评论账号进行分析后发现，不管是媒体官方抖音账号、媒体人抖音账号，还是草根评论员账号，都擅于打造自己的评论小栏目。如凤凰卫视评论员杜平打造的评论小栏目《杜平看美国》、《平论》等，宋忠平开设的小栏目《平评十分钟》、《最忠评论》、《评论上墙》等，小记杨威开设的《威观点》等固定小栏目，其栏目独具个人风格、特色。除此，也有临时开设的小栏目，如小强说开设的《小强说奥运》、评论员李炜开设的《俄乌局势深度分析》等，其针对一段时间内的重大新闻事件进行热评。还有媒体官方账号开设的新闻评论栏目，栏目名称就是抖音账号的名字，如贵州广播电视台的《零度时评》、湖北经视的《直播微视评》、广东广播电视台的《小强快评》、毕节市广播电视台的《主播看天下》、辽宁卫视的《说天下》、江阴市融媒体的《最江阴评论部》等等。媒体官方开设的新闻评论栏目一般定位较为清晰，风格统一，新闻评论内容质量较为稳定，品牌效应明显。

2.3. 注重短视频新闻评论整体形式设计

抖音短视频新闻评论账号都擅于使用各种元素进行包装，经过分析发现，媒体人抖音账号和草根评论员账号头像设置一般都是评论员的肖像照片，每一期短视频的封面都由个人头像+新闻标题字幕/新闻评论标题字幕构成，而媒体官方抖音账号头像则一般是栏目logo，每一期短视频的封面基本都由主持人头像/新闻事件背景图+新闻标题字幕/新闻评论标题字幕构成。短视频播放之后，不管是哪一种类型

的短视频新闻评论账号,评论员都基本选择坐着,着装正式,以近景形象示人。画面背景固定,配色统一。除了注重视觉上的设计,还注重听觉上的设计。尤其是媒体人抖音账号和草根评论员账号的短视频,几乎都会配乐,使得解说和配乐相得益彰。在解说新闻事件发生的来龙去脉时,还会播放实况音响,以增强新闻评论的新闻性。

2.4. 短视频新闻评论语言贴合受众口语用语习惯

为了拉近与受众之间的距离,也为了达到更好的传播效果,短视频新闻评论员基本都采用了日常口语化的表达方式。例如,在短视频新闻评论节目《主播说联播》中,央视一改以往严肃的风格,在2023年12月至2024年2月的评论内容中,使用了“整活”、“奥利给”、“火的不要不要的”等年轻化口语进行新闻评论标题的制作和内容的表达,提高了新闻评论的可接受性。以刘雪松为代表的评论员更是擅于使用口语,营造与受众虚拟交流的“熟人”感觉。短视频的主力军是注重个性和自我表达的年轻人,因此贴合受众用语习惯可以营造出轻松愉快的交流氛围,达到良好的传播效果。短视频新闻评论的口语化势必是今后新闻评论节目语言发展的趋势,但是短视频新闻评论的口语化应当是评论员对原生态的群众语言加以提炼后的语言,要表达的恰当好处,恰如其分,杜绝为了迎合受众格调低下的低俗媚俗口语。

2.5. 短视频新闻评论态度直接、真诚、坦率

短视频新闻评论之所以吸引了众多网友参与,阅读量动辄几十万、几百万次,评论转发动辄十几万次,是因为短视频新闻评论员进行新闻评论时,直接面对受众,把自身放置在和受众同等的位置上进行沟通交流,能够毫不掩饰,直接了当说出自己心里所想,没有任何顾虑,展现出极具真诚的态度。如评论员杜平,他在进行表达时不会掩饰自己气短这一问题,他表达的语速很慢,还常常伴有咳嗽,但是正是这种样子让受众能够感触到他的真实。直接、真诚、坦率让短视频新闻评论发展迅速,也获得了持久发展的生命力。

总体来看,目前,短视频新闻评论的发展还处在初期阶段,可开掘和释放的潜力还非常大。目前注册抖音短视频新闻评论类的账号还较少,且高质量短视频新闻评论依然稀缺,新闻评论员不仅要在新闻评论的形式上下功夫,更要在内容上下功夫。未来,主流媒体和地方媒体应该担起责任,

抓住机遇,积极布局,“两手都要抓,两手都要硬”,才能抢占舆论引导的主阵地。

参考文献:

- [1] 刘震宇. 民生类短视频新闻的内容叙事与情感分析[J]. 记者摇篮,2023,(12):39-41.
 - [2] 杨宗晓. 探究数字时代新媒体对新闻叙事模式的影响[J]. 记者摇篮,2023,(12):75-77.
 - [3] 朱姗姗,赵萌. 场景连接、时空情境与社会共识:专题片《香江永奔流》新闻叙事研究[J]. 新疆财经大学学报,2023,(04):62-69.
 - [4] 王宏坤. 新媒体语境下的新闻叙事探究[J]. 新闻研究导刊,2023,14(23):95-97.
 - [5] 庄永志. 新闻专业的短视频叙事训练——南京大学《短视频制作与传播》的课程探索[J]. 传媒观察,2023,(S2):94-98.
 - [6] 闫雪. 从“苗家阿美”看田园风短视频叙事策略[J]. 新闻前哨,2023,(21):61-62.
 - [7] 方格格,沈爱孝. 短视频新闻的叙事特征与话语调试[J]. 南方传媒研究,2023,(05):57-64.
 - [8] 袁文林. 竖屏语境下短视频新闻的伴随文本叙事研究——以抖音号“四川观察”为例[J]. 视听,2023,(10):147-150.
 - [9] 胡曦睿. 短视频新闻叙事研究——以《人民日报》抖音号为例[J]. 声屏世界,2023,(15):17-19.
 - [10] 丁明阳. 健康类交互式数据新闻的叙事研究[D]. 山东师范大学,2023.
 - [11] 岳丹丹. 澎湃“美数课”健康类数据新闻的可视化应用研究[D]. 沈阳师范大学,2023.
- 作者简介:**
马慧(1990.04-)女,回族,陕西西安人,硕士研究生,助教。研究方向:广播电视新闻内容生产、新媒体视频传播、文化传播、健康传播。
- 基金项目:**
本文系2021年度西安科技大学高新学院学院基金计划项目,课题名称:新中国官方风险话语的媒体记忆研究,项目编号:2021KJ-17