

媒介融合背景下新闻短视频的路径探索

陈 娟

淮北师范大学 安徽淮北 235020

摘 要: 互联网技术的发展推动信息流通方式的转变, 互联网技术的进步为短视频新闻的制作提供了更多可能性, 信息技术的发展推动新媒体的普及, 在新媒体发展过程中, 媒介间的界限逐步模糊, 全社会向媒介化方向发展。文章以主流媒体的短视频新闻为研究对象, 分析主流媒体新闻内容短视频化的重要性, 阐述主流媒体短视频新闻的成就与进展, 并指出发展过程的出现的诸多问题以及针对这些问题的解决之策。

关键词: 媒介融合; 主流媒体; 短视频

1. 引言

2011年智能手机开始流行, 短视频也走入大众视野。到了2017年短视频行业竞争进入白热化阶段, 内容制作者也偏向PGC化专业运作, 又随着网红经济的出现, 视频行业逐渐崛起一批优质UGC内容制作者。^[1]诸如抖音(TikTok)、快手、Instagram、Facebook、YouTube等社交媒体平台纷纷入局短视频行业, 吸引一批优秀的内容制作团队入驻。抖音作为全球最受欢迎的短视频应用之一, 抖音以其独特的算法推荐和用户友好的界面, 吸引了数以亿计的用户, 任何一位用户可以通过短视频展示才华、分享生活, 同时也成为网红或影响力人士。Instagram和Facebook这两个社交媒体平台也加入了短视频内容的潮流, 推出了类似于抖音的短视频功能。Instagram的Reels和Facebook的短视频功能为用户提供了在平台上创作和分享短视频的机会。YouTube推出了短视频功能YouTube Shorts, 以应对短视频内容的流行趋势, 这就使得用户可以在YouTube上轻松制作和分享短视频内容。

短视频新闻是专注于传播新闻信息的短视频内容, 与商业、娱乐和社交类短视频有所区别。它是主流媒体为有效传达新闻而制作的短视频产品, 旨在提供快速、简洁的新闻报道, 让观众快速了解最新的新闻事件。^[2]为迎合媒介融合的趋势, 主流媒体通过创建自己的平台, 比如央视频、人民日报等, 以及入驻抖音等平台发布短视频新闻, 尽最大努力将新闻内容向视频化靠拢。

2. 主流媒体短视频新闻的发展

在当今数字化时代, 短视频新闻已经成为主流媒体的重要内容形式之一, 对新闻传播和用户体验产生了深远影响。要

增强主流媒体的传播效力、引导力、影响力和公信力, 需要借助信息革命的成果推动媒体融合向更深层次发展。这意味着主流媒体应当利用信息技术的进步, 促进不同媒体形式的融合, 以提升自身在社会传播中的影响力和可信度。面对日新月异的社会局面, 国家和政府鼓励传统媒体改革, 推动主流媒体朝社交化、移动化方向发展, 主流媒体在此基础上, 对短视频新闻不断地优化叙事语态、叙事方式, 适应新闻传播新格局。

2.1 坚持内容优势, 提高媒体传播力

对于传统媒体而言, 新闻内容的真实性是不可战胜的底牌, 比其他媒体对受众拥有更高的信任度。此外, 保证新闻内容的质量也是提高媒体影响力必不可少的因素, 必须坚持内容的原创性, 例如, 人民日报、央视频坚持将真实的优质原创内容作为平台运营的根本, 内容主要源自社内媒体文章和分社记者专供的即时信息。在当下短视频新闻产品层出不穷的时代, 主流媒体若要在这一领域取得优势, 就应秉持“内容至上”的原则, 根据自身新闻特色, 不断优化传播内容, 打造独特竞争优势, 以抢占短视频新闻市场的先机。^[3]

2.2 注重用户需求, 提高媒体影响力

在新媒体环境之下, 自媒体账号层出不穷, 主流媒体面对越来越大的竞争压力, 新闻传播也逐渐从“传者中心”过渡到“受者中心”, 对此主流媒体更应将受众群体的需求当作根本, 短视频新闻也需要围绕老百姓关注的内容, 制作出一些轻松、趣味的新闻报道内容, 在保证短视频新闻的严谨性的同时, 也使得新闻内容充满新意。^[4]例如, 人民日报在抖音短视频平台每日更新发布短视频新闻, 鼓励用户在抖音评论区互动交流, 增强用户参与度。

主流媒体仍有一项重要的任务，就是建立一条人民与政府之间沟通的桥梁，不仅要做到追踪社会热点，让政府领导知悉民间话题，还要解释会议、政策内容，让老百姓更好地理解国家发展动向。国家鼓励建设政务新媒体，打造政务服务新模式，无论是中央还是地方，首先要做好政务宣传，关注民生热点，切实解决百姓难题。例如，湖南广播电台的《为民热线》在抖音等平台上开设账号，不定期地进行网络直播，直接对接相关部门，切实帮助解决民生难题。^[5]

3. 主流媒体短视频新闻的困境

3.1 时长受限，舆论引导困难

随着网络社群和平台细分的不断深化，尽管都处于互联网传播领域，但各个平台和社群对内容的多样性需求逐渐增加，这使得新闻短视频的制作面临更高的挑战和要求。短视频新闻主要特点是短，在不到半分钟的时间里，可以把事件叙述完整，但要将新闻内容背后所需要传达出的价值观却十分困难。某一负面事件发生后，若只是简单地报道事实，而不注重对舆论的引导，社会舆论很有可能受其他网络媒体、自媒体甚至国外反动份子带偏，朝不可预估地方向发展，影响社会稳定和危害国家安全。^[6]除此之外，短视频新闻在报道深度和广度上受到限制。由于时长限制，短视频新闻往往只能呈现事件的片段或者表面现象，难以深入挖掘事件的背后原因和深层次的社会问题。同时，由于视频形式的限制，一些复杂的新闻事件或者抽象的概念难以通过短视频进行准确表达。这导致短视频新闻在报道一些重大或者复杂事件时，往往显得力不从心，无法提供全面、深入的报道。

3.2 追求时效，难以追溯因果

当前，短视频新闻在压缩视频长度方面采用了一些方法，如去掉主播、记者镜头，用简洁字幕代替画外音等，但仍存在亮点不够突出、吸引力不足的问题。此外，短视频新闻传播适应了用户碎片化时间的需求，但可能导致人们对事件的认知过于表面化，只了解事件发生的事实，而缺乏对事件原因和结果的深入了解。这种情况容易造成人们对新闻事件的认知不全面，只知一面而不知其他面，形成不平衡的认知状态。因此，短视频新闻需要在平衡专业报道的完整性和民众碎片化亮点内容获取需求之间找到更好的平衡，这将是内容呈现融合上的挑战。^[7]

3.3 盲目求快，内容质量参差不齐

在各大社交平台发布的短视频新闻存有内容同质化、

追求流量而导致低质量内容新闻充斥网络等问题，这就导致了媒体公信力下降，损害主流媒体形象。由于短视频制作周期短，发布门槛相对较低，导致一些短视频新闻在内容上缺乏深度和严谨性。一些制作者为了追求点击率和关注度，往往选择一些耸人听闻或者具有煽动性的内容，而忽视了新闻的真实性和客观性。这种“快餐式”的新闻消费方式，虽然短期内能吸引大量观众，但长期来看，会损害短视频新闻的公信力和品牌形象。

需要我们重视的是，短视频新闻面临着版权和知识产权保护困境。由于短视频的制作和传播成本较低，一些不法分子往往通过盗取、篡改他人的短视频内容来获取非法利益。这不仅侵犯了原创者的权益，也破坏了短视频新闻行业的良性竞争环境。同时，由于短视频的时长限制和快速传播的特点，一些具有创新性和原创性的内容容易被忽视或者淹没在海量的信息中，这不利于短视频新闻行业的长期发展。

3.4 受众定位困难，传播渠道冗杂

一方面，短视频新闻的受众群体广泛而复杂，不同年龄、职业、文化背景的观众对新闻的需求和偏好各不相同。如何制作出既符合大众口味又具有针对性的短视频新闻，是制作者需要面对的一大难题。另一方面，随着社交媒体和移动互联网的快速发展，短视频新闻的传播渠道也在不断扩展和变化。如何有效利用这些渠道进行精准推送和有效传播，也是短视频新闻行业需要解决的问题。

短视频新闻还面临着技术更新换代的挑战。随着人工智能、虚拟现实、增强现实等技术的不断发展，短视频新闻的制作和传播方式也在不断创新。然而，这些新技术的应用往往需要大量的资金、人才和时间投入，对于规模较小或者资金不足的短视频新闻制作机构来说，这无疑是一个巨大的挑战。新技术的不断涌现也意味着短视频新闻行业需要不断适应和学习新的制作和传播方式，这对于整个新闻行业来说也是一个巨大的考验。

4. 短视频新闻传播的创新路径

4.1 加强新技术的应用

短视频新闻正在积极加强新技术的应用。通过采用先进的技术，如人工智能、虚拟现实和增强现实，短视频新闻能够实现更加生动、互动和引人入胜的内容呈现方式。新技术的广泛运用使得短视频新闻更富创意和吸引力，为观众提供更加多元化和生动的新闻体验。要想在短视频新闻领域实现

可持续发展,传统媒体行业需要跟随增强现实(AR)、虚拟现实(VR)等智能技术的步伐,积极采用新技术,充分利用新媒体的多样性和即时性等优势,巩固现有受众的忠诚度的同时,努力吸引更多观众,扩大用户群体。^[6]随着新媒体技术的不断发展,短视频新闻从最初简单的图文传播逐渐演变为综合运用各种传播符号的形式。这种发展不断增强了短视频新闻内容的表现力,为受众带来了全新的视听体验。以人民网制作的短视频为例,精心设计的字幕和颜色经过灵活组合,使关键信息更加突出,方便受众浏览。

4.2 创新传播模式

在移动互联网时代,短视频的短小精悍成为其核心竞争优势,为克服表达浅显、叙事不完整等问题,可以将深度报道与短视频相结合,这将有助于把握碎片化视听和深度化内容之间的平衡关系。^[8]例如,在中学生胡鑫宇失踪事件中,媒体就采用连续性短视频的推送方式,创建了“胡鑫宇事件”合集,让人可以从了解事件的前因后果和事件更多的细节,有效解决了短视频新闻时长和新闻价值之间产生的冲突。

4.3 加强人才建设

人才是第一资源,创新是第一动力。面对日新月异的时代发展,主流媒体要创新,要发展离不开融媒体人才的加入。主流媒体要想使得短视频新闻领域进一步拓展,需结合人才短缺现状进行有针对性的招聘,精准补齐短板,才能有效进行人才队伍建设。^[9]此外,媒体要留住人才就必须完善人才引进政策,完善薪酬模式,提升人才的福利待遇,建立灵活的选人用人机制、完善的培训机制和科学的人才评价机制,从而提高人才队伍的整体素质,推动媒体行业的持续发展,提高人才的专业素质和创新能力,进一步提升媒体的公信力,建立良好的媒体形象。

5. 结语

短视频新闻作为一种快速、生动的新闻传播形式,具有巨大的发展潜力和影响力。在未来,随着数字化时代的不断深化和用户需求的不断变化,短视频新闻将继续发展并在新闻传播领域扮演重要角色。未来短视频新闻的发展将更加注重内容创新和用户体验,并随着技术的不断进步,短视频新闻将更加注重内容的多样性和质量,通过更丰富多彩的表现形式和更深入的报道方式,吸引用户注意力,提升用户体验,建立更紧密的用户关系。

在短视频新闻应用领域中,或将还将面临内容真实性

和可信度的挑战。随着假新闻和虚假信息的泛滥,短视频新闻需要加强内容审核和真实性验证,确保报道的准确性和客观性,维护新闻传播的公信力,建立更加严格的内容审核机制,加强新闻报道的来源核实,提升用户对新闻内容的信任度。此外,内容版权保护和创作者权益保护也是未来短视频新闻需要重点关注的问题之一。

对短视频新闻进一步探索,无论是中央级媒体,亦或是地方媒体,都应该从自身的实际情况和现实媒介环境出发,灵活运用新技术,探索适合自身发展需要的深融之路。^[10]对此,在走出主流媒体短视频生产困境问题上,传统主流媒体应凭借其资源等优势,学习、借鉴其他短视频平台建设经验,做到与时俱进,在发挥传统媒体权威性、公信力强和受众基础广优势的同时,充分利用新媒体优势,强化舆论引导力,帮助受众享受更多、更权威、更专业的信息服务,保证实现传统主流媒体的社会价值。

参考文献:

- [1] 张文登. 短视频平台城市文化形象建构策略研究[D]. 浙江大学, 2019.
- [2] 黄真莉. 主流媒体短视频新闻传播探究[J]. 西部广播电视, 2023, 44(12): 99-101.
- [3] 游祯武. 主流媒体移动短视频新闻传播策略研究——以“央视新闻”抖音号为例[J]. 传媒, 2021(02): 49-51.
- [4] 方一. 媒体融合背景下如何提升时政新闻报道的传播力探[J]. 新闻传播, 2022(17): 100-101.
- [5] 刘学波. 做强做优短视频, 建设新型主流媒体——湖南广电短视频制播的实践与探索[J]. 青年记者, 2023(17): 51-53. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2023.17.016.
- [6] 梁景芝. 新媒体环境下短视频新闻传播及创新[J]. 中国报业, 2023(20): 24-25. DOI: 10.13854/j.cnki.cni.2023.20.012.
- [7] 刘秀梅, 朱清. 新闻短视频内容生产的融合困境与突围之路[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 42(02): 7-12.
- [8] 文晓辉. 媒体融合视角下传统媒体发展路[J]. 中国报业, 2022(24): 40-41. DOI: 10.13854/j.cnki.cni.2022.24.062.
- [9] 隋松莉. 主流媒体在短视频平台的传播策略研[D]. 烟台大学, 2023. DOI: 10.27437/d.cnki.gytd.2023.000704.
- [10] 左达超. 主流媒体短视频制作及新闻传播的创新路径分析[J]. 新闻文化建设, 2023(23): 151-153.