

# 融媒时代新闻短视频传播特色分析

郭传京

山东省现代教育科学研究院 山东 潍坊 261000

在融媒时代大环境下，互联网技术高速发展，各种简明直观且现场感极强的新闻短视频开始逐渐流行，成为新时期新闻报道最主要的一种传播和推送方式 [1]。新闻短视频时效性强、现场感出众能紧抓新闻事件中的焦点话题和热点话题，且传播范围广泛，受众群体遍全球，可谓是新闻节又一个里程碑。

## 一、融媒时代新闻短视频的发展历程

在新兴媒体不断与传统媒体相融合、相促进的融媒时代大背景下，先进的信息技术以及互联网技术已变得极为成熟，到达了一个全新高度。信息传播的载体和方式已经全面展现出一种创新、融合、改进的整体态势 [2]。因此，各类短小精湛的新闻短视频成为一种全新的新闻资讯承载及传播方式进入人们日常生活。最初各类短视频主要被人们用于社交资讯及生活分享，特征为社交化、移动化、碎片化和短时代。当前阶段各类短视频已向不同领域进行专业化、垂直化发展。对新闻资讯领域而言，受众在融媒时代对新闻信息的获取和阅读要求变得越来越高，对各类新闻资讯喜好程度各不相同，导致融媒时代的新闻资讯更加丰富多彩。此外，全球一体化浪潮汹涌而至，不同国家在政治、外交、经济、文化等领域都在积极寻求交流与合作，新闻短视频无疑迅速占据了短视频新闻传播的市场主流地位，并通过不断发展和完善，成为一种极为重要传播与发声手段，受到了广大受众的关注和认可，具有极为广阔的发展前景和市场价值空间。

## 二、分析融媒时代新闻短视频传播的三大特色

### (一) 新闻短视频传播内容丰富且特色鲜明

与传统意义上的电影、电视剧相比，短视频的时间更短，更符合快餐化阅读时代受众的喜好。以“短”著称的短视频通常时间都在一分钟之内，可以在有限的时间内压缩、剪辑和传播较为丰富的各类信息内容 [3]。新闻短视频的流行和崛起完全顺应时代潮流。其最大特色就是内容丰富多样，制作极具个性化特征，且灵活、短小、精悍、精致，满足新闻受众群体的个性化需求。新闻强调的是“新近事实”，而传统媒体如报纸、广播、电视等在新闻报道过程中受制于时差、地域及语言、文化等多方面限制，新闻时效性和推广性缺乏创新意识和传播力度。相比之下，新闻短视频由于时间极短，通常都是直奔主题，对新闻事件的核心内容进行简明扼要、主次分明、重点突出的报道。符合用户在新时代通过视频平台观看与浏览新闻的习惯和口味。此外，当前阶段国内诸多短视频平台都重视新闻短视频板块的建设与推送，并能充分

结合受众对新闻的关注度和点击率在任何时刻进行相应的新闻短视频推送，不但让新闻短视频的推广工作更加完善，而且迅速获得了受众的支持与点赞，在客观上为新闻短视频的宣传与推广起到了不可或缺的促进作用。

### (二) 新闻短视频传播度广且具有较强影响力

融媒时代，各类短视频网站及 APP 都在不断努力，力争通过优质的短视频节目制作、推送与传播占据短视频传媒市场份额。而由于短视频种类繁多，并且只要拥有一定话题度和热度，无论是哪一种短视频都会在极短时间内收获高点击率和关注度 [4]。与其他短视频类型相比，短视频新闻的涵盖面之广、包容度之大超乎想象，无论是时政类、财经类、文体类新闻还是各种医疗、健康、旅游、美食的分支，都能应有尽有，全面覆盖。新闻短视频让视频、文字、音频进行“三位一体”全方位模式为受众进行立体化传播，受众可以在一分钟时间内了解最新发生的各种新闻，结合自己喜好充分了解国内外新闻热搜焦点，也可以有选择的定制自己喜欢的信息咨询内容和类型。同时国内主流视频网站与短视频 APP 也都在积极探索与创新，短视频的创造者和推送者们为全面满足受众及用户的个性与需求，已全面开始进行大数据化的精准新闻推送与对接。结合受众经常浏览新闻资讯的某几个方面进行个性化的新闻短视频推送，充分满足受众的浏览习惯和阅读兴趣，为新闻短视频的全面发展奠定了良好的传播基础。

### (三) 新闻短视频能及时跟进新闻热点

融媒时代，新闻报道工作更加注重实效性和热搜度。而短视频自身具备的碎片化、短小化优势，在新闻报道过程中能够展现出更高的操作性和实效性，能够紧抓新闻的焦点和热点，与时俱进的报道各类最新的新闻动态和新闻事件 [5]。例如，2019 年 8 月 25 日至 9 月 7 日，G7 峰会、亚马逊地区大火这两条新闻占据新闻热搜前几名。在当时每天新闻资讯短视频高热度新闻排行榜中，与亚马逊大火有关的不同短视频新闻报道多达 6 个，包括事件现场报道、当地受灾居民态度反馈、官方声音表态及关于本次火灾的短视频新闻相关链接等，新闻标题制作吸引人，内容丰富且简洁明了，充分展现核心内容和新闻主旨。关于 G7 峰会的短视频相关报道也占据了很大比重，各国领导人的会晤及共同研究全球发展问题、环境问题等短视频新闻热度极强。由此可见，新闻短视频的主要特色之一就是与时俱进，跟踪和报道全世界的重要新闻，让受众在第一时间毫无延迟

感的接收到各类新闻的最新进展和相关动态,满足受众对新闻的各种不同化需求。

### 三、解读新闻短视频传播过程中的三大问题

#### (一) 新闻短视频缺乏一定客观性和真实性

虽然新闻短视频在近年来得到迅猛发展和创新,获得受众群体关注与喜爱,但还是存在一些问题和不足亟待解决。首先,其在制作过程中为获取关注度,过于重视特效、音频、视觉效果及弹幕等内容的创新,对一些新闻内容的客观性与真实性没有严格把关,导致新闻价值经常出现偏颇,许多内容不够准确缜密;对于一些新闻要素没有夯实,导致虽然具备一定时效性和推广度,但部分内容与实际存在较大差异,产生诸多传播后的负面影响。

#### (二) 新闻短视频同质化严重制作较为粗糙

全球一体化和网络信息化高速发展使得国际上任何一件大事都会被全世界人民了解和关注。这在客观上也导致新闻短视频极度追求及时性和实效性,结果在某种程度上造成了视频内容同质化严重,在编辑、整合和制作上较为粗糙。比如,欧美国家发生了重要新闻事件,第一手资料较为有限,所以当新闻事件爆发伊始,各短视频平台就会在对新闻要素并未完全进行核实的情况下为了“抢时间”集体群发,甚至部分新闻短视频平台在未了解事情来龙去脉及相关背景的情况下进行不准确的解说配音,导致新闻舆论走向大幅度偏离,缺乏客观公正度,剥夺了受众对真实信息进行了解和掌握的权利。

#### (三) 短视频发布缺乏品牌概念用户反馈效果差

在网络平台缺乏规范化的大环境下,许多新闻短视频的发布只能依靠各网络平台,甚至是掺杂在各种各样、不同类别的短视频中,没有形成优秀的品牌价值观念意识,在传播范围和传播方向上无法进行精确化定位。此外,与其他类新闻体裁和信息内容相比,新闻短视频推广过程中与用户之间缺乏一定互动性,用户通常浏览完短视频内容就达到自己目的,反馈效果较差,许多新闻短视频虽然取得一定点击率,却无法获取更多留言和点赞,用户的转发与二次推广热情程度也就可想而知。

### 四、新闻短视频可持续发展的三点建议

#### (一) 新闻短视频应当注重新闻内容质量的提升

新闻短视频在我国具备一定受众支持率和认可度,但全新的新闻传播方式若想在未来能继续健康发展,首先必须加强新闻质量和新闻后期制作的精细化程度。平台在短视频新闻内容的审核把关上要加强监管力度,确保政治类新闻真实、客观,要对每个细节和要素进行夯实与确定,避免失实报道引发不必要的争议和争端。此外,新闻短视频制作过程中,相关记者与编辑应注重传播内容的内涵性、专业度及创新化三要素的完美结合,杜绝粗制滥造剪辑原视频、未经官方证明的国际新闻大事件稿件采写与编辑制作、使用各种为吸引受众眼球的夸张新闻标题等现象,做到新闻短视频内容

准确丰富、保质保量,拥有正确的新闻立场和传播方向。

#### (二) 新闻短视频应加强传播推广规模与力度

结合近几年获得一定成功的新闻短视频推广平台的总结、归纳与分析不难看出,各大平台基本都有其对新闻短视频传播与推广的定位。比如“澎湃新闻”在其官方微博展示的自我定位是:“专注时政与思想的媒体开放平台”。其主推的各类短视频也具有一定的思想性和时政新闻关注度,获得了众多受众的关注和支持。想要增强新闻短视频的推广规模与推广力度,平台必须积极创建自身品牌理念,在每期短视频中添加制作方的LOGO或标识水印,确保视频的独家性。其次,平台应在视频制作中穿插平台专属的配乐及解说,形成一定品牌意识。最后,平台应全面设置一些极具特色的新闻短视频专业栏目,并设置讨论区,加强与受众和用户的交流、互动与沟通,力争留住用户、吸引更多受众的关注。

#### (三) 做好新闻专题策划与新闻判断各项工作

新闻工作者应不断提高自身对新闻生产的判断与把握意识,能提前做出各项优质预案及专题策划方案。一旦发生不同类型的新闻大事件和突发事件,能在第一时间进行全面策划,积极准备各类信息资料,理清新闻背景,紧抓新闻动态,在新闻短视频的采编及推广过程中做到“成竹在胸”。面对不同题材、不同内容、不同国家的各类新闻,都能制作出优质的新闻短视频内容,进行全面化、系统化、及时化的传播与推广,增强新闻短视频的社会影响力和传播力。

综上所述,融媒时代,新闻短视频已具备了鲜明的特色和传播实力,但其健康化的未来发展之路仍“任重道远”。相关新闻制作平台及新闻从业者必须要不断探索、不断钻研、不断创新,力求找到更科学化、合理化的新闻短视频制作理念和推广策略,让新闻短视频的整体质量和传播效率迈上新台阶。

#### 参考文献:

- [1] 李天洋.融媒时代国际新闻短视频传播特色初探[D].北京:北京外国语大学,2018.
- [2] 邢弘昊.短视频与主流融媒可视化表达[J].新闻爱好者,2019(3).
- [3] 肖雯雯.融媒时代短视频新闻的传播策略研究—以《主播说联播》短视频新闻为例[J].传播力研究,2019,3(34):117.
- [4] 刘笑盈,麻争旗.关于深化国际传播学研究的思考[J].现代传播,2002(01):38-41.
- [5] 2019 网民新闻消费偏好:短视频是网民第二喜欢的资讯形式企鹅智库 <https://36kr.com/p/5193694>.

#### 作者简介:

郭传京,男,1989年6月生,讲师,韩国又石大学在读博士,山东省现代教育科学研究院科研处主任科员,山东艺术设计职业学院外聘讲师,山东省电影家协会会员。