

以抖音短视频为背景探究新闻短视频的发展方向

李 潇

(南昌航空大学 2020 级广播电视专业研究生, 江西 南昌 330063)

摘要: 随着网络媒介技术的日益发展, 短视频应运而生。抖音短视频在此基础上成为用户拥有量极大的新媒体平台, 许多传统新闻媒体也纷纷入驻抖音平台。基于新媒体环境下, 本文探讨新闻短视频在抖音短视频的发展策略, 并对如何推动传统媒体在新媒体平台的发展提供有效的建议。

关键词: 新媒体; 新闻短视频; 抖音短视频

DOI: 10.12373/xdhgy.2022.05.4861

一、短视频新闻的发展现状

随着技术的发展以及智能网络的兴起, 我国越来越多的人使用智能移动网络, 因此伴随着媒介需求的多元化发展, 促进了移动短视频的兴起。为紧跟媒体转型的脚步, 数字化的迅速发展, 中央媒体、地方各级融媒体中心、县级融媒体的建设呈现出规模化的发展, 更多的优秀媒体原创内容增多, 互联网、媒介之间的融合趋势越来越明显, 他们之间的对接也越来越紧密。在 5G 时代的背景下, 新闻报道与短视频结合成为一种新的传播形式, 使新闻发展可以跟上融媒体的发展。用户更加信赖传统媒体所发布的短视频内容, 短视频新闻成为获取信息的主要来源, 进而大量传统媒体入驻抖音, 媒体抖音号迅速发展。

“央视新闻”抖音账号自于 2018 年 3 月 29 日起设立运营至今, 累计共收获了 58.8 亿的赞并有 1.3 亿粉丝, 主流媒体入驻“抖音”等移动短视频平台, 凭借移动短视频平台自身的渠道优势来传播优质新闻内容, 提升媒体自己强大的社会传播整合力。现如今, 传统媒体应对融媒体发展现状, 积极探索新的传播媒介、传播形式, 通过各大社交媒体、分发平台创作移动短视频新闻, 近几年迎来了新闻短视频的发展热潮。正如麦克卢汉所说, “媒介即人的延伸”, 随着媒介融合的脚步越来越快, 衡量传统媒体与新兴媒体之间的关系是一个重要的考量, 如何平衡他们之间的关系是值得深思的问题。随着技术越来越成熟, 信息传播的方式与媒介越来越多样化, 而网络新媒体更有利于用户传播信息, 自由分享的平台, 成为短视频在大环境中爆发的主要原因。

二、新闻短视频在抖音平台的传播策略

(一) 强化用户思维

传统媒体开设抖音账号是媒介融合的结果, 短视频的制作为新闻的视听化提供了新的路径, 广电媒体本身包含着视听效

果的元素, 比传统媒体具有可视化优势, 但传统媒体、广电媒体纷纷加入新闻短视频创作的转型中, 在此过程中, 他们都具备新闻基本素养、专业性等优势, 抖音平台为传统媒体提供平台, 传统媒体借助抖音平台与受众进行频繁互动, 这是传统媒体所无法实现的高效传播反馈。传统媒体若想真正完全的激发出新媒体平台所带来的巨大优势, 必须先要彻底改变其传统媒体思想, 将视频新闻语言以更简易化、更能生动形象化的手段表达出来, 转变为传统的话语体系, 重新开始构建视频新闻语言的叙事性表达, 具备更基本的短视频特性, 实现“去电视台化”。传统媒体要想发力新闻和短视频, 首先应该从找到用户群体入手, 强化自己与目标用户群的紧密关系, 利用其他传统社会化媒体无可比拟的独特优势, 精准的定位目标用户需求中的一些差异性, 比如“央视新闻”在抖音上所发布视频内容呈现的语言风格也不是很单一的, 涉及有幽默、严肃、亲切、坚定等多个不同语言风格类型的新闻短视频; 河南台推出的“正能量”短视频在抖音等多个平台中的注册粉丝点击量已经破了千万大关; “四川观察”通过征集抖音用户的流量视频并进行采访, 后期声画结合创作短视频, 获得了较高的流量。关注时事热点、独家新闻创作短视频新闻, 更容易获得用户的支持, 在媒介融合的大环境中也可以得到认可。

(二) 社群传播凸显传播力

新闻短视频在前期制作过程时通常会配以比较专业的新闻播音员来进行讲解, 视频时长短, 但因为内容比较精准而有其针对性, 画面清晰直观, 与受众之间的距离缩小, 现场感就更为强烈, 不论是传统媒体还是新媒体平台都具有传播的本质属性, 而这种碎片化的传播方式具有更强烈的传播属性。传统媒体推出的新闻视频, 除了需要通过传统媒体 APP 客户端的传播方式外, 更多应该会注重于社群传播, 以便于更好地适应

媒介融合传播效果。同样的新闻短视频,如果只在传统的栏目、公众号等媒介平台传播,其传播效果微乎其微,但借助抖音媒介平台的传播,会使更多的用户点击浏览。近年来,央视媒体、地方媒体、县级省级媒体纷纷都主动加入新闻短视频发布的推广行列中,借助抖音短视频平台迅速提升起自己平台的市场知名度、传播力、影响力。2019年8月24日,《新闻联播》正式签约入驻抖音平台,短时间内粉丝数达到千万;《第一现场》《今日关注》等传统栏目也在抖音平台开设账户,通过各类原创短视频新闻获得关注,极大地提升了传统媒体对用户的影响力与传播力。

(三) UGC 生产模式的应用

传统媒体创作新闻短视频,除了需要具有专业的采编写人员外,还需要具备专业的短视频制作团队。当有突发事件正在发生之时,若有记者无法保证第一时间就能到达现场,用户、当地的人员都可以成为新闻的记录者,为传统媒体的后续跟踪报道提供有力的资料,成为新闻短视频的重要力量,经过传统媒体专业人员的审核把关进行资料修改,创作出优质新闻短视频内容。目前,中央和部分省级媒体依托其原有的媒体权威性和固有的媒体地位,在短视频平台中具有权威性,极受用户信赖,利用优质的资源,信息源、视频栏目等,吸引更多优质新闻短视频内容,这些成就都可以更好地促进新闻短视频的内容生产。

三、推进传统媒体与短视频的深度融合

(一) 紧跟潮流

在网络碎片化、视频化的快速传播语境背景下,主流媒体和抖音等短视频内容的融合式发展无疑已成为是大势所趋。“央视新闻”“封面新闻”等传统主流媒体在媒介融合的实践过程中都应尽量发挥传统主流媒体固有的优势,结合短视频的新形势。为了能够更好地推进新闻快速传播及与互联网短视频的更深度融合,在设计制作网络新闻短视频时,内容也是一定要力求做到以兼具时代意义与审美价值、幽默风趣又不显失肃静的价值观为内容导向,更加认真严格的方式对待这些新闻事件相关的短视频内容制作,在新闻素材内容选取等方面,应始终紧跟社会热点,选取重点进行报道,放大事件中的重点与两点,适度增加趣味性,更好地促进新闻内容与抖音平台的深度融合。此外,传统媒体还应该紧跟网络潮流发展,充分利用抖音平台所特有的社会功能、娱乐功能、便利条件,强化与用户之间的互动、交流。

(二) 协调关系

传统媒体促进新闻短视频的成功转型,首先要做的是平衡好传统媒体与新媒体之间的关系,有效分配人才力量,引领各级媒体成功转型,更好地迎合融媒体的发展,创新媒介传播的新形势,使传统媒体能够紧跟时代发展的潮流趋势,使得新闻信息可以更快速、更有效地进行传播。传统媒体在加速转型的过程中突破了原有的禁锢,随着大数据时代的到来,传统媒体与新媒体融合使得智能化发展备受关注,从而进行高质量、高效率的新闻信息传播。

(三) 内容为王

新闻短视频的持续发展还需保证其内容质量,一定要秉持“内容为王”的基本原则,避免过度娱乐化,为短视频新闻的健康发展提供一个良好的平台,新媒体平台也积极采取措施以保证其发展。只要确保新闻短视频的发布条件是积极健康的,才能促进其后续的发展,避免传播消极、不健康、过度娱乐化的内容,真正实现新闻价值的传播。对新闻短视频加强监管,促进媒体朝着积极的方向发展,发挥传统媒体的监管作用,从而吸引更多受众的关注,从而为新闻短视频行业的发展提供更多的机会。

四、结语

传统媒体与新媒体平台的融合发展过程是有一个相对循序渐进的演进过程,新闻短视频是新媒体背景下出现的时代产物。传统媒体与新媒体两者要共同的发展,不断创新与各大短视频平台之间的联系,传统媒体要结合自身优势,取长补短,互赢共利,才能生产出用户喜闻乐见的新闻内容,实现短视频新闻的优化发展,进一步提高传统媒体短视频新闻的传播力。

参考文献:

- [1] 曾庆香,玄桂芬.社交媒体召唤结构:新闻交往化与亲密性[J].现代传播(中国传媒大学学报),2019(1):42-48
- [2] 侯玫.主流媒体短视频新闻传播现状及发展趋势[J].新闻传播,2021(22):43-44.
- [3] 吴圣华.基于短视频APP平台的主流新闻媒体传播应用研究——以抖音平台为例[J].新闻传播,2019(16):26-27.
- [4] 贾慧芳.新媒体时代主流媒体线上短视频新闻的传播语态创新研究[J].新闻文化建设,2021(16):170-171.
- [5] 刘静.主流媒体短视频传播策略研究——以《新闻联播》抖音内容为例[J].新闻传播,2021(15):73-74.