

融媒体时代短视频新闻发展策略探析

邓彩艳

(福建省三明市融媒体中心, 福建 三明 365000)

【摘要】在融媒体的背景下,传统媒体已进入主要的短视频平台,以创建短视频新闻专栏,但当下短视频新闻发展中还存在一些问题。本文首先对短视频新闻发展的大环境进行概述分析,引出研究主题。第二个是识别并总结客户的信息,新闻和短视频新闻,为全文研究奠定理论基础。接着从短视频新闻生产类型和发展特征两方面对短视频新闻的发展现状进行研究,讨论与新闻客户端上的短视频新闻广播的开发有关的问题,经分析发现其主要存在内容质量不高、内容呈低俗化、内容同质化等问题,并结合所学知识和相关文献资料,根据存在的问题,从制作团队优化内容生产、打造特色内容品牌及加强素材挖掘等方面提出对应的发展建议,以期促进短视频新闻的进一步发展。

【关键词】短视频新闻;新闻客户端;原创性;传播

【DOI】10.12294/j.issn.1673-0992.2022.07.004

引言:

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《关于中国互联网络发展状况的第四十一次统计报告》,截至2019年12月,我国互联网用户数量达到7.72亿,渗透率为55.8%,比全球平均水平高4.1点,比亚洲平均水平高9.1点。移动互联网用户占97.5%,使用移动互联网访问的用户比例从2018年的95.1%增加到97.5%,同时,通过电视访问互联网的用户比例增加了3.2个百分点,达到28.2%。在2019年上半年,在线视频行业在竞争中发展,主要视频网站创建了泛娱乐内容并构建了生态平台。2019年6月,全国报纸和广播电视总局发布了“关于加强对互联网和在线广播的监管的通知”,强调视听网络节目必须遵守与广播和电视节目相同的标准和规范。

短视频的发展阶段可以从以下几个部分概括:

阶段一:孕育期(2006-2014):中国的移动短视频肇始于微视频。微视频内容取材广泛,拍摄剪辑简化,传播渠道依托于原有长视频播放平台以及当时逐渐火热的社交网站。

阶段二:发力期(2014-2016):2014年,中国移动网络基础设施建设开始提速,到2016年,数据流量和WiFi的易获性推动了短视频平台、内容和分发渠道创新多元化发展。

阶段三:爆发式增长期(2017至今):这一时期短视频平台不断扩大,移动互联网的普及导致移动短视频行业疯狂增长,各类新媒体平台之间融合度也更加深入,传播形态愈发复杂立体。网络视听行业已进入新的发展阶段,技术加速迭代,业态不断创新,格局正在重塑,呈现出健康蓬勃的发展态势。

一、理论概述

(一)新闻客户端

新闻客户端也可以称之为客户端,需要与指定服务器相连才能完成交互工作的使用。作为应用程序,

主要有门户、传统以及摘要三种为功能区分的新闻客户端区别。

(二)短视频新闻

短视频是指以秒为单位并且少于5分钟的视频,网络的全覆盖,当前的移动网络收费也比较亲民,这为用户在使用短视频功能以及创作建立了有利的先天条件。

短视频新闻短平快的节奏,对突发事件的记录,通过网络可以很快地分享到各大社交平台上,主流媒体也将它们用作新闻素材。通过编辑,快速发布各平台,充分体现了新闻的时效性。

二、融媒体背景下短视频新闻发展现状

短视频新闻的出现是传统新闻的“第二春”。网络时代的直接性和分散的阅读习惯使其难以有效地发布详细而冗长的新闻报道。随着用户习惯于在他们的手机上看世界,这些文字变成了“流行度不足”。它们可能具有很高的质量和深度,但是由于观众已经不喜欢这种模式,短视频的出现彻底改变了这些新闻报道的显示方式,新闻制作正朝着新的方向发展。

(一)短视频新闻生产类型

1. 调查报道。短视频为调查报道带来了新的可能,提供了更多素材。拍客分布地域广泛、所属行业多样,延伸了以往记者无法进入的领域,使很多隐蔽的新闻可以进入公众领域,使未来的调查报道也具有更多的可能性。

2. 人物报道。大多数传统谈话节目为60-90分钟,这种拖沓节奏很难适应大众需求。大部分人物访谈类节目都进入了停滞状态,开始策划新的节目。4~10分钟的人物专访配合自述式文字稿和记者的白描式叙述,构成了能满足读者多样化需求的新闻产品。

3. 突发报道。新闻记者直接发布信息,方向性可以得到保证,但在突发事件紧急情况下的不确定性可能会造成无法清楚地表达新闻事实甚至误导公众。新

闻短视频可以真实反映事件现场。

（二）短视频新闻发展特征

1. 内容来源多样。此功能主要集中于新闻文章的短视频。北京时间的“时间视频”为用户提供了可以有效扩展其新闻来源的直播频道。同时，它确保了高质量并提高了产品生产效率和专注于娱乐和生活信息的社交短视频相比，新闻和信息短视频在传统媒体中占据主导地位，并且对新闻更加敏感和详细。

2. 内容紧凑。短视频的主要特点是时间短，因此内容紧凑，可以在短时间内包含更多新闻点，因此视频里基本上没有广告，而且内容更加一致。对于纯新闻，标题都被省略，所有内容都是主题。

3. 内容生产规模化。中国短视频行业发展进入沉淀期：中国短视频行业从4G网络开始普及以后便实现高速发展，抖音、快手等数亿用户量级平台的诞生，在互联网时代产生了强大的影响力。

如今，短新闻视频制作是一个固定的周期，可以在制作级别上进行缩放和序列化，从而缩短了与用户的距离并提高了观众的忠诚度。

三、融媒体背景下新闻客户端短视频新闻发展存在的问题

开发新媒体会带来一些不确定性和风险，尤其是对于仍处于新兴和探索阶段的新媒体，例如短视频。短视频在交付方面有自己的优势，但是，在开发过程中，仍然存在诸如UGC短视频质量低下，PGC新闻短视频低俗化以及社交媒体病毒性等负面问题，这很可能引起公共危机。

（一）技术准入门槛低，内容质量不高

移动互联网的飞速发展打破了传统媒体时代特有的技术壁垒，并带动了大众的全面传播，到2019年12月，我国移动互联网用户数量达到7.35亿。随着移动互联网技术的飞速发展和互联网用户水平的不断提高，可以说互联网用户正在成为互联网通信的生力军。一方面，技术几乎不存在，允许用户使用智能手机轻松访问移动互联网，以完成传统媒体时代复杂而乏味的新闻制作过程，相反，技术权限管理的划分增加了网民的交流自由。但是，随着权限的增加，它可能会在短视频新闻领域引起混乱。例如，2018年7月，一段有关北京大雨的简短视频在互联网上广泛传播，在群众中引起严重恐慌，并被正式确认为假新闻。同时，目前大众的媒体素养不平衡缺乏一定的信息认知度，UGC新闻短视频的制作质量不高，劣等新闻短视频很容易在互联网上病毒式的传播。

（二）迎合娱乐化需求，内容呈低俗化

当前，短视频字段被分为两种主要的内容生成模式，UGC和PGC。UGC的短视频内容具有较低的新闻制作成本和强大的流量吸收能力，根据大多数互联网用户的实力，它可以弥补传统媒体新闻资料的不足。PGC的短视频取决于团队的管理。内容制作成本高，质量和专业水平都高于UGC短视频。在泛娱乐社会的背景

下，PGC新闻剪辑通常有低俗、庸俗、媚俗等倾向，通过满足观众的娱乐需求，这种短新闻视频的制作和发行促进了公众对娱乐需求的心理运动，专注于娱乐八卦新闻的短视频内容通常可以吸引更多的访问者。结果，互联网上充斥着低俗的娱乐和其他信息内容，浪费了用户的时间并挑战了大众的辩证思维。2018年6月，国家网络空间信息部门收紧了一系列非法账户，例如丰兴工作室的官方微博，全明星探秘和娱乐圈的秘密，以净化网络文化生态，已采取措施，法规促进了PGC短视频的发展，并向更有利的方向发展。

（三）产品原创性缺乏，内容呈同质化

就目前来说，大多显示在客户端上的新闻视频栏目都是具有相似性。传统媒体以传统制作方式制作的短视频，新闻切入主题非常缓慢，视频开头不吸引人，同时对视频片段没有做出应有的处理，这也造成许多用户对新闻短视频不感冒。同样一味地压缩视频时长，这也容易抛弃传统媒体的优势，无法体现文章深度和对正确报道的缺失，因为新闻的完整性的矛盾之一则是报道时间的不足，但如果对一事件进行整篇幅且完整的报道，这个过程的视频则会超出对短视频的定义范畴。与此同时，也有部分创作者将电视新闻分解成多个短视频的形式进行发布，同样也伴随着较大的发布量以及频率，用户产生疲劳感，逐渐排斥此类视频。

四、融媒体背景下新闻客户端短视频新闻发展策略

（一）加强门槛准入，优化内容生产

内容上，坚持垂直化，提升创新力。视频内容的垂直化生产，有助于差异化竞争、加强用户黏性和忠诚度。同时，短视频创业相对资金有限。垂直化生产不仅有助于信息精准抵达，也有助于快速确立小平台的个性化形象。在此领域的竞争当中，因为UGC所具有极佳的快捷性，以及独特的功能吸引了大量的用户关注。此平台所具有内容创作以及传播等多个功能，满足了新闻客户端所需要的各类功能。同样也利用了自身在内容创作带来了更方便的操作，使得对内容的选取方面拥有更好地把握，提供了足够的信息增量，使之能够符合传统新闻的发展。

这个平台的主要优势则是体现在更快的创作速度以及具有极强的现场感受。而与之不同的是，PGC更加专注于新闻事件背后的故事发掘，透过事件的本质还原现场并进行深度报道，通过对事件的深入了解，从而使用户获得更大的信息量，这也无法避免地对视频时长有所增加。

通过对已发表的新闻短视频流量数据来判断，五分钟左右的短视频新闻浏览量和完播率较高。与短视频进行碎片化阅读的思想观念有所差别。与常见的一分钟左右短视频相比，虽然播放时间长了许多，但是在此时间内才能使传统媒体拥有更加广泛的创作空间，使整个新闻事件得以完整的展示在用户当中。而一分

钟的时间则无法将整个事件进行描述,使得用户对具体新闻一知半解。同样也要督促传统媒体对短视频领域的创作技术不断发展,使其能够与UGC保持差异化。

在当今正处于互联网发展的时代背景下,这也让许多媒体在对社会事件报道时具有相似性,因此选择更好地报道角度,会使得独特的内容在诸多同质化的内容中脱颖而出。

(二) 打造特色品牌,进行深度传播

2018年具有有趣、美食和美感主题的短视频融入市场,这就要求市场竞争者提高内容质量,专注于垂直细分,并享受初始进入和差异化的好处。

新闻客户端的家庭视频节目成功展示了为新闻客户端开发家庭视频短视频节目的潜力。以传统媒体新闻购物者为例,首先创建特色节目,并邀请专家、科学家、官员和其他机构讨论当前问题,起到答疑解惑、引导舆论的作用。

短视频借助智能推荐技术实现了内容的精准化传播,增强了信息传播的针对性和精确性,但智能化推荐并不意味着无底线地迎合用户需求和喜好。一方面,进一步优化智能技术,用主流价值引领算法;另一方面,注意意见领袖的价值引导作用,在其强大的影响力和号召力下有效发挥其价值引导作用。

(三) 加强素材挖掘,凸显原创新闻

在互联网时代,许多媒体跟进并报道时事,导致内容雷同化,选择独到的报道角度并反映人格特质是从雷同的内容中脱颖而出的关键。譬如时政类脱口秀节目想要吸引观众,主持人就需要以有代入感的方式,通过用举例子、讲感受、与3D动画的结合以及对配乐和主要内容的调整,改善了整个程序的节奏,使听众更轻松,更愉快地接收消息。

短视频的兴起给新闻带来新的报道形式,也为新闻客户端带来实现差异化发展的路径。门户新闻客户端、摘要新闻客户端和传统媒体新闻客户端都在扩展其短视频新闻服务方面进行了有益的研究。

五、结语

随着互联网以及4G和5G技术的不断推广,短视频新闻作为一种新的新闻报道方式已经成为发展短视频产业垂直方向的理想工具。短视频社交属性凸显,将成5G时代新的流量池。短视频平台虽然定位音视频文娱产品,但在4G发展后期社交属性愈发突出,已逐渐成为社交平台发展的新方向。未来随着5G应用范围扩大,短视频将在移动端扮演更重要的角色,有望成为下一个国民级应用行业。

短视频的出现对传统新闻制作的转型至关重要,同时也带来了严重的负面问题。相关的国家监管机构正在加快短视频行业的整体维护过程。一方面,作为一个短视频平台,有必要加强参与者的访问控制,实名认证和平台控制机制,从参与者的内容质量,安全性和其他利益相关者入手审核,以确保参与者的完整

性以及新闻内容的流畅性和完整性。另一方面,短视频平台需要专注于创建自己的公司文化,社会平衡和商业利益,并承担相关的社会责任。其次,网民需要学习专业的新闻知识,并努力提高他们对新闻和媒体的了解。第三,作为专业的PGC新闻制作团队,有必要提高从业人员的信息专业水平和道德操守,承担舆论领导者的责任,引导人们理性思考,传播健康的新闻内容。最后,相关政府机构需要制定相关的规章制度,以加强对短新闻视频的监管,并指导他们进行整改。

一般来说,新闻短视频的良好和长期发展离不开平台,网民,专业媒体和政府监管机构的参与。此外,在传递新闻内容时,新闻视频参与者必须自觉遵守社会规范,坚持共同价值观,并积极宣传健康,高质量的新闻视频片段,努力营造健康、和谐、文明有序的环境,传播短视频,营造文化生态网络环境。值得注意的是,短视频已作为一种新的媒体技术用于新闻发布领域,但仍值得我们进一步关注和研究。

参考文献:

- [1] 严小芳. 移动短视频的传播特性和媒体机遇[J]. 东南传播, 2018(02): 90-92.
- [2] 张露锋. 短视频作为新闻传播新方式的发展前景[J]. 新闻知识, 2018(07): 38-40.
- [3] 栾萌飞, 薛可. 基于5W模式的短视频新闻传播特征研究——以梨视频为例[J]. 新闻研究导刊, 2018, 7(24): 40.
- [4] 李慧敏, 彭琪琳. 国内短视频新闻的受众态度考察[J]. 成都师范学院学报, 2018, 32(12): 108-114.
- [5] 常江, 王晓培. 短视频新闻生产: 西方模式与本土经验[J]. 中国出版, 2019(16): 3-8.
- [6] 张静. 资讯短视频发展之路探析——以梨视频为例[J]. 传播力研究, 2019, 1(06): 109.
- [7] 徐滔. 新媒体短视频冲击下电视民生新闻的应对措施[J]. 上饶师范学院学报, 2019, 37(05): 99-103.
- [8] 张梓轩, 王海, 徐丹. “移动短视频社交应用”的兴起及趋势[J]. 中国记者, 2014(02): 107-109.
- [9] 姜心钰. 资讯类短视频在社交媒体下的样态[J]. 传播力研究, 2018, 2(01): 27-28+35.
- [10] 刘颂杰. 新闻资讯类短视频发展前景分析——中外比较的视角[J]. 中国报业, 2018(07): 24-28.
- [11] 刘艳红. 基于5W模式的短视频新闻传播特征研究——以“梨视频”为例[J]. 西部广播电视, 2019(16): 2-3.
- [12] 麦洁莉. 短视频大热何以短视频新闻遇冷——以新华社“15秒”为例[J]. 视听, 2019(09): 126-127.
- [13] 朱青. 中外新闻资讯类短视频发展趋势比较[J]. 新闻世界, 2019(09): 61-63.