



浅析县级融媒体短视频新闻的优势及挑战

文/姜华(贵州省贵阳市花溪区融媒体中心)

随着数字技术的迅猛发展,传统媒体和新媒体的融合已经成为不可避免的趋势,信息传播的生态环境也发生了巨大的变化。科技的进步改变了人们的接收方式,重塑了新闻形态。在媒介融合的背景下,受众由于移动和碎片化媒介使用习惯的推动,促使他们开始关注短视频新闻。随着短视频平台的迅速发展,一些品质优良的县级融媒体新闻节目也受到了越来越多的关注。但是,如何在这种情况下保持其独特的地域特色,维护其新闻生产的优势和价值成为当下县级融媒体面临的一个重要挑战。

关键词:县级融媒体;短视频;优势;挑战

根据《2023中国网络视听发展研究报告》,2022年12月,中国网络视听用户数量上升到10.4亿。随着科技的进步,短视频已成为一种融合了传统新闻和移动端的传播方式,成为县级融媒体信息推广的重要渠道。因此,县级融媒体中心应该充分利用其视频制作的优势,按照新媒体的传播规则,创造出更加精彩的短视频,提升其影响力,从而促进当地的经济和社会的高质量发展。

县级融媒体短视频新闻的优势

(一)传播速度快

县级电视新闻播出时间相对固定,受制作时间和审稿制度等因素的影响,电视新闻生产周期普遍较长,许多当天发生的新闻往往要隔天才能刊播,导致新闻在播出时已成为“旧闻”。此外,由于频道限制,受众只能选择当地的广电网络才能收看,传播范围受到局限。短视频新闻的出现改变了这种局面,新闻事件发生后,记者可以迅速“采、编、播”,通过手机直接发布到抖音号或者视频号,在时效性上有了更好的保障。传播范围从本地观众扩大到全国范围,有时甚至呈“几何级数”增长。如2021年7月,TikTok全球累计下载量突破30亿次,字节跳动旗下的短

视频应用TikTok在2021年成为全球访问量最高、人均使用时间最长的社交媒体平台。短视频平台可以提供持续不断的、为用户量身打造的视频流,尤其受到年轻用户的喜爱。[1](王珑洁.县级融媒体短视频的困境与出路探析——以抖音短视频APP为例[J].传播与版权,2020,08:125-127.)在短视频平台上,用户可以通过观看其他用户与内容的互动,把握热门议题变化的趋势并体验社区感;算法对用户和内容的精准匹配可以增强用户黏性和参与度;内容生产者的差异可以让用户在其中做出明确的选择。

(二)核心内容准

传统的文本、图片、长篇视频等,由于其“大而全”的特点使得读者需要很长一段时间才能完全接收和消化这些信息,这已经不能满足当今人们“碎片化”“快节奏”的阅读需求。短视频通常集中于传播一个新闻点或者是经过提炼和串联的新闻点,它所呈现出来的内容都已经被仔细筛选过,具有更强的针对性。主流媒体把握舆论引导“时、度、效”,更加适合受众群体在局域网环境条件下使用各类移动智能终端观看、评论和分项新闻视频。在技术上,县级融媒体自身具备了专业的视频采集、编辑、制作、播出等方面的条件,融媒体中心可充分根据平台特点,凭

借视频制作的技术优势对同一内容的稿件及时进行二次创作,推出图文、小视频、海报、音频、图解、漫画等媒体产品,以丰富新媒体产品,增强各平台的传播力和影响力,使视频节目更加精彩,核心内容更加准确、更具传播力。[2](李学成,贾晓峰.县级融媒体中心新闻宣传工作提升路径探析——以东昌府区融媒体中心为例[J].现代视听,2022,04:2.)



县级融媒体短视频新闻面临的挑战

(一)传统思维转型问题

随着媒体转型的不断深入,一些视频制作者凭借其在传统媒体中的重要地位和管理经验能够迅速适应并取得成功。然而,仍有一部分短视频制作者无法及时适应媒体转型的挑战。综合考虑,短视频作为一种新兴的媒介形式,其参与门槛较低,大众文化氛围较为浓厚。但一些传统媒体的记者编导们仍习惯于使用“采、写、编、播”来运营新媒体,缺乏对新时代受众阅读习惯和阅读兴趣的深入研究以及缺乏对内容的深刻理解。此外,部分资深媒体在发展过程中已经形成了一套固有的运营模式,在转型过程中只是照搬照抄、生搬硬套,从而使“积重难转”的态势变得更加明显,“形”转而“神”不转。

(二)内容缺乏吸引力

随着科技的发展,越来越多的媒体人开始采用更先进的短视频新闻制作方法,不再是简单地将电视上的长视频进行裁剪,而是通过移动终端上传网络,节约成本。但与些同时也带来了一些问题,如播报痕迹严重、题材过于严肃、互动性不强、画面不灵活等。

(三)通联渠道不畅

由于“各自为战”和“新闻点自己找、基础素材被动要”等情况的存在,使得县级融媒体无法及时地把零散的新闻点整合成一个完整的专题或系列策划,从而无法形成有效的宣传矩阵,也就无法实现同频共振的宣传效果。此外,由于部分县级融媒体和乡镇、科局之间的沟通不够紧密,甚至没有相应的联络人员,使大量的新闻素材也随之消失。鉴于“人人都是记者”的影响力不足,“新闻线人”的潜力尚待挖掘,因此其制作的视频作品往往很难激起广大观众的共鸣。[3](王蕾,石金,王莉莉.融合思维下县级融媒体中心内容生产策略研究[J].新闻研究导刊,2022,07:3.)

县级融媒体短视频新闻优化措施

(一)加快思维升级

短视频新闻的制作要求并不高,使用智能手机和短视频剪辑软件就可以轻松完成,“一键上传”等新技术使短视频节目也可以轻松上传,这些都满足网络观众的阅读和消费需求。尽管电视媒体在视频制作和播出方面拥有一系列成熟的理论和丰富的经验,但是其短视频的发展仍然受到一定的限制。因此,必须改变传统的制作模式,摒弃高高在上的态度才能真正推动短视频的发展。随着移动网络环境的发展,短视频新闻必须从“传统媒体”向“互联网”转变,以实现真正的创新,这将对媒体融合的总体布局产生重大影响。为了更好地满足当前主流新媒体观众的心理需求,从业者应以“口味”为指导,以“短视频只是对传统视频信息进行再加工”为基础,深入探索短视频新闻的传播规律,以期达到更好的效果。[4](柴瑜竟.县级融媒体短视频的探索之路——基于山西省县级融媒体案例分析[J].新闻知识,2021,01:6.)

(二)科学选择题材

视频制作应该坚持内容优先的原则,科学地选择主题,通过实用、精彩和新颖的内容来吸引观众。在选择主题时应该考虑以下因素:第一,视觉效果。由于用户对短视频和电视节目的视觉习惯各不相同,视频所记录的内容往往是真实的现场情况,应重点关注使用一个或几个核心镜头来真实地捕捉现场情况。第二,时效性。确保短视频能够迅速传播是制作爆款短视频的关键所在。例如,2020年7月1日,贵州贵阳花溪区贵筑路一栋建筑突然燃烧,现场火势非常猛烈,浓烟弥漫。消防部门迅速出动,在当天20时许成功将大火扑灭。经过调查,火源位

于该建筑的楼顶,幸运的是没有造成重大的人员伤亡。在事件发生的第一时刻,用户便可以在多种渠道获取有关现场的信息,随后的数小时里,多家平台纷纷上线了多条科普自救知识的视频。次日,当地的融媒体中心也及时发布了这些视频,24小时之后,这些视频的点击率突破10万。第三,新鲜性。只有选择新颖的内容,才能持续吸引用户的注意力。与传统媒体相比,短视频的用户年龄更小,接受新事物的速度也更快。新颖的主题和有趣的表达方式能够激发用户传播或分享视频的热情。[5](冯剑.县级融媒体中心移动短视频内容生产传播研究[J].新闻研究导刊,2022,19:105-107.)

(三)开发UGC视频

融媒体中心应该采取双管齐下的方式,充分发挥自身优势,利用UGC视频的创作能力,吸纳各种资源,为短视频新闻的持续发展提供支持。这种视频创作方式可以帮助用户创造出优质的内容。近年来,由于社会对短视频日益增长的需求,现场素材的匮乏已经成为一个严峻的挑战。尽管有一些优秀的制作团队,但仍然存在错失新闻重点的风险。为了解决这一问题,UGC视频的开发显得尤为必要。县级融媒体中心可以与第三方机构携手,共同努力创造出更加精彩的视频,并且在必要的时候设置适当的奖励措施,鼓励公众积极参与,从而达到创造出更加高品质的视频的目的。

(四)建立健全激励机制

在融媒体改革中要实现根本性的变革,关键是要进一步深化体制和机制的改革。要建立一种合乎逻辑的激励改革机制,突破机构编制的局限性,建立一种合理的稿酬激励体系,真正做到奖优罚劣,激发新老记者们的创作热情。例如,在组织上要支持县级融媒体出台新闻短片的稿酬激励措施,激励新闻工作者的创作积极性;扩大社会参与度,拓宽线索搜集渠道,探索建立县级融媒体新闻线索有奖征集机制;借鉴网络媒体、短视频公司的经验,建立“粉丝”“点赞”“转发”等激励机制,有效拓展主流媒体的受众范围,提升主流媒体的影响力,充分发挥主流媒体的“喉舌”功能,夯实宣发的主阵地。

(五)创新视频内容

随着短视频的普及,传统视频已经难以吸引用户的注意

力。为了让视频发挥其传播作用,我们需要对主题和内容进行创新。要实现这一目标,关键是要从用户的角度讲述故事并为用户发声。通过对微博大V和其他头部博主发布的视频进行分析可以发现,他们之所以能够引起各界的关注,主要是因为他们以用户的视角为切入点,通过镜头捕捉生活中的趣事,激发用户的兴趣。因此,视频制作者应该始终关注社会热点,并利用具有代表性的短片和吸引人的文字来创作出畅销的短片。为了让这些短片能够被广泛地传播,制片人应该从用户的角度出发,调整拍摄角度并灵活地利用小镜头等技术增强视觉冲击力。最后,通过将不同的场景、画面和情感结合起来,让画面变得更加丰富而生动。加强视频的娱乐性和戏剧性,以便更好地满足观众的审美偏好。当前,人们越来越关注视频的质量和内容。县级融媒体必须精确掌握这些关键要素,通过创新提升其影响力,从而在竞争中脱颖而出。举个例子,纪实性短片的内容非常丰富,涵盖了文化、民生、政治和经济等领域,正是由于这些领域具有巨大的潜力才能够激发出各种群体的创作热情。在制作以新闻为主题的短视频时,除了需要精湛的拍摄技术外,更重要的是让视频内容具有深刻性,让观众产生共鸣,从而提升其吸引力。在制作新闻视频时应该抛弃传统的媒体表达方式,以核心要素为基础,努力实现内容的创新,采用贴近受众的语言和镜头,有效地传播新闻,合理调整视频画面,以便更好地唤起观众的共鸣。例如,贵阳市花溪区融媒体中心采取了多种创新方式来宣传防疫科普,包括将枯燥的科普知识、防控政策制作成海报、图解、漫画等,同时结合贵州省疾控中心专家的分析,制作小视频并在公众号、APP、视频号等平台发布,这些措施不仅丰富了宣传形式,而且还大幅提高了阅读量,仅视频号单日就获得了57.7万次的关注。经过验证,采取这种方式不仅能够确保短视频的及时性,还能提升用户对其的接受程度,从而为新闻的迅速传播带来了重要的意义。

结语:综上所述,在媒体融合的大环境下,短视频新闻对于县级融媒体既是机遇又是挑战。县级融媒体需要清晰地认识到转型过程中存在的问题,找准突破口,发挥自身优势,不断探索创新,实现短视频新闻的不断优化升级,开创新闻传播新局面。