

# 抗“疫”新媒体短视频创作的混搭之路

沈 益

“混搭”(Mix and Match)最初是时尚界的专用名词,指将不同风格、不同材质、不同价格的商品按照个人口味拼凑在一起,从而显示别出心裁的个性化风格。如今,“混搭化”也可以借用这一说法来描述和概括新媒体内容产品生产与传播的特征。传统媒体时代,媒体内容生产和传播符号主要涉及图、文、声、像。进入新媒体时代,内容生产和表现形式都发生了变化,H5、二维码、无人机、网络直播、弹幕这些以往在传统媒体中从未出现过的新元素和新技术,也在刷新和改变着传媒行业旧有的生产和制作模式。

在新媒体短视频创作领域存在着一种呼声,叫“去电视化”。就是要摒弃传统电视视频创作固有的程序与模式,即演播室出境、解说词配音,规范化的电视画面镜头编排剪辑等等。随着快手、抖音等移动端短视频平台的兴起,短视频创作领域出现了大量有别于传统电视视频表现形式的作品,既有拍摄随意性很大,基本上没有景别变化的素人随拍;也有一些社会视频创作者结合创意拍摄和后期特效制作的炫技类短视频;同时还有展现个人生活的Vlog,即视频日记这种表现形式也日益兴起。

在这次抗“疫”新媒体短视频创作中,笔者尝试把传统电视视频创作的方式和现在流行的短视频创作方式进行一定程度的组合,以混搭的效果,生产出既能在电视平台播出,也能在新媒体平台推送的短视频作品——系列短视频作品《“疫”线日记》,收到了预期的多平台传播效果,其基本手法和操作概述如下。

## 一、设备混搭:GoPro+单反相机

传统的专业电视摄像机,体积较大,给一些特殊角度的镜头拍摄带来一定不便,在这次追寻混搭效果的疫情防控短视频拍摄中,笔者选择了GoPro+单反相机的组合。GoPro主要用

来拍摄记者出镜和一些动态行进的镜头,单反相机拍摄事件过程和记录人物采访。

GoPro是不可变焦的广角镜头,可以最大限度的展示现场,记者用其出镜可以更多地用以展现人物置身在场景中的效果,可以带给观众更直观逼真的现场感。同时在运动行进当中,广角镜头拍摄的画面也呈现出更好的稳定性,画面不会过于晃动。

单反相机拍摄的画面,景深感更好,虚实变化可以更好地凸显拍摄的主体,对于一些细节捕捉所呈现的画面更具美感。同时单反相机的镜头一般都带有一定防抖功能,在手持拍摄一些画面的时候,也能够起到一定的稳定作用。

## 二、表现方式混搭:Vlog+新闻

现在在抖音、快手上的短视频都呈现一种娱乐化、社交化的倾向。从以前的照片自拍,到现在Vlog的视频自拍,再到网络主播,其实大众对于视频当中有人物出现这样“活”的东西,相比较那些“死”的景物,关注度和感兴趣的程度更高。在《“疫”线日记》系列短视频创作中,笔者尝试把Vlog的表现形式和视频新闻的表现形式两者结合,开篇和结尾都由记者用GoPro自拍的形式,讲述自己的工作内容和感受体会,从而与观众产生交流互动,使观众更有代入感,仿佛自己就化身记者在一线采访。这种方式相较于传统电视记者的现场出境,在感觉上更亲切随和。而在中间部分的主体内容呈现上,采用比较传统的新闻采访方式,再加上一些GoPro自拍的交流场景,也是尽最大努力增强现场感。

## 三、宣传效果混搭:第一手事件+记者在一线

《“疫”线日记》系列短视频,内容呈现基本锁定疫情防控工作中的碎片化事件,有交通卡点的夜晚值守、有超市物资供应和销售情

况、有小区防疫管理、有企业为医护人员献爱心等等，这些都不算大新闻的题材，但由于依靠新媒体短视频即时化、现场化和纪实性的呈现，带给观众一种“我就在现场，亲眼看到事情发生”的观感体验。在移动互联时代，由于碎片化的传播，观众往往对于宏大叙事、第三者角度播报式的新闻，接受程度相对不高。反而对一些有现场、有代入感、带有一定主观性视角的视频更感兴趣。《“疫”线日记》系列短视频以记者自拍而产生代入感，同时加以讲述内容来自第一人称的感受，讲述语言高度个性化，带有一定主观性的描述，既向观众呈现碎片化事件的原貌，同时也带来记者正在一线现场，让观众目睹刚刚发生在身边事件的收视效果。特别是在疫情比较严重，管控严格、出行受限的时间段，给被

迫困守在家中的观众带来外界的现场感受，进一步激发他们的收视兴趣点，在传播效果上实现了交互和共情。

新媒体的“新”，体现在它所具有的交互性与即时性，海量性与共享性，个性化与社群化。笔者认为新媒体的兴起并不意味传统媒体走向衰落，传统媒体拥有内容生产方面的核心优势。如果做好了“混搭”，把电视媒体自身的内容生产核心优势充分调和和挖掘出来，结合新技术、新方法、新手段，充分借鉴并融合新媒体的理念与技巧，以高质量的内容获得高黏度的受众，以高黏度的受众实现对客户的深度服务，那么在新媒体时代，传统媒体依然能以其独特的传播优势，实现资源优化、流程再造、传播价值和传播效果的最大化。

（作者单位：台州广播电视总台）

