

让短视频成为重大新闻事件中的 强大“传播流”

康婵娜 沈 钧

摘要：面对突如其来的新冠肺炎疫情，县级媒体如何让新闻报道贴近实际、贴近生活、贴近群众，让县级融媒体中心具有强大传播力、引导力、影响力和公信力？本文结合德清县电视台在疫情防控报道中紧紧站在短视频传播风口，让短视频成为疫情报道中主角的探索，从短视频的科普表达、区域鲜活新闻推送和蕴含人文关怀等方面进行阐述。

关键词：短视频 融合传播 疫情防控 人文关怀

7万+、25万+、100万+、600万+、1500万+……这是德清县新闻中心疫情防控报道短视频在各平台呈现的阅读量。面对突如其来的疫情，如何突破常规，让新闻报道贴近实际、

贴近生活、贴近群众，实在实用、入脑入心、有声有色，为广大受众接受？德清县新闻中心紧紧抓住短视频的风口，整合主持人、编导、摄像、制作等新闻资源，根据疫情防控形势，分阶段有步骤地推出了既契合疫情防控需要，制作上又“短而精”“小而美”的短视频产品，形成了一定的品牌效应，扩大了主流媒体在本地的传播力、引导力、影响力和公信力，进一步打造了县级融媒体中心的核心竞争力，用短视频为年轻的县级融媒体中心在变局中寻得新的生机。

一、短视频风口正劲，县级融媒体中心大有可为

根据QuestMobile的2019半年报告，短视频用户规模已经超8.2亿，同比增速超32%，意

味着10个移动互联网用户中有7.2个正在使用短视频产品，并且短视频与在线视频的活跃用户规模进一步缩小。疫情期间，在抖音短视频平台上，仅涉“新型冠状病毒”的视频就多达182.5亿次的播放。其中，人民日报、央视新闻发布的“钟南山院士建议”的视频均高达1.4亿次以上的点击量，且得到了海量的评论和转发。

近两年，按照党中央部署要求，全国各地县区纷纷建设了县级融媒体中心，融合了当地电视、报纸、广播、新媒体等各种媒体形态的机构、资源和优秀人才。以德清县新闻中心为例，融合后拥有摄像、编导、文案、后期制作等各类人才。当短视频风口出现之后，短视频凭借文字和图片无法匹敌的说服传播优势，在传播领域提供了一种新的媒介选择。短视频所具备的说服传播潜力，深刻影响着短视频受众。在舆论引导方面，经过短视频的形式，进行内容的生产、包装和输出，能起到比文字和图片更好的传播效果。^①疫情发生后，德清县新闻中心党委决定成立临时作战小组，从广告部、活动中心、广播部等部门，抽调人员成立视频组，迅速汇聚短视频拍摄制作精英人才，全力投入到短视频内容产品的生产中。

二、短视频成为疫情宣传报道的“传播流”

在这场声势浩大的全民战疫中，各行各业参与其中，以自己的方式抵御、对抗着这场危机。作为县域唯一的主流媒体，德清县新闻中心通过系列短视频，实现了一次逆境中的自我洗礼自我超越。那么疫情之下，我们的短视频作品又扮演了怎样的角色？

（一）短视频表达科普宣传更有趣

疫情初期，人民群众对新冠肺炎疫情了解甚少，快速地普及防疫知识，成为疫情防控新闻报道和每日宣传的第一道应对答题。

为了把生硬干涩的新冠肺炎防控小知识做成观众网民看得懂、喜欢看、愿分享的内容产品，德清县新闻中心及时采用主持人说疫情防控小知识的方式，从2020年1月26日开始，爱德清抖音号推出《快板：德清人怎么过》短

视频，一上线就引爆网络，8个小时阅读量破千万；2020年2月10日，爱德清抖音号推出的《自制卷帘门》短视频，阅读量达到612万。疫情期间，德清县新闻中心共推出各类疫情防控小知识短视频103条，广播、电视、专题的主持人，包括广告中心的主持人轮番上场，使出浑身解数，或示范佩戴口罩，或与医务人员一起示范洗手、消毒等，各类疫情防控知识通过主持人加工演绎后，变得轻松幽默，可看性强，易于传播。各类短视频在微信、微博、抖音、梨视频等平台分发后，累计阅读量达到3879万人次。

（二）短视频推送本地突发新闻更及时

2020年1月21日，德清医疗防护用品生产企业浙江伊鲁博生物科技有限公司，以3倍的加班工资召回员工，准备在22日重新开启口罩生产线。得到线索后，德清县新闻中心立即安排记者奔赴企业采访，并将采访内容制作成短视频在新媒体端传播。很快，浙江卫视《浙江新闻联播》、浙江日报、浙江之声、“新华社”“新华网”“人民日报”“澎湃新闻”等客户端及“新华视点”“文汇报”等媒体平台都进行了转载或跟踪报道，全网点击量超千万。

疫情期间，德清县内第一例、第二例确诊新冠肺炎患者的消息，第一例输入性新冠肺炎患者新闻，都采用了短视频形式报道。特别是第一例输入性新冠肺炎患者新闻，还联合央视新闻进行了视频直播。实践表明，相对于传统的图文报道，短视频更加生动，也更符合当下受众的需求。

（三）短视频展示人文情怀更显温度

疫情对人性有着极大的考验。德清县新闻中心推出了多个充满人文关怀的短视频作品，用饱含希望和信心的镜头画面，温暖疫情阴霾笼罩下漫漫寒冬里的民众。2020年2月2日22点22分，德清县新闻中心精心制作了短视频《202002022020，德清，加油》，用27秒展示了此刻德清县城的夜色，一下子感染了许多网友，短视频瞬间引爆网络。许多网友将短视频分享到朋友圈，让疫情之下的德清充满了

暖意，也让全县民众对抗疫的前景更有信心、更有力量。据不完全统计，该短视频阅读量达到25万人次。

（四）短视频解读时政题材更给力

疫情之后，快速复工复产成为当地党委政府的重要课题。德清作为制造业强县，复工复产更加迫切。为了在全县上下营造复工复产的浓厚氛围，我们推出了《奔跑在春天里》系列短视频，第一次尝试用短视频来解读重大主题宣传。在不到3分钟的时间里，如何把复工复产这一主题说清说透，既能让网友看得明白，也要生动活泼，符合短视频传播规律，德清县新闻中心的记者们动足了脑筋。

策划设计脚本，主持人现场出镜，设计各种转场效果，多机位加航拍，专业相机加持等，一个由导播、摄像、后期制作等不同岗位的人临时组成的创作班子迅速投入到战斗中。在创作小组的精心策划下，一口气推出了13期《奔跑在春天里》系列短视频。从工地到工厂，从城市到农村，从个体到群体等等，一組组鲜活又大气的短视频先后在“德清发布”“爱德清”微信公众号上推出。

第一期《奔跑在春天里》短视频推出后，立即引来了县领导的关注，县委书记、县长、宣传部长先后给这期短视频点赞，称其形式新颖，可看性强，鼓舞了士气，振奋了人心。随着一期期短视频的推出，在全县党政机关干部的“朋友圈”里引来了大讨论。据统计，13组《奔跑在春天里》的短视频累计阅读量达到31万人次，为本地复工复产营造了良好的舆论氛围，发挥了助推作用。

三、短视频将成为县级融媒体中心提升影响力的重要突击方向

在资讯爆炸的当下，县级融媒体中心何去何从？在这次战“疫”行动中，短视频平台和其他资讯、社交平台一起自觉承担起了宣传疫情、号召用户科学防控的重要角色。另一方面，在全国各地均实行不同程度的出行管控的情形下，表达更为直观的短视频成为了无数居于家中无法外出的人们了解讯息、安排居家生

活、排解压力、放松身心的最好途径。

在此之中，用户可以通过短视频了解与疫情相关的种种新闻，用户在浏览观看这些短视频的过程中，一方面得以及时地获取防疫信息，另一方面也能有效疏解因疫情而带来的紧张、焦虑等负面情绪。

德清县新闻中心的疫情宣传实践表明，短视频在新闻报道和常态宣传中提供了更多视觉传达的价值。新闻报道的专业性是传统新闻媒体的又一优势，视频分享平台中的一些具有价值的新闻是由普通用户随机获取的，视频存在信息不准确、质量不高等现象，传统的新闻媒体中有大量专业的新闻编辑人员，可以利用新闻专业人员对视频的内容进行专业的编辑和信息的提炼，为广大用户提供更高质量的短视频新闻。^②

随着网民的增多，网络技术的日益发达，人们越来越离不开网络移动终端。在这样的背景下，新闻资讯类短视频有着良好广阔的发展前景。短视频较好地起到了聚合粉丝受众的作用，从内容技术、渠道等方面比较主流融媒体平台与短视频平台，可以看到，短视频具有符合最短时效的视听观感和最大限度满足移动用户随时随地获取新闻需求的特点。^③在移动短视频新闻传播的未来发展中，特别是在短视频内容产品的生产中运用创新技巧创新手法，结合网络传播的特点，让移动短视频为本地新闻资讯用户提供服务新体验的同时，为区域主流媒体的发展前景投下一抹亮色。

参考文献：

①周敏，江作苏，《短视频传播主流价值观的创新路径》，《新闻战线》2018年第10期。

②韩存齐《短视频的传播特性研究——探析自媒体时代短视频新

闻发展趋势》，湖北科技学院学报，2017年第1期。

③邢弘昊，《短视频与主流融媒体可视化表达》，《新媒体研究》，2019年第3期。

（作者单位：德清县广播电视台）