

# VLOG+微型人物故事

## 短视频创新报道模式

陈宇燕

**摘要：**今年1月，新型冠状病毒肺炎疫情在全国范围内爆发，引起了全社会的广泛关注。疫情期间，以“钱江视频”为代表的地方媒体平台，通过发挥短视频优势，采用VLOG、AI等新手段，讲述微型故事，创新短视频报道模式。本文通过新型冠状病毒疫情期间，“钱江视频”的创新实践研究传统媒体如何通过制作各种各样的短视频吸引受众，最终实现媒体转型。

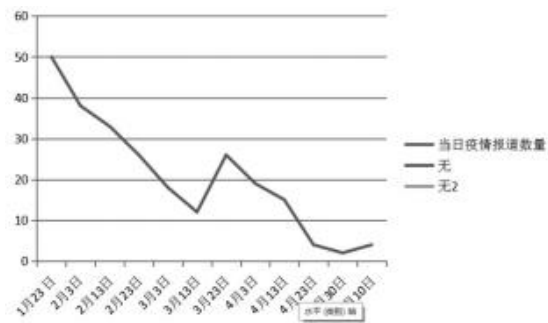
**关键词：**突发公共卫生事件 新冠疫情 地方媒体 短视频

突发公共卫生事件，是指突然发生，造成或者可能造成严重社会危害，需要采取应急处

置措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。<sup>①</sup>从2003年非典事件后，突发公共卫生事件开始被公众关注。2019年12月，武汉开始陆续出现不明原因肺炎病人；2020年1月20日，钟南山院士在央视《新闻1+1》节目中首次提出，“此次肺炎存在人传人情况”。此后，各地媒体平台纷纷参与到了新冠肺炎疫情的报道中。本文将钱江视频作为案例，分析地方媒体如何利用VLOG以及AI等方式或技术，创新短视频模式。

钱江视频是浙江电视台钱江都市频道主要输出短视频的微博平台。从2020年1月20日至5月10日，钱江视频总共发布“疫情”和

“新冠肺炎”的相关报道共计1611条。一直以来，部分地方媒体的短视频平台受到传统电视报道模式的束缚，仅仅是把电视成片搬到网络，并不符合网络传播特点。在本次疫情报道中，“钱江视频”对平台短视频模式进行了创新。截至2020年5月10日，钱江视频”平台粉丝数，从二月初的不到100万，增加到了205万，微博日均阅读量破百万，可以说是传统媒体中借助短视频创新，成功转型的例子。



钱江视频有关新冠肺炎包报道篇幅情况

### 一、微型故事“小而美”视角，纪录平凡人的感动

受到采访资源的限制，地方媒体很难采访到行业领军人物、权威专家等。专注平凡人物故事的“小而美”的短视频，成为了地方媒体疫情报道中的亮点。通过不受时长限制的短视频模式，更能集中突显人物故事。

从今年2月起，钱江视频推出“你的样子”短视频系列，每天推出三到五位人物，涉及快递员、医生、护士、菜农等各行各业，记录普通人在疫情期间的感人故事。在形式上，通过主人公照片+简短文字说明。右下角添加二维码链接，可进入观看主人公的短视频故事，视觉上具有较强震撼力。“你的样子”其中一期是浙大四院感染科95后护士陈颖的故事。作为金华首批奔赴负压病房一线的医护人员，陈颖常在隔离病房一呆就是十几个小时，因此摘下口罩后，脸上压出了一道痕迹。这张照片在网络上迅速走红，网友称赞：“你摘下口罩的样子，是最美的样子”。2月14日情人节，陈颖和男友不能和往常一样一起过节，隔着玻璃亲吻衷情的瞬间，再一次在网络热传，成为了疫情期间的一段爱情佳话。此外，“你的样子”系列还记录了33天坚守一线的边检民警孙冰；自种蔬

菜送给82岁独居邻居老人的陈明华；为隔离户收垃圾的收废品人孙福等平凡人物的正能量故事。截至2月25日，《你的样子》连续刊载24天，累计推出92张海报图片，被人民日报等媒体和易中天等大V转发；运用三维建模冲重构造技术特别制作的竖屏MV《你的样子就是中国的样子》被新华社客户端选用。



### 二、VLOG模式，拓宽报道视角，多领域展示疫情下动态

VLOG手法的广泛运用：VLOG，全称是VIDEO BLOG，是指作者以影像方式，上传与网友分享<sup>②</sup>，因为VLOG对于拍摄人员、场地限制较少，能够极大地拓宽报道视角。疫情期间，针对医院隔离区无法进入的情况，钱江视频推出了“湖北来信”的版块，通过援鄂医生手机视频记录+自拍讲述的模式，记录下武汉当地的治疗情况、医生护士的状态。虽然医生在拍摄手法上，可能没有受过专业训练，但是让观众看到了真实的武汉医院的情况，引发了广泛关注。“湖北来信”版块的阅读量达到了615.3万。此外，钱江视频陆续推出了出院患者的“出院者说”，留学生的“留学日记”，援鄂医疗人员返浙的“归来”等版块。通过各方的视角，展现疫情下不同人群的生活动态。

此外，VLOG模式也增强了受众的代入感。受到疫情影响，此前杭州公共交通一度受到管控。2月17日，杭州公共交通正常通行第一天，钱江视频在报道中，挑选了三路日常乘坐地铁、公交、出租车上班的记者，让他们在上班途中，用手机

记录疫情下乘坐公共交通的过程，并通过手机剪辑+传回后方编辑的方式，第一时间发出报道。真情实感的体验报道，让“上班族”更能感同身受，这则组合报道的当日阅读量超过了20万。

### 三、提供生活服务信息，稳定民众情绪

2003年非典期间，曾经传出“盐可以治疗非典”的传闻，导致出现了民众连夜排队抢盐，抢购板蓝根的闹剧，一度引发社会恐慌。<sup>⑤</sup>疫情期间，媒体除了需要发布权威官方讯息，也需要关注民众生活需求，提供服务讯息，乃至澄清谣言，以稳定民众情绪。

2月初，受到疫情影响，居民出入次数受限，居民担心蔬菜粮食供不应求，甚至出现“囤货抢购”的情况。钱江视频实地走访了杭州各家超市，探查了蔬菜肉类供应以及价格情况，发布了《杭州超市蔬菜新鲜不断货，价格没有变化，配送员相对紧张》等消息，为民众采购提供参考。2月下旬，针对餐饮业恢复开放的情况，钱江视频先后发布了《杭州公布首批可配餐营业饭店名单》《恢复堂食后的海底捞：一桌最多坐三人 火锅店恢复热闹还需要一段时间》等报道。

3月份以后，随着疫情得到逐步控制，民众开始关注复工复产，钱江视频发布了《学生开学前需要领到健康码》《浙江婚姻机构网上预约系统重新开放》《杭州健康码实现新功能 可预约挂号》等服务类报道；3月28日，杭州市政府发放16.8亿元消费券的第一天，记者实地探访了小吃店、便利店、连锁超市等，探访民众消费券使用情况，并采访了市民和销售员，为大家提供“怎么使用最划算”等服务类报道。

### 四、PUGC模式，二次加工监控素材

PUGC，全称为Professional User Generated Content，是以UGC模式，产出相对接近PGC的专业音频内容。<sup>⑥</sup>疫情期间，警方监控视频、执法记录仪、市民爆料等是地方短视频的重要来源。监控视频现场感强，但偏于冗长，需要后方加工剪辑，提取亮点。5月3日，钱江视频平台发布了一则《杭州一小区惊现假面骑士》的短视频报道，源自于杭州三墩派出

所的出警记录视频：一位参加完COSPLAY（服装扮演）的小伙子想进小区，因为戴着头盔无法核实身份，被民警要求拆下头盔。报道突出了“假面骑士”这一人气动漫形象，再配上音乐特效，用轻松诙谐的方式，传递了疫情防控知识。播出后，网友戏称“假面骑士进社区也要扫码”。单条报道阅读量达到921万，转发量近万次。此外，平台还发布了“交警监控远程喊话市民戴口罩”等素材报道。

### 五、AI助力短视频 丰富报道模式

针对复工复产后，民众关心的各类问题，钱江视频推出了“AI问钱小宝”环节。“钱小宝”是一款模拟三岁孩童的智能机器人，通过语音操控方式，“钱小宝”可以独立回答“杭州清明现场祭扫如何预约”“浙江中小学开学时间”“杭州公交卡如何退款”等问题。同时通过后台操控，机器人面部可以添加“口罩”“爱心”等表情包，增强视觉效果。目前，“AI问钱小宝”版块已经有38.8万的阅读量。

### 六、结语

面对短视频时代，传统媒体平台不能再仅靠“搬运”电视作品到网络端，而是应该依据网络传播特点，以及发挥传统媒体渠道等优势，进行创新模式。随着疫情形势逐渐趋于稳定，如何在后疫情时代，保持平台的影响力和公信力，增强用户黏性，是传统媒体需要思考的。在后续的短视频运营中，也值得借鉴为之。

### 参考文献：

①突发公共卫生事件应急条例[EB/OL]. 中国政府网, 2011-01. [http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content\\_1860801.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content_1860801.htm).

②宾振宇：《Vlog中国发展现状与前景浅析》[J]，《视听》，2019第3期。

③抢板蓝抢盐 从跟风到“听钟南山的”抗击非典的贵阳记忆[EB/OL]. 贵阳网, 2020-05-13. [https://www.sohu.com/a/394894886\\_119665](https://www.sohu.com/a/394894886_119665).

④苏慧莹：《PUGC:UGC时代新闻生产模式的转向》[J]，《试听》，2016年第9期。

（作者单位：浙江电视台钱江都市频道）