

内容走心 形式吸睛 全媒联动

——谈《衢州战疫情十二时辰》短视频创作

石国栋 王春俊

摘要:《衢州战疫情十二时辰》是对衢州各条防疫战线抗击新型冠状病毒肺炎疫情的真实写照。在短短一天的时间内,该短视频就收获了10万+的点击量,并在各种自媒体平台迅速传播。本文拟从内容走心、形式吸睛、全媒联动三方面着手探讨该短视频快速传播的原因所在,为短视频制作的创新和扩大传播效果提供相应的经验借鉴。

关键词:短视频 内容走心 形式吸睛 全媒联动

《衢州战疫情十二时辰》是衢州广电传媒集团于2020年2月3日推出的新闻类短视频,主要展示了新型冠状病毒肺炎疫情影响下,衢州各条防疫战线工作人员以“咬定青山不放松”的韧劲、“不破楼兰终不还”的拼劲,全面打赢疫情防控人民战争、总体战、阻击战的感人事迹。该视频在短短的一天时间内收获了10万+的点击量,得到了广泛传播和受众点赞。衢州广电是如何打造这个“爆款”短

视频,扩大其传播效应的呢?

一、内容走心,触摸战“疫”脉搏

《衢州战疫情十二时辰》,以寂静的城市期待春天点题,将受众迅速带入到疫情防控这段特别的叙事场景之中,之后借用时间轴的形式,将衢州各行各业,各条防疫战线的工作人员积极投身疫情防控工作的场景精心串联,分为十二个部分予以呈现,搭配激昂奋进的音乐,让人们在似曾相识的奋斗故事中,感受到众志成城的精神能量,达到一种共情的传播效果——我们都是其中的一员,我们都在为这次疫情防控贡献自己的一份力量。

《衢州战疫情十二时辰》之所以能在短时间内迅速传播,就在于编辑们捕捉到了真正打动受众的内容,策划先行、精选内容,触摸各地复工复产、合力战“疫”的脉搏,使视频内容能够真正地走入受众心中。总体来看,该视频内容走心的特点主要体现在内容的“真”和“亲”两个方面。

(一)内容“真”,以真实性叩开受众心扉

内容真实是短视频《衢州战疫情十二时辰》给受众带来的深刻体验,正是真实的内容元素使得视频能够让受众产生熟悉感,进而受感动。

从场景来看,广大医务工作者白衣执甲、逆行出征,广大社区工作者、公安干警、基层干部、生产工人、志愿者不惧风雨、坚守一线,广大群众众志成城、踊跃参与,涌现出一大批可歌可泣的先进典型和感人事迹。视频中拍摄的火车站、高速公路收费站、公园、马路、医院、车间、社区、超市、工地等场景均来自于衢州本地,这种真实的场景使受众能够对视频内容产生强烈的熟悉感,拉近受众与视频内容的心理距离。例如,从半夜奋斗在战“疫”一线的医护人员工作场景入手,拍摄这批最美逆行者舍小家顾大家、负重前行,用自己的辛苦指数换来人民群众的健康指数,进而让受众感同身受。该短视频从最细微的人性角度入手,

切中受众内心最柔软的地方,即增添了内容的温度,又得到广泛快速的传播。

从事件来看,视频中展示的医患沟通、车间生产、乡村广播、媒体报道、疫情排查等均拍摄于新闻现场。这些画面向受众展示的是衢州各条防疫战线抗击疫情的真实情况,受众能够从中真切感受到疫情冲击下衢州人民同舟共济的深厚情怀。

(二)内容“亲”,用内容的亲近感带来节目的亲和力

《衢州战疫情十二时辰》中的取景内容来自广大市民日常生活、工作中经常出现的画面,视频选取了活跃于抗击疫情一线的医护人员、社区人员、市民、工人、学生、记者、交警等普通人物,使受众能从视频中感受到他们是如此有血有肉、如此平凡却又不凡。正如网友留言所说:“这些身边的面孔,看上去很憔悴,但他们依然是最美的。在他们眼中,没有对疫情的恐惧,只有自信、平静、坚强,我们也要参与到抗击疫情的‘战斗’之中。”

从小切口、生活化、接地气的场景入手,为受众营造真实、亲切、温暖、生动、活泼的情感体验。譬如,江山村民“毛改革”用本地方言把防疫科普知识通过乡村应急广播——流动大喇叭进行巡回播放,“疫情防控我们应该‘央悍 quan’(这样做)”。一股熟悉的江山腔,让广大群众听得懂、记得住,使视频感染力和传播覆盖面大大增强。

二、形式吸睛,手法有“新鲜感”

短视频《衢州战疫情十二时辰》除了做到内容的走心以外,还在形式上进行创新。我们尝试借鉴电视剧《长安十二时辰》

的拍摄制作手法,为受众提供耳目一新、充满人情的视觉和情感体验。总体来看,《衢州战疫情十二时辰》在形式上主要体现为“新”和“暖”两个方面。

(一)形式“新”,以时辰表凸显新鲜感

从整体上看,《衢州战疫情十二时辰》是以古代的十二时辰为主线将不同时间点、不同地方的新闻事件串联在一起。在拍摄制作过程中,大家反复商讨什么时辰对应什么行业,丑时医护人员正照顾患者,寅时一线工人正生产口罩,卯时乡村大喇叭正开始播报。这样一来,受众就能更真实地感受到疫情期间,衢州的“时间表”并没有停滞,而是一直以紧凑的状态持续性地运行着,从而激发内心对战胜疫情、恢复正常生活的信心和勇气,与受众产生共鸣。

(二)色调“暖”,以艺术性传递正能量

短视频《衢州战疫情十二时辰》是由一系列的文字、图片、同期声、音乐等元素组合起来的。编辑为突出抗击疫情的热情、传递战胜疫情的信心,将视频中的部分元素进行二次加工处理,使视频拥有明显的温度。例如,为缓解受众因为疫情产生的紧张心理,在视频开始时,编辑通过解说加字幕的方式,用“世界就是这样,你喜欢喧闹,我就给你安静,你想停下,我定要推着你前行,逆行非英雄,只为追逐春天花开的声音”的话语来激励受众迎难而上、抗击疫情。同时,为避免灰色背景的压抑感,编辑巧妙运用红色图案与文字来加以烘托,借助红色赋予视频更暖、更热的情感,使受众能够感受到满满的正能量。

短视频中的音乐与内容相

辅相成、缺一不可。该短视频采用多组叠加新闻同期声为切入点,配合暖人心、激励志的流行曲《你的答案》:“也许世界就这样/我也还在路上/没有人能诉说/也许我只能沉默/眼泪湿润眼眶/可又不甘懦弱/低着头 期待白昼……”舒缓的前奏抚平心中的恐慌,娓娓道来的主歌部分似乎就是身边朋友的讲述,副歌部分则激发出活力感,使得整篇内容酣畅淋漓、振奋人心。

三、全媒联动,扩大传播效果

在媒体融合的背景下,短视频的快速传播除了要有走心的内容和吸睛的形式外,还要有多元化的传播渠道。《衢州战疫情十二时辰》作为新闻报道类的短视频,选择以衢州市首批密切接触人员解除隔离这一天来推送,除了电视媒体传播以外,还通过衢州传媒网、无线衢州客户端、衢州广电传媒集团微信公众号、衢州广电传媒微博、衢州壹频道等新媒体矩阵向广大受众推送。在各个媒介“公转”刊播的同时,发动同事和身边好友进行“自转”个性化传播。不少受众经过自己再度创作,通过抖音等形式推荐给好友。这种基于受众的二次传播不仅拓展了短视频传播的途径,也扩大了短视频的传播效果,助推了该短视频迅速走红,让正能量产品达到刷屏的效果。

融媒体时代,《衢州战疫情十二时辰》短视频从人性入手,传播美好,直击人心;拍摄制作的正能量、形式新、有看点的优质短视频产品,开创了“线上公转、线下自转”的创新传播方式,为抗“疫”斗争凝聚了正能量,弘扬了主旋律。

(作者单位:衢州广电传媒集团)