

舆论监督报道

爆款短视频打造路径探析

周 勤

摘要：温州广电传媒集团《新政聚焦》栏目是温州地区的品牌舆论监督栏目。新媒体时代，面对竞争压力，《新政聚焦》勇于探索，大胆创新，开启融合转型之路。借助新规律、新技术和新平台，探索出了一套舆论监督报道爆款短视频打造的流量密码，营造舆论氛围，倒逼问题整改，有效助推党委政府中心工作的推进和落实。

关键词：舆论监督 短视频 爆款 流量密码

《新政聚焦》栏目是温州广电传媒集团的品牌舆论监督栏目，曾因采访调查深入细致，报道、评论有理有力，建设性地开展舆论监督报道，较好体现了主流媒体的舆论引导力而在浙江

省市级广播电视台新闻栏目抽评中荣获电视栏目一等奖。进入新时期，面临新媒体的竞争压力，《新政聚焦》也开启了融合转型之路，开通自己的新媒体账号，推出短视频作品。2022年，《新政聚焦》共发布短视频58条，其中全网点击量100万以上7条，50万以上6条，10万以上6条，登上同城热搜或同城榜17条，其中11条名列同城热搜第1名。全网点击量最高超350万，总流量超1500万，10万+以上占比33%，探索出了一套舆论监督报道爆款短视频打造的流量密码。

一、尊重市场规律，让短视频像短视频

虽然监督主题自带话题性，但在新媒体时

代，并不是有了好题材自然就会有好流量，“酒香还怕巷子深”是新媒体报道必须要尊重的客观规律。《新政聚焦》刚开始探索新媒体报道时，短视频发布后只有几百的点击量，陷入自娱自乐的窘境。面对困境，栏目组深入研究新媒体运作，特别是短视频创作的相关规律，坚持“竖、大、少、浅”的短视频创作原则，^①短视频点击量逐渐有所起色，并很快迎来第一个10万+作品和第一个100万+作品。

（一）坚持“竖、大、少、浅”的短视频创作原则

传统媒体创作短视频，往往喜欢做成横屏，除了因为摄像机只能横屏拍摄外，传统思维惯性难以转变也是因素之一。但是根据 MOVR 的《移动行业概述报告》显示，在94%的使用时间，手机处于竖屏状态。美国调研机构 Unrulid 统计表明，52%的手机用户锁定竖屏。同时人体工学研究也表明，当眼的舒适度和手的舒适度产生冲突时，手的舒适度优先。^②由于单手操作手机横屏不便，加上惰性因素，人们不愿横转手机，而互联网行业的铁律恰恰又是纵容人类的惰性，因此短视频摄制以竖屏替代横屏最终成为必须顺应的时代趋势。Snapchat 的数据显示，相比横屏视频广告，以竖屏呈现的视频广告完播率可以提高9倍，视觉注意力提升2倍。基于此，《新政聚焦》从一开始，就把竖屏摄制作为短视频创作的基本要求来执行。除去一些必须用横屏展示的特殊案例外，《新政聚焦》94%的短视频均为竖屏作品，这为短视频的有效传播，并进而成为爆款奠定了一个良好的基础。

手机因为屏幕狭长，显示面积小，不擅长表达远景、广角、大场面，近焦、微距、高清特写、局部细节才是手机屏的特长。微距近焦不仅视觉冲击力更强，与用户的心理距离也被拉近。^③同时后台数据表明，《新政聚焦》视频号的关注者中，40岁以上的关注者占比达68.27%，因此，栏目组第一时间确定了大图大字的制作准则，树立了自己的统一风格，强调重视用户体验，多用中景和特写，见人见事见细节。以《新政聚焦》短视频作品《报道追踪：温州学院东路非机动车道上的电线杆已移除》为例，全片采用手机竖屏拍摄，镜头的选取注重细节，符合竖视

频的表达特点，也符合监督报道尽可能展现细节的特性，同时配上大号字体，使得短视频看起来既醒目又轻松，结尾更是创意性地运用抽水马桶的冲水声来隐喻电线杆移除后的道路畅通感，让曾经饱受行车难的用户感同身受，全网点击量达167.9万。

研究表明，由于手机用户的大多数时间花在了“发现信息”“寻找信息”“过滤信息”上，消耗了大部分的脑力，因此用户在手机屏前丧失了深度思考能力、记忆力和分辨力，通常有潜在需求的陌生客户的阅读行为，全过程在1分钟之内。^④《快手媒体号运营基础指南》也显示，在快手平台，10-20秒的短视频完播率是105.86%，超过50秒，完播率只有69.34%。因此，在短视频领域，“浓缩才是精华”。然而许多传统媒体刚开始试水短视频时，经常把控不住时长，习惯性地往3-5分钟的专题体量上靠，仿佛不这样就说明不了问题。带来的后果则是大部分作品的时长都明显不符合短视频的传播规律，最终导致费心费力做出来的短视频点击量寥寥无几。要想让短视频作品具备爆款的潜质，“短”是必须要把握的一个关卡。《新政聚焦》的短视频创作也经历了一个由长变短的探索阶段。这背后是一条条短视频不断试错、不断纠偏的经验教训。如今《新政聚焦》的短视频作品，已经从刚开始的时长1-2分钟，逐渐缩减至现在的10-20秒左右，完播率提升了将近40%，缩短的是内容，提升的却是流量和传播力。

短视频的创作，强调“有料、有趣、有人格、有内涵”，不仅和用户之间要有信息差（有料），同时信息获取门槛要低（有趣），浅显易懂，适合碎片化的阅读习惯和干扰多的阅读场景。因此，《新政聚焦》的舆论监督报道短视频创作，在注重“短”的同时还强调简单直接，只呈现最吸引眼球的核心关键点，让短视频看上去浅显易懂，提升用户体验。

（二）强调“有网感、蹭热点”

爆款选题通常会从看点、爆点、热点、槽点、情绪点等五个要素来考量，强调要“有网感”，经常会在热点话题、热梗翻新、热门BGM上做文章，带动短视频成为爆款。监督选题由于自带看点、爆点，因此，《新政聚焦》在探索舆

论监督报道爆款短视频打造时，更多从热点、槽点和情绪点等方面进行考量，利用热门BGM、网感表现、热点元素为短视频传播赋能。

以短视频《温州大罗山下被垃圾包围的“才子瀑布”》为例，记者在现场采访时发现了这座隐藏在瀑布下方不远处的垃圾堆，当即用手机拍摄回传，编辑则创意性地将瀑布和李白的动漫元素进行结合，营造了一个诗仙李白面对瀑布美景诗兴大发，然而随着镜头的移动，遍地垃圾扑面而来，李白再也吟诵不下去的尴尬场景。反讽的手法用极具网感的方式表现出来，使得短视频发布后快速发酵，引发热议，全网点击量超190万，力促该违规垃圾倾倒点迅速得以整改。

舆论监督的新媒体报道能否像常规新媒体报道一样“蹭热点”是个值得探讨的业务话题。短视频《我是温州的，我不是人，我是路》，聚焦温州城区一条断头路与交汇路面存在1.5米高差的情况。作品套用了网络上热门的BGM《我是云南的》，根据曝光主题对歌词做了改编并重新演绎，生动形象地展现了这条断头路的尴尬之处。富有节奏感的歌词加上朗朗上口的旋律，使得作品很快火爆起来，全网点击量达101.6万。

短视频报道《温州老大爷上演马路版“本草纲目”》，则将市民违章翻越道路中间隔离带的抬腿动作，联动刘畊宏“本草纲目”健身舞热潮，配上刘畊宏“抬腿”的指导声和歌曲“本草纲目”的BGM，全网点击量达52万。

通过遵循“竖、大、少、浅”四项创作原则和爆款五要素，《新政聚焦》的新媒体舆论监督报道开展得有声有色，爆款频出。虽然这些监督报道的呈现样态明显区别于传统媒体时代，但监督成效却更加显著。

二、技术赋能，让短视频具有话题热度

技术赋能在新媒体报道特别是短视频创作中尤为明显。新技术应用带来的话题性，很好地助推短视频形成热议和转发，最终获得可观的点击量。新华社对“一镜到底”“镜头反求”，央视对“高速跟踪拍摄”，河南卫视对“子弹时间”等新技术的创新应用尝试，都各自成就了一批爆款作品。《新政聚焦》也在短视频创作中积极探索技术赋能，运用AI唱歌、AR滤镜、VR全景、双镜头同步摄制等各种新技术手段增加短视频的视

觉表现力、话题热议度。

以短视频《人世间·温州版》为例，2022年初，温州在全市范围开展“迎亚运·讲文明·提品质”300天大会战，助力温州以最好状态最美环境迎接亚运会，推动温州城市整体蝶变、全面跃升。《新政聚焦》栏目推出了系列短视频报道，其中的《人世间·温州版》将温州老旧城区乱象类比热播剧《人世间》中的“光字片”，将该剧的主题曲重新填词，创新性地运用AI人声来完成演唱，新技术特点鲜明且具有一定的技术门槛。音乐的歌词与现实的同期声采访交替，营造出微纪录片的感官，结合棚户区拆迁的选题，感慨不感伤，厚重不沉重，赢得广泛好评。作品发布后登上“天目新闻”APP首页，点赞数超3000，全网点击量达95.9万，有效助推温州文明城市建设的开展和落实。

抖音平台的短视频创作有一个“前三后二”的原则，即片子的前3秒和最后2秒为高潮点。^⑤污水违规排放是浙江“五水共治”工作的重点整治项目之一，短视频《世界水日/雨水口怎么流出了这种东西?》对某工地违规排放泥浆水的情况进行了曝光。如果只是止步于此，那么仅仅是一篇常规现场报道，在“记忆只有7秒”的互联网世界发布后顶多就像一颗小石子扔进一个大池塘，激起一点水花后很快就销声匿迹。如何让曝光案例被更多的用户看到，让污水违规排放形成“人人喊打”的舆论氛围，从而倒逼问题整改，则需要给短视频增添更多新媒体特性，让它变得有网感，更易于传播。创作人员通过AR滤镜的创新功能，将人脸动态和兵马俑滤镜相结合，生成兵马俑动态画面并结合语音“这些泥能做三个我”放在短视频的最后两秒。这个结尾彩蛋的设置，不仅呼应了“工地泥浆违规排放”的主题，也形成了很好的话题感，在世界水日当天发布后引发各方热评和转发，短视频全网点击量达176万。相关责任单位在曝光后迅速启动整改程序，将涉及问题整改到位。

短视频《别让盲道成为文明城市的盲区》则采用最新的全景VR技术，对视障人士的出行困境进行了720°全景展示。用户可以自行选择观看视角，沉浸式地体验视障人士的出行现状，以此呼吁全社会对盲道被占用的现象引起关注和重

视。作品发布后引发残障人士热议和转发，结合配套的内参作品，引起相关部门的高度重视，促进盲道被占用等问题得到相应整改。

上述新技术的不断尝试和应用，使得《新政聚焦》的短视频始终保持了新鲜感和热议度，不仅广受用户好评和点赞，也在流量上得以充分体现，更多次在频道和兄弟单位的新媒体运作交流会上做典型发言。

三、借船出海，借的不仅是头部平台，还有优质账号

短视频要想吸引点赞，形成爆款，不仅要靠内容和形式，还要依赖于发布平台。业内专家曾提出过一个发人深省的短视频之问，如果你要采制短视频，首选应该选择“我能做什么内容”，还是“用户喜欢什么内容”，或是“平台需要什么内容”，他给出的答案是“平台需要什么内容”。

现在传统媒体融合转型都会在一些头部新媒体平台注册自己的账号，通过借船出海的形式，发布新媒体作品。但仅仅有了头部平台的新媒体账号，并不意味着就可以顺利借势，形成爆款。一则粉丝的汇聚需要时间积累，二则不同内容不同主题，适合A平台未必适合B平台，仅靠单一平台，无法适配所有作品获得优质传播力和影响力。因此，《新政聚焦》在短视频的运作过程中，十分注重平台的互补性，针对集团现有资源做了错位布局。一方面通过集团已有的“快点温州”APP，以及由此形成的“一端16号”等头部平台账号传播矩阵进行作品发布；一方面积极与集团拥有300万粉丝的抖音号“看看温州”合作，通过他们发布短视频作品，形成1+1>2的双赢局面。《新政聚焦》自身则基于社交属性注册了视频号账号，利用现有资源对不同平台、账号的特性进行生态组合，打造属于自己的立体传播矩阵。

同样以《人世间·温州版》为例，该短视频比常规短视频作品略长，达到了2分04秒，在不同平台的点击量差异明显。在适合短平快的抖音平台上，该作品只吸引了4千多人点击观看，在更能接受较长视频的微博上，则获取了80多万的点击量。如果没有传播矩阵，依靠单一平

台，该作品很可能在流量诉求上遭遇“滑铁卢”，陷入叫好不叫座的尴尬局面。通过构建适配舆论监督报道特性的传播矩阵，针对不同平台特性对短视频的呈现形式进行微调，量身定做，加上积极主动做好与用户的互动沟通，《新政聚焦》的短视频作品发布后基本都能收获可观的点击量。进入2022年下半年以来，《新政聚焦》发布的短视频作品中，点击量10万+以上的占比达到62.5%，基本每3个作品中，就有2个作品能突破10万+。

四、结语

舆论监督报道追求流量和爆款，本质上不是为了哗众取宠，吸引眼球，激发矛盾，而且为了揭露问题，营造舆论氛围，引发社会关注和相关职能部门重视，从而倒逼整改，促进问题的推进和解决。经过一年多的探索实践，借助新规律、新技术和新平台，《新政聚焦》通过爆款短视频的打造，探索出一条通过抖音号、快手号、微博号的公域流量追求影响营造舆论氛围，视频号、公众号、APP的社交属性精准投放直达责任单位督促整改的矩阵传播新路子，有效助推党委政府中心工作的推进和落实，也使栏目的传播力、引导力、影响力和公信力进一步增强。

参考文献：

①陈柱子《竖屏思维——大幅度提升手机端转化率的逻辑和方法》，电子工业出版社，2018年，第80页。

②陈柱子《竖屏思维——大幅度提升手机端转化率的逻辑和方法》，电子工业出版社，2018年，第21页。

③陈柱子《竖屏思维——大幅度提升手机端转化率的逻辑和方法》，电子工业出版社，2018年，第31页。

④陈柱子《竖屏思维——大幅度提升手机端转化率的逻辑和方法》，电子工业出版社，2018年，第49页。

⑤陈茜玉《抖音平台创制短视频的五点思考》，《视听纵横》，2020年第3期第8页。

（作者单位：温州市广播电视台）