

短视频新闻传播困境 与地方媒体优化策略

张小东 孟繁博

摘要：互联网用户时间“碎片化”和网络信息技术的发展让短视频成为人们获取信息和消遣娱乐的重要方式。地方媒体要想获得传播力、影响力、引导力，必须适应潮流，走发展短视频路线。目前而言，各大媒体争相发力短视频新闻，使得新闻短视频的发展取得了一定的成绩。但是短视频新闻传播依然存在着诸多不足，新闻媒体需要正视其不足，有针对性地探寻解决办法，才能让短视频新闻传播获得更加长远的发展。

关键词：短视频新闻 地方媒体 新闻传播

当前，伴随着大量受众群体流向新媒体，短视频迅速崛起，据《中国短视频行业现状深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》显示：2022年3月，短视频行业月活跃用户规模达9.25亿，渗透率达到78.2%，使用时长持续增长。^①可见短视频已经成为网络用户生活和工作中重要的组成部分。众多媒体都将短视频作为媒体融合发展的重要方向，以通过打造短视频新闻产品来吸引受众。但短视频新闻在发展过程中，各种问题也逐渐显现出来，如用户黏度不高、平台监管力度不足、时长和深度难以兼顾等问题，阻碍了短视频新闻的发展。需要加强对当前发展中所存问题的梳理，逐步探索解决之道，才能让短视频新闻获得持续健康发展。

一、当前短视频新闻传播的困境

（一）用户黏度低

用户黏度越高，证明媒体在用户心中的重要程度越高，反之亦然。但就目前而言，短视频新

闻的用户黏度并不理想。用户面对海量的短视频信息时，往往是随机浏览、以走马观花的方式筛选观看内容，很难深入了解信息，深度关注新闻媒体。加之大数据推荐机制，让用户更多关注某一类新闻信息，而非某一个新闻媒体发布的新闻信息，用户很难形成稳固的粉丝群体。用户在面对短视频新闻时很难转化为粉丝。即便转化为粉丝，也会在几次推送短视频新闻之后，因为用户的反馈不佳，系统不再主动推送，用户也会从粉丝成为活跃程度低的“僵尸粉”。

（二）原创作品“短”而不“精”

媒体融合让信息行业的门槛大大降低，一个人就可以是一个自媒体。同时整个新闻生产、发布、传播、反馈的过程都逐渐向高效率、低成本的方向发展。用户可以获得不同形式、不同视角、不同观点的新闻内容，让新闻信息更加丰富多元。但是，当前网络上却充斥着大量粗制滥造、千篇一律的新闻产品，部分媒体在新闻叙事方面，没有适应短视频新闻传播的特征，从而有针对性地制作新闻内容，也没有结合用户的使用习惯，更没有配合网络发布平台的数据算法。无论是内容深度，还是呈现形式，都平淡无奇，难以激发用户的情感共鸣。

（三）平台监管机制不完善

平台监管不力加剧了网络上不实新闻甚至是低级趣味内容的出现。这类信息有的是报道角度有失偏颇、不够客观；有的拍摄内容剪辑混乱，拍摄角度不恰当，容易误导受众对事件的理解；有的新闻标题故意夸大、扭曲事实。这类题材往往能刺激用户神经且具有较大争议，进而获取可观的流量。究其根本，是因为流量成了评判新闻

产品优劣的重要标准，导致一些媒体过于追求流量和经济效益，弱化了新闻内容的社会价值。平台的监管尚未对这类现象采取有效的预防措施，大多是在新闻内容引起了广泛传播之后，才进行事后处罚，难以从根本上扼制此类不良新闻内容的出现。

二、短视频新闻传播优化策略

(一) 优化用户体验，提高用户黏度

在算法推荐的影响下，用户的黏度更加依赖作品本身的质量。短视频新闻首先要关注用户刚性需求，然后针对性地去生产新闻产品。在具体实践中，可以通过媒体现有的用户反馈数据来分析当前用户的需求偏好，深入研究这类用户的年龄、性别、学历、职业、生活爱好、思维理念等特征。随着用户画像越来越清晰，方向也越来越明确，再依据用户的偏好针对性地定制内容，并不断收集反馈信息，优化调整，最终打造符合用户群体审美要求的新闻内容，有效强化用户黏度。作为本地主流媒体，“越牛新闻”在短视频创作中，始终关注用户的刚需信息和正能量，尤其是疫情期间，通过短视频为新政策、新举措划重点、摘关键，提供了超多权威信息，被网友们亲切称为“行动指南”，多条视频获得了近千万的点击量。

其次要利用优势平台，为自有平台引流。当前能发布新闻短视频的平台非常多，如具有代表性的优势平台抖音、微信公众号、微博等。但媒体想要真正提高用户的黏度，就要利用这些平台，然后把活跃在各大平台的用户引流到自有平台。具体实践中，可以先依据不同平台的特征，针对性发布短视频新闻，在获取流量和关注的基础上，分析用户的喜好，然后在自有平台通过用户易于接受的形式开展深度报道、优化报道的呈现效果等，以此增强用户黏度。自有平台有大量符合该类用户偏好的高质量新闻产品，必然会吸引用户长期关注成为其“铁粉”。如“越牛新闻”小编在短视频平台发现《我的县长父亲》获奖信息被删的截图，从这张截图开始，小编随即进行素材收集编辑，短时间内完成了三个版本，最后择优发布了视频。抖音视频短时间内流量迅速冲上1000万，2小时内点赞突破10W。作为全网最先发布该视频的官方新闻抖音号，“越牛新闻”

该则视频也迅速冲上了抖音热榜TOP4。随后，多家媒体纷纷发布，#我的县长父亲#词条也被顶上了多个热搜。

再次，要注重双向反馈。媒体在评论区的回复很容易带动更多用户参与到交流中来，但回复内容要结合评论区的风向，风格必须要亲民、接地气，恰当地“玩梗”。只有双向反馈，才能用交流感增加用户黏度。在2021年诸暨市的“两会”上，诸暨市融媒体中心的“西施眼”客户端推出了主持人和代表、委员的《Vlog！跟着主播看“两会”》原创系列短视频，以亲切、通俗的方式聚焦百姓关注的热点，在评论区与粉丝温情互动，增加了“两会”报道的温度和厚度，10多条短视频中，4条点击量10万+，互动留言上千条。

(二) 加强平台监管，强化新闻内容把关

关于短视频新闻的监管，各大平台都是智能加人工审核的方式，过滤了大量的问题内容。但是仍旧有媒体为了获取流量，通过研究平台审核标准来制作“擦边球”新闻。这些短视频新闻给用户带来了很大的困扰，阻碍了新闻行业的良性发展。

首先，必须加强平台监管，强化新闻内容的把关力度。当前审核标准采用了大量的硬指标，比如，封建迷信、危害社会、暴力色情、三观不正、负面引导等内容，都是不被支持的。但是软指标却不够完善，那些有倾向性的引导污名化某个群体的新闻，硬指标难以涵盖完全。这类新闻往往并不是假新闻，但是通过镜头语言的调度、视角的不合理、语言用词不妥等，无意间就会激化煽动用户情绪，无形中给事件冠以特殊“标签”，让受众不能以平常心客观看待事件。应在硬指标之上再加一道防火墙，完善软指标，进而为新闻信息的传播营造一个健康的环境。

其次，加强对不良内容的处罚力度。近年来“虚假新闻”“反转新闻”多次上演。这些引起大量关注的新闻事件，往往都是某家媒体发布之后引起一部分群众反响，其它媒体出于蹭流量热度的目的，通过“一键转发”或者简单加工就进行发布。既没有核实信息的真实性，更没有去深入挖掘新闻事件背后的故事，加剧了网络平台低质量新闻信息的泛滥。目前对于这一类新闻内容，

平台要建立相应完善的审核与筛查机制，开发虚假信息和不良内容的举报渠道，让受众对有疑问的信息可以通过便捷的渠道进行反馈。确定了新闻信息确属违规后，应采取行之有效的处罚办法。

（三）把控时长与深度，做到“短而精”

短视频新闻特点就是“短平快”，要高效率低成本实现快速大范围的传播，还要确保信息全面客观，既能给用户带来视听体验，还要便于用户准确理解，避免因内容呈现不完全而主观臆想引发不当舆论。在短视频新闻制作中，可以充分运用图表、文字、动画等，让信息更加直观、生动、可感。如播报我国改革开放40年来GDP增长取得的经济建设成就，如果仅仅是传统的播报+文字解说，辅以简单的柱状图和走势图，就难以让受众直观感受到经济的变化。但如果用动态曲线图把一定时间范围内世界各国的经济变动情况进行动态对比，就能带给受众直观的强烈视觉冲击。重大题材的新闻是严肃的、注重事实的“硬新闻”，而最长不超过5分钟的短视频其重要表征是情感导向、碎片化而柔软。以短视频播报重大新闻，可以将事实信息和情感话语相融合，遵循深入“短”出的生产逻辑，达成快、

精、暖的效果。比如，2020年，在新冠疫情逐步缓解，企业迎来复工复产、急需工人回归的大背景下，全国首趟从湖北始发的就业专列抵达绍兴，这无疑是一个重大新闻事件，“越牛新闻”客户端分别推出短视频《市长接站！全国首趟湖北就业专列抵达绍兴》，多角度呈现各界欢迎湖北恩施籍务工人员返绍的热烈场景。一分多钟的视频，让观众因接站现场的热烈气氛而激动，该作品获得第32届中国经济新闻奖现场新闻类一等奖。2022年年初，诸暨驰援上虞抗疫中，一家企业的百名员工在寒风中通宵分类打包，把10万份蔬菜运往上虞。“西施眼”客户端推出1分钟的短视频《彻夜打包 10万份暖心菜紧急驰援上虞》，点击量很快突破10万+。

参考文献：

①匡文波、杨梦圆《媒介融合背景下主流媒体移动短视频传播策略研究——以“央视新闻”抖音号短视频传播为例》，《新闻论坛》2019年第6期。

（作者单位分别为：绍兴市新闻传媒中心；诸暨市融媒体中心）