

媒体融合背景下新闻短视频的创作探索

■ 王颂豪

随着移动互联网和社会媒体的迅速发展,新闻短视频成为媒体融合的重要产物,其在内容生产和形式创新上对信息传播产生了革命性影响。本文立足当下新闻短视频的发展现状,结合新闻短视频的产品特征,研究探索如何优化提升新闻短视频创作。

近年来,媒体融合已经成为新闻传播行业的发展趋势。传统媒体与新兴媒体相互渗透、相互影响,逐渐形成了多种媒介形态共生的融合传播格局。

在这一背景下,新闻短视频以其独特的传播特性和叙事方式契合了移动互联网时代受众碎片化的阅读习惯,也为传统新闻报道注入了新的活力。一方面,移动互联网技术的发展为新闻短视频提供了便捷的生产和传播渠道;另一方面,大量新闻短视频的涌现也对其内容质量和传播效果提出了更高要求。

可以说,新闻短视频代表了新闻创作和传播的发展方向,对新闻业态变革产生了深远影响。可以预见,随着技术的不断进步和创作者的持续探索,新闻短视频的制作水平和传播效果将不断提升,为受众提供更加优质、丰富的新闻体验。当前,主流新闻媒体只有顺应时代发展潮流,把握受众需求变化,积极探索短视频新闻的发展规律,才能推动新闻事业持续健康发展。

一、媒体融合下新闻短视频现状

当前,智能手机、平板电脑等移动设备的普及,以及无线网络的广泛覆盖,为新闻短视频的制作与传播提供了必要的硬件基础。与此同时,抖音、快手等短视频平台的蓬勃发展,也为新闻短视频的生产与分发搭建了高效便捷的渠道。传统媒体与新兴媒体相互渗透、相互影响,多种媒介形态共生的融合传播格局已成为发展趋势。而随着互联网技术的不断发展和智能移动终端的广泛普及,新闻短视频凭借其碎片化、娱乐化、社交化的特点,已经成为新闻传播的重要形式之一。

在媒体融合背景下,新闻短视频逐渐形成了快速响应、创新表达、多元传播、互动参与等特征。从内容上看,新闻短视频的报道视角和呈现方式上更加贴近受众、注重互动,力求通过鲜活的案例和细节展现新闻事件的多元面貌。从叙事方式上看,新闻短视频更强调讲故事性和可视化,注重运用影像、文字、音乐等多种元素营造沉浸式的观看体验。同时,碎片化的信

息组织方式也使得新闻短视频更加适应移动端用户的阅读习惯。

二、如何优化新闻短视频创作

目前,新闻短视频已成为新闻传播的重要载体。在媒体融合不断深入的背景下,新闻短视频以其短小精悍的特点,使受众能够在最短的时间内获取更多的新闻和信息。在资源获取、调查操作以及内容主流化方面的短板,可以由电视媒体的背景资源和公信力补齐,进而为新闻短视频发展创造新机遇。

(一)注重突发事件和热点话题的快速响应。一方面,移动互联网时代用户获取信息的时效性要求更高,新闻短视频必须在第一时间对突发事件进行报道,才能抢占传播先机;另一方面,互联网算法技术的优化使得热点话题能够快速聚合流量,因此围绕热点进行内容生产是提升传播效果的有效策略。

(二)强调视听语言的创新性和多样性。新闻短视频要大量采用同期声、画外音、文字等视听语言,打破电视新闻传统的叙事模式,突破时空的限制。通过丰富的画面、生动的解说、创意的剪辑,快速吸引受众的注意力。同时,要大胆采用动画、漫画等多种表现手法,增强视觉冲击力,并辅以丰富的表情包、动图等元素,实现图文音视频的有机融合,全方位调动受众感官,增强新闻报道的传播效果。

(三)追求叙事碎片化、影像化。新闻短视频要打破电视新闻传统的叙事模式,突破时空的限制,精准记录事件发展脉络。新闻短视频的时长通常要保持在1至3分钟,最长不超过5分钟。这种时长更符合受众在任意场景接收信息。这要求新闻制作时,要将整个时间高度浓缩,摒弃传统电视新闻直白的讲述方式,通过线性叙事、互动叙事等多种手法,提升新闻的代入感和沉浸感。

(四)设置标题别具一格。新颖的标题是新闻短视频最能抓住用户眼球的要素之一,也是区别于电视等主流传统媒体的一大特征。新闻短视频的主标题要简洁明了,副标题更加灵活多变,大量采用绘声绘色的表述,通过设问、悬念、重复等修辞手法,激发受众的好奇心。

(五)增强社交互动和用户参与。评论、点赞、转发等社交功能的嵌入,增强了新闻短视频的互动属性,有利于实现病毒式传播。同时,加强UGC(用户生成)内

容与PGC(专业生产者生成)内容有机结合,不仅可以丰富短视频的内容和形式,也让普通用户有了参与新闻生产的机会,形成了自上而下与自下而上传播的良性互动,增加用户粘性,提高二次传播的可能。

(六)创新运用人工智能技术。科技的发展已经开始重塑新闻短视频的创作生态。新闻短视频可以运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等沉浸式技术,打造身临其境的新闻体验。例如,电视新闻可以运用智能合成主播技术,制作虚拟主播来播报新闻。虚拟主播通过对真人的外貌、表情、声音和动作进行建模学习,再结合自然语言处理,可以自动生成逼真的播报视频,且不受时间地点限制;在报道重大事件或灾难现场时,通过VR视频让观众身临其境感受事发经过;在介绍历史文物或名胜古迹时,利用AR技术将其数字化呈现,让观众与之互动。这些都有助于增强新闻的吸引力和代入感。

三、新闻短视频创作面临的瓶颈

在媒体融合背景下,尽管新闻短视频已经迅速进入人们的视野,但也遇到了一些制约其发展的瓶颈。

(一)内容同质化。还有一些主流媒体,为了符合用户对热点的关注,开始大量复制转发同一热点新闻,甚至相互蹭流量、蹭热度,严重违背了新闻短视频的创作规律。

(二)追求娱乐化。新闻短视频注重用户的感官刺激和视觉愉悦。因此,一些主流媒体在内容的生产上一味追求新奇、娱乐。这样的做法无疑是在以媒体的权威性和公信力来换取流量,同时也严重破坏了新闻短视频的传播生态。

(三)制作扁平化。许多主流新闻媒体对于新闻短视频的制作,只停留在垂直发布阶段。主流媒体制作新闻短视频,经常会将传统媒体的视频不论长短、不加修饰、原封不动发布在新媒体平台。这样机械复制的短视频产品只是冰冷地传递了新闻信息,也就使得传播效果大打折扣。

对此,媒体工作者需要在创新表达的同时,坚持内容为王、服务受众的理念,注重提升政治意识和媒介融合意识,推动新闻短视频在内容生产、传播渠道等方面的优化,更好地提升新闻短视频的引导力和影响力。

新闻工作者如何增强新媒体建设能力

■ 韩林芳

一、引言

1.1 研究背景

在当前新媒体迅速发展的背景下,新闻工作者面临着前所未有的挑战与机遇。新媒体的特性,如互动性、多元性和平等性,使得传统媒体在传播方式和内容上都需进行深刻变革。许多研究指出,新闻工作者应当将为人民服务放在首位,提升自身素质,以适应新媒体环境下的传播需求。然而,现阶段仍存在一些問題,如部分新闻工作者对时事热点的敏感性不足,未能有效捕捉受众的心理与需求,这直接影响了新闻传播的质量与效果。

为了应对这些挑战,新闻工作者需要加强新媒体的建设能力,尤其是在专业技能培训和媒体文化建设方面。通过对新闻工作者进行系统的专业培训,提升其综合素质,坚定传播真相的信念。同时,鼓励更多热爱新闻的优秀人才参与到新媒体建设中,通过讲座和论坛等形式,传播良好的职业道德与思想观念。

1.2 研究内容

本文以新闻工作者在新媒体时代的角色与技能为研究对象,深入探讨新闻工作者如何增强新媒体建设能力。文章主要围绕新媒体建设的理论基础、新闻工作者的新媒体技能要求以及加强新媒体建设的实践路径展开。首先,分析当前新闻行业在新媒体环境下的发展现状,探讨媒体融合的趋势及其对新闻工作的影响。其次,梳理新媒体建设的理论基础,明确其对于新闻传播的重要性。同时,明确新媒体建设所需的核心技能,为新闻工作者的职业发展提供指导和参考。

二、新闻行业与新媒体现状

2.1 传统新闻媒体概述

传统新闻媒体指通过报纸、杂志、电视和广播等形式向公众传播新闻信息的机构,具备权威性和社会责任。尽管传统媒体经历了数字化转型和新媒体的冲击,可在信息传播中仍扮演重要角色。报纸作为最古老的新闻载体,其周末版和地方性报纸仍吸引了较广的读者群体。广播与电视在时效性和即时性上具有明显优势,新闻广播和电视新闻节目在突发新闻报道时能迅速传递信息。

然而,随着用户行为的变化,年轻用户逐渐倾向于通过社交媒体和移动端应用获取新闻,这对传统媒体造成压力。因此,许多传统媒体开始尝试短视频和直播等新形式,携手互联网平台,通过优质内容争夺市场份额。

2.2 新媒体影响力分析

新媒体作为信息传播的新兴形式,具备即时性、互动性和广泛性,极大地改变了新闻行业的生态。数据显示,中国社交媒体用户已超过10亿,移动互联网渗透率达到98%。新媒体平台快速聚合用户群体,形成强大的舆论场,其信息传播速度和范围远超

传统媒体。

此外,新媒体的互动特性增强了受众的参与感,用户可实时发表评论、分享观点、参与讨论。用户生成内容(UGC)的兴起,使每个用户都可能成为信息传播者。

2.3 新闻工作者与新媒体互动

在新媒体环境下,新闻工作者的角色与传统媒体明显不同。新闻工作者需主动与新媒体平台进行互动,提升新闻内容的传播效率和质量。通过社交媒体、直播平台及短视频等新兴渠道,新闻工作者可实时与受众交流,提高新闻的曝光率和受众的参与感。

此外,新闻工作者还需具备数字素养,包括对新媒体工具和平台的运用能力,如SEO技术和关键词策略,以提升内容可见度。多平台发布策略覆盖更广泛的受众群体,确保新闻内容在不同场景中被充分利用。互动性不仅体现在受众反馈的即时性,也体现在内容创作的开放性,共同创作报道提升了用户忠诚度。

三、新媒体建设的理论基础

3.1 传播学视角下的新媒体

新媒体重新定义了信息的传递模式和受众的参与方式,尤其在技术迅猛发展的背景下。传播学视角下的新媒体强调互动性、即时性和多样性,使信息传播效率和效果显著提升。新媒体的核心特征之一是受众的多元化和传播渠道的扩展,使同一信息可通过多种平台迅速扩散。新媒体的影响力还体现在其社会化属性,用户生成内容(UGC)趋势显著,受众不仅被动接收信息,更成为信息的创造者和传播者。

3.2 新媒体技术发展概述

新媒体技术的发展经历了多个重要阶段,随着宽带网络和移动互联网的推广,用户获取信息的方式和渠道发生根本性变化。社交媒体和视频分享平台的兴起,使信息的生产和传播更加民主化,UGC模式逐步成型。

2010年以后,移动互联网技术的快速发展及智能手机的广泛使用进一步促进了新媒体演变,社交平台成为信息传播核心。大数据和人工智能技术的应用,使内容创作与分发方式更加智能化。AI写作、智能推荐系统等成为新媒体领域的重要工具,通过分析优化内容制作与分发策略。

四、新闻工作者新媒体技能要求

4.1 新媒体时代技能概览

新闻工作者需掌握多种技能以适应快速变化的信息环境。内容创作能力包括撰写吸引眼球的标题、简洁明了的报道和富有冲击力的图文内容。技术运用能力包括社交媒体平台操作技巧、SEO和数据分析工具。

4.2 新闻采编在新媒体中的变革

新媒体环境下,新闻采编的流程和方式显著变革。传统采编依赖线性流程,时间周期长,难以满足快速变化的新闻需求。新媒体强调实时性、互动性和多元化,要求新闻工作者具备灵活应变能力。技术手段如数据采集与分析工具,使新闻采编者及时获取和分析大量信息。视频直播和短视频平台的兴起,要求新闻工作者熟练掌握多媒体编辑技能,增强信息传播效率与吸引力。

互动性在新媒体采编中占据重要地位,通过评论、点赞、分享等互动形式,促进用户参与反馈。信息真实性与权威性面临更多挑战,要求新闻机构强化信息核实机制,建立伦理准则。跨界合作成为新媒体采编的重要趋势,通过共享资源与优势,提升自身综合素质。

4.3 互动性与受众参与度分析

互动性是新媒体的核心特征之一,直接影响受众参与度与信息传播效果。常见互动形式包括评论、点赞、分享、投票、问卷等,媒体工作者需深入挖掘这些功能的潜力。评论区是受众表达意见与建议的重要渠道,点赞与分享功能是衡量内容受欢迎程度的重要指标。投票和问卷调查能提高互动性,实时在线活动如直播、在线问答等极大地增强受众参与感。

五、加强新媒体建设能力的实践路径

5.1 新媒体内容创新策略

新媒体内容创新策略需聚焦于多元化与个性化。利用数据分析和用户画像,识别目标受众偏好与需求,进行精细化运营。构建内容生态,通过微博、微信、短视频平台等多种渠道进行多样化呈现。加强用户互动与参与,鼓励用户生成内容(UGC),形成良好互动生态。融合创新是推动新媒体内容发展的重要方向,如结合VR、AR技术创造沉浸式新闻体验。内容策划上注重主题多样化与深度,结合社会热点制作系列化、专题化报道。注重版权及内容保护,维护创作者权益,激励持续创新。

5.2 社交媒体运营与管理

社交媒体运营与管理需制定科学内容策略,提高用户参与度和有效数据监测。内容策略需围绕新闻工作者专业性设计,包括时效性、真实性和多样性。优质内容融入文字、图片和视频等多种形式,增强信息传播力。用户参与度是社交媒体成功的关键,通过互动问答、投票和实时直播提升用户粘性。定期评估用户行为、关注量及互动率,形成数据报告以调整策略与内容。

危机管理机制也不可忽视,需迅速响应并妥善处理负面评论或舆情事件。通过制定常见问题解答和处理流程,确保快速应对危机情况。

5.3 多媒体报道案例分析

多媒体报道案例分析展示不同平台的互动性和信息传播优势。通过视频、音频与图文结合,提升信

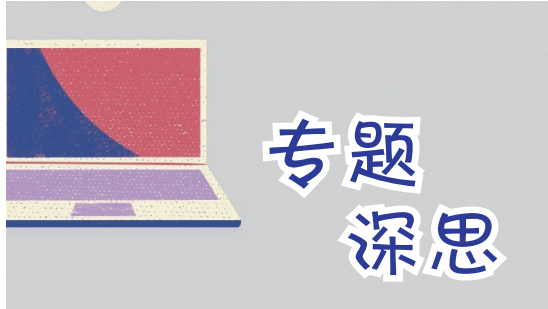
四、结论

综上所述,从内容生产角度看,新闻短视频应坚持内容为王,着力提升内容品质。一方面要紧跟热点,及时制作和发布与重大事件、社会热点相关的新闻短视频,增强时效性和吸引力;另一方面要深入挖掘选题,围绕受众关注的社会问题和生活话题,制作有深度、有温度的短视频作品,拓展话题维度,延伸思考空间。同时,还要充分利用融媒体资源优势,通过多平台采集、多渠道投放,不断提升新闻短视频的传播效率和影响力。

从叙事形式角度看,新闻短视频要讲求策划和创意,灵活运用视听语言,增强表现力和感染力。鉴于短视频时长有限,叙事应突出重点,采用倒叙、插叙等非线性结构,设置悬念,抓住受众的注意力。视觉呈现上要充分利用多种拍摄手法,运用画面剪辑、音效处理等后期手段,塑造沉浸式的观看体验。此外,还可利用虚拟现实、增强现实等数字技术手段,创造出独特的视觉样式和沉浸感,吸引受众目光。

在新媒体环境下,新闻短视频凭借其时长短、传播快、互动性强等特点,迅速成为新闻传播的重要载体和形式。新闻短视频虽然能够有效吸引受众注意力,但也存在内容同质化、娱乐化等问题。新闻短视频作为媒体融合发展的重要产物,蕴藏着巨大的传播价值和发展空间,但要实现可持续发展,必须立足媒体融合背景,在内容选题、制作手法、传播渠道等方面不断创新,以优质内容吸引受众、多元表达增强体验、融合传播提升影响,不断增加新闻短视频的传播力、引导力和影响力,更好地服务社会。

(作者单位:山西广播电视台)



息吸引力和传播效率。社交媒体平台上设立话题标签吸引转发与讨论,形成良好社会反响。数据分析显示,多媒体报道方式提升用户停留时间和阅读量。加入数据可视化元素,使复杂信息易于理解。利用虚拟现实(VR)技术提供沉浸式体验,吸引新一代受众。鼓励用户生成内容(UGC),增强与用户的互动,开拓内容传播边界。

六、总结与展望

6.1 研究成果综述

研究表明,当前新闻工作者在新媒体建设能力方面存在显著不足。技术进步与用户需求变化要求从业者具备更高数字素养与适应能力。超过70%的新闻机构倾向通过社交媒体获取新闻,而仅有35%的新闻机构表示有完善的新媒体战略。互动性与即时性显著提升受众参与感和信息传播效率。数据分析显示,使用多媒体素材提高用户停留时间,话题标签提升阅读量,实时更新增强信息时效性。

技术革新同样重要,人工智能与大数据技术实现个性化信息推送,提升用户点击率和转化率。然而,内容的真实性与新闻价值常受质疑,要求新闻工作者提升信息核查与甄别能力。

6.2 发展趋势预测与建议

新媒体在新闻传播领域的影响力不断增强,推动新闻工作转型与发展。预计未来五年内,短视频、直播、社交平台将继续快速增长。新闻工作者应积极拓展新媒体平台运用,提升内容创作与传播能力。内容多样化成为重要发展方向,建立精准受众画像,结合算法推荐技术,提升内容吸引力和传播效率。

技术应用方面,人工智能与大数据重要性凸显,AI技术提升新闻采编效率,降低人力成本。培养跨领域人才至关重要,高校及培训机构应更新课程设置,提升学生综合素质。建立有效反馈机制,收集数据反馈以优化内容传播效果。

面向未来,新媒体规范化与专业化发展尤为重要。新闻工作者需加强法律意识及伦理责任认识,确保传播内容真实性与客观性。加强同业合作与资源共享,整合优势资源提升整体新闻质量及传播效果,为行业持续发展注入动力。

(作者单位:《山西法治报》社有限责任公司)

