

短视频如何成为传统媒体转型的突破口

王一 邹军

红河广播电视台 云南 红河 661199

[摘要]短视频是传统媒体在转型发展阶段的重大突破口，与广播、电视节目相比，短视频主要以网络平台为载体，视频时长短，内容更新速度快，视频编辑时所使用的剪辑技术也比较多。更容易吸引受众的注意力，使得受众改变信息的获取方式。基于此，为保障传统媒体在短视频时代的可持续发展状态，本文主要结合了短视频的特点，介绍短视频给传统媒体带来的发展机遇与挑战，从中找出节目创新变革的方向，确定工作的重点及难点所在，最终目标是找到提高节目收视率的方法。

[关键词]短视频；融媒体时代；传统媒体；制播方式；受众定位

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.08.1263

传统媒体在媒介传播中一直占据着主导地位，因为传统媒体的采编播工作流程具有规范化的特点，能够体现出节目的权威性。尤其是在新闻节目的媒介传播环节中，受众更愿意选择传统媒体来收看节目。新时期，科技信息技术的发展进步，使得媒介传播的方式呈现出多样化的特点。比如，在网络新媒体技术的影响下，短视频平台成了人们获取信息知识的一种新方式。在这种情况下，传统媒体必须要结合自身优势科学转型，才能适应时代的新发展要求。

1. 短视频给传统媒体发展带来的机遇与挑战

1.1 发展机遇

借助短视频来宣传节目的内容，可以在一定程度上拓宽节目的传播范围，吸引更多受众关注该节目。结合实际发展情况来看，短视频的兴起是时代发展下的一种产物，具有与时俱进的特点，媒体工作者如果能够在传统媒体节目的制作和播出工作中融入短视频技术，创建短视频账号，可以让节目更受欢迎，进而科学提高收视率。而且，能结合时代的发展变化特点，确保传播主体地位不动摇。短视频的优势就是时长短、具有及时性，能够让人们在较短的时间内获取有用的信息。此外，短视频当中所使用的技术使得短视频的音质、画质更高，根据不同节目类型还能灵活调整视频风格，受到了受众群体的欢迎，成了传统媒体转型发展的一个主要方向。

1.2 实际挑战

要依靠短视频助力传统媒体的转型，要先了解什么是短视频，掌握短视频的拍摄、制作和传输流程，这对长期进行传统节目采编播工作的人才而言，会带来一定的挑战。最初短视频兴起时，与传统媒体是竞争关系。如果传统媒体不及时进行工作创新，就容易在网络媒体的影响下，出现收视率下降的情况，这主要是因为网络和电视节目中的内容相类似。比如，针对同一个新闻事件，阐述的观点和讨论的方向是一致的。在这种情况下，受众就会对不同的节目播出渠道进行选择。基于此，新时期传统媒体不仅要积极拓展短视频领域，还要研究提升节目深度与广度，优化工作内容的方

2. 借助短视频科学展开传统媒体转型发展的方法

2.1 应创建官方视频号

传统媒体要转型发展，应当先了解受众审美观点的变化情况，分析原因，并统计新时期受众群体喜爱的节目类型。先通过网络技术完成对节目背景资料的收集和整理，科学丰富节目内容。再结合短视频的特点，在播出电视、广播节目的同时，完成短视频制作任务，在网络中传播。以新闻节目为例，各地电视台的新闻节目都是以当地民生问题的实际情况为核心，真实、全面的报道受众关注的新闻事件。要在这个环节中使用短视频，可以在各个社交软件上建立官方账号。比如，目前比较热门的短视频平台以抖音、快手为主。可以在这些平台创建电视台的账号，发布一些节目制作的幕后视频，或者发布最新的节目宣传片。通过这种方式来拓宽传播渠道，提高节目的吸引力，让更多受众通过各种平台来关注节目动态。这就说明，新时期短视频已经成了传统媒体转型的突破口，需要电视台领导人员及基层媒体工作者高度重视。

2.2 创新制播方式

依托短视频平台来打破传统媒体在发展上受到的限制，需要积极创新制播方式。比如，节目在电视上播出的同时，也可以采用线上网络直播的方式。在传统媒体的素材整理、节目剪辑过程中，应提升工作人员的专业水平，让人才借鉴短视频的制作技巧，在传统节目当中增添新的内容。关键是要掌握相关视频剪辑软件的操作方法，短视频与电视节目的区别就是：视频时长短，可以采用移动电子设备完成视频的拍摄与剪辑。而且，短视频关注的是内容输出情况，高质量的原创视频会得到更多的关注。因此，工作人员要先定位节目类型，确定节目的整体风格，并以团队协作的方式高效完成剪辑制作任务。比如，可以尝试将制作好的短视频融入节目当中，在电视媒体上播出。并采用今日头条、抖音等平台，将传统节目中的精彩画面剪辑出来，吸引更多粉丝的关注，这是让短视频与传统媒体有机融合的方法。

2.3 与受众互动交流

结合实际工作情况可知，传统媒体的弊端在于：无法与受众进行实时的互动交流，无法了解受众审美观点的变化情况。基于新时期工作人员正在研究如何发挥短视频应用价值，助力传统媒体转型发展的方法。应当先在短视频平台中的官方账号开通留言功能，不仅要让受众可以在每一条视频

下方留言,讨论自己对视频的看法,还要让受众能通过私信功能与工作人员联系。同时,可以在电视或广播节目中,现场选读一些有意思的留言,并回答受众提出的问题。通过这种方式,在媒体运营阶段拉近与受众之间的距离。新时期,在节目选题环节中,应尝试在短视频平台设置投票环节,从中统计受众对各种选题的关注度,选择热点最高的话题来制作节目,从而有效提高节目的收视率。

2.4 融入融媒体发展理念

传统媒体要适应时代的发展潮流,调整发展目标及方向,需要依靠人才的力量。重点应确保媒体工作者具有创新意识,能够正确看待行业的发展前景,并应当引导工作人员定期总结工作经验,分析工作的优缺点,研究保留节目制播优势,弥补不足的可行对策。首先,电视台应引导人才树立终身学习观念,能主动反思工作不足,找到创新发展的着力点。其次,电视台在具体完善基础设施,引进短视频制作技术时,也要给人才提供学习和交流的机会。关键要融入融媒体发展理念,积极借鉴新媒体的发展经验,实现媒体融合发展。从节目的基本特征来看,传统媒体以声画结合的方式来提高节目质量。短视频则具有可视化、直观性和生动性的特点,符合传统媒体的节目播出需要。所以,新时期媒体工作者会尝试依靠短视频来进行传统媒体的转型。

3. 新时期传统媒体转型突破的注意事项

需要注意的一点是:短视频的制作和播出门槛比较低,主要是迎合了自媒体时代人们记录生活和享受生活的需求。而媒体节目制播工作有着较高的门槛,对节目内容、播出方式都有较高的要求,要转型突破,应遵循以下几点注意事项:

3.1 目标受众定位

媒体工作者要先了解传统媒体的受众群体以及短视频平台的受众是否存在共性及个性特征,关键应当从年龄段、职业特点及男女比例进行分析,有些特殊的节目还要对受众的地域性特征展开统计。根据这些基本特点,找到新时期节目的定位方向,为节目内容及方式的进一步优化奠定基础。在这项工作中,应确保工作人员具备对大数据技术的操作能力,能够展开大数据分析工作,了解受众感兴趣的内容,以此为基础改变节目风格,包括主持人的用语习惯和着装,都应当具有与时俱进的特点。此外,传统媒体在进军短视频平台时,也要考虑视频账号的定位问题。比如,目前影视剧解说、搞笑视频等账号数量多,短时间内无法被受众关注。因此,应结合实际情况,尝试进行公益、教育等视频号的运营管理工作。最终真正联合短视频平台,助力传统媒体的转型发展。

3.2 融入视频思维

在传统媒体借助短视频实现转型突破的过程中,应当合理融入视频思维。短视频实际上具有可以带动经济发展的特点,在短视频当中插入软广的方式,正是传统媒体在经营

发展阶段要学习的内容。让广告不再突兀,既能满足受众对节目的收看需求,又能为广告商打广告,进而吸引更多的赞助。新时期,视频思维的优化与创新还需要从剪辑思维的角度出发,大部分传统节目都是以时间线为主,按照顺序完成视频剪辑。而短视频剪辑更注重对各种剪辑手法的运用,如何学习新的剪辑方式,尽量突显出所报道内容的“矛盾冲突点”,是媒体工作者的基本任务之一,这可以吸引更多受众关注事件走向。工作人员不能被固有的直播思维所限制,应结合短视频的发展现状,尝试在节目中使用不同风格的剪辑手法,对比收视率变化情况。从中找到媒体转型发展的着力点,合理调整工作方案,最终达到创新发展的目标。

3.3 适应阅读习惯

短视频时代下,人们的阅读习惯发生了一些变化。比如,阅读单一文字信息的受众占比数量减少,对于图文结合的文章以及视频的阅读量上升。以受众在抖音、快手上刷短视频的情况为例。视频长度通常都在1min左右,而且前15s就要切入主题,如果主题不明确,受众会迅速切换下一个视频,导致视频的完播率收到影响。所以,视频时间越长,对内容精度要求就越高。另外,除了视频内容之外,视频的画质清晰度、是否有杂音、背景音乐的声音大小等等,都会决定受众能否观看完整段视频。基于此,在传统媒体转变工作思路,与短视频协作共生的环节中,要解决行业发展难题,发挥媒体的主导作用,必须要从受众阅读习惯的特点上展开分析,合理精简节目内容,包装节目开头和结尾,真正打造精品节目,依靠高质量的视频来为受众提供一场视听盛宴。

结语

媒体工作者在短视频时代进行传统媒体的转型,应当先尝试在应用频率较高的短视频平台创建账号,发布一些台前幕后的视频。并借鉴短视频的制作、传输思路,创新节目制播方式,让节目具有新颖性的特点。同时,要体现受众的主体地位,与受众进行互动交流,为节目维系粉丝。实际上,工作人员的创新意识和能力会影响传统媒体转型发展的效果。应注意融入融媒体观念,积极借鉴和学习其他媒体平台的节目制播经验。最后,要融入视频剪辑思维,关注受众定位情况,找到让节目播出内容及方式适应受众阅读习惯的方法。

参考文献

- [1] 阴祖峰. 让短视频成为传统媒体转型的突破口[J]. 活力, 2018(17): 1.
- [2] 王璠. 探析短视频如何成为传统媒体转型的突破口[J]. 传媒论坛, 2019(11): 2.
- [3] 余波. 短视频的发展之路及地方传统媒体的竞争策略[J]. 视听纵横, 2020(3): 3.
- [4] 朱意. 融媒体背景下移动短视频新闻传播策略探析[J]. 西部广播电视, 2020(2): 2.