

融媒体时代短视频时政新闻传播特征分析

王元元

双鸭山广播电视台 黑龙江 双鸭山 155100

摘要: 融媒体时代, 短视频成为时政新闻传播新载体。其传播特征显著: 内容上轻量化、可视化, 叙事创新, 话题设置主动; 传播渠道多平台分发、跨平台联动, 借算法精准触达; 用户互动即时反馈、情感共鸣, 二次创作活跃; 传播效果上速度与覆盖范围飞跃, 舆论引导与价值传递增强。然而, 也面临内容同质化、审核风险、用户参与度分化等挑战。需通过内容、技术、用户运营创新优化, 提升传播效能。

关键词: 融媒体时代; 短视频时政新闻; 传播特征

引言: 在融媒体浪潮席卷下, 信息传播格局发生深刻变革。短视频凭借碎片化、可视化、强互动等特性, 迅速渗透至大众生活, 成为信息传播的重要形式。时政新闻作为受众了解国家大事与国际形势的关键渠道, 也积极融入短视频传播矩阵。融媒体时代赋予短视频时政新闻传播新的机遇与可能, 其传播特征既顺应时代发展趋势, 又深刻影响着时政新闻的传播效果与社会影响力。深入剖析其传播特征, 对提升时政新闻传播质量意义重大。

1 核心概念与理论基础

1.1 融媒体的定义与特征

(1) 融媒体的核心内涵聚焦于多维度融合, 技术融合是基础, 借助大数据、人工智能等技术打破不同媒介技术壁垒, 实现信息处理高效化; 内容融合强调整合文字、图片、音频、视频等多种形态内容, 打造立体式信息产品; 渠道融合打通传统媒体与新媒体平台, 如将报纸内容同步推送至APP、短视频平台; 平台融合则构建一体化运营平台, 实现信息采集、制作、分发全流程协同。(2) 融媒体传播规律呈现新特点, 去中心化打破传统媒体单一传播中心格局, 每个人都可成为信息传播节点; 互动性通过评论、点赞、分享等功能, 让受众从被动接收者转变为主动参与者; 场景化结合用户所处时间、地点、需求等场景, 推送适配信息; 精准化依托用户画像分析, 实现信息精准触达目标受众。

1.2 短视频的传播特性

(1) 内容形式上, 碎片化契合现代快节奏生活, 多为15秒至5分钟短时长, 方便用户利用碎片时间观看; 可视化以动态画面为主, 直观呈现信息, 降低理解门槛; 叙事性强通过紧凑剧情、生动画面, 快速吸引用户注意力并传递核心内容。(2) 传播渠道具有社交化特点, 依托微信、抖音等社交平台, 便于用户分享传播; 移动化

适配手机等移动设备, 用户可随时随地观看; 算法推荐主导根据用户浏览历史、兴趣偏好等, 精准推送相关短视频内容。(3) 用户行为表现为即时互动, 用户可实时评论、点赞、私信交流; 易引发情感共鸣, 短视频内容多贴近生活, 能触动用户情感; 参与式传播用户可拍摄、上传自己的短视频, 参与到传播过程中^[1]。

1.3 时政新闻的内涵与传播要求

(1) 时政新闻的定义明确其核心内容, 涵盖国家政治生活中的重要会议、政策法规制定与实施, 政策动态包括各类政策的出台背景、具体内容及落实情况, 还涉及国际关系中的外交活动、国际合作与冲突等内容, 是受众了解国家大事和国际形势的重要途径。(2) 传统传播模式以权威发布为核心, 多由官方媒体主导信息发布, 确保信息权威性; 叙事风格严肃, 语言正式规范, 注重信息的准确性和严肃性; 采用单向传播方式, 媒体发布信息, 受众被动接收, 缺乏互动交流。(3) 融媒体时代的新要求注重贴近性, 时政新闻需贴近受众生活, 用通俗语言解读政策, 增强与受众的关联性; 强调互动性, 通过设置话题讨论、在线问答等环节, 鼓励受众参与互动; 追求年轻化表达, 运用短视频、动漫、H5等年轻受众喜爱的形式, 提升时政新闻的吸引力和传播力。

2 融媒体时代短视频时政新闻的传播特征

2.1 内容呈现特征

(1) 轻量化与可视化成为核心趋势。面对复杂的民生政策, 媒体不再依赖冗长文字解读, 而是将其解构为“信息图表+动画解说”的形式, 例如解读财政金融协同促内需一揽子政策时, 用动态图表展示中小微企业贷款贴息、个人消费贷款补贴等关键信息, 搭配通俗动画讲解, 让抽象政策变得直观易懂; 对于基层发展报道, 则摒弃传统全程记录模式, 提炼“亮点剪辑+场景音效”, 像“行进中国”调研行报道中, 将各地高质量发展的

鲜活场景剪辑成1分钟左右短视频，配上贴合场景的音效，既保留核心信息，又符合用户碎片化阅读习惯，大幅降低信息接收门槛。（2）叙事方式创新打破传统框架。第一视角叙事广泛应用，记者以Vlog形式深入基层采访，镜头跟随记者走进社区、田间地头、企业车间，展现民生发展幕后细节，如记者记录基层工作人员落实“以旧换新”政策、助力群众享受福利的过程，让受众仿佛“身临其境”感受民生变化；故事化表达成为连接民生新闻与受众的纽带，围绕“政策惠民”挖掘真实案例，比如报道老旧小区改造政策时，讲述某个小区依托政策完成适老化升级、改善居民居住环境的故事，用具情节引发受众情感共鸣，增强民生新闻的感染力^[2]。

（3）话题设置与议程引导更具主动性。媒体紧密结合民生热点事件设置话题标签，如在消费品“以旧换新”政策落地期间，推出#以旧换新政策详解##民生补贴怎么领#等话题，引导用户围绕话题关注民生政策、参与讨论；同时，通过互动问答形式调动用户积极性，例如在解读新出台的医保、育儿补贴政策时，设置“你最关心的民生补贴有哪些？”的问答环节，鼓励用户留言提问，媒体及时解答，既满足用户信息需求，又有效引导舆论议程，让民生新闻传播更具针对性。

2.2 传播渠道特征

（1）多平台分发与跨平台联动形成传播合力。同一时政新闻内容会根据不同平台特性进行差异化传播，在抖音、快手等短视频平台，侧重制作节奏快、趣味性强内容，吸引年轻用户；在微信视频号，结合社交属性，推出更具深度、适合分享的内容，触达不同圈层受众；此外，短视频还与图文、直播、H5等形式联动，比如报道重要政策时，先通过短视频发布核心亮点吸引关注，再引导用户点击图文查看详细解读，或参与直播互动提问，借助H5进行政策知识答题，构建全方位传播矩阵，扩大传播覆盖面。（2）算法推荐与精准触达提升传播效率。平台基于用户画像进行个性化推送，根据用户的地域、年龄、兴趣标签等，将适配的时政新闻推送给目标受众，例如向关注教育的用户推送“双减”政策相关短视频，向三四线城市用户推送乡村振兴相关内容；同时，针对热点话题实施流量倾斜机制，当某一时政话题成为热点时，平台会增加相关短视频的曝光量，让更多用户看到，助力时政新闻快速传播，实现“精准滴灌”与“广泛覆盖”的结合^[3]。

2.3 用户互动特征

（1）即时反馈与情感共鸣构建双向沟通。短视频的弹幕、评论区成为用户即时互动的重要场景，在观看

时政新闻短视频时，用户会实时发送弹幕表达观点，如看到减税降费政策报道时，弹幕刷屏“这政策太及时了！”“切实减轻了我们的负担”；评论区更是用户交流的聚集地，大家分享政策带来的生活变化、提出疑问，媒体或其他用户及时回复，形成良好互动氛围，这种即时反馈让传播不再是单向输出，而是双向沟通，增强用户对时政新闻的参与感。（2）二次创作与UGC参与激活传播活力。用户不再满足于被动接收，而是主动对时政新闻进行二次创作，剪辑新闻片段制作“reaction视频”，分享自己观看时政新闻的感受和解读，例如在观看国庆阅兵短视频后，用户制作reaction视频，表达对国家强大的自豪之情；同时，媒体发起的挑战赛、话题模仿活动，进一步激发全民参与热情，像“我和我的祖国”合唱挑战中，用户拍摄自己与家人、同事合唱《我和我的祖国》的短视频，结合时政热点传递爱国情感，大量UGC内容不仅丰富了传播内容，还让时政新闻传播更具广度和深度。

2.4 传播效果特征

（1）传播速度与覆盖范围实现质的飞跃。短视频凭借其病毒式传播特性，能在短时间内实现大范围扩散，一条优质的时政新闻短视频，往往在发布后几小时内播放量就能突破千万，甚至破亿，如报道神舟飞船发射成功的短视频，迅速在各平台传播，成为全民关注的热点；同时，短视频依托互联网打破地域限制，无论是国内偏远地区用户，还是海外华人，都能通过网络观看时政新闻短视频，实现全国乃至全球范围内的传播，让时政新闻的影响力跨越国界^[4]。（2）舆论引导与价值传递作用显著增强。短视频通过情感化表达，让时政新闻更易引发受众情感共鸣，从而增强政策认同感，比如“抗疫英雄”系列短视频，讲述医护人员、志愿者的抗疫故事，用真实场景和感人细节打动用户，让大众更深刻理解抗疫政策的重要性，自觉配合防疫工作；主流媒体借助短视频平台，进一步强化“意见领袖”角色，及时发布权威信息、解读政策、澄清谣言，在重大时政事件中引导舆论方向，巩固主流价值观，如在重大自然灾害报道中，主流媒体通过短视频传递救援进展、普及防灾知识，稳定社会情绪，凝聚社会共识。

3 融媒体时代短视频时政新闻的挑战与对策建议

3.1 当前面临的挑战

（1）内容同质化问题突出，部分短视频为吸引流量，陷入“标题党”怪圈，用夸张、误导性标题博取点击，实际内容空洞；同时，娱乐化倾向明显，为追求趣味性，过度弱化时政新闻的严肃性，将重要政策、会议

报道简化为“段子式”解读,导致信息传递失真,难以让用户准确把握时政核心内涵,长期下来还会降低用户对时政新闻的信任度。(2)审核风险难以规避,时政新闻涉及国家政策、政治动态等敏感内容,需严格审核确保信息准确、导向正确,但短视频传播具有“短、平、快”特点,要求快速发布以抢占传播先机,二者形成尖锐矛盾。若审核时间过长,易错失最佳传播时机;若为追求速度简化审核流程,又可能出现内容偏差,引发舆论风险,给时政新闻传播带来巨大挑战。(3)用户参与度分化严重,年轻用户成长于互联网时代,对短视频接受度高,乐于通过短视频获取时政新闻并参与互动,成为短视频时政新闻的主要受众;而中老年群体对短视频平台操作不熟悉,且更习惯通过传统媒体(如电视、报纸)获取时政信息,导致短视频时政新闻对中老年群体覆盖不足,难以实现全年龄段受众的有效触达。

3.2 优化策略

3.2.1 内容创新

(1)强化深度报道与独家解读,摒弃“快餐化”内容生产模式。媒体可组建专业时政报道团队,针对重要政策、会议,深入挖掘背后的背景、意义及影响,推出系列深度短视频,如“政策背后的民生故事”系列,结合具体案例进行独家解读,让用户不仅了解“是什么”,更明白“为什么”“有什么用”,提升时政新闻的思想深度与价值。(2)结合AR/VR技术增强沉浸式体验,打破传统短视频的平面化呈现局限。例如在报道两会时,利用AR技术将政府工作报告中的数据转化为三维立体图表,用户通过手机即可“直观触摸”数据;报道重大工程建设时,借助VR技术打造“沉浸式参观”体验,让用户仿佛亲临现场,增强时政新闻的吸引力与感染力^[5]。

3.2.2 技术赋能

(1)利用AI辅助内容审核,构建“AI初审+人工复审”机制。AI系统可快速识别短视频中的敏感词汇、画面,对内容进行初步筛选,大幅提升审核效率;人工审核团队则针对AI标记的可疑内容进行二次核查,确保审核准确性,在保证时政新闻传播时效性的同时,严守内容安全底线,平衡时效性与安全性。(2)通过大数据分析优化传播策略,平台可收集用户的观看时长、互动行

为、兴趣偏好等数据,分析不同时政话题的受众特征、传播规律。例如,通过数据发现年轻用户更关注就业政策,中老年用户更关心养老政策,据此调整内容推送时间、平台及形式,让时政新闻精准触达目标受众,提升传播效果。

3.2.3 用户运营

(1)针对不同群体设计差异化内容,为中老年群体开设银发族专属频道,内容上采用更慢的语速、更清晰的画面,解读政策时结合生活实例,减少专业术语;操作上简化界面,增加语音导航功能,降低中老年用户使用门槛,扩大短视频时政新闻的受众覆盖范围。(2)建立“媒体+用户”共创机制,媒体可发起时政新闻创作征集活动,鼓励用户围绕特定时政主题(如“我身边的政策变化”)拍摄短视频,优秀作品经审核后在官方账号发布,并给予创作者奖励;同时,邀请用户参与时政新闻选题讨论,收集用户关注的热点问题,让内容生产更贴合用户需求,提升用户参与感与归属感。

结束语

融媒体时代,短视频为时政新闻传播开辟了新路径,展现出独特且多元的传播特征,在传播速度、覆盖范围、用户互动及舆论引导等方面成效显著。然而,挑战同样不容忽视,内容同质化、审核风险、用户覆盖不均等问题亟待解决。未来,需持续创新内容、强化技术赋能、优化用户运营,充分发挥短视频优势,让时政新闻传播更接地气、更具影响力,更好地服务社会、凝聚共识。

参考文献

- [1]刘慧娜.浅谈新媒体环境下短视频对新闻传播的影响[J].中关村,2022,(11):114-115.
- [2]亓康硕.融媒体背景下移动短视频新闻传播策略探析[J].新闻传播,2022,(09):39-41.
- [3]张肖杨.融媒体背景下电视新闻短视频传播研究[J].西部广播电视,2022,43(02):29-31.
- [4]李健.探析融媒体背景下移动短视频新闻传播策略[J].新闻文化建设,2021,(22):159-160.
- [5]李宁宁.探析融媒体背景下移动短视频新闻传播策略[J].传媒论坛,2021,4(21):84-85.