

新闻资讯类短视频的传播发展现状研究

——以《人民日报》抖音号为为例

宇野铃馨

上海交通大学媒体与传播学院，上海

收稿日期：2024年10月20日；录用日期：2024年11月29日；发布日期：2024年12月6日

摘 要

在科学和互联网技术的推动下，我国已然进入了移动互联网高速前进的阶段。而短视频在内容传播上有着天然的优势，其轻量化的内容形式满足了大众的内容消费习惯，人们也愈发乐意接受这种传播载体。与此同时，在媒介融合的背景下，各大媒体和平台面对着短视频的巨大冲击与挑战，积极布局短视频业务，将新闻资讯类短视频作为转型与发展的重大战略方向。以《人民日报》抖音号为研究对象，运用个案研究法、内容分析法研究方法，对其短视频新闻传播特征进行分析。随着5G建设推进，短视频创作将迎来新机遇。《人民日报》应抓住这一机会，调整定位，创新传播模式，深入专业内容，满足用户需求，实现良性互动，以保持账号活跃度和重塑权威性，推动中国传媒业态的新发展。

关键词

新闻资讯，短视频，人民日报

A Study on the Current Situation of Communication Development of News and Information Short Videos

—Taking the People's Daily's Jitterbug as an Example

Suzuka Uno

School of Media and Communication, Shanghai Jiaotong University, Shanghai

Received: Oct. 20th, 2024; accepted: Nov. 29th, 2024; published: Dec. 6th, 2024

Abstract

Under the push of science and internet technology, China has already entered the stage of high-

speed development of mobile internet. Short videos have a natural advantage in content dissemination, and their lightweight content form meets the content consumption habits of the public. People are also increasingly willing to accept this dissemination carrier. At the same time, in the background of media convergence, major media and platforms are facing the huge impact and challenges of short videos, and are actively laying out short video business, making news and information short videos a major strategic direction for transformation and development. This paper takes the Douyin account of People's Daily as the research object, using case study method and content analysis method, to analyze the characteristics of short video news dissemination. With the promotion of 5G construction, short video creation will usher in new opportunities. People's Daily should seize this opportunity, adjust its positioning, innovate its dissemination model, delve into professional content, meet user needs, achieve a good interaction, and maintain the account's activity and reshape its authority to promote the new development of China's media industry.

Keywords

News Information, Short Video, People's Daily

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

随着互联网技术的迅猛发展和移动终端的快速普及,我国已然进入了移动互联网时代。最为直接的表现就是国内网民规模的不断扩大,截止2022年6月,国内网民规模已经突破10亿,普及率达到74.4%,并且其在未来发展的进程中将维持平稳增长的态势。

根据CNNIC中国互联网信息中心发布的第50次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年上半年,我国网民规模达10.51亿,互联网普及率为74.4%。2022年上半年新增网民1919万人,我国手机网民规模达10.47亿,网民通过手机接入互联网的比例高达百分之99.6%。该报告显示,截至2022年6月,我国短视频的用户规模增长最为明显,达9.62亿,较2021年12月增长2805万,占网民整体的91.5%。网民对网络娱乐市场的需求强烈,短视频应用的迅速崛起使得91.5%的网民使用短视频应用以满足碎片化的娱乐需求[1]。

自2015年以来,国内短视频市场迎来爆发期,短视频应用呈井喷式增长,先后出现快手、美拍、秒拍、抖音等平台,满足了广大用户快速获取信息及碎片化阅读习惯的需求。随着短视频的飞速发展,其内容也开始呈现垂直化特征,由原本单纯的生活娱乐,开始向音乐、美食、美妆、新闻、资讯等方面进行多个垂直领域的延伸。与此同时,媒体融合的不断加强,传统主流媒体和商业网站纷纷合作,开始进军资讯类短视频行业。《人民日报》于2018年9月入驻抖音平台,随后其他新闻媒体陆续加入抖音平台。传统媒体瞄准抖音平台的优势进行发力,将新闻与短视频相结合,打造用户喜爱的短视频新闻产品,扩展内容建设空间和领域,丰富用户高质量的精神文化生活需求,同时扩大媒体的社会影响力。

1.2. 研究目的和意义

新闻资讯类短视频在海量的短视频内容当中,以其短小精悍、能快速准确地获得有价值的内容,成为满足受众碎片化阅读习惯的一种新的趋势和追求。目前专部针对新闻资讯类短视频的研究总量并不多,

现有成果主要集中在资讯类短视频的发展现状、趋势、内容生产机制及产生的问题治理研究上。本文则从新闻资讯类短视频这一角度,研究其在泛娱乐环境下所面临的发展困境,并探究其从受众和媒介自身出发的商业生存之路,具有一定的现实理论指导意义。

2. 研究方法

本研究在论文写作的过程中采取的研究方法有:文献研究法、个案研究法、内容分析法。

文献研究法是一种非常科学的研究方法,广泛应用于各学科的理论研究与实证分析中。通过对相关领域研究资料的分析、整理,对特定领域的发展动态、研究趋势和主要理论框架有较为全面的认识,界定短视频新闻传播的相关概念,确定研究的核心问题。通过查阅大量相关的文献研究,参考已有的研究成果并总结相关概念,收集丰富的数据和信息,对研究中出现的理论进行梳理与阐述,确保研究的科学性与严谨性。

个案研究法是一种深入分析特定个体、事件或现象的研究方法,选取《人民日报》抖音短视频作为研究对象,对这一具体案例的系统、全面分析,阐述其在短视频新闻传播中的独特特征。收集与《人民日报》抖音号相关的各类短视频,包括发布时间、内容主题、观看量、用户互动等数据,对这一案例的深入研究,全面分析探讨其传播策略、受众定位及效果,总结抖音平台短视频新闻传播特征并提出建议。

内容分析法是传播学研究的基础方法之一,是对传播内容进行客观、系统的分析、整合。将应用内容分析法对《人民日报》抖音短视频的内容进行深入探讨。设定明确的分析框架,以便系统地评估短视频的传播效果。对一定数量的视频进行编码和分类,统计出不同类型内容的出现频率和受欢迎程度,对受众偏好的内容特征有所了解。

最终,基于内容分析的结果,本研究将提供有关短视频新闻传播的策略建议,帮助《人民日报》及其他媒体在短视频领域更有效地满足受众需求,实现更高水平的舆论引导和信息传播。

3. 《人民日报》抖音号短视频的发展概况

3.1. 《人民日报》抖音号的运行情况

2018 年被称为媒体抖音元年,以《人民日报》为代表的主流媒体纷纷开通官方抖音号进行短视频新闻传播,基于短视频社交媒体的新型传播方式,给在新媒体环境中备受冲击的主流媒体带来了新的生机,开辟了构建美异化传播体系的新的路径。

《人民日报》抖音号自 2018 年 9 月 10 日开通,自身定位为参与、沟通、记录时代,以母报的公信力和影响力为基础,加上强大的内容聚合能力,迅速成为首个粉丝量破亿的媒体抖音号。据飞瓜数据显示,截至 2020 年 12 月 31 日,《人民日报》抖音号的粉丝量约为 1.19 亿,共发布 2510 个短视频,点赞量高达 56.1 亿,评论量为 777.1 万。

3.2. 《人民日报》抖音号短视频新闻传播的优势

对于媒体来说,品牌影响力与其在受众群体中的媒介形象密切相关,代表着新闻内容的传播范围以及传播效果,是一种软实力,直接关乎媒体的核心竞争力和舆论引导力。

法国社会学家布尔迪厄最早提出符号资本的概念,即象征资本。“最不平等的且无疑在任何情况下都最残酷的分配是象征资本的分配,也就是说社会重要性和生存理由的分配。”^[2]在媒体生态场中,各类传媒组织都需要在这一场域中争夺并获取被目标受众所认可的象征资本,建构并强化自身的品牌影响力,树立起正面且权威的媒介形象。而主流媒体凭借其在新闻资源、人才及资金支撑等方面的绝对优势,在这一过程中处于先天性的优势地位,通过不断积累象征资本,并将其转化为现实的符号权力。因此,

对于传统主流媒体来说，它与新媒体在竞争过程中的最大优势就是自身积累的品牌效应，长此以往形成了受众对媒体的认知度、信任度，以此引导社会舆论并影响受众行为。

《人民日报》作为党中央委员会的机关报，自创刊以来，70余年的经营运作所积累的品牌影响力，使它能够在媒体生态空间中居于头部位置。在当前全民信息过载的背景下，《人民日报》抖音号可以充分依托母体，整合其他媒体机构、政府机关单位以及普通用户生产的优质短视频等新闻资源，同时释放《人民日报》自身强大的品牌效应，迅速吸引并集聚抖音用户，不断巩固自身的品牌影响力，保证新闻传播的效果。尤其是，抖音平台靠算法进行内容推荐，对于主流媒体来说，这恰恰是重塑自身的核心竞争力的最大机遇。

3.3. 《人民日报》抖音号短视频新闻传播的制约因素

《人民日报》作为纸质媒体，新闻报道一直以文字、图片报道为主体，强调文字的线性叙事模式。近年来，人民日报社适应现代化新型传播规律，深入推进媒体融合发展新闻报道的表现形式逐渐从单一走向多元，涉及图文、短视频、现场直播等各种形式。但《人民日报》在抖音全面布局短视频新闻传播，对视频资源的时效性、全面性、互动性等各方面的要求就更加严格。对于日渐式微的传统纸质媒体来说，一方面需要同时兼顾视频素材的现场采集和报道，另一方面也缺乏短视频制作和运营的相关经验，且长期以来形成的传统生产和传播模式根深蒂固，往往会阻碍其探索短视频新闻发展的新路径。

因而，《人民日报》要想在与其媒介形式不同的抖音平台生存，关键就在于如何打破自身在短视频新闻生产与传播方面的劣势。

新闻工作强调时效性，在传统媒介传播环境中，时效性通常是以天、甚至是以周为单位。在新媒体风起云涌的当下，《人民日报》由于传播介质的局限，且具有规范的内容生产流程和严格的审核机制，难以适应新媒体时代分秒必争的时效性要求。因而，《人民日报》抖音号要想在抖音平台抢占新闻传播的先机，必然要对传统新闻生产和审核方式进行革新。

4. 《人民日报》抖音号短视频的内容特征

4.1. 选题特征：以社会类、政治类与人物类为主

根据新闻题材相关分类以及对《人民日报》抖音短视频抽取样本的观看，传统的时政、财经、娱乐等新闻类型分类方法并不完全适用于《人民日报》抖音短视频新闻。所以，本文根据《人民日报》抖音短视频的内容划分为社会类、人物类、政治类、体育类、科技类、军事类六类选题。通过对200条《人民日报》抖音短视频的统计分析，其中社会类短视频新闻最多，共计80条，占到总样本量的40%；其次是政治类短视频新闻，共计43条，占到总样本量的21.5%；人物类短视频新闻共计42条，占到总样本量的21%；相比之下，军事、体育、科技类短视频新闻占比较小，分别占到总样本量的12.5%、3%和2%。由此看出，《人民日报》抖音短视频内容选题方面主要以社会类、政治类与人物类为主。

4.2. 报道视角：平民化视角，贴近普通民众生活

平民化视角是指将新闻报道的着眼点和立足点投向普通的老百姓，在新闻报道内容与取向上，坚持平民立场，关注同普通百姓利益密切相关的现实问题，让他们成为新闻报道的主体[3]。

首先，报道对象人物平民化，将《人民日报》抖音短视频新闻报道涉及的人物进行归纳，可以分为领导官员、军人、普通人、科学家、警察、消防员、负面人物以及其他(无明确突出报道对象)。《人民日报》抖音短视频新闻报道中涉及人物较多的有普通人、军人、领导官员，其次是消防员、警察、科学家以及部分负面人物。其中普通人占比最高为27.5%，关于普通人的短视频集中体现在社会类新闻题材中，从

百姓的日常生活入手，传播社会中普通人的温情故事，展现平凡人身上的伟大精神。同时，从新闻事件的细节入手，将与人们生活最贴近的、最关心的部分进行放大，以真实的细节触动人心，传播社会正能量，对人们思想观念进行正面引导。

5. 《人民日报》抖音号短视频新闻传播的不足及发展

5.1. 《人民日报》抖音号短视频新闻传播的不足

《人民日报》抖音号自开通以来，虽然在不断优化自身的内容和用户运营，但由于《人民日报》与抖音平台二者存在着本质上的差异和冲突，其短视频新闻传播过程中仍存在一系列问题。如果无法真正转变传统的生产与传播思维，难免会出现“旧瓶装新酒”的尴尬局面。

一是短视频新闻内容的同质化，严重缺乏独家新闻。当前，《人民日报》抖音号的短视频新闻多是聚合各级各类政务媒体以及普通用户生产的短视频，并在此基础上对原素材进行剪辑，添加字幕、背景音乐等再进行发布。这种生硬直接的二次加工模式，导致《人民日报》抖音号缺少独家短视频新闻，在媒体抖音号整体内容生态中难以凸显专业性和自身特色，且在时效性方面相对滞后，难以抢占新闻发布的先机，必定会流失部分已经知晓相关新闻的用户。另外，原创、创意短视频新闻的缺乏也会大大阻碍自身品牌效应的强化。

二是短视频新闻的制作缺乏规范性，质量参差不齐，会在一定程度上弱化受众体验。一方面，为适应抖音的竖屏画面以及用户浏览习惯，《人民日报》抖音号的运营人员在编辑视频时过于放大画面主体，大大降低了短视频内容的清晰度，导致很多画面模糊不清，字幕添加缺乏标准，甚至存在字幕显示不完整的情况，严重影响受众的直观感受，违背了用户对内容质量的需求不断提高的趋势。另一方面，《人民日报》抖音号的短视频新闻注重运用背景音乐，但往往出现配乐趋同现象，甚至是接连发布的两三条短视频使用同一个背景音乐。另外，值得一提的是，《人民日报》抖音号存在较为严重的对已经发布的视频进行后期隐藏或者删除的现象，长此以往会降低抖音对账号的推荐权重。一旦被受众普遍察觉后，也必定会影响该媒体抖音号甚至是媒体自身的公信力和权威性。

5.2. 《人民日报》抖音号短视频新闻传播的未来发展

《人民日报》作为传统主流媒体，由于自身体制、人才支撑、运营成本等方面的制约，创意短视频孵化较难。要想真正做到与抖音平台深度融合，就应该在契合抖音平台特质的基础上，进行新一轮的革新。基于自身的新闻生产和内容聚合能力，《人民日报》要更加重视在自己所擅长的专业领域进行内容的深耕，用社交化思维从多角度创新短视频新闻的内容表达和传播，做出让抖音平台的主流受众，特别是青年群体喜闻乐见的短视频新闻。

第一，转换传播语态，融合网络亚文化。抖音平台的整体环境刺激并催生了网络亚文化的生长，使其逐渐成为抖音文化生态中不可忽视的一部分。而《人民日报》抖音号的短视频内容本质上仍代表着主流文化，难免会与其发生碰撞。因此，首先要推进主流文化与网络亚文化的融合，创新新闻传播语态，让短视频新闻的题材内容和表达形式进一步下沉。在选材上，应更加关注草根阶层的需求，将镜头给予更多的小人物、小生活。从中挖掘并传递正能量；在表达形式上，应及时关注抖音平台某一时段的爆款短视频及话题，结合热门的创意元素与形式进行内容传播。诸如时下抖音平台上流行的创意转场和BGM卡点等短视频形式，归根结底是娱乐文化、草根文化等网络亚文化的杂糅。

第二，重视独家新闻，进行内容的差异化布局。尤其是深入挖掘时政新闻、社会新闻等，这恰恰是《人民日报》传播内容中最为重要且最擅长的部分。正如清华大学新闻与传播学院彭兰教授所指出，社交平台被唤起的新生命力表明，今天的用户并非在远离时政内容等严肃新闻[4]。通过分析《人民日报》

抖音号点赞量前十的短视频新闻,不难发现,尽管抖音整体呈泛娱乐化,但用户并不满足于浅层的视听需求,他们对时政新闻等严肃新闻的需求并没有减少,只不过是对于时政新闻的传播方式和内容质量有了更高的要求。因此,《人民日报》抖音号可以抓住这一契机,寻求时政新闻等严肃新闻的表达新形式,关注解释性、调查性等关切群众利益的深度报道,通过系列报道形式对新闻事件提供专业化、多视角、全方位的报道。

6. 结语

目前,《人民日报》在抖音平台的短视频新闻传播已取得显著成效,并且尝试结合新闻热点进行多场现场直播,成为媒体抖音号布局中的头部账号,不断强化着传统主流媒体在互联网空间的新闻传播和舆论引导。

对于《人民日报》抖音号来说,在收割大量流量之后,如何做到用户留存才是接下来的竞争重点。目前,抖音平台的短视频生产仍以非专业用户生产为主,呈现出质量参差不齐且以娱乐性、社交性为主的特点,优质内容相对而言仍存在较大缺口。抖音平台越发重视用户对短视频内容的多元需求以及高质量要求,主动丰富内容垂类,鼓励、支持用户进行原创内容创作。特别是,我国 5G 建设进程的加快将带来新的技术红利期,短视频内容创作会迎来新一波发展浪潮。

因此,《人民日报》抖音号应抓住时代机遇,重新调整自身定位和发展方向,创新短视频新闻传播模式。在专业领域内垂直深耕内容,满足用户更高层次的需求,为用户创造更多价值,实现与用户的良性互动,成为《人民日报》抖音号保持账号活跃度和生命力、重塑自身权威性和影响力的重要路径,也是媒体抖音号在未来短视频市场竞争中取胜,重构中国传媒业态发展新格局的关键一步。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2024/0829/c88-11065.html>, 2024-08-29.
- [2] (法)皮埃尔·布尔迪厄. 帕斯卡尔式的沉思[M]. 刘晖, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2009: 284.
- [3] 王卫红, 张彤. 新闻报道中的“平民化”视角[J]. 青年记者, 2006(14): 56-57.
- [4] 彭兰. 移动化、社交化、智能化: 传统媒体转型的三大路径[J]. 新闻界, 2018(1): 35-41.