

短视频新闻融入微信公众号传播的策略研究

李青

(青岛日报报业集团 山东 青岛 266000)

摘要: 短视频传播是当前新媒体传播的热点,与微博、微信公众号相比具有更强的影响力和关注度。结合传统媒体的融媒体转型策略,需要将二者深度融合,兼顾优势才能获得更好的发展。青岛日报报业集团旗下的《青岛早报》《青岛画报》自创立微信公众号以来,积累了数以万计的粉丝,每天推送新闻稿件或活动策划。但在新的传播环境下,单靠微信公众号已经不足以满足受众阅读需求和媒体传播要求,融合是未来媒体发展的必经之路。本文结合微信公众号的实践经验和当前短视频新闻传播的发展趋势,通过进行前瞻性的研究分析,为短视频传播与微信公众号的未来发展探索新出路。

关键词: 短视频新闻; 微信公众号; 融合传播; 前瞻性

0. 引言

在过去的几年中,微信公众号是传统媒体转型新媒体传播的重要渠道,也是纸媒转型社交媒体和互动传播的核心领域。目前,几乎所有纸媒都创建了若干微信公众号传播账号,收获了大量粉丝和关注,但新媒体技术的升级迭代推动了传播渠道的发展,作为当前的传播热点,短视频传播成为新的发展风口。因此,传统媒体的融媒体转型,应将微信公众号运营与短视频传播相融合,满足不同受众的阅读需求,持续提升媒体转型的传播力和影响力。

1. 传统媒体官方微信公众号的发展现状分析

1.1 官微“青岛早报”的阅读分析

官微“青岛早报”由《青岛早报》编辑部的新媒体业务部门负责运营,除了部分新闻策划和活动策划之外,大多数信息源自于《青岛早报》的纸媒,以及

国内知名度官方新媒体,如《人民日报》、“新华社”等,以确保内容的权威性和真实性。笔者研究发现,微信公众号的推文阅读量,往往呈现出较大的差异,这种差异与内容质量、位置并非成正比,而是存在巨大的不确定性。头条推文受重视无可厚非,而非头条位置的阅读量却令人遗憾。数据显示,非头条位置的推文阅读量普遍在1000至4000次,个别阅读量较高的在1万次左右,但很少能出现爆款。

1.2 官微“青岛画报”的阅读分析

相比于生活类报纸《青岛早报》的微信公众号,作为杂志媒体的《青岛画报》所创办的微信公众号影响力十分薄弱。从推送情况来看,每周的推送量仅有3-7篇,推送文章数量较少,但篇幅较长,难以形成持续的影响力,优点是内容质量较高,对图片运用水平高。由此可见,即便在微信公众号具有通知力的时期,一些纸媒的官微依然缺乏足够的传播影响力,很难推动媒体实现真正的融媒体转型。因此,在当前的传播环境中,传统媒体官微要进一步寻求转型机遇,扭转



藏族同胞脱贫致富后的愉悦

以往的问题和不足。但也要看到，微信公众号依然具有较强的新媒体传播领导力，寻求其与短视频传播、AI 技术的深层次融合，是新闻从业人员在未来需要深入研究的课题。

1.3 短视频传播逐渐融入微信传播

短视频的快速发展让新媒体传播形式遇到了商机，大量新媒体机构开始涉足短视频传播领域。所以我们在当前的新媒体传播环境下，不仅抖音和快手等平台大力发展短视频业务，微博和微信平台也在大力开展短视频业务，并且集中在娱乐和新闻传播领域。以微信平台为例，并没有将短视频传播与微信公众号平台相结合，而是开设了独立的微视频频道，向所有用户开放短视频注册和发布权限，带动了短视频业务的快速发展，影响力并不亚于抖音、快手等平台。

2. 短视频传播时代官微运营存在的问题

2.1 微信公众号的视频传播闭环问题

微信公众号是腾讯旗下的新媒体平台，腾讯以“腾

讯视频”为载体，早已经让微信公众号与视频传播相融合，为引入视频信息搭建了良好的基础条件。腾讯视频可以视为微信公众号的视频数据库，但腾讯的传播闭环限制让微信公众号受到极大的掣肘，由于微信公众号只能插入腾讯视频的视频链接，所以其他平台的视频无法进入微信的传播领域。任何账号的传播都无法打破这一规则，而严格、漫长的审核严重影响新闻传播效率，不少运营人员都遇到过微信推文已经设计完成，但需要插入的视频却迟迟未审核通过。腾讯的自我保护和视频引流举措在经营上无可厚非，但对微信公众号运营人员来说，则无法广泛采用其他平台的视频信息。此外，如果运营人员不得不需要其他平台的视频内容，则需要将视频重新上传至腾讯视频，这样有可能导致运营方面临版权问题和后期的被维权。

2.2 微信公众号与微视频的传播冲突

传统媒体大多开通了官方微信公众号，但随着短视频时代的来临，微信平台中又新增了微视频的功能，任何一个账号都可以开通视频发布功能，成为独立的



青岛八大关拍摄秋景

短视频账号。但对融媒体转型中的传统报纸来说，如何平衡微信公众号与微视频之间的关系，成为一个必须要面对的问题。一方面，微信公众号中插入大量短视频的条件还不成熟，这与抖音、快手等短视频平台的阅读模式不同，短视频与文字传播之间的界限难以区分，混合传播容易导致一条推文变得不伦不类。另一方面，微视频的传播是以好友为传播对象，账号主体为个人，这与微信公众号的官方属性具有较大的差距，微视频更倾向于自媒体传播，很难作为官方新媒体的信息发布平台。在融媒体转型中如何做好抉择，既要保持微信公众号的影响力，也要让短视频传播成为新的信息发布渠道，需要运营人员综合了解不同传播形式的内在规律，寻求利益最大化的结合点。

2.3 短视频新闻传播受众群体脱离微信

微信公众号的阅读模式离不开粉丝群体，这是一个封闭的传播和阅读空间，只有读者在阅读后进行分享、

转发，其在朋友圈的好友才有可能看到这些新闻信息。也就是说微信公众号的操作模式是与微信平台密切相关的，需要依托于微信，无法成为一个独立的信息传播平台。而短视频传播具有相对的独立性，一方面，短视频平台不需要以好友为传播基础，而是随机地在首页出现任何一条短视频内容，既不需要好友分享，也不需要关注某个账号，信息传播没有明显的门槛。另一方面，短视频传播记录更强的开放性，并且能够根据用户的喜好定向推送关注的内容，利用大数据分析完成信息选择和推送。虽然微信能够引入其他平台链接，发挥出聚合平台的作用，但当前的传播环境下，微信平台已经不再具有绝对的聚合优势，传统媒体创办的官方微信公众账号已经很难借助微信粉丝来完成短视频传播，而是要开设独立的短视频传播账号，才能够实现新环境下的高效传播。

3. 短视频传播与微信公众号运营相融合的建议

在当前的新媒体传播形式下，传统媒体创办的官方微信公众号，依然具有较强的影响力和覆盖面，但在下一步的发展中，必须要与短视频传播相融合，才能发挥出更高的价值。平台之间的传播壁垒并不支持这种融合业务的便捷开展，新闻从业人员必须要通过多方面的手段和思维，打开创新的传媒融合业务。

3.1 传统媒体要加强短视频作品的创作与发布

在传统媒体的人文媒体转型过程中，广播电视媒体侧重于短视频新闻的发布，因此迅速占领了抖音等传播平台。但对于传统纸媒来说，文字与图片依然是传播的主要形式，因此在微信公众号传播领域占据了十分明显的优势，但在短视频传播中出现了后继乏力的现象。报纸媒体的这种先天不足，不利于全媒体矩阵的打造和传播力水平的提升，必须迅速补齐短板。由此可见，报纸媒体在开展媒体转型中既要保持微信公众号传播的既有优势，更要进一步开拓短视频传播渠道，设立多样化的传播账号，根据受众的需求创作不同类型的新闻作品，适应不同新媒体技术背景下的网络传播环境。在短视频新闻发布的过程中，更要综合考虑不同平台的受众，要求将新闻的时长、视频元素、内容、评论角度等进行综合性的判定，确保短视频新闻能够产生较强的影响力。

3.2 短视频新闻传播要兼具娱乐性与新闻性

在“娱乐至死”的网络传播环境中，在工作和学习之外，越来越多人看重的是新媒体的娱乐功能，反而对互联网最核心的传播功能重视不足。受众群体关心的是获取娱乐内容而不关心社会新闻，媒体机构则热衷于通过发布娱乐新闻获得较高的关注度和点击量，对商业媒体机构和自媒体来说，利用“娱乐”获得商业收益则是他们的运营核心。在这种背景下，传统媒体转型短视频传播必须要充分考虑短视频新闻的综合价值，既要突出新闻传播的娱乐性，让更多人关注新闻、传播新闻，同时也不能脱离新闻传播的基本原则和属性，让新闻的正面价值引导互联网环境中的舆论，发挥出新闻传播的社会价值。

3.3 短视频新闻应引入到官微传播中

短视频新闻与微信公众号传播在形式上虽然格格不入，但通过一些传播技巧也能将二者做好融合。将短视频新闻引入到官微传播中，可以从以下三个方面开展：一是将短视频新闻上传至腾讯视频，并通过链接插入到微信公众号的推文中，在排版设计中将短视频新闻放在最前方，可以让读者自由选择短视频新闻或者图文阅读；二是用移动图的形式丰富推文的内容，将短视频拆解为多个动图，在不同的位置插入，这样就不用受限于视频必须要上传到腾讯平台中，自由度更高；三是借助微视频创办主流媒体的官方账号，并通过运营人员多层次分享的方式获得关注流量。

4. 结语

综上所述，传统媒体的微信公众号传播必须要实现新的转型，努力与短视频新闻传播相融合，来满足新环境下受众群体的阅读需求，同时也为融媒体转型开拓更广阔的空间。实现新的融媒体转型，还需要解决人才、创作思维、传播渠道、技术提升等多方面的问题，更应该坚守新闻传播的基本原则，以优质的采编秩序和服务理念向新闻受众提供优秀作品，在新媒体传播中以良币来驱逐劣币，营造有序的新媒体传播范围。

参考文献：

- [1] 王俊俊. 短视频时代民生新闻制作的“适”与“守”[J]. 传媒论坛, 2021, 4(23): 74-76.
- [2] 李子怡, 郭可萱. 短视频新闻应用实践及发展趋势分析——以趣头条为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(23): 104-106.
- [3] 刘子平, 万兵兵. 短视频新闻“抖音化”的问题与对策[J]. 全媒体探索, 2022, No.14(10): 75-76.
- [4] 严云. 融媒体新闻短视频的多模态文体研究——以央视《主播说联播》栏目为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2022, 38(02): 51-57.