

融入“青岛印象” 塑造短视频新闻传播

项军 / 文

长期以来，新闻传播的主流渠道是报纸和广播电视，在信息传播速度不发达的传统媒体时代，新闻的内容主要以文图方式作为载体，人们通过文字内容了解新闻事件，阐述个人观点，传播领域呈现出的是“慢”阅读状态。新媒体传播加快了新闻传播频率，新闻摄影作品的质量大幅度提升，短视频新闻逐渐成为主流传播内容之一，为提升新闻传播效率发挥了积极作用。短视频新闻传播不仅是传递新闻事实的新载体，更是城市品牌形象塑造和传播的重要手段。作为地方主流媒体，《青岛日报》及旗下的“观海”新闻客户端将短视频新闻传播作为当前融媒体转型的关键节点，并结合青岛城市品牌形象的传播，丰富短视频新闻的深刻内涵，让新闻为公众、社会、城市和经济发展提供更多的助力，并通过短视频新闻传播向读者传递更多的信息和主流价值观。

短视频新闻传播的主要特点

短视频新闻传播是基于电视新闻传播与报纸图文传播，在新媒体技术广泛应用后，衍生出的全新传播模式，更加符合网络受众的碎片化阅读需求，是当前主流媒体开展融合转型、城市形象推广的重要工具，其传播特点主要体现在以下几个方面：

一是短视频新闻传播的内容更加丰富。在文字和图片的基础上，短视频新闻融入了视频拍摄、剪辑和渲染，并通过具有创作型的后期实现了新闻的全要素传播，短视频实现了新闻采编的多元素、多色彩和多视角，能够在视觉、听觉上获得更加全面的感官感受，弥补了报纸新闻的传播短板，既可以与电视新闻的丰富内容相媲美，也能够借助新媒体传播渠道而获得更广泛的传播。当前，几乎所有的主流媒体都在转型短视频新闻，通过开通专属账号、打造新闻客户端的方式抢占短视频传播高地，便是看中了短视频新闻的丰富内容呈现。

二是短视频新闻传播的立体传播效果。对城市品牌形象的塑造来说，报纸媒体只能通过平面的方式传

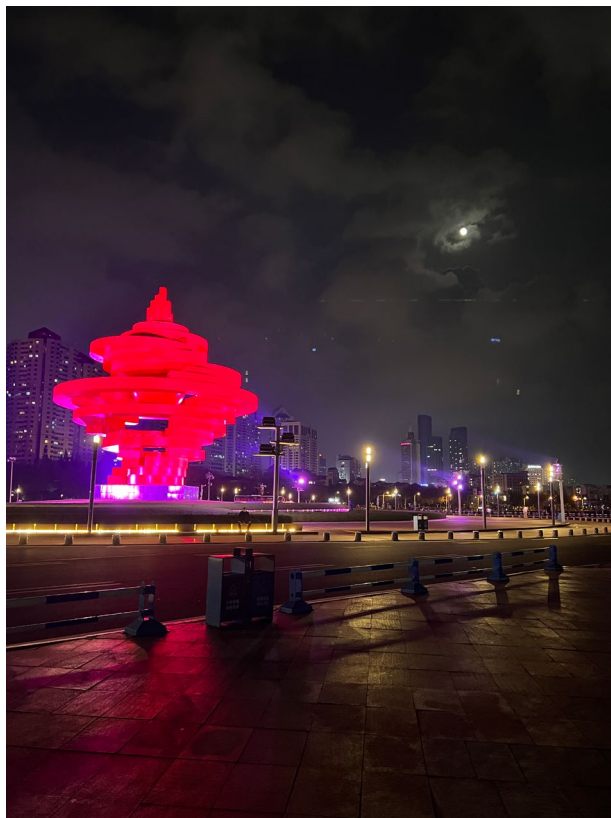


图 1：青岛地标“五月的风”雕塑



图 2：青岛即墨古城

递信息，描述只能依靠新闻记者的文字写作，形象的感受只能依靠图片，而短视频新闻则可以通过直观的镜头视角反映出城市发展和新闻事件的核心特征，实现更加立体的传播效果。短视频新闻为传统主流媒体创造了更具价值的转型机遇，一举突破了纸媒在新闻表达能力方面的不足，实现了真正的融媒体传播。

三是短视频新闻的受众更加广泛。我国网民的数量急剧增长并几乎实现了全年龄段的覆盖，在我国 10.51 亿网民中，短视频用户的规模达到了 9.62 亿，占比达到 91.53%。另一组数据则显示，在我国的网民中有 7.88 亿是网络新闻的用户，占全体网民的 75%，说明还有一部分网民并不关注新闻信息，需要媒体机构加以关注。在这种情况下，传统主流媒体转战新媒体传播环境，必然要积极参与短视频新闻传播，借助新技术、新渠道打造短视频采编团队，打造一批优质

的新闻作品，来满足短视频传播渠道中网民对新闻传播的需求。

城市品牌形象在短视频新闻传播中的难点

短视频新闻传播以主流媒体的行业特点进行分类，根据新闻来源将其分为时政、经济、文化、旅游、政法、教育、娱乐等类型，在新闻采编和传播过程中，传统的分类已经不足以覆盖新兴的短视频传播形式，更加多样化的短视频新闻作品超出了传统分类模式，成为城市形象传播的代表。但在短视频新闻传播中，受到多元化传播思维的影响，在开展城市形象传播的过程中，也遇到了诸多难点。

（一）城市形象塑造缺乏内容的层次创新

新闻并非一成不变，网络娱乐也层出不穷，但对城市品牌形象的塑造过程中，往往很难挖掘出日新月异的内容。以青岛市为例，作为地标建筑的“五月的风”雕塑（图 1），不仅本地人十分热爱，很多外地游客也耳熟能详，作为纪念“五四运动”的标志，青岛主流媒体的新闻报道、宣传片中时常选用它的镜头，虽然起到了较好的传播效果，但从另一个角度来看，更加新颖的宣传亮点并未被塑造出来，包括奥帆中心的灯塔、崂山的山海一色风景、即墨古城（图 2）等，这些具有地标意义的美景目前尚未成为新的传播热点。对城市品牌形象的塑造而言，再造一个“五月的风”级别的城市地标存在很大的难度，这也是城市传播工作中难以实现层次创新的症结所在。

缺乏内容的层次创新，还在于城市品牌形象定位的升级，一座城市的形象是经过长久积累而构建的，短视频新闻传播虽然借助新技术和互联网传播理念发生了颠覆性变革，但也只是停留在包装层面，只有城市的内涵实现了升级，才有可能带来城市品牌形象的创新，在层次创新方面，短视频新闻传播只能发挥辅助作用。对绝大多数城市的主流媒体来说，城市形象传播工作中经常面临“巧妇难为无米之炊”的困境，难点不在于没有素材可用，而是缺少优质的、具有创新特征的全新传播内容，毕竟短视频依靠的是镜头语言，事实的依据和画面的新鲜感是无法借助文字实现的。

（三）短视频新闻传播缺乏策划性

传统主流媒体的新闻采编工作既要有日常的新闻报道，也要通过专题策划、深度报道来进一步提升新闻的可读性，更加广泛的关注社会话题，引发读者的思考。但从目前主流媒体转型短视频新闻传播的情况来看，从文图新闻到短视频新闻的转变，大多数新闻采编人员依然停留在内容的“转移”，而并非创作方式的“转变”。对采编人员来说，一方面是将文图新闻以口播的方式转化为短视频素材，并结合图片、文字完成作品的二次创作。另一方面则是拍摄专门的视频素材，通过剪辑、优化和配音，完成一件全新的短视频新闻作品，但从本质上来说，核心内容依然以报纸的文图新闻为基础，缺乏足够的策划创新。这种问题的出现，和主流媒体与新媒体的融合不足密切相关，作为主流报纸媒体的采编人员，习惯了固定思维的创

作方式，短时间内难以扭转创作模式；同时，互联网传播更加注重传播速度和新闻容量，较少深入研究新闻内容的深度和影响力，新闻噱头、传播形式反而居于重要地位，这导致新媒体从业人员缺少对新闻传播的策划意识，日复一日转载新闻、流水线创作短视频新闻成为常态。

短视频新闻传播缺乏策划性，也与网络新闻受众的诉求相关，网民热衷于娱乐信息的阅读，对优质的新闻传播内容需求并不旺盛，或者说具备这种需求的网民数量并不占绝大多数，这也导致短视频新闻传播环境中缺少对优质内容的渴求，也就难以推动短视频新闻从业人员挖掘更有深度的新闻策划。城市品牌形象领域的短视频新闻传播，更需要深度的新闻策划活动，从普通的新闻传播内容中挖掘有利于城市形象提升的素材，比如城市轨道交通线路开通与周边旅游市场的融合(图



图 3：青岛城市轨道交通与周边旅游融合



图 4：青岛老城区充满历史沧桑感

3)，就可以从城市轨道交通事业发展的角度，探索一下城市周边美景的距离拉近。

城市品牌形象融入短视频新闻传播的建议

推动城市形象塑造，助力城市品牌升级，是主流媒体开展新闻传播活动的重要职责，也是新媒体传播的社会效益的体现。在短视频传播背景下，借助新兴的传播渠道和载体，推动城市品牌形象再上一个台阶，对城市发展和互联网传播是一件相得益彰的大事、美事，更有利于新媒体传播驶入发展的快车道，实现更优的传播效率和融合转型影响力。结合青岛的城市形象塑造和主流媒体融合转型发展的现状，并根据近年来的新媒体传播工作经历，对城市品牌形象融入短视频新闻传播的策略，提出以下几个方面的建议。

（一）深入挖掘城市形象的短视频拍摄视角

短视频新闻传播最核心的节点在于素材的挖掘和拍摄视角的发现，素材从一定程度上决定了一篇新闻

的高度，虽然也存在化腐朽为神奇的优秀新闻记者，但对绝大多数短视频新闻的创作来说，优质的素材是最重要的起点。对新闻采编人员来说，通过短视频新闻传播来提升城市品牌形象的塑造水平，必须要深入挖掘城市的闪光点作为短视频的拍摄新视角，让读者看到一座城市更多不为人知的一面，让短视频创作的质量获得质的突破。以青岛市为例，一大批老建筑、老街道为这座城市增添了特殊的沧桑感（图4），那么新闻采编人员就应该从这一角度去挖掘新的故事和新闻，从人文的解读诠释这座城市的独特魅力，并突破就事论事的创作手法，从更加文艺的角度畅谈城市的过去和未来。

（二）从专题片角度创作多样化短视频作品

主流媒体的新闻传播要根据传播环境的变化而创新，利用互联网思维打破传统媒体的守旧，改进报纸媒体的不足之处。以城市形象宣传片为例，主流的党报媒体在短视频传播转型中，并非必须要以新闻事件为切入点，就“事”论“事”的创作理念在特定的短

视频传播中已经不再完全适用。为了升级城市的品牌形象，借助城市的大事件、美景、地标建筑等素材创作某一特定主题的专题片，对新闻传播和媒体转型也具有十分重要的意义，这是对城市底蕴的挖掘，更是对主流媒体转型的助力。

以青岛市知名的百年栈桥为例，除了栈桥的历史、风景和旅游等元素外，近年来栈桥周边的海鸥也成为一道亮丽的风景线（图5），青岛市为了留住海鸥举办过一系列公益活动，海边喂食海鸥也成为市民和游客最喜爱的户外活动之一，构建了一幅人与自然和谐相处的美景。这样的镜头容纳到短视频新闻传播中，不仅有风景、有历史，更有新闻事件和城市形象的演变，容易形成现象级的网络新闻传播，有助于推动纸媒与新媒体的融合转型，也对城市品牌形象带来明显的助力。因此，主流媒体转型短视频传播，应考虑从专题片的角度开展选题策划，努力创作多样化的短视频作品，来满足网络受众复杂的阅读需求。

（三）借力航拍短视频传播讲述城市故事

新闻传播的目的是引导人们了解新闻事件的前因后果，外在的包装和新闻的内核精神都十分重要，前者决定读者能否受到吸引，后者则决定新闻传播的长效水平。短视频采编团队要紧跟新媒体技术发展和传播的潮流，引入航拍作为短视频创作和传播的核心卖点，成为讲述城市故事的一大利器。比如在《武汉24小时》航拍短视频中，创作者以不同航拍视角回顾了疫情之下武汉人众志成城、抗击疫情的决心和行动，通过层层递进的氛围渲染，让短视频立意更高、层次更分明，充分彰显了人文关怀，让大众潸然泪下。传统媒体可以学习、借鉴其他短视频新闻的讲述风格，在对新闻事件的报道中可以引经据典，让短视频新闻更具感染力，增加大众的想象空间。引用的素材往往会成为短视频新闻精神内核的关键所在，能够引导大众对短视频新闻所代表的精神内核进行思考，有助于加深大众对精神内核的理解。（作者单位：青岛日报社）



图5：青岛栈桥周边海鸥成新风景