

The Communication Logic and Practical Path of News Short Videos in the Context of Integrated Media

Jinping Li

Hebei Radio and Television Station, Shijiazhuang, Hebei, 050000, China

Abstract

With the transformation of media technology and the reconstruction of communication ecology, integrated media has become a new form of news communication. Short news videos, with their advantages of fragmented dissemination, visual presentation, and high interactive experience, quickly occupy the main battlefield of information dissemination and become the main channel for users to obtain news information. This article combines the characteristics of integrated media communication to analyze the internal logic of news short videos in terms of communication subjects, content, and audience groups; By analyzing the current situation of news short video dissemination, targeted optimization practice paths are proposed to address issues such as insufficient adaptation of concepts, insufficient adaptation of mechanisms, and insufficient depth of technological application in its development process. This provides theoretical references and experience for promoting media integration to develop in depth, high-quality dissemination of news short videos, and enhancing public opinion guidance.

Keywords

Integrated media; News short videos; Communication logic; Practical path; Public opinion guidance

融媒体语境下新闻短视频的传播逻辑与实践路径

李金平

河北广播电视台, 中国·河北 石家庄 050000

摘要

随着媒介技术变革与传播生态重构, 融媒体已成为新闻传播新业态。新闻短视频凭借碎片化传播、可视化呈现、高互动体验等优势, 迅速占据信息传播主战场, 成为用户获取新闻信息的主要渠道。本文结合融媒体传播特征, 分析新闻短视频在传播主体、传播内容、受众群体层面的内在逻辑; 通过剖析新闻短视频传播现状, 针对其发展过程中出现的理念适配不足、机制适配不足、技术应用不够深入等问题, 提出具有针对性的优化实践路径, 为推动媒体融合向纵深发展、高质量传播新闻短视频、提升舆论引导力提供理论参考与经验借鉴。

关键词

融媒体; 新闻短视频; 传播逻辑; 实践路径; 舆论引导

1 引言

数字技术创新推动媒介形式的不断发展, 融媒冲破传统媒体与新媒体之间壁垒, 呈现多元、多向、多维度传播。在快餐化、碎片化阅读成为主流的当下, 人们的信息接收方式愈发趋向及时化、碎片化, 而新闻短视频短小精炼、鲜活动感的特质, 恰好契合了这一传播场景的需求, 成为媒体融合进程中的重要切入点。深入解析新闻短视频的传播特点、发展难题与优化方向, 对于创新新闻传播模式、提升媒体的传播力与影响力具有重要意义。

2.1 传播主体: 从单一主导到多元协同

在融媒体语境中, 新闻短视频的传播主体已不再局限

于专业媒体, 而是形成了以专业新闻媒体为核心, 政务机构、行业机构等多元主体共同参与的传播格局。专业媒体具备新闻资源与专业的新闻采编队伍, 在新闻短视频多元传播中扮演着专业且权威的核心发声者角色。政务机构通过官微发声、解读法律法规、回应社会热点等方式, 在新闻短视频多元传播中承担起与社会主体互动的功能。行业机构则结合自身领域特色, 发布行业动态、专业解读等内容, 丰富了新闻短视频的传播维度^[1]。

2.2 内容生产: 从单向输出到精准适配

融媒体时代, 新闻短视频内容从过去的宏大叙事转向“接地气”“近受众”的表达, 从受众关注的社会热点事件、民生议题、文化休闲等领域切入, 以小切口呈现大主题, 通过画面化、故事化的表达形式, 整合画面、文字、音效等元素, 降低受众的信息接收成本, 增强新闻内容的吸引力; 借助大数据、人工智能等技术手段, 精准分析受众的偏好、行

【作者简介】李金平(1984—), 女, 中国河北石家庄人, 本科, 从事新闻学研究。

为习惯等特征，实现内容的个性化定制与精准推送，让新闻内容更贴合不同受众群体的需求，提升内容传播的针对性与有效性。

2.3 受众关系：从被动接受到主动参与

融媒体打破了传播者与受众之间的边界，受众不再是新闻的单纯接收者，更成为新闻传播的参与者、二次传播者与内容生产者。新闻短视频平台设置点赞、评论、转发、分享等多种互动功能，受众可随时随地表达对内容的看法，与传播主体及其他受众展开互动；部分受众还会通过合理转载、合规分享等方式，成为新闻的二次传播者，进一步拓展新闻的传播范围与影响力^[2]。

3 融媒体语境下新闻短视频的实践困境

3.1 传统媒体转型新媒体阶段，理念适配不足

传统媒体向新媒体转型阶段，部分媒体创作者未完成传播理念适配更新，仍以传统内容生产思维应对融媒体场景，且受“流量优先”观念一定影响，存在将借鉴简化为跟风模仿的倾向，立足自身定位、深耕内容价值的意识弱化^[3]。这种缺乏创新的创作模式，难充分满足受众个性化、多元化信息需求，易引发审美疲劳，削弱传播实效，制约媒体在新闻短视频领域的长远发展，拉低其内容内涵与价值高度。

3.2 传统媒体向新媒体转变，机制适配不足

传统媒体向新媒体转型阶段，部分媒体尚未建立适配融媒体传播的内容把控与责任践行机制，受“流量优先”理念一定程度影响，在新闻短视频创作中出现侧重追求传播数据的倾向，对新闻价值引导功能与社会责任的落实力度有所减弱。

3.3 技术应用浅表化，传播效能待提升

尽管当前大数据、人工智能、虚拟现实等技术已应用于新闻短视频领域，但多处于浅层应用阶段，未能充分发挥技术赋能价值。在内容制作环节，技术应用多局限于剪辑、配乐、滤镜等表层加工，难以对内容创作产生实质性支撑；在分发环节，算法推荐多基于用户短期兴趣，易形成“信息茧房”，算法推荐虽以用户兴趣为基础，但受限于多维度平衡机制的适配度，仍存在优化空间。其推荐逻辑虽兼顾用户长期信息需求与内容价值导向，却因对用户细分场景（如阅读时段、信息用途）的考量不够精准，导致部分优质新闻内容未能高效触达目标受众；同时，为避免过度娱乐化倾向，算法会对低俗内容进行严格过滤，但在内容类型多样性与用户个性化需求的匹配上，仍需进一步细化。在反馈环节，当前多聚焦于播放量、点赞量、转发量等基础数据统计，虽会结合用户评论关键词进行初步分析，但对用户深度阅读时长、内容收藏行为、政策类内容的二次分享路径等核心传播效果数据的挖掘不足，难以全面掌握用户信息接收体验，为内容生产优化与传播策略调整提供的参考维度仍需拓展。

4 融媒体语境下新闻短视频的优化实践路径

4.1 深耕内容创新，构建优质内容生态

一是强化选题策划的针对性与深度。组建由行业采编人员、专家学者、数据分析师构成的选题团队，依托大数据从社会热点、政策走向、受众需求等多维度分析选题。选题策划既要具备大局观与时代感，聚焦国家发展、社会进步、民生保障等核心议题，也要注重微观切口，关注群众身边的鲜活故事与实际需求，实现“小切口呈现大主题”。同时，结合媒体自身定位与优势领域，打造特色选题系列，形成差异化竞争优势，避免题材趋同与内容同质化。

二是创新内容表达与叙事方式，充分把握画面传播特性，综合运用特写镜头、跟拍等拍摄手法，根据题材特性灵活调整时长，讲述精简生动的叙事内容。突破“我说你听”的僵化模式，通过讲好人物故事、事件脉络，挖掘人文内涵与共情元素，让正确价值观实现“春风化雨、直抵心灵”的传播效果。结合不同平台属性进行内容适配与改造，注重视频平台“快节奏、短内容”的传播特点，以及“两微一端”在交互性、话题性上的传播优势。

三是坚守内容真实性与价值导向。建立健全“采编校发”全流程内容把控机制，明确各环节主体责任，对信息来源进行严格核验，确保信息的真实性与价值性。搭建跨部门内容会审机制，针对重大事件、敏感议题及政策解读类内容，联合采编、审核、法务等部门开展多轮研判，避免信息偏差或表述疏漏。加强对创作团队的教育引导与专业培训，树立正确的创作理念，摒弃“流量至上”的片面认知，坚持将社会效益放在首位，兼顾传播效果与价值引领。在内容创作中，既要关注受众需求与传播热度，也要注重挖掘新闻的思想内涵与时代价值，推出更多兼具思想性、专业性、可读性的优质内容，传递主流价值观，提升媒体公信力。

4.2 强化技术赋能，提升全链条传播效能

在内容生产方面，加快人工智能、大数据等技术的应用落地，借助自然语言处理技术筛选海量数据，明确选题方向；通过图像识别技术对拍摄素材进行识别与筛选，精准提取关键画面；利用智能剪辑技术，根据内容题材与风格自动完成配乐、字幕添加及花字特效制作，提升生产效率。同时，运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术打造沉浸式新闻，在重大事件报道中，运用VR技术需以严守新闻真实性为核心前提：仅针对已通过多方信源核验、事实清晰明确的场景（如经官方授权公开的事件现场、重大工程实景等），在标注“场景还原”标识并说明技术应用边界的基础上，进行有限度的场景模拟，既通过沉浸式体验帮助受众更直观理解事件背景，又坚决避免对未核实信息、争议性场景的虚构化呈现，确保技术应用始终服务于新闻真实性原则，不引发受众对信息客观性的误解；在科普类新闻中，通过AR技术将复杂理论可视化，提升内容可读性。此外，建立内容生产

数据模型,依托大数据捕捉用户对不同内容、题材、形式、风格的偏好,为个性化、精准化创作提供方向。

在分发传播阶段,优化算法推荐机制,构建多屏化传播矩阵。避免基于用户浅层兴趣的算法分发陷入“信息茧房”,通过优化算法模型引入价值因子与人工审核环节,平衡用户兴趣与内容价值;依托大数据分析绘制用户画像,结合用户长期兴趣、社会特征、价值理念开展深层次用户定位。同时制定内容价值评级体系,从思想性、专业性、正能量等维度进行量化评分,并将评分纳入算法推荐模型,保障优质内容获得更多曝光机会。整合短视频平台、社交媒体、传统媒体网站及客户端等传播渠道,根据各平台用户特征与传播规则进行差异化内容编排与推送,提升传播的广度与深度。

在反馈评价与改进方面,构建全方位、深层次的传播效果评价机制。从播放量、点赞量等浅层的传播效果数据中跳出来,利用大数据技术、舆情监控等,分析完播率、重播率、评论词、转发路径等,掌握用户对产品的接受情况、反馈情况等;利用情感分析技术,分析用户的评论情绪倾向,获取用户的情感立场和价值归属;利用舆情监测技术,跟踪其社会影响力和舆论走向,及早发现潜在的舆情风险。对反馈评价结果进行数据化分析,为改进、调整传播方案、升级优化技术提供参考,形成“生产-传播-反馈-改进”的正向反馈机制,同时增加技术研发和创新力度,建立技术研发团队,联合大学、科研院所开展研究、创新,不断创新其在新闻短视频领域应用的场景,保持技术应用的先进性、创新性。

4.3 构建互动生态,增强用户粘性与参与感

其一,健全平台互动功能与参与渠道。完善点赞、评论、转发等基础互动功能,降低用户参与门槛;增设线上问答、话题讨论、投票、内容共创等互动模块,拓宽用户参与途径。针对重大新闻热点事件与话题,线上发起互动活动,引导用户表达观点、提供新闻线索、参与内容创作,推动用户从信息接收者向生产者、传播者转变。在民生新闻、文化传承、城市建设等主题内容中,征集用户身边的故事、相关作品或意见建议,鼓励用户参与内容创作,推动用户从信息接收者向参与者、创作者转变;同时通过直播、连麦等形式搭建传受直接交流平台,邀请编辑、记者、专家学者、政务工作人员等与用户实时互动,解答用户疑问,回应用户关切,提升

用户的参与感与归属感。

其二,完善用户诉求响应机制。一方面,尊重用户诉求,通过平台留言区、客服咨询、问卷调查等方式收集用户对内容质量、功能需求、服务保障的意见建议,明确用户需求接收、分类、办理、答复的流程及时限,确保诉求得到及时反馈与解决。另一方面,定期开展用户需求调研,通过大数据分析、焦点小组座谈等方式掌握用户兴趣偏好与需求变化,为内容生产、平台建设、服务优化提供参考。

其三,培育有温度的用户社群文化。围绕新闻短视频的主题与价值观,组建志趣相投、价值认同的用户社群;通过社群运营促进用户交流,开展线上活动(如内容分享、话题讨论、线下活动预告)丰富社群生活,活跃社群氛围,引导用户分享创作灵感、倾诉观点、互助共赢,建立良好社群关系。注重用户与传播者的互动,邀请编辑、记者、专家等进入社群,与用户零距离交流答疑、倾听意见,增进用户情感认同。强化用户情感联结,通过线上问候、节日祝福、讲述用户故事等方式拉近与用户距离,让用户感受到平台温度;优化用户体验,通过优先推送兴趣内容、提供专属互动机会等个性化服务增强用户粘性,实现传播过程中“彼此可见、相互影响、传受共进”的良性生态。

5 结语

融媒体时代给新闻短视频建设带来挑战。新闻短视频是新闻传播现象,具有极大的传播价值,其传播逻辑以多元主体、精准内容、受众参与为要义的新闻短视频建设,从内容生产、技术赋能、营造互动场景等方面进行优化能很好地解决新闻短视频发展问题,增强新闻短视频传播力、引导力、影响力、公信力。新闻短视频应更贴合融媒体发展,创新创优,在坚守新闻本质和社会效益基础上提升新闻传播效应、传播价值,为新闻传播发展带来新机遇。

参考文献:

- [1] 杜恩泽.融媒体时代新闻类短视频的传播特征与创新策略[J].参花,2025,(24):47-49.
- [2] 何欣.融媒体背景下短视频新闻传播策略研究[J].当代贵州,2025,(34):58-59.
- [3] 武强.新媒体新闻短视频制作与传播分析[J].中国报业,2025,(13):106-107.