

Analysis of News Short Videos' Dissemination Effects on New Media Platforms

Quanbao Xu

Xinjiang Radio and Television Station, Urumqi, Xinjiang, 830000, China

Abstract

With the evolution of new media technologies and the fragmentation of information consumption scenarios, news short videos have become the dominant form of news dissemination. This study examines the dissemination practices of news short videos on new media platforms. It first defines their core characteristics and clarifies their symbiotic relationship with new media platforms. Subsequently, it systematically analyzes four key dissemination pathways: production and distribution, user interaction, algorithmic recommendations, and social media integration. The research further evaluates dissemination effects through dimensions including measurement standards, user emotional resonance, audience demographics, and industry impact. This study not only enriches the theoretical framework of new media communication research but also provides practical references for news media to optimize content production and platforms to improve dissemination mechanisms. It holds significant value for promoting high-quality development in the news short video industry.

Keywords

news short video; new media platform; communication path; communication effect; media convergence

新闻短视频在新媒体平台的传播效果分析

徐权宝

新疆广播电视台, 中国·新疆 乌鲁木齐 830000

摘要

随着新媒体技术迭代与信息消费场景碎片化,新闻短视频已成为新闻传播的主流形态。本文以新闻短视频在新媒体平台的传播实践为研究对象,先界定其定义与核心特征,厘清与新媒体平台的共生关系,再系统分析制作发布、用户互动、算法推荐及社交媒体联动四大传播路径,进而从衡量标准、用户情感认同、受众特征及行业影响维度展开传播效果剖析。研究既丰富了新媒体传播效果研究的理论体系,又为新闻媒体优化内容生产、平台完善传播机制提供了实践参考,对推动新闻短视频行业高质量发展具有重要价值。

关键词

新闻短视频; 新媒体平台; 传播路径; 传播效果; 媒体融合

1 引言

新媒体技术的革新与碎片化信息消费的普及,推动新闻短视频成为新闻传播的核心形态。本文立足新闻短视频与新媒体平台的共生关系,系统梳理其传播路径,多维剖析传播效果及行业影响,为新媒体时代新闻传播的理论完善与实践优化提供有益参考。

2 新闻短视频概述

2.1 新闻短视频的定义与特点

新闻短视频是以新闻事实为关键内核,依靠视听融合相关技术适配移动终端传播特性,凭借精炼时长重点关注事

件关键信息且具备新闻要求的真实性、时效性及短视频传播便捷优势的轻量化新闻样式,其主要特点表现为:内容上着重围绕核心事实、去除多余信息,通过精准叙述传达关键消息;形式上借助可视化呈现方式与简洁表达方式,降低大众接收信息难度以契合碎片化信息消费场景;传播过程中有较强互动特性,打破以往单向传播模式,给予受众参与讨论及二次传播空间;生产方面呈现主体多元化特点,专业媒体和个体创作者共同构成内容生态,既确保权威信息传递又使内容拥有多元视角。

2.2 新媒体平台与短视频的关系

新媒体平台与短视频处于相互依存、共同发挥作用的共生状态,新媒体平台为短视频提供关键传播载体与技术支持,通过优化后的分发渠道、方便使用的创作工具及高效互动功能,降低短视频生产与传播门槛,为其广泛传播创造基础性条件,而短视频凭借独特内容形式丰富新媒体平台生态

【作者简介】徐权宝(1981-),男,中国甘肃武威人,本科,主任记者,从事新闻和媒体融合研究。

体系,依靠强大吸引力及高参与度增强平台用户粘性,拓展平台信息传播范围与边界,两者紧密相连,不仅推动信息传播效率提高,还通过功能相互补充及价值共同作用,构建起“技术提供支撑—内容给予赋能—生态得以优化”的良性循环模式,成为新媒体时代信息传播的核心范式。

3 新闻短视频在新媒体平台的传播路径

3.1 新闻短视频的制作与发布路径

遵循专业化流程与精准化分发的逻辑推动新闻短视频制作和发布工作,其中关键是妥善处理新闻时效性与信息完整性的关系。制作环节首先开展选题策划工作,需综合考虑社会热点现象及大众实际需求,挑选有传播价值的内容,为此要借助多种途径深入调研,广泛收集相关背景资料及原始一手信息资料,确定报道核心要点与叙事基本框架。接着进入拍摄执行阶段,应依据新闻具体类别灵活合理调整拍摄策略,突发新闻事件重点迅速抓取关键画面与核心信息,专题报道则侧重于细节展现与深度挖掘,同时务必确保拍摄设备稳定运行以采集全面素材。

如新闻 Knews 在突发新闻报道过程中构建起高效制作与发布体系,组建专业采编团队,该团队在线索挖掘与内容审核方面分工合作,在报道速度与专业性间找到平衡,如某地突发自然灾害报道时,前方记者迅速赶到现场用手机拍摄获取受灾地区画面、救援工作进展等第一手素材,同时后方编辑同步整理核实素材,运用简洁字幕标注关键信息,以“现场画面+核心数据+救援动态”结构完成剪辑,发布前通过平台数据分析选定早晚通勤高峰时段为发布窗口,搭配“灾害救援实时进展”“安全避险指南”等准确标签,该视频发布1小时内获百万级播放量,成为民众获取灾情信息主要渠道,充分体现专业化制作与精准化发布共同作用的效果。

3.2 短视频平台用户互动与传播路径

短视频平台用户间互动作为新闻广泛传播的关键推动力量,其传播路径具有从个人消费向群体范围扩散的裂变特性;用户充当新闻传播主体角色,其互动行为包含点赞、评论、转发等多种方式,不仅是对所看内容价值的认同,更是推动新闻信息广泛传播的关键环节;用户互动行为背后的核心激发因素在于情感共鸣及对信息的需求,具有强情绪感染力或实用价值的新闻短视频更易让用户参与其中;用户借助评论区展开讨论形成公共话题,通过转发打破个人原有社交圈子达成跨群体新闻传播,同时短视频平台设置的话题挑战、互动投票等功能,能进一步激发用户参与积极性,促使用户从单纯接收信息者转变成主动传播内容者,进而形成“官方发布—用户互动—二次传播”的循环传播路径。

例如,某地方融媒体中心报道城市老旧小区改造这一民生工程时,准确抓住用户互动与新闻传播间隐藏的逻辑联系,所制作的新闻短视频从居民角度呈现老旧小区改造前后

居民生活变化,着重突出“老旧小区变身美丽花园”“加装电梯让出行更便利”等与居民生活相关内容;视频发布后,平台用户纷纷在评论区分享居住环境改善的亲身经历,表达对这项民生工程的赞同,部分用户还主动将视频转发到社交圈子带动亲朋好友参与讨论;紧接着,该融媒体中心及时发起“我的小区改造故事”这样的话题互动,鼓励用户分享身边民生改善的实际案例,吸引大量用户生成内容产出,形成官方报道与用户分享的双向互动;最终,这一系列新闻短视频依靠用户在评论区的互动提高视频热度,通过用户转发在不同圈层扩散,累计播放量超5000万次,相关话题登上平台热门榜单,使老旧小区改造这项民生工程的政策实施成果得到大范围传播。

3.3 短视频平台的算法与推荐机制

在短视频平台中,算法与推荐机制作为达成精准传播的关键技术保障,其运行思路依托数据采集、构建用户画像、内容精确匹配的闭合流程,算法先收集用户如基础个人属性、观看举动、互动喜好(含观看时间长短、停留具体节点、点赞评论转发趋向、关注领域等)多方面数据,以塑造多维度用户兴趣画像,随后剖析新闻短视频内容特点提炼主题类别、关键词、叙事方式、视觉元素等主要标签,再利用算法模型将内容标签与用户画像精确匹配实现“千人千面”个性化推送,此机制虽提高内容传播效率使目标受众快速接触感兴趣信息,但也可能因过分专注用户已有兴趣产生信息茧房现象限制信息传播范围。

今日头条新闻短视频推荐机制颇具典型性,平台算法不断采集用户行为数据,若用户常看科技类新闻短视频(如人工智能发展实时情况、数码产品测评内容),算法记录这些喜好并关联用户针对这类视频的互动行为(如对某种技术解读视频停留时间长、对某种产品测评评论积极),进一步将用户兴趣标签细化到“人工智能应用”“数码产品实操测评”等更细致领域,当某科技媒体发布关于新型智能手机影像技术的新闻短视频时,算法提取“智能手机”“影像技术”“实测效果”等主要标签,借助匹配模型精准推送给拥有相应兴趣标签的用户而非宽泛的科技领域受众。

3.4 社交媒体与短视频的联动传播路径

社交媒体与短视频的联合推广关键在于利用社交媒体人际关联链条及短视频内容吸引力以达成跨平台宣传聚合力量;从理论角度,短视频凭直观可视、简洁便捷之长成为信息传递良好媒介,社交媒体为其创造宽泛社交传播情境,两者合作突破单个平台传播局限。在传播进程中,短视频平台产出的高质量内容借一键分享功能进入社交媒体,靠好友、粉丝这类高度信赖关系网络展开二次传播,同时社交媒体上针对这些内容的话题讨论又为短视频平台吸引流量,形成“内容生产—社交传播—话题升温—反向助力”的循环传播模式,极大增强传播程度与范围。

央视新闻“全国非遗技艺传承”新闻短视频联合推广

实例极具典型性：央视新闻工作团队先在抖音、快手等短视频平台发布一系列重点关注各地非遗技艺制作流程、传承事迹（如苏绣针法诀窍、皮影戏幕后创作等）且画面精致、叙述鲜活，突显非遗技艺文化魅力与传承意义的短视频，之后通过官方微博开启#非遗技艺活起来#话题，将短视频内容同步到微博平台，邀请非遗传承人、文化研究人员、明星艺人参与互动，分享自身与非遗相关故事。用户在微博看到这些短视频后纷纷转发到朋友圈、微信群等社交环境，引发亲朋好友探讨与进一步分享；同时大量用户因微博话题热度，反过来搜索抖音、快手平台完整系列视频观看。

4 新闻短视频在新媒体平台的传播效果分析

4.1 传播效果的衡量标准

衡量传播效果的标准，不应仅着眼于某一个数据维度，而需从多方面综合考量量化指标与质化表现，量化角度，不仅播放量、完播率、转发分享次数这类直接展现传播规模的数据，还有评论互动紧密程度、点赞收藏占比这类体现用户参与程度的指标，以及传播覆盖区域、用户停留时间这类反映深层渗透情况的数据都要纳入考量范围；质化层面，重点关注信息准确传递程度、核心内容用户记忆程度，以及传播过程中社会话题热度、公共讨论深入程度，通过量化指标与质化指标相互补充，实现全面衡量传播效果的目标。

4.2 用户情感与认同度分析

对用户情感和认同度的分析须以实际传播场景为基础，用户接触新闻短视频时情感反应应具有多样化特点，如对灾难事件、民生帮扶等容易产生共情、悲悯等积极正面的情感共鸣，面对虚假信息、片面报道则会引发质疑、抵触等消极负面情绪，部分中性题材内容可能引起中立性讨论；用户认同度的产生既与内容真实与否、价值观引导方向紧密相关，也受叙事方式感染力度、画面呈现冲击强度影响，能获高认同度的内容通常可实现情感共鸣与价值认同的统一，促使用户从单纯信息接收者转变为二次传播者。

4.3 传播效果的受众特征分析

传播效果的展现具备十分明显的受众差异化特点，会受到人口统计学属性和行为习惯这两方面的共同作用：从人口特点来讲，年轻受众群体更倾向于借由新闻短视频获取各类信息，对新颖、碎片化内容形式接受程度更高，关注领域

偏向多元趣味及社会热点方向，而成年受众则更看重内容的实用性与权威性，重点关注时政资讯、民生服务等有价值类型的内容，对信息深度及准确性有更高要求；从行为特点来说，观看频率高且积极参与互动的受众常成为内容二次传播的关键承载主体，其传播参与行为能显著扩大效果界限范围，而浏览频率低、默默观看的受众大多处于信息接收阶段，在传播上贡献相对有限，不同受众群体间的行为差别直接，致使传播效果在扩散范围及影响深度上呈现层级性差异。

4.4 新闻短视频传播对传统新闻业的影响

新闻短视频的兴起给传统新闻行业带来推动行业转型与革新及带来许多难题两方面影响：在积极方面，它拓宽传统新闻传播途径，突破传统媒体时间和空间限制，利于传统新闻触达更广泛年轻受众群体，同时促使传统新闻行业创新内容形态，从冗长深度报道转变为轻量化、视觉化叙事表述方式，推动媒体融合向更深层次发展；在消极方面，短视频碎片化传播特性冲击传统新闻深度报道优势，部分媒体为迎合传播趋势过度简化内容致信息缺乏深度，行业准入门槛降低使市场竞争更激烈，传统新闻行业受众注意力及市场份额被分散，其原本专业采编优势面临被弱化风险，故而迫切需通过模式创新达成可持续发展。

5 结语

本文全面深入地展开对新闻短视频于新媒体平台传播逻辑及效果机制的探究，清晰界定其定义特色与和平台间的共生关联、梳理多样的传播路线、解析传播效果的衡量层面、受众不同之处及对行业的影响，展现新媒体时期新闻传播的创新性规则并充实相关理论体系；新闻短视频需在秉持真实性与专业性基础上优化传播策略以达成内容深度与传播效率间的平衡，传统新闻行业应依靠媒体融合达成转型，共同推动新闻传播行业向高质量方向发展。

参考文献

- [1] 信博.新媒体环境下短视频发展分析[J].西部广播电视, 2017(9):1.
- [2] 王晓鑫.新媒体环境下“抖音”短视频的传播内容分析[J].新媒体研究, 2018, 4(12):2.
- [3] 张晶.新媒体新闻短视频制作与传播分析[J].卫星电视与宽带多媒体, 2024(11):67-69.