An Analysis of the Dissemination Mode of News Short Vi Deo in the Context of "Internet +"

SuBo[1,a], LiXiaoting[2,b*]

[1] *School of media and technology of LiaoCheng University, LiaoCheng, ShanDong province, China*
[2] *School of media and technology of LiaoCheng University, LiaoCheng, ShanDong province, China*
[a] *76529401@qq.com*
[b*] *1070734590@qq.com*

ABSTRACT
In the era of "Internet+", profound changes have taken place in the carrying forms of media and their commun ication patterns, and the mode of news communication has been continuously reshaped to adapt to the media e cology of the new era and meet the people' s increasing demands for news. "Internet + short video" has realized the transformation and upgrading of traditional news reporting, promoted the diversified transmission transformation of news media from one to many oneway transmission, and reshaped the modern communicati on mode. The short news video in the context of "Internet +" constructs the integrated communication system and depicts the new prospect of news communication.
Keywords: *"Internet Plus", News short videos, Communication mode, Concept*

“互联网+”语境下新闻短视频的传播模式探析

苏博[1,a]，厉晓婷[2,b*]

[1] *聊城大学传媒技术学院，东昌府区，聊城市，山东省，中国*
[2] *聊城大学传媒技术学院，东昌府区，聊城市，山东省，中国*
[a] *76529401@qq.com*
[b*] *1070734590@qq.com*

摘要
进入“互联网+”时代，媒介承载形式及其传播格局发生了深刻变化，新闻的传播模式不断被重塑以适应新时代的媒体生态，满足人民日益增长的新闻诉求。“互联网+短视频”实现了传统新闻报道的转型与升级，推动了新闻媒体由一对多的单向传播到多对多的多元化传播转化，重塑了现代传播模式。“互联网+”语境下的新闻短视频构建了融合传播体系，描绘了新闻传播的新图景。
关键词：*“互联网+”；新闻短视频；传播模式；传播理念*

1. 前言

2020 年是中国全功能接入国际互联网 26 周年，中国互联网从无到有、由弱到强，深刻地改变着人们的生活和生产方式，“互联网+”与各行业的深度融合成为现阶段社会发展的新趋势。截止 2020 年 3 月，我国网络短视频用户规模为 7.73 亿，网络新闻用户达到 7.3 亿，占网民整体的 80.9%；手机网络新闻用户达 7.26 亿，占手机网民的 81.0%[1]。新闻报道借助网络传播的便捷性、智能性，创造了一系列阅读量积累和点击率奇迹。网络短视频全新的内容承载形式和便捷的信息传播渠道为新闻传播带来了多样的生产方式及形态，也改变了原有的传播模式及媒体生态，使得新闻短视频应运而生。凭借强大的互联网技术和黏性极强的社交媒体，新闻短视频本身所具有的独特传播模式也为其有效传播提供了强大的推动力。

2. 新闻短视频的发展概述

作为一种新的内容承载方式和信息传播途径，短视频为传统新闻报道的转型升级提供了新的形式。进入 Web2.0 时代，短视频与以往的博客、播客、微博等“自媒体”一样打破了传统的传者和受者之间的单向关系，使得用户作为信息采集者的同时也成为了信息发布者[2]。通常而言，新闻短视频的时长以秒计算，一般控制

Copyright © 2020 The Authors. Published by Atlantis Press SARL.
This is an open access article distributed under the CC BY-NC 4.0 license -http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/.

在 5 分钟以内，由专业视频制作机构或普通用户使用移动智能终端进行记录、剪辑制作[3]，播发平台主要为网络 PC 端和移动端，内容包括新闻资讯、国际新闻、国内新闻、地方新闻、突发性新闻、体育新闻、社会新闻等多种形态。

以 Newsy 和 Now this news 为代表的国外短视频新闻资讯平台充分利用了社交媒体多平台分发的功能[4]，实现了新闻资讯的病毒式传播。我国的短视频应用最开始流行于搜狐、腾讯、新浪等大型门户网站，包括美拍、秒拍等手机 APP 都支持信息剪辑、主题应用等功能。相较于传统新闻媒体，作为新媒介的短视频在便捷化、智能化等方面实现了全方位技术革新，用户可以随时随地使用手机等便携设备实现信息传输和意见表达。借助这种新的新闻传播形态，传统新闻媒体愈发加强与信息聚合及娱乐内容平台的合作，加速融入网络内容生态体系。在“互联网+”背景下，不同的传播渠道和接收终端之间的界限被打破，新闻短视频的出现革新了传统新闻传播单一的呈现方式、狭隘的传播渠道和刻板的传播理念，新闻短视频正在成为各大新闻机构进行内容布局的新兴方向，并构建起新闻传播的新样态。

3. “互联网+”语境下新闻短视频的传播特点

“互联网+”泛指移动互联网技术、数据分析和云计算等数字技术从互联网产业向传统行业延伸、渗透，进而推动传统产业实现数字化转型。基于“互联网+”的多元性和融合性特点，新闻短视频也呈现出智能性、创新性、可塑性等特点，主要体现在以下三个维度：

1.智能性。新闻短视频之所以能成为新媒体时代的重要新闻传播方式，就在于其利用“互联网+”的新型传播技术和智能算法实现了与传统新闻媒体的融合，成功满足了用户的个性化需求。因此，在“互联网+”环境下，新闻短视频媒体可以追踪用户的各种行为数据，如注册信息、点击率、观看时长以及页面上的滚动操作等，同时利用多种技术手段获取用户使用场景，描绘用户的基本面貌，进行精准推送，以达到个性化的新闻配置。

2.创新性。通过转变新闻媒体单一的传播模式，实现媒体行业的供给侧改革，“互联网+”完成了对我国传统行业发展模式的改变和更新。传统新闻报道以专业记者和机构发掘新闻线索、生产新闻内容、传递新闻资讯为主要操作流程，但依托于“互联网+”的支持，新闻媒体在整合新闻资源和信息有效传播中所遇到的复杂问题都可以通过大数据专业规划以及云计算精准服务得到解决。

3.可塑性。“互联网+”的贯通性和自由性能重新塑造媒介的内部结构。当传播者和受众之间的线性传播模式发生转变，内容呈现和传播反馈之间的信息互通状态也会随之发生变化。互联网媒介通过恰当方式融入到新闻领域的实际运行中，也就意味着各个环节的内部结构完成了一次重新塑造。对于新闻行业来说，自由化和互动式的信息流通和传播环境，使得新闻内容的说服力得到大幅提升，这也为受众与媒体的直接交流提供了良好平台。

4. “互联网+”语境下新闻短视频传播模式的重构

在“互联网+”时代，传播的内涵和外延发生了深刻变化，信息传播开始向智能性、创新性、可塑性等方向发展，新闻传播的传统模式也被迅速颠覆和重塑，适应新媒体的新闻的传播范式逐步建立，新媒体平台成为公众获取新闻的主要渠道。新闻的流动不再是从传播者到受众的单向线性流动，而是呈现出双向互动的新特征。

首先，“二级传播”模式消减，“零级传播”成为主要模式。传统的二级传播模式认为，信息并不是由信源直接传递到受众，而是经过中间信道的过滤再传递给受众接收，这个中间通道即是“意见领袖”。作为中间媒介，意见领袖通常对某些社会议题了解更加明晰，并且也更愿意或更主动地对信息进行再框架与再传递[5]，但在传播过程中经历的“意见领袖”的数量越多，层级越复杂，信息失真的可能性也就越大。随着移动互联网的出现和大规模应用，这种传播模式被彻底改变。互联网消解了传播过程中的时空限制，受众可以与信息源直接沟通，“意见领袖”的功能大幅削弱。对于这种摆脱中间媒介的传播模式，我们可以将其称为“零级传播”，即亲身传播，以区别于经由多层媒介或多重意见领袖的“二级传播”。一方面，“零级传播”模式，使得传播者能够随时随地利用短视频记录和传播社会突发新闻，在一定程度上突破了时空的阻碍和“意见领袖”过滤；另一方面，传播者的自由和广泛保证了新闻短视频获得更多内容资源，进而造就了新闻短视频平台获取流量及提高点击率、传受者获取信息自由的双赢局面。

其次，自媒体开启了媒介的“全民参与”时代，它的诞生契合了“互联网+”环境下传播模式逐渐被重塑的过程。自媒体的新闻传播模式呈现出明显的去中心化特征，主流媒体的话语权威被打破，新闻传播模式呈现出多元化趋势。得益于自媒体的匿名和隐身等功能，受众可利用手中的移动设备形成公共舆论空间，进而在网络舆论场域中实现评论的公开自由。在短视频自媒体、微信公众号等新媒介的助力下，众多场域的汇集形成一个众声喧哗的自由舆论场。这不仅影响新闻的舆论走向，甚至可能会影响社会热点的发展走势。

再次，扩散模式开始产生裂变。传统的新闻传播大多是以文字、图片、影像或声音等单一呈现方式进行传播，随着“互联网+”技术的推进，新闻短视频采用了数字化制作传输手段，将传统媒体的模拟传播转变为数字传播，信息经过数字处理后，都能转化为网络资源[6]，为不同形态的新闻提供了融合的技术平台，生产多样化的新闻产品已经成为新闻发展的主流趋势。基于新闻内容和传播平台的新呈现形式，新闻传受模式必然发生相应的变革。不论是新闻短视频，还是传统媒体新闻，都能通过微信、微博、抖音等新媒体平台产生惊人的传播能量和传播速度。在这里，一条新闻短视频可以被受众

无限转发，且在理论上可以到达每一位用户。新闻用户既是新闻内容的生产者也是信息的传播者，每一个人都通过“互联网+”成为信息内容的双重力量，从而保证传播模式的稳定。新闻短视频的多次传播与裂变式传播模式继而形成，实现了新闻的 N 次传播，其传播范围和传播速度都是传统媒体无法比拟的。

5. “互联网+”对新闻短视频传播的思考

由于传统新闻媒体单一的传播模式不断被解构，适应新媒体的新闻传播模式也在逐步建构。从某种意义上说“互联网+”正在重塑现代社会。在多元化的信息传播模式中，新闻短视频减少了传播主体和受众之间的中间环节，实现了“思想意见的公开自由市场”。但出现了自媒体的门槛较低导致内容质量低俗、裂变式传播弱化了对新闻的深度思考、信息平台推荐的短视频同质化现象严重等问题。因此，“互联网+”带给新闻短视频传播的思考可以从下述三个方面进行解读。

其一，“互联网+”大环境造就了短视频自媒体百花齐放的繁荣景象，同时也出现了百家争鸣的博弈局面。不良短视频自媒体为扩大用户数量和提高影响力而刻意制造断章取义、胡乱杜撰的假新闻反而成为推广热点。因此，当务之急是要提高新闻自媒体的媒介素养和传播规范。

其二，“互联网+”的科技革命不仅引发了信息裂变式的传播，而且这种传播模式也让碎片化成为新闻表现常态，在拓宽传播范围的同时也不可避免地出现了受众对新闻深度理解的弱化。以“快手”为例，常规的拍摄时长为 15 秒，基本上只能描绘出一个片段，信息的输出量十分有限，视频内容呈现表层化和片段化趋势，受众不需要投入额外的判断力和思考力。因此，在为受众提供海量信息的同时，更应符合受众群体的个性化要求。

其三，“互联网+”智能算法应用于新闻短视频分发环节中，由于推荐算法过于简单，在面对海量规模的户观看数据时，会出现新闻短视频同质化而导致用户阅读厌烦的情况。由此，若想为用户精准匹配目标新闻短视频，就要继续完善推荐算法，增强用户使用体验。用户的观看记录及收藏等数据在后台不断保持更新，及时调整算法进行适配并排除冗余，是需要平台数据架构者和算法研究者持续研究和追踪的问题。

6. 结语

“互联网+”语境下的媒介承载和传播格局发生了深刻变化，新闻传播模式也不断被重塑以适应新时代的媒体生态。随着“互联网+”与媒体行业的深度融合，传统新闻媒体借助短视频的传播优势不断探索新的发展道路，这为新闻短视频传播模式的升级与建构奠定了基础。要实现真正意义上的新闻短视频传播模式创新，就必须全面了解和把握“互联网+”时代短视频的传播规律和特征，充分掌握受众的信息诉求，树立“新闻、新知、新表达”的传播理念，构建融合传播体系。

REFERENCES

[1] The 45th China statistical Report on Internet Development (2020). BeiJing. pp.1.

[2] HuangChuxin.(2017). The Development Status and Trend of Short Videos under the Integration Background.Frontiers , pp.44.DOI: 10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2017.23.005

[3] NingHailin.(2018). Research on integrated Communication of "Chinese Excellent Traditional Culture + Short Video. Modern Communication (Journal of Communication University of China). pp.135

[4] Covington P, Adams, Sargin E, “Deep Neural Networks for YouTube Recommendations", ACM Conference on Recommender Systems, 2016, pp.191-198.

[5]LiuXudong.(2013)The weakening of "secondary communication" mode in the context of social media.University of news,pp.27

[6]LangYan,ZhungJie,ZhuoBufan.(2019).Basic Mode and Reform of News Communication in the New Media Era . News gathering and Editing, pp.21