**中国新闻奖参评作品推荐表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 作品标题 |  在创新传播中捍卫主流媒体价值——人民网优化短视频传播的实践与思考 | 参评项目 |  新闻论文 |
| 体裁 |  新闻论文 |
| 语种 |  中文 |
| 作者（主创人员） |  唐维红、张玉珂  | 编辑 |  陈利云  |
| 刊播单位 |  《新闻战线》杂志 | 刊播时间 |   2019年第06（上）期  |
| 刊播版面(名称和版次) |  前沿关注 P11-P13 | 作品字数 |  4105 |
| 采编过程作品简介  |   近几年来，短视频成为全媒体时代又一风口。众多互联网企业纷纷布局短视频平台，主流媒体对短视频传播也日益重视。2019年6月，《新闻战线》约请12家中央及地方媒体，就“新舆论生态下短视频的守正创新”进行专题探讨。本文为该系列论文的开篇。两位作者在短视频传播方面既是研究者更是实践者，参与策划、报道、传播的全流程，对此课题有更深切的体验。文章以人民网优化短视频传播实践为例，从辩证看待“长”与“短”、灵活把握内容与玩法、正确处理“变”与“不变”三个层面，系统阐述了新闻媒体如何在短视频浪潮中创新传播模式，拓展舆论阵地，做大做强主流舆论，为全媒体时代主流媒体的传播价值构建提供了实践启发。 |
| 社会效果  |   作为中央重点新闻网站的排头兵，人民网在短视频领域的传播实践颇受业界关注。该文章刊发后，被《新闻战线》等微信公众号及腾讯、搜狐、百度学术等网站转发，被中国知网、万方数据等学术数据库收录。据中国知网的统计，文章被相关论文转引4次，被下载405次。 |
| 初评评语推荐理由 |   文章深入探讨了主流媒体面对短视频快速发展“怎么看、怎么办”的问题，既有前沿的观察思考，又有一线的实践经验，对业界具有较强的指导意义和借鉴价值。

|  |  |
| --- | --- |
| 领导签字： | （盖单位公章）2020年      月      日 |

 |

**中国新闻奖参评作品内容**

|  |  |
| --- | --- |
| 作品标题 | 在创新传播中捍卫主流媒体价值——人民网优化短视频传播的实践与思考 |
| 作品内容 |  **近两年来，短视频成为全媒体时代的又一个风口。伴随众多互联网企业对短视频大举布局，各类短视频平台异军突起，主流媒体对短视频传播也日益重视。****面对短视频的快速发展，我们怎么看？怎么办？"点亮思想，坚守新闻。"日前，人民网年薪百万招聘首席调查记者的消息，引发业界广泛关注。年初在人民网党委换届后的第一次党委会上，党委书记、总裁叶蓁蓁着重强调，将2019年确定为人民网的党建年、新闻年和改革创新年。可以说，在众声喧哗的全媒体时代，把握正确导向、坚守新闻价值，是人民网在新闻舆论工作中坚持不懈的初心和追求，短视频运营也不例外。****作为中央重点新闻网站的排头兵，人民网在短视频领域的传播实践，正是主流媒体在短视频浪潮下进行全媒体传播格局价值构建的再思考、再探索、再出发。****辩证看待"长"与"短"，主动迎接全媒体时代变革****短视频主要是指在新媒体平台上传播的短片视频，部分平台以时长1分钟为界。有媒体人士曾将短视频要诀归纳为，"同期声、大字幕、去电视化"。这个总结在一定程度上生动地描述了短视频的应用形态和传播变革。****短视频传播持续火热，是移动互联网发展的必然。随着我国互联网基础建设的跨越式发展，快速稳定的移动网络、趋于平价的通信资费、广泛普及的智能终端，带来的不仅是用户体验的升级，更是传播方式的革命。可以说，短视频持续火热，是与网络传播视频化、网络视频移动化趋势相伴而生的。在定期发布的中国互联网络发展状况统计报告中，从"网络视频"到"手机网络视频"，再到"移动端短视频""短视频"……这些网络视频相关表述中，"短视频"在官方视野中也更加醒目突出。今年2月28日发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年12月，我国短视频用户规模达6.48亿，用户使用率为78.2％。****提升短视频应用水平，是媒体传播价值的再造。在主流媒体转型升级中，加强视频力量已是不少媒体的坚定选择。做不做视频不再有疑问，怎么做好视频一直在探索。短视频不是简单地将"长"视频改"短"，而是传播理念和传播逻辑的重塑。在形式上，短视频时长很"短"，空间却很"大"。它打破了高要求的应用环境，挤占了用户大量碎片化时间，与传统视频的观看习惯形成互补；在价值上，短视频的时长"短"，并不意味着信息"少"和价值"低"。一个镜头一个瞬间，往往信息量更大、更具爆发力，也更易激发用户的共鸣与互动。能否用优异简洁的镜头讲好故事、传递价值，直接展现了主流媒体的短视频驾驭水平，反映着主流媒体回应时代挑战、创新传播模式、实现价值再造的能力。****拓宽短视频传播渠道，是新闻舆论阵地的延伸。当前，我国短视频用户基数庞大，短视频平台发展分化明显。部分短视频APP用户相对集中，已经形成一个巨大的舆论场。以抖音为例，截至今年1月，国内日活跃用户突破2.5亿，月活跃用户突破5亿。网民在哪儿，我们的舆论阵地就要拓展到哪儿。实现覆盖人群的最大化、传播价值的最优化，是主流媒体重要而又迫切的任务。在这个意义上，统筹用好内外传播平台，积极开设外部短视频账号，是主流媒体主动拓宽短视频分发渠道的重要举措。畅通传播渠道、丰富分发模式，也为新闻舆论阵地有效延伸提供了基础支撑，为主流媒体构建全媒体传播格局、占据舆论主动创造了有利条件。****灵活把握内容与玩法，以创新做大做强主流舆论****截至5月15日，人民网在抖音、快手、微视等主要短视频平台官方账号粉丝总数近1700万。经过多年实践，人民网短视频制作分发能力不断增强，建立了以"人民视频"客户端等自有传播平台、腾讯视频等商业平台、微博抖音快手等官方账号为基础的传播渠道。我们的起点是网络、终点是人心。要让短视频传播真正发挥价值引领作用，就要深耕内容价值，发挥渠道优势，研究新技术新应用，以创新弘扬正能量、激扬主旋律，做大做强主流舆论。****加强主动策划，让短视频传播深入人心。对重要事件、重要节点加强主动策划，不仅可以让新闻报道工作有序开展，而且可以让传播效果事半功倍。短视频策划更要精打细算，要明确内容立意、设计镜头组合、细化拍摄需求、计划投放渠道、预判传播效果，为后期的制作分发做好充分准备。去年八一建军节期间，人民网与人民日报"金台点兵"工作室联合黑瞎子岛东极哨所、西沙中建岛、斯姆哈纳、北极哨所等位于祖国"四极"的驻防部队哨兵，推出短视频策划"祖国‘四极’哨兵送八一祝福"，在各平台累计播放近1亿次，获得广泛关注和网友点赞。特殊的节点、典型的人物、有意义的主题，让这30秒的强军故事深入人心，引发广大网友和官兵强烈共鸣。有评论指出，"此次策划为青年官兵提供了宣誓青春的平台。默默奉献的他们被广大网友点赞，是最好的建军节礼物。"****借力平台功能，让短视频传播有量有力。认真研究平台功能特点、加强与平台沟通合作、共同发起主题活动，是有效扩大短视频传播力、影响力的重要抓手。比如抖音平台的挑战功能，如果挑战主题选择适当，就会引发同类短视频的快速发布、动员，进而形成传播声势。去年高考期间，人民网抖音账号与抖音平台联合发起"高考加油！我等你来"主题短视频挑战，一周内引发23万人次参与，挑战视频累计播放数达21亿次。挑战中，人民网与清华大学、浙江大学、南开大学等20余所高校推出"高考满分舞"短视频，为奔赴考场的学子加油鼓劲，营造出"无奋斗，不青春"的正能量氛围。该挑战聚焦"高考"这一学校、考生、家长及全社会共同关注的大事件，发布时机精准，互动形式活泼，主题立意美好，有利于形成跨圈层传播。****多元呈现方式，让短视频传播贴近生活。视频丰富的呈现方式，让媒体的传播实践多样性有了更多可能。情景剧是常见的短视频呈现方式。人民网与北京市公安局怀柔分局推出的"女子安全防范攻略"系列短视频，就受到不少网友尤其是女性网友的关注和认可。该系列短视频就女性独自回家被尾随、独自在家等快递、独自骑行等热门话题进行策划，以逼真形象的情景剧方式，模拟日常生活中女性独自一人时最易发生的危险事件，并提供切实可行的自我保护攻略。MV也是网络传播中短视频应用方式之一。今年两会期间，人民网抖音账号围绕普通人的追梦故事，推出原创MV《梦想是闪耀的光》，并与抖音平台发起"我的高光时刻"短视频挑战，24万网友积极参与。关注身边人，讲述身边事，让正能量、主旋律融入大众生活，使这类结合当下热点而生的短视频更具现实价值、更有传播意义。****创新技术应用，让短视频传播智能互动。互联网新技术新应用的每一点突破，都带来用户体验的提升。在短视频传播中，创新技术应用带来的互动效果同样让人耳目一新。全国两会期间，人民网联合腾讯微视制作《两会AB剧》栏目，围绕两会热点推出互动视频。例如，围绕"面对校园霸凌老师该怎么办"问题推出的短剧，播放中出现"防卫性还击""用身体保护学生"互动选项，受众选择不同，后续剧情也不同，而且可以实时查看选项结果比例。该视频为受众提供了更加直观的参与视角，互动人数达45万。今年3月12日，人民日报联手十余家党报联动推出AR图片报道。使用人民视频客户端，打开"AR"功能扫描植树节相关图片，即可看到关于我国国土绿化事业成绩的10余秒动态可视化图表。在这里，AR技术给平面媒体提供了更加交互、立体、可视的信息增量。可以预见，在技术不断革新下，未来短视频发展将迎来更具突破性的智能互动。****正确处理"变"与"不变"，全力推进媒体深度融合发展****短视频火爆发展及其带来的用户快速增长，让我们深刻感受到了全媒体时代的变化之快。理性洞察短视频变革中的三个"不变"，主流媒体方能在短视频浪潮中保持定力，有的放矢，稳步前行。****变的是受众群体，不变的是传播规律。短视频平台吸引了更多的年轻受众，且在不同平台之间也具有差异性，有的平台用户更下沉。按传播规律办事，把握平台特点，弄清用户画像，以用户思维去指导内容，是主流媒体进军短视频领域首先要考虑的问题。不可忽视的是，主流媒体需要吸引受众，但不能一味迎合受众；需要认识算法，但不能无限盲从算法。作为社会责任的承担者，让优秀的作品传得更开、更广、更深入，发挥对政治方向、舆论导向和价值取向的引领作用，也是主流媒体驾驭传播规律的题中之义。我们发现，对社会正能量的渴求与点赞，对热点事件权威发声的期待与关注，是各类短视频用户共同的需求。这恰恰是主流媒体画好网上网下"同心圆"的重要切入点。****变的是创作主体，不变的是把关人责任。短视频的创作主体有普通用户，也有专业团队和机构。尽管市场成熟度日渐提高，专业度与垂直度不断加深，但创作主体水平不一，内容质量参差不齐，价值导向偏离错乱，这一系列问题仍旧比较突出。今年年初，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》，专门就短视频平台管理和内容审核作出规范。就人民网的短视频生产而言，创作主体和来源渠道多元，有自制作品，也有拍客和机构等各类素材供应。防止偏差、把握底线、提升品质，主流媒体在报道中的把关人角色与责任才能充分彰显。在去年"10·28重庆公交坠江事故"中，当事女司机一度被质疑逆行遭舆论指责，事故原因扑朔迷离。人民网运用38秒动画还原事故发生现场，第一时间发布警方提供的车内监控短视频，为公众厘清了事件真相。从素材的去伪存真到去粗取精，从线索的深度挖掘到精细加工，从强化版权到对外发布，短视频的制作分发过程体现的不仅是媒体人的专业素养，更是媒体人的职业操守。****变的是传播形态和渠道，不变的是融合发展理念。全媒体时代不断发展，导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化。短视频从出现到火爆，传播形态更加清晰，传播渠道更加广泛，已经成为全媒体时代传播链条上的重要产品。从实践来看，短视频变革背后正是不变的媒体融合发展理念。融合发展是历史大势，是媒体命运所系、职责所在。导向为魂、移动为先、内容为王、创新为要等要义准则，在人民网的短视频传播中得以不断探索和应用，下一步还将继续发力:深入把握短视频传播在全媒体传播格局中的价值与定位；坚持内容为王、技术引领，以创新推动短视频制作分发反馈全流程作业；强化平台建设和渠道统筹，建立融合传播矩阵。****5G时代即将全面到来，主流媒体应以更加自觉的使命感和责任感，主动迎接新一轮移动化、社交化、可视化、智能化挑战，全力推动媒体融合向纵深发展。** |