

新闻评论类短视频的发展方向： 洞察、表达与互动

王欣

摘要：近年来，短视频呈现爆发式增长。在短视频和新闻内容无限融合的过程中，新闻内容的短视频化呈现成了让受众汲取新闻并积淀评论最行之有效的途径。新闻评论类短视频由此应运而生，并充斥在抖音、快手等各大平台。如何将新闻短视频做得有用、有趣、有深度，如何提高受众的观看量，保证时效性等，笔者拟从洞察、表达与互动三方面予以分析，立足于短视频的发展现状，进一步探究新闻评论类短视频的未来发展。

关键词：新闻评论 短视频

一、制作新闻评论类短视频须有洞察力

受众看到什么样的新闻评论会想点赞、转发呢？作为平台搭建方，又会给予什么样的短视频流量扶持？一个很简单的评判标准是让人产生共鸣、有启发的内容。运营新闻评论类短视频时，要对这则新闻事件，对社会和人性有足够敏锐的洞察力。

（一）洞察力的培养需要求真

真实是新闻的生命。不管以怎样的形式来呈现新闻报道，基于新闻事件本身，真实的传播是前提。在尊重事实的基础上，遵从新媒体传播规律，提高新闻资讯类短视频的制作质量，深耕内容管理，直击第一现场，结合专业的编辑团队，从内容的深度、广度等方面入手，尽量生产原创新闻，并且注重新闻传播和表达的创新，跳开同质化竞争。^①

2021年1月9日，某短视频平台爆出：“90后”袁隆平入驻抖音了。一个以袁隆平身份认证，名为“袁隆平中华拓荒人”的抖音号迅速引发粉丝追捧，数小时粉丝量就突破了千万。与此同时，快手也出现同名账号，粉丝超600多万。新闻一出，瞬间登上各短视频平台的榜首，各平

台的新闻评论员纷纷发声。有的评：“确实没想到，说明袁老深受抖音用户尊敬和喜爱”；有的评：“老人也来圈钱、圈流量了”。就在当天下午，事情有了反转。新华视点发布最新消息称：“袁老忙于实验，你却去蹭热点，拿人们对袁老的崇敬、对科学精神的崇尚去吸粉、引流，合适吗？袁老时间何其宝贵，让他分心分神更不合适！”

在新媒体快速发展和传播的情况下，不少短视频平台传播确实能够吸引公众的信息或快速整合新闻资讯，但这种快速的传播，往往出现很多泡沫。它会被真相误伤，被事实反转。当新闻的全貌被逐渐揭开，这些快速发酵的短视频新闻评论内容，也会被真相反噬。

（二）洞察力的培养需产生共鸣

受众喜欢白岩松的一个重要原因是，他说的话容易让人产生共鸣。做大众传播，需要寻找最大公约数。具体到新闻事件时，首先是要把“基本功”做足，全面了解事件的来龙去脉、前因后果，然后浏览更多的评论，了解大家对这个事件普遍持什么观点；要掌握不同人呈现出来的不同反应，为什么会有这样的反应等；更要充分了解其背后的动机、利益诉求和认知角度。这是做好新闻评论工作的前提和基础。

这里需要强调的是，作为新闻评论类短视频的呈现方，一方面要保持“好奇心”，另一方面要通过专业的新闻素养，对整个新闻事件进行全面扫描。例如，新闻要素中5个“W”全不全，其中不全的部分会出现什么反转？会有什么刻意隐瞒？新闻前后是不是可以逻辑自洽，有存在矛盾的地方吗？大家不同观点的背后，呈现的利益和动机又是什么？客观说，当下很多所谓的网络热点，是经不起琢磨和推敲的。而这一连串问号的背后，存在的反常或缺失恰恰是评论更好的切入点。

二、提高新闻评论类短视频质量 表达要能触及核心

如果说洞察是新闻评论类短视频成功的基础，表达则是成功的前提。如何让受众有兴趣地听下去，表达才是新闻评论类短视频成功的关键。好的表达，既需要掌握好“距离感”，也要有足够的“亲近感”，更要有“分寸感”。

（一）掌握好“距离感”

说到“距离感”，新闻评论类短视频的制作与传统的不同，评论员要摒弃说教的形式，真正做到“放下身段”，要有互动性和趣味性。语言上贴近受众，表达上口语化，讲道理的同时，也要兼顾讲故事。“晓之以理，动之以情”，才能取得好的传播效果。

新闻评论类短视频在表达方式上，除了绘声绘色、娓娓道来以外，也可以充分利用大数据支撑，利用“画中画”的视频资料加以佐证。例如，浙江电台城市之声（FM107）“新闻姐”的新闻评论类短视频中，无数次使用“画中画”的模式，充分利用视频资料为评论所用。一期《HM官网声明不再与新疆服装厂合作》的评论中，为了在3分钟不到的短视频中更全面地呈现新闻内容，利用画中画的资料进行辅助完成。采用可视化的手段，合理地表达事件的核心和人物关系，受众在获取新闻时，能够在最短的时间内接触到新闻事件的核心内容，更能够满足当前受众习惯接受碎片化信息的这一状态。^②

（二）有足够的“亲近感”

观看电视节目通常是隔着一定距离的，手机则是举在眼前即可，这个物理上的距离差很明显。如何让受众与手机里的短视频起化学反应，就需要一定的“亲近感”。手机端呈现的短视频更像日常社交中的说话距离。通过手机的竖屏，可以更好地凸显主持人和短视频要表达的内容。新闻评论类短视频的制作，不仅应该和手机屏幕的尺寸相吻合，更应该有适配的传播策略。例如，设置画面的长高比例，制作地点不再拘泥于演播厅等，可以选户外走播、沙发坐播，通过强化主持人的评论能力增强画面的动态和趣味性。

（三）保持一定的“分寸感”

1. 内容的分寸 要“避免误伤”

有些看似玩笑，或者犀利，或者毒舌的表

述，会误伤到一些人。短视频在策划的前期，就需要提前有组织地推演。比如，评论被攻击的一类人时，他们会不会感觉被冒犯了？在开始评论前，需要尽量保证对受众的反馈有一定的预见性，同时确保自己的表达是出于善意的。

2. “演”的分寸 要恰到好处

好的表达一定有“演”的成分。评论者为了塑造人物形象也好，制造反差也好，强调重点也罢，不管是相声、评书、还是脱口秀、方言，适当的“演”成了当下新闻评论类短视频呈现时不可或缺的一部分，但是“演”的部分要把握好分寸，“恰到好处”。

三、扩大新闻评论类短视频的影响力 须学会强互动

新媒体运营中，要用数据指导生产，让用户变成内容的一部分。这一点在新闻评论类短视频上，体现得更加明显。

设计制作新闻评论类短视频的过程中，除了内容本身需要给用户共鸣和启发，带动受众互动以外，还需要预设“1+N”个互动点，成为短视频的爆点。而强互动可以有几种固定的模式，例如向用户请教、让用户判断，甚至故意设置破绽等，激发受众互动的欲望。其实，互动也是一个流量池和生态圈，除了让新闻评论类短视频自身火爆外，也可以通过互动引流，二次曝光短视频内容等。

四、结语

融媒体时代下，新闻评论类短视频可谓是机遇和挑战并存，在尊重新闻真实性的前提下，以内容为王，保持对新闻事件、对社会和人性有足够敏锐的洞察力；兼修表达，掌握好“距离感”，保持“亲近感”，更要有“分寸感”；学会强互动。只有这样才能够在激烈的短视频行业竞争中取得发展和壮大。

参考文献：

①马静，刘杰《新闻资讯类短视频的现状与机遇》，《公关世界》2022年第7期，第66-67页。

②黄凤仪，短视频，《传统电视新闻转型的时代机遇——以《新闻联播》抖音短视频为例》，《科技传播》第13期第4页。

（作者单位：杭州电台交通经济广播）