

Analysis of the Application of Short Videos in News Promotion of Broadcasting and Television New Media

Hailing Xu

Langfang Radio and Television Station, Baoding, Hebei, 065000, China

Abstract

Short videos have shown significant advantages in new media news promotion in radio and television. Their viral dissemination characteristics can quickly expand the coverage of information, and their strong interactive and sharing functions can also deepen audience connections, breaking the communication limitations of traditional propaganda. At the level of application value, short videos can not only guide social public opinion direction with creativity and dissemination power, help create a healthy online communication space, but also meet the public's demand for sharing a better life by recording life and displaying diverse content, enriching the publicity scenes of new media in broadcasting and television. This article analyzes the advantages and value of short videos in the promotion of new media news in radio and television. Based on this, it proposes strategies for the application of short videos in the promotion of new media news in radio and television, in order to provide reference for relevant personnel.

Keywords

short video; Radio and television new media; News promotion; apply

短视频在广播电视新媒体新闻宣传中的运用探析

许海玲

廊坊广播电视台，中国·河北保定 065000

摘要

短视频在广播电视新媒体新闻宣传中展现出显著优势，其裂变式传播特性可快速扩大信息覆盖范围，强互动与分享功能还能深化受众连接，打破传统宣传的传播局限。在应用价值层面，短视频既能凭借创造力与传播力引导社会舆论方向，助力营造健康网络传播空间，又能通过记录生活、展示多元内容，满足公众对美好生活分享的需求，丰富广电新媒体的宣传场景。本文对短视频在广播电视新媒体新闻宣传中的优势与价值进行分析，在此基础上提出了短视频在广播电视新媒体新闻宣传中的运用对策，以便为相关人员提供借鉴。

关键词

短视频；广播电视新媒体；新闻宣传；运用

1 引言

当下，短视频凭借轻量化、强互动的特点，成为大众获取信息的主要形式之一，也推动媒体行业进入融合发展的新阶段。广播电视新媒体作为主流信息传播载体，传统新闻宣传模式逐渐显现传播效率不足、受众黏性不强等问题，亟需借助短视频技术实现突破^[1]。短视频不仅能让广电新闻内容更贴近大众传播习惯，还能通过创新呈现形式提升宣传影响力。基于此，深入分析短视频在广电新媒体新闻宣传中的优势、应用价值及运用对策，不仅有助于解决当前广电新媒体宣传面临的实际困境，更能为其在媒体竞争中巩固主流地位、提升社会公信力提供有力支撑，具有重要的实践意义。

2 短视频在广播电视新媒体新闻宣传中的优势分析

2.1 传播速度和传播范围方面的优势

从现代传媒学角度来看，病毒式传播是当前常用的新型传播方法，它和传统大众媒体的传播模式有明显不同，传播过程与生物病毒的感染、复制特点较为相似。在新闻宣传工作中，短视频技术能精准聚焦社会热门事件，制作出高质量的短视频内容。这些内容能触动受众情感，让受众产生情感共鸣，为提升传播效果打下基础。现在QQ、微信、微博、抖音等平台的用户，登录账号后就能通过短视频获取自己需要的新闻信息，而且在日常工作或生活中，还会主动把这些信息分享给他人。这样的传播模式让新媒体宣传的受众规模以几何级速度增长，形成了裂变式传播的局面。最终，广播电视新媒体宣传平台以及主流媒体宣传平台的受众群体不断扩大，传播范围也得到进一步延伸，宣传的传播影响

【作者简介】许海玲（1992-），女，中国河北保定人，本科，助理编辑，从事新闻宣传、公文写作研究。

力随之快速提升^[2]。

2.2 互动和分享性优势

随着短视频技术持续向前发展，受众于新闻传播里的角色产生了转变，不再单纯是信息接收者。受众可凭借个人移动终端，像手机、平板电脑之类，将自身拍摄的新闻相关视频以及图片在极短时间内分享给身旁之人。这已然成为短视频技术于社交领域呈现出的全新发展趋向。在获取新闻信息之际，受众凭借账号密码登录相应的广播电视新媒体客户端后，可看到平台热搜榜或者正能量榜推送的新闻视频，知晓当下社会中的热门话题以及关键事件。目睹这些内容之后，受众还可主动表达自身的意见与想法，借助客户端的回复功能与平台或者其他受众展开交流，传递个人观点。这种参与过程所带来的参与感以及互动感，使受众在短视频新闻宣传中获取了全新体验。

3 广播电视新媒体新闻宣传中的短视频技术应用价值分析

3.1 可以正确引导社会舆论方向

在广播电视新媒体的宣传工作中，短视频技术和其他宣传技术相比，在创造力、传播力以及互动力上都有着很突出的优势。随着网络短视频的不断发展，很多公共事件一旦发生，往往能在短时间内吸引大量社会关注，成为公众讨论的焦点。正因为这样的传播特点，广播电视新媒体必须主动承担起舆论引导的责任，发挥主导作用，防止社会因为不实或偏激言论出现较大波动。当主流媒体和广播电视新媒体平台针对社会事件发声时，会运用公共介入法，通过发布相关短视频内容，对当下的社会舆论进行正向引导。

3.2 有助于趣味生活分享

从当前广播电视新媒体平台宣传工作的情况来看，短视频技术越来越注重鼓励大众记录和分享生活中的趣味瞬间，传递美好生活的理念。社会公众可以借助广播电视新媒体的短视频平台，搭配相关技术，把自己生活里的精彩片段记录下来。这些记录的内容涵盖多个领域：不管是普通人展示自己的个性才艺，比如街头弹唱、手工创作；还是分享实用的生活宝典，像家常菜谱、家电维修小技巧；亦或是科普有趣的历史文化知识，比如传统手工艺的制作过程、地方民俗的由来，短视频技术都能在这些内容的宣传和展示中发挥关键作用。

4 短视频在广播电视新媒体新闻宣传中的运用对策

4.1 基于网络平台整合新颖性、独家性的短视频宣传内容资源

当前网络短视频领域同质化内容泛滥，广播电视新媒体若想在新闻宣传中突破传播瓶颈，必须将整合新颖性、独家性内容资源作为核心对策。这一举措不仅能规避内容雷同导致的受众审美疲劳，更能强化主流媒体在信息传播中的核

心地位。一方面，要深耕自有创作力量。广播电视新媒体需依托内部专业制作团队与技术开发人员，跳出简单转载的惯性，从新闻选题、叙事视角到呈现形式进行全链条创新。比如聚焦本地文化特色或行业深度话题，用年轻化语态解读政策、用纪实镜头记录民生，通过独家内容奠定差异化传播基础。另一方面，要强化平台资源联动。广播电视新媒体可与头部网络平台开展深度合作，实现资源互补。网络平台为优质独家内容提供专属投放渠道、流量倾斜及技术支持，广播电视新媒体则发挥内容创作与公信力优势，共同打造定制化宣传内容。此外，需搭建互动转化场景。通过直播间、专题社群等渠道，引导用户参与内容传播与话题讨论，让独家内容既满足受众信息需求与文化需求，又实现商业价值与公益价值的转化，形成良性循环。例如，中央广播电视总台联合抖音推出的《开播吧！国潮》节目双方依托各自团队打造独家创演内容，抖音提供话题传播与直播支持，广播电视端负责品质把控与权威背书，最终既让传统文化“出圈”，又实现了平台、媒体与受众的多方共赢^[3]。

4.2 利用短视频拍摄技术全面提高内容质量

当前广播电视新媒体短视频宣传中，内容数量持续增长但优质作品占比偏低，不少内容因画面粗糙、视角单一、素材零散，难以长久吸引受众注意力。而短视频拍摄技术的合理运用，能从素材、视觉、叙事等多个维度补齐短板，成为全面提高新闻宣传内容质量的关键路径。

其一，依托用户参与拓宽素材供给维度。短视频拍摄技术的普及让普通用户无需专业设备，仅用手机就能记录身边的新闻线索、民生故事或文化场景。这些来自大众的拍摄素材涵盖范围广，既有街头巷尾的烟火气，也有基层一线的真实动态，为广播电视新媒体提供了海量且贴近群众的内容来源。媒体平台可对这些用户素材进行筛选，再通过基础的拍摄后期处理，比如画面调色、角度裁剪，将分散的优质素材整合进新闻宣传内容，让宣传内容摆脱“官方视角”的局限，更具亲和力与真实性，避免因素材单一导致的内容空洞。

其二，借助专业拍摄设备提升视觉呈现效果。广播电视新媒体可发挥自身资源优势，运用数码相机、无人机等专业拍摄设备，突破普通拍摄工具的局限。数码相机能精准捕捉人物的微表情、场景的细节纹理，比如报道非遗技艺时，清晰的镜头能展示手艺人指尖的动作，让观众直观感受技艺的精妙；无人机则能提供高空俯瞰视角，比如报道大型公益活动现场或城市建设成果时，无人机拍摄的全景画面能完整呈现场景规模，比传统地面拍摄更具视觉冲击力，有效改善受众的观赏体验，让宣传内容更易留下深刻印象。

其三，通过拍摄技法优化内容叙事节奏。短视频的传播特点要求内容短平快，而拍摄技术能帮助优化叙事节奏，快速传递核心信息。借助推、拉、摇、移等运镜技巧，搭配简洁的转场设计，可避免内容拖沓。比如在民生新闻短视频中，用跟拍技法记录帮扶人员的工作流程，配合近景、中景

的交替拍摄,既能在短时间内讲清帮扶故事,又能让观众感受到事件的真实性,增强内容的传播力。

4.3 借助短视频技术算法持续拓宽新媒体宣传范围

当前广播电视新媒体在短视频宣传中,常面临“内容传得出却触达不广”的困境。而短视频技术算法的合理运用,能通过精准推送、用户联动等方式打破传播壁垒,成为持续拓宽新媒体宣传范围的关键手段。

其一,依托算法优化信息推送效率,提升新闻信息覆盖广度。在新媒体宣传工作中,单纯大量推送内容难以保证传播效果,算法可通过分析用户的浏览时长、互动频率、关注领域等数据,精准判断用户兴趣偏好。相关人员借助这一特性,将广播电视新媒体的新闻内容与用户需求进行匹配,把时政新闻推送给关注政策动态的用户,将民生资讯推送给本地居民,避免信息“盲目投放”。这种精准推送模式能让新闻信息触达更多原本未关注该领域的潜在受众,有效提升信息推广量,使宣传范围从固有用户群体向更广泛的潜在用户延伸。

其二,通过标签化运营强化受众匹配度,聚焦细分群体拓宽宣传边界。相关人员可根据短视频内容的主题、领域、地域等特征,为其设定不同标签,比如“本地防汛资讯”“非遗文化科普”“乡村振兴动态”等。算法会依据这些标签,将内容推送给带有同类标签偏好的用户群体,实现“内容找对人”。例如针对农村用户的农业技术推广短视频,通过“农业知识”“乡村发展”等标签,能精准触达县域及乡镇用户;针对青年群体的文化创新短视频,借助“潮流文化”“青年视角”标签,可覆盖更多年轻受众。这种细分领域的精准匹配,让宣传范围在不同群体中逐步拓展,避免因内容与受众错位导致的传播浪费。

其三,联动算法发起挑战活动,激发用户参与带动传播裂变。相关人员可围绕宣传主题创建各类挑战活动,比如结合本地文化的“家乡美景打卡挑战”、围绕公益行动的“爱心助农接力挑战”。算法会将这些挑战活动优先推送给喜欢短视频创作、乐于参与互动的用户,吸引他们发布与宣传内容相关的视频作品。当用户发布作品后,算法会进一步将这些UGC内容推送给用户的社交好友及更多潜在受众。

4.4 加强媒体人专业培训,提升短视频制作与传播的呈现水准

当前广播电视新媒体在短视频新闻宣传实践中,部分媒体人受传统制作思维影响,在短视频素材筛选、后期编辑

及传播适配等方面存在专业能力短板,导致部分短视频内容呈现粗糙、传播效果未达预期。为破解这一问题,加强媒体人专业培训,系统性提升其短视频制作与传播水准,成为推动广播电视新媒体短视频宣传提质增效的重要路径。其一,要围绕实际宣传需求构建针对性培训体系。商业企业与媒体机构可联合邀请新媒体专业团队的技术人员,针对短视频制作的核心环节开展培训。培训需紧密结合商业广告宣传、文化及公益宣传的不同场景需求,由经验丰富的新媒体策划人牵头,从宣传文案的逻辑构建、宣传素材的精准筛选与合理组织、创意化编辑的实用技法三个维度,为传统媒体人提供系统化指导,帮助媒体人摆脱传统制作模式的局限,掌握适配短视频传播特点的内容创作方法,避免因专业能力不足导致内容与受众需求脱节。其二,要以优秀案例为依托强化实操技能传授。培训过程中可引入行业内成熟的短视频案例,通过拆解案例的选题思路、布光与拍摄细节、镜头剪辑节奏等,让媒体人直观学习专业制作技巧,激发创意灵感。例如时下热门的影视飓风团队,不仅与央视新闻、华为公司、大疆公司合作推出过历时2年制作的卫星主题短视频、地下300米天坑历险短视频等商业宣传作品,还制作过用无人机扫描山脉、以万张照片还原世界文化遗产的文化公益短视频,这些作品通过B站、抖音等多平台传播获得数千万播放量。同时,影视飓风还为合作机构的媒体人提供短视频采集、编辑、制作全链路培训,帮助媒体人将案例中的经验转化为实际能力,有效提升了媒体人参与短视频制作的水平,也让后续产出的短视频宣传作品在传播质量上得到明显改善。

5 结语

综合来看,短视频为广播电视新媒体新闻宣传带来了显著的发展机遇,其在传播效率、互动体验及舆论引导等方面的优势,有效弥补了传统广电宣传的短板,为广电新媒体拓展宣传范围、提升内容质量提供了重要支撑。

参考文献

- [1] 董燕萍. 新媒体环境下广播电视媒体短视频的制作与传播研究[J].西部广播电视,2024,45(17):17-20.
- [2] 蒙娟. 探究新媒体时代广播电视作品与短视频的相互融通[J].新闻传播,2024,(10):43-45.
- [3] 唐亮. VR视频在广播电视及新媒体领域的应用[J].电视技术,2023,47(04):133-135.