



党的二十大短视频报道叙事分析

——以《人民日报》、央视新闻抖音号为例

常誉维

(宁波大学人文与传媒学院 浙江 宁波 315211)



本文微信网页版

摘要:党的二十大召开前后,主流媒体纷纷布局短视频赛道推出了一系列精彩作品。截至2022年11月9日,《人民日报》、央视新闻抖音号共计发布64篇相关报道,取得了显著的传播效果。本文将其作为研究对象,运用内容分析法探究提升二十大短视频传播效果的叙事因素。研究发现,叙事主题、叙事方式和标题文本均对传播效果产生一定影响,叙事声音和话题标签的相关性则并不明显。鉴于此,本文提出主流媒体应设计特色式标题吸引用户,运用多元创新的形式和亲民语态,全方位、分阶段地展开会议报道,以实现传播效果的最优化。

关键词:二十大 短视频 叙事 抖音号

DOI:10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2023.04.014

一、研究背景

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2022年6月,我国短视频的用户规模增长明显,高达9.62亿^[1],短视频已然成为人们的日常表达方式。传统主流媒体顺势而为,纷纷入驻短视频平台,开辟出舆论新高地。2022年10月16日至22日,中国共产党第二十次全国代表大会(以下简称二十大)在北京胜利召开。这是在全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻召开的一次重要大会,成为国内外媒体关注的焦点。《人民日报》、央视新闻等主流媒体在二十大召开前后推送了一系列精彩的短视频作品,频频引来网友的热情点赞。

回顾短视频新闻报道的发展历史,不难发现,虽然我国的短视频报道相对国外起步稍迟,但发展迅猛,势如破竹^[2]。近年来,诸多学者聚焦不同的视角对“短视频报道叙事”进行了广泛而深入的探讨。郑玄、龚逸琳从叙事对象、叙事声音、叙事结构、叙事表达四类叙事元素剖析了《央视新闻》的跨媒体叙事策略^[3]。姜圣瑜着眼于传统媒体的转型,从短视频的新、短、快、近等特点入手解读新闻报道的叙事逻辑^[4]。取得良好的传播效果是短视频叙事的出发点与落脚点,但围绕这一角度分析主流媒体以短视频的方式报道重大会议的研究并不多见。因此,本文选择探究哪些叙事因素会提升二十大短视频的传播效果,进而总结和提出叙事建议,以期媒体提供有益的参考以更好地进行会议报道。

二、研究设计

(一)研究对象

本研究基于国内主流短视频平台抖音,选取《人民日报》、央视新闻抖音号发布的二十大报道作为数据来源。截至2022年11月9日,共得到66篇短视频报道。筛去仅将二十大作为时间节点交代的2篇报道,最终得到64篇有效数据作为研究样本,其中《人民日报》29篇,央视新闻35篇。二者分别作为中央级报纸与电视主流媒体的代表,在抖音平台上的粉丝数量均突破一亿,报道二十大的篇幅颇多,反响热烈,其短视频能以主流的方式向用户传递党的二十大信息,具有更强的代表性、传播力和影响力。

(二)研究方法

本文运用内容分析法研究样本的叙事主题、叙事时长、叙事声音等,并进行整理和编码。抖音平台的点赞量、评论量、分享量、收藏量等表示用户情感认同、身份认同、价值认同的行为在一定程度上能够反映短视频的传播效果。考虑到点赞量是用户接触短视频、表达认可最为直接的反映,并进一步咨询专家后,本文将点赞量作为衡量短视频传播效果的重要指标。截至2022年11月9日,《人民日报》、央视新闻抖音号的二十大报道点赞量排名前十的数据如表1。

(三)类目建构及编码

叙事可分为故事和叙述,即“讲什么”与“如何讲”两部分^[5]。本研究在此基础上,借鉴学者关于传播效果^[6]的研究,并结合实际情况,从内容和形式两方面建构编码类目表(表

2), 如下所示。将相关数据导入DiVoMiner文本大数据挖掘及分析平台进行编码。利用科恩系数计算出两位编码员之间的信度为0.84, 信度可观, 可进行下一步的分析。

来源	标题	点赞量
人民日报	现场视频! 中国共产党第二十次全国代表大会开幕, 习近平代表第十九届中央委员会向大会作报告。	6703957
人民日报	党的二十大举行预备会议, 习近平主持会议。	5126860
人民日报	十九届七中全会决定: 党的二十大 10 月 16 日在北京召开。	3947487
人民日报	“希望大家把背母上大学的我忘掉”, 14 年前带母求学的他让人感动, 如今作为二十大代表, 他的这番话同样让人动容!	2991963
人民日报	全体起立, 奏唱国歌! #中国共产党第二十次全国代表大会开幕	2788157
央视新闻	中国共产党第二十次全国代表大会主席团第一次会议通过大会主席团常务委员会成员名单。	2559567
人民日报	#党的二十大报告学习手账。收藏, 学习!	2343100
央视新闻	中国共产党第二十次全国代表大会开幕, 习近平代表第十九届中央委员会向党的二十大作报告。	2343100
央视新闻	党的二十大举行预备会议, 习近平主持会议。	2154809
人民日报	中国共产党第二十次全国代表大会今日开幕! 你好二十大, 奋进新征程!	1928773

表 1 研究样本点赞量前十排行榜(降序)

一级类目	二级类目	三级类目
讲什么 (内容)	叙事主题	会前准备; 会中进展; 会议成果; 会后发展; 人物事迹
	字幕	有; 无
	叙事声音	背景音乐; 同期声; 语音播报
如何讲 (形式)	叙事方式	图文; 现场视频; 剪辑视频; 动画; 真人出境讲述; 主持人新闻讲解
	时长	0-30s; 30-60s; 60s 以上
	标题文本	情感倾向; 流行词; 拟人化表达; 互动; 无明显特色
	话题标签	有; 无

表 2 编码类目录表

三、研究发现

(一) 视频内容分析

对样本进行编码分析, 视频内容层面统计结果如下所示(表3)。

一级类目	二级类目	三级类目	视频数量	主要内容
讲什么 (内容)	叙事主题	会前准备	25	准备、预告等
		会中进展	15	开幕; 参会; 闭幕等
		会议成果	11	二十大报告、选举结果等
		会后发展	9	贯彻二十大精神等
		人物事迹	4	代表
	字幕	有字幕	36	白色为主
		无字幕	28	/
	叙事声音	背景音乐	47	激昂、欢快、雄壮
		同期声	33	/
		语音播报	23	/

表 3 内容编码结果

1. 叙事主题分析

二十大的召开, 关乎人民利益, 关系国家未来, 主流媒体对此展开全方位的报道。其中, “会前准备” 成为二十大报道最多的主题类型, 共计发布25篇。早在2022年4月, 央视新闻发布了一条名为《广西选举产生出席党的二十大代表, 习

近平全票当选》的短视频, 拉开了陆续报道二十大的序幕。可见, 主流媒体为本次会议的召开做足铺垫, 以较长时间跨度的报道不断提示和加深用户对大会的重视。“会中进展” 的主题报道数量位居第二, 即发生在2022年10月16日二十大开幕至10月22日闭幕期间的相关新闻。这类短视频报道的时间线相较“会前准备” 短得多且爆发力强, 彼此之间关联密切。从传播效果看, 《人民日报》发布的《现场视频! 中国共产党第二十次全国代表大会开幕, 习近平代表第十九届中央委员会向大会作报告》短视频报道高居点赞量榜首。央视新闻就相同事件进行报道, 收获的点赞量超过234万。粉丝量以亿为单位的两大主流媒体都隆重报道了二十大的开幕, 频繁被用户分享, 在抖音上形成了刷屏级传播。11篇短视频报道重点提炼了二十大报告的精髓要义与新一届领导机构的选举情况, 是本届大会最令人瞩目的成果, 赢得广泛关注。“会后发展” 涵盖了习总书记二十大闭幕后会见代表、学习贯彻二十大精神等内容, 多角度展现了中国共产党和领导人的形象, 也为人民群众的思想与行动统一指引方向, 同样具有可观的传播效果。

除了上述四类与会议进展紧密相关的叙事主题, 作为与会者的二十大代表也成为媒体报道的焦点。《人民日报》选取二十大贵州代表刘秀祥亮相“党代表通道”, 对其如何做好大山深处“守梦人” 进行报道, 引起网友共情, 该视频点赞量高居排行榜第四位。由此可知, 主流媒体在报道重大会议的过程与成果时, 也不忘挖掘榜样的力量, 借此发挥凝心聚力、鼓舞人心的作用。

2. 字幕分析

字幕与短视频叙事的清晰度存在一定的关联性, 能加强、补充声音和画面阐释的内容, 简化声音被大脑解读的复杂步骤。在点赞量排名前十的榜单中筛去图文、无语言表达的5个短视频后, 有3篇时长为1-2分钟的报道配有白色字幕, 与红、黄为主的背景画面形成鲜明对比, 能够直观地向用户传递信息。以此类推, 媒体在进行较长篇幅的报道时, 可提供字幕便于用户理解, 减少认知误差。时长在1分钟内的短视频报道则无须配备字幕, 并不影响其传播效果。

3. 叙事声音

叙事声音是指叙事者的存在方式, 即媒体通过语言组织介入报道的程度^[7], 亦是视频内容的重要组成部分。多篇二十大短视频报道的听觉元素丰富, 本类目设置多选。33篇报道采用同期声记录现场的真实声音, 相比后期的音效处理更为自然、逼真, 也更易让用户产生代入感。通过统计可得, 47篇短视频报道配有背景音乐。其中, 与会议实况相关的短视频多配以激昂、奋进的音乐, 而人大代表的“娓娓道来” 则采用轻松、欢快、脍炙人口的正能量音乐。在点赞量前十的榜单中, 有无背景音乐的短视频各占50%。经平均点赞量计算可知, 背景音乐对传播效果影响并不明显。因此主流媒体在生产重大会议的短视频报道时, 无需将音乐视为必要因素。若使用背景音乐, 则更要考虑视觉与听觉适配度的问题。

(二) 视频形式分析

对样本进行编码分析, 视频形式层面统计结果如表4所示。



一级类目	二级类目	编码说明	视频数量	主要内容
如何讲 (形式)	叙事方式	图文	11	红白黄三色调
		现场视频	28	大会现场
		剪辑视频	7	会议实况与场景拼接
		动画	1	IP 人物拟人化演绎
		真人出境讲述	9	代表
		主持人新闻讲解	8	转载新闻联播
	时长	0-30s	37	/
		30-60s	11	/
		60s 以上	16	/
	标题文本	情感倾向	20	感动、动容等
		使用流行词	1	与时下热点结合
		拟人化表达	1	发布者自称
		互动	11	评论区、建言献策等
	话题标签	无明显特色	37	/
		#带话题#	7	如#党的二十大报告
		不带话题	57	/

表 4 形式编码结果

1. 叙事方式分析

通过编码可知,《人民日报》、央视新闻抖音号中的二十大报道多以现场视频的方式呈现,共计28篇,点赞量前十的榜单中也占据六个席位。即时即地的短视频能给予用户强烈的现场感和冲击感,相比文本内容更能直观、清晰地具象呈现,加深用户对二十大的真切感知。以“真人出境讲述”与“主持人新闻讲解”为主的短视频报道分别有9篇和8篇。在此类短视频中,“人”成为竖屏画面的中心,叙事主体的表情、话语、动作均被放大,能让用户产生一对一交流的体验感,实现“冲破小屏,直抵人心”的传播效果。图文亦是重要的叙事方式之一,红、黄、白的三色搭配与大会的调性相符,3篇报道成功闯入了点赞量前十的榜单。短视频这一载体也赋予了图文新的表现形式,如语音播报、背景配乐等能够加强叙事效果,丰富用户的感官体验。“后期剪辑视频”大多将祖国壮丽的大好河山串联成像,配以习近平总书记的原声叙述,浓缩为两分钟的片段集锦,容易激起网友的分享欲。此外,央视新闻还以动画形式报道了二十大报告中保障和改善民生的重要内容,这种强网感的元素富有新意,可将长篇的文字形象化、动态化,利于传达新闻内核,也成为重大会议报道中必不可少的叙事方式。

2. 时长分析

主流媒体通过短视频报道二十大的篇幅普遍不长。从传播效果看,0-30秒和60-120秒的短视频领跑获赞量榜单。可见,主流媒体在报道重大会议时仍然主张在较短的时间内凸显最具价值的信息,以迅速吸引用户的关注。60-120秒内的短视频相较而言制作精良,能以优质内容缓解用户对碎片化信息的审美疲劳。由此可以推论,重大会议的短视频报道可适当延长时间,并不会引起用户的反感和抵触情绪。

3. 标题文本分析

标题的特色主要包括情感倾向、使用流行词、拟人化表达和互动四类。考虑到部分标题兼具多种特色,本类目设置多选。通过编码发现,与党的二十大开闭幕式相关的标题多表达期待、激动之情,喜迎大会的召开,鼓励人民团结奋斗。

讲述代表故事的短视频报道则普遍使用富有人情味的标题,如《“希望大家把背母上大学的我忘掉”,14年前带母求学的他让人感动,如今作为二十大代表,他的这番话同样让人动容!》《“希望多活几年”,张桂梅校长这番话令人动容》等,此类视频能够引起用户的情感共鸣,传播效果极佳。11篇报道标题运用“关注”“收藏”“学习”“评论区见”等互动语言,能够有效提高用户的参与度。主流媒体也尝试在报道中融入轻松的拟人化表达,如央视新闻以央小新自称,为网友们总结二十大报告中的重点内容,较好地适应了平台用户年轻化、潮流化的特性。《人民日报》发布的《外交部副部长马朝旭:海外同胞的万里归途,就是中国外交的万里征途》借用时下热映的电影《万里归途》,传递出党和国家始终坚持人民至上的原则,评论热词也反映出广大网友在观看视频后,身为华夏儿女的满满自豪与激动。



图 1 标题文本特色词云图

4. 话题标签分析

抖音平台上引入热门话题更易获得推荐,增加内容的曝光度。同时,话题标签也有助于用户迅速找到关联的短视频,形成更强的传播合力。在本次研究中,6篇短视频报道附有话题标签,如《全体起立,奏唱国歌!#中国共产党第二十次全国代表大会开幕》《#党的二十大报告学习手账。收藏,学习!》分别位列点赞数排行榜第五位与第七位。此外,还有涉及“#连心”这类并非专为本次会议召开而创建的话题,但与此前的系列报道相呼应,能够吸引用户关注更多同类题材的短视频,加深对党、对国家、对人民群众的感知。计算平均点赞量可知,话题标签对短视频的传播效果并不构成明显的影响。

四、结论与建议

通过内容分析法,从叙事角度对《人民日报》、央视新闻抖音号中的二十大报道进行分析与整理,不难发现良好的传播效果与叙事主题、叙事方式、标题文本均存在一定的相关性;字幕是否成为媒体会议报道的应选项取决于视频的长短,间接影响传播效果;叙事声音和话题标签则无明显的相关性。基于以上研究,本文认为主流媒体想要更全面、更立体地做好重大会议的宣传和舆论引导工作,就需把握短视频调性,在内容和形式上下功夫。总结优质短视频作品的共性特征,结合影响传播效果的重要因素,本文提出以下四点结论和建议。

(一) 全方位主题,分阶段报道

主流媒体策划丰富多样的叙事主题,全方位地报道了党

的二十大盛况,并伴有鲜明的阶段性特征,与大会进程同频共振。既包含会前准备的井然有序,又有会中进展的动态跟进,为人民群众梳理了会议中最重要的成果,也对会后的发展提出期许和明确的奋进方向。这般多角度、分阶段的报道不断吸引用户注意力,在保持热度的同时展现了大会的全貌。除了报道与会议议程相关的主题,主流媒体还选择从细微之处切入,挖掘大背景下的小故事,通过党代表的故事化叙事和感人至深的细节刻画烘托全局、全景与宏观,传递正能量,弘扬主流价值观,积极调动了用户情绪,赢得一致好评。鉴于此,全方位、分阶段地彰显党的二十大风貌成为媒体的必答题。在进行重大会议的报道时,主流媒体也可选择不同的叙事视角切入,设置适当的时间跨度并随着报道的深入不断丰富内容。值得注意的是,全方位并不等同于事无巨细地叙事,而需媒体在有限的时间内取其精华广而告之,提炼有效信息加以报道。

(二) 多元化形式,创新性呈现

新技术、新形式的应用是党的二十大报道出新彩、引人瞩目的一个重要因素。与常规时政图文为主的报道形式不同,短视频在唤起情感方面更为直接、快速,借助简单的镜头语言,将党的二十大要点内容以极具感染力和表现力的画面直观呈现,易在用户脑海中形成记忆,迅速揽获公域流量。诸多二十大的短视频报道将大会现场第一时间转播给用户,实现了“零延时”“秒发布”,产生同频共振的效果,弥补了用户未能及时观看会议直播的缺憾和文字、图片等信息传播方式的不足。除了现场实景拍摄报道,主流媒体纷纷创新传播形式,增添特效图文、动画、主持人讲解等多元化的形态,借助短视频这一载体,以创意新颖、趣味丰富的形式,将党的二十大内容可视化、通俗化、具象化呈现,效果可观。足见,创新是媒体长久发展的不竭动力,重大会议的报道离不开多元化、富有创新性的叙事形式。对此,媒体需前瞻性地做好规划,时常关注新技术的迭代升级以赋能报道,尤其重视用户的需求并反哺短视频创作,从而多元化、差异化输出优质作品,在保证时效性的同时提高用户对重大会议的兴趣。

(三) 特色式标题,亲民化语态

标题凸显短视频内容的核心要义,同时可以补充正文难以直接表达的信息,在用户选择性观看的过程中发挥着一定作用。近一半的二十大短视频报道标题在突出新闻价值要素的基础上,增加了情感色彩、流行词、拟人化表达、互动等鲜明的特色,均产生了良好的传播效果。媒体不妨依据叙事内容,巧妙设计“亮点”标题,如人物报道的标题“情感化”,牵动用户心绪;合理化“蹭热点”,将新闻报道与流行词相融合,吸引用户注意力;鼓励互动式标题,激发用户的参与热情等。此外,主流媒体在二十大短视频报道中不断创新叙事语态,以轻量柔性的表达增强亲切感,让会议精神入耳、入心。如央视新闻推出“央小新”动画形象,实现账号的人格化,“萌元素”、口语化的表达极大地拉近了媒体与用户的距离,引来各路网友的花式评论。媒体也可根据自我特征构建定制化的IP形象,注重人格化传播,“帮助用户通过个性鲜明、情感饱满、具象的‘人’来感知媒体”^[8],建立起用户对媒体的信任 and 好感,促进传播效度的最大化。

(四) 时长字幕匹配,音效标签相宜

传播效果显著的二十大短视频报道普遍时长限定在两分钟内,契合了用户的接收习惯,这提示着主流媒体以短视频形式报道重大会议的时间不宜过长,可推出短小精悍、鲜活快捷、“微言大义”的信息,方便用户利用碎片化时间观看。一分钟以上的视频匹配字幕更有助于用户理解。音效与话题标签对传播效果的影响并不明显,若选择采用则需考虑适配度的问题。根据具体的视频内容,可对短视频贴上颇具看点的话题标签,以使用户产生观看兴趣时提高获取同类信息的便捷性。音乐背景也应与视频内容相协调,如庄严的会议现场与雄壮、激昂的配乐更为和谐,党代表的故事与正能量的流行乐结合更能传递情感、表达情意。由此,声画合一共同传播二十大信息,起到深化主题、渲染氛围的作用,易在用户头脑中形成记忆积淀符号,日后再遇到相似的视听语言,当时观看短视频的所听所感便会涌现出来,达到会议深入人心的效果。

做好重大会议的报道是主流媒体的重要使命之一。短视频在用户与重大会议报道之间搭建了沟通的桥梁,“上接天线、下接地气”。主流媒体应发挥短视频的优势,设计特色式标题吸引用户,运用多元创新的形式和亲民语态,全方位、分阶段对会议进行报道,以凝聚民众共识、巩固主流阵地,进一步提升重大会议的影响力和传播力。

基金项目:论文系浙江省哲学社会科学规划重大项目“政务短视频用户参与动力机制及实现路径研究(20XX-JC02CD)”阶段性成果。

注 释:

- [1]中国互联网络信息中心.第50次《中国互联网络发展状况统计报告》[R].2022-08-31.
- [2]张彩凤.我国短视频新闻报道的现状与发展前景[J].传播与版权,2017(6):92-95.
- [3]郑玄,龚逸琳.全媒体时代传统媒体新闻报道的创新路径实践的调查研究——基于《新闻联播》跨媒体叙事传播[J].中国编辑,2020(10):75-80.
- [4]姜圣瑜.短视频新闻叙事逻辑探究[J].传媒,2021(23):57-59.
- [5](美)西摩·查特曼:故事与话语:小说和电影的叙事结构,徐强,译[M].北京:中国人民大学出版社,2013:6.
- [6]宁海林,羊晚成.重大突发公共卫生事件传播效果的影响因素实证分析——以卫健类抖音政务号为例[J].现代传播(中国传媒大学学报),2021,43(1):147-151.
- [7]陈晨.新闻叙事的三种策略[J].新闻世界,2009(12):15-16.
- [8]史晨.社交媒体语境下的人格化传播策略研究[J].新媒体研究,2019,5(6):20-22.

作者简介:

常誉维 宁波大学人文与传媒学院硕士研究生,研究方向为融媒体新闻与数据可视化传播。

【责任编辑:黄雪敏】