

舆情大数据

微博账号影响力周排行 (5月7日—5月13日)

微博账号影响力值 BI (Micro-blog Impact Index)由上海交大大数据与传播创新实验室提供算法及学术支持...

【附:媒体行业微博影响力的计算公式为BI=发布指数×45%+互动指数×45%+活跃指数×10%】

中央新闻网站及新闻单位

Table with 4 columns: Rank, Weibo Nickname, Active Index, Impact (BI). Lists top news websites like 人民日报, 央视新闻, etc.

地方新闻网站及新闻单位

Table with 4 columns: Rank, Weibo Nickname, Active Index, Impact (BI). Lists local news websites like 封面新闻, 澎湃新闻, etc.

数据来源:微热点研究院 制表:李瑞海

深度微观

从海报《丫丫,欢迎回家》说起

□杨昱

近日,阔别20年的旅美大熊猫丫丫回国,成为国内互联网传播的焦点事件...

一张简单的海报何以让万千网民共情?笔者认为,主要有两个原因:一是背景因素...

重新审视海报的价值

1905年,德国心理学家Edward Titchener和James Ward创造了“共情”(empathy)概念...



发反响了。因此,公众对事件的认知程度是这张海报“出圈”的重要基础...

其二,海报设计图形元素的情感化表达。海报是利用图形的形象来引起人的视觉、知觉、心理上的共鸣...

这张海报策划创意有两个关键创意或者说灵感:一是丫丫背对受众...

事实上,表达“丫丫乘坐飞机回国”这一核心新闻事实的海报设计存在多种可能...

而面向受众,给丫丫一个什么样的表情定位能够实现打动人的效果,恐怕是不容易的...

值得一提的是海报的色彩运用。海报整体色彩以蓝白灰为主...

其三,是内在心理感应的公共性。这张海报的主题,本质还是家国情怀...

一张小小的海报,基于即时新闻事件,通过灵感、创意和美学赋能...

当前,短视频是流量时代的主流传播形态,出彩的海报当然也层出不穷...

与此同时,海报《丫丫,欢迎回家》这一案例,也让我们不得不进一步思考...

家》这一案例,也让我们不得不进一步思考一个很现实的问题:主流媒体面对公共舆论场如何更好地设置好情感议题...

要更加注重新闻报道产品的“情感含量”。当下传播进入了信息过载时代,与之相对的就是受众注意力资源愈发稀缺...

要精准把握和引导情感传播。舆论事件中的情感极性包括正面、负面、中性等,要通过文本、语音、图像等信息手段准确研判公众对话题或事件的情感倾向...

作为媒体,利用好媒体的情感表达平台,更好地为国家和社会的发展大局服务,是应有之义...

(作者系新华网产经中心总编辑)

传媒思想库

融媒体时代美术编辑连接内容与技术

创新意识和新闻融合能力不可或缺

□本报记者 杜一娜

融媒体时代还需要美术编辑吗?融媒体的美术设计如何能做到吸人眼球又信息丰富?

如何认识? 树立融媒体美术编辑理念

“融媒体是汇集了报纸、期刊、电视、网络、手机等既有的特点,同时在互补性的新型载体,能在人力、内容、宣传等方面进行整合...

织、记录并优化传播的编辑过程,具有艺术性、技术性、记录性。作为职业身份,美术编辑指从事此项工作的专业人员...

满都拉认为,树立融媒体美术编辑理念,发挥融媒体视觉形式多样的优势,提高吸引、传达、形成印象的效果...

如何工作? 内容与视觉双管齐下

满都拉认为,融媒体美术编辑处理的内容应该有两个层次。

一是根据不同媒体的特点,例如报纸的头版视觉、杂志的封面视觉、图书的书封视觉、电视的活动视觉、网络的链式视觉、手机的单屏滚动视觉等...

融媒体美术编辑的工作主要包括视觉元素的提炼、版面画面的呈现、创意设计的深化和制定科学的工作流程...

编辑的技巧,流程与职能是融媒体出版发布的保障。排版、剪辑和创意设计是融媒体美术编辑工作的核心...

如何吸睛? 先声夺人注重四方面

融媒体时代如何让产品先声夺人?满都拉提出了4个方面的思考。

首先是元素的提炼。融媒体的美术编辑工作,首先是根据编辑主题提炼相关的视觉元素...

其次是排版与剪辑。满都拉认为,版面与画面是承载美术编辑视觉元素的基本单元...

再次是创意与设计。“创意与设计是美术编辑的技巧,将编辑主题视觉化,形成视觉风格,并突出融媒体特

点。”满都拉介绍了融媒体美术编辑创意与设计的一些思考,图像创意要将信息以创意思维转换为直观的图形...

最后是流程与发布。满都拉认为,针对融媒体的出版发布周期,制定科学合理的工作流程是融媒体按编程序出版发布的保障...

“未来,融媒体美术编辑发展趋势体现在平面版面活动化、活动画面立体化、视觉效果感官化、视觉应用触控化...”

“美术编辑需找准角色定位、提高综合能力,探索更多有针对性、创新性的科学方法,以多种途径、多种方式提升核心竞争力...”