

## 舆情大数据

### 微博账号影响力周排行 (6月4日—6月10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。BI 值范围 0—100, 值越高, 代表该微博账号的影响力越大。

(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

排名	微博昵称	活跃指数	影响力 (BI)
1	人民日报	84.24	88.87
2	央视新闻	82.33	88.39
3	人民网	81.82	88.11
4	中国新闻网	80.32	88.10
5	新华网	83.03	87.80
6	中国新闻网	78.90	87.74
7	环球网	75.87	87.02
8	新华社	79.91	86.98
9	央视网	77.40	86.82
10	环球网	73.95	86.82
11	中国日报	76.56	86.71
12	未来网	78.20	86.53
13	中国青年报	75.34	86.52
14	参考消息	74.78	86.37
15	央广网	73.98	85.88
16	中国日报网	74.25	85.69
17	中国青年网	76.19	85.33
18	中国网	70.50	85.19
19	CGTN	74.24	85.14
20	中央人民广播电台	74.00	84.88
21	紫光阁	72.96	84.40
22	环球杂志	72.42	84.29
23	光明日报	73.20	84.25
24	法治日报	75.91	84.23
25	人民日报海外版-海外网	70.93	83.62
26	人民政协网	70.16	83.51
27	中工网	65.98	83.30
28	央视网	78.61	83.28
29	科技日报	70.03	83.19
30	正义网	70.51	82.96
31	国际在线	68.82	82.88
32	法治网	69.20	82.87
33	中国侨网	67.73	82.72
34	环球网	74.76	82.59
35	经济参考报	70.15	82.21
36	中国经济网	67.75	82.20
37	半月谈	41.35	81.99
38	看台海	67.22	81.76
39	国际在线新闻	68.43	81.52
40	工人日报	64.27	81.49

### 地方新闻网站及新闻单位

排名	微博昵称	活跃指数	影响力 (BI)
1	中国蓝新闻	80.94	88.22
2	澎湃新闻	79.82	88.07
3	极目新闻	80.12	87.61
4	红星新闻	79.57	87.58
5	封面新闻	78.58	87.43
6	北京青年报	77.90	87.40
7	新闻晨报	79.35	87.36
8	威海播报	77.56	87.16
9	济南时报	78.65	86.98
10	每日经济新闻	77.38	86.91
11	重庆晨报	80.55	86.85
12	新京报	78.77	86.80
13	扬子晚报	76.23	86.52
14	齐鲁晚报	80.05	86.48
15	南方都市报	75.93	86.05
16	北京日报	77.54	86.03
17	山东商报	74.88	85.95
18	江苏新闻	75.02	85.81
19	都市日报	75.97	85.71
20	东营网官方微博	74.07	85.67
21	潇湘晨报	74.30	85.58
22	北京晚报	73.40	85.53
23	河北日报	73.99	85.52
24	中国山东网	76.98	85.47
25	四川日报	74.63	85.19
26	福建日报	73.50	85.16
27	九派新闻	80.74	84.99
28	红网	71.39	84.83
29	937江苏新闻广播	71.16	84.79
30	湖南日报	70.40	84.78
31	新华日报	71.89	84.74
32	大众日报	76.97	84.68
33	青年报	73.08	84.67
34	云南网	69.79	84.65
35	河南新闻广播	74.03	84.60
36	四川观察	79.17	84.58
37	新安晚报	71.14	84.50
38	日照网	76.60	84.47
39	河北青年报	69.77	84.45
40	半岛都市报	71.54	84.43

数据来源:微热点研究院 制表:李瑞海

## 媒情媒事

### 2023年高考报道:

# 借高考热点观照当下与未来

□本报记者 杜一娜 见习记者 齐雅文

高考作为每年被社会各界热议和关注的大事,总能引起众多的话题讨论。在关于高考的新闻和事件中,有温暖的,有诙谐的,有令人感动的。全国各地在那几天同样进行着高考,但不同考生、不同家长和不尽相同的故事,也构成每个人、每个家庭独一无二的回忆。

随着社交媒体、短视频平台的不断发展,可以看到,媒体近年来对高考的报道越来越丰富。2023年高考,媒体对高考的关注,有一贯的坚持,也有求变的创新。

### 一线资讯和典型报道不缺席

“高考作文,简单”“今天把最好的祝福送给考生”“高考各科时间表”……今年高考期间,《中国新闻出版广电报》记者观察到,仅在微博平台,高考相关话题内容就占据了热搜榜一大部分。其中不少新闻内容,都是各地考场的一线新闻,话题感强,足够吸睛,其呈现方式以短视频为主,将最精华的部分进行呈现。这种一线见闻和资讯,主要特点就是时长短、内容精。

新华网推出的《这些高考新闻,太暖了!》,将2023年高考中的温暖新闻集中归纳,让温暖聚集。“交警一声‘985’ 家长谁听谁迷糊”“六年前你帮了我 六年后我成了你”“不向命运低头 渐冻症男孩梦圆考场”等关键词句,看一眼便可get到关键信息。

中国青年报客户端推出多个短视频报道,内容主要集中在全国各地考场的突发事件,讲述交警、家长、志愿者等社会各界人士的热心帮助。《女生高考即将迟到,民警紧急出手相助》《青年志愿行爱心助高考》《高考考场外,姐姐举巨型向日葵迎接弟弟》等短小精悍却丰富多彩的现场新闻短视频,展现出

全国各地的高考众生相。

北京日报客户端还在高考期间推出直播,聚焦北京高考试卷押送。通过直播人们可以知道,试卷押运车辆陆续开往各个考点,并有民警全程押运,确保试卷绝对安全。从考试中心到各考点的领取、保管、押运全过程均在考试中心屏幕实时显示,确保试卷整洁、安全到达考场。一直被人们关心的试卷押送过程以这样的方式进行揭秘,也满足了不少人的好奇心。

此外,北京日报客户端直播还联动中国蓝新闻、百姓关注、触电新闻、正观新闻、海口发布、闪电新闻、看度新闻、榴花直播、宝鸡新闻网、江西都市频道、湖北经视等12地媒体推出了2023年高考特别直播,让大家看到了更多地方高考期间的动态。

### 考试分析解读有新意

不同于其他媒体,《中国教育报》聚焦考试内容本身,进行了深度挖掘。6月9日,《中国教育报》推出“暖心高考”专版,邀请教育部教育考试院命题专家进行试题解析,从这一年的试题中分析命题走向、社会热点、考察重点。这种系统的梳理解析,吸引一线教师、未参加高考考生等人关注,充分发挥了其行业媒体的优势。

每年高考作文题都是热议的话题,甚至不少人多年后依旧记忆犹新。北京日报客户端除了对今年各地高考试卷的作文题目进行横向梳理外,还盘点了往年北京考生写过的高考作文题。从1977年到2022年,作文题目的梳理好似一条时间轴线,唤起每代人不同的高考记忆。

《2023年高考作文题,折射出哪些语文教育新趋势?》,这是新华社从高考作文这一角度切入,试图发现更多内容

的一篇报道。报道中,记者采访相关专家,进行分析和解读,反映出语文教育的新趋势,视角独特又意义深远。

《华西都市报》在6月8日推出了“青春作答 2023年高考特别报道”,邀请名师解析2023年四川高考作文题,还同时在其封面新闻客户端和报纸版面推出“名家写高考作文”,展现不同人群对高考作文的作答方式。

新内容也要有新的打开方式。2023年,AIGC出现在了各行各业的讨论之中。今年高考作文题目一出,不少媒体便推出了体验式报道。中国新闻网推出报道,让ChatGPT进行高考作文的写作,看人工智能遇上高考作文会呈现怎样的结果。北京日报客户端还让百度文心一言也参与其中,试图展现不同AIGC呈现的不同结果。

澎湃新闻则针对高考英语进行了系统梳理报道,同样采访到不少相关专家,并且注重总结观点。比如报道中提到,“今年高考英语全国卷试题聚焦铸魂育人,落实核心素养考查”“今年高考英语全国卷试题引导美育劳动教育,意在夯实全面发展基础”“今年高考英语全国卷试题通过讲好中国故事,增强学生文化自信”,这些观点加上具体试卷内容分析,让更多人看得明白。

### 报道各界助考暖人心

高考期间,少不了社会各界提供的支持,尤其是天气状况、交通路况和健康指南,是考生和家长无比关心的。

中国天气网推出了《2023高考天气指南:做好准备!这些地方英语考试时或有雷雨影响》,用短视频的方式提供天气指南。短视频中,“高温来袭 防暑降温”“风清气爽 天气无忧”“雨水频繁 伞不离手”等提示,十分贴心。

如果说中央或者全国类的媒体聚焦全国的天气状况,那么各地方媒体提供的当地天气状况和交通情况等则更加具体化,针对性更强。

新湖南客户端的《国网娄底为高考保“电”护航》讲述了国网娄底星区供电公司全力以赴为高考保“电”护航的故事,该公司所有保电人员用电力人的特殊方式沉着“应考”,全力以赴为莘莘学子用电“保驾护航”。报道从高考所涉及的其他部门出发,看社会各界对高考的全力支持。

深圳市出租汽车行业从2004年起开展“爱心送考”。20年里,每年高考期间,市民可预约“爱心送考”车辆免费接送考生;考生在路上遇见贴有“爱心送考专线”标志的出租车,也可招手示意,享受免费送考服务。新华社推出报道《20载,用爱守护高考前的最后一段路》,用鲜活生动的文字和现场感十足的图片,让更多人了解到段凤丽以及深圳市出租车“爱心送考”公益事业过去20年的发展历程。从一个人到一个群体,报道让读者看到了社会各界对高考给予的支持和帮助。

从6月5日至10日,《扬子晚报》连续多天的报纸封面均把高考相关新闻放在显眼位置,不管是主题图片还是现场照片,都展现出高考一线的考生风采。《扬子晚报》还在其紫牛新闻客户端推出高考贴士《考前三天必做的三件事》,用长图漫画的形式,向考生和家长提供贴心提示,准备物品、看考场和看天气等提示,趣味性和实用性兼具。

高考期间,除了现场新闻,媒体还放宽视野,关注到考试外的高考经济、教育发展等多方面内容,展现出媒体关注当代社会发展的独特眼光。尽管高考是每年的固定报道事件,但对媒体而言,高考更是一张生动的镜子,观照当下和未来。

# 架好“四梁八柱” 突破圈层传播

□崔小明

新时代新闻舆论工作面临环境之变、话语之变、格局之变。如何打造新型主流传播平台,让主流声音直抵人心,让澎湃流量激发更多能量,成为很多媒体人面临的重大课题。一段时间以来,多家有影响力的主流传播平台准确识变、积极应变、主动求变,不断拥抱新技术、开拓新领域、凝聚新用户,推动媒体融合走向深入。

### 人才第一 用户至上 突破传播力

媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势。主流媒体应审时度势,乘势而上,紧紧抓住人才培养的关键一环,为推进媒体深度融合打下重要基础。

新型主流平台人才培养要在四方面下功夫。

“转观念”。引导采编人员换脑筋、变思维,摆脱经验主义和路径依赖,要了解全媒体平台的运营逻辑和用户需求,掌握生产和传播规律。

“强技能”。采编人员眼里不能只有采访、编辑,要了解内容、渠道、运营各环节,既会采、写、编,又能拍、剪、播。

“观全局”。即突破传统媒体条块分割思维、各自为政做法,树立全程传播理念、周期管理意识,要“眼纳千江水,胸起百万兵”。采编队伍、技术人才、多媒体人才、运营人才要眼中互有对方,既分工负责,又协同作战。

“优机制”。要积极构建更加科学高效的人才管理体系,优化人事制度,改革考核机制,挖掘内部潜力,把年轻的业务骨干全部推向互联网主阵地。同时又要创新体制机制,突破编制局限,柔性引才,做到“海纳百川”。

新媒体时代,“无用户,不新闻”。重视“人”的工作不仅体现在传媒人才的培养,更要以主流大平台的格局和使命,牢固树立以用户为中心的理念。因为用户是“生产力”,他们的点击、评论、转发不仅是衡量稿件到达率的指数,而且是推动新闻作品二次创作的重要力量。因为用户是“资源力”。用户

触媒时间的长短、消费新闻的时段和偏好,甚至自然属性、性格标签等都以数据形式存在,数据分析师只要稍加整理和分析,就可为每个消费者投入精准“图像”,在尊重用户意愿的基础上进行市场营销,可以事半功倍、出奇制胜。因为用户是“变革力”。根据用户的反馈进行检视、复盘,不断改进,提高能力,生产更有针对性的内容,让主流媒体的声音真正有效抵达。

### 拥抱技术 流量说话 提高穿透力

媒体记者不能人生活在“元宇宙”,手中却拿着“冷兵器”。面对不断迭代的大数据、算法和算力等智能传播技术,过去媒体总是“跟跑”,现在要努力“并跑”,将来要实现“领跑”。

用数字化撬动融合。主流媒体必须坚定不移走数字化转型之路,以新技术研发应用为核心,打造全场景智能媒体解决方案;坚持走合作共享的道路,通过不断开放合作,打破信息茧房,抱团作战。

用智能化驱动发展。主流大平台必须加快把智能传播能力建设作为战略方向,把算法建构能力作为通向未来的底层逻辑和核心支撑,探索主流信息传播的新路径。

增强研发力打造爆款。研发能力是智能传播时代媒体生存发展的“新基建”。要积极探索大数据、云计算、区块链、元宇宙等基础技术与信息技术传播的结合点,促进前瞻性、基础性、应用性技术融通应用。同时围绕“技术+创意”,持续推出现象级爆款产品,占据舆论引导制高点。

流量是用户浏览、转发、点赞或评论时与内容承载媒体发生的数据交换量。如何吸引人做大流量?媒体不但要提供翔实、准确、及时、新鲜的内容,更要有独特而鲜活的表达手段。要用权威的声音、生动的语言、有趣的活动让用户不仅心动,还有行动。如何留住人激活流量?有了用户未必就有流量。要想方法举办各种互动活动,增强各种服务功能,激活那“一池春水”。如绍

兴越牛新闻客户端“越牛农场”“富硒稻田”等,每天可吸引数万人打卡。如何黏住人变现流量?高流量意味着高关注、高商业价值、高收益。通过内容、服务等多管齐下,让读者的目光停留得更久一点,经济效益就水到渠成。

### 内容为王 效率为上 再塑表现力

好内容永远是稀缺资源。全媒体时代,内容依然为王。内容创新能力是新型主流媒体的优势所在,需要集结力量,整合资源,投入重兵。

注重深度挖掘,让内容更权威、有思想。加大供给侧改革力度,运用新思维新方法强化调查研究,推动记者深入基层深入一线;发挥媒体专业优势,对内容进行深度挖掘、深度解读,保持强大的深度内容采写能力。

注重前沿科技运用,让内容更时尚、更新潮。充分利用AIGC等技术解放生产力,让记者去写更有深度、更复杂、更专业的原创内容;加强原创数据挖掘,打造数据流内容产品。

注重形态创新,让内容更新颖、更有趣。推动技术+创意深度融合,让直播、VR、AR、3D建模等形态成为常态,让竖屏内容、H5创新更加普遍;加快探索基于5G环境下的场景交换等内容创新应用;积极试水元宇宙内容生产与传播,创作更多虚实结合、全息化呈现的内容。比如,党的二十大前夕,人民日报社推出的创意微视频《新千里江山图》运用三维建模、实景+动画等技术,将中国10年来的发展成就融入其中,就获得了良好传播效果。

加强传播效率建设要提高新闻生产的速度。研究利用机器人自动抓取、整合信息的能力辅助新闻生产,提高工作效率;用技术手段实现新闻自动关联、集纳,让内容即时实现叠加传播;针对前沿课题、重大事件、热点话题、社会关注,要主动作为,自设议题,以快制快,进行专业、理性、客观的解读。

要提高新闻覆盖的精度。利用党媒优势,积极整合政府、企业、公益组织和商业机构的资源,针对有效人群,扩

大覆盖面,激发公众接力传播,努力突破圈层传播。还要提高新闻传播的精度。通过数字画像,为用户提供个性化服务,将有意思的产品准确推送。

### 话语最新 生态最优 彰显变革力

主流媒体的新闻叙事语言风格要适应媒介生态新变化新要求,积极构建与用户共情共鸣的叙事情境,话语表达要更具生动性和贴近性,满足日益多元的用户需求。

要讲“人话”,不能官话连篇,更不能让晦涩枯燥的“文件语言”大行其道。比如,浙江宣传微信公众号创办以来,其简单明了、通俗易懂、铿锵有力的语言风格就受到广大网友的追捧。

要切热点,应加强调研,立足现实、关注当下、想百姓所想。不脱离中心,不脱离实际,找到重大主题与人民群众关切交汇点、情感的共鸣点。

要有态度,要见人见事有思想,观点鲜明、爱憎分明。面对复杂的问题,要坚持马克思主义新闻观、方法论,深入剖析,坚定立场,亮明态度。要敢于斗争、善于斗争,本着“友好不讨好,亲和不迎合”的原则,提供充满正能量的作品。

主流媒体要利用自身优势,积极整合各类公共资源,多措并举打造媒体生态体系。要打造新闻+政务体系,利用媒体触角广泛的优势,将政务信息孤岛通过媒体平台串珠成链;打造新闻+服务体系,立足当地生活多样化的需求,搭建数字化生活平台,开展各种民生服务业务;打造新闻+商务体系,基于这个平台的上下游商务链,打通业态、拓展市场,获取可持续发展的动力。如甬派客户端甬派商城推出家电、美妆、土特、百货等100多种商品,特别是一些时令农副产品,因为物美价廉,受到派粉的追捧。

总之,主流媒体要因势而谋、顺势而为,坚持守正创新、推陈出新,与时代同频共振,才能引领媒体融合赢得党心民心。

(作者系宁波日报报业集团宁波日报报网文体部主任)