

舆情大数据

微博账号影响力周排行 (12月3日—12月9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	79.6	80.8
2	央视新闻	81.28	80.72
3	中国新闻网	80.58	80.53
4	人民网	78.51	80.23
5	新华社	76.42	79.67
6	中国新闻网	76.34	79.34
7	央广网	76.96	79.04
8	中工网	74.17	78.14
9	半月谈	72.94	78.02
10	中国日报	67.44	77.54
11	参考消息	72.11	77.41
12	央视网	74.94	77.05
13	央视频	72.36	76.82
14	法治日报	74.96	76.51
15	紫光阁	71.95	76.41
16	新华网	39.42	75.97
17	中国日报网	73.57	75.94
18	中国警察网	72.42	75.87
19	未来网	45.24	75.52
20	CGTN	69.13	75.39
21	侠客岛	69.25	75.26
22	光明日报	70.38	75.24
23	中国网	68.1	75.05
24	科技日报	70.7	75.01
25	环球网	62.03	74.83
26	人民政协网	67.01	74.6
27	环球网	27.46	74.05
28	法治网	62.12	73.9
29	光明网	60.62	73.6
30	求是	68.9	73.5
31	中国青年报	27.46	73.23
32	中国妇女报	29.29	73.04
33	人民日报海外版·海外网	69.61	72.98
34	环球网	70.22	72.77
35	环球网	25.96	72.73
36	证券日报之声	61.37	72.64
37	人民政协报	64.3	72.63
38	求是网	25.96	72.41
39	中国证券报	58.94	71.73
40	看台海	60.64	71.65

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	芒果TV	80.22	84.17
2	北京时间	72.08	82.07
3	九派新闻	80.11	80.68
4	封面新闻	78.61	80.55
5	澎湃新闻	79.5	80.42
6	极目新闻	77.34	80.27
7	新闻晨报	78.58	80.27
8	四川观察	79.94	80.18
9	财联社APP	80.44	79.4
10	北京青年报	76.12	79.29
11	北京日报	79.68	79.26
12	红星新闻	76.8	78.95
13	潇湘晨报	78.04	78.83
14	半岛都市报	77.58	78.79
15	大象新闻	77.95	78.67
16	山东商报	76.58	78.61
17	锦观新闻	78.95	78.38
18	每日经济新闻	73.3	78.34
19	都市时报	74.55	78.29
20	重庆晨报	78.23	78.16
21	顶端新闻	76.36	77.92
22	新安晚报	77	77.92
23	现代快报	73.88	77.82
24	新民周刊	74.38	77.71
25	界面新闻	74.67	77.71
26	威海播报	74.54	77.51
27	天目新闻	65.22	77.47
28	南方周末	74.32	77.14
29	日照网	73.9	77.03
30	红网	69.57	76.94
31	河南新闻广播	73.69	76.77
32	包头新闻网	75.22	76.56
33	sxrtv-新闻中心	62.21	76.32
34	春城晚报	74.51	76.32
35	天山网	73.08	76.28
36	新华日报	72.74	76.28
37	东营网官方微博	70.62	76.03
38	德州新闻网官方微博	70.53	75.98
39	内蒙古晨报	68.28	75.96
40	华龙网	71.65	75.96

数据来源:微热点研究院 制表:王书亮

深度微视

讲好中国故事 传播中国声音

学会在互联网思维下转场

□本报记者 杜一娜

“党媒姓党”“重塑主流舆论新格局”“做好中国共产党形象的国际传播”……在12月7日召开的由中国传媒大学党报党刊研究中心、传媒杂志社、河北大学新闻传播学院联合主办、石家庄日报社承办的“中国共产党党报论坛”第二十周年会上论坛上,来自学界、业界的嘉宾围绕“习近平文化思想与党报党刊新使命”这一话题,展开对话,深入探讨了党报党刊如何做好习近平文化思想的传播,如何以习近平文化思想为指导创新党报党刊学术研究,如何做好新时代下党报党刊的国际传播。

掌握互联网话语权

人民日报社通过人民日报海外版、人民日报英文客户端及日本网外语频道、环球时报英文版等国际传播品牌方阵,分国别、分区域,建立运营面向不同地区海外受众的外文网站和客户端,着力提升了外宣报道的原创能力、聚合能力、传播能力、审核能力,通过在全世界不同国家的“借船出海”的实践,轻量化、可视化的创造,分众化、个性化的表达,以及网络化、年轻化的内容,吸引了更多的受众。

陕西日报传媒集团群众新闻网积极打造“秦声言理”理论网宣传品牌,开设“秦声言理”微信公众号,通过VR/AR、短视频、动漫等形式,用“正”的话语、“新”的传播,做好党的创新理论的学习贯彻、阐释传播和宣传普及。

安徽日报社推出鲜明地方文化特色的“淮河文化”“徽州文化”“皖江文化”各4个版特刊,以及“包公与廉洁文化”主题报道,还推出“安徽有戏”4个版特刊,集中展示正在展演的安徽省10部舞台艺术精品剧目。他们近期还将到北京和长三角演出,让更多的人了解安徽的戏曲文化。

河北共产党员杂志社与地方组织部门合作开展党建工作报道,重点打造大运河文化党建示范点。

党报党刊经过媒体融合的10年,逐渐掌握了互联网的话语权与主导权。

重庆市委当代党员杂志社总编辑张斌琦表示:“在年轻人之间流行的一句

‘只有魔法才能打败魔法’,对于主流全媒体而言,这一‘魔法’就是互联网思维,具体来说,就是融通思维、受众思维和传播思维。”

“作为主流媒体,我们不仅要构建全媒体传播体系,更要有融通技术、流程、机制的能力,用活媒介资源,让全媒体传播体系真正地融入互联网,实现从‘+互联网’到‘互联网+’的转场。”张斌琦表示,应对舆论场“泛化”的风向,不仅全媒体人才要有驾驭不同内容、不同技术、不同平台的融通能力,主流媒体也要具备这种能力。

探索讲好中国故事

结合人民日报社国际传播实践,人民日报社研究部副主任曼叶平提出,媒体要大力加强国际传播能力建设,在整合资源、增量效能方面下更大功夫。曼叶平表示,要运用战略思维、系统思维,注重全局谋划,完善整体设计,加强统筹协调,整合各类资源,通过创新体制机制,更系统地布局国际传播力量资源。同时,应着力打造全媒体外宣平台方阵,发挥海外社交媒体账号集群优势。

曼叶平表示,国际传播要有受众意识,以贴近国外受众的话语、逻辑和形式进行定制推送、精准分发、分众传播,把“我们想讲的”与“国外受众想听的”有机结合起来,才能在国际舆论场上赢得共鸣、赢得人心。要采用贴近不同区域、不同国家、不同受众群体的精准传播方式,坚持“一国一策”,充分了解不同国家差异,主动适应对象国文化传统与思维方式,抓住不同国家和地区受众的关注点,采取更有针对性、差异化、个性化的传播策略,推出定位精准、贴近本土、特色鲜明的优质产品。

内宣模式惯性尚存、时代叙事能力匮乏、海外受众“画像”不清晰、国际传播人才稀缺等,是地方媒体与人民日报社这些央媒在国际传播中的差距。湖南日报社党组成员、社务委员、副总编辑颜斌提出了作为地方媒体在国际传播过程中的困惑,但也给

出了地方媒体在国际传播探索中的路径:聚焦大事件,找准小切口、用好短视频、借力“朋友圈”。

颜斌认为,从地方创新发展的角度展现中国发展的新气象,是地方媒体在做好国际传播时要聚焦的大事。比如借今年是“一带一路”倡议提出10周年的契机,湖南日报社在今年4月派出了3批共12名记者奔赴马达加斯加,推出了《出海记·走进非洲》等12个整版图文报道,体现了湖南日报社作为地方媒体的国际传播的视野、国际传播的出境率和话语权。

“在跨文化传播中,要想触达不同文化背景的受众,讲故事的方式至关重要。突破传统‘自我陈述’模式,转变视角,融入‘他者’独特理解,在增强亲近性的同时,也可提升内容的客观性。”颜斌介绍了他们如何找准小切口做国际传播的思路。《出海记·走进非洲》就是一个这样的案例。以杂交水稻、中国基建、湖南工程机械、丝路电商等湖南元素为切入点,讲述湖南建设项目的创新实践有丰富的积累、丰富的素材,为新时期做好党的形象国际传播奠定了良好的基础,视觉媒体的多样发展为党报党刊国际传播提供了有利条件。

“做好中国共产党形象的国际传播,应该是新时代党报党刊的重要使命。”中国新闻出版研究院副院长崔海教围绕加强党的形象的国际传播认为,党报党刊在党的形象国际传播中,有天然的优势,党报党刊长期以来在宣传党的方针政策、思想理论上积累了丰富的经验,对党的形象认知更精、地位更准;对党的治国理政实践,特别是党在基本工作的创新实践有丰富的积累、丰富的素材,为新时期做好党的形象国际传播奠定了良好的基础,视觉媒体的多样发展为党报党刊国际传播提供了有利条件。

开创党报党刊新局面

“虽然传统媒体在2012年后呈现下降趋势,但是在传统媒体里面的媒体融合的部分是在不断突破的,尤其是媒体融合业务的收入是在近年里不断增长的;传统媒体的人数在下降,而融媒体中心从业者在增加。”中国新闻史

学会秘书长、中国人民大学马克思主义新闻观研究中心主任邓绍根通过数据和现象分析认为,中国式现代化新闻传播事业体现出融合突破的特点,逐渐呈现出全媒体化、平台化。

邓绍根同时提出,在学习贯彻落实习近平文化思想的同时,媒体要开创党报党刊的新局面。邓绍根认为,新时代党报党刊工作要在牢牢坚持马克思主义新闻观、牢牢坚持党性原则的基础上,加强全媒体传播体系建设,健全网络综合治理体系;同时,必须讲好中国故事,加强国际传播能力建设。

“习近平文化思想是实践的理论,极其鲜明地展现在新时代文化建设的进程中。因此,党报党刊要加强研究阐释,学以致用。”中国传媒大学党报党刊研究中心副主任、新闻学院教授、博士生导师金梦玉认为,在研究阐释的过程中,党报党刊要有很强的责任、很强的定位、很强的使命感。要通过党报党刊的研究阐释,为干部群众深刻理解习近平文化思想提供巨大的思想资源。“党报党刊还应以第二次思想解放的勇气,对疑古、疑经、自媒体反古等予以正向回击,组织释疑解惑的报道、组织讨论,释放党媒最大的公信力、权威性。”

在新的文化使命召唤下,党报党刊如何展现新气象、实现新作为?中国新闻文化促进会副理事长、光明日报原副总编辑陆先高提出,可从夯实实力、打开格局、推进深融三个维度展开。陆先高认为,党报党刊承担着宣传党的路线方针政策,传播社会主义先进文化、引领社会思潮、凝聚人心的重要使命,要更紧密围绕党和国家的中心工作,以用户需求为导向,以媒体的内容生产信息传播为基础,将服务意识贯穿于媒体运转全流程的各环节,充分挖掘优势资源,创新服务模式,在国家治理、社会建设、经济发展、民生改善、文化繁荣等各方面发挥积极作用。未来,党报党刊还需要继续推进深入融合,积极适应新的技术生态,通过中华优秀传统文化创新性发展,推动文化事业和文化产业繁荣发展,加强国际传播能力建设,促进文明交流互鉴,贡献党报党刊的力量。

媒情媒事

江西共青城市融媒体中心:

打造基层社会治理综合服务平台

□王飞

县级融媒体中心具有本土特征,与县域内群众最为贴近,是党和政府与群众有效沟通的桥梁,是加强和创新社会治理的重要推动力和有效抓手。近年来,江西省共青城市融媒体中心深入贯彻党的二十大精神 and 习近平文化思想,努力筑牢主流舆论阵地、打造综合服务平台、建设社区信息枢纽,走出一条符合自身实际、具有鲜明特色的融合发展之路,开创了“一融天地宽”的崭新局面。共青城市融媒体中心连续4年(2019—2022年)在江西省县级融媒体中心(105个)评估考核中稳居前三,先后入选全国县级融媒体中心舆论引导建设能力突出案例、王选新闻科学技术奖(项目)、江西省广播电视媒体融合典型案例等30多项。

强阵地:搭平台 扩矩阵

共青城市融媒体中心建成了江西省首家平台级融媒体中心,是集热线、热线、选题策划、协同采编、媒资管理、渠道分发、评估评价等功能的全媒体采编平台,聚集了互联网热点聚合系统、宣传效果监测与评价系统、新媒体运营分析系统等,形成了多媒体采集、内容生产、内容产品分发、内容服务等,构建并拓展了传播新业态。该中心有效整合媒介资源和平台终端,构建以客户端为重点,以一合一网为主力,以微博号、微信号、抖音号、头条号、“学习强国”共青城融媒号等为支撑,统筹全市52家单位媒体账号,打造了互联互通的传播矩阵,产生出强大的传播势能。

共青城融媒体中心客户端现有用户19.1万人,占人口数的97.9%,总阅读量达到3.5亿次;微博共青城发布现有用户25.4万人,占人口数的130%,总阅读

量超3亿人次;微信公众号“共青城发布”现有用户9.1万人,占人口数的46.9%,总阅读量超3000万人次;抖音共青城发布总阅读量超3.3亿人次。截至2023年10月,该中心10个媒体平台总用户数突破230万人,是共青城市常住人口人口的11倍多。

强实力:优内容 活形式

共青城市融媒体中心充分挖掘受众与地方特色之间的共鸣点,推出群众喜欢的本土化内容和接地气的特色内容,把群众喜欢的新闻节目和新闻形式送到他们面前“享用”。

聚焦老百姓所关心的身边人、身边事,群众喜欢什么就做什么,群众喜欢在哪里看就在哪里做。今年以来,涉及民生类、乡村类、服务类、活动类的新闻稿件突破30000件,占总稿件量的62%,浏览量高达6亿人次。

比如,通过该中心大数据分析,发现广场舞相关的新闻信息浏览量和互动率很高,于是联合老年协会、相关单位一起组织广场舞比赛,赛前预告,赛中多种方式呈现,当天微信公众号推送的《广场舞大赛火热来袭》阅读量不到2小时就达10万+。

树立互联网思维,坚持移动优先,运用VR、AI、H5、5G等手段,通过云技术、微直播、小视频传播等方式,制作的融媒作品在微信、微信朋友圈刷屏。坚持直播常态化,平均每场活动直播受众超10万人次,占该地区常住人口人口的60%,提升了群众的现场感和参与感。

同时,该中心将江西省融媒体中心赋能的媒体大脑(MAGIC)引入日常新闻采编模式,30款“机器人”制作的精彩媒体产品通过各个平台进行发

布,极大地缩短了时间,节省了人力。今年以来,共青城市融媒体中心融媒作品阅读量1000万+的5个,阅读量100万+的122个,阅读量10万+的500多个,有23项作品荣获国家、省市荣誉。

强后劲:建机制 抓创新

共青城市融媒体中心探索建立“记者+党建宣传员+市民通讯员”(中心22名采编记者+村社区75名党建宣传员+350名市民通讯员)机制,完善了相应的激励反馈、收益分成等机制,吸引更多平台用户和普通个人加入内容创作生产上来,大量田间地头“带露珠”、反映群众身边故事的新闻信息即时供、即时审、即时发。今年以来,编外记者和通讯员稿件量占共青城市融媒体中心总稿件量的58%。

建立“融媒体中心+新时代文明实践中心+‘学习强国’平台”机制,通过渠道、载体、内容、机制等创新,让“两中心一平台”融通联动、资源共享,实现线下活动、线上呈现。今年以来,宣传报道文明实践活动220余场,云课堂直播12场,受众16万多人。

建立“新闻信息+政务服务+生活服务”机制,依托“赣服通”“共青城政务系统”和自身服务功能开发,重点打造信息资讯、生活服务和互动平台,浏览量累计突破50万人次,服务群众累计达12万余人次。建立“新闻+互联网+商务”模式,成立共青城市融创文化传媒有限责任公司,与青城市跨境电商产业园、电商城和园区企业等进行合作,实行直播带货、直播招工、直播大型活动等,为建好用好县级融媒体中心提供强大的物质保障。

强服务:畅渠道 重引导

共青城市融媒体中心运用融媒体传播话语体系,全方位、立体式传播党中央以及省市各类新闻信息。今年以来,该中心生产发布精准短小、鲜活快捷、吸引力强的新闻信息4000余条,浏览量突破1亿人次,互动量超220万人次。围绕党和国家的大政方针政策、顶层设计,在媒体平台设置议题、话题,以主流价值引领、凝聚共识。

开设窗口让群众发声,在共青城新闻网、共青城融媒客户端、微信公众号等媒体平台上设立市长信箱、市民留言栏、回音壁等,及时回复或向相关部门反馈问题,记者跟踪问效,畅通社情民意的表达,引导良性互动,3年累计收集意见建议和问题3952件,转交办结3600多件,记者跟踪回访1578次。

开设问政、曝光台、随手拍、啄木鸟、爆料等,建立起群众反映、媒体问政、网上监督、政府回应的闭环机制,用舆论监督的力量促进群众关心的问题落地落实,今年以来收集梳理问题362件,回复或转交处理问题296件。在客户端上建立“新时代文明实践点单系统”,群众累计“点单”32800余件、“接单派单”32600余件;在客户端和微信公众号上建立“码上办”系统,企业和群众扫码办事累计3200多件。

同时,共青城市融媒体中心还将智能云广播系统接入调度中心,远程操控、定时点播,通过手机操作,实现远程单点或多点广播、一键喊话、循环播放语音等功能,目前已建成265个智能广播点,实现了所有喇叭和终端设备“一呼百应”,并采用本地土话方言,方便当地人获取新闻信息,打通了服务群众“最后一公里”。