

舆情
大数据微博账号影响力周排行
(5月5日—5月11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	央视新闻	84.04	82.28
2	人民日报	82.51	82.02
3	人民网	80.48	80.77
4	新华社	79.09	80.69
5	中国新闻网	78.74	80.31
6	新华网	78.38	80.12
7	中国新闻网	77.09	79.43
8	央广网	78.11	79.20
9	环球网	75.24	79.09
10	中国日报	75.56	78.77
11	中国日报网	76.58	78.72
12	环球网	73.53	78.70
13	未来网	71.32	78.43
14	中国警察网	77.30	78.07
15	中国青年报	74.53	77.90
16	参考消息	75.48	77.77
17	央视网	74.38	77.63
18	央视网	76.51	77.55
19	解放军报	74.27	77.52
20	中国妇女报	70.01	76.61
21	紫光阁	72.49	76.46
22	人民政协网	69.13	76.33
23	法治日报	73.57	76.22
24	CGTN	71.35	76.17
25	科技日报	69.46	75.10
26	中国之声	72.15	75.00
27	光明日报	67.38	74.96
28	中国新闻网	71.75	74.83
29	半月谈	45.92	74.76
30	环球网	72.24	74.46
31	正义网	65.25	74.37
32	人民日报海外版-海外网	69.90	74.29
33	证券时报	67.71	73.65
34	中国证券报	67.53	73.38
35	瞭望	70.80	73.35
36	农民日报	66.08	73.17
37	中国网	36.64	72.84
38	证券日报之声	64.37	72.43
39	国际在线新闻	67.74	72.43
40	中国台湾网	69.64	72.27

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	新闻晨报	78.82	80.24
4	澎湃新闻	77.14	80.05
5	西部决策	79.44	79.98
6	四川观察	79.66	79.83
7	封面新闻	75.33	79.80
8	财联社APP	81.06	79.70
9	红星新闻	78.18	79.56
10	扬子晚报	77.79	79.50
11	中国蓝新闻	79.78	79.36
12	广州日报	76.93	78.93
13	九派新闻	76.83	78.86
14	极目新闻	75.01	78.83
15	每日经济新闻	75.79	78.69
16	北京青年报	71.93	78.65
17	新京报	76.39	78.63
18	济南时报	77.91	78.52
19	看看新闻KNEWS	71.47	78.20
20	江苏新闻	77.66	78.15
21	重庆晨报	76.39	77.73
22	天目新闻	65.22	77.47
23	威海播报	76.47	77.42
24	界面新闻	72.74	77.39
25	河南交通广播	76.04	77.28
26	琅琊新闻网	75.86	77.27
27	南方周末	75.48	77.23
28	湖南日报	76.70	77.11
29	现代快报	72.41	77.06
30	天山网	72.41	77.00
31	南方都市报	69.17	76.93
32	济宁新闻网	71.44	76.86
33	顶端新闻	74.23	76.80
34	中国山东网	75.53	76.61
35	都市时报	70.74	76.58
36	新华日报	73.43	76.54
37	青岛新闻网	73.65	76.54
38	究竟视频	69.91	76.36
39	sxrtv-新闻中心	62.21	76.32
40	德州新闻网官方微博	75.38	76.25

数据来源:微热点研究院 制表:李瑞海

党媒新探

重庆日报社推动党的创新理论青年化视频化传播

把“有意义”的理论讲得“有意思”

□ 渝民

累计刊播超220期,全网播放量超1.5亿人次,并已入驻“学习强国”、B站、微信视频号等第三方平台;被中央网信办列为1类项目重点支持,部分视频被中央网信办推荐,进入全国媒体榜前十、地方媒体榜前十等;此外,还积极拓展传播阵地,与北京师范大学、四川大学、西南大学等全国50余所高校合作制作理论视频,让更多青年成为“学”的主角、“讲”的主力、“听”的主体,成为具有“重庆辨识度、全国影响力”的网上理论宣传品牌。这是于2022年3月正式上线的重庆日报社理论视频栏目“理响青年”取得的成就。

两年多来,“理响青年”始终围绕党的创新理论的青年化视频化传播,以创新的合作模式、鲜活的话语体系、新颖的传播形式、先进的传播技术,创作出一大批通俗易懂、喜闻乐见的理论视频产品,广受青年群体的青睐,成为青年学理论、讲理论、用理论、信理论的重要平台,走出了一条特色鲜明的理论传播青年化视频化的新路子。

聚焦“有料有质”,探寻与青年思想结合点

“理响青年”以“00后”为主要受众群体,以“让党的创新理论响彻青年”为理念,通过“视频+”的形式,打通了党的创新理论到达青年群体的“最后一公里”。“理响青年”创新开展面向青年群体的网上理论传播,紧紧围绕“有料有质”,探寻党的创新理论与青年思想的结合点、与青年发展的契合点,着力提升内容质量。

锁定青年群体,提升理论传播的精准化。“理响青年”紧紧抓住青年群体,把党的创新理论与青年普遍关注的重大理论和现实问题结合起来,将理论阐释的重点与青年讨论的热点结合起来,把理论讲深、讲透、讲活,提升党的创新理论面向青年群体传播的知晓率、到达率。“理响青年”每一期的领讲人均是来自市内外高校的青年学子,旨在发挥好青年朋辈群体的影响作

用,让青年自己讲、自己传、自己播,鼓励他们推出符合青年人喜好的理论宣传视频产品,引导青年变为主动传播的主体。

融入青年视角,增加理论传播的亲合力。“理响青年”着力探索党的创新理论与青年的结合点,不仅在形式上做到青年想看爱看,而且在叙事上融入青年个人视角,从微切口讲述大主题。例如,为学习贯彻党的二十大精神,“理响青年”特别策划了“青年眼中的中国式现代化”系列视频,从社区成立选举工作领导小组的案例讲述全过程人民民主、从青年人追捧的国潮国风文化讲述丰富人民精神世界等,从青年视角理解、阐释中国式现代化,在青年群体中迅速掀起了学习党的二十大的热潮。

强化多元协同,打造网上理论传播共同体生产模式

推动党的创新理论青年化视频化传播,需要多方协同、共同发力。“理响青年”创新探索了“党报+高校+社会(1+1+N)”的内容生产模式,既面向青年,又依靠青年,形成了“全维度生产、全方位共享、全媒体传播”的新格局。

持续推进媒校联动,抓住“高校”这个“1”。“理响青年”上线以来,共吸引了市内外50余所高校青年学生和青年教师参与,形成了集“青年学生参与、青年教师指导、理论编辑审核”于一体的团队合作模式。在理论视频选题、文案写作、拍摄剪辑、发布等全流程做好把关工作,既实现媒校联动,又保证内容的安全生产,打造了媒体、学校、社会协同高效的理论宣传共同体。

拓展理论传播阵地,壮大“社会”这个“N”。在持续发力媒校联动的基础上,“理响青年”不断扩大“1+1+N”内容生产模式的“N”,拓展党的创新理论传播的社会阵地。截至目前,栏目已与长安汽车、中冶赛迪、北京大学重庆大数据研究院、重庆两江新区消防救援支队、曾家镇等企业单

位、科研院所、基层合作,传播触角不断延伸。

善用“网言网语”,满足青年群众阅读喜好

推进党的创新理论青年化传播,要抓住青年群体无人不网、无日不网、无时不网的特点,让党的创新理论传播“活”起来、“动”起来、“潮”起来。“理响青年”结合青年群体身边事阐释党的创新理论,使用脍炙人口的“青言青语”“网言网语”,把大道理讲成“小故事”,以事实说话、以案例说话、以青年的切身感受说话,使闻者众、听者信,让“有意义”的理论“有意思”。

采用通俗幽默的“青言青语”。“理响青年”锁定青年群体,善于运用通俗易懂、幽默有趣的“青言青语”,化理论为故事,以故事讲理论,融入青年生活圈、介入青年精神圈里进行传播,实现理论故事化,故事人物化,人物细节化,细节画面化;并注重互动式参与式话语传播,以青年视角讲述党的创新理论,引导青年用户参与。如第一百四十九期《青春红岩》理论MV,以原歌曲拍摄理论MV,语言鲜活、朗朗上口,满足了青年群体的阅读喜好,彰显了理论视频的“青春态”。

采用紧跟热点的“网言网语”。以小切口讲述大主题,用青年话阐释大道理,“理响青年”探索运用“网言网语”,紧跟网络热点,把网络热词、热梗与理论宣传结合起来。如“理响青年”将“热辣滚烫”“飞驰人生”“上大人”等网络热词融入理论视频标题中,刊播了《数字文旅“热辣滚烫”让乡村旅游游起来》《以缤纷生涯教育开启学生“飞驰人生”》等,以吸睛的标题提升了理论视频的点击率和阅读量,让理论更“有意思”。

数字技术赋能,丰富“青春态”理论传播呈现形式

创新开展面向青年群体的网上理论

区县融媒

长三角县级融媒体如何创新传播

□ 李兆友

推动长三角一体化发展,作为重大国家战略,是新时代引领全国高质量发展、完善我国改革开放空间布局、打造我国发展强劲活跃增长极的重大举措。

作为长三角生态绿色一体化发展示范区内的主流媒体,浙江省嘉兴市嘉善县融媒体中心肩负着凝聚长三角一体化高质量发展共识、传播长三角生态绿色一体化发展好声音的重要使命,通过不断加强媒体联动、创新报道形式、软化传播语态等方式,扩大报道声势,营造共情语境,着力提升报道传播力影响力引导力。

从“独奏曲”到“交响乐”

基层融媒体在应对重大主题报道时,往往会遇到选题站位不够高、仅在自家“一亩三分地”里“打转”的痛点,这是其一;其二,融媒专业人才储备不足,难以实现高质量产品持续输出;其三,传播渠道单一,策划报道声势“高开低走”,“独奏曲”唱不响壮大舆论的好声音。基于此,嘉善县融媒体中心创新传播渠道,横向“借船出海”,强化与长三角一体化示范区媒体合作;纵向“乘风破浪”,主动出击,加强与上级媒体通联协作,左右联手,上下联动,壮大策划报道声势,使“独奏曲”变成“交响乐”,扩大报道传播力。

横向“借船出海”就是借助长三角一体化示范区内媒体,通过协同合作,前期共同策划、统一报道理念、形成报道共识,避免了报道作品参差不齐,中期分地分步实施采编,后期同步推出报道,形成报道声势。

2021年9月23日,同为长三角生态绿色一体化发展示范区的嘉善、上海青浦和江苏苏州吴江,三地共同成立长三角区域首个“乡村振兴联盟”。嘉善县融媒体中心联手上海青浦区融媒体中心、江苏苏州吴江区融媒体中心,开展《示范区·共富秀——长三角奔向共同富

裕乡村新景巡游记》的融媒体对农直播活动,共同巡游乡村共富新景。报道团队自觉以“长三角一体化示范区融媒体”概念要求自身,统领整个报道过程,统一服装和标志标识,实现外在表现形式一致,围绕共富主题多地多点穿插,保持了报道作品统一标准、同一水准。基于前期组建活动专班,报道过程中坚持多角度拍摄,实现了一次采集、三地分发、全媒体传播,实现了传播力倍增的良好传播效果。

纵向“乘风破浪”,加强通联协作。长三角区域一体化上升为国家战略,激发了长三角地区的发展动能,区域内一批生态优势转化、绿色创新发展、制度创新等项目成为新闻报道的“富矿”。

央媒、省媒、市媒在各自的平台矩阵,都拥有百万以上用户、千万以上阅读的人气,这是确保通联成效的硬件基础。嘉善县融媒体中心借助央媒、省媒、市媒的大平台带来大流量,加快形成四级媒体联动机制,打造传播矩阵,构建一体化、多渠道的传播平台。

从“灌输式”到“参与式”

做好长三角一体化报道,需要在报道形式上创新,改变传统的“我说你听”的“灌输式”报道形式。

示范区一马当先,整个长三角一体化快马加鞭。4年多来,上海、江苏、浙江、安徽紧扣“一体化”和“高质量”两个关键,寻求质量变革、效率变革和动力变革,形成了一批创新实践成果。嘉善县融媒体中心紧扣“一体化”和“高质量”两个关键词分别策划实施了一个互动式和沉浸式传播场景,获得了良好的传播效果。

互动式传播,共商高质量发展新愿景。作为探路长三角一体化发展的“试验田”和“样板间”,4年多来,三地不断探索在不破行政隶属的前提下,打

破行政边界约束,共建生态绿色一体化发展样本。青吴嘉“两区一县”时空的联通,催生了内在的融合,无界沪苏浙可见可感。嘉善县传媒中心联合12345政务服务热线创办《12345直播间》,每期邀请一位相关部门负责人参与直播问答,在IN嘉善客户端和广播FM99.3午间同步直播,受众可在IN嘉善客户端“手机问政”端口和广播FM99.3官方微博公众号“听嘉善”直播端口实时参与互动。直播中,对长三角一体化示范区跨省域“智慧大脑”让市民无差别共享242项公共数据、示范区医保一体化、互联互通基础设施建设等网民重点关注的领域实时在线问答,获得百姓点赞。

沉浸式传播,共画生态绿色新蓝图。2023年嘉善县传媒中心策划了“萤火虫回‘嘉’计划”第三季主题报道。报道涵盖全媒体传播平台,其中,在新媒体IN嘉善客户端,主题报道页面有一个“掌心萤火虫”的互动小游戏,受众通过互动游戏,移动变换萤火虫的生长生存环境,强化受众对萤火虫这一生态绿色环境“检验官”的认知,从而引导受众在沉浸式小游戏的传播中,共同关注嘉善在长三角生态绿色一体化战略实施后,打造绿色创新发展新高地的新成果。

从“硬新闻”到“软着陆”

基层媒体报道国家重大战略时,会面临站位不够高的挑战,但是,也有“接地气”的独特优势。嘉善县传媒中心为了讲好这些沾泥土、带露珠、冒热气的“一体化”故事,创新地软化报道语态,坚持从群众视角出发,兼顾传播的“道”和“术”,注重“国家大事”和“身边小事”的有效结合,提升传播引导力。

注重群众视角,“身边小事”折射“国家大事”。县级融媒体报道只有围绕百姓关心的民生热点、痛点、堵点来做

文章,才能真切地宣传政策、发现问题、传递民意、关注进程、展示成果。

2024年3月,嘉善县传媒中心在“嘉善发布”微信公众号、IN嘉善客户端、“地嘉人善”抖音号、电视、报纸同步推出,以人物自述形式采制系列短视频和图文,小切口体现长三角一体化带来的真切变化。通过采访青浦和嘉善交界处姚庄镇的边界河长,以跨界水体从“三不管”到“联手治”的变化,体现跨界水体联保共治机制的效用;通过采访横港村村民,以村民参与乡村整治的获得感、幸福感,体现乡村绿色积分治理机制的运行模式。

立足本地优势,获得百姓点赞。县级融媒体要立足本地优势,挖掘自身特色的历史、文化、经济、地理资源,把“国家大事”化作“身边小事”。2023年11月1日,恰逢示范区挂牌4年的时间节点,为了报道好示范区挂牌4年来的成效,嘉善县传媒中心推出《试验田里的“新物种”》系列报道,乍一看以为是农业大田里发现了什么“新物种”,报道的对象却是我我身边的街坊邻居的“身边小事”。例如,钱老伯本来在上海工作,退休后回到嘉善养老,持一张“敬老通”卡就能在嘉善农食住行游实现“同城待遇”。报道讲的是一体化示范区深耕一体化制度创新试验田,为生态优势转化新标杆、绿色创新发展新高地、人与自然和谐宜居新典范提供有力支撑,孕育出一大批生态绿色一体化发展的“新物种”,把“大”事化“小”,展现的是这片试验田里的新事物、新思路、新路径、新希望。

如何在融媒新时代高质量地报道“长三角一体化”重大选题,考验的是媒体的融合效果、策划能力和报道实力。县级融媒体要认清自身的使命要求,创新传播渠道、报道形式、报道语态,柔性化传播,也能以“一域”折射“全局”,获得良好的传播效果。