

舆情大数据

微博账号影响力周排行 (10月6日—10月12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: 排名, 微博昵称, 活跃指数, 影响力(BI). Lists top media organizations 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: 排名, 微博昵称, 活跃指数, 影响力(BI). Lists regional media organizations like 芒果TV, 北京时间, etc.

数据来源:微热点研究院 制表:王书亮

媒情媒事

长江日报社开辟月度发行新途径

走近群众重建社区链接

□李炜

随着传播方式和阅读习惯的改变,党报的发行工作面临越来越大的挑战。如何巩固发行阵地,提升媒体品牌影响力...

今年4月以来,长江日报出版发行公司经过市场调研和资源梳理,决定启动“《长江日报》社区行、共同缔造办实事”项目...

社区行对党报而言,可以进一步密切与群众的联系,提升报纸在社区尤其是老年人群的影响力与打开率...

社区行实现多方共赢

传统的党报发行模式,通常都是年底等政策,等饭吃的日子存在极大不确定性。党报发行工作要想实现增长,必须在月度征订上寻求突破...

湖北省委多次会议强调,“开展美好环境与幸福生活共同缔造,是提升基层治理体系和治理能力现代化水平,探索推进中国式现代化湖北实践的奠基性工程”...

项目启动后,只要天气条件允许,每到双休日,武汉总有社区的广场上会呈现一派忙碌的景象:政府部门和爱心企业服务台一字排开,现场人头攒动,热闹非凡...

每场社区行活动,长江日报社通过直播、视频及图文报道,进行全媒体呈现。



▲4月20日,《长江日报》社区行首场活动,人气爆棚。

▲社区行现场抽奖环节,小朋友翘首以盼。

形成一套运作体系

社区行项目是长江日报出版发行公司为改变传统经营方式、提升自身服务能力和产品供给能力而搭建的一个社区服务平台,实现社区由“不好进”到“受欢迎”、读者由“见不着”到“常见面”的转变...

社区行项目是长江日报出版发行公司为改变传统经营方式、提升自身服务能力和产品供给能力而搭建的一个社区服务平台,实现社区由“不好进”到“受欢迎”、读者由“见不着”到“常见面”的转变...

社区行项目是长江日报出版发行公司为改变传统经营方式、提升自身服务能力和产品供给能力而搭建的一个社区服务平台,实现社区由“不好进”到“受欢迎”、读者由“见不着”到“常见面”的转变...

街头“小摩擦”如何成为点燃善意的超级传播

□涂孝丰

在移动互联网时代,城市街道的一场微“小摩擦”,极有可能被推上网络的风口浪尖而演变成众人瞩目的焦点。这些“小摩擦”或者“小冲突”,以其生动的现场感和不可预测的发展走向,总能迅速捕获公众的好奇心...

以“杭州日报”官方微信视频号报道的一次街头“摩擦”为例,一名外卖小哥因交通违法与交警发生了“小冲突”,这本是一起普通的执法事件,但随后的发展却远超预期...

面对街头“摩擦”或者“冲突”,主流媒体不但不应该回避,还要做好情感凝聚与传递的载体,主动切入社会普遍情绪,为受众提供信息增量和价值判断,肩负起价值引领的使命。

街头“小摩擦”引关注

“杭州日报”官方微信视频号发布的《杭州小伙突发疾病,浑身抽搐,别叫120,求你了!交警两个字瞬间让他破防》“火出圈”,视频达到了2500万播放量。

“摩擦”是这样发生的:一位年轻的外卖小哥涉交通违法,被交警发现后叫停并现场进行处理,小哥当时的情绪是既紧张又愧疚,采取了不配合、围观的群众越来越多,有不少人对小哥进行指责,也有一部分人同情小哥进而抱怨交警“不近人情”...

气、站立不稳,人群发出阵阵惊呼,交警马上靠近察看,并且帮他叫来救护车先送医。然而局面却出现又一次“僵化”,小哥因为囊中羞涩而拒绝上车,僵持不下时他大吼一声“我没钱”,不料执法的交警迅速回吼了他一声“我有”,小哥一怔,然后在围观群众的劝说之下上了救护车。

杭州日报社记者及时介入,在拿到相关监控视频的基础上,仔细采访了双方当事人和目击事情发生的商户,围观路人,补上完整的后续,让事情的脉络更加清晰:在交警的“我有”吼声中,外卖小哥像一意识到做错事的小弟弟,乖乖地上了救护车,交警扶了他一把,然后往他口袋里塞进500块钱,小哥先用手挡回去,交警又“凶”了他一句,“拿着,有钱了再还我”。当天晚上,小哥看完病找到交警队,把没用完的300元给门卫让他转交给交警,然后迅速消失在夜色中。

根据监控素材剪辑的《杭州小伙突发疾病,浑身抽搐:别叫120,求你了!交警两个字瞬间让他破防》视频达到了2500万播放量,交警那两句“我有”“拿着,有钱了再还我”被网友称为“杭州交警用最硬硬的语气吼出了最温暖的话”。人民日报等央媒迅速转载,助力这段视频“火出圈”。

大传播背后有原因

这是一幕非常常见的街头“小冲突”,一方是象征公权力的执法者交警,另一方则是风里来雨里去的外卖小哥。所以,全程都会有在旁议论纷纷选择不同“站队”的“吃瓜群众”。

街头“小冲突”之所以能够引发如此广泛的关注,不仅在于其本身的戏剧性,更在于它所触及的社会问题和情感共鸣,譬如欺负弱小、不公平等问题。这些内容很容易触动受众敏感柔软的神经,引发情绪共鸣。同时,由于街头“冲突”往往伴随着激烈的场面和生动的视觉元素,也给了一些别有用心自媒体以“加工”的机会,他们会故意忽略一些细节,

又放大某些内容,为了流量加剧“冲突”。但是,这则视频里,作为党媒机构的新媒体平台,第一时间提供真实客观、观点鲜明的信息内容,用事实说话,让谣言止于真相;同时,针对社会舆情热点随时发生或裂变的传播新特点,努力做到敢于亮剑、及时发声、引导舆论。

交警和外卖小哥虽然素不相识,但温情和爱是人类共通的情感。视频下方的留言里,不少网友表示被看哭,他们留言道:“有时候,这种生活的无力感自己也感同身受,这才是真实的‘人世间的’。”“杭州交警叔叔了不起,既公正执法,又保留了外卖小哥的体面和自尊”“生活不易,人情温暖”……

如何报道要思考

在报道这类街头“小摩擦”事件时,主流媒体要做到不缺位、不失语、能引领。

首先,主流媒体要迅速响应并获取第一手资料,以确保报道的准确性和时效性。其次,要通过深入地采访和还原,挖掘事件背后的故事和细节,以丰富报道的层次和深度。再次,媒体在报道时还应承担起社会责任,引导公众理性看待这类事件。在呈现“冲突”的同时,也要展现人性中的温情与善良,传递正能量。最后,对于自媒体可能存在的误导性报道,主流媒体应及时发声,澄清事实真相,维护信息的准确性。

兵贵神速,打配合战。得知这条关键线索后,跑线记者预判这个事情背后有新闻价值。他迅速行动起来,第一时间与相关部门沟通,要求获取事发时的监控素材。新媒体时代,速度就是生命。跑线记者将获取的监控视频迅速交给了新媒体平台的编辑团队,让他们立即进行剪辑和处理。同时他立即联系事件的当事人,通过核实和采访,还原事件的来龙去脉,以便挖掘出更多背后的故事和细节。

对此类突发事件进行报道时,要兼顾时效与质量,一个高效团队与完美联

成员职责,设计宣传报道方向和计划;中期执行阶段,按照活动方案,布置活动场地,进行宣传推广,组织彩排排练,准备应急预案,统筹进度进展;后期总结阶段,对活动效果进行评估,总结经验教训,为后续活动提供参考,整理相关资料,为日后查阅利用提供便利。

搭建服务银发经济平台

官方数据显示,武汉市60岁以上户籍老年人已达218.88万,占户籍总人口的23.05%。武汉市正积极应对人口老龄化,围绕老年群体的衣食住行开展开产业发展,大力发展新质生产力,为银发经济产业集聚搭建广阔舞台。社区行给长江日报社的月度征订工作带来了明显的增长,社区行的舞台还很大,社区可以开拓的空间还很大。

从社区行目前在老年群体的受欢迎程度来看,老年生活服务平台将是未来的努力方向。长江日报出版发行公司对社区行的延伸服务展望是:与康养产业深度融合。即通过两至三年的线下深耕,积累优质老年客户群,依托内容输出优势,嫁接外部技术和渠道资源,逐步形成一系列的健康产品和服务,实现产业变现。

在此期间,与不同的合作伙伴联合策划社区健康传播平台、健康管理平台、基层医疗智库服务平台等,积累经验,蓄势打造武汉最大的中老年生活服务平台。建立多个联合服务中心(或健康养老驿站),服务长者家庭,如生命预防、健康管理、慢病调理、国医特膳、文旅旅居、生物技术、财富传承、适老化改造、智慧安防等,让更多老年人足不出户就能享受到便捷的服务。社区行活动重点聚焦老年群体,围绕乐活、乐学、乐购、乐游等领域开展了诸如广场舞、千喜宴、康群体验、包机旅游、老年学堂等适合老年群体的各类活动,并破冰试水康养产业,优质服务“老”群体。

总之,《长江日报》社区行通过活动营销服务社区居民,增强报道、读者、职能部门和商家之间的黏性,助推发行经营工作,积极投身武汉的银发经济发展,实现社会效益和经济效益双丰收。

街头“小摩擦”如何成为点燃善意的超级传播

动的机制显得至关重要。这个团队必须具备快速响应的能力,团队成员需要各司其职、密切配合,以确保采访、写作、编辑和发布等各个环节能够紧密衔接,从而迅速地将热点新闻发布并传播出去。这是一场配合战,环环相扣,不容有失。兵贵神速,只有迅速、准确地传递信息,才能赢得公众的关注和信赖。

挖掘真相,敢于亮剑。新闻的本质是事实的呈现,真实性无疑是新闻报道的基石,所以作为记者,在报道街头“小冲突”时需要保持客观、公正和负责任的态度,力求获取多方信息,避免片面报道,还原事件的真实面貌。这是对事实的尊重,也是对受众情感的尊重。

有一些声音认为,街头“小冲突”就是鸡毛蒜皮,主流媒体不应该陷于这种既“不好”又“不安全”的琐事中去。如果“怕不安全”而把这块阵地拱手让给社交媒体,权威声音不及时到场,谣言流言就会满天飞。做好包括街头“冲突”在内的突发报道,对党报的新媒体来说,是必打的硬仗,也是应尽的责任。主流媒体还要充分利用各新媒体平台传播快、影响面广的优势进行权威发声,客观呈现事件进展,有效引导舆论。

善用热点,引发共鸣。如果说互联网传播是“流量密码”的话,那么共情恐怕就是“不二法门”了。共情作为最有效的传播手段,能够强化人与人之间的情感共鸣和信任。所以这场“小冲突”因其真实性触动了众多人的心弦,使他们在当事人身上看到了自己的影子——自尊而又倔强的打工仔,从而产生感情共鸣。报道街头“冲突”时,记者不仅是信息的传递者,也是情感的桥梁。用文字、图片、视频将现场的真实情感传递给受众,让人们在了解事实的同时,真切感受到生活的温度。

总之,街头“小冲突”作为社会现象的缩影,其背后所蕴含的社会意义和情感价值值得媒体深入挖掘和报道。通过真实、客观、深入的新闻报道,可以为公众提供一个了解社会、理解人性的窗口,同时也能推动社会的进步和发展。