

地方广电媒体如何打造微博传播力

——浙江经视孵化“浙样红TV”的实践探索

沈泉石

摘要：随着网络媒体的快速发展，传统媒体的生存挑战变得越加激烈，地方广电媒体则面临更大危机。在媒介融合的大趋势下，地方广电媒体需要更加积极主动拥抱新媒体，利用好新媒体。本文以浙江经视微博号“浙样红TV”为例，通过微博运营实践中经验教训的梳理分析，以期提供对地方广电媒体微博运营的些许参考和借鉴。

关键词：微博传播力 短视频 地方广电 浙样红TV

随着媒介融合、5G应用、移动互联网的发展，传播模式早已发生了翻天覆地的变化。以广播电视、报刊为主要传播形式的传统媒体日渐式微，一些媒体正在寻求互联网化的转型，并取得了一些有益的成果。而作为地方媒体，由于受众面受限、资本技术能力受限、传统思维无法突破等主客观因素的制约，在互联网的冲击下，更是举步维艰。因此，地方媒体更应该加快转型的进度。

短视频近年来取得了飞速发展，无论是中央媒体、地方媒体还是商业媒体，涌现出了“央视频”“梨视频”“新京报我们视频”“时间视频”等具有影响力的新闻资讯类短视频项目。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年6月，我国短视频用户规模达8.18亿。在网络新闻领域，短视频改变新闻叙事方式，拓宽新闻报道渠道，创新新闻传播方式。^①

“浙样红TV”作为浙江电视台经济生活频道孵化的新媒体产品，登陆微博、抖音、百家号、头条号等几乎全部的主流互联网资讯平台，在地方广电媒体媒介融合发展过程中，取得了一些经验。目前，微博仍然是我国重要的舆论场，“浙样红TV”尤其注重微博平台账号传播力影响



力打造。在实践中，发挥广电媒体的优势，将自身定位为以短视频的新闻资讯类新媒体，在一年多的时间内，粉丝数量从十几万增长到260余万，打造出了众多爆款短视频、爆款“热搜”。

一、坚持原创为主，打造精品内容

微博作为一个自媒体平台，理论上每个人都有平等的发言机会，但大V往往拥有更多的粉丝，因此更具影响力。“浙样红TV”作为浙江经视的官方账号，在微博平台上，实际上是在和众多普通网友、大V、其他传统媒体以及新兴自媒体争夺话语权，看似平等交流，但专业媒体在新闻传播的专业性上，明显有强大的优势。

目前，传统媒体的微博账号，按照发布内容分主要有两类，一类以坚持原创内容为主，一类以转载转发为主。新闻媒体的传播力主要体现在时效性和专业性等方面，因此，坚持原创为主往往会取得更好的传播效果。

“浙样红TV”主要以浙江经视《经视新闻》栏目为依托。《经视新闻》是浙江省内一档具备较大影响力的民生新闻栏目，有着专业的采编团队和先进的技术条件。以此为依托，“浙样红TV”可以获得一手的新闻线索、新闻素

材,以及专业的新闻报道成果。

2020年10月1日,国庆中秋小长假第一天,《经视新闻》记者暗访杭州火车东站拉客乱象。记者调查发现,杭州火车东站出站口存在住宿、一日游、长途大巴等非法拉客问题,相关报道《#杭州东站拉客乱象#到台州叫价180,网络售票只要113》于10月2日上午在“浙样红TV”微博发布,当天杭州东站管委会负责人注意到相关舆情,便迅速展开行动,联合公安、运管、城管等多部门联合执法,并作出相应整改方案,回应社会关切。10月2日当天,根据杭州火车东站管委会的最新反馈,“浙样红TV”微博又发布短视频报道《杭州东站5名非法拉客者被拘留 处理67人!》。

两篇报道不仅取得了良好的社会效果,也借助微博平台,扩大了影响力。其中《杭州东站5名非法拉客者被拘留 处理67人!》获得超过20万次的播放量,100余条评论被广泛转发。在与网友评论互动中,记者又获得了杭州汽车客运中心、汽车北站、城站火车站、萧山机场等非法拉客的线索。

可以说,精品原创内容的发布,让微博不仅扩大了节目的影响力增强了吸引力,取得良好的社会效果和传播效果,而且为媒体拓展有价值的新闻报道线索来源提供了平台,创造了条件。

二、讲好本地故事,扩大全国影响

面对网络新媒体的冲击,地方传统媒体在受众的获取方面,有着天然的劣势。对于地方广电媒体来说,由于无法上星面向全国观众,传播受众就局限在了一省、一市或一个县。在新媒体的冲击之下,传统媒体越来越式微。因此传统媒体更应该借助新媒体,打造全国影响力。如前所述,地方传统媒体在危机之中,也有自身优势,因此更应该立足区域讲好本地故事,同时将本地故事传递到全国,扩大全国影响力。

2020年9月12日,“浙样红TV”发布一条短视频微博《姑娘被卷入公交车底 杭州市民30秒抬车救人》,发布不久就获得了“@人民日报”微博账号的转发,短时间内视频播放量近300万次,获得100多条转发评论。有网友评论称,“杭州,温暖的城市!”“为我大杭州点赞”“杭州的风范,要赞”。4月26日,“浙样红TV”

发布一条同样是正能量的短视频微博——《杭州私家车教科书式让道消防车 大家好样的!》,获得了4700余次的点赞,300多条评论。

正能量的新闻不仅能够取得良好的社会效益,提升城市形象,更能振奋人心,同时取得良好的传播效果,让本地热点成为全国热点。西湖风景区作为杭州亮丽的城市名片,在全国有着非常高的知名度,西湖边发生的新闻,往往也会成为全国热点。“浙样红TV”利用西湖做文章,陆续发布《游客掉进西湖 义警救人累瘫被送进重症监护室》《西湖清剿福寿螺 因不好吃泛滥成灾》《西湖边需要装护栏吗? 市民:几千年来都没护栏!》等视频新闻,同样取得了很好的社会效益和传播效果。因此,地方广电媒体更应该立足于地方特色,挖掘地方好新闻,利用微博等新媒体平台,把当地的好故事传播到全国去。

三、善于打造热搜,转变传统文风

“热搜”是微博平台的一种推荐内容机制,“热搜榜”则是微博在特定时间段内被大量搜索和关注的热点事件或热点词汇的排名。据介绍,微博热搜榜既有计算机算法推荐,也有人工编辑推荐。今年以来,微博又推出了新的应用——“区域热搜”。区域热搜通过和地方媒体的合作,进行内容的精准推送,以此来打通区域媒体流量上升通路,引爆优质内容。传播学“议程设置理论”认为,传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种议题不同程度的显著性的方式,影响着人们对周围世界的大事及重要性的判断。^②可以说,微博热搜也是一种议程设置机制,媒体传播力的提升,更不能忽略热搜工具的使用。

“浙样红TV”每天都会向区域热搜投稿,以获取更多流量以及展示机会。如在2020年8月4日,第4号台风“黑格比”登陆温州乐清期间,“浙样红TV”一天就打造三个区域热搜,分别是#高层住宅阳台被台风吹跑#、#台州停运多年摩天轮被台风吹动#、#乐清内涝俩小伙泡水中等公交#。其中,仅#高层住宅阳台被台风吹跑#话题阅读量就接近400万次,视频播放量也超过100万次。此外,在2019年7月份“章子欣小朋友失联事件”中,“浙样红TV”的报道也受到了全国网友的广泛关注,相关话题#失联女童曾说我要回家#一度登上全国热搜榜第一名,话题阅

阅读量超过7亿，视频播放量超过2400万次。

如何打造热搜，不可忽略的就是转变传统文风的问题。转变传统文风应从两方面来重点探讨，一是要注重微博文案的精细编辑；二是要注意微博话题的精心设立。在微博兴起之初，一个重要的特征就是每条微博字数限定在140字以内，虽然后期开放了这一限制，但短小精悍依旧是微博的精髓所在。作为以短视频为主要内容的微博号，“浙样红TV”不仅注重视频质量，微博文本编辑则显得更为重要。

实际上，微博文本就相当于电视新闻的导语，因此一些微博编辑就会陷入误区，以为把电视新闻的导语直接复制过去就可以了。而在实践过程中就会发现，电视新闻的导语是适应电视新闻口播的文本，微博则需要微博的话语方式。如果没有一个好的微博文本，很可能会让一个好新闻淹没在浩如烟海的信息之中，不能够触及网友的兴趣点。另一方面，微博话题创作需要把新闻内容高度浓缩，归纳提炼。微博话题要起到类似于标题的作用，要将新闻事实中最重要的部分表达出来，让受众一目了然，只看话题就能够大概了解新闻内容，从而吸引受众阅读。

如上文举例，在台风“黑格比”登陆期间，“浙样红TV”发送微博：“【#浙江# #台州停运多年摩天轮被台风吹动#】截止今早9时，台风‘黑格比’过境台州，中心最大风力11级。台州最大的摩天轮‘台州之眼’已停运多年，在狂风的作用下，又转动了起来。”全文内容85个字，话题#台州停运多年摩天轮被台风吹动#，将最主要的新闻事实以及台风与停运多年摩天轮的喜剧对比概括清楚，正文则用较为简略的语言，将新闻要素交代清楚，而视频内容则是台风吹动摩天轮的画面。因此可以说，精彩凝练的文本与稀缺难得的视频画面缺一不可，两者紧密结合才能够点燃网友的阅读兴趣，从而提升传播效果。

四、利用网络直播，发挥广电优势

如今，网络直播成为了一个热点话题。随着网络技术的发展，越来越多的人当起“主播”，直播内容、直播形式也是五花八门，而在微博平台，新闻资讯类的直播则占据着重要地位。广电媒体利用微博提升传播力，更应该利

用好微博直播。虽然现在网络直播的技术门槛非常低，但广电媒体有着专业的出镜记者、主持人，以及更加专业的直播设备和技术条件，这是传统广电应该发挥的优势。

对于直播内容的选择，除了将浙江经视日常节目以及各种活动、发布会的内容搬到微博直播之外，更值得探讨的则是重大突发新闻的微博直播和主题直播报道的策划。

首先，重大突发新闻的报道应该利用好微博直播。2020年7月7日，受上游洪水影响，新安江水库时隔9年之后再次泄洪，灾情受到了全国关注。当天，“浙样红TV”派出多路记者，在微博平台进行直播报道。从大坝泄洪口开闸瞬间，到下游防灾减灾工作，都进行了全面的介绍。而在2019年5月10日晚10点半左右，杭州庆春路一人行天桥被工程车撞击垮塌，不仅受到了杭州市民关注，也迅速成为全国热点。接到新闻线索虽然已是下班时间，但“浙样红TV”仍然第一时间派出多路记者赶赴现场，在深夜中进行了近两个小时的微博直播，同时配合短视频、文字信息进行滚动报道。

其次，地方广电也要善于策划微博直播主题报道。2020年国庆中秋假期期间，“浙样红TV”策划主题微博直播报道——#小康生活 康康“浙”里#。长假期间，每天都有一名记者拿起手机，通过慢直播的形式，介绍杭州建德乾潭镇、富阳大源蒋家村、“全面小康建设示范村”梅家坞、湖州莫干山镇四合村等当地居民的小康生活。在2020年8月高温期间，“浙样红TV”也策划了#烈日下的坚守#系列微博直播报道，记者跟随执勤民警、快递小哥、道路养护工、杭州亚运会场馆建筑工人等户外工作者一起走上工作岗位，通过微博直播其工作场景与工作内容，表达了对这些战高温户外工作者的礼赞和致敬。

参考文献：

①中国互联网络信息中心：《第32次中国互联网络发展状况统计报告》，http://cnnic.cn/gym-wm/xwzx/rdxw/202009/t20200929_71255.htm。

②郭庆光：《传播学教程》第193~197页，中国人民大学出版社2011年版。

（作者单位：浙江电视台经济生活频道）