

电视新闻微信公众号 标题制作探析

李正苗

摘要:随着传统媒体与新媒体的不断融合,微信公众号已成为传统媒体与新媒体融合的标配,人们从媒体新闻微信公众号获取新闻资讯已成为一个重要途经。与传统的电视新闻相比,电视新闻微信公众号推送的新闻标题制作有自身的特点和制作要求:新闻微信公众号的标题可以适当照应人的潜意识需求;结合公众号的特色和内容需求,利用本地元素或社会热点,制作一些读者喜闻乐见的标题;还可以制作一些标新立异的标题吸引读者。

关键词:电视新闻 微信公众号 标题制作

微信自从2011年1月21日正式上线以来,已成为全民级移动社交工具。据腾讯公布的2019年二季度数据显示:今年一季度微信及WeChat的合并月活跃账户数达11.3亿,同比增长7%。微信公众号数量超过2000万个。在这浩瀚如烟的信息海洋里,如何让读者依靠直觉判断就能产生阅读欲望和情感共鸣,微信公众号的标题显得尤为重要。

题好一半文,对于微信公众号推送的新闻更是如此。据网上一项调查显示:一个好的标题,至少能提升文章30%以上的阅读量。微信推送的新闻,怎么才能写出一个好的标题呢?笔者结合自己从事新闻记者和微

信公众号编辑的工作,以丽水广播电视总台旗下的《丽水新闻》《老白谈天》两档电视新闻的微信公众号为例,就新闻微信公众号标题制作粗浅地谈自己的实践和思考。

一、适当照应人的潜意识需求

当读者打开微信公众号时,首先看到的是标题,标题是否有情、有趣、有味、有用,决定了人们是否会做进一步点击阅读这个操作,完全是受众一刹那的冲动,这种冲动我们可以理解为人的潜意识需求,好奇心、金钱、自我提升、自我愉悦、甚至窥私欲等等,这些都是人潜意识里的需求。^①我们在制作新闻微信标题的时候,可以适当照应人的潜意识需求,吸引受众点击阅读。

(一)运用悬疑句式增强吸引力

传统电视新闻标题常常是全文重点信息的概况,而微信公众号推送的新闻要根据人们在移动端的信息阅读习惯,在制作标题时通过提问或反问的方式以及“点到为止”的文字描述,营造出一种“犹抱琵琶半遮面”的阅读情境,在标题中制造悬念,令读者产生好奇心理,从而引导其点击标题进一步深入阅读,以此增加文章主体的点击率和阅读量。^②比如:2019年2月13日的丽水新闻公众号推送了《超燃!新台阶 新跨越!胡海峰4分钟现场音说了啥?》,这是一篇

报道丽水市委书记胡海峰在丽水“两山”发展大会上发言的新闻。这条电视重大新闻经过改编,标题用了一个提问句,陡然增加了读者的好奇,微信推送后,不到8小时突破10万+,最终单条阅读量达19万+。而在当天的电视新闻里,同样的新闻,标题用的是《丽水市“两山”发展大会今天召开》,这个标题就是从新闻基本事实入手,“何时”“何地”“何事”,让观众一目了然,与微信公众号的标题有着明显的区别。

(二)使用省略号代替关键的新闻要素

电视新闻标题一般会包含新闻中的人物、事件、地点等新闻要素,而微信新闻的标题,对新闻中的关键要素用省略号来代替,省略的可以是新闻事件中的人物,也可以是新闻事件中的原因,也可以是新闻事件的内容,^③以此来设置悬念。比如《严查!丽水交警一晚查处4676起交通违法!最多的是……》,巧妙地将最多的交通违法行为隐藏,用省略号代替,引起了读者的好奇。

二、凸显公众号的特色和内容需求

(一)突出本地元素

地方台新闻最大的优势是本地元素,本地元素是对新闻“接近性”的最好实践,离读者身边越近、关系越密切,就越容易被关注,新闻价值也就越大。因

此,在进行微信新闻标题的制作时,可以凸显本地元素。这个本地元素,可以是本地的名人、本地的方言和其他与本地有关事物。^④在微信新闻标题中凸显这一新闻事实中令人关切的元素,无疑能增加新闻的点击率。今年3月31日,2019丽水超级马拉松赛在丽水举行,从丽水走出去的世界羽皇、中国奥委会副主席李玲蔚回丽水参加本次赛事。对于在外闯荡多年的李玲蔚,丽水人还记得那一口丽(li)水(su)话(wo)吗?针对小伙伴们的疑问,李玲蔚在“超马”现场愉快地跟大家“勺”(丽水话,意“聊天”的意思)起了丽水话。《丽水新闻》微信公众号紧紧抓住丽水名人、丽水话这一本地元素,做了一条《李玲蔚“勺”丽(li)水(su)话(wo)》!微信,引起了大家的共鸣,阅读量半天就突破5万+。

(二)标题口语化,用简洁的方式传递信息

电视新闻标题一般都比较中规中矩,而微信新闻标题为了适应互联网时代人们阅读方式的改变,制作上尽量避免诘屈聱牙、难读拗口的新闻标题,多使用与读者平等对话的口语化表述以营造出一种亲切随意的阅读情境,吸引读者点击阅读,这样的标题也有助于微信新闻取得较好的传播效果。

新华社微信公众号曾有一篇非常走红的稿子——《刚刚,沙特王储被废了》,这篇稿件的走红主要靠的就是这一非常口语化的标题。事实上,在新媒体时代,好的微信标题绝大多数是口语化的。我们在拟标题时,不妨把读者当成自己的亲朋好友,当我们突然知道了一件大事,非常想告诉他们。这时,我们脱口而出的话往往就是最好的标题。

特别是一些时政新闻,如果我们使用口语化的阐述方式,用通俗易懂的口语往往可以避免读者对时政新闻的排斥心理。比如:《刚刚,胡海峰发布12字“浙西南革命精神”表述语!》,使用的也是“刚刚体”,微信推送后,阅读量达到了8万+。后台大量评论都在说“刚刚一出,必有大事”“一看到‘刚刚’我就点进来了”,这条微信收到了非常好的传播效果。而在电视《丽水新闻》里,标题用的是《胡海峰在杭发布“浙西南革命精神”内涵表述语:忠诚使命 求是挺进植根人民》,与微信里的标题相比,就显得中规中矩了。

(三)蹭热度,进而蹭流量

这个“热度”,可以是流行的网络语言,可以是当下的热词,也可以是一些耳熟能详或者最近较为红火的歌曲、电影电视剧或其他元素的代入。“蹭热度”是新媒体营销中一个比较常见的方式,“热词”“热搜”等热点人群效应更能快速吸引眼球,“蹭”到不少流量。《苏大强又给子女找事了!丽水山耕“亮了”》,就是蹭了电视剧《都挺好》的热播。《今天,这场“激情与速度”的竞赛在丽水开跑!》,套用的是热门电影《激情与速度》。这些“蹭热度”的标题凸显了时代感,点击量都过万。而这些“蹭热度”、网络热词在电视新闻标题中只是偶尔出现,使用的频率并不高。

三、标新立异,避免中规中矩

除了上述一些比较套路的做法,给微信新闻取标题有时候也可以不按套路出牌。不过,这必须建立在良好的粉丝互动基础上,因为它靠的是读者对文章稳定的期待,和对新媒体品牌的

强烈认同以及对作者的情感依赖。

(一)将标题制作成与读者互动的话题

比如,新华社有一篇通稿,由于话题不具有“流量担当”,新华社很巧妙地使用了一个非常有意思的标题——《不好意思,今天的文章实在想不出好标题了……》,文章最后还动员读者开动脑筋给文章取标题。没想到一个冷门的话题最后变成了“10万+”,还转化为一个很好的互动活动。

这种标题在我们两档电视新闻的微信公众号里也使用过几次,比如《我们很遗憾地告诉大家……》《我们很高兴地告诉大家……》等等,都是活动通知类的,阅读量都非常高。在电视新闻标题里,语句和语法修辞上比较严格,这样的标题在电视新闻里是不可能看到的。

(二)利用幽默、对仗、谐音,提高标题趣味性

在电视新闻里,标题以写实为强,微信新闻标题不同于电视新闻的严谨和庄重,因此微信新闻标题在制作上可以写意突出,通过采用轻松幽默、谐音等方法,让标题显得生动活泼。这些标新立异、生动有趣的标题,极易在人群中传播。

《今天终于分了》(《老白谈天》,2019年7月19日)这是一则报道丽水市区城西公租房抽签分到户的新闻,读者第一眼看到这个标题心里肯定是想今天谁分手了?但是点进去一看才明白原来是公租房分到户了。《丽水再次“领鲜”!全国第一!》,讲的是丽水水、气环境质量全国前十,用“领先”与“领鲜”谐音,也获得了很好的传播效果。《丽水“出海”了!》《“飞

雁”要从丽水飞走了》等等都有异曲同工之妙。

最后,需要强调一点的是,作为主流媒体的微信公众号,在标题制作上,除了追求引人眼球以外,更重要的是要做实、做好内容,“内容为王”永不过时。读者订阅一个新闻微信公众号,选择的标准之一就是公众号的影响力和权威性,这两个特点代表着高质量的内容。^⑤所以微信公众号推送的新闻在制作标题时要结合内容,特别是一些时事政治,和关系到人民群众切身利益的敏感话题,需要格外注意,多

些真实严谨,少些夸张渲染,制作一个既符合内容又有特色的标题,不靠“标题党”取胜。只有这样,我们才能不断吸引读者,增加电视新闻微信公众号自身的权威性和公信力。

注释:

①妙所,《如何写出10万+的公众号文章标题?》[Z]. <https://www.jianshu.com/u/15e788c6be25>

②夏临,《浅阅浅谈媒体微信公众号新闻议题选择和标题制作原则》[J]. 媒介研究,2017

年,第1期:121

③迟昕,《主流媒体移动端新闻标题特点研究——以<人民日报>、央视新闻微信公众号为例》[J]. 科技传播,2016年,第8期:110

④陈丰,《微信新闻“个性化”标题初探》[J]. 视听纵横,2018年,第3期

⑤王琬,浅议新媒体时代新闻“标题党”现象——以微信公众号为例[J]. 新闻研究导刊,2016(10):327.

(作者单位:丽水市广播电视总台)