

省级党报新闻客户端传播力提升策略

刘书宏

摘要 省级党报新闻客户端传播力的高低和其内容、用户紧密相关。当今平台竞争愈发激烈，急需提升其传播力。强化内容生产、深耕用户社群、增强多方联动是传播力提升的主要策略。

关键词 省级党报；新闻客户端；传播力

中图分类号 G2 **文献标识码** A **文章编号** 2096-0360(2020)03-0036-02

DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2020.03.011

2018年12月10日，青海日报客户端上线，标志着全国31个省市、自治区、直辖市的省级党报都有了新闻客户端。但在当今这个以移动互联为显著特征，平台媒体化、媒体平台化成为新闻业主要趋势的时代，新闻客户端传播力的建构与提升面临着更高的要求：既要打磨整合与传播信息的能力，又要寻求与用户互动及与其他媒体、平台间的联动。本文拟从这三个方面探讨省级党报新闻客户端传播力提升策略。

1 立足平台优势，推动内容生产供给侧改革

省级党报新闻客户端传播力的高低是由其内容的多少与优劣决定的。“内容为王”是新闻传播业颠扑不破的真理。无论是生发于互联网时代，由互联网企业主导的平台，还是作为传统媒体转型的成果而打造的平台，都必定拥有海量的内容资源与可持续的内容生产能力，这是一个平台生存与发展的根基。

1.1 整合内容资源，打造优质产品

省级党报新闻客户端应审视自身的优势资源与优势生产力所在，着力将资金、技术、人才、设备等资源要素大量投入优势领域，将资源优势转化为竞争优势。以“上海观察”为例，“上海观察”是解放日报报业集团的新媒体客户端，其背后有着解放日报众多专业记者与编辑作为班底，这些记者与编辑依据自身优秀的新闻功底，从不寻常的角度剖析新闻事件，赋予其强大的传播力，以此带动“上海观察”整体的传播力发展。此外，随着传受互动的格局不断向纵深发展，用户的自主内容生产意识与生产能力冲破了原有的技术、理念、机制桎梏，近年来涌现出大量优秀的UGC（用户自制内容）作品。这启示平台打造开放型的内容生产机制，重视

用户自制与专业自制内容，充分运用平台的推荐手段打造一批优秀内容生产用户，让创造优质内容的源泉充分涌流。“新湖南”的“目击者”栏目便是其客户端平台提供给用户与专业人士的自主创作与发布空间，为了增加用户积极性，“新湖南”为“目击者”栏目开设了短视频大赛，每月评选一期，对优质内容的创作者予以丰厚的奖励。

1.2 注重内容的场景适配度，进行场景化传播

场景化传播即“懂得此时此地的他，并与他谈话”^[1]。平台进行场景化传播，是充分考量用户需求的体现，也是提升内容产品对于各类不同用户的适配度，实现用户与内容之间的“对话”，最终提升平台传播力的要求。平台的场景化传播，主要通过两种路径实现：其一，平台利用多种媒介技术手段实现内容产品的多样态生产，为用户带来沉浸感、体验感、现场感，使用户仿佛置身于真实场景之中；其二，平台以生产不同时长、不同呈现形式、不同核心价值的多样化内容产品的方式满足用户在各种传播情境中具体而微的需求。场景化传播更强调推送的智能化、人性化。通过分析不同群体乃至不同个体的各类数据，平台能够实现在最合适的时间、最合适的地点、最合适的情景下向用户推送最精准的内容。

1.3 聚焦社会热点，提高平台在舆论场中的存在感

舆论场中的存在感、吸引眼球的显著度、公众信息接受的依赖性都是传播力的指标^[2]。平台的内容生产只有把握时代脉搏，紧跟时代潮流，平台的内容产品才能在社会舆论场中“掷地有声”，平台的传播力才能得到有效提升。一方面，这要求平台内容生产者聚焦社会热点，深耕社会重大主题，使用符合时代潮流的话语体系构建内容产品。另一方面，平台需要培育一个具备优质内容持续输出能力

作者简介：刘书宏，湘潭大学文学与新闻学院。

的创作者队伍,对社会热点以速度快、数量多、质量高的要求形成内容产品。当然,平台对于社会热点的追踪也不能是“广撒网”式的,而要根据自身平台定位、用户需求以及内容生产能力有针对性地进行捕捉,达到传播的累积、遍在、共鸣效果。

2 深耕用户社群,增强用户黏性

互联网的去中心化与自由、平等的特性带来了用户地位的跃升,每一个用户都是处于“节点化生存”状态的个体。在传播力提升过程中,平台需要深入探求其用户社群的“节点化生存”状态,以渗透用户的人际传播、组织传播、群体传播等多个渠道为着力点实现平台传播力向更深、更高层次发展。

2.1 构建垂直化、细分化的用户社群

对于用户社群的深耕,是以将用户社群尽可能以垂直化、细分化的方式分类为前提与基础的。在垂直化与细分化的用户社群中,社群成员通常拥有共同的兴趣与类似的内容偏好。由此,对于用户社群的尽可能细分能减小社群内部信息流通的阻力,提升信息流通的效率,从平台内容分发与推广的视角来看,用户社群细分有利于内容与目标用户的适配,也对激发基于同一兴趣的用户社群的内容分享意愿,推动内容在社交媒体的病毒式传播提供了条件。“新湖南”在用户社群垂直化细分方面是其他平台可借鉴的对象。面对数量庞大的湖南省用户,“新湖南”设立了湘政、湘财、湘人、湘江、湘设计等多个用户社区内的“分社区”,除开宏观层面上的湘之外,“新湖南”还根据地区分类,湖南全省各个地级市都有属于自己的频道,层次分明,分类清晰,给予用户以归属感,增强用户黏性。

2.2 维护用户社群生态

一方面,平台需要为用户提供一个平等交流与充分互动的空间。目前,这一空间形式以论坛、社区、话题、小组的形式而存在。用户既依托平台制造的互动空间而集聚成具有一定共性的社群,又在这一空间中进行着平台内容的生产与再造。因此,平台需要在维护社群生态的过程中保持社群的活力,降低交流成本与发言门槛。另一方面,平台需要通过多种方式维护社群秩序。平台可以尝试适当增加用户中的“意见领袖”所占用户社群之中的管理者比例。这不仅有利于增加社群成员对于社群秩序的认可度,还有利于利用意见领袖带动社群成员对于平台内的自发分享行为,促进平台传播力的延伸。

2.3 以用户为节点进行产品分发

首先,平台必须重视用户的信息反馈。其次,为了提高用户进行产品分发的积极性,省级党报

客户端可以给予其一定的物质奖励。“南方+”客户端与众多机构合作,推出6元看电影、0元畅享百兆等大众都能享受到优惠的民生活活动。这些活动在促成用户积极分享的同时也提升着客户端的传播力。

3 实现多方联动,促成合作共赢

客户端不仅要与平台内部用户紧密互联,还需寻找契机同其他平台、媒体实现多方联动,在共同利益的基础上促成合作共赢,以联动促传播,打破平台传播力的边界与壁垒。

3.1 在多方联动中明晰自身定位

省级党报新闻客户端顺应时代需要,并且有省级党报集团支持,近些年来发展较快,但是在发展过程中,其自身可能遇到定位不清晰、产品不合大众口味等问题。省级党报新闻客户端在多方联动中可以充分借鉴其他平台、媒体业已成熟的传播力建设经验,将学习成果与自身平台定位与传播力现状相结合,在联动过程中发现自己的优势与劣势,更加清楚自身的定位,加快传播力提升由量变到质变的过程。

3.2 在多方联动中进行活动策划并实施

用户的数量与质量是构成平台传播力的重要因素。当平台需要借助活动策划以获取用户增量时,其他媒体的多样化传播渠道可以带来与平台原有用户社群存在差异度的用户引流,以提升平台用户的数量与质量。浙江日报报业集团曾经同共青团浙江省委一起联合开展“青年大学习”线上知识竞赛活动,两者强强联手,极大地提升了双方的影响力与传播力,整个活动参与用户突破了65万人次,专题浏览量超过800万。

3.3 在多方联动中形成资源共享

“云平台”的出现为联动提供了另一种思路,在“云平台”中,众多媒体能共享相互的原创内容资源、舆情大数据、政务服务、生活服务等,这种你中有我,我中有你的状态能极大增强媒体间的资源共享,对于省级党报新闻客户端来说,更是提升自身传播力的有效途径。

参考文献

- [1] 高宇先. 本地化与场景化—融媒体传播理念下广播电视媒体的突围路径[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2018(1): 172-174.
- [2] 李习文. 提高新闻舆论传播力引导力影响力公信力[EB/OL]. (2019-02-11). <http://theory.people.com.cn/n1/2019/0211/c40531-30616990.html>.