

聚焦新热点, 探析新趋势

2022中国新媒体蓝皮书在锡发布

《中国新媒体发展报告(2022)》正式发布

“

8月16日,2022中国新媒体蓝皮书发布会暨新媒体发展研讨会在锡举行,大会由中国社会科学院新闻与传播研究所、中共江苏省委网信办、中共无锡市委网信委主办,中共无锡市委网信办、中共滨湖区、滨湖区人民政府等承办。广受关注的2022中国新媒体蓝皮书——《中国新媒体发展报告(2022)》在会上发布。从元宇宙热潮到互联网舆论场,从乡村短视频爆增到剧本杀成功破圈,从互联网出海到最新视听技术的应用……蓝皮书全面分析了中国新媒体发展状况,解读新媒体发展趋势,总结发展中的问题,探析新媒体的深刻影响。

”

中国社会科学院新闻与传播研究所 无锡市委网信办 无锡山水城管委会

无锡融媒体中心
无锡城市形象提升研究中心
无锡国家治理现代化研究中心

战略合作签约仪式



传媒行业政策规划逐渐完善 融入国家治理与社会发展进程

中国新媒体蓝皮书是国内第一部全面关注新媒体发展状况的蓝皮书,由中国社会科学院新闻与传播研究所主编,自2010年以来已连续发布13次。《中国新媒体发展报告(2022)》分为总报告、热点篇、调查篇、传播篇和产业篇等五部分,着眼于百年变局与世纪疫情带来的深刻而宏阔的时代之变,以及对对中国新媒体发展的影响。

与传媒业态不断创新,体制机制调整、运营模式创新、跨界合作兴起,传媒行业深度融入国家治理与社会发展进程。面对百年变局和世纪疫情交织的新形势,中国媒体的国际传播能力、应急传播体系、网络治理模式等面临新的挑战,同时也迎来了新的契机。

蓝皮书指出,2021年是中国共产党成立100周年,也是国家“十四五”发展的开局之年。传媒行业的政策规划逐渐完善,媒介技术应用朝着数字化、智能化持续深化,重大主题宣传带动内容传播提质增效,网络视听

蓝皮书还提出,2021年以来,新媒体不断发展的同时,一些问题不容忽视:媒体融合发展突破性实质创新与后劲不足,新消费产业利益链生态问题值得关注,数字版权保护仍需加强,具有传播力与影响力的新媒体智库建设亟待增强,新媒体领域的自主性国际民意调查项目亟待开展。

从“议事厅”转向“社交广场” 2021年互联网舆论热词出炉

2021年互联网舆论场的热词是什么?《2021年中国互联网舆论场研究报告》提到,二十大、两会、疫情防控、数字经济、乡村振兴、智慧城市等成为舆论热点,元宇宙、虚拟现实、无人驾驶、大数据、物联网、区块链、无人机等科技热点不断涌现,在数字治理、国际舆论战和信息获取等方面,意识形态等方面也呈现出新的热点。2021年互联网舆论场正从“议事厅”转向“社交广场”,在视听介质所带来的情绪震动下,社会舆论演变呈现新的规律。

在蓝皮书总报告中,“她经济”被列为焦点之一。随着网络消费赛道的不断细分,以女性消费为主的“她经济”成为行业发展风口,为数字经济发展提供了新

“张同学”“剧本杀”“浪姐”…… 从新热点窥见媒体传播新趋势

记录东北农村生活的“张同学”系列短视频在2021年火遍全网,去年以来,乡村类题材的短视频内容愈发受到用户喜爱。《2021年中国乡村短视频发展报告》提到,通过某平台检索发现,2021年以“乡村”为关键词的短视频内容指数达到了3795858,比2020年提升了70.29%。在技术与政策加持下的“乡村短视频+”,正在成为我国农产品销售、农业技术推广的重要途径。

2021年,剧本杀从线上到线下的布局开始进入大众视野,成为破圈成功的亚文化新业态。《2021年中国剧本杀年度发展报告》提到,2021年,剧本杀行业规模达到170.2亿元左右,青年群体是剧本杀消费的主力军,数据显示,20—35岁的剧本杀玩家占总体人数的83.86%。

《2021无锡新媒体发展蓝皮书》发布

契合受众需求,传播影响力稳中向上

无锡政务微信传播影响力稳中向上,媒体微信发文更注重质量并举。在16日举办的第四届太湖网络传播创新大会上,我市发布了《2021无锡新媒体发展蓝皮书》(以下简称《蓝皮书》),从运营情况、职能分布、优秀案例展示等方面全面分析了无锡新媒体发展状况,解读新媒体发展趋势,并对提升新媒体传播影响力提出了一系列具有前瞻性和可操作性的建议。

态势,其中“江阴发布”“宜兴发布”“无锡公安微警务”“灵锡一点通”4家每家阅读总量都达到千万级。阅读量与优质内容密不可分。从政务微信热门内容分析,更关注受众需求,围绕疫情、突发事件发布的通告通报,以及涉及教育、出行、薪酬等关切民生内容的推文阅读量容易达到10万+,这些文章也起到了信息公开、舆论引导的作用,既保障了城市生活有条不紊地进行,也凸显了高效、亲民的政府形象。另外值得一提的是,眼下“短平



快”的短视频越来越受市民青睐。抖音号等平台也成为政务新媒体拓展传播的新阵地,“无锡禁毒侠”“无锡惠山发布”“无锡消防”抖音号位列抖音传播影响力前三名,展现了强劲宣传实力。

丰富的活动增加账号活跃度等,进一步提升政务新媒体建设水平。在媒体类新媒体方面,表现同样不俗。对25个样本账号分析发现,传播影响力总体稳中有升。其中,“最江阴”“无锡博报”“江南晚报”“无锡日报”“无锡eTV”等获评媒体新媒体影响力十佳微信。去年,媒体微信公众号共产生124篇10万+的文章,从来源分布看,“最江阴”“无锡博报”“江南晚报”包揽了总量的92%。从主题看,政务信息类、社会热点类和文化生活类内容更“吸粉”,疫情防控仍然是网民关注的重点。从数据上看,2021年各公众号总发文量、阅读量,较2020年有所减少,但是平均传播指数有一定的提升,也反映出官方媒体账号逐渐从注重数量传播向更加注重质量传播的导向转换,未来发展潜力无限。(王怡菘)

媒体融合步入“深水区”

业界大咖共商传媒发展新路径



新华社原社长、新华网原总裁 周锡生

在近期研究地方融媒体APP的过程中,周锡生发现,不少地方融媒体有很大的改进和优化余地。“地方新媒体融媒体报道,既要高大上,也要加强烟火气。”周锡生分析,地方新媒体融媒体不缺受众,关键是要准确、理性地把握受众需求,转变内容品种的采编制作观念和思路,讲好讲足讲活当地各种精彩故事,在充满烟火气的报道之中争得话语权、影响力。



人民网舆情数据中心副主任 单学刚

人民网舆情数据中心是中国最早从事互联网舆情监测、研究的专业机构。中心副主任单学刚认为,媒体的作用不仅是生产新闻信息,还要融合到每个人的生活工作之中,给人们提供更多资讯。“媒体融合其实需要打通很多传统行业的数据服务,把媒体作为一种真正面向群众,面向普通人的阵地,给我们提供全面系统的支撑,这才是媒体融合发展应该有的深度。”



现代快报社党委书记、社长 赵磊

“从传统媒体到新媒体,两者之间有一个数字鸿沟,不仅仅是技术的,而是整个体系的。”赵磊表示,媒体融合首先要重视技术,但技术不是唯一,整个体系的融合转变才能实现真正的深度融合。对新媒体的发展规律、传播规律、商业规律、市场规律必须全盘掌握。怎样在此基础上重构传统媒体,才是媒体行业现在面临的最迫切、最紧要的一个问题。



浙江大学传媒与国际文化学院院长 韦路

“深水区能不能过好,一个非常重要的标准就是我们媒体融合的效果有没有实现。”在韦路看来,是否实现“四全媒体”,是评价媒体融合效果的重要依据。他认为,全程、全息、全员、全效的“四全媒体”中,最重要的是全效。除了舆论引导效果,“全效”媒体融合还应在经济发展、国际传播、乡村振兴、共同富裕、社会治理等各方面都发挥出应有的效果。(朱冬娅)