

共青团微信公众号标题观察

董晓雯

陕西师范大学文学院, 陕西 西安

收稿日期: 2023年6月1日; 录用日期: 2023年7月11日; 发布日期: 2023年7月21日

摘要

本文通过“共青团中央”“黑龙江共青团”“启夏青年”对三个不同层级共青团微信公众号的调查, 分析其2022年12月发文情况, 对其特色与亮点、存在的问题进行总结与讨论, 并提出相关思考与建议。

关键词

共青团微信公众号, 标题, 语境, 语言技巧

Observation of the Title of the Communist Youth League WeChat Public Account

Xiaowen Dong

School of Chinese Language and Literature, Shaanxi Normal University, Xi'an Shaanxi

Received: Jun. 1st, 2023; accepted: Jul. 11th, 2023; published: Jul. 21st, 2023

Abstract

Through the investigation of the WeChat public accounts of the Communist Youth League at different levels by the “Communist Youth League Central Committee”, “Heilongjiang Communist Youth League” and “Qixia Youth”, this paper analyzes the situation of their articles published in December 2022, summarizes and discusses their characteristics, highlights, existing problems, and puts forward relevant thoughts and suggestions.

Keywords

Communist Youth League WeChat Public Account, Title, Context, Language Skills



1. 引言

共青团新媒体是集信息发布、思想建设、知识普及、经验交流于一体的综合性媒体。共青团新媒体文章标题的语言使用既要文明、规范、准确,又要以青年为中心、照顾青年特点,做到思想性、趣味性、交互性相统一,发挥新媒体传播范围广、传播速度快的优势,广泛吸引青年一代,增强青年一代对于团委信息的关注度,提高团委信息传播的有效性。那么共青团微信公众号文章标题的使用状况如何?是否达到了上述要求?有哪些特色和亮点?又有哪些需要改进的地方?对此,我们以三个不同层级的共青团组织微信公众号为例对其公众号标题进行观察。

2. 样本选择

共青团组织分为团的中央组织(即:共青团中央委员会)、团的地方组织(包括:团省、自治区、直辖市委员会,团省辖市、地区、盟、自治州委员会,团县、市、旗、自治县、市辖区委员会),团的基层组织(包括:企业、农村、机关、学校、科研院所、街道社区、社会组织、解放军连队、武警部队中队和其他基层单位团的委员会、总支委员会和支部委员会)。^[1]在这三个不同层级的团组织中,我们选择了“共青团中央”“黑龙江共青团”“启夏青年”2022年12月发布的全部微信文章标题进行研究。

在共青团新媒体中选择微信,是因为相较微博、抖音,微信公众号获取的粉丝更精准,用户忠诚度更高,相关数据准确度更高。^[2]选择“共青团中央”是因为“共青团中央”是共产主义青年团中央委员会的官方微信公众号;选择“黑龙江共青团”是因为据“共青团中央”微信公众号发布的“2022年度全国省级团组织新媒体综合影响力榜单”,全国共有省级团委公众号32个,“黑龙江共青团”位居第一。选择“启夏青年”是因为其是陕西师范大学团委官方账号,得到了青年学生的广泛关注,同时高校共青团建设作为共青团工作中的重要一环,具有引领青年思想、推动思想政治教育发展的重要作用。

“共青团中央”“黑龙江共青团”“启夏青年”三家公众号在2022年12月共发布文章546篇,具体情况详见下表1。

Table 1. Sample WeChat post in December 2022

表 1. 样本微信 2022 年 12 月发文情况

	发文总数/篇	总阅读量/次	篇均阅读量/次	总点赞数/次	篇均点赞数/次
共青团中央	309	28,151,312	91,105	418,943	1425
黑龙江共青团	211	18,889,000	89,099	601,132	2904
启夏青年	26	38 124	1 412	263	10

需要说明的是,微信在统计公众号阅读量时,阅读量最高只显示到10万+,我们在统计数据时,将10万+的数据统一记成10万次,因此,上表中列出的总阅读量和篇均阅读量实际应当更高。“共青团中央”“黑龙江共青团”“启夏青年”三家公众号2022年12月10万+文章的发布情况为:“共青团中央”每日均有10万+文章产生,全月共计244篇,日均10万+文章7.87篇,占全月发文量78.96%;“共青团中央”每日均有10万+文章产生,全月共计123篇,日均10万+文章3.97篇,占全月发文量58.29%;

“启夏青年”12月没有10万+文章产出,当月单篇最高阅读量为1.1万次。据“新榜”统计,2022年整年微信公众号共产生超3.98亿篇文章,其中10万+文章36.43万篇,占比不足0.09%。由此可以看出,“共青团中央”和“黑龙江共青团”有忠实的读者群,影响范围广。

3. 特色与亮点

3.1. 主题选择得当

微信公众号推文的主题选择与受众对象相关,“共青团中央”“黑龙江共青团”“启夏青年”分别是面向青年的国家级、省级、校级共青团微信公众号。在庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会的讲话中,习总书记对共青团工作做出指示时强调:做青年友,不做青年“官”。本次调查所选择的三个公众号语言风格活泼,以青年视角出发,着眼青年所关心的问题,如《考研人,顶峰相见!》《大学特意报了离家远的学校,生日那天哭了……|青听》(共青团中央);《我省这些高校拟定更名!设置规划发布……》《注意啦!这些单位近期正在招聘……》(黑龙江共青团);《国际志愿者日|这一年,谢谢你!(附志愿服务TOP5榜单)》(启夏青年)。

2018年7月2日,总书记在同团中央新一届领导班子成员集体谈话时强调,要加强对青年政治引领,党旗所指就是团旗所向。[3]本次调查所选择的三个公众号对政治类主题都有不同程度的强调,而且,在传播政治类话题时能够使用恰当的传播策略,尽量避免直接生硬的语言表达,如《这座不起眼的小楼,见证了中华民族的伟大觉醒!》《“桔子哥哥”生日快乐!如果你还在,今天该是21岁了……》(共青团中央);《南京大屠杀与你我有什么关系》《悲痛!张富清逝世》(黑龙江共青团);《129年了,今天,我们一起缅怀伟人毛泽东!》(启夏青年)

3.2. 语言技巧多样

为吸引青年读者的关注,本次调查所选择的三个公众号均采用了丰富的语言技巧。

3.2.1. 多种标点符号的使用吸引读者阅读

本次调查所选择的三个公众号常使用“|”在标题中作分隔,如《2022,我们在留言区遇见了世间100种温暖|青听》《创建“鱼菜共生”工厂!这个90后香港小伙选择回大湾区当农民|与世界说》(共青团中央);《关注|黑龙江最新疫情通报!》《@黑龙江居民|这项缴费延期!但千万别忘记……》(黑龙江共青团);《志愿者招募|全国大学生2023年寒假“返家乡”社会实践一起云支教专项活动等等你来参加!》(启夏青年)。“|”的使用,相较普通的文字标题更能吸引读者的关注,同时,“|”有对文章进行分类的作用,读者能迅速分辨出这篇文章的性质,判断出这篇文章是否是自己所感兴趣的。

除“|”外,本次调查所选择的三个公众号还广泛使用问号、感叹号、省略号引起读者的关注和阅读兴趣,如《谎称病毒学博士5天内2次感染不同毒株?拘!》《年仅7岁就戴上警帽,接受“考核”,只因为……》(共青团中央);《朋友圈疯传的“新冠吃药顺序图”可靠吗?》《注意!12月20日截止!错过等一年……》(黑龙江共青团);《129年了,今天,我们一起缅怀伟人毛泽东!》(启夏青年)。

3.2.2. 利用说话者角色的转换引发读者关注

在本次调查的三个公众号中,“共青团中央”在标题中常进行说话这角色的转换,如《爷爷每天能做300多个仰卧起坐,奶奶练出腹肌和马甲线!网友:又一次输给了大爷大妈》《“路上”遇到一群“造梦”的人,网友:真的被他们酷到了!》,标题引用网友的评论,增强了标题的趣味性、互动性和关注度;如《“爸爸,我等你回来一起钓鱼”17年后,“天地对话”的孩子把爸爸送上太空!》《“这辈子要一直做一名不穿军装的边防战士,永远守好祖国的边境线……”他们说到做到!》,这类标题引用正

文中人物所说的话语,引发读者关注。通过对“共青团中央”2022年12月标题阅读量的比较,可以发现含有多重说话者角色的标题阅读量均在10万+。[4]

3.2.3. 采用互动性的语言表达拉近与读者的距离

这类标题有,《如何“阳康”,你需要知道……》《哪哪都不舒服!这种“幻阳症”你有吗?》(共青团中央)《@小伙伴们!你的黑龙江“冬日限定”正在加紧准备中……》《“阳”了之后的168小时,身体是这样变化的!你现在在哪个时段?》(黑龙江共青团),这类标题用“你”入题,“你”的出现代表着作者直接与读者对话,讲述与读者相关的问题,有利于增加标题的亲切感,拉近与读者的距离,引起读者的关注。

3.3. “热词”“热语”体现时代感

本次调查的三个公众号中,巧妙运用了许多网络流行词和流行语,体现出浓浓的时代感。使用的“热词”“热语”有大家早已耳熟能详的“剧透”、“DNA动了”、“顶流”“香迷糊了”、“pick”等,如《就在明天!这回必须要“剧透”了~》《美住了!满满的中国传统文化,网友:脑子没反应过来,但DNA动了》《“顶流”冰墩墩回来了!》(共青团中央)《这儿的小串儿~香迷糊了!》(黑龙江共青团)《手账大赛投票来啦!快来pick你最喜欢的手账!》(启夏青年);也有因放开疫情防控新产生的“阳过”、“阳康”、“刀片嗓”、“水泥鼻”、“干饭株”、“学习株”、“幻阳症”等,如《“阳过”何时可以上班?一份“阳康”返岗指南请收好》《“刀片嗓”“水泥鼻”如何缓解?这样试试→》(共青团中央)《干饭株、学习株……挑个“好株”去感染,靠谱吗?》《总觉得自己快“阳”了!“幻阳症”你有吗?》(黑龙江共青团)。这类标题巧用流行中的“热词”“热语”,迅速抓住知晓这些“热词”“热语”的受众,借助“热词”“热语”的热度和流量,增强文章的阅读量。[5]

4. 问题与讨论

4.1. 感叹号滥用

在本次调查的三个公众号中,感叹号滥用的情况较为突出。据调查,“共青团中央”在309篇推文中,有149篇出现了感叹号,共使用感叹号165个;“黑龙江共青团”在211篇推文中,有152篇出现了感叹号,共使用感叹号212个;“启夏青年”在26篇推文中,有12篇出现了感叹号,共使用感叹号18个。有的在一个标题中使用多个感叹号,感叹号使用过多,如《交付在即!国产大飞机C919接连迎来重要新进展!》《4位“兵王”曝光!他们的军旅生涯,没有退伍,只有退休!》(共青团中央);有的标题没必要使用感叹号却使用了,如《重磅!新冠病毒感染者居家治疗指南发布!附常用药参考表!》(黑龙江共青团)《青年大学习|2022年第28期来啦!快来看看2022年第27期各学院(部)学习情况排名!》(启夏青年),这些标题都属于新闻或信息发布,并无丰沛的情感表达,却使用了感叹号。

4.2. 标题党较多

标题党主要是指运用具有误导性、夸张而引人注目的标题,来达到提到阅读量的目的。共青团微信公众号作为面向青年的官方政务微信,标题党类文章标题的使用有损官方媒体的公信力,应引起注意。

在本次调查中,标题党主要体现在:

1) 引导词过于夸张,如:《重磅!2023年共青团促进大学生就业行动启动啦~》(共青团中央);《必看!再一份重要通知发布!手把手教你这样做……》《注意!12月20日截止!错过等一年……》(黑龙江共青团)。

2) 标题过于短小,表义不明,如:《今起,正式施行!》《假的!假的!假的!》《明起,开售!》

(黑龙江共青团)。

3) 悬念设置过于刻意,文章主题交代不清,如:《仅剩 51 位……》《她分一半退烧药给别人救急,第二天……》《快来!据说在<风吹半夏>中你能找到……》(黑龙江共青团)。^[6]

5. 思考与建议

技术的发展不断推动着社会治理的进步,新媒体平台日渐成为官方发布信息,与公众进行交流的主流平台。共青团微信公众号不同于其他的新媒体账号,其属于政务微信的一部分,并且主要面向青年群体,这就要求共青团微信账号所使用的语言风格既要有政务媒体应有的正式权威,又要活泼创新,切合青年受众的心理。通过本次调查,我们发现共青团微信公众号总体语言把握良好,能够做到贴近青年生活、引发青年关注,并且积极运用多种语言技巧,语言风格生动活泼,受到了广大青年读者的喜爱。但是,我们仍然发现了其中存在的问题,对此我们提出以下建议:

第一,语用策略方面。使用感叹号要适度,确实抒发较强烈感情时再用;杜绝标题党现象,做到标题不夸大、不刻意、表义明确、主题清晰。

第二,评价标准方面。“共青团中央”每年都会依据 WCI (微信传播指数)对省委公众号进行排名,此标准评价较为单一,仅从传播方面对公众号进行排序,并未注意公众号使用过程中的语言使用问题,建议加强对共青团微信公众号语言监督,在公布 WCI 排名时,对语言失范现象进行公示,以评价为导向,杜绝标题党现象。

参考文献

- [1] 共青团中央组织部.《基层团干部工作手册》[M]. 北京:中国青年出版社, 2012: 5.
- [2] 徐默凡. 政务微信文章标题观察[C]//上海市教育科学研究院, 上海外国语大学. 语言生活皮书——上海语言生活状况报告(2020). 北京:商务印书馆, 2020: 89-96.
- [3] 求是网. 如何做好共青团工作? 总书记指明方向[EB/OL]. http://www.qstheory.cn/zhuanqu/2022-05/10/c_1128635695.htm, 2022-05-10.
- [4] 吴梦羽. 政务微信公众号“共青团中央”的内容研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京外国语大学传播学, 2019.
- [5] 陈永红. 浅谈主流媒体标题制作如何适配跨屏传播[J]. 电视研究, 2022(6): 69-70.
- [6] 奚婷. 微信公众号新闻标题优化路径[J]. 西部广播电视, 2022, 43(17): 99-101.