



# 1

## 任务 1 历史类文案设计与写作



### 任务导入

历史长河源远流长，历朝历代都在历史上写下了浓墨重彩的一笔，能够当作创作素材的资料有很多。我们不仅可以撰写各个朝代的故事，还可以引用传统文化中的二十四节气，以及一些少数民族的习俗或者各类非物质文化遗产等。如果把每个节气都作为一个话题来写，至少就有 24 个写作话题。历史图文创作的范围更广泛，是需要重点学习的写作内容之一。

### 任务描述

历史领域是比较特殊的领域，撰写时既要客观公正，又要抓住历史人物的本质特点，否则可能就会招来抨击或者无人观看文章。

本任务将教会同学们确定文章主题、寻找素材、列提纲和撰写初稿等自媒体人必备的知识技能，以及详细的运营推广步骤，以便提高文章的阅读量和粉丝关注度。

## 任务目标

1. 了解疑问式标题的写作技巧。
2. 了解开门见山型的文章开头写作技巧。
3. 熟悉摆出论据说服读者的文章写作方式。
4. 掌握首尾呼应法的文章结尾技巧。
5. 掌握今日头条平台运营方法。

## 1.1 内容设计

写文章之前，首先应该分析历史类读者人群的特点，以及确定文章完成之后的发布平台，最后规划文章内容。为了达到以上目的，需要对自媒体历史领域的文章进行案例分析。

策划案，也称策划书，即对某个未来的活动或者事件进行策划。策划书是目标规划的文字书，是实现目标的指路灯，撰写策划书就是用现有的知识开发想象力，在现有资源上构建文章，达到最优写作及发布效果。

新媒体运营者必须了解需要服务的对象范围，观察他们的日常行为、上网习惯、具体需求，以此来确定文章的写作内容。本任务的数据来源于百度指数（图 1-1）。

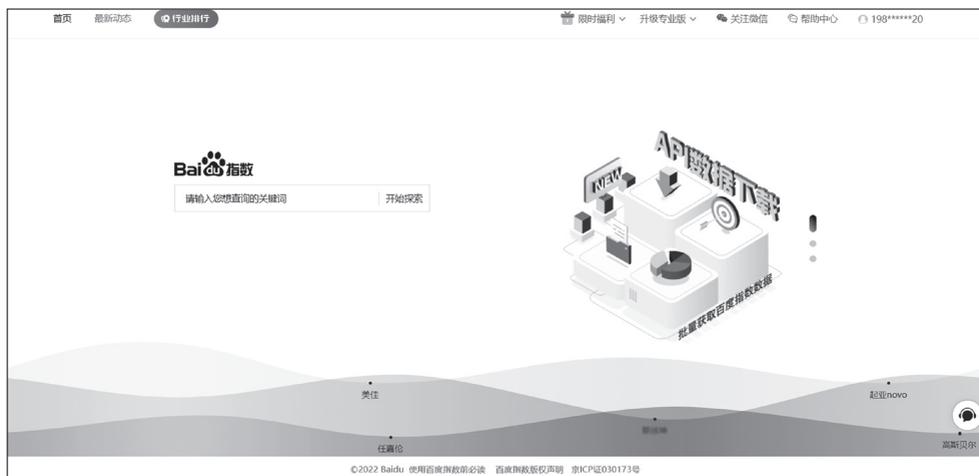


图 1-1 百度指数主页

### 1.1.1 人群分析

对目标人群的分析是自媒体人的必修课，只有了解目标人群，才能根据这些人的需求，提供相应内容，达到最高的阅读量。可以从目标人群的性别、年龄和地域这三个方面进行分析。

我们通过分析粉丝数据可以知道，在关注历史类文章的人群中，男性读者占 66.52%，女性读者占 33.48%（图 1-2）。男性读者比女性读者的人数多了近一半，这一现象其实与两性之间的心理差异有关。男性的思维大多偏理性，而历史往往涉及古代的权谋决断、金戈铁马，是一个较为沉重的话题。女性的思维大多偏感性，喜欢观看一些偏于轻松、温馨的内容，如化妆、穿搭、美食等一些美好生活中的事物。

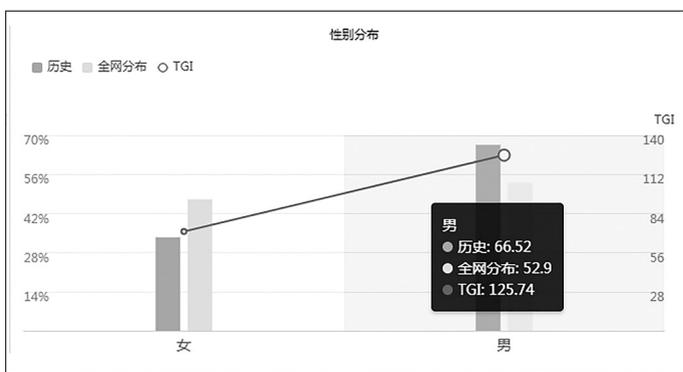


图 1-2 历史类文章读者性别分布

从读者群体来看，历史类文章的读者，年龄分布基本在 20 ~ 29 岁、30 ~ 39 岁这两个阶段（图 1-3）。这类人群相对来说既沉稳又对新鲜内容具备强烈的好奇心，由于历史本身属于人文学科，在确定主题和选择素材的时候可以有意识地迎合该类人群。

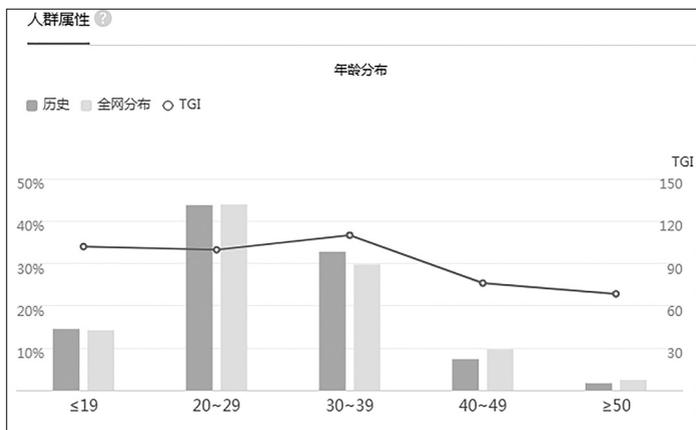


图 1-3 历史类文章读者年龄分布

用户的地域信息相比性别、年龄或其他信息来说，要透明得多。可以根据不同地区的人群特点判断用户的个性喜好，以调整文章的写作思路。如图 1-4 所示，关注历史人数最多的地区为广东、江苏和浙江。这三个地区都位于我国的沿海地区，其中一、二线城市居多，人口密度大，生活节奏快。这些地区的工薪阶层心态比较成熟、心思比较缜密，由于地域环境影响，对历史题材具备较强的阅读兴趣，符合历史领域人群的特点。



图 1-4 历史类文章读者地域分布

## 1.1.2 选择平台

当你确定自己要创作的领域后，必须选择与该领域相匹配的自媒体平台。现在最火热的自媒体平台之一今日头条，它旗下还有着众多自媒体相关产业，具有雄厚的市场实力与成熟的新媒体发布平台。

头条号是一个开放的创作与分发平台，鼓励个人与媒体、企业、政府等机构在这里发布内容，并通过个性化推荐引擎促进分发与讨论。其致力于提供一个良性、健康的创作环境，鼓励更多有价值的信息产生。

作为新兴的媒体平台，今日头条从 2012 年创立至今，其日活跃用户已经超过 2 亿，成为自媒体营销的重要阵地。

如图 1-5 所示，从男女比例来看，今日头条的用户中男性占比 67.85%，女性占比 32.15%。从年龄的分布来看，今日头条 30 ~ 39 岁的人群占 40.76%；其次是 20 ~ 29 岁的人群，占 25.13%。从地域的分布来看，排名前三的地区为广东、山东、江苏。从今日头条平台的主体用户来看，符合历史领域读者以中青年为主的人群定位，因此选择今日头条作为发布内容的平台。

综上所述，不管是目标人群的性别、年龄或者地域，今日头条的用户属性和喜欢阅读历史类图文的用户属性都十分相似，因此在今日头条发布历史类文章是一个不错的选择，本任务将发布平台确定为今日头条。

地域分布 ● 今日头条

2024-03-26—2024-04-24 近30天

省份 区域 城市

1.广东	_____
2.山东	_____
3.江苏	_____
4.河南	_____
5.北京	_____
6.浙江	_____
7.四川	_____
8.河北	_____
9.湖北	_____
10.上海	_____

人群属性 ●

2024-03-01—2024-03-31

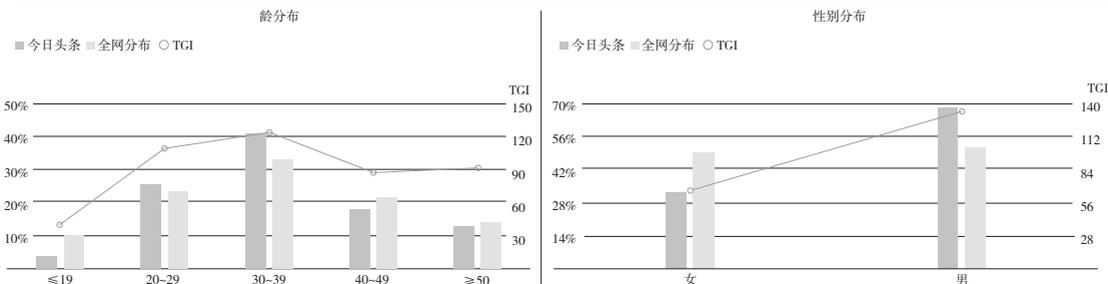


图 1-5 今日头条数据

### 1.1.3 内容规划

确定写作领域和发布平台之后，接下来就要进行文章内容的规划。一般历史领域的文章有两个主流的创作方向：一个是以人物类为主题的创作，另一个是以事件类为主题的创作。

以人物类为主题的创作有以刘邦、刘恒、刘秀、萧何、韩信、卫青、霍去病等为主题的传记类文章。历史题材内容最不缺乏的就是人物传记，一些历史书籍中都有相关的记载，创作者可以挖掘更细的历史情节或是大部分读者都不知道的私密内容。这方面只能依靠创作者在平时多看书、多看历史节目，积累更多的素材和观点，经过加工才可写出高质量的文章。

以事件类为主题的创作有以七国之乱、汉匈百年战争、张骞出使西域等为主要脉络的历史文章。在祖国悠久的历史长河中，从来就不缺乏有趣、有料的历史事件。在撰写历史事件类文章的时候，首先要从该事件的历史背景叙述，讲述该事件的起因、经过和结果，以及与该事件相关的历史人物，结尾处再辩证地提出写作者本人对该事件的看法。

在接下来的任务学习中，我们将通过热点话题、收集素材和列提纲这一思路，进行文章的创作。

### 1. 热点话题

所谓热点话题，就是可以引起读者重点关注的中心事件或信息等，紧跟热点的文案可以增加点击量。比如需要写一篇历史人物的文章，就可以通过百度搜索风云榜 (<http://top.baidu.com/>)、微博热门话题 (<https://d.weibo.com/>) 来进行热点的搜索。

国漫电影《哪吒之魔童降世》(图 1-6) 的上映，在全国各地掀起了一股中国经典神话故事的热潮。除了哪吒这一人物，在《封神演义》中还有许多有代表性的神仙，创作者可以选择自己最喜欢和了解的人物进行创作。由于太上老君是公认的道教始祖，且在不同的书本中，他表现出来的实力都不尽相同，较有争议性，符合选题标准，所以本任务就以“太上老君的实力”为主题进行文章的撰写。

票房明细			
哪吒之魔童降世			
2019-07-26中国大陆上映 累计票房50.35亿			
日期票房	预售排片	全球票房	票房预测
地区票房			
总票房	首映 2019年7月	重映 2020年3月	重映 2020
累计综合票房	首映综合票房	重映综合票房	
503569.7万	501369.5万	2200.1万	
累计分账票房	首映分账票房	重映分账票房	
465035.6万	463022.1万	2013.4万	

图 1-6 《哪吒之魔童降世》  
资料来源：猫眼电影

### 2. 收集素材

可以浏览一些专门的历史门户网站，如历史春秋网 ([www.lishichunqiu.com](http://www.lishichunqiu.com)，图 1-7)，在这个网站可以通过搜索文章，找到需要了解的历史人物、历史解密和历史百科等资料。



图 1-7 历史春秋网首页

### 3. 列提纲

在完成热点话题的选择和素材的收集之后，就到了列提纲的环节。提纲是写作前的重要步骤，好的提纲可以帮助我们整理行文思路，让整个写作的过程更加流畅。

提纲的主要逻辑包含三个区块：题目，主要内容及文章中心，结构安排。这类提纲既表明文章中心内容，又能搭建文章骨架，让创作者快速完成文章脉络的梳理。

(1) 题目。文章的标题可以从立意的角度确定,即通过文章内容来确定标题。标题要准确鲜明、简洁生动,用户首先能够观察到的就是文章标题,所以标题是否能够清晰地让用户了解到文章内容并产生阅读兴趣,是整篇文章的重点。

(2) 主要内容及文章中心。文章中心是文章的脊椎,文章的所有内容都将围绕文章中心展开,在拟题时要明确本文核心内容,中心鲜明突出,确定文章主要内容。只有文章中心明确,整篇文章才能凝而不散、充满能量。

(3) 结构安排。确定好文章的主题与主要脉络后,需要拟定文章结构。文章的结构就是文章的整体框架,搭建好立体的文章框架,才能在后续的写作中保持写作方向,不至于偏离文章中心。

如表 1-1 所示,文章主要讲述为什么太上老君在《封神演义》里那么强,而在《西游记》里却那么弱,通过列举太上老君在《封神演义》和《西游记》中的各种表现,从而进行分析和总结。

表 1-1 文章提纲

太上老君在封神演义里那么强,为什么在西游记里那么弱	模块	结构安排	
	开头	提出问题:为何在《封神演义》很厉害的太上老君,到了《西游记》就变得那么弱了?	
	正文	《封神演义》中的太上老君	经典案例举例
		《西游记》中的太上老君	经典案例举例
结尾	分析+总结:所以之前那些表现,没准是故意放水呢!		

#### 4. 策划表

策划表如表 1-2 所示。

表 1-2 策划表

序号	模块		内容		
1	人群分析		男性占 66.52%, 女性占 33.48%, 年龄分布基本在 20 ~ 39 岁这个阶段, 区域分布占比第一位是广东, 第二位是江苏		
2	选择平台		67.85% 的用户是男性, 32.15% 的用户是女性。阅读最活跃的地区是广东, 其次是山东、江苏		
3	内容规划	热点话题	因为国漫电影的火爆, 以中国神话传说为题材的文章阅读量高		
		收集素材	太上老君在《西游记》和《封神演义》里的故事		
		列提纲	开头	提出问题“为何在《封神演义》很厉害的太上老君, 到了《西游记》就变得那么弱了?”	
			正文	分别列举太上老君在《西游记》和《封神演义》里的表现	
结尾	根据论据分析和总结				

## 1.2 内容创作

### 1.2.1 写标题

标题是文章的眼睛。在各类标题中，最容易突出说明内容、激发读者思考、吸引读者注意力、让读者产生阅读兴趣的，当属疑问式标题，即以设问、反问或其他疑问方式拟定的标题。目前，在强调吸引网民眼球的网络时评中，疑问式标题备受作者与编辑青睐，使用频率极高（表 1-3、表 1-4）。

表 1-3 疑问式标题的 6 种模板

疑问式标题的 6 种模板
什么是……？
为什么……？
怎么样……？
……有哪些诀窍？
……有哪些秘籍？
当你遇到……的时候

表 1-4 案例展示

案例展示
爱情和面包，你选哪个？
老板要你滚，你敢反驳吗？
D&G，你凭什么辱华？
“90 后”，真的不想结婚吗？

疑问式标题，就好像在向读者提出一个疑问，读者都有好奇心，会想要知道你的答案，从而点开文章阅读（表 1-5）。

表 1-5 案例标题

案例文章的标题
太上老君在封神演义里那么强，为什么在西游记里那么弱

## 1.2.2 写开头

文章的开头，就是文章从哪儿“起笔”、从什么问题写起。文章的开头是全篇的第一步，与全文密切相关。“良好的开头是成功的一半”，一个优秀的文章开头，不仅能带动全篇，使文章写作思路流畅，而且能抓住读者的视线，引人入胜。那么，如何才能巧写文章开头呢？在各种文章开头写作手法中，开门见山型是最常用也最实用的，在本次课程中我们将学习开门见山型的写作方式。

### 1. 开门见山型

开门见山型指的是在文章的开头就点明主题，引出文中的主要线索的写作方式。使用该方法开头，务必语言朴实，迅速切入正题，直接将要表达的内容摊开，切忌吊胃口。

### 2. 案例展示

案例展示如表 1-6 所示。

表 1-6 案例展示

案例	开头
《白杨礼赞》	白杨树实在是不平凡的，我赞美白杨树！
《背影》	我与父亲不相见已二年余了，我最不能忘记的是他的背影
《生活需要笑声》	“笑一笑，十年少”，生活需要欢乐，生活需要笑声……

这 3 篇文章都是采用开门见山型的开头写法，直截了当地开头，直接进入主题，更容易使中心突出，读者读起来也容易抓住要领、掌握内容、深刻了解主题。

案例开头如表 1-7 所示。

表 1-7 案例开头

案例文章的开头
太上老君，这个形象我们在影视剧里面也见到了很多，而基本上也都是统一的白胡子、白头发，手里拿着拂尘的老头，身份也很高，高深莫测，可以说厉害程度也是比较统一的。然而在两部经典的古典小说《封神演义》和《西游记》当中，都是同一个太上老君，但是却给人一种他们的实力相差很远的感觉。究竟为什么会造成这种差异？为何在《封神演义》很厉害的太上老君，到了《西游记》就变得那么弱了？

## 1.2.3 写正文

在写作的过程中，强调最多、最重要的就是行文逻辑。特别是历史领域的文章，所写的每一句话都要有理有据，不能凭空捏造。历史类的文章，如果完全没有史料引用，那看起来给人的感觉就像是自说自话，读者也不知道说得对不对。历史是非常讲究证据的，想表达一个观点，并且要让人信服，那就要拿出证据来。

### 1. 摆出论据，说服读者

提出观点后需要使用足够的事实来支撑，在说服读者的过程中，论述要清晰明了、脉络分明、结构清晰连贯，以事物间不同的特点，分别进行论证。

以任务案例来说，我们分两个部分进行写作：第一部分是《封神演义》的太上老君，第二部分是《西游记》的太上老君。每个部分都有关于太上老君的经典故事。

在《封神演义》中的太上老君，我们可以列举“太上老君破诛仙阵”的壮举，还可以列举太上老君和元始天尊以及灵宝道君的关系等，来突出太上老君的实力强大。

在《西游记》中的太上老君，我们可以列举太上老君在“大闹天宫”中的表现，以及太上老君哄童子取丹药的事情，来说明太上老君在《西游记》中实力被弱化的事实。

### 2. 案例展示

案例展示如表 1-8 所示。

表 1-8 案例正文

案例文章的正文
<p>1.《封神演义》的太上老君</p> <p>《封神演义》封的都是道家的神，道教以三清为尊，分别是太清、上清和玉清，上清是元始天尊，而太清那就是太上老君了。太上老君作为大家公认的道教始祖，在《封神演义》里面，当然不是随随便便什么事情就能把他叫出场的，如果不是遇到像通天教主摆下来的各种阵法，把众人难倒了，实在是没有办法，太上老君是不会轻易露面的，而且一露面就是直接破阵，可见他的厉害。</p> <p>《封神演义》当中太上老君出场的机会不多，但是一出场那就是秒杀，基本上也就没有通天教主什么事了，即便只有自己一个人，那也是能破了通天教主的诛仙阵的。虽然元始天尊还是被认为是排名第一的，但元始天尊的徒弟是灵宝道君，而灵宝道君的徒弟就是太上老君，尤其在历史上唐宋时期，由于唐朝皇帝姓李，宋真宗、宋徽宗崇拜老子，因此对于太上老君的崇拜，更是一度超越了元始天尊。</p> <p>2.《西游记》的太上老君</p> <p>而在《西游记》中，太上老君又是一个什么样的形象？孙悟空大闹天宫的时候，众人都拿他没办法，还是太上老君趁着孙悟空和二郎神打斗，没有留神的时候，扔出法宝才把他砸晕，换言之，如果当时孙悟空没有被缠斗，可能也就没有这个机会。还有孙悟空被扔进炉子里烧，结果没烧死不说，还成了铜头铁臂、火眼金睛，太上老君也根本拦不住他。</p> <p>太上老君好炼丹，孙悟空曾经向他讨要过一颗能够让人起死回生的丹药，孙悟空向老君讨了半天，太上老君终于答应了，然而当时药葫芦在童子手里，太上老君还像是哄着童子一样倒了一颗药出来，三清之一竟然还要这样去“求”着一个炼丹童子，实在是让人大跌眼镜，这样描写太上老君的，恐怕除了《西游记》也别无二家了吧。</p>

## 1.2.4 写结尾

很多人误以为文章开头要华丽复杂、结尾要简短朴素。事实上，文章的结尾不仅需要文风干脆明快，还应该追求美感，给予读者流畅的阅读感受，同时也要与开头相呼应。

### 1. 首尾呼应法

首尾呼应的写法，可以起到强调主题、加深印象以及引起共鸣的作用，同时能让结构显得严谨紧密、内容完整，达到全文自然、明确的效果。首尾呼应式的结尾有两种运用方式：一种是圆合照应，即首尾内容圆合为一；另一种是重复照应，即结尾重复开头的内容。

### 2. 案例展示

案例展示如表 1-9、表 1-10 所示。

表 1-9 案例展示

案例	结尾
《我是这样的人》	好了，我的自我介绍结束了。还要声明：现在同学们不叫我“张飞”了，而叫我“小健将”了。我已是训练有素的、名副其实的体育尖子了
《我爱家乡的景色》	我爱家乡迷人的景色

表 1-10 案例结尾

案例文章的结尾
不过《西游记》也还是不敢太过怠慢太上老君，正面写得虽然看起来很弱，但实际上很多剧情还是能够体现他的厉害的，如孙悟空打不过的金角、银角大王和青牛精，后来发现是太上老君的炼丹童子坐骑，所以之前那些表现，没准是故意放水呢！

## 1.2.5 文章配图

文章配图可以丰富文章内容，增加文章传播的信息量，并且用户在阅读图文结合的文章时，不易产生疲劳感，阅读沉浸度高。那么，在进行文章配图时有哪些需要注意的事项呢？

(1) 文章开头配图。在进行文章开头配图时，要注意的就是图文具有一定的关联度，如果图文不相关，不仅不能达到提高阅读沉浸度的目的，反而可能会降低文章档次、降低阅读体验。

(2) 文章正文配图。同样的图片反复插入文章，会带给读者一种敷衍的感觉，在配图时尽量选择既具有相关度又不重复的图片。山不在高，有仙则名，太上老君在民间属于人尽皆知的仙人形象，本任务主题就可以搭配雾气缭绕的群山进行配图（图 1-8），既贴合太上老君的仙人气质，又不会让配图过于单调。



图 1-8 山林配图  
资料来源:图虫

在文章正文中，还描写了有关孙悟空和二郎神打斗的内容，在这两人中，孙悟空经常与太上老君出现在一起，同时孙悟空也是《西游记》中的热门角色，在各大影视剧中出场率极高，属于热点话题，所以在正文中还可以加入孙悟空的配图。

(3)文章结尾配图。同样地，根据文章内容“太上老君实力弱的表现没准是故意放水”，我们在结尾可以搭配两人共同出场的图片，进行总结，给观众留下悬念。

## 1.3 发布和运营

### 1.3.1 发布步骤

**步骤01** 登录头条号，如图 1-9 所示。



图 1-9 头条号登录界面

**步骤02** 进入编辑界面，如图 1-10 所示。



图 1-10 进入编辑界面

**步骤 03** 填写标题，如图 1-11 所示。



图 1-11 填写标题

**步骤 04** 填写正文，如图 1-12 所示。



图 1-12 填写正文



## 1.3.2 运营推广

### 1. 增加互动

新媒体文章除了营销之外，还需要进行粉丝维护。粉丝关注作者之后，需要加强与粉丝的互动，增强粉丝黏性，维系旧粉、吸引新粉。

如图 1-16 所示，良好的粉丝互动能够提升内容互动量、提高头条号指数，从而增加内容的推荐量，吸引粉丝，形成良性循环。



图 1-16 今日头条评论区

### 2. 积极评论

除了在自己的账号里与粉丝读者互动，我们还可以以读者的身份，在其他作者的文章下面进行评论，然后引导其他读者关注自己的头条号，以此来增加自己的粉丝量。

如图 1-17 所示，我们通过在头条号平台上浏览历史领域的文章，然后依次对感兴趣的文章进行阅读，可在评论区留下自己独到的见解，并引导其他读者关注自己的头条号。一般写的评论越精彩，关注的读者会越多。



图 1-17 评论编辑界面

### 3. 利用好微头条

作为一个媒体平台, 新鲜资讯若不能第一时间发布, 就会失去很多竞争力。微头条的推出就是为了弥补这一短板(图 1-18), 同时更方便和用户互动, 也就是增强黏性。平时多分享一点热门、新奇的事物, 保持自己的风格。

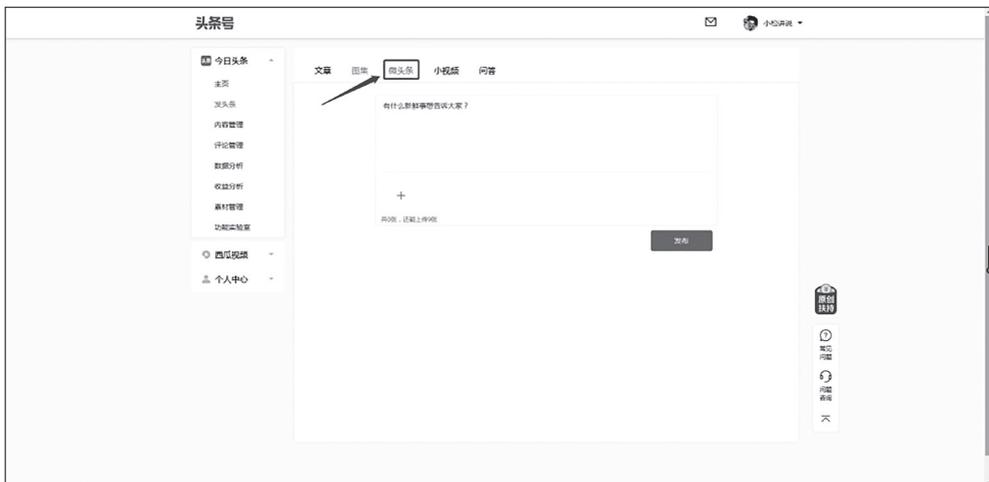


图 1-18 微头条界面

除在评论区刷存在感之外，也要多发一些有趣味，强调个人态度、观点的微头条内容，涨粉会非常快。

#### 4. 悟空问答导航

悟空问答是今日头条旗下的问答平台（图 1-19），每天的流量巨大，如果你擅长某个领域，那么就在这个领域深耕，多回答问题，成为这个行业的意见领袖。此时，你的回答就会变得非常权威，自然而然很多人就会关注你并成为你的粉丝。



图 1-19 悟空问答界面

和微头条一样，问答这种体裁，作者的存在感很强，一旦回答被推荐，粉丝转化率就非常不错。

#### 5. 变现方式

(1) 头条广告。当我们头条号通过运营累积一定数量的粉丝时，可以通过与商家进行合作，撰写软文的方式完成变现，不过这种软文不能经常发布，否则被平台检测到频繁发布广告文章，账户会被封号处理。

(2) 赞赏。将头条号开通原创精品账号后，发布原创文章可开通赞赏功能（图 1-20），读者阅读后认可了文章内容，就会通过赞赏打赏作者，但这部分的收入较少，且对文章内容质量要求较高。

(3) 商品功能。头条官方的商品功能（图 1-21）类似于淘宝客，开通商品功能后，即可添加商品，目前可以添加京东平台的商品链接，当用户产生购买行为时，作者可以获得一定量的分成。

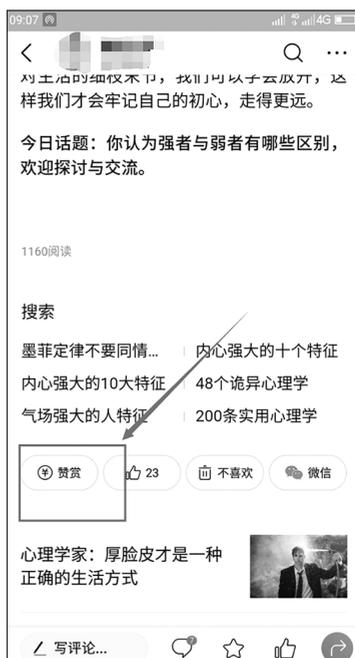


图 1-20 头条赞赏功能

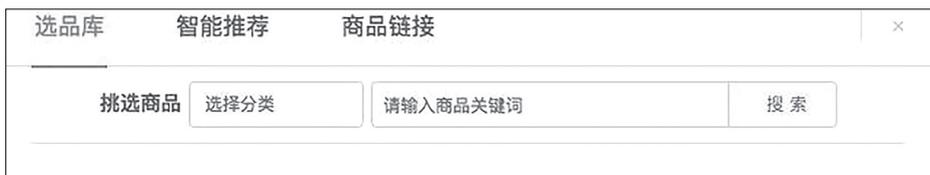


图 1-21 头条商品功能

(4) 线下招商。很多城市都有头条官方的服务点，作者可以通过分部进行招商，将线上头条广告文章引流至线下，收取一定的广告费用。

(5) 参加活动。头条号每隔一段时间都会发布各个领域的创作活动（图 1-22），作者们在规定时间内撰写出符合要求的软文，以此来获得相应的报酬。



图 1-22 头条号创作活动概况

如图 1-23 所示，我们选择了一个叫“趣史杂谈”的活动，通过浏览活动的介绍和要求，可以得到以下信息。

- (1) 平台需要常规话题的文章。
- (2) 平台需要有热点、时效性的内容。
- (3) 平台需要离我们“近”的话题。

为什么说在历史领域，自媒体平台需要常规话题、有时效性的内容和离我们“近”的话题呢？其实这和我们在本任务一开始提到的“人群分析”有关。我们知道，历史类文章读者以男性为主，年龄是 20 ~ 39 岁的中青年。普遍来说，读者感兴趣的内容就是以上总结的三种。



图 1-23 头条号活动页

## 任务小结

通过本任务的学习，了解历史图文在新媒体文章中的写作方式，掌握历史图文提纲的撰写要求，通过分析读者人群的用户画像，能够确定合适的发布平台，并对文章进行发布和合理运营，掌握今日头条运营方法与多种变现方式。学习本任务后，能够独立完成历史图文的写作与发布，并且掌握其运营方式。

