

# 全媒体运营时代民生新闻的受众定位与需求分析

廖泳吉

重庆广电都视传媒有限责任公司, 重庆 400039

**摘要:** 全媒体运营时代为民生新闻的传播带来了新的挑战与机遇。在这个时代, 民生新闻的受众定位需要基于人口统计和心理特征进行深入分析, 同时考虑受众的媒介使用习惯和信息获取方式。受众对民生新闻的内容、形式和时效性需求呈现出多样化的特点, 包括实用信息、教育信息、娱乐信息、文字报道、图片与视频以及互动性需求。了解并满足这些需求, 对于提升民生新闻的传播效果和受众满意度至关重要。

**关键词:** 全媒体运营; 民生新闻; 受众定位

## The Era of Full Media Operation: Analysis of Audience Positioning and Needs in People's Livelihood News

Liao, Yongji

Focus Communication of Chongqing co.,ltd, Chongqing, 400039, China

**Abstract:** The era of full media operation brings new challenges and opportunities for the dissemination of people's livelihood news. In this era, the audience positioning of people's livelihood news needs to be deeply analyzed based on demographic and psychological characteristics, and also needs to consider the audience's media usage habits and information acquisition methods. The audience's needs for the content, form, and timeliness of people's livelihood news are diverse, including practical information, educational information, entertainment information, textual reports, pictures and videos, and interactive needs. Understanding and meeting these needs is crucial to enhancing the dissemination effect and audience satisfaction of people's livelihood news.

**Keywords:** Full media operation; People's livelihood news; Audience positioning

DOI: 10.62639/sspsstr35.20240103

### 引言

随着全媒体时代的到来, 传统的新闻传播方式正在经历深刻的变革。民生新闻作为连接政府与民众的重要桥梁, 其传播效果直接影响到公众对政策的理解和社会的稳定。在全媒体运营时代, 了解民生新闻的受众定位、需求分析变得尤为重要。

### 一、全媒体运营时代的概念及特点

全媒体运营时代意味着在信息技术飞速发展的背景下, 传统媒体和新兴媒体之间的边界逐渐变得模糊起来, 媒介形态出现了一个全新的整合阶段。这一时代最大的特征表现为媒体内容生产, 发布与消费方式及其带来的社会文化变迁。全媒体时代打破传统媒体单向传播限制, 进行双向乃至多向沟通, 使受众不再成为被动的信息接收者, 而可以参与到内容的制作, 评论与共享中。信息传播速度大大加快, 新闻事件能够通过网络平台第一时间得到快速传播, 观众也能够通过各种终端随时接收到信息。媒体运营开始更关注用户体验、个性化推荐、定制服务等成为了吸引观众的重要途径。全媒体运营时代媒介环境使内容生产更具有去中心化特征, 用户与内容生产者的边界日益

模糊, 社交媒体的用户影响力在一定条件下可以与传统媒体相提并论。

### 二、全媒体运营时代民生新闻的受众定位

#### (一) 受众群体分析

##### 1. 人口统计特征

全媒体运营时代民生新闻受众群体呈现多元化人口统计特点。从年龄层面看, 受众横跨青少年至中老年, 各年龄层关注民生新闻不同。青少年也许会更加注重与他们今后发展密切相关的主题, 如教育和就业; 而且中老年人群可能会更加倾向于对医疗, 养老, 社区建设这些直接关系到生活质量的方面给予重视。从性别上看, 男女双方在民生新闻中的关注焦点可能会有一定的集中, 如女性受众对于儿童教育, 家庭生活质量可能会更加关注。教育背景在很大程度上决定了受众获取和处理信息的途径。受教育程度较高的人群通常对新闻的深度和质量有更高的期望, 并且更倾向于通过数字媒体来获取信息。

##### 2. 心理特征

心理特征是形塑民生新闻受众需求与行为的一个关键因素。第一, 从需求层面上看, 受众的信息需求已不限于基本知情权, 也迫切希望从新闻中获得解决现实问题和自我提升的途径。所以

(稿件编号: SSTR-24-3-26001)

**作者简介:** 廖泳吉 (1986-01), 性别: 男, 民族: 汉族, 籍贯: 重庆市长寿区, 学历: 大学本科, 经济学学士, 职称: 助理编辑, 研究方向民生新闻从事的工作: 全媒体运营。

民生新闻内容需提供实用性强的材料,比如政策解读和专家指导。兴趣方面,观众对于民生新闻的关注焦点表现出多样化的特点,既可能关注当地新闻事件,也可能关注国家大政方针等,需要媒体能提供涵盖广泛主题的报道,能深度发掘当地故事。在价值观上,全媒体时代受众更注重新闻真实性、公正性及正面价值导向。在社会责任意识不断增强的今天,观众期望民生新闻在传播信息的同时也能够吸引社会关注,推动社会进步。与此同时,人们对新闻内容的个性化、定制化要求也越来越突出,观众期望能根据自身兴趣与需要对新闻内容进行甄别与定制。从心理层面上看,观众的参与感与满足感亦是其对于民生新闻最根本的期望,包括能通过新闻平台互动,表达意见以及感受自身声音得到聆听与关注等。

## (二)受众媒介使用习惯

### 1. 媒介接触时间

全媒体运营时代下受众媒介接触时间显著延长,分布更加零散。与传统时代以电视黄金时段为重点的收看习惯不同,当代观众的媒介接触呈全天候状态,伴随着智能手机等移动设备的广泛使用,观众可以随时随地与多种媒介进行接触。早晨起床第一时间,许多人习惯性地浏览手机中的新闻资讯;在通勤时间段内,不管是在公交车上还是在地铁上,都会发现他们手拿装备、刷屏社交媒体或者新闻客户端;在上班的空档,很多人还会用电脑或者手机来更新最新消息;在夜晚工作之余,家庭电视机和平板电脑又成了一扇窗,陪伴人们走进了夜晚的闲眠。周末与节假日媒介接触的时间又比较灵活多样,民众可能会花费较长的时间与社交媒体交流,也有可能选择长篇深度报道阅读。

### 2. 媒介接触频率

在媒介接触频率方面,全媒体运营时代受众更倾向于对媒介内容进行高频次接触。大多数观众一天要看新闻媒体很多次,这一高频接触习惯受移动互联网特别是社交媒体驱动。微博、微信等社交网络平台已经变成了大众频繁获取新闻的首选途径,而实时推送功能确保了即时新闻能够持续更新和传播。受众在定制化推荐系统中,能够收到符合个人兴趣、阅读习惯等信息,进一步提升其接触媒介内容的频次。同时,多任务处理成为现代生活的常态,人们在工作、学习甚至吃饭时也可能同时接触媒介,这种“二次屏幕”的使用习惯也体现了全媒体环境下媒介接触的高频特性。

### 3. 媒介接触环境

受众已经不仅是在家通过电视、报纸等媒介进行接触,更多的是在各种环境下通过各种设备进行媒介内容的接触。在家庭中,观众可能会借助电视,电脑,平板电脑或家庭助理设备来接触到新闻;室外,智能手机成了获取新闻的主要工具。而且在办公室或者图书馆等公共场所个人电脑、公共显示屏等都是获取信息的重要渠道。另外,在物联网技术蓬勃发展的今天,汽车,智能手表乃至家电等都是新媒介接触点。这种环境下,民生新闻传播需综合考量不同情境下受众

触习惯以及能够接受信息类型等因素,如上下班路上用户可能会倾向于音频新闻或者短小精悍的文字快讯,而处于家庭舒适环境中的使用者,可能会倾向于深度阅读或者观看视频内容。

## (三)受众信息获取方式

### 1. 传统媒体的使用情况

尽管我们正生活在一个数字化和网络化的全媒体时代,但传统的媒体形式,如电视、广播和报纸,依然拥有一个不容忽视的观众基础。尤其是一些上了年纪或者不熟悉新科技的人,传统媒体仍然是其每天接受信息的主要来源。比如以电视为核心的家庭媒介,由于其便利性以及集体观看等特性,仍然在新闻,娱乐以及教育等栏目中占有一席之地。对广播来说,特别是汽车文化流行的今天,行车中听广播新闻、谈话节目已经成了人们生活中不可缺少的内容。而报纸、杂志特别是有特定市场定位、有深度报道的刊物,其深刻分析、权威性至今仍被部分读者看好。

### 2. 新媒体的使用情况

新媒体特别是互联网新闻平台,移动应用以及视频网站等已成为多数受众接受信息的主要途径。在网络覆盖率不断提高,智能设备日益普及的背景下,新媒体为人们提供更方便,更交互,更个性化的信息服务。用户可在任何时间,任何地点,通过智能手机,平板电脑和其他移动设备,进入新闻网站,订阅电子报纸,收看视频新闻,或者参加网络论坛讨论。新媒体最重要的特征之一就是内容即时性强,使用者能够第一时间接触世界范围内的各种事件。另外,新媒体平台通常拥有较强的数据分析能力并可基于用户历史浏览与交互行为进行个性化内容推荐。

### 3. 社交媒体的信息传播影响

社交媒体已成为信息传播中的重要动力,改变着人们对信息的获取,消费与共享。通过Facebook, Twitter, 微博, 微信等平台,社交媒体使信息传播更快捷更广泛。用户不只是信息消费者,更是内容创造者与传播者,人人都能发出声音,其影响力由传统媒介传递给个人。这一去中心化特征在推动信息民主化发展的同时,也引发信息过载、假新闻传播等问题。社交媒体中的算法一般优先选择那些能够引发用户情绪反应的信息进行推送,这样会造成信息泡沫以及群体极化等问题。

## 三、全媒体运营时代民生新闻的受众需求分析

### (一)受众对民生新闻的内容需求

#### 1. 实用信息需求

全媒体运营时代下受众对于民生新闻实用信息的需求变得格外迫切。此类信息与受众日常生活直接相关,包括政策解读,就业指导,医疗健康,法律援助和消费提示。社会在不断地发展,生活节奏在不断地加快,越来越多的人更愿意去获得有助于改善生活质量和解决实际的问题所需要的资料。比如政府新政策对个人税收的影响、就业市场最新动向、怎样防范季节性流感、哪些消费陷阱需要提防等等,而及时了解这些实用信息对受

众而言是非常重要的。基于此,观众期望媒体能提供深入的分析,把复杂问题化繁为简,使信息更容易被理解与运用。

## 2. 教育信息需求

教育信息是民生新闻中非常重要的一部分,在全媒体时代,人们对教育信息的需求表现出了更多元、更专业的发展趋势。受众对教育新闻的兴趣并不限于学校教育或者考试的传统信息,还扩展至终身学习,职业技能培训,在线教育资源和国际教育动态。在知识经济蓬勃发展的今天,人们对提高个人能力与竞争力的追求越来越强烈,促使其对教育信息质量与实用性提出了越来越高的需求。家长群体关注最新子女教育政策及教学方法;在职人员谋求职业发展及技能提升;青少年及学生注重海外留学资讯及日后职业规划。

## 3. 娱乐信息需求

在全媒体的时代背景下,观众对于娱乐信息的渴求也变得尤为突出,这不只是在传统的影视、音乐、文学等娱乐内容的购买上,还涉及到对网络游戏、直播和短视频等新型娱乐方式的需求。娱乐信息对民生新闻的影响越来越大,给人们带来一种减压,休闲的方式,也是社会文化交流与个性表达的主要平台。观众已不满足于娱乐资讯的被动接受,而期望能参与互动,表达意见,一起创造内容。比如粉丝在社交媒体中对最新影片进行点评、粉丝群体在网络投票中对自己喜欢的艺人进行扶持、游戏玩家通过直播平台交流游戏技巧等等。

## (二) 受众对民生新闻的形式需求

### 1. 文字报道的需求

全媒体语境中,信息虽然呈现形式多样,但是文字报道仍然是新闻内容传达的基础与核心。受众对于文字报道的要求,表现为对于信息准确性、逻辑性、深度等方面的追求。文字报道因其特有的详尽性与严谨性给读者带来对事件深刻认识的可能,特别是面对纷繁复杂的民生问题,它可以提供更为丰富的背景信息,专家分析以及数据支持。相较于视频和图片等其他媒体,读者有能力通过文字报道深入地阅读和反复解读事件。

### 2. 图片与视频的需求

这些视觉媒介将信息直观生动地展现在观众面前,能快速吸引观众眼球,提供更丰富,更立体的信息体验。图片可以在一瞬间传达出浓烈的感情与紧凑的讯息,视频通过动态画面与声音把观众带进新闻现场,让观众得到一种身临其境之重要。在民生新闻报道中,图片与视频显得格外重要,这些图片与视频可以展现事件发生的真实状态,比如灾害现场情况,公共事件影响等等,进而提升报道说服力与影响力。观众从这些视觉内容中得到的信息更直观、更容易记忆,尤其对文字难以描述的景物、细节。媒体要满足这一需求,就应该关注内容的真实性与图片的品质,在视频制作中也要寻求创意与专业,给观众带来优质视觉体验。

### 3. 互动性需求

全媒体环境下互动性已经成为新闻报道必不可少的组成部分。受众已不满足于对信息的单向

接收,而期望参与新闻的制作和探讨,达到与媒体等受众沟通的目的。民生新闻互动性需求体现在受众想就新闻内容发表自己的意见,质疑,参与与考察。这一互动在提高受众参与感与满足感的同时,也帮助媒体深入理解受众需求并适时调整报道策略。观众可以在评论区内对新闻事件展开讨论,他们可以通过投票或问卷来表达自己的看法和选择,甚至可以通过用户生成内容(UGC)来参与新闻的创建和传播过程。要满足受众的互动性需求,媒体需要构建开放的平台,提供便捷的互动工具,并确保互动过程中的信息安全和言论自由,促进健康的公众讨论氛围。

## (三) 受众对民生新闻的时效性需求

### 1. 即时新闻的需求

当今时代,信息爆炸,观众对即时新闻要求越来越高。民生新闻之所以时效性特别强,是因为其常常与受众切身利益以及社会稳定息息相关。如自然灾害,公共安全事件和健康卫生警示要求媒体能快速响应并在第一时间传达关键信息。受众期望在任何时间、任何地点都能通过多种媒介尤其是移动设备获得最新的新闻。另外,即时更新交通信息,天气预报和市场价格也是观众计划日常生活所必需的。所以媒体在保证信息准确可靠的前提下,一定要有迅速收集,加工,发布消息的功能。

### 2. 深度报道的需求

尽管即时新闻迎合了观众对于信息迅速获取的要求,但是深度报道同样被观众期待。深度报道涉及探索新闻事件背后的成因,分析其长远影响,评估有关政策与社会反应。通过深度报道可以使受众得到更加全面深入的了解,有利于提升大众信息素养与批判性思维能力。民生新闻的深度报道有助于受众发现表面新闻背后所隐藏的社会问题并推动社会公正与进步。媒体要想满足这一要求,就必须投入较多时间与资源开展调查研究,利用各种数据源与角度来保证报道的深度与质量。

## 四、结束语

全媒体运营时代为民生新闻的传播提供了更广阔的平台,同时也提出了更高的要求。通过对受众定位和需求分析的深入研究,可以更好地把握民生新闻的传播方向,提升其传播效果。未来,民生新闻的传播应更加注重受众的个性化需求,利用全媒体的优势,提供更加丰富、及时、互动性强的新闻内容,以满足公众对民生信息的多元化需求,促进社会的和谐发展。

## 参考文献:

- [1] 萨仁其其格. 讲好民生新闻故事[J]. 云端, 2023, (48): 110-112.
- [2] 周海燕. 新媒体时代广播民生新闻报道改革探析[J]. 中国报业, 2023, (24): 28-29.
- [3] 萨仁其其格. 跨媒体协作是新闻记者下一个突破点[J]. 云端, 2023, (47): 66-68.
- [4] 杨宗晓. 电视台新闻记者在融媒体时代的创新研究[J]. 中国报业, 2023, (23): 242-243.