

基于受众调研的铜仁市融媒体中心发展理论与实践探索

黄玉凡 孙姣龙 刘慧卓

摘要:本文通过对铜仁市融媒体中心的受众调研,深入剖析其发展现状、存在问题,并结合相关理论提出针对性发展策略,旨在为铜仁市融媒体中心的长远发展提供理论支撑与实践指导,助力其更好地服务本地受众,推动铜仁社会文化建设。

关键词:铜仁融媒体中心;受众调研;发展策略;理论实践

一、铜仁市融媒体中心发展现状

(一)平台建设与整合

铜仁市融媒体中心积极推进传统媒体与新媒体融合,搭建起多平台传播矩阵。铜仁日报长期以来发挥着传播本地新闻资讯、解读政策的重要作用,是市民获取信息的重要渠道之一。铜仁广播电视台在2024年10月12日开播高清新闻综合频道和高清公共频道,显著提升节目播出质量,为观众带来更优质的视听体验。

在新媒体领域,中心整合铜仁日报、铜仁市广播电视台、铜仁网站三家市直单位的17个新媒体平台,形成以“微铜仁”微信公众号、“铜仁微TV”视频号、“梵净云天”客户端等8个平台为核心的新媒体传播格局。这些平台覆盖不同传播渠道和用户群体,为信息广泛传播奠定了坚实基础。从传播学的“媒介融合”理论来看,这种多平台整合模式有助于实现资源共享、优势互补,扩大传播影响力。但与部分先进地区融媒体中心相比,铜仁市融媒体中心在平台融合的深度和广度上仍有提升空间,例如在跨平台数据共享、用户行为分析等方面还需进一步加强。

(二)内容生产与传播

铜仁市融媒体中心围绕铜仁市的政治、经济、文化、社会等领域,深度挖掘本地特色资源进行内容创作。时政新闻及时准确传达政府政策动态与工作成果,使市民能够第一时间了解政策走向;社会新闻聚焦本地民生热点,引发市民广泛关注与积极讨论,成为反映市民心声的重要窗口。

通过多平台分发策略,部分热点新闻在本地社交媒体上广泛传播并引发互动,有效扩大了新闻的传播范围与影响力,提升了自身的传播效果和社会关注度。然而,从“使用与满足”理论角度分析,当前内容生产在满足受众个性化、多样化需求方面还存在不足,内容的深度和创新性有待提高。

二、铜仁市融媒体中心存在问题

(一)内容与受众需求匹配度有待提高

在内容创作上,深度挖掘不足的问题较为突出。以本地文化旅游资源报道为例,多数内容仅停留在表面的景点介绍,缺乏对文化内涵的深入剖析和个性化旅游攻略的提供,难以满足受众对深度、实用旅游信息的需求。

同时,新闻呈现形式较为传统,未能适应新媒体受众碎片化、可视化、互动化的阅读偏好。在信息快速更迭的新媒体环境下,这种传统形式导致部分受众流失,影响了媒体的传播效果和受众粘性。从新闻叙事学理论来看,当前新闻叙事方式较为单一,缺乏吸引力和感染力,无法有效传递信息并引发受众共鸣。

(二)平台融合深度不足

尽管各平台都进行了内容分发,但铜仁市融媒体中心的平台运营尚未实现深度融合。用户在不同平台的体验差异较大,缺乏统一的用户管理与互动体系。比如,微信公众号的评论与新闻客户端等其他平台不同步,这不仅影响了用户参与互动的连贯性和积极性,还降低了用户对整体融媒体服务的满意度。

此外,传统媒体向新媒体转型过程中,存在功能更新滞后、界面设计不友好等问题,无法为用户提供便捷、高效的的服务体验,制约了融媒体中心的发展。从媒介生态理论角度分析,这种平台融合的不足使得融媒体中心在媒介生态系统中的竞争力受到影响,难以适应快速变化的媒体环境。

(三)互动与用户参与机制不完善

铜仁市融媒体中心与受众的互动方式较为单一,主要依赖评论区等基础互动方式,线上投票、话题共创、线下粉丝活动等多样化、创新性互动形式运用较少,难以充分调动受众的参与热情。

对用户提供的新闻线索和反馈意见处理机制不够高效,未能及时将用户意见转化为内容改进和创新的动力,导致用户在融媒体中心发展中的主体作用未得到充分发挥,影响了用户与媒体之间的良性互动和共同发展。这与参与式传播理论相悖,未能充分调动受众的主动性和创造性。

(四)人才队伍建设短板

在新媒体快速发展的大背景下,铜仁市融媒体中心缺乏既懂传统媒体采编又精通新媒体技术与运营的复合型人才。现有团队在短视频制作、新媒体营销、数据分析等方面的专业技能有待提升,难以满足融媒体创新发展的需求。

人才引进与培养机制不完善,与高校、专业培训机构的合作不够深入,限制了人才队伍的扩充和素质提升速度,成为制约融媒体中心发展的重要因素。从人力资源管理理论来看,完善的人力管理机制对于组织的发展至关重要,当前铜仁市融媒体中心在人才管理方面存在的问题亟待解决。

三、铜仁市融媒体中心受众调查

为深入了解受众特点、需求与反馈,提升铜仁市融媒体中心的传播效能、强化服务质量,2025年1月

开展了针对该中心受众的专项调查。此次调查采用线上与线下相结合的调研方式,全面收集受众信息。线上通过网络平台广泛发放问卷,最终收集到982份有效问卷;线下在铜仁市各区域的商场、社区、学校等地发放问卷并回收100份有效问卷。这些数据为深入分析受众特征、使用习惯、需求以及对融媒体中心的评价等提供了坚实基础。

(一)受众基本信息剖析

女性受众占比63.77%,男性受众占比36.23%。基于此,可针对性增加女性关注的生活、时尚、情感等领域专题报道或栏目,如推出“铜仁女性风采”系列报道,聚焦本地优秀女性的创业故事、文化传承贡献等,增强女性受众粘性。

26-35岁人群占比最高,达29.94%;36-45岁人群占24.68%,18-25岁人群占24.49%,整体年龄分布相对均衡。针对年轻群体追求新颖、多元内容的特点,可打造潮流文化短视频系列,如“铜仁潮流打卡地”;针对中老年群体关注本地民生资讯、政策解读的特点,开设“民生政策一点通”音频节目。

机关事业单位人员占比最大,为58.04%;学生群体占21.16%,自由职业者占11.83%。可为机关事业单位人员开设相关行业动态专栏;针对学生群体推出分享学习经验和校园文化活动的栏目。

专/本科学历受众占比高达82.62%,研究生及以上学历占5.08%,初中及以下和高中/中专学历分别占2.96%和9.33%。对于较高学历受众,可推出深度评论节目,邀请专家学者解读铜仁发展中的热点问题,提升媒体的专业性和权威性。

(二)使用习惯深度洞察

短视频媒体(85.67%)和社交媒体(81.98%)成为受众获取新闻资讯的主流渠道,而传统广播电视(40.02%)和报纸(23.75%)影响力逐渐下降。应顺应这一趋势,加大对短视频和社交媒体平台投入。例如,在抖音平台打造“铜仁趣闻”短视频系列;在微信公众号开展话题互动。同时,优化传统媒体内容,如报纸推出深度报道电子版,广播电视台打造精品节目网络回放专区。

超七成受众(关注34.75%+部分关注43.72%)关注铜仁市融媒体中心各平台资讯,但仍有21.53%受众不关注。“微铜仁”微信公众号的关注度最高(66.20%),其后依次是“梵净云天”客户端(46.64%)、铜仁网(45.70%)等。对于未关注受众,通过问卷调查、访谈等方式了解原因,改进内容、优化渠道、加强宣传。强化优势平台建设,“微铜仁”微信公众号增加原创深度报道,“梵净云天”客户端优化功能,提供个性化服务。

多数受众每天浏览时间在30分钟以下,其中15分钟以下占38.75%,15-30分钟占39.58%。晚上19:00-22:00是浏览高峰期,占比54.53%。可在高峰期推出深度报道、热点话题讨论等内容;针对浏览时间短的受众,制作1-2分钟的新闻简报短视频。

(三)受众需求精准把握

受众关注铜仁市融媒体中心的主要原因包括获取本地新闻资讯(76.80%)、关注本地文化活动和风土人情(69.96%)、了解相关政策和工作动态(68.67%)。年轻的机关事业单位人员更倾向于通过短视频获取本地政策动态和新兴文化活动信息。因此,制作政策解读短视频,挖掘本地新兴文化活动进行专题报道。

社会新闻(73.62%)、时政新闻(68.08%)、文化新闻(60.31%)受关注度较高,体育新闻和娱乐新闻关注度相对较低。年轻女性学生群体可能更关注文化新闻中的校园文化和明星娱乐资讯;中年男性机关事业单位人员对时政新闻和本地经济新闻更为关注。根据这些差异,为不同群体定制新闻推送方案。

受众对铜仁旅游资源与景点介绍及旅游攻略(72.20%)、铜仁本地历史文化介绍(71.02%)、铜仁美食推荐(68.55%)需求较高。老年受众可能更希望看到铜仁传统美食的制作工艺传承介绍;年轻自由职业者可能对个性化旅游攻略更感兴趣。根据不同受众需求,打造多样化特色专题。

评论区互动(74.79%)最受欢迎,线上投票(53.36%)、线下活动参与(49.35%)也受期待。优化评论区管理,定期开展线上投票,举办线下活动,加强与受众互动。

(四)内容评价全面审视

超七成受众(非常满意39.81%+满意39.34%)对铜仁市融媒体中心的内容表示满意,但仍有20.85%(一般19.43%+不满意1.18%+非常不满意0.24%)受众认为有待提升。不满意受众的意见主要集中在内容质量深度不够、呈现形式不佳、互动体验差等方面。针对这些问题,制定具体改进措施,如加强内容深度策划、提升视频制作水平、优化排版设计、提高评论回复效率、创新互动活动形式等。

新闻的及时性(70.91%)、准确性(64.66%)和内容呈现形式多样化(53.00%)获认可,但报道深度(53.59%认为需加强)、互动性(36.16%)有待增强。组建专家团队提升深度报道质量,引入直播问答、弹幕互动等技术增强互动性,优化内容呈现方式。

(五)未来发展建议系统梳理

推出铜仁短视频短剧(63.25%呼声最高)、开发互

动式融媒体产品(55.48%)、采用VR/AR等新技术(51.24%)受期待。以铜仁民间传说为蓝本开发系列动画短视频,开发基于AR技术的“铜仁文化探索”游戏,直播重大活动,依用户画像推荐个性化内容,建立用户创作社区。

从技术、传播渠道、内容三个维度协同发展。技术上,升级拍摄制作设备,优化平台加载速度;传播渠道上,加大宣传力度,拓展传播范围,开展跨区域媒体交流合作;内容上,丰富类型、突出特色,打造特色栏目,培育地方文化品牌。

四、铜仁市融媒体中心发展策略

(一)全方位优化内容生产,彰显铜仁独特魅力

深耕本地特色,塑造内容品牌。铜仁拥有众多具有地方特色的文化资源,如石阡万寿宫融合了仡佬族、侗族等民族建筑风格,思南花烛、傩面具制作等传统工艺历史悠久。围绕这些特色资源,制作系列短视频、直播、纪录片,深入挖掘其建筑特色、历史渊源、文化故事以及制作工艺背后的文化传承价值。以“九龙盘铜仁”的民间传说为蓝本,开发系列音频故事,在广播频率和新媒体平台同步播出,打造具有鲜明地方标识性的内容品牌。这不仅能够吸引更多人关注铜仁历史文化,还能提升铜仁的文化影响力,助力铜仁文化旅游产业发展,呼应铜仁市文化强市的政策导向。

提升新闻品质,强化深度报道。组建专业深度报道团队,深入各领域开展调研。针对铜仁重大发展战略,如新型城镇化建设、乡村振兴战略实施、民生关键议题,如老旧小区改造、教育医疗资源优化配置;社会热点事件,如景区游客流量管理等,从政治、经济、社会、文化等多维度深入剖析,运用专业知识和数据支撑,提供专业、权威且可读性强的内容。通过深度报道,满足受众对高质量新闻的需求,增强媒体公信力与影响力,树立良好的媒体形象,为地方发展营造良好的舆论环境。

丰富内容供给,满足多元需求。在稳固时政、社会新闻优势的同时,拓展内容边界。在文化领域,加大对傩戏等传统艺术的展示力度,通过视频、直播、专题报道等形式,让更多人了解这一独特的地方文化;在教育领域,关注特色教学模式和教育改革成果,为教育工作者和学生提供有价值的信息;在科技领域,聚焦本地科技创新应用,展示铜仁在数字经济、农业科技等方面的发展成果;在娱乐板块,挖掘本土文艺人才和特色活动,如地方音乐节、戏剧演出等,丰富市民文化生活。通过多样化的内容类型,精准定位不同受众的喜爱与需求,打造全方位信息服务平台,提升受众对本地媒体的依赖度与满意度。

(二)突破传统,多元创新传播形式

深耕短视频与直播领域,激发传播活力。组建专业视频制作团队,深入铜仁各地,挖掘具有地方特色的素材。以传统美食铜仁饭为例,制作精美的短视频,通过生动的画面、有趣的解说和独特的视角,展现美食背后的文化内涵、制作工艺以及与铜仁人民生活的紧密联系,吸引观众关注。增加直播报道频次,涵盖各类重大活动,如铜仁龙舟赛、民俗文化节;文化庆典,如传统祭祀活动、民族节日庆典;景点风貌,如梵净山四季美景、乡村自然风光等。在直播过程中,培养专业主播,提升直播质量,增强传播的即时性与互动性,让观众身临其境感受活动氛围,提升传播效果,吸引更多用户关注和参与,促进地方文化传播和旅游产业发展。

新技术赋能,打造沉浸式体验。引入VR、AR技术,为受众带来全新的视听体验。利用VR技术,让观众仿佛身临其境般游览梵净山、中南门古城等著名景点,感受自然风光和历史文化的魅力;通过AR技术,在博物馆展示文物时,呈现文物背后的历史故事和虚拟场景,在景区呈现古代商贸场景、民俗活动场景等,增强内容的趣味性与吸引力。开发基于AR的“铜仁历史探秘”游戏,让受众在游戏过程中深入了解铜仁的历史文化知识,提升受众对铜仁文化内涵的理解与参与度,使受众在游戏中感受铜仁的历史文化魅力,创新文化传播方式。融合多元元素,优化内容呈现。摒弃单一的内容呈现方式,在报道赛龙舟等民俗活动时,综合运用文字、图片、视频、音频等多种元素。精心设计排版,根据内容的节奏和重点,合理安排文字描述、图片展示、视频播放和音频搭配,营造出全方位、多层次的传播效果。通过精彩的视频画面展示活动的激烈场面,生动的文字描述讲述活动的历史渊源和文化意义,恰当的图片搭配突出活动的特色元素,应景的音频增强氛围渲染,满足不同受众的感官需求,提升媒体传播力与影响力,塑造铜仁多彩城市形象。

(三)构建多元互动桥梁,提升用户参与深度

优化评论区生态,激发交流热度。安排专业评论员,实时监测和筛选评论,及时回复用户的提问、观点和建议,展现媒体对用户的尊重和关注,增强用户好感度与信任度。主动抛出具有本地特色和话题性的议题,如“铜仁最美街巷评选”“我心中的铜仁文化符号”等,引导用户积极参与讨论,挖掘用户的智慧和创意。突出优质评论,将其展示在显眼位置,激发用户的参与积极性,使评论区成为

汇聚民智、交流思想的重要阵地,促进用户之间的互动和对本地事务的关注,增强受众对媒体的认同感和归属感。

精准洞察需求,借助活动收集民意。定期策划线上投票活动,如“铜仁十大最美乡村评选”“铜仁最具影响力文化活动评选”等,同时开展问卷调查,围绕新闻内容、传播形式、互动体验等方面深入了解受众需求与期望。运用数据分析工具,对投票和问卷结果进行深入挖掘,分析受众的兴趣偏好、需求变化趋势等,为内容创作和传播策略调整提供科学依据。将受众反馈转化为具体的优化方案和服务升级措施,实现媒体与受众的双向互动和共同发展。

线下互动升温,拉近与用户距离。结合铜仁文化特色和季节特点,举办丰富多彩的线下活动。例如,举办“铜仁美食节”,设置民俗技艺展示区,展示思南花烛、傩面具制作等传统工艺;传统歌舞表演区,呈现苗族、侗族等民族的特色歌舞;特色美食品尝区,让市民和游客品尝铜仁特色美食,如社饭、酸汤鱼等。定期组织粉丝见面会,邀请本地文化学者、媒体人分享铜仁的历史文化故事、媒体创作背后的故事等,增强用户与媒体的情感纽带,提升用户对媒体的忠诚度。构建参与体系,实现用户角色转变。设立新闻线索征集平台和奖励机制,鼓励用户提供新闻线索,对有价值的线索提供者给予一定奖励,激发用户参与新闻创作的积极性。搭建用户内容创作平台,制定明确的创作指南和审核标准,邀请用户参与内容创作,如拍摄短视频、撰写文章分享自己的生活经历、对铜仁发展的看法等。通过这些方式,让用户从信息接收者转变为创作者和传播者,丰富内容生态,形成媒体与用户互利共赢的局面。

(四)精细打磨平台运营,实现全方位升级

界面与排版优化,打造舒适阅读体验。聘请专业设计团队重新设计融媒体平台界面,以铜仁独特的青山绿水色调为基础,提取清新淡雅色系,融入本地文化元素,如梵净山的轮廓、少数民族传统图案等,增加可视化元素,用简洁直观的图标代替繁杂的新闻分类文字。依据用户阅读习惯和信息重要程度,科学排版文字、图片、视频,确保内容清晰易读、加载速度快。采用自适应布局,使平台在不同设备上都能呈现良好的显示效果,提升用户阅读体验,降低信息获取成本,提高信息传递效率,让用户更便捷地获取所需内容,增强用户对平台的好感度。

精准施策,运营策略因平台而异。针对不同社交媒体平台和自有APP的特点及用户特征,制定个性化的内容生产和推广方案。抖音平台年轻用户居多,偏好轻松娱乐内容,可制作精美短视频新闻,结合抖音热门话题和特效,以新颖有趣的形式吸引关注;微信公众号用户对深度内容有较高需求,适合发布深度报道、政策解读等长文,通过优质内容满足用户对知识和深度信息的渴望;“梵净云天”客户端作为本地综合性资讯平台,强化本地服务功能,如提供实时政务服务查询、生活缴费入口等,同时优化新闻推送功能,根据用户浏览历史和兴趣偏好,推送个性化的新闻资讯,合理分配资源,提升平台运营效益和用户粘性,提高各平台在不同用户群体中的影响力。

(五)夯实人才根基,锻造卓越团队

广纳贤才,打造高素质人才队伍。拓宽招聘渠道,通过线上招聘平台、校园招聘、行业人才推荐等多种方式,吸引各地优秀人才。在招聘采编岗位人员时,要求具备扎实的新闻写作功底、熟练的摄影摄像和视频剪辑技能,同时掌握新媒体运营知识,能够适应融媒体环境下的内容创作需求;技术岗位优先录用精通编程,且了解新媒体传播规律的复合型工程师,确保技术团队能够为融媒体中心的发展提供有力的技术支持。严格筛选引进人才,充实关键岗位,为融媒体中心注入新的活力。此外,为内部员工制定系统的培养计划,加强与高校、专业培训机构的合作,选派员工参加进修课程和培训讲座,提升员工在新媒体技术应用、内容创新、数据分析等方面的专业技能,打造一支既懂传统媒体业务又精通新媒体技术的高素质人才队伍。

精培厚植,激发团队内生动力。建立定期内部培训体系,每周开展业务培训,涵盖新闻采访、新媒体创作、平台运营、视频制作等方面。邀请行业专家、资深媒体人和内部优秀员工授课,通过案例分析、实操演练和经验分享,让员工紧跟媒体发展趋势,及时更新知识结构,提升业务能力。例如,在新媒体创作培训中,通过分析热门新媒体作品的成功案例,让员工学习先进的创作理念和技巧;在视频制作培训中,进行现场实操演练,提升员工的视频拍摄和剪辑技能。组织内部交流活动,如业务研讨会、经验分享会、项目协作小组等,打破部门壁垒,促进员工之间的沟通协作,激发创新灵感。在业务研讨会上,鼓励员工分享工作中的经验和遇到的问题,共同探讨解决方案;通过项目协作小组,让不同部门的员工协同工作,在实践中增进了解、提升团队协作能力,营造共同进步的良好氛围,为铜仁市融媒体中心的持续发展提供坚实的人才保障。

(作者单位:铜仁市融媒体中心)