

# 基于受众心理的新闻宣传对策研究

卢晓倩

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年6月13日; 录用日期: 2023年7月26日; 发布日期: 2023年8月2日

## 摘要

信息技术的飞速发展冲破了传统媒体与新媒体之间的界限, 新闻宣传拥有更丰富的传播方式和更广泛的传播途径, 受众所扮演的角色也愈加重要, 甚至在一定程度上决定了宣传成效。为更好地向人民群众传递党和政府的声音, 大众媒体应积极关注受众心理变化, 推动传统媒体与新媒体深度融合, 加强与受众之间的良性互动, 加强监管引导, 提升媒体公信力。

## 关键词

受众心理, 新闻宣传, 对策

# Research on the Countermeasures of News Propaganda Based on Audience Psychology

Xiaoqian Lu

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 13<sup>th</sup>, 2023; accepted: Jul. 26<sup>th</sup>, 2023; published: Aug. 2<sup>nd</sup>, 2023

## Abstract

The rapid development of information technology has broken down the boundaries between traditional media and new media, news propaganda has richer communication methods and wider communication channels, and the role played by the audience has become more and more important, even to a certain extent determines the effectiveness of propaganda. In order to better convey the voice of the Party and the government to the people, the mass media should actively pay attention to the psychological changes of the audience, promote the deep integration of traditional media and new media, strengthen the positive interaction with the audience, enhance supervision and guidance, and improve the credibility of the media.



## Keywords

### Audience Psychology, News Propaganda, Countermeasures

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

中国共产党始终坚持以人民为中心的工作导向，强调新闻宣传工作必须紧密贴近群众。著名记者安岗强调：“办好党报必须深知自己的读者，人民和党心连心，研究人民的心理，掌握他们的脉搏。”新闻宣传以受众为媒介，要提高新闻宣传的传播效果，新闻工作者就应竭尽全力在众多新闻事件中抓住典型、紧跟中心，以受众心理为圆点，深入挖掘新闻内容的前因后果，从而最大程度满足受众心理需求，更好地与受众产生共鸣。

## 2. 新闻宣传中受众的主要心理

马斯洛的需求层次理论把人类需求分为生理、安全、社交、尊重、自我实现这五个由低级向高级的需求(亚伯拉罕·马斯洛, 1987)。新闻宣传来源于人们的现实社会生活，维持人们生存的最基本生理要求如衣、食、住、行等都能成为新闻宣传的主题。但随着物质生产力的提升，人民群众对生活品质提出了更新更高的要求，新闻宣传必须与时俱进，充分关注和尊重受众的心理状态。运用心理学相关理论能够带领我们加速探究新闻宣传的奥秘。“晕轮效应”是一种以偏概全的认知误解，公共人物被媒体贴上刻意标签，引导舆论朝着他们所谋划的方向发展。“罗森塔尔效应”有着异曲同工之妙，能让新闻宣传影响叠加并加速扩散，民众易对相关人、事、物形成刻板印象。“羊群效应”是一种社会性趋同求近心理，当意见领袖等示范者发表意见后，大多数人就会调整自身认知或行为以附和，引起舆论发酵。“首因效应”是指社会交际中的第一印象将会对后续事件产生先入为主的作用，在新闻宣传中常用以抢占首发信息而引导舆论，让第一手信息在空窗期引起轰动。“共情效应”是指利用受众的“同理心”触发感情共鸣，形成舆论声势。这种效应尤其是在有损大多数人共同利益的民生舆情中表现更为强烈，可以让不同阶层、不同年龄、不同性别的受众发起共同诉求(蓝天, 2022)。基于这些较为常见的心理效应，我们能够对新闻宣传发生作用的原理以及新闻宣传中受众的主要心理进行更深层次的探究，以期不断提升宣传效果。

### 2.1. 好奇心理

好奇之心人皆有之。所谓好奇，就是指有机体在面对新的刺激或环境时表现出的一种趋向性和探究反射。凡初现、罕见、反常之物，即为人所感兴趣之物，即为人所好奇之物。从心理学角度来看，人民群众的好奇心理与事物的新鲜程度、出现频率密切相关。人们在初次遇到某一事物时会因为新奇而产生兴趣，但这种吸引往往转瞬即逝，当信息变旧人们的好奇心也会随之消失。若新内容出现，依然能再次激起受众的好奇心理。在新闻宣传领域，人民群众的好奇心理日益成为新闻传播方向、程度、效果的主导心理因素。因为好奇而探究，因为探究而参与，成为近年来众多新闻热点得以持续发酵的源动力(常兰, 张华卿, 2019)。首次传播的新信息往往让人印象深刻，同类型的新闻越早报道越易赢得读者青睐，具有“先入为主”的优势，因而各家媒体都会争夺“独家新闻”以赢得新闻竞争。但由于人民群众的兴趣范



围广泛，且种类繁多，新闻宣传无法完全符合受众心理预期，可能会出现点击率低、群众意见大等问题。因此，大众媒体在平衡矛盾的同时，切勿滥用受众的好奇心，对社会道德、媒体责任、传播规律等置之不理，更不能为博眼球而宣传负面低俗的内容。

## 2.2. 求知心理

在日益丰富的市场环境中，经济、文化快速发展，人民群众可能无法准确把握时代的发展要求，而现代社会对人才质量的要求也在不断提高，需要人们获取大量信息以适应日益激烈的社会竞争。此时求知心理逐渐成为新闻受众的主要心理需求。求知心理就是一种求知的需要，在人类物质需求的不断满足与提高中日益凸显出来，部分心理学家将“求交往、求知识、求平衡”视为人类三大本性。基于求知心理，人们对诸如科技创新、考古发现、宇宙之谜等新闻表现出浓厚的兴趣，会有选择性地针对某些领域进行深入探讨和研究，以此扩充知识面，形成自身独特认识。受众的求知心理决定了其对新闻的态度，近年来，对受众求知心理及其必然性的研究，已成为媒体争取受众、开拓市场的重要途径。

## 2.3. 求近心理

求近心理是指受众对新闻的选择存在一种趋近厌远的共同心理，根源于自身直接或间接的需要，会对熟悉的新闻给予更多的关注，主要体现为地域上的接近、情感上的接近和利益上的接近。受众更倾向于关注与自身环境和心理相近的事物，例如学生和家长更关注国家教育政策，追星族更关注娱乐圈，而普通受众对此兴趣较低。从认知层面上来看，受众之所以产生求近心理，是因为熟悉的新闻信息更容易被纳入到他们已有的认知结构中，给人一种亲切感和信任感，同时也易于与主体现有的知识经验相比较，从而快速获得更深层次的理解。从相反的角度来看，对“克隆”、“黑洞”、“股票”等不感兴趣、一窍不通的人，在接收此类新闻时就会出现认知障碍，表现出不理解或不感兴趣。此外，从情绪情感的角度来看，受众对熟悉的新闻更容易产生情绪情感上的共鸣。新闻宣传中贴近实际、贴近生活、贴近群众的“三贴近”原则就是基于求近心理而提出的。如何拉近与受众的心理距离，增强亲和力、吸引力和感染力，是新闻报道改革的重点。因此，新闻传播过程中，新闻工作者应抓好切入点，考虑到受众职业、年龄、文化水平的差异，注重地方特色，选择与受众切身利益息息相关的题材，报道人民大众喜闻乐见的新闻。

## 2.4. 对比心理

常言道：“有比较才会有鉴别”。受众在阅读不同媒体对同一新闻事件的报道时会不自觉产生对比心理，将不同事件报道在真实程度、详细程度、深刻程度等方面的差别进行分析比较，并在此过程中对不同媒体产生偏好(叶莉, 2022)。抗日战争时期各根据地的报纸如诞生于山东的《大众日报》，善于运用细节对比，利用一系列真实事件生动描绘了党“不拿群众一针一线”的爱民为民形象，强烈映衬出日军伪军的穷凶极恶，产生了强烈的对比效果。但是，对比方法不能滥用，要注重可比性原则，不能把特征完全不相关的人和事联系起来进行不规范的对比。在新闻实践中，新闻工作者应自觉从受众视角出发，通过对比为受众提供更加通俗易懂的新闻，从海量素材中分析深挖事件的新闻价值，以便报道为更多的受众所理解和接受。

## 2.5. 逆反心理

逆反心理是指个体出于某种原因对外部环境或事物表现出对立、抵触态度的心理状态。在新闻宣传方面，受众的逆反心理主要是指受众由于受某种预存立场、思维定势的影响，在接触、接受传播过程中产生的与传播者传播意图相反态度的心理倾向(郑兴东, 2004)。生活中有许多类似的事例，比如越是禁止



的书籍人们就越想购买。同理,当受众对新闻报道的内容抱有逆反之心时,往往也会让他们抛弃衡量事物的客观标准,对新闻进行逆向思考,对某些新闻媒介乃至整个新闻事业持怀疑态度。新闻传播过程中,新闻工作者应及时掌握受众对同类新闻的看法意见,贴合受众心理生活实际,考虑多方面多阶层特点,帮助人民群众解决生产生活中遇到的实际问题,尽量避免使其产生逆反心理。

### 3. 不同媒体时代的受众心理变化

在传统媒体时代,人民群众主要依靠电视、广播以及报刊获取消息、认识世界,新闻工作者对新闻事件的第一手资料享有事实上的专有权。随着时代的进步,受众需求也在不断变化,除了对获取新知识的渴求,人民群众更加青睐能够引起共鸣的新闻报道。同时,新技术、新媒介的发展使人民群众可以通过互联网轻松直接地获得相关新闻的一手信息,如目击者的现场录像录音、网络自媒体的实时直播等,受众不再被动接受而是主动掌握和传播新闻信息,每一位公众都可以根据全社会共享的第一手资料对新闻事件作出自己的报道、解释和评论。新闻事件第一信息的获取、所有权和解释权将不再是媒体工作者的专属专利,而是受众和媒体之间的共同资源。为此,受众的心理也随着社会的日新月异发生巨大的变化。一方面,受众的主体性、参与性得到提高,更倾向于有选择性地接受信息,也更倾向于掌握新闻话语权,成为信息发布的主人。另一方面,受众的娱乐性、新鲜感也在逐步加强,人民群众能够利用各种软件接收各类信息,也更乐于在互联网上展现自己、宣泄情绪,平台提供的个性服务、新奇新闻也更能吸引受众眼球。

新媒体技术的迅猛发展对传统媒体产生巨大的制约与冲击。从技术层面来看,传统新闻报道形式单一,已经无法满足新时代受众对新闻内容多样化、个性化的需要,从而逐步失去了竞争优势。在新闻媒体的转型发展中,部分媒体为了追求最大的经济效益而不惜传播一些哗众取宠、不切实际,甚至虚假低级的报道来博眼球,其行为不仅在某种程度上违背了新闻传播的真实性和客观性原则,在社会上造成极大的负面影响,威胁青少年身心健康成长,而且其广泛存在也会降低媒体的公信力,导致受众出现逆反心理,最终失去受众的信任(李玉梅,2019)。

### 4. 把握受众心理,做好新闻宣传工作的对策

#### 4.1. 推动传统媒体与新媒体的深度融合

长期以来,作为新闻宣传主阵地的传统媒体积累了丰富的传播经验,拥有相对完善的管理体制,具备较强的专业性和权威性,且严肃认真的新闻态度保证了其在受众心中较高的公信力,但往往因缺乏生动性而不能很好地吸引受众注意力。在新时代,不断革新的新媒体技术在信息传播的即时性、便捷性和交互性等方面取得了巨大突破,手机等移动终端成为主要传播载体,受众的信息需求也愈加丰富,赋予了传统媒体全新的发展内涵和发展舞台,新闻行业要实现长远发展,就必须积极推动新旧媒体的有效融合。现阶段,新闻宣传应以传统媒体为基础,顺应受众身心认知规律,紧跟网络发展潮流,充分利用自身优势,大胆探索多元化的发展模式,挖掘正面引导的新闻事件,开发多种渠道加强与受众之间的互动交流,在保障内容品质的前提下,兼顾社会与经济效益。在内容方面,媒体应尽力抛弃平铺直叙、空洞抽象的文体,采用趣味性强、人情味浓、新颖活泼的叙述方式增强新闻的可读性,推动报纸等传统媒体数字化、网络化;宣传者要情感真挚、不故作权威,与受众平等对话,使其产生感情的共鸣和心灵的震颤,从而进一步增强舆论引导能力,达到更好的宣传效果。共青团中央在打造“网上共青团”的目标下,以青少年为主要传播和服务对象积极拥抱互联网。在B站这个面向青少年群体最大的视频社交平台,共青团中央观察并融入青少年的言行方式,采用鬼畜、表情包、二次元等新兴元素,将思想引导与新式语言表达相结合,将自身公信力与新媒体的渗透力相融合,用吸睛的新媒体短视频加强与青少年的互动交



流,转变传统主题宣传模式的理念,在运营模式、渠道探索等方面有效创新,收获了大量粉丝并得到了人民群众的一致好评(黄茹娟,2022)。

## 4.2. 加强监管引导,提升媒体公信力

当前社会背景下,由于部分媒体的不当行为以及受众心理的不断变化,媒体公信力正在逐步下降。网络受众的疑虑心理较强主要源于存在较多虚假、低俗的新闻,疑虑的结果就是对新闻宣传的冷漠和逆反情绪。对此,国家应科学认识新闻传播规律,加强网络媒体立法,完善相关法律法规,既要传统媒体的行为加以规范,又要对新媒体尤其是发布恶意言论、反动虚假信息的自媒体进行惩治,形成风清气正的媒体运行环境。大众媒体应坚持马克思主义新闻观,注重完善监督管理工作,从媒体的社会责任出发,进一步提高对新闻内容质量的把控,积极利用微博、微信公众号等新媒体平台,传播社会正能量,同时引导公众正确对待和利用新旧媒体,树立正确的三观。新闻工作者应自觉学习相关知识,熟练掌握各类软件,有效利用新媒体优势,及时跟踪舆论发展态势,虚心接受社会和人民的监督,不断提高新闻报道水平。随着传播技术的不断发展,媒体报道形式也在不断丰富,从最初的“有图有真相”到音视频多种方式联动,全方位对新闻信息进行展示成为考核从业者能力的一项硬指标。新闻工作者必须与时俱进、开拓创新,努力成为新时期新闻宣传工作的行家里手(盛大泉,2019)。

## 4.3. 加强媒体与受众之间的良性互动

在互联网时代,受众网络参与门槛进一步降低,参与度和互动积极性达到了空前高度。受众通常是以消遣娱乐的心态和目的来认知新闻,通俗化的内容能给他们带来愉悦轻松的心理体验。传统媒体自上而下的传播模式忽视了受众话语权的表达,而数字媒体消解了传统媒体的话语权威,并赋予受众以广泛而深刻的话语权。新闻媒体工作要实现长远发展,就必须始终围绕着人民群众,以人民群众为中心,主动倾听人民群众的心声,改进新闻传播方式,选择人民群众喜闻乐见、通俗易懂的内容和形式,关注受众情绪、与受众产生情感共鸣(沈正赋,2021)。若新闻宣传的目的仅仅是为了增加点击率而让宣传格调变得媚俗,固然能吸引部分受众但却与新闻宣传的宗旨背道而驰,从长期看也会使媒体声誉受损最终遭到受众的唾弃。总而言之,媒体要实现与受众之间的良性互动,首先应分析受众兴趣爱好,根据生活实际采取易被接受的方式对传播内容进行调整,保留留言互动环节并实时评价与反馈,不断提高受众的参与度和满意度,促进传播方式和内容焕发新的生机。《中国诗词大会》节目热播,教育部新闻办“微言教育”编发了一条“诗词接力、飞花传令”的微博,发起网络诗词大会接力,吸引了全社会民众的广泛参与,微博话题的网民阅读量超千万(陈蓓蓓,2018)。全国两会期间,南方都市报全媒体部利用VR、短视频、小游戏、动画等技术推出《Q版最高法报告》、《玩拼图看懂国务院机构调整方案》、《跟着南都看两会》等等报道,将内容严肃的方针政策变得活泼有趣、简洁易懂,极大地提高了受众关注两会的热度。

## 5. 结语

以《人民日报》、《大众日报》为代表的主流媒体作为中华优秀传统文化的宣传者、正确价值观的引领者,始终坚持党性原则与人民性原则,坚持与时俱进、实事求是,以卓有成效的传播模式实现新闻反映社会现实的意义与价值,为行业树立了标杆,为经济社会发展作出了应有的贡献。新闻学与思想政治教育心理学密不可分,受众心理变化直接影响到媒体传播的方向、方式及内容。在构建中国特色社会主义和谐社会的进程中,新闻工作者应给予受众心理以更加准确的科学定位,在为受众发声的同时尽力满足受众的心理需求,同时围绕受众心理转变传播观念,不断优化宣传形式和内容,推动媒体行业长远



发展,更好地发挥舆论引导作用。

## 参考文献

- 常兰, 张华卿(2019). 心理学视角下新闻的有效传播分析. *传播力研究*, 3(12), 240.
- 陈蓓蕾(2018). *新时代正面宣传的效果提升研究*. 硕士学位论文, 南宁: 广西大学.
- 黄茹娟(2022). *政务新媒体主题宣传的传播效果研究*. 硕士学位论文, 武汉: 华中师范大学.
- 蓝天(2022). *新时代网络舆论引导研究*. 博士学位论文, 扬州: 扬州大学.
- 李玉梅(2019). 基于受众心理的新闻宣传中出现的问题及对策. *新闻研究导刊*, 10(14), 56+58.
- 沈正赋(2021). “以人民为中心”: 中国共产党百年传受观念的发展创新研究. *现代传播(中国传媒大学学报)*, 43(8), 36-41.
- 盛大泉(2019). 大力加强人才工作新闻宣传队伍建设. *中国人才*, (12), 60-61.
- 亚伯拉罕·马斯洛(1987). *人的潜能与价值*. 华夏出版社.
- 叶莉(2022). 基于受众心理的新闻宣传对策研究. *中国报业*, (20), 42-43.
- 郑兴东(2004). *受众心理与传媒引导*. 新华出版社.