

# 基于新媒体平台的戏剧传播受众拓展与粘性提升机制

张 丰

中央戏剧学院教务处 北京 102200

**摘 要：**戏剧作为具有深厚文化内涵和韵味的艺术形式，其传播范围和接受群体受到诸多因素的影响。随着新媒体平台的发展，戏剧内容的传播及受众拓展成为了可能。结合新媒体平台，我们构建了一个戏剧传播模型，并研究了通过该模型对戏剧受众进行拓展和粘性提升的机制。我们发现，新媒体平台的多元化特性，如高度互动性、易于分享与传播等，为戏剧提供了更广阔的传播空间，不仅扩大了戏剧的受众群体，而且增强了受众的粘性。实证研究结果显示，新媒体平台的融合传播、社会化传播和个性化传播机制显著提升了戏剧的受众拓展和粘性，为戏剧文化的大众化传播提供了新的路径。然而，如何优化新媒体平台上的戏剧传播内容，提高传播效率，增强受众粘性仍然是需要探索与解决的重要问题。这项研究不仅为戏剧剧院提供了新的传播策略，也对新媒体环境下的艺术传播研究有一定的理论指导意义。

**关键词：**新媒体平台；戏剧传播；受众拓展及粘性提升

## 引言

在信息发达、新媒体盛行的当下，戏剧作为情感与视觉兼具的艺术形式，面临着新挑战：如何在海量信息中吸引现代受众，扩大受众群体并增强连接，关乎其生存与发展。为此，戏剧在传播形式、平台、策略上不断创新，力求契合受众。如何借助新媒体拓宽传播领域、实现从精英到大众的转变，进而形成新的社会艺术文化现象，是戏剧研究、传播及产业发展等领域亟需解决的问题。同时，优化新媒体平台上的戏剧传播内容、提高传播效率、增强受众粘性，也一直是艺术传播领域的焦点。所以，对新媒体平台上戏剧传播开展实证研究，探讨受众拓展与粘性提升机制，具有重要理论与实践意义。

## 一、戏剧与新媒体的融合

### （一）戏剧在传统媒体中的传播模式及局限

在传统媒体环境中，戏剧的传播主要通过报纸杂志、广播、电视以及实体演出等方式进行<sup>[1]</sup>。这些传统媒体在戏剧传播中扮演着重要角色，但也存在显著局限。传统媒体的单向传播特点限制了受众与戏剧作品之间的互动性，导致观众难以参与到戏剧创作和讨论中。传播的

地域性限制也使得戏剧只能在特定区域内获得关注，无法实现广泛的传播。传统媒体的时效性和空间限制使戏剧信息的传递速度缓慢，难以满足现代受众对即时性与多样化信息的需求。在这样一个局限的传播模式下，戏剧受众的拓展面临挑战，受众粘性也难以提升。传统媒体对戏剧传播效果的制约为新媒体的介入提供了契机，推动了戏剧传播模式的变革与创新。在此背景下，探索新的传播路径显得尤为重要，为戏剧在更广泛的平台上赢得新的受众和市场空间创造了可能<sup>[2]</sup>。

### （二）新媒体的兴起和发展概述

新媒体的兴起和发展深刻改变了信息传播的方式，并对各领域产生了深远影响。随着互联网技术的快速进步，新媒体平台如微博、微信、短视频应用等迅速普及，打破了传统媒体时空和受众的限制。新媒体以其高度互动性、即时性和个性化特点，为信息传达提供了多样化的渠道。移动智能终端的普及使得新媒体的操作更加便捷，以用户为中心的传播模式带来了较强的参与性和互动性。这种新型传播平台使得内容可以更快更广泛地抵达全球受众，为戏剧等传统艺术形式的传播与创新提供了新的动力和机遇。

### （三）基于新媒体的戏剧传播模式

基于新媒体的戏剧传播模式充分利用了新媒体的交互性、即时性与广泛覆盖面，将戏剧从传统的舞台空间延伸至更为广泛的数字空间。在这种模式下，戏剧内容可以通过社交媒体、网络视频和移动应用等多种渠道实现多元化传播，受众可以通过评论、分享和在线互动等方

**基金项目：**本文系“中央高校基本科研业务费专项资金资助”项目（中央戏剧学院青年项目：戏剧类非遗传播与保护新质态研究，项目编号：YNQN2504）的阶段性成果。

**作者简介：**张丰（1991—），男，汉族，安徽芜湖，硕士研究生，研究方向：教学管理。

式参与其中，形成新型的“观演关系”。这种模式不仅突破了时间和空间的限制，还实现了戏剧内容的实时传播和反馈，推动了戏剧的数字化转型和受众参与的深度互动。

## 二、新媒体对戏剧受众拓展的影响

### （一）新媒体的特性对戏剧受众拓展的促进作用

新媒体的特性对于戏剧受众的拓展具有显著促进作用。新媒体的互动性使得受众可以积极参与到戏剧内容的讨论和分享中，使戏剧传播不再是单向的，而是多向互动的过程。这种互动性不仅增进了观众与戏剧内容的连接，还吸引了更多潜在受众的关注。新媒体的便捷分享功能使观众能够轻松地将戏剧内容传播至更广泛的社交网络，扩大了戏剧的传播路径。这种社交传播途径有效突破了传统传播渠道的局限，增加了戏剧在不同兴趣群体之间的渗透力。新媒体的个性化推荐机制则基于用户行为数据，精准匹配戏剧内容与潜在受众的兴趣偏好，提升戏剧内容的触达率，进而促使一个日益多元化和庞大的受众群体形成。新媒体特性不仅对戏剧受众的拓展起到了推动作用，还为戏剧传播提供了新的视角和方法。

### （二）新媒体条件下戏剧受众的特性分析

新媒体环境下，戏剧受众呈现出多样化和年轻化的特性。新媒体平台的便捷性和互动性吸引了更多年轻受众参与戏剧内容的消费与传播。他们既是剧目的观众，也是活跃的内容创作者，通过评论、分享及再创作等方式影响其他受众。新媒体的个性化推荐机制使得观众能够接触到更符合其兴趣的戏剧类型，因而扩展了受众层次，不再局限于特定文化背景或教育水平。新媒体的社交属性也增强了戏剧讨论的广度与深度，推动戏剧受众从传统的被动接受转向主动参与和传播。这种变化为戏剧文化的跨地域传播和跨文化互动提供了更多可能。

### （三）基于新媒体的戏剧受众拓展策略

在新媒体平台上拓展戏剧受众时，需要精确定位目标群体，通过算法推荐和标签分类等技术实现个性化内容推送。社交媒体的互动性可以用来吸引观众参与讨论和分享感受，提高受众的参与度和归属感<sup>[3]</sup>。通过多渠道推广，比如短视频、直播和微电影模式，可以增加戏剧曝光率。建立与其他文化和艺术形式的跨界合作关系，通过联合活动和主题交流，能够吸引不常接触戏剧的群体加入，从而实现受众群体的有效拓展。

## 三、新媒体对戏剧受众粘性提升的作用

### （一）新媒体条件下戏剧受众粘性的表现形式及影响因素

新媒体条件下，戏剧受众粘性的表现形式和影响因素多样化。互动性是显著的表现形式，通过评论、分享和参与线上活动，受众与戏剧内容之间形成情感连接，

增强了用户参与感。个性化推送提升了受众粘性，新媒体通过大数据分析，根据用户偏好定制内容，满足受众独特需求。社会化传播也发挥了重要作用，受众通过社交网络与其他用户分享戏剧体验，形成口碑效应，这种群体互动进一步提升了戏剧的吸引力。

影响粘性的因素包括内容质量和用户体验。优质的戏剧内容能够吸引受众并使其长时间停留于平台，而流畅的用户体验则减少了用户流失率<sup>[4]</sup>。另一个关键因素是平台的技术支持，平台的稳定性和信息安全是保证受众长期留存的重要基础。这些因素在一定程度上决定了受众对戏剧内容的关注度和忠实度。

### （二）新媒体平台对戏剧受众粘性的提升作用

新媒体平台在提升戏剧受众粘性方面表现出显著作用。借助其高度互动性，新媒体能够实现即时反馈和双向交流，增强观众的参与感和归属感。社交媒体的分享功能促使戏剧内容更广泛传播，增加观众的互动机会，使得观众在广泛交流中形成更紧密的社群关系。这些社群关系通过共同的兴趣和体验深化了受众之间的联系，提高了粘性。通过大数据分析，新媒体能够实现个性化内容推荐，使观众获得符合其喜好的戏剧内容，从而增加观看频率和认同感。在这种个性化与互动性的双重机制作用下，受到戏剧吸引的受众不仅在数量上得到扩展，其对戏剧的黏着度和忠诚度也得以提升<sup>[5]</sup>。

### （三）基于新媒体的戏剧受众粘性增强策略

在新媒体环境中，可以通过多样化互动元素、个性化内容定制以及社群化运营策略来增强戏剧受众粘性。利用互动技术，营造沉浸式用户体验，激发受众参与热情。通过分析用户行为数据，提供定制化内容推荐，满足不同受众的独特需求。社群化运营策略则通过建立线上讨论社区，加强用户之间的交流和分享，形成稳定的受众群体。综合这些策略，能够有效提升受众粘性，促进戏剧的持续传播和影响力扩散。

## 四、基于新媒体的戏剧传播优化路径

### （一）新媒体平台下戏剧传播存在的问题

新媒体平台在戏剧传播中虽然展现出巨大的潜力，但仍面临一些问题需要解决。信息过载是一个突出问题。新媒体环境下，各种信息在平台上竞相涌现，戏剧内容有时可能被淹没，难以引起足够注意。低质量的内容影响传播效果。部分戏剧作品在新媒体平台上以粗制滥造或不完整的形式呈现，削弱了观众的体验和兴趣。新媒体平台的算法推荐机制存在偏颇，可能导致戏剧内容传播的局限性，部分优质内容不易被广泛发现。在互动性方面，尽管新媒体提供了互动工具，很多戏剧内容的互动设计仍显不足，难以充分吸引和保留观众。上述问题

限制了新媒体平台在戏剧传播中的效能，亟需通过创新策略、优化内容质量及传播方式加以解决。

### （二）基于新媒体的戏剧传播内容优化策略

新媒体的迅速发展为戏剧传播提供了新的机遇和挑战。优化新媒体平台上的戏剧传播内容，应重视内容的多样性与趣味性，使其更贴近受众需求。可以通过提升视觉效果、丰富多媒体元素，如视频、音频、动画等方式，增强用户体验。关注当下流行话题，将戏剧内容与社会热点相结合，吸引更多关注。互动性是新媒体的一大特点，借助社交功能加强与受众的互动，有助于提升内容的吸引力与参与感。利用精准的数据分析，加强对受众需求的洞察，形成满足不同兴趣群体的定制化内容推送，也能够有效提高内容的传播效果与受众粘性。通过这些措施，可显著提升戏剧在新媒体上的表现力与影响力。

### （三）基于新媒体的戏剧传播形式和手段的优化

在新媒体环境下，戏剧传播的形式和手段需进行优化，以更好地适应受众的需求。可通过增强互动性、视觉冲击力以及内容的多元化来强化传播效果。多媒体技术的应用能够丰富戏剧内容的呈现方式，吸引更多观众参与。用户生成内容和实时评论功能的结合，促进了受众的积极参与，提高了互动性和粘性。通过数据分析了解受众偏好，定制化推送内容，使得传播更加精准。跨平台整合传播能够扩大戏剧的影响力，提升传播效果。

## 五、新媒体下戏剧传播对教学管理的影响和启示

### （一）新媒体下戏剧传播与教育教学的融合

戏剧作为教育教学的有效工具，通过新媒体的传播手段，能够实现与现代教学方法的深度融合。新媒体技术的快速发展，促使戏剧教育突破了传统教学的局限性，实现了互动性和参与性的提升。通过新媒体平台，戏剧为学生提供了丰富的学习体验，激发了学生的学习兴趣 and 创造力。新媒体的多样化传播形式，例如视频直播、社交媒体互动等，促进了戏剧教育内容的直观展示和广泛传播，使得教学过程中知识的传递更加生动形象。新媒体平台为教师提供了创新的课程设计思路和教学工具，使得戏剧教学更加灵活多样。新媒体在戏剧传播中的应用，不仅扩展了教学的视野，还提高了教育的质量，促使戏剧成为培养学生综合素质的重要手段。通过新媒体的融合，戏剧在教育领域的影响力得到进一步扩大，为现代教学管理模式的发展提供了新的思路和方法。

### （二）新媒体下戏剧传播对教学管理的影响

新媒体下戏剧传播对教学管理的影响主要体现于教学模式的创新及课堂互动的增强。新媒体平台提供了丰富的戏剧资源，师生能够随时获取并利用这些资源开展教学活动，有助于提高学生对象戏剧的兴趣和理解力。通

过新媒体技术，戏剧教材的数字化与多媒体化得以实现，教师可以运用视频、音频等多样化手段丰富课堂内容。新媒体所提供的互动功能使得学生在戏剧学习过程中更具参与性和积极性，促进了师生间的双向沟通，增强了教学效果。这一变革对教学管理提出了新的要求和挑战，需适时调整管理策略以适应新形势。

### （三）基于新媒体戏剧传播的教学管理策略与建议

基于新媒体戏剧传播，教学管理策略应侧重于利用数字技术提升学生对戏剧的兴趣与参与度。通过多媒体资源的整合，教师可设计沉浸式学习体验，提高课堂互动性。结合社交媒体平台，鼓励学生分享观后感与讨论，加深对戏剧内容的理解。制定灵活的教学计划，结合新媒体变化及时调整教学内容。提供网络学习平台，支持个性化学习路径，帮助学生探索戏剧发展的多种可能性。在教学评估中，融合数字分析工具，客观评估学生理解与参与效果。

## 结语

本研究通过构建新媒体平台的戏剧传播模型，揭示了新媒体平台的高度互动性、易于分享与传播等特性，对扩大戏剧受众群体、增强受众粘性的影响机制。实证结果表明，新媒体平台的融合传播、社会化传播和个性化传播机制对戏剧受众的拓展和粘性有显著提升作用，开辟了戏剧文化大众化传播的新途径。然而，针对如何在新媒体平台上优化戏剧传播内容、提高传播效率、增强受众粘性的问题，尚需进一步的研究和实践探索。期待未来能有更多关于新媒体平台上戏剧传播机制与策略的深入研究和有益实践，以推动戏剧艺术在新媒体环境下的繁荣发展。论文的研究成果对戏剧剧院的传播策略提供了新的视角，对新媒体环境下的艺术传播研究也具有重要的理论指导意义。本研究追求的不仅是理论上的创新，更在于实际操作中有效的价值辐射。希望在进一步探索和研究中，为戏剧传播领域提供更多的理论依据和实践参考。

## 参考文献

- [1] 钱泳冰. 新传播格局下政务新媒体受众参与及提升途径[J]. 记者观察: 中, 2021, (06): 38-39.
- [2] 木娜娃尔·托呼提. 浅析拓展新媒体传播平台的新方法[J]. 新丝路: 上旬, 2021, (05): 0166-0166.
- [3] 崔燕. 拓展新媒体传播平台的实践与探索[J]. 中国报业, 2021, (03): 58-59.
- [4] 孙靛. 新媒体短视频受众拓展策略探析[J]. 卫星电视与宽带多媒体, 2021, (17): 118-119.
- [5] 林祥云. 浅析融媒体时代如何提升新媒体平台传播力[J]. 广告大观, 2022, (02): 0013-0015.