

# 《人民日报》微信公众号“夜读”栏目 经营策略研究

符玉娟

安徽大学新闻传播学院, 安徽省 合肥市 230039

**摘要:**“夜读”栏目作为《人民日报》微信公众号的核心固定栏目之一,是人民日报社向移动端转型的产物,也是传统主流媒体向移动互联网转型的成功典范。该栏目自推出以来,凭借其精准的受众定位、情感化的内容表达、统一的美学风格以及跨平台的媒介整合,实现了广泛而持续的社会影响力。本文从内容构建、表达形式与媒介经营三个维度出发,结合共情传播、媒介矩阵、视觉传达等传播学理论,系统分析“夜读”栏目的运营机制,探讨其在新媒体语境下的生存逻辑与发展路径,以期为传统媒体的深度融合与转型提供理论参照与实践启示。

**关键词:**《人民日报》; 微信公众号; 经营策略

## 0. 引言

随着移动互联网的普及与媒体融合的深入推进,传统纸媒面临着前所未有的传播生态变革。作为中共中央机关报,《人民日报》在新闻媒体领域的布局较早,其微信公众号于2013年正式上线,以“参与、沟通、记录时代”为宗旨,迅速成为媒体转型的标杆。时至今日,人民日报微信公众号早已形成了一套成熟的运营模式,其中每晚固定的“夜读”栏目无疑是“最革命性”的那一环<sup>[1]</sup>。在众多栏目中,“夜读”以其独特的情感定位与稳定的内容输出,成为连接主流媒体与普通用户的重要桥梁。

“夜读”栏目正式创立于2015年,其前身为“荐读”专栏。初期以图文为主,2016年引入真人朗读音频,形成“图文+音频”的固定模式。该栏目每晚九点半左右推送,内容长度控制在800-1000字,音频时长约3-6分钟,符合当代用户碎片化阅读与听觉消费的习惯。

不同于白天推送的短、平、快的时政新闻,“夜读”栏目选择在新媒体阅读的晚高峰时段为用户推送较为软性的文章,以满足人们在高压、高节奏的生活状态下心灵与情感慰藉的需要。<sup>[2]</sup>

“夜读”栏目并非《人民日报》独有,新华社、《中国青年报》等多家媒体也设有类似栏目,形成“同题竞争”的格局。然而,《人民日报》的“夜读”却在长期运营中保持了较高的用户黏性与社会认同。本文旨在从学理层面剖析其经营策略,探讨其如何在内容、形式与媒介三个层面实现有效传播,并在此基础上反思传统媒体转型的路径与可能。

## 1. 内容经营: 注重共情传播

“对面临激烈竞争的媒体而言,‘渠道’‘技术’等一些因素固然可以在短时期内使媒体得到快速发展,但是从宏观角度和长期角度而言,

内容依旧是‘王者’。”<sup>[3]</sup>内容是吸引的核心,也是传播的基石,《人民日报》微信公众号的“夜读”栏目长期倾心于对内容的经营,这是其能够长盛不衰的重要秘诀。

### 1.1 情感议题的设置与共鸣机制

“夜读”在选题上聚焦“情感”“生活”“成长”“逆境”“奋斗”等关键词,紧扣普通人在现代社会中普遍面临的心理与情感需求。例如,在年末推送的《这一年,别忘了谢谢自己》,以“感恩”“珍惜”“自我肯定”为主题,呼应岁末情绪,引发广泛共鸣。此类内容不仅具有心理抚慰功能,也在一定程度上承担了社会情绪调节器的角色。

从传播学角度看,这种内容策略符合“使用与满足”理论。用户通过阅读“夜读”内容,获得情感支持、认知提升与审美体验,进而形成稳定的阅读期待与品牌认同。进一步而言,“夜读”在内容选择上具有较强的时代感与社会洞察力,能够敏锐捕捉社会集体情绪的变化,并将其转化为具象的文本议题。例如在疫情期间推出的《等疫情结束,我们……》系列,不仅缓解了公众的焦虑情绪,也增强了媒体与用户之间的情感连接。

### 1.2 标题修辞与对话性建构

“夜读”标题多采用简洁凝练的句式,字符长短适中,能使读者更容易理解内容,进而阅读分享<sup>[4]</sup>。常使用数量词,如《做好这三件事,人生更丰盈》《靠谱的人,都有这三个闪光点》《真正有远见的人,都在做这四件事》等,具体化的信息内容给人以直观理性的感受,使受众对信息产生积极的情感。

此外,标题中多使用代词“你”“我”“自己”“我们”,有助于营造出一种朋友间亲密谈心的阅读氛围,和读者形成交流对话的空间,让读者沉浸于观点的交互中,结合自身的感触与文章观点达成共情、共识,如《愿你有一往

无前的勇气,也有适时转弯的智慧》《让自己更优秀的5条法则》等。

这种修辞策略源于符号互动论的观点,即语言不仅是信息载体,更是社会关系的建构工具。通过人称代词与数量词的使用,“夜读”在文本层面实现了与读者的“虚拟互动”,增强了传播的亲合力与接受度。标题不仅是内容的入口,更是情感连接的起点,它在一定程度上决定了用户是否愿意在信息洪流中停留并完成阅读行为。

### 1.3 音频传播与情感强化

文章中插入的音频也是“夜读”栏目达成共情传播的重要手段。赵毅衡教授提出,录音是一种绝似文本,因对象的缺席而代替对象的符号,绝似符号很可能给接收者造成“确有其事”的误会。<sup>[5]</sup>丰富的声态、语态能够表达人的思想情感,能够使语音功能达到最大化,充分发挥口语交际的语言魅力。

“夜读”栏目的音频往往选取轻柔、舒缓的背景音乐,引导用户放松、进入聆听状态;主播用温柔但不乏力量的声音将文章内容娓娓道来,能够给观众以温暖、治愈之感,抚慰听众的情绪。同时音频的时长集中在3-6分钟,等同于听一到两首流行歌曲,符合碎片化传播需求。音频的加入不仅丰富了内容的呈现方式,也在一定程度上重构了用户的阅读场景,将“看”新闻转变为“听”故事,增强了内容的沉浸感与情感张力。

## 2. 形式经营: 打造简洁美学

美学本身就是力量。《人民日报》微信公众号整体版面设计都很美观,文字间距也很合理。<sup>[6]</sup>“夜读”栏目更是长期保持统一的版面格式,以清爽简洁的风格给读者以美的享受,形成了强烈的品牌辨识度。

### 2.1 版式设计 with 视觉秩序

“夜读”文章采用固定版式:淡雅底色卡片、统一字体与行间距、适度留白,避免使用复杂SVG动画或花哨贴图。这种极简主义风格不仅提升了阅读舒适度,也符合现代视觉传播中“少即是多”的美学原则。

从视觉传达理论来看,统一的版式设计有助于形成“格式塔”心理效应,使用者在重复接触中建立起对栏目的认知图式,进而强化品牌记忆。此外,适度的留白不仅缓解了用户的视觉疲劳,也为内容的情感表达提供了呼吸的空间,使文本与情绪得以自然流动。

### 2.2 封面图像与符号建构

“夜读”封面图常以纯色为背景,配以卡通风格的现代女性形象,并融入月亮、星星等夜晚元素,传递出静谧、温馨的情感基调。这种图像符号系统不仅具有较高的审美价值,也

在反复使用中固化为栏目的视觉标识。例如2023年12月26日推送的《年末了,谢谢我亲爱的朋友》,封面描绘一名女孩坐在窗前凝视雪景,既呼应季节特征,也唤起读者对友情与安静的联想。这种图像叙事与文本内容相互补充,共同构建出“夜读”独有的情感空间。封面的符号化处理不仅强化了栏目的辨识度,也在潜移默化中塑造了用户对“夜读”的情感预期——即这是一个温暖、陪伴、治愈的精神角落。

## 3. 媒介经营: 彰显矩阵效应

“夜读”栏目的成功,不仅依赖于内容与形式的精致化处理,更在于其跨平台、多介质的整合传播策略。这一策略体现了媒介矩阵理论在实践中的有效运用。

### 3.1 线下延伸: 纸质书籍的品牌增值

自2016年起,“夜读”栏目开始将精选内容结集出版,如《你的坚持,终将美好》《日思夜读》等。这些书籍不仅在实体书店与电商平台销售,也在公众号推送中通过二维码与图片进行推广,形成线上线下联动的传播闭环。

纸质书的出版,不仅拓展了内容的价值链,也强化了“夜读”作为文化品牌的影响力。从媒介生态学角度看,这是一种从数字空间向实体空间的“反哺”,增强了栏目的文化厚度与用户黏性。书籍作为传统媒介形态的延续,为“夜读”内容赋予了更长的生命周期与更深的传播层次,使其从“即时消费”走向“持续留存”。

### 3.2 线上联动: 多平台协同与流量引导

“夜读”在人民日报客户端、微博、视界APP等平台同步推送,形成“一次采集、多元分发”的传播格局。各平台在内容上保持一致,但在互动机制上有所区别:微博强调转发与讨论,客户端侧重集成与沉淀,微信则作为内容首发与深度互动的主阵地。

这种平台分工体现了“媒介矩阵”的运作逻辑:通过不同平台的特性互补,实现传播效果的最大化。同时,各平台之间通过跳转链接、二维码等方式相互导流,形成闭环式的用户引流路径。媒介经营同样也是《人民日报》微信公众号“夜读”栏目能够成功经营多年的原因之一。“夜读”栏目在媒介经营方面主要侧重于线上线下结合以及平台矩阵效应。

## 4. “夜读”模式的启示与局限

“夜读”栏目的经营策略,不仅在实践层面取得了显著成效,也在理论层面为传统媒体转型提供了若干启示:

### 4.1 情感转向与主流媒体的角色调适

在传统媒体时代,党报多以权威性、政策性内容为主,而在新媒体环境中,“夜读”通过情感化、人格化的内容策略,实现了从“传



播者”到“陪伴者”的角色转变。这种转变不仅是传播策略的调整,更是主流媒体在公共情感空间中重新定位的体现。它表明,主流媒体不仅可以是政策的解读者、事件的记录者,也可以是公众情感的倾听者与共鸣者。

## 4.2 媒介融合中的“内容—形式—平台”协同

“夜读”模式表明,成功的媒体转型不能仅依靠内容或技术的单方面突破,而需实现内容情感化、形式美学化、平台矩阵化的系统协同。这种协同机制为传统媒体提供了可复制的融合路径。内容决定传播的深度,形式影响传播的体验,平台拓展传播的广度,三者缺一不可。

## 4.3 品牌延续与创新之间的平衡

“夜读”既继承了《人民日报》品牌的权威性与公信力,又通过内容与形式的创新,实现了与年轻受众的对接。这种“守正创新”的策略,为传统品牌在新媒体环境中的活化提供了参考。它表明,传统媒体在转型过程中不必完全抛弃原有品牌资产,而是可以通过内容与形式的再创造,实现品牌价值的延续与升华。

当然,“夜读”模式也存在一定的局限性。例如,情感化内容虽能引发共鸣,但也可能陷入“心灵鸡汤”的同质化困境;固定化的形式虽有利于品牌识别,但也可能抑制创新活力。未来,“夜读”仍需在保持风格统一与内容创新之间寻求动态平衡。此外,随着音频播客、视频号等新型媒介形态的兴起,“夜读”也需进一步拓展内容的表现形式与传播边界,避免在媒介演进中被边缘化。

## 5. 结语

总之,《人民日报》微信公众号“夜读”栏目作为传统媒体深度转型的典范,其成功并非偶然,而是建立在“内容共情—形式美学—媒介协同”三位一体有机融合的基础之上。这

一模式精准把握了新媒体环境下用户的情感需求与审美取向,通过温暖而富有共鸣的情感传播构建了牢固的用户信任关系,借助统一而精致的视觉设计强化了品牌识别度与美感体验,依托跨平台、多维度的媒介矩阵实现了传播效果的最大化。正是这种系统化、全方位的运营策略,使“夜读”在众声喧哗的新媒体生态中始终保持独特魅力与竞争优势,不仅为用户打造了一处可信赖的精神栖息地,更为传统主流媒体探索深度融合提供了具有可操作性的实践路径。

在媒体融合持续深化的今天,“夜读”模式的启示意义已超越技术层面,直指传播逻辑与用户关系的本质重构。它表明,传统媒体的转型并非简单的内容搬运或平台迁移,而是一场从“传播者中心”向“用户中心”的范式转变,是从单向灌输到双向陪伴的关系重塑。唯有在内容上贴近人心、回应时代情绪,在形式上追求简约而不简单的视觉表达,在传播上整合资源、构建协同互哺的媒介网络,传统媒体才能在注意力稀缺的时代突破重围,于新传播生态中焕发持久生命力。

展望未来,“夜读”及其同类栏目在坚守情感温度与美学风格的同时,也面临着如何在守正与创新之间寻求平衡的挑战。下一步,或可尝试在内容类型上实现更深度的多元化拓展,例如引入轻量级访谈、声音纪录片等形态,丰富叙事层次;在互动方式上探索更具沉浸感的参与机制,如开发主题性留言社区、发起“晚安短信计划”等轻互动项目;在技术融合上积极拥抱播客、视频号、AI语音等新兴载体,拓展内容的表现形式与传播边界。唯有以持续的内容创新、形式突破与媒介演进,才能在瞬息万变的传播环境中保持活力,实现从“情感陪伴”到“价值引领”的升华,最终构建更加广泛、深入且具有文化厚度的社会连接。

## 参考文献:

- [1] 胡翼青, 谌知翼. 寻找惯例: “夜读”栏目的信息生产实践[J]. 山西大学学报(哲学社会科学版), 2018, 41(05): 68-76.
- [2] 王婷. 副刊人格化发展策略与模型构建——以人民日报微信公众号“夜读”栏目为例[J]. 青年记者, 2018, (32): 43-44.
- [3] 邹海涛. 对融媒体时代“内容为王”的思考[J]. 今传媒, 2017, 25(11): 150-151.
- [4] 郭小立. 共情共识: 新型主流媒体标题涵义解读——以人民日报微信公众号夜读为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(01): 67-69.
- [5] 赵毅衡: 《符号学原理与推演》[M]. 南京大学出版社, 2011年版.
- [6] 郑君山. 人民日报微信公众号发展策略研究——兼论对高校微信平台建设的启示[J]. 中国报业, 2023(16): 112-113.

**作者简介:** 符玉娟(2001.11—), 女, 汉族, 安徽无为, 硕士研究生, 研究方向为新媒体传播。