

2. 理论支持

2.1 受众

受众理论是分析受众如何聆听、响应和与信息互动的基本概念。这通常涉及社会和文化背景如何影响受众的理解。随着技术的发展，受众理论还包括受众如何适应媒体融合的变化，包括内容或新闻可以通过各种平台获取的方式。这反映了受众对从传统的文字媒体到当代数字时代的技术发展的适应。

根据李春红（2015）的观点，受众可以分为两种类型：

- “广” 受众，指那些关注广泛信息的人群，他们对各种媒介和信息都有兴趣接触和使用，但没有明确的接受方向和固定的接受点。这类受众数量众多，居住地分散，个性迥异，兴趣不一。
- “窄” 受众，虽然也表现出分散性、多样性和匿名性，但他们在某一方面有共同的接受倾向，即选择信息的某种共性，如歌迷、足球迷和政治家等。

在本研究的背景下，特别关注受众的收视率，成为研究的核心。本研究的焦点是泗水年轻华裔，他们是《美都新闻》栏目的受众群体，也是本研究的访谈对象。通过分析他们的反馈，我们可以更深入地理解泗水年轻华裔的观点、兴趣和行为模式。

2.2 受众反应和兴趣

反应理论是理解个体与新闻互动的重要基础之一。当某人观看或阅读新闻时，他不仅仅是被动接收信息，而且会主动做出反应。反应理论关注的是受众在认知层面上对新闻的反应（Alfiansyah, 2014）。认知层面涉及个人对新闻中所呈现的信息的理解和评价。在当前的数字信息时代，对受众如何在各种媒体平台上与新闻互动的复杂性进行解释，受众反应理论变得越来越重要。

根据Rakhmat (2012)的观点，每个人都有不同的背景、价值观和观点，这可能影响他们对新闻的反应方式。因此，深入理解受众反应理论有助于探究新闻如何广泛地影响社会，包括政治观念、意见形成和社会行为的变化。受众反应理论强调受众在消化、解释和对接收到的新闻采取行动的重要作用。

根据李苓（2005），兴趣分为物质的和精神的兴趣。物质的兴趣表现为对舒适、食物、衣着等的渴望；精神的兴趣主要表现为认识的兴趣，比如对科学知识

的渴求和对文学、艺术的审美兴趣等。新闻内容通常涵盖了人们的物质和精神兴趣。例如，报道关于经济、健康、生活方式等方面的新闻可以满足人们对物质生活的需求和兴趣，而深度报道科学发现、文化活动等则可以满足受众的精神兴趣方面的需求，注重激活受众对客观现实环境的感知与体验需要，使之积极参与社会文化的拓展与建构。

兴趣可以分为直接和间接两种。直接兴趣来源于对某个对象的直接吸引力，比如有吸引力的书籍或引人入胜的视觉广告。而间接兴趣，则是作为某事物的间接影响而产生，而不是直接引起对该对象本身的兴趣。例如，因为对某事物的理解不足而感到焦虑的人会寻找相关信息（李苓，2005）。在大众传播中，间接兴趣现象可能发生在某人在别人推荐之后观看或阅读某物时。间接兴趣分析具有挑战性，引向社会心理学的迷宫，还使我们对受众兴趣的探索深入到“前提性条件”这样的层面。

2.3 美都新闻

PT. Media Televisi Indonesia（美都电视台）自创立以来，就抱有远大的愿景，致力于在电视界打造一种独特的形象，成为印尼首家24小时新闻电视台。美都电视台还与多家外国电视台进行新闻人才交流合作，如中国中央电视台（CCTV）、有线电视新闻网（CNN）等。秉承“Knowledge to Elevate”为口号，美都电视台不断提升公众的洞见和知识，成为一个可靠、快速和准确传递信息的媒体。在推出多个新闻栏目的同事，美都电视台特别推出了《美都新闻》，这是印尼首家也是唯一一家以汉语为媒介的新闻栏目。

《美都新闻》于2001年5月1日开始试播，并于同年11月25日正式作为印尼全国新闻电视台的一部分正式播出。《美都新闻》栏目提供与印尼及世界各地华裔社区相关的新闻和信息，涵盖了商业、经济、政治、教育到社会、文化和健康等多个领域。

自首次播出以来，《美都新闻》一直保持着良好的收视率，并获得了公众的积极反馈（美都电视台，2022年11月25日）。除了电视播出，《美都新闻》还活跃在脸书、照片墙、推特、抖音和油管等社交媒体平台上，让受众能够随时随地获取信息。

2.4 受看时间

观看时间的频率是反映个体对信息或最新发展的兴趣水平的一个重要指标。这一理论强调个体在观看汉语新闻上花费的时间对于形成对汉语新闻的看法、知识和兴趣的重要性。在观看时间的背景下，这指的是个体在探索和消费新闻内容上投入的时间。

随着电视栏目和新闻呈现的多样性日益增加，电视受众面临着众多选择，决定观看哪个栏目或新闻。个体对新闻的兴趣程度将取决于当前讨论的热门话题或新闻类型。因此，这可能会影响受众观看的时长。

根据Lowery和De Fleur（引自Adhani, 2016），观看电视的行为可以通过观看频率、观看时长以及观看的栏目或新闻类型来衡量。观看频率可以从个体在一段时间内观看电视的次数中得知。观看时长指的是个体花费在观看某个栏目或新闻上的时间。观看的栏目或新闻类型又取决于个体对希望观看的主题的个人兴趣。因此，在这个充满内容选择的数字信息时代，理解观看频率、观看时长和观看新闻的类型如何影响个体在社会中思考和行动方式显得至关重要。

2.5 新媒体

《美都新闻》已将新媒体概念融入其核心策略中，目的是吸引泗水年轻华裔消费其新闻内容。这种媒体转型反映了从传统媒体格式向更符合当前技术发展的数字格式的转变。《美都新闻》确保年轻一代可以最大程度地访问，这使得新媒体成为他们主要的沟通工具。

此外，为了加强受众与新闻内容之间的联系，《美都新闻》努力创造既能娱乐、满足受众需求又能反应新媒体消费模式的内容。这些内容在虚拟社会中扮演了关键的媒介角色。通过深入了解新媒体理论并在《美都新闻》的框架下将其付诸实践，他们最大程度地利用了新媒体的潜力，以吸引并影响泗水年轻华裔。

根据Jenkins（2006）的分析，新媒体的主要特征如下：

1. 互动性：新媒体实现了用户与内容之间的双向互动。用户可以积极参与、贡献并主动响应内容。
2. 全球可访问性：新媒体具有全球覆盖范围，任何有互联网连接的人都可以访问。

3. 实时性和速度：新媒体实现了信息的即时传播。通过社交媒体和在线新闻平台，新闻和事件可以迅速传播。

《美都新闻》将新媒体理论视为了解媒体如何不断转变并通过采纳创新的新媒体概念保持相关性的基石。通过新媒体的特征，《美都新闻》能适应数字时代，帮助用户更积极地参与和响应。

2.6 先前研究

先前的研究为我们提供了宝贵的见解，如有关《美都新闻》在Benteng Sewan Lebak Wangi中国村所扮演的角色。Prasetya (n.d) 表明，《美都新闻》与该村居民观看兴趣之间存在显著关系。然而，该研究还建议引入其他变量进行进一步分析。因此，笔者可以研究该研究所采用的定性方法，并探讨年轻一代是否也对观看《美都新闻》有相同的兴趣。

Nisha & Ekantari (2018) 的研究揭示了《美都新闻》在普及汉语教育和提高语言技能方面的积极影响，以便更好地理解有益信息。因此，这些先前的研究可以作为本研究的基础，旨在更深入地了解大众媒体对社会的影响，特别是对印度尼西亚年轻华裔的影响。这为笔者提供了更深入的研究问题的启发。

基于上述理论，笔者将继续发展涉及受众参与度、反馈、泗水年轻华裔的兴趣或不感兴趣，以及他们收看《美都新闻》的时间长度的研究工具。本研究更深入地了解泗水年轻华裔在新闻观看偏好和习惯方面的态度，为《美都新闻》的内容开发提供更相关和吸引人的方案。