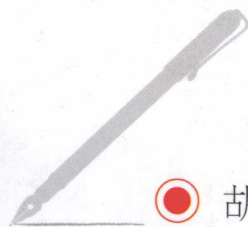


21 世纪新闻传播学通用教材

传播学



◎ 胡颖 著

调查研究方法

Research
Methodology of
Communication

中国传媒大学出版社

21 世纪新闻传播学通用教材

传播学 调查研究方法

Research
Methodology of
Communication

◎ 胡颖 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学调查研究方法/胡颖著. —北京:中国传媒大学出版社, 2010. 3

ISBN 978-7-81127-879-8

I. ①传… II. ①胡… III. ①传播学—调查研究—研究方法—高等学校—教材

IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 042911 号

当代广播电视概论
中外广播电视史
新闻学基础
传播学基础
传播学调查研究方法
新闻业务·采写编评
新媒体概论

传播学调查研究方法

作 者 胡 颖
策 划 赵 欣
责任编辑 李艳华
责任印制 范明懿
封面设计 魏 东
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京市梦宇印务有限公司

开 本 730×988mm 1/16

印 张 17

版 次 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

书 号 978-7-81127-879-8/G·879 定 价 35.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

1	第一部分 导论
3	第一章 传播学调查研究概述
3	第一节 传播学调查研究的定义、特点和方法
8	第二节 传播学调查研究的社会意义
13	第二章 传播学调查研究的历史和流派
13	第一节 传播学调查研究的历史与内容
26	第二节 传播学调查研究的流派
33	第三节 我国大陆的传播学调查研究
39	第二部分 传播学调查研究的基本过程
41	第三章 准备与实施
41	第一节 调研课题的确定
47	第二节 调研方案的规划
52	第三节 操作定义的设计
59	第四章 研究和总结
59	第一节 统计分析
68	第二节 思维加工
73	第三节 调研报告的撰写
83	第四节 评估和总结

86	第五章 使用SPSS进行统计分析
86	第一节 SPSS简介
90	第二节 数据编辑
107	第三节 单变量分析
112	第四节 双变量分析
119	第五节 图形绘制
128	第六节 信度分析
131	第三部分 实地调查法
133	第六章 实地调查法概述
133	第一节 实地调查法的定义、特点与分类
135	第二节 实地调查法的发展与应用
145	第七章 实地调查法的具体操作
145	第一节 实地调查的方法
156	第二节 实地调查的主要过程
189	第四部分 内容分析法
191	第八章 内容分析法概述
191	第一节 内容分析法的定义、特点与分类
196	第二节 内容分析法的发展和研究
207	第九章 内容分析法的具体操作
207	第一节 内容分析的应用模式
210	第二节 内容分析的主要过程

229	第五部分 控制实验法
231	第十章 控制实验法概述
231	第一节 控制实验法的定义、特点与分类
235	第二节 控制实验法的发展与应用
244	第十一章 控制实验法的具体操作
244	第一节 控制实验的类型与记号系统
247	第二节 控制实验的主要过程
260	第三节 控制实验的伦理道德
263	参考文献
265	后 记

第一章 传播学调查研究概述

第一部分

导 论

第一节 传播学调查研究的定义、特点和方法

【导 语】

所谓调查研究,是对某一主题进行访问、考察和探究。传播学调查研究的主题是人类社会的信息传播活动。

传播学的调查研究方法可以分为两个层面,一是方法论体系的层面,二是调查研究程序和技术层面的层面。前者与研究人员的世界观、社会观和传播观有着密切联系,后者主要涉及传播学研究中经常使用的调查研究方法的应用。本书在方法论体系的基础上,着重从第二层面,即传播学调查研究的程序和技术这个层面进行介绍和论述。在本部分中,我们将首先对传播学调查研究的概念进行系统阐述,同时对国内外传播学调查研究的历史和学派进行梳理。

传播学的调查研究与社会学中的社会调查并不完全相同。社会学中的社会调查是指“人们有目的有意识地通过对社会现象的考察、了解和分析、研究,来认识社会生活的本质及其发展规律的一种自觉活动”。^①社会调查的对象很宽泛,所有人类社会现象都是其研究的内容。而传播学调查研究的对象仅仅指社会现象中与人类信息传播有关的那部分,其调查研究的内容比社会学窄,范围则更为集中、深入。具体来说,传播学调查研究主要分析传播活动的五要素(传播者、受传者、信息、媒介、反馈/传播效果)、各要素之间的关系以及传播活动与社会大环境之间的联系。例如,“媒介收视率调查”、“农村媒介接触行为分析”、“电视节目对儿童的影响”等数据具体涉及大众传播活动,是传播学调查研究的内容,而“人口普查”、“人民生活水平调查”、“某行业发展情况调查”、“高校毕业生就业情

① 本居琪,《社会调查教程》,中国人民大学出版社,2004年版,第1页。

第一章 传播学调查研究概述

[本章要点]

1. 传播学调查研究的定义、特点
2. 传播学调查研究的主要方法
3. 传播学调查研究的指导思想
4. 传播学调查研究的意义

第一节 传播学调查研究的定义、特点和方法

所谓调查研究,是对某一主题进行的系统的调访、考察和探究。传播学调查研究的主题是人类社会的信息传播活动。

一、传播学调查研究的定义

传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学,其中具体包含了对人内传播、人际传播、群体传播、组织传播和大众传播等各个社会信息系统的考察。从传播学的定义中,我们可以看出,传播学是对人类社会中存在的特定的传播活动的研究。人类传播活动无处不在、无时不在,是一种普遍的社会现象,因此我们研究传播学,必须像研究其他社会科学一样,从实际出发,从实践着手,从调查分析我们身边的人类传播的具体现象开始。

传播学的调查研究与社会学中的社会调查并不完全相同。社会学中的社会调查是指“人们有目的有意识地通过对社会现象的考察、了解和分析、研究,来认识社会生活的本质及其发展规律的一种自觉活动”。^① 社会调查的对象很宽泛,所有人类社会现象都是其研究的内容。而传播学调查研究的对象仅仅指社会现象中与人类信息传播有关的那部分,其调查研究的内容比社会学窄,但同时更为集中、深入。具体来说,传播学调查研究主要分析传播活动的五要素(传播者、受传者、讯息、媒介、反馈(传播效果))、各要素之间的关系以及传播活动与社会大环境之间的联系。例如,“媒介收视率调查”、“农村媒介接触行为分析”、“电视节目对儿童的影响”等课题具体涉及大众传播活动,是传播学调查研究的内容;而“人口普查”、“人民生活水平调查”、“某行业发展情况调查”、“高校毕业生就业情

① 水延凯:《社会调查教程》,中国人民大学出版社,1996年版,第3页。

况调查”等则属于社会学研究范畴。

从方法上看,社会学研究主要以调查统计为主,而传播学则将社会学、心理学、语言学、统计学等社会学科的研究方法与自身的学科特点相结合,形成了丰富的研究方法体系。在这个体系中,定性研究与定量研究、实证主义与批判主义共存,实地调查、内容分析、控制实验等具体研究方法和技术不断成熟。

从以上传播学的定义以及与社会学的比较中,我们可以给出这样的定义:传播学调查研究是人们为了获得对信息传播活动的科学认识,通过一定的客观程序进行数据或者资料的收集、记录、统计、分析,以探索和揭示人类信息传播现象及规律为目的的研究活动。

这个定义具体包含以下四层意思:

(1)传播学调查研究是人们自觉的认知活动,是人们有目的地选择特定的信息传播活动,并对其现象和本质进行深入考察的过程。

(2)传播学调查研究的对象是人类客观存在的信息传播活动,任何传播学的调查研究都是围绕信息传播活动而展开的。

(3)传播学调查研究的方法既包括前期考察、了解实际情况的感性认识方法,即调查;也包括后期对获得素材的统计分析的理性认识方法,即分析。

(4)传播学调查研究的目的是了解人类信息传播活动的真实情况(“是什么”),并且发现现象背后的因果关系(“为什么”),探索信息传播活动的发展规律(“将如何”),从而促进整个社会传播的和谐发展。

二、传播学调查研究的特点

在传播学调查研究定义的基础上,我们将继续分析其特点,从而帮助大家进一步加深对传播学调查研究概念的理解。

(一)客观性

第一,研究对象的客观性。传播学调查研究的对象是人类的信息传播活动,这些现象本身是普遍存在和变化多样的,具有客观性。而且,虽然任何传播现象的发生都是传播者、受传者共同有意图、有目的的行为,但任何主观动机和愿望——不管它是国家的、集团的还是个人的,都是由不断变化的需求和特定的政治、经济、文化等客观状况决定的。也就是说,人类信息传播活动背后存在着客观因素。传播学调查研究就是要在掌握人类信息传播客观现象的基础上,揭示背后的客观因素。

第二,研究态度的客观性。由于传播学调查研究对象的客观性,所以我们在调查研究的过程中,也必须具备科学的态度,即尊重事实、尊重客观,真实全面地搜集素材资料,准确无误地分析结果和规律。这种客观的研究态度和方法贯穿于整个传播学调查研究的过程当中,无论是前期的准备、实施,还是后期的分析、总结,都必须本着客观的原则,用事实说话,用数据说话,严禁主观先行、纸上谈兵,严禁随意填补、篡改数据和歪曲事实,严禁一

相情愿地得出结论。

(二)实践性

第一,研究方法的实践性。在对信息传播活动进行具体研究的过程中,需要我们深入实际、深入生活,进行一系列的实践操作,如各种调查方法的选择、问卷的设计和发放、研究对象的抽样和接触、资料的整理和统计、结论的提炼和分析等等。只有身体力行,才能获得第一手的素材,才能得出可靠的结论。

第二,研究结果的实践性。传播学调查研究的目的是发现规律,从而取长补短,指导未来的信息传播活动。从时间上看,传播学调查研究是面向未来的;从功能上看,是为了更好地服务社会。因此,我们说传播学调查研究的结果具有实践性。

(三)综合性

第一,研究手段的综合性。分析一个具体的传播学现象,我们通常要使用多种调查研究手段相结合、相补充,从而最客观、最全面、最精准地揭示现状、获得结论。尤其是对当今日益复杂的传播现象,单用一种调研方法有时不容易发现事实和规律,所以经常采用若干种不同的传播方法来研究。譬如,在研究媒介内容的传播效果时,常常同时使用内容分析法和实地调查法,使用内容分析法客观剖析媒介内容的组成和特色,使用实地调查法来研究特定传播内容在不同受传者身上产生的传播效果。在如今的传播现象的研究过程中,即便主要使用一种传播学的研究方法,其在实施过程中也需要多种手段和技能的配合应用。如在实地调查法中,在搜集素材的环节,我们往往将问卷发放、实地观察、当面访问等多种方法灵活组合,针对不同的环境和对象采用行之有效的办法,以求最大化地获取信息;在整理选择问卷样本的过程中,我们会采用多种抽样方法,层层抽样而获得最具有典型性和代表性的问卷,提高统计分析的效率;在总结评估阶段,我们会以多种视角来审视已有数据和结果,通过比较、推断等方法,合理、科学地揭示问题。

第二,所涉学科方法的综合性。传播学本身是在众多学科的不断推动下孕育而生的。20世纪初,传播学的集大成者和创始人、美国传播学者施拉姆在前人研究的基础上,把美国的新闻学与社会学、心理学、政治学等其他学科综合起来进行研究,通过归纳、总结和修正,使之不断系统化、结构化,最终创立了一门新学科,即传播学。正因为传播学本身的综合性,所以传播学调查研究也具备了交叉性的特点。如调查法借用了社会学中的调查、实施和统计的方法,控制实验法融合了心理学中关于知觉认知、态度形成和行为形成的理论,内容分析法涵盖了语言学中符号、意义对传播过程、效果影响的理论;另外,政治学中政治对于传播活动的干预因素,文化学中传播对于文化发展和社会化的作用等,也是传播学调查研究中经常涉及的内容。除此以外,以系统论、信息论、控制论、统计数学方法为代表的现代科学方法的出现,使传播学研究突破了传统方法的局限性。无论在形式还是内容上,不同的研究方法和技术开始走向融合,传播学的研究更加现代化和科学化。

三、传播学调查研究的主要方法

以上我们从概念的内涵范畴(定义与特点)对传播学调查研究进行了具体分析,下面我们将从概念外延的角度来进一步分析。

(一)人文主义(或解释学)方法和实证主义方法

传播学调查研究方法,可以分为人文主义(或解释学)方法和实证主义方法这两大类。人文主义(或解释学)方法是通过操作概念得出研究结论,其主要研究方法是哲学思辨。我国传统的新闻传播学研究主要就是依靠思辨的方法,“从概念到概念”,如对新闻党性、人民性、真实性、指导性、战斗性等的研究。实证主义方法是通过操作事实得出结论,主要依靠采集和整理大量事实来发现问题和总结理论。

(二)定性研究和定量研究

在实证主义方法中,根据收集事实和资料的方式不同,又可以分为两大分支:定性研究和定量研究。

定性研究是传统的人文主义方法的进一步发展,主要是不断地采集和积累事实,在理解事实的基础上进行推论,是一种“从具体到抽象”的归纳过程。常用的定性方法有传统史料研究、个案研究、观察、访问等。定性的方法有利于对历史过程、事件发展、人与人相互关系等难以量化的问题进行研究,目前主要运用于对传播的社会结构与功能、传播的社会控制、传播与社会发展及变迁等问题的考察。

定性研究与思辨研究有一定的相似之处,如主要都是针对词语、文字进行研究,而不是通过分析数字数据。两者的不同之处在于:思辨研究的研究对象是不可直接观测的抽象概念,如新闻与传播的定义、传播的本质等;而定性研究的研究对象则是可以直接观测或调查的经验事实,是对事件或现象本质特征的解释,如信息流通的不公平分配、流言传播、传播的宏观效果和社会文化效应等。

定量研究来源于社会学和心理学的研究传统,是20世纪兴起的现代科学方法对传播学研究的输入或移植。定量研究主要是通过有目的、有计划地收集事实来证明假说,是“用事实说话”、“用数字说话”的证明过程。

从传播学发展的轨迹看,传播学研究有从定性分析转向定量分析,从人文主义方法转向现代科学方法的发展趋势。

链接:定性研究与定量研究的比较**[定性方法]**

意义是中心概念

假设现实是多重的和动态的

研究的弹性本质排除了一步步的指导

资料收集先于理论,研究从个别到一般

(归纳法)

资料主要是语言的和视觉的:

“真实、丰富、生动”

在自然场所与“参与者”一起做研究

研究者是测量工具

依靠人类的领悟能力

通常不声称结果具有推证性

可以计算,但作用不大

[定量方法]

意义没有作用或者作用有限

假设现实是单一的和稳定的

研究方法被证明并被结构化

理论先于资料收集,研究从一般到个别

(演绎法)

资料主要是数字和特定数值:

“硬性、可证、可信”

招募研究“对象”,常带到实验室进行控制性观察和实验

研究者用问卷或态度量表作为测量工具

依靠统计测量和检验

声称结果具有推证性

可以计算,且作用很大

——[美]迈克尔·辛格尔特里:《大众传播研究:现代方法与应用》,华夏出版社,2000年版,第263页。

(三)实地调查法、内容分析法和控制实验法

在传播学定量研究中,目前常用的方法主要有三种,即实地调查法、内容分析法、控制实验法。

实地调查法是指研究者以深入实地的方式获得大量资料,并进行统计分析,从而得出结论的方法,主要用于研究分析传播媒介与受传者之间的关系和影响。例如“中国农村青少年接触全球文化的调查”这个选题,它所研究的主要内容是农村广大青少年在接触、使用、评价全球文化方面的现状和态度;在研究过程中,研究者就必须深入农村,以实地观察、访问以及问卷发放的方式来了解实际情况、搜集素材。

内容分析法是指研究者针对媒介的具体信息进行研究的方法,主要用于分析传播内容的特色和产生的影响力。例如,长期以来,电视中的女性形象是传播学者热衷于研究的对象。1999年,三位美国学者公布了他们对黄金时间电视内容进行分析的结果。他们发现,与以往的研究结果相比,黄金时间电视中女性说话的角色比例有所增加,达到了32%。电视女性角色的这种变化,正预示着美国关于女性价值观的转变。

控制实验法是指人为设定实验室环境,在研究者的控制下进行特定实验,这种方法主要用于揭示各传播要素之间的因果关系。例如有传播学者发表了“看电视会使人变笨”的

观点,这个观点是否正确,产生“人变笨”这个结果的原因究竟是电视媒介技术本身,还是电视节目内容或是其他因素,这些都需要通过研究来进一步证实。研究者可以通过控制实验环境、实验对象和实验变量,来检验原先假定的原因与结果之间是否存在关系。

在上文中我们提到,随着近年来定量研究的引入和应用,传播学研究有从定性分析转向定量分析的趋势。但这并不等于说在当今传播学调查研究中不需要定性研究,一项完整的科学研究必定是定量、定性两种方法的有机结合。从定量调查研究的程序来看,调查研究的中间环节——收集数据和统计分析,是属于定量研究的阶段;但在具体定量研究之前的提出研究课题和假设工作,则是属于定性研究的结果,课题和假设的来源无外乎是从实践经验或已有理论中获得;具体定量研究最后的总结提炼结论环节,也同样离不开定性分析。因此,在我们目前主要使用定量研究开展传播学调研的过程中,要注意定量、定性两种方法的有机结合。

对于上述介绍的传播学调查研究方法,我们可以用图 1-1 来表示它们之间的关系。

在本书中,我们以传播学定量研究中的三种方法为主要对象进行介绍和探讨,具体内容见第三至第五部分。

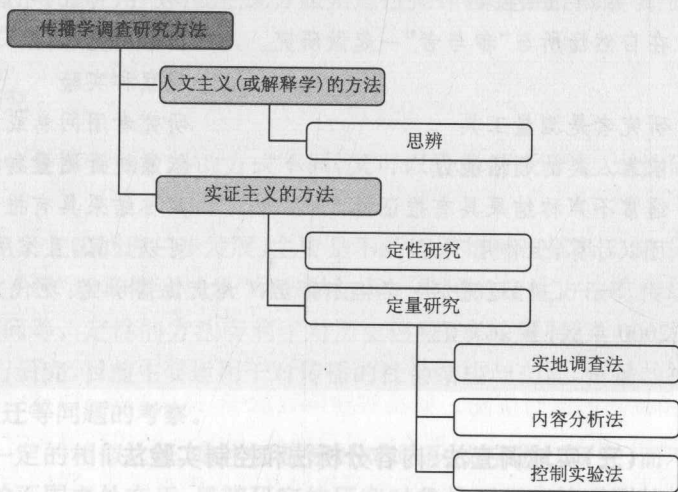


图 1-1 传播学调查研究方法

第二节 传播学调查研究的社会意义

实践是检验真理的唯一标准。对于传播学来讲,调查研究是检验理论、发现规律的最好方法。

传播学调查研究的社会意义是多方面的,其最直接目的是了解社会信息传播的真实情况,认识现象背后的本质和发展规律。概括传播学调查研究的社会意义,我们可以总结为三点:把握现状、发现本质、实现互动。

一、把握现状:正确认识传播现象

人类的传播现象是普遍存在的,从最简单的人内传播到最广泛的大众传播,传播事件

每时每刻无处不在。尤其是在报刊、广播、电视等大众传媒高度普及,互联网、手机等新媒体日新月异的今天,人类信息传播活动的广度、深度和复杂程度不断增加,不同地区、不同传媒之间的竞争日趋激烈,传播活动对人类发展、社会进步的制约作用更加明显。因此,发现、了解、掌握、剖析传播现象的必要性也在不断加强。通过传播学调查研究,我们可以克服主观臆断等认知障碍,最真实、最直观、最全面地掌握传播活动的进展情况和社会影响,搜集社会各方意见,既认清现状,也为进一步研究、规划奠定基础。

例如,在传播学者霍夫兰进行“可信性实验”时,他预先设立了一个“高可信度信源的说服效果强,低可信度信源的说服效果弱”的假设。在第一次实验结束后,问卷调查所反馈的结果证实了他原先的观点。但是当他四周后再次进行问卷调查时,出现了始料未及的结果——高可信度信源与低可信度信源的说服效果呈现出一致性。霍夫兰等学者在他们长期严谨的实验研究中,发现了传播现象的真实面貌和内在规律,最终纠正了之前认识中存在的片面和错误。

又如,哥伦比亚大学自由论坛媒介研究中心曾经对1995年1月的《纽约时报》、《亚特兰大宪法报》、《得梅因记录报》以及ABC、CBS和NBC的晚间新闻报道进行内容分析,其研究题目是:“报纸头条和电视口号——真是那样的吗?”。研究得出了这样的结论:在许多重大新闻报道方面,电视可以与报纸媲美,甚至比报纸做得更好;但在非重大新闻报道方面,报纸的报道则比电视报道涉及的主题更为广泛。这一研究与长期以来人们所持有的报纸报道在质量和数量上均胜过广播新闻的观点结论相反。

我国的传播学研究中,同样有这方面的案例。在“我国东西部地区网络接触情况的对比性调查分析”研究中,调查者通过在福州、成都两地分别进行千人规模的问卷调查和统计分析,最后发现“东西部城市居民的网络接触频率分布非常一致”这一现象。该调查结果推翻了人们约定俗成的一种观点——认为媒介发展东西部存在着地区差异,东部地区领先于西部地区,东部地区受众的媒介接触会多于西部地区。^①

二、发现本质:科学实践传播规律

传播学调查研究既强调调查,也强调研究。也就是说,我们不仅要积极参与调查实践,还要对调查获得的结果进行系统、周密分析和总结。调查是“获得现象”,而研究则是“透过现象看本质”。通过对已有调查资料的分析,我们能够发现其中隐藏着的规律,使其显性化。通过对这些规律的反思,我们能进一步实践这些规律,使其在未来发挥正面作用,减少负面作用。

例如,在1968年总统大选期间,美国传播学家M.E.麦库姆斯和D.L.肖在对选民进行实地调查的同时,对美国八家传播媒介(包括报纸、杂志和全国性电视网)的同期政治报道进行了内容分析。在对两者调查结果的比较中,他们发现了媒介的“议程设置”功能——传媒

① 张洪忠:《我国东西部地区网络接触情况的对比性调查分析》,《新闻与写作》,2007年第12期,第49页。

报道对选民的认识和态度有着一定的影响和作用:媒体作为“大事”进行报道的事件,在受众心中也会作为“大事”来感知。该理论提出以后,不少学者开始思考如何利用媒介的“议程设置”功能,使人类的信息传播和社会运转变得更加合理和美好。格里维奇和布拉姆勒认为,民主社会需要媒介进行“有意义的议程设置,确认当前的关键问题,包括议题的成因及解决的方案”。卡特、斯塔姆和海因茨·诺尔斯认为,“议程设置研究有待提高,而不能仅停留在不断改进测量现有效果的方法上。对于议程设置,我们应有更多的了解,唯有如此我们才可能认识,媒介应该做些什么以使公众在克服共同的难题时万众一心。”肖和马丁指出,通过议程设置,媒介可以使意见相左的团体就某些共同的议题达成某种一致,从而实现不同团体之间的对话。从这个意义上说,议程设置起到了建立共识的机制,使民主得以运作。^①

同样,学者们在“知沟理论”的研究基础上,针对层出不穷、日新月异的新媒体、新技术,也不断进行着与时俱进的思考和研究。学者们认为,首先,大多数高科技产品都很昂贵,较为富裕的人群或地区与较为贫困的人群或地区相比,有更多的接触机会,从而能更多地从中受益;其次,新技术的掌握和推广需要人们拥有较高的文化水平和综合素养,对于国家地区的整体环境和综合实力要求也很高,那些较为富裕的人群和地区,原先的各项实力和整体实力更加雄厚,因此他们能够更容易、更迅速地掌握新技术;再次,新媒体、新技术更新换代的周期越来越短,这又容易造成“老沟未平、新沟又起”的恶性循环。在上述多种因素的共同影响下,贫富人群和地区的“知识沟”将进一步扩大;而如何才能缩小不同人群和地区之间的“知识沟”成为当今全球传播中的热点问题。

除了上述传播效果的宏观研究以外,在一些具体、微观的问题上,传播学调查研究也一样发挥着探寻规律、摸索出路的作用。如在“新闻娱乐化与受众需求”的研究中,调查者使用内容分析法对《中国青年报》、《南方都市报》、《北京晚报》等大报进行内容分析,了解我国媒体新闻娱乐化的现状及趋势;同时,通过问卷调查法了解新闻娱乐化对大学生受众的影响。经过调查分析,研究者发现“新闻娱乐化倾向在中国的确已经存在”,相比都市报在报道总量和形式上存在娱乐化倾向,传统大报在新闻选择上也出现一定程度的娱乐化倾向;而媒体娱乐化的倾向,增加了受众对软新闻的兴趣,削弱了他们对严肃新闻的需求,最终导致受众对严肃新闻的认知程度比娱乐新闻的认知程度低很多。在调查研究的基础上,研究者呼吁媒体和相关部门要认真对待和大力加强“与受众切身利益密切相关的硬新闻报道,同时将其做得出色、吸引人”。^②

三、实现互动:双向参与传播活动

传播是一种传播者与受传者之间信息双向交流的活动。而传播学调查研究,则可以

① [美]沃纳·J. 塞佛林、小詹姆士·W. 卡德著,郭镇之译:《传播理论:起源、方法与应用》,中国传媒大学出版社,2006年版,第208页。

② 刘朝霞、戚鸣:《新闻娱乐化与受众需求的错位——报纸内容分析及大学生新闻需求调查》,《新闻记者》,2006年第8期,第43—44页。

将这种互动关系进一步深化。首先,调查研究本身是一种双向参与的行为,它能创造一种新的传者(调查研究者)与受者(被调查者)之间的互动关系——调查与被调查、反馈与接收。其次,通过这种双向互动,被调查者可以真切地反馈自己的观点和看法,调查者可以翔实地获得所需的信息,在双方的共同合作之下,最终实现调查的目的和意义。

20世纪90年代以来,美国报业使用了各种方法与读者进行交流合作,以维持并且赢得读者。各大报业集团纷纷利用问卷调查、公共论坛、固定样本读者座谈和其他的反馈方法,了解确定读者想要看到什么;根据读者的反馈意见,集团要求它的报纸将内容剪裁得适合读者的需要。

在我国,从20世纪80年代起就陆续开展了大量的受众民意调查,如1982年1—8月面向广大受众的考察报纸、广播、电视传播效果的“北京调查”,1987年“关于我国新闻媒介学潮报道宣传效果的调查”,1990年“亚运会广播电视宣传效果调查”等。通过这些调查,研究者了解了受众的意见和需求,在传受双方的互动中改进传播内容和传播方式,对我国新闻传播事业的发展起到了推动作用。

其实,在我国“拯救春晚”的过程中,我们也可以使用传播学中受众调查的方法。通过调查者与被调查者之间的交流沟通来延续“春晚”对观众的关怀,在受众的真诚反馈中掌握他们对“春晚”的真实评价和热切期望。这样的调查研究,既是一种专业研究的手段,是为了解情况、解决问题而做的专门性工作,也是一种联系受众、实现民主的手段,广大被调查者在接受调查的过程中群策群力,与专业调查研究者一起,共同致力于问题的发现与解决。

综上所述,传播学调查研究对于我们认识传播活动、改善传播活动和进一步发展社会有着十分重要的意义。值得一提的是,这些社会意义的实现必须依靠科学理论的指导,传播学调查研究只有在一定的原则与要求下开展,才会取得成功、实现价值。这里所说的科学理论包含两个层面,一是科学的世界观和方法论,二是与传播学调查课题内容相关的专业知识。

首先是第一层面,同其他学科的社会调查一样,科学的世界观和方法论——辩证唯物主义和历史唯物主义是传播学调查研究的根本指导思想。辩证唯物主义和历史唯物主义的具体内容极为丰富,我们所要强调的是其中的实事求是和群众路线。

实事求是辩证唯物主义和历史唯物主义的基本原则,也是传播学调查研究中的基本原则。在调查研究中,我们要克服主观主义,不“唯上”、“唯书”、“唯众”、“唯己”、“唯法”、“唯洋”,坚持调查研究的客观性和真实性。群众路线是指在传播学调查研究中,要站在广大人民的立场上来进行研究。具体来说,首先,调查的内容和目的要有利于反映现实、表达群众意见,有利于传播者和媒介更好地为受众服务,有利于广大人民更好地参与信息传播活动,有利于整个社会之间信息的交流和沟通。传播学批判学派的代表人物罗伯特·帕克曾这样向他的学生强调走进现实、走近群众开展研究的重要性:“到豪华宾馆的躺椅和低级客栈的石阶上坐一坐,到湖滨别墅的长椅和贫民窟的地铺去躺一躺,到管弦