

新闻传播教育书系

解读受众：观点、方法与市场

全国第三届受众
研究学术研讨会论文



中国社科院新闻研究所
河北大学新闻学院

编

河北大学出版社

解读受众：观点、方法与市场

——全国第三届受众研究学术研讨会论文

中国社科院新闻研究所
河北大学新闻传播学院^编

河北大学出版社

责任编辑:梁志林

封面设计:赵 谦

责任印制:蔡进建

图书在版编目(CIP)数据

解读受众:观点、方法与市场:全国第三届受众研究
学术论文/中国社科院新闻研究所,河北大学新闻传播学院
编. —保定:河北大学出版社,2001.12

ISBN 7-81028-812-1

I.解... II.①中... ②河... III.受众-研究-学
术会议-中国-文集 IV.G206-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 19333 号

出版:河北大学出版社(保定市合作路 1 号)

经销:全国新华书店

印制:河北新华印刷一厂

规格:1/32(850mm×1168mm)

印张:14.875

字数:371 千字

印数:1000 册

版次:2001 年 12 月第 1 版

印次:2001 年 12 月第 1 次

ISBN7-81028-812-1/I·145

定价:30.00 元

写在前面的话

这是全国第三届受众研究学术讨论会的论文集。会议于2001年9月22~23日在河北大学新闻传播学院召开。与1986年和1992年的前两届研讨会论文相比,第三届研讨会论文的选题范围 and 专业化水平有了明显的提高。当然,收入本书的论文在学术质量和研究规范等方面也还是参差不齐的。为了全面、客观地反映与会者的研究成果,我们将会议论文全部收入本书,仅将过去的论文做了删节,并对论文的样式做了尽可能的规范处理。论文按主题归类编排,论题和类型相近的文稿编排在一起。

读者可以通过这本论文集,了解目前国内受众研究领域中的学术动态、议题、论点和不同观点的争鸣。

从20世纪90年代开始,在社会主义市场经济的背景下,我国受众研究(包括受众调查)的规模、内容和水平发生着日渐深刻的变化。新世纪伊始出版这本论文集,既是对国内受众研究实际状况的一种留影和记录,也是我们对致力于受众研究的人们所怀有的敬意和殷切的期望。

本书编辑委员会
2001年10月

安岗同志给第三届全国受众研究 学术讨论会的贺信

欣闻第三届全国受众研究学术讨论会于9月22日在保定召开,我很高兴。

上世纪80年代初,我提出了“研究我们的读者”的主张,曾经引起过一点小小的争议。但我到现在仍然坚持自己的看法,始终关心报纸的读者。我认为,研究报纸读者的喜闻乐见,永远是新闻学和报纸工作的主题。比如市场问题,从来就是读者关切的一件大事。上世纪80年代初我们办了一个《市场报》,得到热烈的响应。现在还有许多为读者所关切、期盼和乐见的问题,我们都应该尽力去满足读者的需求。

新闻的公式化,曾被毛泽东同志称之为“党八股”。40年代党号召审判“党八股”。现今的“八股”,也就是所谓的套话、大话、假话、报喜不报忧的话,都是阻碍我们社会发展的东西。研究解决这个问题,可以大大密切报纸同读者的关系,何乐而不为?

我衷心祝贺第三届全国受众研究学术讨论会圆满成功!

安岗

2001年9月20日

* 安岗同志曾任中国社会科学院新闻研究所首任所长

为你们的成果鼓掌

——钱辛波同志在第三届全国受众研究学术讨论会
开幕式上的贺词

诸位教授、诸位年轻的受众研究和受众调查工作者：

我非常荣幸地来到保定，来到河北大学，参加第三届全国受众学术研讨会。

这是我第三次有幸参加这样的研讨会。回忆 1986 年在黄山参加第一届全国受众研讨会的时候，当地一位负责人指着横幅会标问我：“受众是什么意思？”

那时候，“受众”确实还是一个新鲜的、并不广为人知的词汇。

但是，我们在今天已经走进了 21 世纪，在中国，从事受众调查、受众研究的人们已经蔚然成军了。

长江后浪推前浪，科学的探索是没有止境的。中国的受众研究事业正在发展起来，我希望能参加第四届全国受众学术研讨会，为你们取得的成果鼓掌！

谢谢大家！

钱辛波

2001 年 9 月 22 日

* 钱辛波同志曾任中国社会科学院新闻研究所副所长

开创新世纪受众调研的新局面

——孟庆海同志在第三届全国受众研究学术讨论会
开幕式上的致辞

各位先生,各位同志:大家好!

在这金秋季节,我们大家从全国各地来到河北大学,参加全国第三届受众研究学术研讨会,这是新闻学界的一件盛事。首先,让我代表中国社会科学院新闻与传播研究所,对大家的到来表示热烈的欢迎!

为了开好这次会议,河北大学新闻学院的有关同志付出很多辛勤的劳动,河北大学的领导给予了大力的支持,让我们以热烈的掌声向他们表示衷心的感谢!

我们新闻与传播研究所,在中国社会科学院里是一个年轻的研究所,成立于1978年6月15日。刚成立时称新闻研究所,全所有新闻理论研究室、国际新闻研究室、新闻业务研究室、党报史研究室和新闻事业史研究室,还有《中国新闻年鉴》编辑部,以及《新闻研究资料》和《新闻学刊》编辑部,编制为70人。1992年我所改名为新闻与传播研究所后,研究室也有所变动,撤销了党报史研究室和新闻事业史研究室,保留了新闻理论研究室和新闻业务研究室,国际新闻研究室改为传播研究室,新建了网络新闻研究室,还新建了青少年传播研究中心和新闻传播法研究中心,《新闻研究资料》停刊了,《新闻学刊》改名为《新闻与传播研究》,还有《中国新闻年鉴》继续出版。经过院系调整,今年9月我们收回了研究生院新闻系,开始了自主招生、自主办学。

今天,大家能够参加这次会议也是对我们的支持。本次会议

收到的论文,既有阐述受众研究理论方面的,又有总结受众调研实际经验方面的,还有探讨受众调研方法和技术方面的,论文内容之新、质量之高、范围之广,都大大超过了前两届。

受众研究是我所新闻理论研究室的重点研究项目。大家知道,文化大革命使媒介与受众处于极端对立的状态。80年代初,新闻界在党的解放思想实事求是的思想路线指引下,想在拨乱反正中,通过新闻改革积极改善同受众的关系。当时新闻研究所所长安岗同志也是《人民日报》的副总编辑,他认为新闻理论研究必须同新闻实践紧密结合,更要关注新闻改革中的新问题。他在出访一些发达国家后,发现这些国家的媒介机构非常重视受众调查,注重传播效果,以扩大市场份额。尽管他们的目的是为了谋取利润,但他们的做法可供我们借鉴。于是安岗同志提出把读者研究作为新闻改革的突破口。1981年5月12日,安岗同志在北京新闻学会举行的首次受众研究学术会议上,发表了题为《研究我们的读者》的著名演讲。安岗说:“为读者的问题,就是为什么人的问题。”“研究读者,就是要解决我们怎样直接为广大群众服务得更好的问题,这无论是在新闻理论上还是在实践中,都是一件大事情。”他强调:“我们要尊重自己的读者,向读者求教,从多方面为读者服务,同时要从中引导和提高他们。用共产主义思想提高读者是头等重要的一个问题,应放在第一位。无产阶级新闻学的第一章是否就应当写读者。”安岗同志的这篇演讲,把受众从接受新闻媒介灌输的对象,提高到接受新闻媒介服务的主体,确认了受众在新闻传播活动中的主体地位,在新闻界产生了很大反响。

只因在极左思想的影响下,50年代中期曾经把“读者需要”批判为资产阶级新闻观,把读者调查批判为“资产阶级民意调查”,真的要把西方国家普遍采用的抽样调查方法拿来为我所用,阻力很大。尤其是新闻与政治关系紧密,极其敏感,有一定风险。但实践

要求新闻理论研究必须具有超前性。本着“科研无禁区,宣传有纪律”的原则,在经过一年的准备后,终于在1982年4月9日,由中国社会科学院新闻研究所发起,与中共中央机关报《人民日报》、中华全国总工会机关报《工人日报》、中国共产主义青年团机关报《中国青年报》和北京广播学院,共同成立了北京新闻学会受众调查组,并于同年6月至8月在北京地区开展了我国首次大规模受众抽样调查。北京调查在国内外产生很大影响,成为我国受众研究的里程碑。安岗同志说这是中国新闻史上的“一次突破性行动”。主要是指思想上克服保守僵化,突破了姓“资”姓“无”的界限,大胆借鉴和使用人类创造的一切先进的方法和技术。

20年过去了。改革开放拓宽了国人的思路,改变了国人的思维方法,禁区逐个被打破,鸿沟逐个被跨越,采用国际通行的随机抽样调查方法研究受众,已经被社会普遍承认和接受,受众调研数据不仅成了改革新闻的重要依据,而且成了新闻机构决策者把握新闻市场发展趋势的“晴雨表”。现在受众研究的人员已由80年代初的数十人发展到上千人,发表了千余篇调查报告和论文,著作也有数十本。可以说,受众研究已经成为我国新闻学和传播学研究中的一个新的研究领域,一个新的学科。

通过受众研究这个课题的发展历程,使我们深深地体会到:社会科学的研究,尤其像新闻学传播学这种实践性很强的学科的研究,必须与实践紧密结合,从实践中提出问题,经实证研究上升到理论,以理论指导实践,再总结实践经验充实理论,如此循环往复,才能实现“理论的创新,技术的创新,体制的创新”。为此,我们一贯主张开门办所,鼓励科研人员改变经院式的研究模式,走向社会,深入实际,同新闻实际工作者相结合,共同研究新闻实践中提出的迫切而重要的问题,既出成果,又出人才。欢迎在座各位专家学者能同我所真诚合作,不仅合作研究受众,而且可以开展其他课

题的合作研究,共同把新闻学传播学的研究水平推上一个新台阶。

祝大会圆满成功!谢谢大家!

* 孟庆海同志是中国社会科学院新闻与传播研究所现任党委书记、副所长

目 录

写在前面的话

安岗给第三届全国受众研究学术讨论会的贺信…………… (1)
为你们的成果鼓掌

——钱辛波同志在第三届全国受众研究学术讨论会

开幕式上的贺词…………… (2)

开创新世纪受众调研的新局面

——孟庆海同志在第三届全国受众研究学术讨论会

开幕式上的致辞…………… (3)

● 历史回顾:

陈崇山:中国受众研究 20 年…………… (1)

祝建华:精确化、理论化、本土化:20 年受众研究

心得谈…………… (23)

王 旭:台湾受众研究的过去、现在和将来…………… (33)

宋小卫:关注阅听人之权益

——近年中国大陆的受众权益研讨述要…………… (46)

曾 兴:我国传媒科技发展与众众的变化…………… (63)

● 观点阐释:

陈崇山:论受众本位…………… (70)

单 波:在主体间交往的意义上建构受众观念

——兼评西方受众理论…………… (81)

潘知常:受众与大众	(99)
纪 莉:关于受众的文化研究视角	(116)
崔蕴芳:受众本体研究	
——“沉默的螺旋”中受众的“孤立恐惧”	(126)
刘建明:受众行为的反“沉默螺旋”模式	(134)
杨国钧:新闻传播实践中对受众知情权的尊重和保护	(146)
喻国明:传媒:现代潘多拉的宝盒	
——试论“十五”期间传媒产业的发展变化	
对青少年成长的负面影响	(158)
孙发友:论网络时代受众的素质	(163)
黄合水:广告传播效果产生的心理机制	(172)
颜景毅:关于经营视角的受众研究	(184)
王玉蓉 白贵:从市民生活看分类广告的作用和价值	(193)
程士安:重新认识大众传媒受众的需求及其对	
媒介策略制定的影响	(201)
曹 茹:论满足受众需要	(210)
欧阳明:目标受众与中央都市报的成长对策	(228)
赵振祥:从受众角度看魏晋南北朝的社会新闻传播	(238)

● 方法探讨:

柯惠新:受众调查数据统计预处理中的问题及对策	(246)
袁 岳:媒体的市场主宰时代及基于受众的媒体	
评价体系	(268)
萧海峰:人员测量仪法与日记法的比较分析	(278)
周步恒:当前广播听众调研存在的若干问题	(296)
贾亦凡:当代我国受众研究中的若干误区	(309)
李 岚:受众分析视野中的电视节目策略	(321)

魏思华:从受众出发	
——论满意度研究的指标设计	(336)
陈晓华:周末电视收视率	
——从北京地区周末电视收视率谈	
节目的编排	(345)
丁汉青 王灿发:网络调查的优势及目前存在的问题	(355)
张 炜:新媒介 新策略	
——网络调查浅析	(361)
杨守智:收视率分析和节目评议是提高电视节目质量	
的互联载体	(368)
王泽华 张 芸:大众传媒受众调查与统计分析法	
的科学运用	(373)

● 调查报告:

周 江:卫星电视受众的收视行为研究	(383)
方晓红 曹 刚:试论媒介接触行为中的文化因素与	
性别因素	(398)
汪幼海:上海大学生与网络新闻媒体	(406)
乔云霞:中国受众对新闻媒介舆论监督的认知	
——2001 年中国舆论监督现状受众意愿	
的抽样调查报告	(423)
刘志明:从舆论调查看中日相互认识的变迁	(433)
王俊杰:有特色才有生命力	
——《新闻集萃》受众调查分析	(439)
都海虹 乔云霞:浙江、内蒙古的受众对新闻媒介	
认知状况的调查与分析	(448)

中国受众研究 20 年

陈崇山 中国社会科学院新闻与传播研究所

受众,是指通过大众传播媒介接收信息的人,包括报刊读者、广播听众、电视和 VCD 等电子媒介的观众,以及互联网的网民。本文主要阐述改革开放 20 年来,中国内地运用随机抽样方法研究受众的历史过程。

中国共产党的出发点和归宿是全心全意为人民服务。因此,社会主义新闻事业的出发点和归宿,当是全心全意为受众服务。建国初期,为继承和发扬重庆《新华日报》、延安《解放日报》和邹韬奋同志主办的《生活》杂志的优良传统,贯彻“全党办报,群众办报”的方针,各新闻机构都把密切同受众的联系,视为党的新闻事业的基础工作,设置了专门联系受众的群众工作部,加强媒介与受众的联系,发挥了纽带和桥梁的作用,达到了“上情下达、下情上达,信息互达,多方沟通”的目的。

1956 年 7 月 1 日,人民日报从 4 版扩为 8 版,目的是扩大报道范围,为读者提供更多的新闻。它在改版社论中提出了“人民日报是党的报纸,也是人民的报纸”的论点,强调“尽量满足读者的多方面的要求,这是我们的天职。”并且提出了“报纸是社会的言论机关”,“党和人民的报纸有责任把社会的见解引向正确的道路。”引导的方法是在报纸上就群众关心的问题“开展自由讨论”。¹ 这从理论上强化了读者观念,在全国产生了深远的影响,全国报纸都在不同程度上出现了新的面貌。但这次改版取消了“读者来信”版,

尽管当时要求将读者来信分散在各版刊登,实际上读者在报纸上直接发言的版面得不到保证,削弱了社会舆论的监督力度。

何况“当时在办报指导思想上受‘苏联模式’的影响,重灌输轻反馈,重指导轻服务,对读者调查、读者研究、读者服务工作还未放到应有的位置上。1957 年左倾思潮泛起之后,报界原有的对读者和读者工作的理论和实践遭到错误的批评。‘读者需要论’被批判为‘资产阶级新闻观点’;不少撰写编发批评稿的记者、编辑被打成‘右派’、‘反党分子’。‘读者来信’专栏自此从报上销声匿迹。偶尔出现,不是拼凑起来作点缀的应景文章,就是为了某种‘政治需要’特地组织来的‘来信’。广大读者实际上丧失了通过报纸行使舆论监督的权利。50 年代前期各报在工农积极分子中建立的通讯员队伍,1958 年后很多被‘官办’的‘通讯组’、‘报道组’所取代。‘通讯组’、‘报道组’的任务实际上是以稿邀功,甚至不惜弄虚作假。‘文化大革命’期间,林彪、江青反革命集团把人民日报及其他报纸的‘读者来信’专栏改为‘红卫兵战地’、‘工农兵战地’,成为他们强奸民意,打击革命干部、镇压革命群众的手段之一。”²十年“文革”造成了受众与新闻媒介的对立,因此在 1976 年 10 月粉碎“四人帮”后,新闻改革成了新闻界迫切的要求。1976 年 11 月 19 日,人民日报恢复了“读者来信”专栏,反映群众最迫切的呼声和要求,为受害群众伸张正义。读者来信雪片似地飞来,刊登读者来信的版面曾增至两个整版。全国各报的“读者来信”专栏也纷纷复刊。广播电台恢复了听众信箱节目,电视台恢复了观众信箱节目。这一举措,在清扫新闻媒介的帮派习气、恢复党报传统方面,功不可没。回顾受众调研走过的历程,大致可分为三个阶段:

一、解放思想积极创新阶段(1982~1989)

(一)受众调研课题的提出

党的十一届三中全会重新确立了解放思想实事求是的思想路

线,在全国拨乱反正的形势下,1981年5月12日,北京新闻学会(1984年改名首都新闻学会)举行首次受众学术研究会议,副会长安岗同志(时任《人民日报》副总编辑、中国社会科学院新闻研究所所长)发表了题为《研究我们的读者》的著名演讲。安岗说:“为读者的问题,就是为什么人的问题。”“研究读者,就是要解决我们怎样直接为人民群众服务得更好的问题,这无论是在新闻理论上还是在实践中,都是一件大事情。”他强调:“我们要尊重自己的读者,向读者求教,从多方面为读者服务,同时要从中引导和提高他们。用共产主义思想提高读者是头等重要的一个问题,应放在第一位。无产阶级新闻学的第一章是否就应当写读者。”³安岗同志的这篇演讲,把受众从接受新闻媒介灌输的对象,提高到接受新闻媒介服务的主体,确立了受众在新闻传播活动中的主体地位,在新闻界产生很大反响,也为我国受众研究奠定了理论基础。

就在5月12日的会上,成立了群众来信学术研究小组。同年6月9日,北京新闻学会通讯刊物学术研究小组成立。1982年4月9日,北京新闻学会受众调查组成立,在中共北京市委宣传部的的大力支持下,于同年6月至8月在北京地区开展了我国首次大规模受众抽样调查。

我国传统的受众调查,普遍采用个别访谈和召开座谈会的办法。这种方法“毕竟只能反映少数人的意见,对民意缺乏定量的分析。尤其在极左思想占统治地位的时期,这种调查方法的主观随意性日益增强,调查者往往用阶级分析的观点先验地将人群划分为敌我友,或以政治表现为准绳,先验地将人群划分为左中右,划分的标准是以为我为核心,顺我意者为左派、为同志、为友人,逆我意者为右派、为异己、为敌人。对调查资料的取舍同样具有主观随意性,合我意者大肆宣扬,悖我意者压制打击,强调舆论一律,排斥不同声音,终因不能完整、全面、准确地反映民意,导致决策失误而酿成文化大革命的悲剧。”⁴

运用具有现代意义的科学方法研究受众,最早发轫于复旦大学新闻系,郑北渭、陈韵昭教授率先引进西方传播学的理论和方法,组织学生在上海开展问卷调查,开我国受众抽样调查的先河。最早的成果是用简单随机方法作问卷调查,了解受众通过什么渠道得知“四人帮”受审的消息。只因未作公开报道,未引起社会的足够重视。

(二)受众调研的里程碑——北京调查

现在我国新闻传播界一般将受众调研的起始点定在 1982 年的北京调查,这是由北京调查的重要意义和所产生的社会影响所决定的:

1. 组织调查的机构有权威性。由中国社会科学院新闻研究所发起,与中共中央机关报《人民日报》、中华全国总工会机关报《工人日报》、中国共产主义青年团机关报《中国青年报》和北京广播学院共同组织。

2. 组成科研、教学、实践(新闻机构)三结合的调查组,以理论指导实践,以实践充实理论,达到知识充分互补的目的。

3. 问卷设计确定以人为本位,从人的信息需求出发,调查受众接触媒介的行为、兴趣偏好、对新闻报道的信任度及产生不信任因素的原因等。鉴于当时电视的发展已比较普遍,许多受众既听广播、看电视又读报纸,集多种接触媒介行为于一身,因此,北京调查首次对报纸、广播、电视的传播效果作了综合考察。

4. 抽样方案规范。由北京市统计局朱一林负责制定的抽样方案,以北京地区 12 周岁以上人口为调查总体,采用类型多层抽样法,严格按照随机原则,突出职业标识,首次用计算机抽选样本。

5. 实施入户问卷访问。由组织调查的机构派人参加的 7 人调查组,严格执行抽样方案,保证质量,共调查 295 个单位计 2430 人,并对 10% 的样本进行复查核对,获有效问卷 2423 份,回收率达 99.7%。