

上海市民接触大众媒介的格局发生重大变化

——“上海市民与媒介生态”抽样调查报告（之一）

2005-11-28

作者： 张国良

关键词： 大众媒介 上海 四大传媒 网络媒介 | 阅读：790次 |

（本文作者：张国良 廖圣清）

世纪之交的上海，信息化过程显著加快。在此毕竟下，市民与媒介之间的互动关系，有什么变化？特别是何突破性（非常态）变化？带着这个问题，我们于1999年11月、2000年5月先后进行了两次随机抽样（电话方式）调查，并与1997年12月实施的同类调查加以比较，获得若干重要发现。初步报告如下：

一、大众媒介的综合影响力排序变动

1997年的调查显示，大众传媒对上海市民的综合影响力（包括接触率、时间及评价）之排序为：电视→广播→报纸。而1999年调查的结果表明，在短短的两年中，就发生了重大变化。简言之，上述状况已转变为：电视→报纸→广播。传媒市场竞争之激烈、变动之频仍，由此可见一斑。

首先，看一下市民接触四大传媒的频率。

1999年的调查显示，四大传媒（报纸、广播、电视、杂志）中，上海市民接触最多的仍是电视，只有3.6%的人不看电视；接触最少的是杂志，有近38.1%的人不读杂志；广播的接触率下降最为明显，不听广播的人竟达到34.1%，与杂志接近，不过，广播的稳定接触率（即“每天”与“经常”接触的比例）尚维持在50%的水准，大大高于杂志；与广播形成鲜明对比的是，报纸的接触率一跃超过广播，只有4.9%的人不读报，其稳定接触率达79.8%，比广播多30个百分点，与电视只相差6个百分点。（详见表1）

表1：1999年上海市民接触四大传媒的频率（%）

	报纸	广播	电视	杂志
每天	64.6	40.8	82.1	5.4
经常	15.2	8.5	3.6	22.0
小计	79.8	49.3	85.7	27.4
有时	10.3	7.6	7.2	16.1
偶尔	4.9	9.0	3.6	18.4
不接触	4.9	34.1	3.6	38.1

其次，观察一下市民接触四大传媒的时间量。

与两年前相比，上海市民接触四大传媒的时间——无论总量抑或单一类别量都少了。听广播时间减少最著，约16分钟，跌进了半小时，这与上述接触率的变化一致；接着是看电视。减少约8分钟，但仍维持在一个半小时以上；然后是读报纸，减少4分钟，市民每天仍花费约40分钟；读杂志减少最微，为1分钟，但因其基数最小，仍属居民接触时间最短的媒介。（详见表2）

表2：1997-1999年上海市民平均每天接触四大传媒的时间量之比较（分钟）

	合计	看电视	听广播	读报纸	读杂志
1997年	205.18	108.13	45.03	44.71	7.31
1999年	176.18	99.96	28.89	41.05	6.28

综而言之：（1）市民接触四大传媒的时间量，出现了显著的整体性压缩。短短两年，减少近30分钟，减幅达14.6%如后所述，一个重要原因是来自网络媒介的强力竞争；（2）在此背景下，四大传媒内部必然发生“势力地盘”再争夺、再调整的局面。不过，从时间量看，除广播损失惨重外，其他三种传媒都基本稳住了阵脚；（3）再就接触率而言，由于1999年调查和1997年调查所设置的指标不完全相同，故不宜简单比较，但可以推断：广播确实发生了空前的大幅度“滑坡”，而报纸却“稳中有升”，且幅度不小；（4）由此，上海传媒市场的序列模式从“电视→广播→报纸”演变为“电视→报纸→广播”。这看来不是暂时性现象——从许多发达国家的历程看，前一种为“过渡模式”，后一种为“成熟模式”（再一种为“初始模式”，即：广播→电视→报纸）。就是说，随着经济和社会发展水准的提升，上海传媒格局似已完成了从“过渡模式”向“成熟模式”的转换。

对报纸来说，这种变化令人喜出望外。尽管传媒竞争进一步激化，报纸市场不仅没有萎缩，似乎还有扩张的空间。实际

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

- 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

上，这并非偶然。1997年调查的一个重要发现是，上海市民既青睐声像媒介，同时也没有疏远印刷媒介①。对比广播，报纸的一大优势，就在于其深度和解释力，因而难为电视所替代。

但必须指出，广播固然面对严峻形势，报纸乃至电视也不宜过于乐观。1999年调查就市民未来接触各种媒介的意愿，进行了解的结果是：2/3以上（68.3%）将改变现状。具体地说，他们将更多地接触的媒介，依次为电视（34.5%）、互联网（26.4%）、报纸（23.2%）、广播（10.0%）、杂志（7.7%）。显然，互联网作为新兴媒体挑战传统媒体，已不是“纸上谈兵”，而成为“烽火连天”的现实（详见表3）。

表3：上海市民未来接触大众传媒的意愿（%）

接触传媒将维持现状	将更多的接触电视	将更多的接触互联网	将更多的接触报纸	将更多的接触广播	将更多的接触杂志
31.7	34.5	26.4	23.2	10.0	7.7

二、网络媒介的崛起及其影响

1997年的调查曾考察各种媒介在上海的普及状况，当时发现：传统媒介趋于饱和，新兴媒介异军突起。最有代表性的，莫过于电脑和网络。当时，上海市民家庭电脑拥有率为18.3%（与日本1995年调查的同类数据22.4%比较，仅相差4.1个百分点），使用率更高达30.2%，然而，接触互联网者即所谓“网民”的人数比例很小，只占1.1%。两年以后，这一局面发生了如下变化：市民家庭电脑拥有率上升为21.1%，使用率上升为34.1%，尤其令人吃惊的是，“网民”比例急剧上升为28.9%，从微不足道的约1/100迅猛发展到超过1/4，堪称“世纪速度”！②

表4：1997-1999年上海市民拥有、使用电脑状况之比较（%）

市民家庭的电脑拥有率			市民个人的电脑使用率	
	有	无	使用	不使用
1997	18.3	81.7	30.2	69.8
1999	21.2	78.9	34.1	65.9

表5：1997-2000年上海市民接触互联网状况之比例（%）

		1997年	2000年
全体市民中接触(过)互联网着的人数比例	是	1.1	28.9
	否	98.9	71.1

按照传播学界的共识，当一种媒介的使用者人数超过总体的20%亦即1/5以上，它就跨越了“普及”的门槛。以美国为例，为达到这一标准，广播用了38年，电视用了13年，而网络只用了5年。那么，上海呢？从1995年5月（即互联网在上海建立国际节点之时）算起，不到5年，网络就“普及”了。

毫无疑问，这一事态具有巨大的冲击力和深远影响。传统大众媒介的生态（包括市民作为信息消费者的生态），由此发生了种种前所未有的变化。

其一，如前所述，市民接触四大传媒的总时间量明显减少。据调查，这与网络媒体的崛起直接有关（参见表6）。

表6：上海“网民”接触互联网与传统媒介的时间量之消长（%）

您是否因为使用互联网而改变了以下行为的时间量？					
	大大减少	有所减少	基本未变	有所增加	大大增加
读报纸	1.7	15.3	83.0	/	/
看电视	19.8	24.1	74.1	/	/
听广播	5.0	15.3	79.7	/	/

其二，市民，准确地说应该是“网民”开始把网络作为获得新闻的主要渠道之一。如表7所示，其排序已十分接近广播。虽然与电视、报纸尚有较大差距，但不难预料，差距将日益缩小。

表7：上海“网民”获取新闻的主要渠道（%）

	您平时了解新闻主要依靠什么来源？（最多选3项，按依靠程度从高到低排列）			得分（位序）
报纸	① 30.0	② 36.0	③ 18.0	180（2）
广播	① 9.0	② 13.0	③ 28.0	81（3）
电视	① 54.0	② 28.0	③ 8.0	226（1）
杂志	① 2.0	② 3.0	③ 8.0	20（5）
网络	① 5.0	② 18.0	③ 23.0	74（4）
听别人说	① /	② 2.0	③ 15.0	19（6）
合计	100.0	100.0	100.0	

还需要指出，如表8所示，在具体个案中，当发生重大事件之际，对期待了解信息的“网民”来说，网络的重要性不远远胜于广播，甚至超过了报纸，一跃而成为仅次于电视的“第二媒体”。

表8：上海“网民”获知重大新闻的第一渠道（%）

您知道台湾地区新当选的领导人是谁？						其他/不清楚 20.6
陈水扁 79.4						
您最早通过什么渠道知道这个消息？						
电视	网络	报纸	听别人说	广播	杂志	
36.7	24.5	18.4	12.2	6.1	2.0	

网络在报道方面的优势、强势，由另一组数据也获得支持。从表9可以看到，新闻、信息功能最为突出，压倒人际交往及其他各种功能。

表9：上海“网民”的主要活动（%）

您上网的主要活动是：（多项选择）			
(1) 看新闻	72.3	(8) 发表自己的观点/作品	7.7
(2) 各类信息资料查询	60.0	(8) 购物/网上支付	7.7
(3) 使用电子邮箱	58.5	(9) 炒股	6.2
(4) 聊天	27.7	(9) 使用网络电话	6.2
(5) 上传或下载软件	24.6	(10) 使用免费个人主页空间	3.0
(6) 玩游戏/娱乐	23.0	(10) 使用网上寻呼机	3.0
(7) 看网上的帖子	13.8	(11) 其他	1.5

表10：上海“网民”最看好的网络功能（%）

您上网的主要活动是：（多项选择）			
(1) 购物/网上支付	55.4	(6) 上传或下载软件	10.8
(2) 各类信息/资料查询	38.5	(7) 使用免费个人主页空间	9.2
(3) 看新闻	36.9	(8) 玩游戏/娱乐	4.6
(3) 使用电子邮箱	36.9	(9) 聊天	1.5
(4) 使用网络电话	13.8	(9) 看网上的帖子	1.5
(5) 炒股	12.3	(9) 使用网上寻呼机	1.5
(5) 发表自己的观点/作品	12.3	(9) 其他	1.5

其三，网络将快速、全面地介入市民的日常生活中。实际上，表9同时提示了网络功能的多样性、丰富性。表10则清楚地显示，“网民”对有些功能（如高居首位的“购物/网上支付”）之所以疏远，非不欲也，实为条件（时效、费用、安全性等）尚未成熟。换言之，网络媒体对传统媒体的挑战，当然不限于报道、信息领域，而是全方位的竞争。

对互联网在中国能否“普及”（即突破20%）及其速度的估计，“网民”十分乐观。95.2%人为“能”，4.8%认为“不能”；在持肯定意见者中，预测花费时间“十年之内”占82.2%（其中，“三年之内”28.6%、“五年之内”28.6%、“十年之内”25.0%），“十年之后”只占17.8%。就是说，大多数（3/4以上）为乐天派。

确实，今后十年之内，应该是网络媒体与传统媒体之间的竞争全面展开、日趋激烈的时间。其间，整个媒介产业的生态将持续变动，呈现一系列难以预料及富有戏剧性的情景和高潮，我们拭目以待。一个有趣的问题是，这场媒体大战的硝烟散尽之后，将得到什么结局？调查结果如下：

网络取胜，完全取代传统媒介	3.2%
网络取胜，但不能完全取代传统媒介	29.0%
各有所长，打成平手，相互补充	58.0%
传统媒介仍将保持优势	9.8%
其他/说不准	0%

“上帝”的声音，发人深省……

注释：

① 参见：《面向21世纪的上海市民与媒介文化》，载《新闻大学》1998年秋季号

② 据中国互联网络信息中心提供的数据，1997年10月中国大约有“网民”62万人，1999年12月增长为890万人，增13倍。差不多同期（即1997年12月至2000年5月），上海市民中的“网民”由8万人发展到200万人，增24倍。两相比较，后者的增长速度更快，所占份额也明显增大。参见闵大洪《传播科技纵横》（警官教育出版社1998）192页、《南方周末》

(责任编辑:)

收藏本文

打印本页 | 关闭窗口

读者留言

用户名: * 密码: (游客)请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 8142

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

返回首页

传媒资讯网 | 传媒学术网 | 传媒考研网 | 传媒博客 | 传媒社区 | 传媒书店

关于我们 | 会员注册 | 交换链接 | 联系我们 | 法律声明 | 广告服务



© 2001-2009 中华传媒网 版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved