



## 从报纸市场的变化看读者的社会化趋向

时间：2002-8-16 17:56:02 来源：中国新闻研究中心 作者：李莉 杨任佳 金雷 阅读508次

近几年国内报纸市场一个明显的变化就是，晚报、都市报比机关报受欢迎。笔者认为，晚报、都市报受欢迎，并不完全意味着它在办报质量上胜过机关报，而是两种报纸承担着不同的功能所致。

报纸市场的变化，实际上是由“消费者”即读者所左右的。笔者分析有这样几个原因：

一是读报动机多元化。读者读报已不单纯是从报上获取信息、了解新闻、增长知识，近年的调查显示，读者读报还有放松精神、娱乐消遣、美容保健等目的。

二是自费订阅和零买报纸的读者增多。近年的报纸发行工作表明，自费订阅报纸的读者越来越多，而读者自费订阅和零买时，主要看重报纸这样几个方面：贴近性、实用性、趣味性、信息量、客观性。

三是读者的阅读时间和地点主要在家庭和晚间。一项调查显示，我国城市读者接触报纸的时间多在晚餐前后或睡觉前，而且都是在家中。尤其是北方读者，读早报的习惯并不多，而上班时间阅报的“机关族”正在减少。

以上三点说明一个事实，读者的“单位化”在减弱，而“社会化”在增强。因此，作为机关报，要保证读者不再流失，在社会空间寻找新的读者群，增加自费订阅和零售的份额，是十分迫切的任务。

笔者认为，读者的社会化趋向表现为这样几个方面：

传统意义上的“单位”相对缩小，靠企业订阅已不适应新形势的变化。不少企业在转型过程中，大量职工或“跳槽”或下岗，使原有单位职工的比重大幅度下降，公费订报也随之下降。即使经济效益良好的企业，公费订阅也在压缩开支之列。

新型“单位”数量上升，潜藏着一个巨大的订阅报纸市场。据统计，个体户、私营企业、三资企业、私立学校、民办科技机构、民间文化团体等数量持续上升，形成众多新的单位。但这些新单位的自主性很强，很难接受“红头文件”的指令性要求，其读者群体实际上是存在于社会上，他们对信息的需求很高，经济承受力也较高，是自费订阅和零售的主要消费者之一。

暂住、流动人口队伍十分庞大，是报纸零售的“主攻”对象。随着近年大中城市暂住、流动人口的骤增，以及旅游者队伍的扩大，零买报纸的读者越来越多。在车站、宾馆、风景区及

- 时政新闻周刊的运作空间
- 期刊数字化: 战略与节点
  - 《诗刊》和一个时代
  - 报纸何以不死?
  - 中国晚报发展综述
  - 我国期刊业十年变革
  - 解读西安传媒的符号
  - 报业尴尬 应对有方
- 经营产业集群应对报业...
  - 实现西部报业新跨越
  - 中国报业的节点
  - 报纸的艰难时刻?
  - 报业王国的脚印
- 为何重庆经济报突然死亡
  - 外忧内困的体育专业报
  - 第一财经的跨媒体之惑
  - 全球报业寻“免费”出路
  - 老年类媒体生机何在?
  - 华商报业明天在哪里?
  - 台湾报业: 三大报纸鼎立
  - 《南方体育》传媒江湖史
  - 市民生活报“10年”拐点

娱乐场所，晚报、都市报等是他们的主要“消费品”。

老龄人口不断增多，将成为最稳定的读者群。据资料表明，我国已进入老龄化社会。老人散居在社会上，闲暇时间多，是读报时间最长的读者群。此外，据调查，公费订阅者中有相当一部分是离退休人员。

社会自由职业者阶层是对报纸需求最旺盛的一类人群。主要包括律师、会计师、医师、自由撰稿人、画家、个体演员、经纪人、家庭教师、职业炒股者等，其生存和发展，决定了他们必须更多更快地占有信息。可以看出，社会生活的深刻变化，也改变着读者与报纸等大众传媒的关系，这是读者群体及读报行为变化的实质所在。一方面，读者是报纸进行舆论引导、宣传教育的对象；另一方面，读者又是选择报纸、消费信息的“客户”。■

（作者：李莉杨任佳黑龙江日报社金雷家庭保健报）

文章管理: [web@cddc.net](mailto:web@cddc.net) (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 读者

- [如何让新闻抓住读者 \(2009-4-2\)](#)
- [“读者来信”应注意的几个问题 \(2007-7-18\)](#)
- [读者需要不是唯一的办刊原则? \(2006-11-23\)](#)
- [《读者》“伪真实”现象分析 \(2006-8-22\)](#)
- [新时期读者之声的参政议政功能 \(2006-5-8\)](#)

[>>更多](#)

从报纸市场的变化看读者的社会化趋向 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ [Copyright © 2001--2009 www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.