

第五章 受众研究



射箭要看靶子，弹琴要看听众，写文章做演说倒可以不看读者不看听众吗？-----做宣传工作的人，对于自己的宣传对象没有调查，没有研究，没有分析，乱讲一顿是万万不行的。

----- 毛泽东

第一节

受众的含义及基本特征



一、受众的含义

1、受众的含义

受众，即信息传播的接受者，是信息流程的终端，又称受传者。受众是信息的“目的地”，又是传播过程的“反馈源”，同时也是积极主动的“觅信者”。

2、受众的历史发展

受众含义的几度扩张：

书籍、报纸、广播、电视、网络

对于不同的传播类型来说，其受众也不尽相同。

受众含义演变的趋势：

1、受众的数量在不断增加

2、受众参与和接受信息传播活动的范围在不断扩大

3、受众在接受和传播信息时的身份和地位的差别在

消失

二、受众的基本特征：

1、广泛性

2、不确定性

3、独立性

4、能动性

5、隐匿性

受众是新闻传播系统中的一个复杂的子系统，

他

们是新闻信息的受传者，又是反馈信息的发布者。

三、受众和传播媒介的关系

1、表面上看，受众是新闻传播媒介的接受者和服务对象，处于比较被动的地位。

2、从根本上看，他们是新闻传播活动的积极参与者，是新闻传播效果的检验者，是新传播内容和传播方式的决定者。

第二节

受众研究的经典理论



一、受众被动论—前实证主义

盛行于传播学发轫时期（“魔弹论”、靶子论、枪弹论）

早在传播学发轫时期，无论是拉斯韦尔、库利、帕克还是李普曼，都认为传播的效果是强大的。他们都默认了一个前提，那就是受众是被动接受信息的、消极的和无理性的。

Eg : 李普曼 —— 人群就是乌合之众 魔弹与靶

在新闻传播过程中，传播者是主动的，受众则是被动的，传播效果直接而明显。

该理论的意义和局限：从根本上看，他们是传播活动的积极参与者，是传播效果的检验者，是传播内容和传播方式的决定者。

受众有不同的社会背景，大众传播媒介对他们的影响不尽相同。

受众的社会背景：

人口统计意义上的群体

社会关系意义上的群体

二、受众差异论—实证主义

20世纪五六十年代

受众并不是一种“原子型”的存在，他会受到自己所处的社会关系的影响

Eg:克拉珀指出，受众在接受信息之前，就具有倾向性，而这些倾向性则与受众的社会经历、所处的社会地位有着密切的联系。

德弗勒四种不同的“理想类型”

1、个人差异论：

由于心理结构的不同，人们在感知、理解客观事物

带有自身的倾向性，从而使得他们对大众传播的内

的接受、理解、记忆、反映各不相同。

2、社会分化论

受众在接受媒介和选择内容时不仅受“个人差异论

3、社会关系论

强调的是受众所属的社会团体对受众接受行为的影响。

社会关系左右着人们对媒介信息的选择，从而制约着大众传播的效果。

在所有社会关系中，对受众影响最大的是人们的政治态度。“伊里调查”

4、文化规范理论

从媒介及其内容的角度出发去分析传媒如何为社会树立文化规范，促使社会中的个体发生种种变化的相互联系。

评价：

受众差异论看到了受众的某些主动性特征，但并没有看到受众具有接受信息的目的性。受众接受信息时具有各种各样的动机，这些动机充分体现——受众的主体性，可惜的是行为主义的研究并没有看到这种主体性的存在，而过多地强调了社会因素的决定性。

三、受众主动论

20世纪60年代中后期

受众使用媒介以满足自己的需求为目的。

受众不是被动的接受者，而是一个有主见的
信息使用者和创造者

1、鲍尔的《固执的受众》

2 “使用与满足”过程的基本模式：P184

“使用与满足”的受众行为理

论

起源于40年代

把受众成员看做是有着特定“需求”的个人，把他们的媒介接触活动看做是基于特定的需求动机来“使用”媒介，从而使这些需求得到“满足”的过程。

（一）对广播媒介的“使用满足”研究

1944年，赫卓格 “专家知识竞赛”

同一节目，人们的收听动机、欣赏的侧面以及获得的满足是不同的

三种基本心理需求使得人们喜爱知识竞赛节目：竞争心理需求；获得新知的需求；自我评价的需求。

(二) 对印刷媒介的“使用满足”研究

1940年，贝雷尔森 《读书为我们带来什么》

1949年，《没有报纸意味着什么》

总结了人们对报纸的六纸利用形态：

- (1) 获得外界消息的信息来源；
- (2) 日常生活的工具；
- (3) 休憩的手段；
- (4) 获得社会威信的手段；
- (5) 社交手段；
- (6) 读报本身目的化

(三) 对电视媒介的“使用满足”研究

1969年 麦奎尔

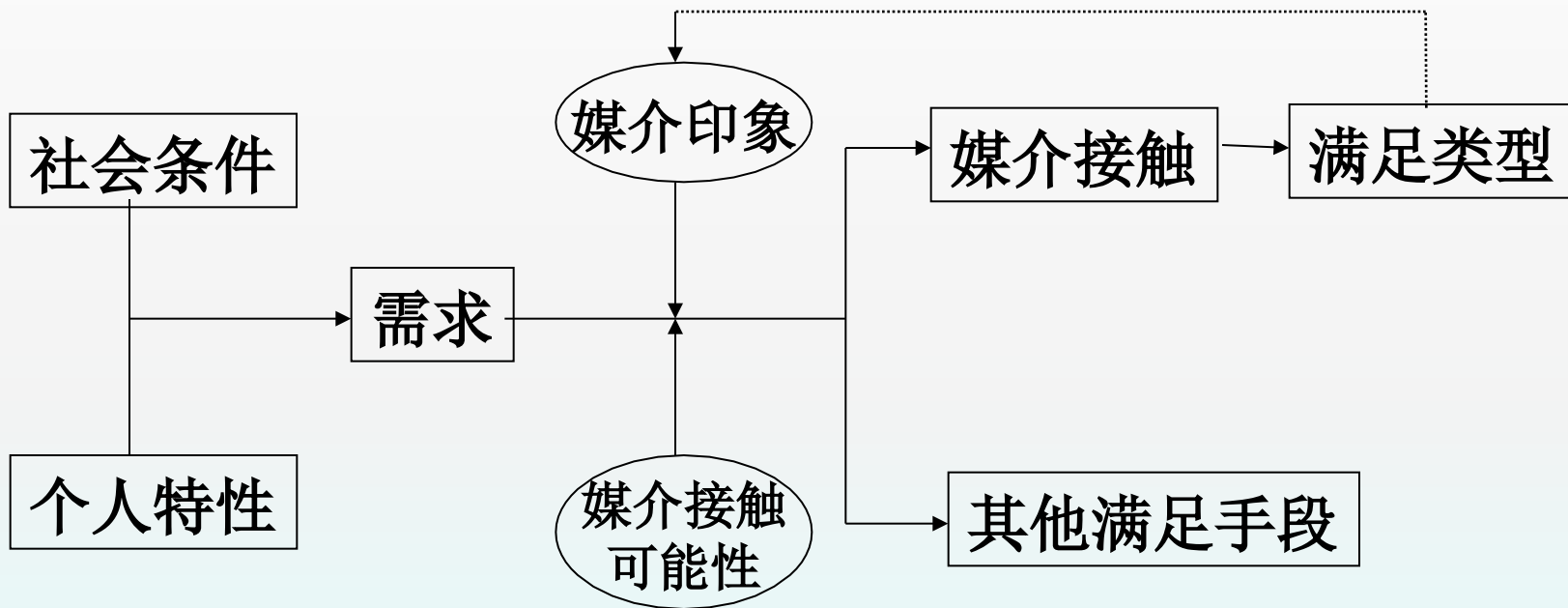
心绪转换效用；

人际关系效用；

自我确认效用；

环境监测效用；

“使用满足”过程的基本模式:



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/487133066015006135>