

# 江苏省县级传统报纸发展现状调查研究

——基于江阴、东台的调查分析

朱筱伶

(南京师范大学 新闻与传播学院, 江苏 南京 210046)

**摘要:**近年来,随着互联网的迅猛发展,我国传媒产业发展呈现出纷繁的格局,传统报纸尤其是县级传统报纸的发展受到了极大的挑战。为了了解江苏省县级报纸的生存状态,“江苏省县级传统报纸的生存现状及发展对策”调研小组选择了江阴、东台两地,对其县级报纸做了深入调查并向当地群众发放问卷,从而从当地受众出发,通过受众对县级传统报纸的了解和看法来研究其发展现状。

**关键词:**县级报纸;受访者;接近性;社会新闻

**中图分类号:**G255.3

**文献标识码:**A

**文章编号:**1672-8122(2013)01-0042-03

## 一、研究背景

20世纪90年代以来,数字技术、网络技术和电信技术的迅猛发展,引发了新闻传播手段的深刻变革。媒介融合,使新媒体展现了交互性、全息化、数字化、网络化,给人们生活带来了巨变。2012年1月16日,中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布《第29次中国互联网络发展状况统计报告》。《报告》显示,截至2011年12月底,中国网民规模达5.13亿,互联网普及率为38.3%。

由此可见,仍有很大一部分人生活在互联网之外,更无法从互联网上获取信息。因此,传统媒体依然是他们最可靠、最直接的新闻来源。而且传统媒体传播新闻的原创性、权威性等诸多价值优势,是新媒体在短时期内难以企及的。从地域方面来看,大众传播领域还存在许多边缘群体,如农村中的农民等。

曾有学者指出:“他们中的不少人,已由农村中的现实受众,退化为城镇中既不读报刊,又不看电视不听广播的潜在受众。”因为地域的局限性,承担将这些庞大的特殊受众群纳入视野这一职责的无疑是县级的传统媒体。

2003年,经过全国报业整顿,约40余家县级报纸得以留存。其中,江苏有12份县级报纸得以保存下来,数量在各省市居于前列。

但近年来,随着互联网的迅猛发展,我国传媒产业发展呈现出纷繁的格局,传统报纸的发展受到了极大的挑战,面临着严重的读者流失。尤其是县级传统报纸,它们传播的范围局限于县市区,内容的质量、版面甚至等更是难以与省市级、中央级大报相媲美。那么,江苏省县级传统报纸的生存现状到底如何?

为了了解江苏省县级报纸的生存状态,有针对性地对县级报纸的发展提供相应的对策,“江苏省县级传统报纸的生存

现状及发展对策”调研小组选择了江苏江阴、江苏东台这两个县级市,分别对当地的县级报纸《东台日报》和《江阴日报》做了深入的调查采访并向当地群众发放了问卷。其中,江阴作为“中国经济百强县”之首,其发展现状则可作为苏南地区县级报纸发展的典型。而江苏东台的《东台日报》,作为苏北地区仅存的一家县级报纸,是苏北县级报纸发展的标杆。现将调研结果汇总如下。

## 二、研究对象与方法

### (一) 研究对象

近年来学界对于传统报纸的生存和发展策略的研究呈上升趋势,但多以笼统的“传统报纸”为研究对象,分析在媒介融合的今天传统报纸所面临的挑战,探析其原因并提出相关建议。这其中,对于县级传统报纸的研究很少,而从当地受众出发,通过受众对县级传统报纸的了解和看法来研究其发展现状的则少之又少。此次,我们以江阴、东台两个县级市的市民为调查对象,这其中涵盖了各年龄层面和职业类型的人群,确保了问卷发放范围横向和纵向的覆盖。

### (二) 研究方法

本次调研从2012年7月开始,到2012年9月结束,持续了2个月。我们课题组采用了报社实地调研、问卷发放等方法,对江阴、东台两地群众对于本地县级传统报纸的了解和看法做了较为深入的调查和分析。

其中,问卷发放环节我们采用了网络问卷和实地发放问卷相结合的方式。最终我们在江阴地区发出调查问卷435份,收回有效问卷417份;东台地区发出调查问卷385份,收回有效问卷373份;合计共发出问卷820份,收回有效问卷790份,回收率为96.3%。

收稿日期:2012-10-20

基金项目:本文是2012年江苏省高等学校大学生实践创新训练计划省级项目:“江苏省县级传统报纸的生存现状及发展对策”的阶段性研究成果之一。

作者简介:朱筱伶,女,南京师范大学新闻与传播学院新闻学专业,主要从事新闻理论研究。

### 三、调查统计结果

#### (一) 内容比较重要,本地社会新闻受欢迎

调查数据显示,认为本地报纸内容“比较重要”和“重要、即时和有趣”的分别占了47%和8%,32%的受访者选择了“不太重要”,13%的受访者选择了“无所谓”。其中,“比较重要”是一个较为中和的选项,将近一半的选择率说明大家还是比较认可本地县级报纸的。也许其中有人不看本地报纸,但本地报纸在他们的心中仍有一定分量,依旧为其特定的手中服务,扮演着重要的角色。而选择“无所谓”和“不太重要”的人群也占了四成,说明本地县级报纸的触角还有尚未触及之处,或者其报道的内容具有可替代性,可以通过其他渠道获取想同甚至更多的信息。在问及“你希望在本地报纸上阅读到什么内容(可多选)”时,70%的受访者选择的是“本地社会新闻”,“生活服务类”占29%，“国内外重大事件”占27%，“财经、文体等专题新闻”占20%。可以看出,本地报纸吸引人之处就在于其对于本地社会、民生新闻的报道,而不是与更高级别报纸报道内容的雷同或类似。目前中国的报业市场上,在满足县域政治经济单元居民的信息需求上,还存在着一个较大的市场空白。县级报纸要想做好做强,狠抓本地社会新闻的报道、填补这块空白必不可少。

#### (二) 订阅量较为可观,以集体订阅为主

在受访者中,有63%的受访者表示订阅了或者曾经订阅过本地县级报纸。其中,48%为单位、村支部订阅,15%为家庭、个人订阅。可见,尽管订阅总量尚为可观,县级报纸的订阅主体仍是政府部门、企事业单位等集体订户,集体订阅量在实际的发行量中占了大的比例,县级报纸未在真正意义上进入千家万户,更未触及边缘受众。我们了解到,县级报纸一般都不在报刊亭中发售,这使报纸的市场容量无形被缩小很多。不过政府会对当地报纸提供一定的扶持和资助,相对地减少报纸的发行压力,这使得报社对发行量自然看得不是很重。另外,报纸印发存在成本核算,这就要求报纸的发行量要控制在一定范围内,这样才能够盈利,让报社有更多发展的方向和余地。以上原因都或多或少地影响了县级报纸的发行量,也使得集体订户成为订户的主体。

#### (三) 比省市级报纸更有接近性,但仍存在一定差距

调查数据中有54%的受访者认为,与省市、中央级的报纸相比,本地县级报纸的地方性报道与生活息息相关,更有接近性,31%的受访者认为对本地报纸有心理上的亲切感,9%的受访者认为县级报纸较之后者更容易得到。但问及县级报纸与省市级及其以上的报纸相比有什么不足时,39%的受访者认为,前者的新闻质量、编辑水平没有后者高,26%的受访者认为前者趣味性有所欠缺、不足以吸引读者,10%的受访者认为县级报纸内容不够及时重要,而在“其他”选项中,有受访者反映,“很多官话、套话,实用性不强,只强调宣传,轻民生和新闻时事”。

其实,在我国,媒体的一大功能就是宣传,不论纸质媒体还是网络媒体均是如此。但作为县级报纸,除了必要的宣传,也应该有县域特色。不难发现,县级报纸在新闻编辑方

面较其他大型报纸都有所欠缺(由于一些新闻传播方面的人才欠缺、所在地区没有同等级的报纸与之竞争导致其业务水平停滞不前等),在采写方面不符合读者的胃口。当然,新闻报道根据其报道的内容有不同的报道方法,一味追求趣味性甚至为了吸引受众而“哗众取宠”,是行不通的。而“内容不够及时重要”也许是现在传统报纸存在的通病。网络将“即时性”发挥得淋漓尽致,而这里所谓的“重要”,也不再是什么国家大事,更多的是那些容易被屏蔽、和谐的事,这些是不可能能在报纸上堂而皇之地报道出来,只能通过微博等了解到,长此以往,报纸内容则显得不及时、不重要。

#### (三) 品牌延伸多元化,但推广度不够

在问及“您是否了解本地县级报纸在传统报纸以外的多面推广(可多选)”时,选择“微博”的有36%,选择“手机报”的占了35%,选择了“报纸的电子版”即数字报的占了23%,选择“阅报栏”的占了19%,可见县级报纸在品牌延伸和媒介融合方面有所突破。但是调查显示,18%的受访者表示通过图书馆、茶座等公共场所阅读到本地报纸,13%的受访者表示经常通过阅报栏阅读到本地报纸,7%通过网站阅读数字报,5%通过手机报进行阅读。这些结果表明,尽管多元化的品牌延伸让人们对报纸的品牌延伸有所知晓,但推广度都不高。网站、手机报等传统业务的升级,更多意义上只是报纸的副产品,仅作为“顺应时代潮流”的标志,不具有独立性,其功能、内容、覆盖面等都还不成熟,影响力自然不够。

### 四、研究结论

通过以上的调查研究我们发现,从受众的角度来说,县级传统报纸的发展有了一定的创新与突破,一是贴近民生,响应“走转改”号召,二是延伸品牌,拓展自身业务。但其发展也存在一些问题,具体为:以集体订阅为主,家庭订户较少;新媒体业务发展不力、推广度太小;新闻质量和编辑水平稍有欠缺。

### 五、对本次研究的总结与反思

此份问卷的主题是“江苏省县级传统报纸发展现状及影响力”,但我们只选取了江阴和东台两个地方实地发放并回收了问卷。无论从受访者的地域、年龄、还是职业类型来说,该问卷所覆盖的人群并不全面。另外,由于问卷容量的限制,该报告对于群众对县级传统报纸的了解和看法的调研并不全面,也使得此次调查显得不够全面和细致,这都有待在今后进一步的研究中得到更好的完善。

我们也发现,江苏省作为经济强省,其县级传统报纸的发展在全国还是具有领先性的。江苏省县级传统报纸应该以当地居民的需求为主,在延续传统媒体已有优势的基础上转型,强化县级传统媒体原有的“信度”、“深度”、“雅度”(专业美感),在权威性、民生性、专业性上进行深耕,并使之与新媒体的“互动度”、“速度”实现资源整合、互补升级,而非步新媒体后尘,去走“短”“平”“快”的捷径<sup>[1]</sup>。只有这样,才能让县级传统报纸真正回归其本质,更好地服务于当地的居民。

参考文献:

[1] 林旭娜.练好传统媒体的“玄铁重剑”[J].青年记者,2012(21).

附：江苏省县级传统报纸发展现状及影响力调查问卷

您好！我们是南京师范大学新闻与传播学院的暑期社会实践小分队，正在进行江苏省县级传统报纸生存现状及影响力的社会调研。我们诚邀您参加此项调查，您所提供的情况，我们将严格进行保密。感谢您的合作！

填表说明：请在每一个问题后选出适合您的情况的答案序号，或在“\_\_\_\_\_”处填上适当的内容。若无特殊说明，一律只选一项。

- 您的性别：  
 您的年龄：  
 A.20 以下 B.20-35 C.35-50 D.50 以上  
 您所在地：A.县市区 B.乡镇  
 您的职业：  
 （以下中央级报纸指的是《人民日报》、《参考消息》等，省级报纸是指《新华日报》、《扬子晚报》等，市级报纸是指《盐阜大众报》、《无锡日报》等，县级报纸指的是《江阴日报》、《东台日报》等县级市的报纸）
- 1.目前您获取新闻或一些信息主要是来自于（按重要性从高到低排序）\_\_\_\_\_
  - 2.您平时多久阅读一次报纸？
  - 3.您所看的报纸有哪些类（多选）
  - 4.您平时阅读本地报纸吗？
  - 5.您觉得本地报纸内容
  - 6.您希望在本地报纸上阅读到什么内容？（多选）
  - 7.您知道的本地（县级）报纸有哪些？
  - 8.您认为本地报纸做得较好的有哪些方面：
  - 9.您是否订阅过本地县级报纸？
  - 10.除了报纸本身外，您认为本地报纸推出怎样的优惠奖励政策会吸引您的阅读
  - 11.您一般通过什么渠道阅读县级报纸？

- A.自己购买、订阅 B.单位、村支部订阅
- C.报纸张贴栏 D.网站电子版
- 12.您觉得下列哪一类报纸更能满足您的需求？
- A.中央级报纸 B.省级报纸 C.市级报纸
- D.县级报纸 E.都不能满足需求
- 13.您觉得县级报纸和市、省、中央级的报纸相比哪些方面更吸引您？（多选）
- A.地方性的报道更有接近性
- B.县级报纸比较易得
- C.对县级报纸心理上有亲切感
- 14.您觉得县级报纸与其它市级及其以上的报纸相比有什么不足？（多选）
- A.内容不够及时重要
- B.新闻质量、编辑水平没有后者高，不那么好看
- C.趣味性不足，不足够吸引读者
- D.不确定报纸订阅途径
- E.其他（请注明）
- 15.您觉得县级报纸的哪些方面亟待改善？（多选）
- A.版面较少，内容应该增加
- B.版面设置的不精美
- C.新闻性太弱
- D.其他（请注明）\_\_\_\_\_
- 16.您了解本县市报纸哪些传统报纸以外的多面推广？
- A.微博 B.手机报
- C.报纸的电子报 D.其他（请注明）
- 17.您觉得你县的主流报纸（如某某某报）需要作出哪些改进和创新，使它更能激起您的阅读欲望？
- 18.您在您所在县，是否感受到了互联网获取信息的优越感，还是报纸依然是你县百姓的最普遍的选择？
- A.感觉我县通过互联网了解信息的人比较多，互联网比报纸更占优势
- B.对网络没什么感觉，还是看报纸了解信息的人比较多
- C.在我县两者的发展感觉差不多
- 19.以目前互联网等媒介的发展趋势，您认为在未来，报纸是否有其存在的价值或意义？
- A.很有 B.可有可无 C.没有
- 20.您认为在传统媒介中融入互联网技术的这一项创新是传统媒体在互联网攻势下的一次很有必要的探索吗？
- A.是 B.不是
- C.其他\_\_\_\_\_