

# 如何开展读者需求调查？

史春薇

(辽宁石油化工大学学报编辑部)

读者需求研究是针对读者在一定的客观环境下，向往获得某种知识、信息或情报，从而产生的对文献的探索和利用的研究。读者的阅读需要既是一种个人需要，也是一种社会需要，这种需要处于不断发展变化之中，因而呈现出复杂多样的状态。进入 21 世纪，科技期刊编辑这一“服务者”的角色也应随着读者的需求而不断改变，在积极开展读者需求研究和适应时代贴近读者方面有所作为<sup>[1]</sup>。

## 1 读者需求调查的目的

随着科技传播手段的日新月异以及国内外竞争压力的增大，科技期刊面临越来越严苛的发展环境，变革势在必行。有学者认为，科技期刊作为服务产业应该从传统工业产品的“掷石观”(在起点上思考问题)，向现代服务产品的“投鸟观”(在终点上思考问题)转变，从科技期刊生产者自我出发，向从科技期刊读者出发转变，以消费者为中心<sup>[2]</sup>。目前，我国科技期刊出版者习惯了传统的来稿、审稿、修改、刊出程序，像“投石”一样出版每期杂志，完全从出版者的喜好、价值判断标准选取、编排稿件，很少考虑读者真正的需要<sup>[3]</sup>。因此，科技期刊应该重视读者调查，通过读者调查深入了解期刊读者群的阅读需求、阅读特点以及对期刊的意见和建议等，从而使期刊能够践行以读者需求为导向的办刊理念。通过读者调查把读者对目前期刊各个要素的意见，喜欢的保留，不喜欢或是没什么感觉的作为创新的重点。调查要有读者兴趣变化、未来消费倾向，这可以为期刊的创新提供最好的参考依据。

## 2 读者调查的方法

读者需求研究的目的是提高科技期刊的服务质量和效率，有助于科技期刊对不同读者进行有针对性的服务，有利于制订或调整科技期刊事业的发展目标。因此，科技期刊使用各种反馈方法与读者进行“面对面”地互动交流，来了解读者需求，达到更好地为读者服务为科技期刊及时调整发展目标的目的。

### 2.1 走访式调查

科技期刊的编辑应该多走访基层的读者，如工厂、学校、研究院、医院等，面对面的与读者交流，了解读者的要求。例如，《辽宁石油化工大学学报》编辑部在“走基层”的活动中，走访了中石油抚顺塑料厂、石油二厂、沈阳煤炭研究院等单位，与期刊的读者进行了良好的互动，现场收回调查问卷 100 多份，整理出意见及建议 20 余条。

### 2.2 刊发调查问卷

通过期刊的纸板和电子版发布调查问卷，在期刊的网站上发布调查问卷，给读者的单位信箱或电子邮箱发送调查问卷。这些方法比较传统，经常购买杂志的读者比较易于参与调查。以《中华泌尿外科杂志》为例<sup>[4]</sup>，2012 年 3 月至 4 月进行了一次读者调查，共发出纸质问卷 5000 份，共反馈 276 份，其中电子版 197 份，纸质版 79 份。这种调查的回复量比较少，主要原因：一是受本期活动汇总时间的限制，仅能在 2012 年第 3 期(3 月 15 日出版)以插页的形式宣传一次，读者看到杂志约在 3 月 20 日以后，而设定的截止日期是 4 月 20 日，给读者反馈意见的时间比较紧；二是本刊主要读者为日常工作以手术为主的外科医生，工作时间很少能上网，客观上造成很多人还没看到通知或还没来得及填写问卷。

### 2.3 语音调查回复

科技期刊编辑可以通过电话(固定电话、手机)与读者沟通，将读者的反馈意见及时记录，调查回复高、意见中肯，但是调查成本比较高，可以采用现代化网络手段弥补这一不足，例如，通过 QQ、MSN 等聊天软件的语音功能与读者开展调查活动，最近传播力极广微信软件具备对讲功能，更方便读者有充分的时间思考，同时也更便于记录语音对话。

### 3 分析利用调查结果

通过开展读者调查，会收集到很多读者的反馈意见，科技期刊应该善于分析、归纳、总结读者调查的反馈情况，同时有效地利用反馈信息将期刊的读者定位、将读者提出的制约期刊发展的问题及时解决、将读者的合理化意见及时采纳等。

#### 3.1 明确期刊的读者定位

一份刊物办给什么人看,要迎合哪些人的阅读口味,就是刊物的读者定位。目前,我国的各类期刊已发展到近万种,然而期刊发行总量却未明显增加,近几年年销量一直不到30亿,这说明期刊的读者市场并没有扩大,与此相应的是读者的口味日益个性化,读者群的细分日益明显。因此,办刊就不能不研究读者的定位,通过读者调查结果来确定期刊的读者定位,是一份刊物办得成功与否的关键,是刊物生存和发展的前提。

比如,《中华医学信息导报》作为信息类的医学期刊<sup>[5]</sup>,通过广泛的读者调查,在明确了“面向广大医学会会员的同时,以专科医生为自己的核心读者”后,将内容定位于传播“新知识、新理论、新观念、新技术”,及时报道临床学科的前沿进展,同时关注专业领域的交叉、边缘、疑难话题。刊物以“新”和“交叉”为核心,策划了“精彩导读”、“科研设计与写作”、“对话”、“继续教育”等特色鲜明的栏目。这些栏目的内容为广大读者所认可和接受,扩大了刊物的影响,获得了较好的社会效益。

#### 3.2 适应网络时代特点,满足读者多元阅读需要

目前,大多数期刊纸版发行量都在下降,传统期刊要注意审时度势,于读者阅读方便出发,站在读者角度考虑期刊发展,与时俱进,多元化办刊,以满足读者不同阅读习惯和阅读需求。2012年3月《中华泌尿外科杂志》展了一次读者调查活动,旨在深入了解本刊读者群的阅读需求、阅读特点以及对本刊的意见和建议等,从而使期刊能够践行以读者需求为导向的办刊理念。调查结果显示,87.0%的读者选择纸版阅读,9.4%选择网上阅读。92.4%认为网络阅读方便,74.6%认为网络检索信息更新及时。国外知名期刊纸版发行量并没有明显下降,说明纸版期刊能够满足读者“深阅读”的需求,但也不容忽视创刊时间比较短的电子专业期刊的影响力。

#### 3.3 调查巧妙引导,内容创新依据

重视读者调查,对自己“家底”的盘点,即把读者对目前杂志各个要素的意见,喜欢的保留,不喜欢或是没什么感觉的作为创新的重点。调查要有读者兴趣变化、未来消费倾向,这可以为杂志创新提供最好的参考依据;同时,调查还应该给读者充分发表意见和建议提供空间,这块设计要巧妙,要有引导<sup>[6]</sup>。

### 4 结束语

科技期刊编辑要站在读者的角度来感受。读者需要高质量的期刊,但这种高质量不是短期的表现,而应保持一致性。因此,科技期刊期刊编辑要真正地关注读者,接近读者,倾听读者的声音。编辑人员可以使用各种反馈方法来了解读者需求以及对产品的满意程度<sup>[7-8]</sup>,从而达到更好地为读者服务为科技期刊及时调整发展目标的目的。

#### 参考文献

- [1]张锦华.探析期刊编辑的角色转型[J].新闻爱好者,2012(5):85-86.
- [2]杨文志.我国科技社团期刊发展机遇与策略[J].中国科技期刊研究,2009,20(3):377-383.
- [3]关卫屏,刘斌,游苏宁.科技期刊“受众即市场”理论初探[J].编辑学报,2011,23(1):5-7.
- [4]霍红梅,游苏宁,黄鹿.怀揣读者需求求真务实办刊[J].编辑学报,2013,25(1):89-92.
- [5]蒂丽热芭.刊物办给什么人看——谈谈期刊的读者定位[J].编辑学报,2010(4):50-52.
- [6]王汝斌.如何进行期刊的内容创新[J].中国传媒科技,2012(10):198-199.
- [7]李伟,关卫屏,游苏宁,等.医学期刊读者阅读需求调查分析[J].中国科技期刊研究,2012,23(3):419-421.
- [8]游苏宁.中国科技期刊的追求和出路[J].中国科技期刊研究,2009,20(3):390-391.