

中国传媒产品质量 评估报告

Quality assessment report on
China's media product

向志强等◎著

新华出版社

中国传媒产品质量 评估报告

Quality assessment report on
China's media product

向志强等◎著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒产品质量评估报告/向志强等著

北京: 新华出版社, 2012. 12

ISBN 978—7—5166—0290—4

I. ①中… II. ①向… III. ①传播媒介—研究报告—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 314064 号

中国传媒产品质量评估报告

作 者: 向志强等

出 版 人: 张百新

封面设计: 李尘工作室

责任编辑: 赵怀志

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010—63077122

中国新闻书店购书热线: 010—63072012

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 北京竹曦印务有限公司

成品尺寸: 170mm×240mm

印 张: 24.5

字 数: 290 千字

版 次: 2012 年 12 月第一版

印 次: 2013 年 6 月第一次印刷

书 号: ISBN 978—7—5166—0290—2

定 价: 48.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010—63077101

主要作者简介

向志强，湖南绥宁人，经济学博士、博士后。现为湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、教授；湖南省文化产业研究基地研究员；中国新闻传播教育史学会理事；湖南省青年联合会第九届委员会委员。主要研究方向为媒介经营管理、传播理论与方法、文化产业。出版专著 3 部，参著 4 部，副主编教材 1 部，参编教材 2 部；在《新闻与传播研究》《现代传播》《出版发行研究》《国际新闻界》等新闻传播核心期刊上发表论文 80 多篇，主持或参与省级以上课题 20 多项。

前言

传媒业作为文化产业的核心组成部分，对于经济社会的发展和其他文化行业的发展都具有重要意义。随着国家文化体制改革的逐步深化，中国传媒业的规模与结构都发生了深刻变化。过去的一年，我国传媒业发展尤为迅猛。一方面，传统媒体因转型时期自身实力局限与外部竞争加剧，不断尝试创新，积极通过与资本市场结合、与新媒体融合，以谋求出路；另一方面新媒体的影响力迅速提升，不但颠覆了传统媒体的格局，更冲击了话语体系和文化表达方式，深刻影响并引领着传媒业的发展方向。在中国传媒业不断获得发展和突破的过程中，也出现了一些与社会对媒介的正向期待不符，甚至是与媒介责任背道而驰的现象。打开电视的新闻头条，翻开各式各样的报刊杂志，查阅各大网站的首页，不是性丑闻与凶杀，就是搞笑与相亲。这些内容已越来越多地被一些媒体作为“卖”点在细化与放大。不知何时起，媒体“社会良知”的观念正在被一步步弱化，取而代之的是媒介以迎合、取悦、讨好受众为能事，竟相对“眼球经济”俯首贴耳，对低级庸俗内容津津乐道。

传媒要讲社会责任，这是世界各国对大众传媒的共同要求，也是新闻传播应当遵循的一项基本原则。胡锦涛同志在中共中央政治局第二十二次集体学习时强调：“要引导广大文化工作者和文化单位自觉践行社会主义核心价值观体系，坚持社会主义先进文化前进方向，坚决抵制庸

俗、低俗、媚俗之风。”中央最高层首次明确提出了抵制文化领域的“三俗”之风，对中国传媒产品在市场经济的功能定位、价值取向提出了明确要求。

然而，考察当前我国新闻媒介的现实，不难发现媒介组织之间在信息传播和产品营销过程中存在的利益冲突，各管理部门之间缺乏协同长效的管理机制，导致了媒介产品市场上“劣币驱逐良币”的事情随时都在发生。我们认为，要在整体上实现媒介组织为自己的产品质量投入更多的有效管理，开发更多的优质资源还有很多事情需要去做。如仅仅期待媒介组织自觉自发、自我矫正，那么，媒介产品质量良莠不齐的现状还将长期存在。

那么，我们能为媒介产品的生产做点什么？或者说，我们能为人们消费媒介产品做点什么？我们认为有必要引入媒介产品质量的评估制度来对媒介组织的传播内容进行监督和制约，也有必要引入社会专业组织对传媒的内容传播进行评估。实际上后者的力量有时可能更大。因为这样一种评估和排序，可以使媒介组织处于社会普通民众的共同监督之下，一种无形压力使其不得不考虑社会公共利益，从而逐步纠正自身偏差，树立传媒应有的公信力。《中国传媒产品质量评估报告》就是基于这样一种考虑而诞生的。

本报告依据不同媒介产品的属性、特点以及质量的内在要求，通过问卷调查以及专家访谈等方法，从2011年中国众多表征媒介产品质量的指标中，筛选出最能代表媒介产品质量的指标，来作为对媒介产品质量进行评估的指标，从而建立完整的媒介产品质量评估指标体系。在此基础上，分别从国内媒体中选取有代表性的报纸100份、广播50家、电视50个频道、网站100家，根据评估指标体系进行评估，并对评估结果进行排序。然后根据评估结果，依据新闻传播学的有关知识和方法，从理论上对媒介产品的质量进行评价。另外，该报告还对高质量的媒介产品进行评析。

本报告力求全面、系统地对所选择的媒介产品质量进行评估，尽管所建立的媒介产品质量评估指标体系还有待进一步完善，评价结果及其



分析仍需进一步推敲和斟酌，但本报告对媒介产品质量的评估，无论是评估内容，还是评估方法，在国内都具有创新性，所做的工作颇具开拓性。当然，仁者见仁，智者见智，由于时间仓促，难免存在一定的不足与缺陷，不当之处，请同人批评指正。

目 录

CONTENTS

前 言	(1)
第一章 中国报纸产品质量评估	(1)
一、中国报纸产品质量评估的指标体系	(1)
(一) 报纸产品质量评估指标的选取	(2)
(二) 报纸产品质量评估指标体系的建构	(2)
(三) 评分细则与标准	(5)
(四) 评估对象的选取	(7)
二、中国报纸产品质量评估排序	(8)
(一) 总体质量排序	(8)
(二) 新闻质量排序	(12)
(三) 评论质量排序	(16)
(四) 深度报道质量排序	(23)
(五) 图片质量排序	(30)
三、中国报纸产品质量评价	(34)
(一) 总体质量评价	(34)
(二) 新闻质量评价	(37)
(三) 评论质量评价	(42)
(四) 深度报道质量评价	(45)

(五) 图片质量评价	(50)
四、中国报纸高质量产品评析	(54)
(一) 《人民日报》总体质量评析	(54)
(二) 《南方周末》总体质量评析	(55)
(三) 《中国青年报》新闻质量评析	(57)
(四) 《人民日报》新闻质量评析	(59)
(五) 《人民日报》新闻作品质量评析	(61)
(六) 《人民日报》评论质量评析	(64)
(七) 《南方周末》评论质量评析	(68)
(八) 《中国青年报》评论作品质量评析	(71)
(九) 《南方周末》深度报道质量评析	(73)
(十) 《中国青年报》深度报道评析	(76)
(十一) 《南方周末》深度报道作品质量评析	(79)
(十二) 《新京报》和《南方都市报》图片质量评析	(83)
(十三) 《南方都市报》图片新闻作品质量评析	(89)
 第二章 中国广播产品质量评估	(96)
一、中国广播产品质量评估的指标体系	(96)
(一) 评估指标的选取	(97)
(二) 指标体系的建构	(98)
(三) 评分细则与标准	(101)
(四) 评估对象的选取	(102)
二、中国广播产品质量排序	(102)
(一) 总体质量排序	(102)
(二) 广播新闻质量排序	(104)
(三) 广播评论质量排序	(105)
(四) 广播音乐质量排序	(107)
(五) 广播服务质量排序	(108)
(六) 广播综艺质量排序	(110)
三、中国广播产品质量评析	(111)

(一) 总体质量评价	(111)
(二) 广播新闻类节目质量评价	(113)
(三) 广播评论类节目质量评价	(114)
(四) 广播音乐类节目质量评价	(118)
(五) 广播服务类节目质量评价	(119)
(六) 广播综艺类节目质量评价	(121)
四、中国广播高质量产品评析	(123)
(一) 广播新闻类代表节目	(123)
(二) 广播评论类代表节目评析	(124)
(三) 广播音乐类代表节目评析	(128)
(四) 广播服务类代表节目评析	(131)
(五) 广播综艺类代表节目评析	(133)
 第三章 中国电视产品质量评估	(146)
一、中国电视产品质量评估的指标体系	(147)
(一) 评估指标的选取	(147)
(二) 评估体系的建构	(148)
(三) 评分细则与标准	(149)
(四) 评估对象的选取	(150)
二、中国电视产品质量评估排序	(150)
(一) 总体质量排序	(150)
(二) 电视新闻质量排序	(153)
(三) 电视剧质量排序	(157)
(四) 电视纪录片质量排序	(160)
(五) 动画片质量排序	(164)
(六) 综艺节目质量排序	(165)
三、电视产品质量评价	(170)
(一) 总体质量评价	(170)
(二) 电视新闻质量评价	(177)
(三) 电视剧质量评价	(184)

(四) 电视纪录片质量评价	(191)
(五) 动画片质量评价	(198)
(六) 综艺节目质量评价	(204)
四、中国电视高质量产品评析	(211)
(一) CCTV—1 综合频道电视产品评析	(211)
(二) 湖南卫视电视产品质量评析	(216)
(三) 安徽卫视电视剧质量评析	(219)
(四) 北京卫视电视剧质量评析	(223)
(五) 电视剧《中国地》质量评析	(226)
(六) 金鹰卡通动画片质量评析	(228)
(七) 中央电视台少儿频道动画片质量评析	(231)
(八) 动画片《诺诺森林》质量评析	(233)
(九) CCTV—1 纪录频道纪录片质量评析	(235)
(十) 湖南电视台金鹰纪实频道纪录片质量评析	(237)
(十一) 电视纪录片《辛亥革命》质量评析	(239)
(十二) 东方卫视电视新闻质量评析	(242)
(十三) 央视新闻频道新闻质量评析	(245)
(十四) 《东方直播室》质量评析	(247)
(十五) CCTV—3 综艺节目质量评析	(251)
(十六) 湖南卫视综艺节目质量评析	(254)
(十七) 《快乐大本营》质量评析	(257)

第四章 中国网络媒体产品质量评估	(268)
一、中国网络媒体产品质量评估的指标体系	(268)
(一) 评估指标的选取	(269)
(二) 指标体系的建构	(270)
(三) 评分细则与标准	(271)
(四) 评估对象的选取	(272)
二、中国网络媒体产品质量评估排序	(273)
(一) 总体质量排序	(273)

(二) 网络新闻质量排序	(280)
(三) 网络评论质量排序	(288)
(四) 网络深度报道质量排序	(295)
(五) 网络视频质量排序	(300)
(六) 网络图片质量排序	(306)
(七) 网络理财质量排序	(313)
(八) 网络体育比赛文字质量排序	(318)
(九) 网络体育比赛视频质量排序	(320)
三、中国网络媒体产品质量评价	(322)
(一) 总体质量评价	(322)
(二) 网络新闻质量评价	(329)
(三) 网络评论质量评价	(331)
(四) 网络深度报道质量评价	(332)
(五) 网络视频与图片质量评价	(335)
(六) 网络理财质量评价	(336)
(七) 网络体育直播质量评价	(337)
四、网络媒体高质量产品评析	(339)
(一) 连 HR 都会加班到八点的网站: 新浪	(339)
(二) 开创新视野 创造新文化——凤凰网	(346)
(三) 中国网络电视台——体育台	(351)
(四) ESPNSTAR	(352)
(五) 人民网评论	(352)
(六) 红网评论	(354)
(七) 凤凰网理财	(355)
(八) 和讯理财	(356)
(九) 新华网与人民网新闻	(357)
(十) 央视网视频	(359)
主要参考文献	(364)

第一章 中国报纸产品质量评估

一、中国报纸产品质量评估的指标体系

改革开放为我国报业带来了新的生机与活力，经过三十多年的快速发展，目前中国报业已相当完备，涵盖有党报、晚报、都市报、专业报等不同类型。据中国新闻出版总署发布的《2010年全国新闻出版业基本情况》显示，2010年全国共出版报纸1939种（其中全国性报纸227种，省级报纸825种，地、市级报纸871种，县级报纸16种，综合报纸806种，专业报纸1133种）。

近年来，基于互联网和数字技术而产生的新媒体明显更受人们的青睐，报纸这一传统媒体受到巨大冲击，人们开始为报纸的生存和发展担忧。“提高报纸产品质量，提高报纸的竞争力。”这是众多有识之士给报业如何“突围”开出的处方。中国报业产品整体质量究竟如何？本章在建构报纸质量评估体系的基础上，对挑选出来的2011年中国100份报纸产品的质量进行统计分析，以评价我国报纸产品质量整体状况。

（一）报纸产品质量评估指标的选取

中华人民共和国新闻出版总署（现称国家新闻出版广电总局）于2011年1月1日出台了《报纸期刊出版质量综合评估办法（试行）》，其评估依据主要包括报纸的基础建设、环境资源、出版能力以及经营能力。与其相比，我们的评估只是针对报纸产品质量的评估，没有涉及报社的出版和经营能力，而且评估范围并不完全相同，电子出版物没有被确定为评估对象。

目前绝大多数的报纸是由消息、通讯、评论、系列报道、专题报道、深度报道、图片、副刊（以文学作品为主）和广告等版块所构成。由于广告是承载于媒体之上对商品或者服务进行推广的工具，与新闻有着本质不同，因此我们将广告排除在外。此外，副刊作为文学体裁的固定版面，题材丰富、内容庞大，但是与新闻产品的标准明显不符，因此我们也将副刊排除在外。另外，为了避免混淆，我们把消息、通讯、报道、简讯、特写等新闻作品合并为“新闻”。这样，我们所确定的报纸产品质量的内容评估主要包括四个方面，即“新闻”、“评论”、“深度报道”以及“图片”。

特别需要说明的是，这里所指的“图片”，并非报纸的版面插图或新闻报道中的配图，而是指“图片新闻”，它是以一幅或者多幅图片并加上文字解说从而还原事情真相的一种新闻报道方式，相比文字新闻能使读者更直观更快捷地了解新闻事态。

报纸产品质量评估指标体系除了包括报纸内容指标外，还包括语言表达指标和技术指标。一篇报道的语言表达、逻辑推理、主题、修辞手法、措辞上的精准度都应是报纸产品质量重要的体现，同时排版、印刷等技术要求也是报纸产品质量不可缺少的重要标志。因此综合起来，本次建构的报纸产品质量评估体系主要包括三个子体系，即内容体系、语言表达体系以及技术体系。

（二）报纸产品质量评估指标体系的建构

报纸产品质量评估是一个复杂的系统工程，每一子体系下包含着具体的

评价指标,不同评价指标具有不同的内涵。选择科学合理的子体系构成指标并揭示和解释其具体内涵,是建构评价指标体系的前提和基础。

1. 内容指标体系

包括四个方面,即“新闻”、“评论”、“深度报道”以及“图片”。

(1) 新闻

“时效性”是报纸新闻产品质量评估毋庸置疑的第一指标。新闻的时效性不能简单地以“昨天”、“今天”和“最近”来判定其时效性的强弱,而需根据新闻报道的内容来作出客观评论。

“重要性”是报纸新闻产品质量评估的第二指标。新闻报道为读者提供的内容和信息的“重要性”也是评价报纸产品质量的主要依据。

“真实性”是报纸新闻产品质量评估的第三个指标。目前有报纸为了“搏出位”而制造假新闻,也有记者不惜假借被采访者之口随意编故事,这些都是不允许的。“真实性”是评估新闻写作内容是否符合客观事实的指标。

(2) 评论

通俗地说,“评论”是建立在新闻事实基础上的摆事实、讲道理,是衡量报纸专业程度的重要依据。因此,“时效性”和“真实性”也是“评论”的两个质量评价指标。

此外,我们在评论的评估指标上增加了“价值性”和“准确性”两项指标,并为“价值性”设定了“引导教育”、“批评监督”及“阐释启迪”的评估小项,为“准确性”设定了“分析准确”及“论证准确”两个评估小项。

在语言表达方面,我们按评论的特点删去“主题是否突出”一项,其他项及技术指标与新闻的评估指标相同。

(3) 深度报道

深度报道需要上承以往报道的事实或观点,下继新闻事实的发展趋势,要求有观点、有分析,深度报道有一定“时效性”要求,但不十分突出,所以,在选择深度报道的质量评估指标时,我们将“时效性”指标换成“全面性”指标和“递延性”指标,同时保留“真实性”指标。

在语言表达与技术指标上深度报道评估指标与新闻评估指标一致。

(4) 图片

根据《中国新闻实用大辞典》中对新闻图片的定义:图片新闻是指“以

图片的直观形象和简要文字说明结合起来报道新闻、传播信息的一种新闻报道形式”。广义的图片新闻还主要包括了摄影、漫画、图表、制图等等，而狭义的图片新闻单单是指新闻摄影，新闻摄影是利用摄影技术制作完成的用于报道新近发生的事实的图片，而我们探讨的主要是狭义层面的新闻图片，也就是指新闻摄影。图片新闻的质量从拍摄技巧和图片内容两方面进行评估。

拍摄技巧指标设置得比较简单，即“清晰度”和“构图”，图片元素是否清楚明了，主体、陪体、背景是否有层次感，往往容易辨认。

图片内容评估指标由“真实性”、“形象性”、“瞬间性”、“思想性”四个方面构成。“真实性”要求如实地记录照片主题和内容真实，不为了迎合主观意图而有意去修改原始图片的元素和内容信息。“形象性”指标从“题材”、“现场感”及“画面”三方面进行评估；“瞬间性”可作为图片最独特的一个指标，图片新闻要求摄影记者对事件发生的反应速度极快，它所具有的“冲击力”能使读者内心产生强有力震撼和鼓舞。

2. 语言表达体系

在语言表达方面，我们具体制定了4个评估指标，“表达是否准确”是指叙述和描绘事实的词句是否准确，逻辑性强不强。“是否通俗易懂”指文章是否深入浅出，容易被普通大众接受。“主题是否突出”指对标题、导语、主体、结尾、背景材料等内容进行考察，分析新闻报道的各个部分能否突出主题，紧扣主题。“写作是否有特色”指新闻报道在写作的传统基础上是否有亮点和有特色性的文字处理，对结构、文字和角度是否有突出的创新性。

3. 技术体系

在技术方面，我们从“排版”、“印刷”及“校对”三方面进行考评。能否在第一时间吸引读者，报纸的排版至关重要。当然我们并不是一味的追求视觉冲击力，而是客观地从一个整体的排版布局出发，考量其版面是否整洁，板式是否设计规范，版权标识是否统一。报纸的“印刷”体现在字迹是否清晰、色墨是否均匀，线条是否规范。“校对”也由万分之一、万分之三为分界点进行打分，具体的计分细则与标准将在后面进行详细说明。

(三) 评分细则与标准

“新闻”、“评论”、“深度报道”、“图片”每项内容都有自己一套完整的评估体系,各项体系满分皆为100分。

1. 新闻质量评估指标的说明

因为针对新闻质量的评估在全国并无先例,我们只能通过对新闻写作教程进行深入细致的分析,然后对读者对新闻要求进行了一些调查后制作而成。在评估指标的设置上,我们不仅将传统的新闻写作要求归纳进来,同时将符合当今读者对报纸需求的一些特点也包含了进来。其中“时效性”、“重要性”、“真实性”每项各占15分,按等差排列分(15、10、5、0)4个等级,共计45分。我们经过深思熟虑认为新闻写作相当重要,于是把40分放在语言表达上,“表达是否准确”、“是否通俗易懂”、“主题是否突出”、“写作是否有特色”每项10分,(10、7、4、1)4个等级。技术指标占15分,“排版”、“印刷”、“校对”每项占5分,分(5、3、1)三个等级,“评论”、“深度报道”的技术指标与“新闻”评估指标的打分方法一致,可以直接参照《附1.2:报纸产品质量评估表》。

2. 评论质量评估指标的说明

我们根据报纸评论相关原理和报纸评论发展的实际情况,建立了以时效性、真实性、价值性、准确性、语言表达以及技术等六大指标为主的评论质量评估体系,合计100分。其中语言表达所占分值最大,为30分,因为我们考虑到评论的主要作用是用语言来“呐喊”,用声音来激发读者,启发和鼓励社会公众,充分发挥评论引导、监督、表态以及深化功用。因此,我们将语言表达作为评估体系的重要指标,分别从文字是否通俗易懂(10分)、表达是否准确(10分)以及写作是否有特色(10分)等3个子指标、12个具体方面来评估。时效性指标所占分值为15分,我们认为报纸新闻评论的内容是要针对当前重要新闻事件或现实生活中的热点、难点问题发表观点和意见。同时,评论要紧密结合形势,及时提出问题,并不失时机地作出反应或表明态度,否则就没有了评论的意义。当然,评论的时效性,并不意味着单纯地追求“快”,而是要根据形势、内容以及受众的需要来及时发表意见,