

中国广播电视节目 评估体系研究

中国广播电影电视社会组织联合会 主编

中国国际广播出版社

中国广播电视节目 评估体系研究

中国广播电影电视社会组织联合会 主编

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国广播电视节目评估体系研究 / 中国广播电影电视社会组织联合会主编.

北京: 中国国际广播出版社, 2018.1

ISBN 978-7-5078-3959-3

I. ① 中… II. ① 中… III. ① 广播节目—评估—体系—研究 ② 电视节目—评估—体系—研究 IV. ① G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第305094号

中国广播电视节目评估体系研究

主 编	中国广播电影电视社会组织联合会
责任编辑	杜春梅
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英

出版发行	中国国际广播出版社 [010-83139469 010-83139489 (传真)]
社 址	北京市西城区天宁寺前街2号北院A座一层
	邮编: 100055
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	环球东方(北京)印务有限公司

开 本	787 × 1092 1/16
字 数	630千字
印 张	37.5
版 次	2018年3月 北京第一版
印 次	2018年3月 第一次印刷
定 价	168.00 元

CRI

中国国际广播出版社

欢迎关注本社新浪官方微博

官方网站 www.chirp.cn

版权所有
盗版必究

随着广播电视传播技术日新月异的发展,广播电视媒体正以自身的传播优势,为广大受众提供着手段日益多样、形式日益丰富的节目、栏目,以满足受众日益增长的精神文化需求。随着受众审美水平、欣赏层次的不断提高,他们已不满足于媒体仅仅提供信息传播和技能传授的初级功能,进而要求媒体能够提供更新、更深、更活的精品,在满足求知欲的前提下,还能提供更高层次的精神享受。这就给广播电视媒体提出了新的课题,即什么样的节目、栏目是精品,如何科学地评估节目、栏目、频道的整体水平,如何令受众信服地开展节目质量评估,这是新形势下摆在广播电视工作者面前的新课题。可喜的是,部分有识之士已于20世纪90年代开始触及这个课题,经过十几年的理论探索和实践检验,广播电视节目评估体系的理论研究和实践已初具规模;但遗憾的是,一直还未有一部集大成的能够统合基础理论与应用理论的著作问世。

广播电视评估体系虽然是一种业内评价的标准,但是却联系着广大受众、广电从业者、行政管理部门和社会评估机构等不同的群体和机构,对于广电文化和广电产业起到重要影响。广播电视节目评估体系建立之难,既有深刻的历史和现实原因,也有广电体制机制内部的原因。

首先,我国广播电视体制决定了需要建构体系完整的广播电视节目评估机制。不同于西方的商业媒体,也不同于西方的公共媒体,我国广播电视是承认其产业属性的国有媒体。纯商业媒体可以“唯视听率”马首是瞻,少量兼顾或者并不兼顾其他评估指标和内容;公共媒体则相反,其评估是以“满意度”“欣赏指数”等作为最主要的考量标准,而并不重视视听率的表现。我国广播电视媒体,既要服务于社会效益,把社会效益放在首位,同时又要保证经济效益的实现,因此既要注重其节目的社会影响及导向作用,同时也要关注它的市场表现。这样,用单一的指标来检验评估广播电视节目不但会顾此失彼,而且也会影响到广播电视节目双重效益的均衡发挥,因此,广播电视节目评估体系的建构从本质上讲是由我国广播电视体制所决定的。



其次,我国广播电视的深入持续发展要求建构完善的节目评估体系。20世纪90年代以来,广播电视以政策为导向,遵循科学发展观的要求,实施了一系列的改革措施。无论是之前的频道专业化、广电集团化、制播分离,还是现在的媒体融合、跨地域合作以及加大走向国际市场的力度等,都涉及广播电视安身立命的内容。内容在广播电视上体现为节目,广播电视节目评估体系完善与否,既关系到广播电视是否能够提供满足人民群众需求的喜闻乐见的节目内容,同时也关系到广播电视媒体自身改革发展顺畅与否。因此,完善的广播电视评估体系的建立是广播电视自身发展的内在要求。

再次,转型期我国的社会文化形势要求广播电视媒体建构体系完备的评估机制。改革开放以来,广电媒体在环境监测、社会协调、文化传承以及审美娱乐等各个方面给大众提供了诸多帮助,发挥了无可替代的功用。目前,广播电视既面临着媒体融合的机遇和挑战,同时也承受着境外及网络视听媒体的挤压,如何保证其持续有力地提供优秀节目,在受众市场竞争中取胜,是其面临的一项重大课题。在这样的形势下,只有构建体系完备的广播电视节目评估机制,才会在竞争中用内容占住先机,以科学的评估体系指导,制播出既符合社会发展要求又为受众所喜爱的节目。因此,完备的广播电视节目评估体系的建构是广播电视适应外部环境变化的必然选择。

最后,构建和发展广播电视评估体系对于广播电视的发展具有重要价值和意义。主要表现在:第一,能够满足广播电视媒体日常管理工作的需要。广播电视毕竟属于创意文化的范畴,其管理的科学性与规范化相对来说比较困难。有体系完整的节目评估机制可以在广播电视日常管理中有据可依。这不但涉及节目质量管理的规范化,同时与之相关的人员的评聘、激励以及节目品牌的发展等都有量化的操作依据。第二,有助于建立规范的节目市场体系。随着制播分离以及广电运行机制改革的深入,广播电视势必会获得更好的发展机遇,规范化的节目交易市场的形成指日可待。为业界所普遍认可的节目评估体系的建构可以为节目交易市场的形成及规范化运作提供基础保障。第三,广播电视评估体系的建构还可为我国广播电视节目评奖提供科学的标准和依据。

正是意识到其重要性和紧迫性,国家广电管理部门对建立科学的广播电视节目评估体系一直非常重视。2002年末,原国家广电总局将“评奖改革”列为2003年重点工作,原中广学会将“构建节目评估体系”列入《中国广播电视学会

2003—2007 年工作计划》。受广电总局委托，中广学会于 2003 年 2 月 18 日至 20 日在京召开中国广播电视节目评估体系调研会，形成关于节目评估体系的内容、方法、途径、指标要素、成果形式等一揽子建议。时任中广学会常务副会长刘习良在总结讲话中指出，中国广播电视节目评估体系应具有科学性、实用性、简明性三个特点。会后，责成时任中广学会秘书处主任兼评奖办主任张君昌组建课题组，起草课题立项报告，报告总局节目评估体系课题已按规划正式启动。报告提出研究方案共分四个部分：（1）广播电视节目评估理论与展望；（2）国外节目评估研究概述；（3）节目评估体系构建研究；（4）试点评估与成果推广。同时编制了项目预算。3 月，该报告和预算得到总局批复。

《广播电视节目评估基础理论与展望》课题组成立于 2003 年初，主研人员中有理论工作者，也有一线管理工作，还有高校在读硕士博士研究生。研究步骤是先由课题负责人拟出理论框架，提出参考文献范围及方向；再分类梳理文献，进行系统化、条理化；而后开展调研咨询，进行理论提炼；最后以统一的理念订正概念、统领全稿。课题从策划到完成历时四年，数位在读硕士博士研究生在调研的同时完成学业，如今，他们有的成为高校教师，有的供职于媒体，知识的积累已演化为人生向上的阶梯。在主研的四年的时间里，课题组参阅了国内学术刊物自 20 世纪 90 年代以来发表的近百篇相关论文，从中去粗取精，去伪存真，筛选出 70 多篇具有一定学术价值的论文作为重点参考文本，进行归纳分析和理论加工。此间，还走访了一些电台、电视台，听取管理部门和编播人员对开展节目评估的意见和建议。2007 年至 2016 年，又有多位学者接续完善这部分研究成果，不断跟踪、增修理论阐述，使之保持与评估实践同步前行，最终形成 20 万字的本研究报告“上编”——广播电视节目评估基础理论与展望。

2004 年 3 月，总局项目拨款到位后，中广学会责成副秘书长张聪负责节目评估体系构建研究。在随后召开的第二次专家研讨会上，专家对节目评估既存争议进行分析和讨论，形成了《广播电视节目评估框架新设想》，建议以委托或招标方式设立子课题对研究对象进行分阶段研究。之后分别在 2004 年、2006 年和 2008 年，进行了节目评估三个子课题研究项目的招标。其中，“中国广播电视节目评估总论”（简称总论，下同）子课题，由中国传媒大学调查统计研究所承担，2006 年夏完成项目报告及专家论证；“中国广播电视节目主体评估”（简称主体评估，下同）由中央人民广播电台听工部承担，2008 年底完成初步报告；“中国广播电视节



目客体评估”(简称客体评估,下同)由中国传媒大学调查统计研究所承担,2010年完成初步报告。

在总论、主体评估及客体评估三个子课题相继初步完成的基础上,中广协会于2011年6月在厦门召开课题内部研讨会,就前期学界、业界专家针对三个子课题研究成果提出的意见和建议进行了深入交流,并重点探讨确立了综合评估的组织与实施问题。根据会上各子课题组达成的一致意见,会后委托TNS研究项目经理吕飞和上海社科院新闻研究所副研究员吕鹏进行统稿,最终形成20万字的本研究报告“下编”——广播电视节目评估体系研究与构建。

本研究报告以严谨的逻辑分析方法,运用精炼的语言,较为深刻地阐述了广播电视节目评估的概念、构成、方法、要素、发展现状等诸多方面,是一本较为全面、系统地论述广播电视节目评估体系的学术专著。报告内容既有概念、方法的理论阐释,又有鲜活的个案研究,试图将科学的理论分析与鲜活的案例解剖相结合,全面阐述建构广播电视节目评估体系的意义、作用及其实施方法,使之更好地为当前的广播电视节目创作服务,为节目市场化体系的建立和节目评奖的科学化服务,为满足广大受众日益增长的精神文化需求服务。

本研究报告分上、下两编,共14章58节及24个附录,以大众传播学的传播与效果、使用与满足、编码/解码、调查统计学等理论为基础,合理汲取信息论、控制论、系统论、新闻学、管理学、社会学、心理学、舆论学、经济学、人口学、美学等理论学科的营养,较为全面地考察了构建中国特色广播电视节目评估体系的历史背景、现实意义和构建节目评估体系的指标体系、评估方法、评估机制、管理方法等操作层面的认识问题,同时还对广播电视节目评估体系的发展趋势做了颇有见地的预测。在最后部分,还把部分有代表性的广播电视节目评估、考评办法以及部分研究报告附后,使之具有一定的实践参考价值。报告脉络清晰,表述流畅,语言简洁准确,是一部论及广播电视节目评估领域的较有理论价值、实用价值的专业书籍。

本研究报告在引用有关专家学者的研究成果时,对所借鉴的学术原著除以脚注方式一一注明外,还在结尾连同其他参考文献的作者一并列出。这一方面是为致意鸣谢,另一方面是为回顾展示前一段的研究成果,权作阶段性的总结。

应该承认,当前广播电视节目评估发展虽已初具规模,但尚缺乏一套被业界公认的、操作性强的评估体系;加之融媒环境下评估体系构建仍处在模型探讨层

面,使得本报告仍是阶段性概括。在实际应用中,广播电台的理论探讨较为活跃,而电视台的综合评分排名则演绎得如火如荼,各自的评估办法都有特色,理论认识也不尽相同,使得本报告很难平衡不同的学术观点。同时,由于主研人员视野所限,国内可资借鉴的学术专著、论文尚嫌单薄,在观点阐述时难免挂一漏万。谨请各位方家不吝赐教,我们将作为真诚的鞭策和进一步研究的努力方向。

广播电视节目评估体系的建立和逐步完善,是广播电视节目生产理念不断创新、节目质量管理水平不断提高、节目评估研究不断深化三者共同作用的结果。但愿本报告能成为引玉之砖,为中国特色的广播电视节目评估体系的建立和付诸实施尽一份绵薄之力。

编者

2017年2月19日

上 编

广播电视节目评估基础理论与展望

第一章 广播电视节目评估理念概述 / 003

第一节 广播电视节目评估定义 / 003

- 一、节目评估现有的代表性定义 / 003
- 二、节目评估的特性和原则 / 005
- 三、节目评估的理论基础 / 006
- 四、对于节目评估的界定 / 009

第二节 广播电视节目评估的背景 / 010

- 一、我国传媒环境发生深刻变化 / 010
- 二、适应大众传播“传—受”关系发展变化的客观需要 / 011
- 三、建立现代广播电视媒体管理创新体系的迫切需要 / 012
- 四、适应发展有中国特色广播电视业的特殊需要 / 012

第三节 广播电视节目评估意义 / 014

- 一、节目评估体系是衡量媒体实力的杠杆，增强媒体综合实力的强大动力 / 014
- 二、节目评估体系可以为媒体提高管理效益提供有力的制度保障 / 015
- 三、节目评估体系可以为媒体不断提高节目质量提供有力的制度保障 / 015



四、节目评估体系可以为媒体深化各项改革提供科学依据 / 015

五、节目评估体系对媒体传播效果研究和媒体发展研究均具有重要意义 / 016

第四节 广播电视节目评估历程 / 016

一、节目评估的起步阶段 / 017

二、首次受众调查使媒体找到了用科学方法获得受众对媒体评价的新办法 / 018

三、媒体的迅猛发展促使媒体获取受众评价的渠道向多样化发展 / 018

四、节目评估体系逐渐成型 / 019

五、节目评估工作进入有组织、有领导的全面展开阶段 / 020

第二章 以受众为中心的节目评估 / 024

第一节 受众研究是节目评估的起点 / 025

一、受众研究的指导思想 / 025

二、受众角色的地位变迁 / 029

三、受众调查方法 / 031

第二节 受众基本特征 / 033

一、受众的结构特征 / 033

二、受众的视听心理特征 / 036

三、受众的视听行为特征 / 039

第三节 受众选择行为 / 041

一、受众选择行为的主要理论依据 / 041

二、受众选择行为的三种主要类型 / 042

三、顺应受众选择, 提高媒体竞争力 / 044

第四节 目标受众界定 / 046

一、节目视听率的测算 / 046

二、潜在受众、现实受众和稳定受众 / 047

三、关于电视的相对复杂的测算方法 / 049

第三章 节目评估指标体系 / 052

第一节 质量评估指标 / 052

一、质量评估指标体系 / 053

二、欣赏指数 / 054

第二节 社会效益评估指标 / 060

一、社会认可度 / 061

二、受众反应度 / 061

三、受众满足度 / 062

第三节 经济效益评估指标 / 062

一、经济效益评估指标体系 / 063

二、关于视听率的口径 / 064

第四节 媒体发展指数 / 066

一、中国广播发展指数 / 066

二、电视综合评估指数 / 067

第四章 节目评估方法概述 / 070

第一节 节目评估方法论 / 070

一、评估主体：受众、专家与领导 / 070

二、评估流程：播前、播中与播后 / 073

三、评估原则一：定性与定量 / 077

四、评估原则二：内部评估与外部评估结合 / 078

第二节 节目评估方法介绍 / 080

一、简单评估法 / 080

二、坐标评估法 / 081



三、综合评估法 / 081

四、发展评估法 / 081

五、相对评估法 / 082

六、加权评估法 / 082

第五章 节目评估机制建设 / 083

第一节 节目评估机制建设 / 083

一、节目评估机制的基本构成 / 083

二、评估机构：广播电视节目评估的核心 / 085

三、建立合理的样本采集机制 / 086

第二节 评估机制运作程序 / 089

一、准备阶段 / 089

二、评估阶段 / 090

三、分析阶段 / 090

四、应用阶段 / 090

第三节 制播分离与评估机制 / 092

一、认识制播分离 / 092

二、国内推行制播分离对行业的影响情况 / 093

三、制播分离下的评估机制 / 095

第六章 构建科学节目评估体系 / 100

第一节 构建科学节目评估体系的背景 / 100

一、构建完整的节目评估机制是我国广播电视体制的必然要求 / 100

二、构建完善的节目评估体系是我国广播电视深入持续发展的迫切需要 / 101

三、构建完备的节目评估机制是规范广播电视日常管理的重要环节 / 102

第二节 构建节目评估体系的现存问题 / 103

第三节 节目评估体系的构成元素 / 104

一、共时性元素 / 105

二、历时性元素 / 107

第四节 构建节目评估体系意义与要求 / 108

一、关于构建节目评估体系的意义 / 109

二、构建广播电视节目评估体系的要求 / 112

三、如何构建科学的广播电视节目评估体系 / 116

第七章 节目质量管理方法探索 / 120

第一节 ISO9001 与节目质量管理 / 120

一、ISO9000 族标准简介 / 120

二、进行 ISO9001 质量管理体系认证的目的 / 122

三、引入 ISO9000 质量管理体系的可行性 / 122

四、广电媒体申请认证的现实意义 / 124

第二节 六西格玛在质量管理中的应用 / 127

一、什么是六西格玛 / 127

二、DMAIC 方法 / 129

三、六西格玛的六个主题 / 129

四、六西格玛在广播电视节目质量管理中的应用 / 130

第三节 SA-8000 与构建行业标准 / 131

一、SA-8000 社会道德责任标准简介 / 131

二、关于建立行业标准的思考 / 131



第八章 融媒环境下节目评估发展趋势 / 133

第一节 传统广播电视受众数据管理现状 / 133

- 一、依赖又质疑的模拟时代的受众数据 / 133
- 二、数字时代受众数据真面貌 / 134

第二节 媒体融合推动受众数据模型升级 / 136

- 一、受众数据获得渠道拓宽 / 136
- 二、受众数据类型增加 / 136
- 三、受众数据管理主体扩大 / 137

第三节 服务大数据时代的节目研发创新 / 137

- 一、精准把握受众特征和收视行为 / 137
- 二、辅助节目制作方适时调整或研发新节目、新服务 / 138
- 三、提升广播电视媒体的增值能力 / 139

第四节 网络评估的理论阐释与操作流程 / 140

- 一、网络人气评估的理论阐述与指标界定 / 140
- 二、网络人气指数体系的主要操作流程 / 141
- 三、网络人气指数体系的评估优势与难点突破 / 143
- 四、展望 / 144

第九章 评估方案个案调查 / 147

第一节 中央电视台节目综合评价模式综述 / 147

- 一、中央电视台节目综合评价的背景 / 147
- 二、中央电视台节目综合评价的模式 / 148
- 三、中央电视台节目综合评价的发展演变过程 / 149
- 四、中央电视台节目综合评价的作用分析 / 152

第二节 中央人民广播电台节目综合评估考核实施方案 / 154

- 一、评估对象 / 154
- 二、评估办法 / 154

三、评估指标 / 155	
四、评估组织 / 157	
五、考核办法 / 158	
第三节 中国国际广播电台考评方案实施细则 / 158	
一、考评程序 / 159	
二、评分细则 / 160	
三、考评纪律 / 163	
第四节 北京电视台节目综合评价体系 / 163	
一、频道综合评价体系 / 163	
二、栏目(节目)综合评价体系 / 165	
第五节 湖南广播电视台频道与节目评估公式 / 167	
一、电视 / 167	
二、广播 / 167	
三、相关说明 / 167	
第六节 江苏省广播电视总台节目综合评价体系 / 168	
一、目的 / 168	
二、总体原则 / 168	
三、评价指标 / 168	
四、适用范围 / 169	
五、实施办法 / 169	
六、评价结果应用 / 171	
第七节 成都广播电视台节目评估及研发框架方案 / 172	
一、评价原则和指标 / 172	
二、淘汰制的基本措施 / 173	
三、新节目研发与评估 / 173	
第八节 哈尔滨广播电视台节目评估及淘汰方案 / 174	
一、考评原则 / 174	



二、考评对象 / 174

三、考评方式 / 175

四、考评应用 / 176

第九节 深圳广电集团电视节目综合评价方案 / 176

一、构建节目综合评价体系的背景和目的 / 176

二、集团节目生产和管理存在的问题 / 177

三、新系统的特点及意义 / 177

四、2015 年拟纳入综合评价的节目范围 / 178

五、评价活动周期 / 179

六、评价指标及权重 / 179

七、综合评价指数计算方法 / 179

八、评价数据的采集和生成 / 180

九、评价报告内容 / 180

十、奖罚办法 / 181

第十节 宁波广电集团广播节目质量考评实施办法 / 182

一、考评机构和办法 / 182

二、节目质量共性要素 / 183

三、分类节目质量要素 / 184

四、新闻类节目评分细则 / 186

五、社教（资讯、服务）类节目评分细则 / 189

六、宁波广播文艺娱乐类节目评分细则 / 193

七、宁波广播月度节目质量考评奖惩标准 / 197

第十一节 邯郸广播电视台集中评议自办节目具体办法 / 198

一、具体评议的栏目 / 198

二、评委人员组成 / 199

三、具体评议办法和标准 / 199

四、奖惩措施 / 200

第十二节 浙江长兴传媒集团电视频道收视率考核办法 / 201

一、基本情况 / 201

二、考核指标 / 201

三、考核基数 / 202

四、考核办法 / 202

附 录 / 203

附录 1 广电总局《关于建立广播电视节目综合评价体系的指导意见（试行）》 / 203

附录 2 评估内容及评估标准基本要素界定 / 208

附录 3 央视创新性指标考核维度变动说明 / 211

附录 4 央视“栏目评价体系”解析 / 215

附录 5 品牌栏目评价与受众调查的相关性研究 / 232

附录 6 广播节目评估之加权收听率分析方法探讨 / 244

附录 7 实践中完善节目评价体系的思考 / 249

附录 8 香港地区电视节目规管制度简介 / 256