

Research on
newspaper quality
evaluation system

报纸质量 评价体系研究

肖云 著

新 华 出 版 社

本书系国家哲学社会科学基金项目成果，
批准号：11BXW007

Research on
newspaper quality
evaluation system

报纸质量 评价体系研究

肖云 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

报纸质量评价体系研究 / 肖云著 —北京: 新华出版社, 2018.8

ISBN 978-7-5166-4279-5

I. ①报… II. ①肖… ①报纸—新闻编辑—质量管理—研究
IV. ①G213

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第196209号

报纸质量评价体系研究

著 者: 肖 云

责任编辑: 蒋小云

封面设计: 李尘工作室

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京市石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

经 销: 新华书店

新华出版社天猫旗舰店、京东旗舰店及各大网店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 李尘工作室

印 刷: 北京市文林印务有限公司

成品尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 12

字 数: 216千字

版 次: 2019年1月第一版

印 次: 2019年1月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-4279-5

定 价: 42.00元

版权专有, 侵权必究。如有质量问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

自序

preface

本书是国家哲学社会科学基金项目“报纸质量评估体系研究”的最终成果，成果的诞生，很大程度上得益于本人曾经在中国第一家都市报——《华西都市报》担任过每日报纸质量评价的负责人。2004年初我离开华西都市报，其时一直想花点儿时间来整理一下自己的评报心得，只因忙于生计和贪玩儿的习性难改，迟迟没有动笔。后来，国家哲学社会科学基金以此为题进行招标，我侥幸中标，这就倒逼我不得不坐下来，系统地思考这个问题。

最初，满以为凭自己丰富的评报经验和理论思考，对这个课题驾轻就熟、可以一蹴而就。临案援笔，才觉得茫无头绪：经验是一回事，把经验演绎成为一个系统的理论则是另一回事。课题申报的时候，因为报纸可以视为一种精神服务，所以就直接运用了现成的服务质量评价理论来设计课题的研究思路，就是衡量顾客感知的服务绩效与期望的服务质量之间的差距。然而，我并没有发现其时早就已经有人运用这一理论对报纸服务质量进行过一次评价实践了，而且其结果只具有娱乐价值（参见本书第七章），证明运用现有服务质量评价方法去评价报纸这种精神产品的质量是根本行不通的。

怎么办？我又想，报纸既然是一种精神产品，对其质量的评价应该遵循精神产品的生产和接受规律吧？但检索相关文献，才发现有关精神产品质量评价的研究几乎是一片空白，想找到一星半点可以给予启发的思想和成果，完全是一种妄想。也许人类精神生产和消费都因人而异，试图对任意一类精神产品建立一个具有普适价值的质量评价系统，并不是一件容易的事。

去看看有关质量评价的历史或有所获？但结果同样令人失望。19世纪末至今质量评价经过了三个阶段，第一个阶段主要是检验成品的“合格率”。

随着概率统计技术的成熟和广泛运用，第二个阶段发展为统计控制阶段的“持续合格”。第三个阶段，科学技术的发展使产品提高到了百分之百的合格率；加之营销理论的成熟、服务业的勃兴，顾客满意度成为了评价标准。但是这些评价都只是针对物质产品或者服务而建立起来的，没有任何针对精神服务质量评价的文献。物质主义时代人类这种“见物不见神”的评价行为可以理解，但进入后物质主义时代这个问题依然鲜有人关注，则颇令人费解：要么是人类不经意的忽略，要么是知难而退。

于是我汗如雨下，仿佛掉进一个荒无人烟的深谷，几入绝望之境。

绝境之中，我又重新回到人类精神产品的生产和消费这个问题上来思考。我认为，精神产品的生产首先是根据人类以往累积的历史经验、文化和价值观念来预设的，最高的标准就是真、善、美，人们喜欢什么、不喜欢什么，什么是真的、什么是道德的、什么是美的，这些东西已经在人类历史长河中形成。具体到某一个群体，这些基本的人类价值观念依然是不变的、适用的，改变的只是表现这些属性的具体的产品，从报纸来说，这种具体的产品就是新闻（报纸当然还有其他精神产品，但离开了新闻，报纸就有名无实；而有了新闻，即使没有其他任何精神产品，对报纸成为报纸也没有丝毫影响）。而新闻还仅仅只是真善美下面的一个二级概念，究竟传播哪类新闻，对不同的报纸来说还有不同的定位，这就需要事先通过科学的市场调查研究、根据假设的读者群的要求来预设，然后，凭借这个预设来生产新闻。而评价报纸的质量，就是基于真善美的前提，评价报纸本身所提供的服务商品新闻的质量。如果按照一般服务质量评价理论那样衡量感知绩效和期望质量之间的差距，对于精神产品的评价来说很可能是准的无依。从受众理论的角度看，报纸读者对报纸新闻内容可以有三种解码方式，那就是“支配—霸权立场”“协商代码或协商立场”“对立码立场”（斯图亚特·霍尔），其实除了这三种以外，还有“反解码”（站在与传播者意图完全相反的角度来解读）、“异质同构解码”（与传播内容本来的意义完全不同、但心理体验一致），等等。此外，根据个体差异论、社会类型论、社会规范论、社会文化论，还有使用—满足论、媒介依赖论、媒介涵化论等诸多受众理论，受众

怎么接受媒介信息，怎么才叫得到了满足，是一个不易证实的问题。也就是说，报纸出版以后，读者怎么感知报纸的绩效，与期望一致的程度如何等根本就难以把握，因此，如果从已有的服务质量理论出发，从读者的角度去衡量报纸质量，恐怕不会获得什么满意的效果。

正因为如此，所以本书围绕真善美的逻辑原点，以报纸新闻文本的质量评价作为报纸质量评价出发点，演绎出了整个评价体系。

上面的这个思想过程书中并没有完全清晰的呈现，借着写序的机会给予陈述，好让读者诸君更明白本书的思路。

特此为序。

肖云

2018仲夏于草堂南侧浣花溪畔“者也居”

第一章 绪论

- 1.1 研究意义 / 1
- 1.2 研究现状分析 / 2
 - 1.2.1 报纸质量的研究现状 / 2
 - 1.2.2 报纸质量评估的研究现状 / 6
 - 1.2.3 报纸质量评估的实践现状 / 8
 - 1.2.4 报纸服务质量评估实证研究及其成果 / 11
- 1.3 研究对象的特征 / 12
- 1.4 研究的主要内容 / 13
- 1.5 研究的主要方法 / 15

第二章 评估与报纸质量评估的理论基础

- 2.1 评估发展的历史 / 16
- 2.2 评估的本质 / 18
- 2.3 评估的复杂性 / 20
- 2.4 报纸质量评估的层次结构及复杂性 / 23
- 2.5 报纸质量评估的功能 / 27
- 2.6 本章小结 / 29

第三章 报纸质量评估的内涵

- 3.1 质量与报纸质量的内涵 / 30
- 3.2 报纸的固有特性 / 33
 - 3.2.1 固有特性：基于发生学的讨论 / 33



目录

- 3.2.2 “一组”固有特性 / 38
- 3.3 报纸质量：满足要求的程度 / 40
 - 3.3.1 满足谁的要求 / 40
 - 3.3.2 满足什么要求 / 42
 - 3.3.3 如何衡量满足要求的程度 / 49
- 3.4 报纸质量评估：初步的内涵及问题的属性 / 54
- 3.5 本章小结 / 55

第四章 报纸质量的特殊性

- 4.1 媒介新闻报道的共性 / 57
 - 4.1.1 关于新闻 / 57
 - 4.1.2 关于事实 / 58
 - 4.1.3 新闻文本的特征 / 60
- 4.2 报纸新闻报道的特殊性 / 66
 - 4.2.1 利用印刷符号来报道新闻 / 66
 - 4.2.2 通过版面语言来报道新闻 / 67
 - 4.2.3 通过发行服务来报道新闻 / 69
 - 4.2.4 报纸新闻报道是一种服务 / 70
- 4.3 报纸质量及质量评估再定义 / 71
- 4.4 本章小结 / 71

第五章 报纸新闻文本质量评价指标体系

- 5.1 真实性评价指标 / 72
 - 5.1.1 要素真实 / 73
 - 5.1.2 联系真实 / 74
 - 5.1.3 组合真实 / 77
 - 5.1.4 真实性的评价方法 / 80

- 5.2 新鲜性评价指标 / 80
 - 5.2.1 内容的新异性 / 81
 - 5.2.2 报道的及时性 / 86
 - 5.2.3 新鲜性的评价方法 / 88
- 5.3 实用性评价指标 / 88
 - 5.3.1 意义建构价值 / 89
 - 5.3.2 行为指导价值 / 89
 - 5.3.3 实用性评价方法 / 90
- 5.4 正义性评价指标 / 90
 - 5.4.1 新闻的正效应 / 90
 - 5.4.2 新闻的外部性 / 91
 - 5.4.3 正义性评价方法 / 92
- 5.5 层次分析法与新闻文本质量评价 / 93
 - 5.5.1 层次分析法的基本原理 / 93
 - 5.5.2 新闻文本评价模型 / 94
 - 5.5.3 新闻文本评价指标体系 / 95
- 5.6 新闻文本评价因子权重的确定 / 96
 - 5.6.1 构造判断矩阵 / 96
 - 5.6.2 层次单排序及一致性检验 / 97
- 5.7 新闻文本评价因子权重 / 98
- 5.8 评价因子重要性序列 / 99
- 5.9 本章小结 / 100

第六章 版面语言质量评估指标体系

- 6.1 版面语言价值论 / 101
 - 6.1.1 作为语言子媒介之一的报纸语言媒介 / 101
 - 6.1.2 从书写的版面语言到报纸版面语言的演化 / 102
 - 6.1.3 计算机时代, 版面语言价值的凸显 / 104



- 6.2 版面语言本体论 / 105
 - 6.2.1 版面语言的词汇 / 105
 - 6.2.2 版面语言的语法 / 106
- 6.3 版面语言质量评价 / 108
 - 6.3.1 版面语言质量的实质：修辞的质量 / 108
 - 6.3.2 修辞评价的基本框架 / 110
 - 6.3.3 版面语言质量的修辞评价标准 / 111
- 6.4 版面语言质量修辞评价的指标分析 / 113
 - 6.4.1 合境 / 113
 - 6.4.2 合位 / 120
 - 6.4.3 合式 / 125
 - 6.4.4 合美 / 128
- 6.5 版面语言质量评价指标体系 / 131
 - 6.5.1 评价模型 / 131
 - 6.5.2 评价指标体系 / 131
- 6.6 评价因子权重及重要性序列 / 132
 - 6.6.1 评价因子权重确定 / 132
 - 6.6.2 评价因子的重要性序列 / 133
- 6.7 本章小结 / 135

第七章 报纸发行服务质量评估指标体系

- 7.1 发行服务在报纸质量体系中的地位 / 136
- 7.2 发行服务质量 SERVQUAL 评价体系 / 137
 - 7.2.1 服务质量评价研究现状 / 137
 - 7.2.2 SERVQUAL 方法介绍 / 138
 - 7.2.3 SERVQUAL 方法的适用性 / 139
- 7.3 报纸服务的特性 / 141
- 7.4 报纸发行服务的特点 / 143



- 7.5 服务评价维度的简化 / 144
- 7.6 报纸发行服务质量的指标构成 / 145
 - 7.6.1 有形性 / 146
 - 7.6.2 可靠性 / 147
 - 7.6.3 差异性 / 149
 - 7.6.4 保证性 / 151
- 7.7 发行服务质量四大评价指标的重要性序列 / 152
- 7.8 发行服务质量评价指标体系 / 153
 - 7.8.1 发行服务质量评价模型 / 153
 - 7.8.2 评价指标体系 / 153
- 7.9 评价因子权重确定 / 154
- 7.10 本章小结 / 155

第八章 报纸质量模糊综合评估方法

- 8.1 报纸质量总体评估体系构建 / 156
- 8.2 模糊评判方法和步骤 / 158
 - 8.2.1 确定评价集 / 158
 - 8.2.2 建立模糊关系矩阵 R / 158
 - 8.2.3 确定评价因子权重向量 / 159
 - 8.2.4 合成模糊综合评价结果向量 / 159
 - 8.2.5 分析模糊综合评价结果向量 / 160
- 8.3 层次分析法确定权重 / 160
 - 8.3.1 确定目标和评价因子 / 160
 - 8.3.2 构造判断矩阵 / 160
 - 8.3.3 计算判断矩阵 / 160
 - 8.3.4 一致性检验 / 161
- 8.4 报纸质量的模糊评价过程 / 161
 - 8.4.1 确定评价对象集 / 162

8.4.2 构造评价因子集 / 162

8.4.3 确定评语等级论域 / 162

8.4.4 一级指标权重计算 / 163

8.4.5 计算二级指标权重 / 163

8.4.6 报纸质量多级模糊综合评价 / 163

8.5 本章小结 / 164

结束语 / 165

参考文献 / 168

后记 / 177

第一章 绪论

1.1 研究意义

传媒产品是一种有着巨大精神能量的产品，这种产品对于政治、经济、军事、文化和社会都能够产生很大的影响。产品传播范围越大、接受人数越多、影响越大。即使对于那些没有直接接触传媒产品的人或者群体，他们也无法避免媒介外部性所产生的溢出效应的影响。因此，全面评价传媒产品质量，引导和监督传媒朝着有利于社会发展的方向从事传播活动，对于传媒健康发展和传媒管理来说，意义重大。

印度是世界耕地面积第二的大国，农业曾经以传统的小生产单位为主，生产效率低下；而且由于传统的耕作方式和习惯阻力很大，新生产技术和信息的推广与传播十分困难。1947年印度独立以后，曾经实行“农业绿色革命”发展战略，但收效甚微，于是印度政府决定发挥传媒的作用。他们把农业专家、农业管理人员的指导与大众传媒的作用结合起来，利用传媒的力量来推动农业发展。政府通过直接投资，实施“半导体革命”，进行大众媒介的普及。到1973年12月，印度使用各种收音机的农民达到1.5亿。媒介的传播逐渐改变了印度农民的耕作习惯，大大促进了农村的现代化水平。^[1]在军事方面，英国国际事务和媒介研究专家苏珊·L·卡拉瑟斯指出：“第一次世界大战中，外国传媒的宣传对打败德国起了很大作用，从而产生了很有影响的‘背后一刀’传奇。”^[2]对于20世纪60—70年代，美国对越战争失败原因的总结，卡拉瑟斯引用了一个为多数人所接受的说法：“不管怎样，是电视让

美国公众反对战争……是电视让美国在战争中失败。”^[3]在政治方面,1972年,美国《华盛顿邮报》《纽约时报》《洛杉矶时报》《时代》等报刊对“水门事件”持续追踪报道,迫使美国总统尼克松于1974年8月8日辞职。在社会发展方面,阿根廷政府一直关注媒介在人从传统到现代的转型过程中所起的作用,他们把媒介视为社会变革的重要推力。阿根廷的媒介普及率相当高,很多阿根廷居民借由使用媒介培养起了适应现代社会竞争的性格,为国家发展提供了稳定的基础。2003年阿根廷实行经济复兴政策,很快得到人民的一致理解和大力支持。这就是媒介在社会发展中的强大力量。^[4]

正因为如此,所以如何提高传媒产品的质量、更好地为社会发展服务,就成为传媒经营和传媒管理追求的重要目标。而要提高传媒产品的质量,建立科学合理的传媒产品质量评估体系就成了传媒研究中的重要课题。但是,由于在生产力不够发达的年代,精神产品生产和消费的比例都非常小,所以往哲先贤主要研究物质产品的质量评价问题,没有留下有关精神产品质量评价的系统理论。从大卫·李嘉图的经济理论、马克思的劳动价值学说 to 边际学派的效用学说,都没有对精神产品的质量评价、或者价值评估等问题,给出比较系统的见解。

尽管如此,近若干年来,人们还是不断地开展传媒产品质量评估的各种研究和实践,孜孜不倦地探索传媒产品质量评估的途径和科学方法,试图建立一个普适的、科学的评估体系。报纸,作为传媒家族中的古老成员,其质量及质量评价自然成为人们关心的一个重点。

1.2 研究现状分析

1.2.1 报纸质量的研究现状

新中国成立以来,人们对如何提高报纸质量,搞好报纸质量管理,开展了很多研究。通过“中国知网”,以“报纸质量”为主题进行检索,截至2017年6月20日查出相关论文共有1754篇;以“报纸质量”为篇名进行检索,

同一时间段一共有124篇。一些媒介研究的专著也往往涉及报纸质量及其评估问题。但总的来看,这些文献对“质量”概念的使用大多是不够严谨的,通常都是从“质量”的日常语义出发来讨论报纸质量,从而使相关讨论的经验性有余、而科学性不足,对报纸质量评估体系的建立没有多少实质性的参考价值。

以1995年新闻出版署《报纸质量管理标准》(试行)的颁布作为分界线,1995年以前谈报纸质量的论文共有23篇,其中80年代以前的二十多年仅仅只有4篇。1958年1篇《插红旗 提高报纸质量的关键》,1960年1篇《把宣传毛泽东思想作为提高报纸质量的总纲》,这两篇讨论的重点都是报纸如何讲政治、或者说提高报纸质量的指导思想。1959年1篇《提高报纸宣传的质量》,1962年1篇,篇名是《问题在于提高质量——对报纸上理论宣传的感想》,这两篇讨论的都是报纸宣传的质量。虽然这4篇论文标题上都有“报纸”“质量”的概念,内容上显然并没有真正论及“报纸质量”问题的本体。

改革开放初期,这个状况并没有得到改观,整个80年代只有3篇讨论报纸质量问题。这3篇,或谈提高广告质量(1980年,《不断提高广告质量》),或谈新年工作设想(1987年,《“两头”上水平 报纸上质量》),或谈内容增减与舆论引导的关系(1989年,《提高报纸质量 加强舆论引导》)。依然没有一篇直接就报纸质量来讨论报纸质量。

报纸的本质是报道新闻。然而,80年代以前,媒介基本上是“阶级斗争的工具”,由于生怕触犯了政治禁忌,所以,鲜有对报纸质量进行直接研究的。改革开放以后、80年代前期,媒介依然唱的是“工具论”的主调。80年代中后期,媒介普遍兴起搞服务报道,但服务类报道大多不是什么新闻,主要是一些致富信息、技术信息、产品信息,或者生活服务方面的知识。除了服务类报道以外,就是报纸“周末版”大行其道。周末版的核心是娱乐读者,基本上也没有什么新闻,主要刊登一些可读性很强、A市B君之类往往查无实据的新闻故事,或者对历史进行新解,或者公开一些秘闻,等等,报纸完全杂志化了。可以说,整个80年代,中国的报纸都始终没有回到以新闻为

本的正轨上来,在这种情况下讨论报纸质量自然也就无从谈起。

进入90年代《报纸质量管理标准》颁行以前,谈报纸质量的文章相对多了起来,特别是1992年邓小平南行讲话以后更多。其中1994年达到7篇。1995年新闻出版总署颁行了《报纸质量管理标准》,当年有关报纸质量管理的论文达到11篇。但这并不是说报纸新闻也多了起来、报纸成为了报道新闻的媒介。标志性的事件就是,1991年第一届中国新闻奖居然评不出一篇可以获得一等奖的消息,而且这种情况一直持续到1995年前,有些年份甚至连消息二等奖也评不出来。期间,有关报纸质量的论文,1992年有2篇谈报纸编校质量。1993年也有2篇,1篇谈编校,一篇谈印刷。1994年猛然增加到7篇,除了编校1篇、印刷3篇以外,谈报纸增刊、言论、周末版的各一篇。从内容显然可以看出,这些论文所讨论的依然不是报纸质量的本体,而只是与报纸质量有关的某一个侧面,研究报纸如何提高新闻质量的论文一篇都没有。

为什么1994年开始谈论报纸质量的论文数量大大增加了呢?那是因为90年代以来,我国报纸的数量和品种都逐渐增多、报业市场化进程加快。90年代初一大批新型晚报出现,90年代中叶又诞生了一大批都市报,还有很多名称上没有晚报、都市报字样,但实质上都是走晚报、都市报办报路线的报纸,如商报。所谓晚报都市报办报路线就是报纸要以新闻报道为主。在激烈的市场竞争面前,市场化、大众化的报纸只有以“新闻”为本位,靠质量求发展,才能在竞争中立于不败之地。在这种情势下,讨论报纸质量的论文就自然多了起来。整个90年代谈论报纸质量的论文,一共有56篇;而从2000年到2010年总数则达到了164篇,十年增加了两倍。

从内容看,几十年来这些讨论报纸质量的论文主要是就报纸的内容和形式,诸如舆论引导、宣传艺术、报道技巧,或者栏目运作、改扩版等与报纸质量有关的某一个方面,或者是就报纸质量管理行为,诸如评报、审读、印刷、编校、建立激励机制等某一个方面来讨论报纸质量,琐碎有余、系统性不足。从论文标题看,大多是偏正结构的句子,如1991年4篇的标题分别是:《以主要精力抓报纸质量》《强化好稿意识 提高报纸质量》《从抓评报入手提高报纸质量》《加强舆论导向 提高报纸质量》,报纸质量只是这些论文的

一个落脚点，内容的重点在标题的前面部分。

再看一下2000年的情况，这一年在迄今（2016年）为止的时间段里，相关论文的发表都是较多的年份，这些论文的题目如下（还有几篇是谈编校和印刷的没有列入）：

报纸周刊提高质量的途径

提高报纸质量 投身市场竞争

报纸质量竞争制胜的法宝

如何提高地市报质量

报纸质量是产业报经营的基石

提高报纸质量是新闻改革的硬标准

提高报纸质量 加强报业管理

调整办报思路 提高报纸质量

实施精品工程 提高报纸质量

月评报纸坚持不懈 办报质量稳步提高

建立评报制度 提高报纸质量

浙江日报以三个促进提高报纸质量

这些论文有的谈提高报纸质量的意义和重要性，有的谈提高报纸质量的方法和手段，有的谈提高报纸某一个方面的质量；而且都没有首先明确“报纸质量”究竟是一个什么东西、它包括哪些方面、衡量报纸质量的标准是什么等。

从学术水平来看，以工作层面、业务层面的体会和经验为主，学理层面的研究几乎寥若晨星。从新中国成立以来，到2011年为止的60余年里，只有6篇论文直接正面讨论报纸质量，依次是郑焕祯《对报纸质量问题的思考》（1996）、叶青《全面质量管理在报纸质量管理中的运用》（2006）、巢建新《如何构建报纸质量保障体系》（2006）、朱伟峰《全面加强质量管理 树立科学的报纸出版质量观》（2006）、姚子珩《关于建立报纸质量评估体系的思考》（2007）、朱伟峰《关于提升报纸质量的对策研究》（2007）等。但从严格的“质量”概念出发来探讨报纸质量问题的论文依然没有；把有关