

网络信息传播绩效评估的基本要素分析

牛培源

(上海立信会计学院 数学与信息学院, 上海 201620)

摘要:基于对网络信息传播绩效评估的关注,文章系统分析了网络信息传播绩效评估活动中所涉及到的基本要素,主要包括评估目标、评估原则、评估模式、评估主体、评估对象和评估指标等,并探讨了各基本要素在评估活动中的地位及相互关系。

关键词:网络传播;绩效评估;评估要素

中图分类号:F224.33

文献标志码:A

文章编号:1008-5831(2010)03-0086-05

网络信息传播绩效评估的基本要素,是指网络信息传播绩效评价活动中所涉及的一系列具体或抽象的因素,它们构成了一个完备的网络信息传播绩效评估体系。对之展开深入分析,对于我们能动地认识网络信息传播绩效评价活动,具有重要的认识论意义。目前,国内对于网络信息传播绩效评估要素进行系统分析的文献,尚不多见。根据科学评估活动的一般规律,结合网络信息传播活动的特性,笔者将网络信息传播绩效评估要素归纳为目标、原则、模式、主体、对象、指标等6大方面。

一、评估目标

评估目标的确定是评估活动开展的逻辑起点。实质上“评估”是一个信息管理的过程,是为特定管理目标的决策提供关于客观对象之状态、属性、趋势等信息的过程。显然评估的目的、需求由评估结果需求方、评估活动执行方和评估活动的主体来决定。如同在系统开发中,“用户需求分析”是其最重要、耗时最长的一个步骤,是决定系统成败的关键因素一样,网络信息传播绩效评估活动中,切实认识和把握评估主体的需求,真正明确评估活动的目的,是保证评估活动有序、有效推进,顺利实现评估目的的重要环节。

理论上讲,网络信息传播绩效评估目标应当服从和服务于网络信息传播工作的整体目标。而网络信息传播工作的整体目标取决于网络信息传播的职能,因此,在明确网络信息传播绩效评估目标之前,有必要对网络信息传播的核心职能进行归纳总结。

(一)网络信息传播可以推动社会进步与发展

网络信息传播作为现代传播体系的重要组成部分,在全球范围内得到了迅猛的发展。随着网络的发展和对社会生活各个层面的渗透,网络信息传播对社会

收稿日期:2010-03-06

基金项目:国家自然科学基金项目“网上学术信息的分布与变化规律研究及其应用”(70673071)

作者简介:牛培源(1973-),河南平顶山人,上海立信会计学院 数学与信息学院讲师,博士,主要从事信

进步与发展的作用越来越被认可。在刚刚过去的2009年,中国的网络信息传播进入了一个新的阶段,最主要的标志是Web1.0和Web2.0已全面、有机地融合在一起,无论是高层领导与网民的对话,还是在一系列重大事件和主题宣传中,网络信息传播都充分显示了在推动社会进步与发展中不可替代的巨大能量。

(二)网络信息传播能够促进先进文化的传播,加速知识共享过程

信息化的过程是各种社会信息和知识在社会里不断传播的过程,信息化的深层次诉求是知识与信息的社会共享,以及相应的人类学习能力的提高。未来社会活动将围绕着信息的生产与传播展开。发达的信息网络是提升国民素质、建设和谐社会的重要载体和手段。网络信息传播为先进文化的传播提供了良好的平台,加速了知识扩散,推动了知识创新。

(三)网络信息传播利于消减社会矛盾,推动和谐社会建设

改革开放30年以来,中国社会经济取得了高速的发展,但同时也积累了多种矛盾,中央坦承现在是“矛盾凸显期”^①。社会矛盾的表现形式之一就是社会关系紧张。而公众及时有效的意见宣泄,有利于社会情绪保持理性水平,使社会力量得以维持平衡和稳定。网络信息传播环境为社会公众提供了一个适当的宣泄空间。同时,因为网络信息传播速度快、范围广、成本低、交互性强、进入门槛低等特点,使得网络舆论监督成为推动社会公平正义、消减社会矛盾的重要力量,有力地推动了和谐社会建设。

网络信息传播上述职能实现的程度取决于网络信息传播的绩效,因此网络信息传播绩效评估应当服从和服务于网络信息传播职能最大程度的发挥,就是要正确识别网络信息传播绩效的影响因素,深入分析各影响因素之间的作用关系,在此基础上构建出科学的评估指标体系,探索适用的评估模型与评估方法,为推进网络信息传播绩效的提升,更充分地发挥其在构建和谐和谐社会中的作用做出贡献。

二、评估原则

为了保证网络信息传播绩效评估工作的顺利进行,根据科学评估活动的一般规律与一般要求,需遵循以下几个原则。

(一)科学性原则

科学性原则有两层含义,第一是指标体系的科

学性。它包括四个方面的含义:其一,注重网络信息传播的特点。网络信息传播不同于人类历史上的任何一种信息传播方式,这一信息传播方式有众多独特之处,因此,选取指标时必须注重网络信息传播活动自身的特点。其二,注重指标的明确性。每个指标的选取都要有明确的含义和目标导向,能直接或间接地反映出网络信息传播绩效的客观情况。其三,注重指标的全面性。建立指标体系时,应筛选出具有较好代表性、概括性和可靠性的指标,抓住影响网络信息传播绩效最关键、最核心的因素,力求全面反映网络信息传播绩效的客观情况。其四,注重指标的实用性。指标要易于理解,操作方便,数据可获取性强。

科学性原则的第二层含义是指评估方法的科学性。包括评估模型的建立、评估指标的选取、指标权重的设计等等都需要进行科学的分析与论证,保证评估结果的客观有效。

(二)客观性原则

评估是事物价值在人的意识之中的反映,因此具有主观性。对事物价值的评估会因人、因时、因环境不同而有不同,所以评估中的差异性是无法排除的,只能尽量缩小。在评估时,要尽量减弱或消除主观因素的影响,使获得的评估信息具有可靠性。评估结果既是网络信息传播绩效的客观描述,又是引导网络信息传播绩效提升的指挥棒。客观公正的评估可以促进网络信息传播绩效的提升,帮助纠正网络信息传播中存在的问题。不客观的评估不仅本身失去评估的价值,而且还可能给网络信息传播的发展带来误导。因此,客观性也是评估活动的重要原则。

(三)动态性原则

网络信息传播绩效是一个多因素复杂作用的结果,也是一个动态积累的过程,其对于经济社会发展所起的作用存在着一定的滞后性。另外,网络信息传播从根本上依赖于现代信息技术,而现代信息技术发展之迅疾令世人瞠目。如果说牛顿力学三定律改变了世界,那么信息时代的三大定律:摩尔定律(Moore's Law)、吉尔德定律(Gilder's Law)和麦特卡尔夫定律(Metcalf's Law)则描述了“改变世界有多快”,“没人知道网络未来会发展成什么样子”^②。现在,几乎每天都在涌现着新的信息技术,这一方面推动了网络信息传播的迅猛发展,另一方面也迫使人们对网络信息传播给予更多更深的思考,使人们

^①南方.中央坦承现在是“矛盾凸显期”[N].南方都市报,2009-1-7:C16版

^②<http://ww.lckp.com/newkpc/kjgj/2005/2005052616135252183.html>[2009-11-10]
欢迎访问重庆大学期刊社 <http://qks.cqu.edu.cn>

不断改变和加深着对网络信息传播的认识。因此,在对网络信息传播绩效进行评估时,应当充分考虑信息技术的进步与发展情况。

三、评估模式

评估模式是指评估工作的着眼点和出发点,不同的着眼点和出发点导致不同的评估活动。根据不同的角度,网络信息传播绩效评估可分为以下几种模式。

(一) 鉴定性评估和水平性评估

鉴定性评估又称合格性评估、验收性评估,是指用来判断评估客体某一方面内容是否达到所规定的预期标准的一种评估活动。水平性评估则是指用来判断评估客体某一方面的水平高低而进行的一种评估活动。

显然,鉴定性评估和水平性评估是目的不同、功能各异的评估活动,鉴定性评估的基本功能是鉴定,即判断评估客体是否达到标准和预期的目标;而水平性评估的基本功能是区分、定位,即对评估客体的水平做出判断。它们在评估内容、指标体系、评估方法、评估结果运用等方面均存在一定的差别。

(二) 内评估与外评估

内评估与外评估是以评估主体的不同而区分的。内评估是指以加强内部管理、内部控制、内部考核为宗旨的评估,一般由网络信息传播主体组织进行。如门户网站进行的频道流量分析、经济效益考核等等,类似于企业的内部审计、政府部门的内部考评等等;另一类是以外部监督、外部评价为宗旨的外评估,一般由网络信息传播主体之外的机构和组织实施评估。

对于网络信息传播绩效评估而言,同样可以按评估主体将评估分为内评估和外评估两种模式,二者各有优势,互为补充。内评估,也就是网络信息传播者自身的评估。这种评估通常以网络信息传播具体项目为评估对象,由网络信息传播者自身设计并组织进行。如科学网的科学博客排行榜^③,它主要立足于网络信息传播实践的改进和经验的共享。外评估,就是跳出网络信息传播者自身,由第三方机构开展的评估,即从网络信息传播者之外的视角来审视网络信息传播活动。第三方可以是研究机构、咨询公司以及相关组织等。从可获得的资料看,外评估

多是对某个地区网络信息传播状况进行分析与统计调查,或者是对某种网络信息传播形式的传播绩效进行考察^{④⑤⑥}。

(三) 元评估

所谓“元评估”就是对“评估”本身的评估,包括对某一评估过程、评估活动执行主体、评估效果等的再评价。如评估指标、评估方法、评估程序是否科学,评估结果是否客观,是否达到预期目标等等。“元评估”对于保证评估的科学性、公正性等有极强的指导与约束作用。但在目前中国的网络信息传播绩效评估体系中,元评估尚为一片空白。

四、评估主体

评估主体是指开展评估活动的组织和人员,对于网络信息传播绩效评估来讲,评估主体不外乎政府监管部门、网络信息传播者、第三方机构及社会公众。每一类评估主体都有自身特定的评估角度,都有不可替代的比较优势。但是具有特定身份的评估主体亦有各自难以克服的局限。比如,政府监管部门既是网络信息政策法规的制订与组织实施者,宏观上又是网络信息传播的参与者和推动者,对网络信息传播绩效有独到的理解和要求,比如政令的畅通、政府信息公开等等,而且还拥有绝对强势的行政力量来推动网络信息传播活动的发展与传播绩效的提升。不足之处是政府监管部门潜在地隐藏着主观随意和走过场的可能,不排除为了某种利益而出现不公正的行为。比如,对某次会议的网络信息专题领导很满意,但网民却觉得深度和信息量不够等。

网络信息传播者自身作为评估主体的优势在于他们具有实践经验,熟悉网络信息传播活动的每一个环节,易于获得评估所需的各项数据。缺点在于有时会过于偏重经济效益,特别是商业信息传播者,此种现象更为突出。

由第三方机构对网络信息传播绩效进行评估,在国际上是比较通行的做法。国内第三方评估发展比较快,它们一般拥有专业的团队,具有明显的智力优势,有很强的专业性、独立性。如 iResearch 咨询集团、DCCI 互联网数据中心等^{⑦⑧}。它们参与到网络信息传播绩效评估时,相对较为全面和客观。但是,纯粹的第三方机构评估缺乏一定的权力支撑,导致其在网络信息传播绩效评估运行中缺少必要的力

^③<http://www.sciencenet.cn/blog/blogtop.aspx>[2009-11-12]

^④谭英,凌莲莲等. 上网农户接受网络信息传播的效果分析[J]. 情报杂志,2007(11):139-144

^⑤侯智. 博客对网络传播效果影响浅析[J]. 新闻知识,2008(4):80

^⑥张雷. 浙江省网络传播状况研究[J]. 浙江工业大学学报,2003(6):50-56

^⑦<http://www.iresearch.com.cn/html/Default.html>[2009-10-22]

^⑧<http://www.dcci.com.cn/list/Synopsis.shtml>[2009-10-22]

量。而且,话语权也不够理想。

社会公众作为评估主体的优势在于社会公众本身是网络信息传播的目的地,他们可以根据自身的需求、愿望及价值观来对网络信息传播绩效进行评估,可以充分地考察网络信息传播对公众需求的满足程度和公众对网络信息传播的满意度。不足之处则是社会公众缺乏评估技能和自身的局限性。

综上所述,网络信息传播绩效评估主体的选择是多元的。各有各的优势与不足。总的看来,网络信息传播绩效评估主体应当趋于相互合作与渗透,而不是割裂。对于不同层次的网络信息传播绩效评估来说,评估主体在评估中的地位是不同的,有主导者和参与者之分。比如政府可以主导或者参与任何形式的网络信息传播绩效评估,或者通过制定政策法规对网络信息传播绩效评估活动进行规范。第三方机构可以成为各种形式评估的参与者,但也可以成为主导者。社会公众一般主要扮演评估参与者的角色。目前为止,任何一类网络信息传播绩效评估活动都没有脱离过社会公众。对于具体的网络信息传播绩效评估活动而言,理想的状态应当是在保持有效领导和协调的同时,充分发挥不同评估主体的作用。对于第三方机构的作用应当大力加强,同时还应当对政府与第三方机构在评估工作中的合作模式展开深入探索。

五、评估对象

评估对象即评估客体,单纯从“网络信息传播绩效评估”这个概念来看,评估的对象就是“绩效”。概括来说,网络信息传播绩效就是在明确信息传播目标的前提下,根据成本、产出与效益等方面的分析和判断,对网络信息传播环境、网络信息传播者以及一定范围内的网络信息传播系统的效率与效能做出分析、描述和评价。信息传播目标是指网络信息传

播环境通过管理希望达到的预期结果;成本指的是网络信息传播活动中所耗费的人力、物力、财力、空间、时间、权威、信誉等种种有形或无形的资源;产出是指网络信息传播活动所形成的结果,包括有形的报道、专题等,也包括无形的文化观、价值观、道德观、意识形态等;效益指的是所产生的社会影响和给受众带来的变化。

纵向来看,网络信息传播绩效评估包括微观的具体网络信息、中观的传播组织和宏观的相关管理机构三个层次的评估;横向来看,它是由明确目标、构造指标体系、建立评估模型、获取数据、进行计算与分析评估结果等诸多环节所组成的综合过程。

六、评估指标

指标的原意是“计划中规定达到的目标”^⑨。在评估工作中,指标是指将具有原则性、概括性和抽象性特征的评价目标,逐级分解,使之最终成为具体的、行为化和可测的诸分目标。其实还可以把指标理解成为具体化了的的目标,也就是经分解后可测的分目标。

评估指标一般由评估要素、评估标志和评估标度三个部分组成。评估要素表示的是评估对象的基本单位,最常见的是按照等级依次设定为一级指标、二级指标、三级指标等。上一级指标对下一级指标有涵盖性,下一级指标对上一级指标有隶属性,同级指标有清晰的区别性。另外,最末级指标一般具有不可分解性。评估标志是用于区分各个级别特征的规定,是揭示评估要素的关键性可辨特征。评估标度是评估要素或要素标志的程度差异与状态的顺序和刻度。可分为量词式标度、等级式标度、数量式标度、定义式标度等等。表1以“网络信息传播受众的信息道德”指标为例,对指标构成的三个部分做了具体说明。

表1 等级式标度对“网络信息传播受众的信息道德”指标的划分

评估要素	评估标志	评估标度
网络信息传播受众的信息道德	信息道德优良,主动清除不良信息	9
	信息道德良好,抵制不良信息	7
	信息道德一般,不传播不良信息	5
	信息道德较差,传播不良信息	3
	信息道德极差,制造传播不良信息	1

倘若从不同的角度出发,可以将评估指标划分为定性指标与定量指标、投入指标与效果指标等等。如网络信息传播的管理机制为定性指标,网络信息消费量是定量指标;带宽为投入指标,日均访问量则为效果指标。

七、各要素之间的关系

以上六大方面为网络信息传播绩效评估的基本要素,其中评估目标是整个评估活动开展的逻辑起点,评估原则是评估活动科学性的重要保证,评估模式是评估活动的着眼点,评估指标则是评估活动科

⑨中国社会科学院语言研究所词典编辑室.现代汉语词典.北京:商务印书馆,1753.
欢迎访问重庆大学期刊社 <http://qks.cqu.edu.cn>

学性的表征与体现。相对于以上要素,评估主体与评价对象则是评估活动过程中的实体要素,二者具有一定的能动性。

参考文献:

- [1] CABBELL J P, OPPLER S H. Theory of Performance. In: Schmit N, Borman W C (Eds). Personnel Selection in Organizations. San Francisco: Josey - Bass; 1993; 35 - 70.
- [2] 肖新发. 评价要素论[J]. 武汉大学学报人文科学版, 2004(5): 54 - 59.
- [3] KLAPPER J. The Effects of Mass Communication[M]. New York: Free Press, 1960; 8 - 9.
- [4] 岳泉, 施云, 等. 网络信息传播透析[J]. 情报理论与实践, 2000(5): 378 - 380.
- [5] 赵文金. 网络环境下信息的传播特征研究[J]. 科学论坛, 2007(6): 38 - 39.
- [6] 邱均平, 陈远, 倪超群. 论网络信息传播的价值[J]. 山东社会科学, 2009(1): 58 - 61.
- [7] 孙丽云. 网络信息传播: 一种自组织复杂系统的分析研究[J]. 现代情报, 2007(5): 81 - 84.
- [8] [美]曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 北京: 科学文献出版社, 2006.
- [9] 戴维民. 网络信息优化传播导论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [10] 向良云. 区域应急网络的构建: 战略分析与行动选择[J]. 探索, 2009(4): 58 - 63.

Essential Elements for Performance Evaluation of Internet Information Communication

NIU Pei-yuan

(School of Mathematics and Information, Shanghai Lixin University of Commerce, Shanghai 201620, P. R. China)

Abstract: Solid or abstract essential elements in the performance evaluation of internet information communication are systematically proposed and analyzed. Those elements include the goal, principles, patterns and indexes of the evaluation items. Whats more, status of each element in the evaluation activity, and their relationship between each other are also discussed in this paper.

Key words: internet communication; performance evaluation; elements for evaluation

(责任编辑 彭建国)