



新媒体社会责任蓝皮书

BLUE BOOK OF NEW MEDIA SOCIAL RESPONSIBILITY

No.5

中国新媒体社会责任 研究报告

(2018)

主编/钟瑛

副主编/余红 芦伺秋 李亚玲 孙亮

REPORT ON THE CHINA'S NEW MEDIA SOCIAL
RESPONSIBILITY (2018)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)





新媒体社会责任蓝皮书

BLUE BOOK OF
NEW MEDIA SOCIAL RESPONSIBILITY

中国新媒体社会责任研究报告 (2018)

REPORT ON THE CHINA'S NEW MEDIA SOCIAL RESPONSIBILITY
(2018)

主 编 / 钟 瑛

副主编 / 余 红 芦恒秋 李亚玲 孙 亮



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国新媒体社会责任研究报告. 2018 / 钟瑛主编

—北京: 社会科学文献出版社, 2018. 12

(新媒体社会责任蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3935 - 9

I. ①中… II. ①钟… III. ①媒体(新闻) - 社会责任

- 研究报告 - 中国 - 2018 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 265040 号

新媒体社会责任蓝皮书

中国新媒体社会责任研究报告(2018)

主 编 / 钟 瑛

副 主 编 / 余 红 芦何秋 李亚玲 孙 亮

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 陈 颖

责任编辑 / 薛铭洁 周爱民

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社(010) 59367127

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市龙林印务有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 27.5 字 数: 460 千字

版 次 / 2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3935 - 9

定 价 / 128.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2014 - 423 - 1/1

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010 - 59367028)联系

▲ 版权所有 翻印必究



权威·前沿·原创

皮书系列为

“十二五”“十三五”国家重点图书出版规划项目

新媒体社会责任蓝皮书

主办机构

华中科技大学新闻与信息传播学院

中国网络传播学会 (CNMCA)

顾问委员 (按拼音顺序)

巢乃鹏 (南京大学)

董天策 (重庆大学)

杜骏飞 (南京大学)

金兼斌 (清华大学)

李双龙 (复旦大学)

刘丽群 (武汉大学)

彭 兰 (清华大学)

韦 路 (浙江大学)

谢耘耕 (上海交通大学)

熊澄宇 (清华大学)

杨伯淑 (北京大学)

编辑委员会

主 编

钟 瑛 (华中科技大学)

副主编

余 红 (华中科技大学)

芦何秋 (华中科技大学)

李亚玲 (中南民族大学)

孙 亮 (北京恺华科技有限公司)

编辑委员（按拼音顺序）

包国强（武汉轻工大学）

邓秀军（华中科技大学）

李卫东（华中科技大学）

牛 静（华中科技大学）

徐明华（华中科技大学）

张淑华（郑州大学）

贺建平（西南政法大学）

罗 昕（暨南大学）

吴世文（武汉大学）

喻发胜（华中师范大学）

张 屹（闽南师范大学）

本期执行主编

钟 瑛（华中科技大学）

责任编辑

刘利芳（华中科技大学）

主要编撰者简介

钟 瑛 华中科技大学新闻与信息传播学院教授，华中科技大学新媒体实验室主任。华中师范大学汉语言学院本科、硕士，华中师范大学历史文化学院博士，复旦大学新闻学院博士后。1997 年英国北伦敦大学信息传播学院访问学者，2008 年美国密苏里大学新闻学院访问学者。涉猎的专业有中文、历史、信息管理、新闻传播，现在主要从事网络传播、媒体政策、传播史等领域的教学与研究工作。在权威及核心学术期刊上发表论文百余篇。独著、合著出版学术著作十余部。主持和主要负责不同类型的科研课题十余项，2007 年主持国家社会科学基金重大项目“互联网管理与中国特色网络文化建设研究”，结题成果《网络传播管理研究》入选 2013 年度国家哲学社会科学成果文库。

余 红 博士，教授，博士生导师。华中科技大学新闻与信息传播学院传播系主任，兼任全国传播学暨网络传播与新媒体专业本科教育联席会议理事、副秘书长，2012 年入选湖北青年学者名录。研究领域为政治传播和网络传播，在《社会学研究》、《新闻与传播研究》、SSCI 等权威学术期刊发表论文三十多篇，主持国家和省部级课题多项。

芦何秋 湖北武汉人，新闻学博士，华中科技大学新闻与信息传播学院博士后，湖北大学新闻传播学院副教授。主要研究领域为新媒体与社会、新媒体意见领袖。先后在《新闻与传播研究》《国际新闻界》《当代传播》《新闻与传播评论》等刊物上发表论文 14 篇。主持教育部人文社会科学研究青年基金项目、湖北省社科基金、中国博士后科学基金面上资助、中国博士后基金特别资助项目各 1 项。

李亚玲 传播学博士，副教授，硕士生导师。任教于中南民族大学文学与

新闻传播学院，曾赴中国台湾世新大学、美国威斯康星州立大学普拉特维尔分校短期访问。研究领域为新媒体研究和民族文化传播，在《国际新闻界》《当代传播》等期刊上发表学术文章多篇，主持国家社会科学基金项目及参与国家社会科学基金重大项目、国家民委科研项目和湖北省社会科学基金项目多项。

孙 亮 北京恺华科技有限公司 CEO，从事智能化传播在新媒体领域的理论研究和实践转化。曾负责百度 TV 视频广告平台、天脉 TV + 融媒体互动平台、华彩指数新媒体监测平台的运营管理，目前致力于人工智能在法治传播领域的理论研究和产品服务。

摘 要

本报告是华中科技大学“新媒体社会责任”课题组 2018 年度分析报告，由华中科技大学新闻与信息传播学院同中国网络传播学会组织编撰。

本报告以“新媒体社会责任”为主题，对 2018 年新媒体发展中的前沿问题、典型现象进行了分析，通过新媒体社会责任指标体系对国内主要的新媒体平台进行了全面考察。本次报告的整体研究重点是视听新媒体，视听新媒体的快速发展是互联网近年来出现的重要趋势，本报告中共有 8 篇论文（占比 38%）涉及该热点领域，能够比较完整地呈现视听新媒体发展现状及其社会责任问题。

总报告首先对过去 4 年整个新媒体行业社会责任履行状况进行了动态比较分析；其次，基于近年来业界和学界发生的新趋势、新现象和新问题，对新媒体社会责任指标体系进行了调适与重建；最后，对 2018 年新媒体社会责任情况进行了整体考察。

评价篇运用新媒体社会责任评价指标体系对 8 类典型新媒体平台网站进行了社会责任评价，评价对象包括国家级新闻网站、省级主流新闻门户网站、商业门户网站、媒体微博、传媒类微信公号、综合类视频网站、移动视频直播平台 and 移动短视频应用，评价结果呈现了 2018 年国内典型新媒体平台社会责任履行情况，并针对评价过程中暴露的问题提出了解决方案。

专题篇对 2018 年新媒体行业中的典型现象、热点议题与重点人群进行了分析，研究重点包括：典型现象方面，如视听新媒体的传播生态、发展现状、存在问题与解决方案。视听新媒体近年来的快速发展吸引了研究者的关注，相关讨论主要从三个维度展开：在宏观上归纳视听新媒体的发展现状；在中观上研究某一传播场域中的视听问题与现象；在微观上对某具体媒体平台社会责任情况进行文本分析。热点议题方面，习近平同志在党的十九大报告中指出，“讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力”。如



何讲好中国故事，怎样提升国际传播力，是专题篇中关注的热点议题。重点人群方面，本报告共选择了四类新媒体中的典型社群进行分析，主要为：移动社交媒体中的网红群体、微博平台中的知识型意见领袖群体、网络文学爱好者社群和广义的新媒体受众群体。

案例篇运用内容分析、话语分析、框架分析等方法，对江歌案、红黄蓝幼儿园虐童事件、公益广告媒体策略、电梯劝烟猝死案等案例进行分析，探讨了争议性事件中的情感卷入、控烟运动的媒体策略、广告情绪唤醒的传播效果等问题。

目 录



I 总报告

- B.1** 智能互联中的新媒体社会责任：现状回顾与框架调适（2015 ~ 2018）
..... 钟 瑛 芦何秋 刘利芳 / 001

II 评价篇

- B.2** 国家级新闻网站的社会责任及其评价..... 张思怡 / 022
- B.3** 省级主流新闻门户网站的社会责任的实证研究
..... 张军辉 刘 洋 沈 宇 王 瑞 / 038
- B.4** 媒体微博社会责任及其评价..... 陈 然 周羽珊 陈天明 / 058
- B.5** 传媒类微信公众号社会责任对比分析及评价..... 李亚玲 / 072
- B.6** 商业门户网站社会责任及其评价..... 黄丽娜 王忠艳 / 092
- B.7** 2018年中国综合类视频网站社会责任评价
..... 邵 晓 常 洁 周 盼 / 108
- B.8** 移动视频直播平台社会责任及其评价 刘 琼 黄世威 史葳蕤 / 123
- B.9** 移动短视频应用社会责任的实证研究..... 于婷婷 倪渊淳 / 140



III 专题篇

- B.10** 面向受众的新媒体社会责任感知量表的开发与验证
..... 曾润喜 顿雨婷 / 158
- B.11** 移动互联网时代 App 的隐私政策与社会责任探讨
——基于50款移动 App 隐私保护政策内容的分析
..... 牛 静 任怡林 / 176
- B.12** 网络直播场域网络暴力的发生机制与规范治理
——基于对电子竞技直播的网络民族志调查
..... 邓秀军 吕雅霜 蔡译萱 / 197
- B.13** 2018年中国社交视频的传播生态、影响与治理
..... 刘 锐 荆 爽 / 215
- B.14** 移动社交媒体时代网红传播的策略与问题 余秀才 刘一梦 / 235
- B.15** 微博平台中知识型意见领袖的社会责任评价
..... 芦何秋 李翊轩 / 252
- B.16** 网络文学社群的内容生产与社会责任分析 张 屹 / 268
- B.17** 检视在线语音直播的新媒体社会责任
——荔枝 FM 和基于喜马拉雅 FM 的内容分析
..... 贺建平 庄学勋 朱慧英 / 288
- B.18** 利用国际化会议讲好中国故事
——基于中国“两会”的国际传播力实证分析 王 井 / 306
- B.19** 我国短视频发展乱象：表现、成因及治理
..... 刘利芳 李青青 上官张科 / 332

IV 案例篇

B. 20	自媒体公众号的情感卷入策略与责任问题研究 ——以“江歌案”和“红黄蓝幼儿园虐童事件”为例 徐明华 江可凡 / 348
B. 21	我获益还是我损失？你获益还是你损失？ ——公益广告框架的情绪唤起实验研究 张 雯 魏 强 / 368
B. 22	博弈论视角下中国控烟运动的媒体策略 ——基于郑州“电梯劝烟猝死案”的媒体考察 马 旭 余 红 / 389
Abstract	 / 408
Contents	 / 410

总 报 告



General Report

B. 1

智能互联中的新媒体社会责任： 现状回顾与框架调适（2015～2018）

钟 瑛 芦何秋 刘利芳*

摘 要： 智能互联网崛起的背景下，新媒体正在经历观念革命、形态迭代、产业融合和市场升级，为准确把握新媒体发展趋向与未来前景，对新媒体社会责任进行全面、客观和系统的评价，本文对2015～2018年新媒体社会责任的履行现状进行整体梳理与比较分析，在此基础上对新媒体社会责任评价指标体系进行框架调适，以期增强其评价效力的适用性与科学性，进而为智能互联网情境下新媒体社会责任的提升提供对策。

* 钟瑛，华中科技大学新闻与信息传播学院教授，博士生导师，主要研究方向为网络传播；芦何秋，新闻学博士，华中科技大学新闻与信息传播学院博士后，湖北大学新闻传播学院副教授，主要研究方向为网络传播；刘利芳，华中科技大学新闻与信息传播学院博士生，长江大学新闻系教师，主要研究方向为新媒体与网络传播。



关键词： 智能互联网 新媒体社会责任 指标调适

2018 年，中国继续加快迈入智能互联新时代的步伐，媒介技术的疾速创新不断触发新媒体的观念革命、形态迭代、产业融合和市场升级。在此背景下，如何准确把握新媒体发展趋向与未来前景，对新媒体社会责任进行全面、客观和系统的评价，为新媒体行业健康快速发展提供建议参考，成为本报告的主要研究问题。本报告将对 2015 ~ 2018 年新媒体社会责任的履行现状进行整体梳理与比较分析，在此基础上对新媒体社会责任评价指标体系进行框架调适，以期增强其评价效力的适用性与科学性。

一 现状回顾：新媒体社会责任的整体状况（2015 ~ 2018）

本报告对 2015 ~ 2018 年新媒体社会责任蓝皮书评价篇涉及的主要研究对象社会责任履行状况进行了归类分析。2015 年，项目组对新媒体指标体系进行了第一次调整，由 5 个一级指标、10 个二级指标、28 个三级指标优化为 4 个一级指标、11 个二级指标、36 个三级指标，由此，新媒体社会责任指标体系由 1.0 过渡到 2.0，并沿用至今。

在 2015 ~ 2018 年，项目组共对 17 类新媒体平台进行了社会责任评价，包括商业门户网站、国家级新闻网站、科普网站、媒体微博、省级主流新闻网站、政务类微信公众号、传媒类微信公众号、募捐平台、搜索网站、视频网站、短视频网站、青少年网站、儿童门户网站、文学网站、移动直播平台、民族地方网站和游戏类网站。基于代表性、影响力与样本数量的考量，本报告主要对 17 类新媒体平台中的 15 类进行归类分析，详见表 1 和表 2。

表 1 2015 ~ 2018 年目标平台社会责任整体情况

	信息生产	社会监督	文化教育	协调关系	总分
整体均分	1.72568	0.42838	0.26772	0.24965	2.68788
整体得分率(%)	65.29	31.09	51.63	54.15	53.75
权重满分	2.643	1.3775	0.5185	0.461	5.0

表 1 显示，过去 4 年，国内新媒体行业社会责任履行的整体状况处于中等水平，社会责任评价的整体均分为 2.68788，得分率为 53.75%。4 个一级指标中，得分率由高到低依次为信息生产（65.29%）、协调关系（54.15%）、文化教育（51.63%）和社会监督（31.09%）。新媒体平台普遍重视媒介的信息功能，同时，基于平台性质、功能定位、服务类别和受众市场等方面的差异，不同平台在新媒体社会责任履行状况上具有较高的差异度。

表 2 2015 ~ 2018 年目标平台社会责任得分对比

			信息生产	社会监督	文化教育	协调关系	总分
1	商业门户网站	平台均分	2.38359	0.98037	0.35120	0.43740	4.15230
		均分得分率(%)	90.19	71.17	67.73	94.88	83.05
2	国家级新闻网站	平台均分	2.35103	1.0372	0.4346	0.32857	4.1514
		均分得分率(%)	88.95	75.30	83.82	71.27	83.03
3	科普网站	平台均分	2.5362	0.8231	0.1717	0.4227	3.9537
		均分得分率(%)	95.96	59.75	33.11	91.70	79.07
4	媒体微博	平台均分	2.2230	0.7154	0.2455	0.3099	3.4977
		均分得分率(%)	84.11	51.93	47.36	67.22	69.95
5	省级主流新闻网站	平台均分	2.06790	0.59623	0.26941	0.22827	3.16181
		均分得分率(%)	78.24	43.28	51.96	49.52	63.24
6	政务类微信公众号	平台均分	2.1243	0.3052	0.3402	0.2365	3.0082
		均分得分率(%)	80.37	22.15	65.62	51.30	60.16
7	传媒类微信公众号	平台均分	2.05185	0.38082	0.18008	0.25334	2.96573
		均分得分率(%)	77.63	27.65	34.73	54.96	59.31
8	募捐平台	平台均分	2.08115	无	0.43585	0.32422	2.8412
		均分得分率(%)	78.74		84.06	70.33	56.82
9	搜索网站	平台均分	1.82925	0.40063	0.24919	0.21015	2.68923
		均分得分率(%)	69.21	29.08	48.06	45.59	53.78
10	视频网站	平台均分	1.95481	0.2610	0.14782	0.13477	2.66146
		均分得分率(%)	73.96	18.95	28.51	29.24	53.23
11	短视频网站	平台均分	1.7063	0.4565	0.2908	0.1452	2.5780
		均分得分率(%)	64.55	33.13	56.08	31.49	51.56
12	青少年网站	平台均分	1.00545	0.43241	0.22644	0.2141	1.8777
		均分得分率(%)	38.04	31.39	43.67	46.44	37.55
13	儿童门户网站	平台均分	0.84255	0.0369	0.30581	0.2168	1.40206
		均分得分率(%)	31.88	2.68	58.98	47.03	28.04



续表

			信息生产	社会监督	文化教育	协调关系	总分
14	文学网站	平台均分	0.37768	无	0.26968	0.2444	0.89174
		均分得分率(%)	14.29		52.01	53.02	17.83
15	移动直播平台	平台均分	0.35026	无	0.09758	0.03857	0.48608
		均分得分率(%)	13.25		18.82	8.37	9.72

表2显示,整体上社会责任履行较好的平台都属于资讯类平台。社会责任均分得分率最高的平台前三位分别为商业门户网站(83.05%)、国家级新闻网站(83.03%)和科普网站(79.07%)。社会责任均分得分率在60%以上的平台共6类,分别为商业门户网站(83.05%)、国家级新闻网站(83.03%)、科普网站(79.07%)、媒体微博(69.95%)、省级主流新闻网站(63.24%)和政务类微信公众号(60.16%),六类平台全部为资讯类平台。同时,这六类平台带有明显的媒体属性与官方背景。除了商业门户网站外,国家级新闻网站、省级主流新闻网站和媒体微博都是主流官方媒体的延伸,而政务类微信公众号则主要为政府官方各类政务平台。科普网站平台属于综合类平台,其中既包括科学松鼠会这样由商业公司主办的网站,也包括由中国科学报社主办的科学网。从整体而言,带有官方背景的新媒体平台在社会责任履行上具有明显的优势。

信息生产方面,新媒体平台在信息生产指标上的得分率为65.29%,是4个一级指标中得分及得分率最高的。15个目标平台中有11个平台的信息生产得分率超过60%,占总体比例73.33%,从门户商业网站到国家新闻网站,再到短视频网站和媒体微博,作为新媒体平台都比较重视信息生产的责任。新媒体对媒介信息功能的重视主要来源于两方面的原因,第一,在信息参差不齐的新媒体环境中,随着受众新媒体素养的不断提升,其在选择信息渠道的时候,必然考虑目标平台的公信力,而信息质量的高低及其持续性是新媒体公信力的关键构成。第二,相关管理部门在近5年中加大了对互联网环境的治理力度,特别是对网络谣言、网络暴力、网络侵权等负面现象的治理,各类新媒体平台基于规制风险的目的都加大了对信息的审核力度,客观上提升了信息质量。

社会监督方面,新媒体平台在信息生产指标上的得分率为31.09%,是4个一级指标中得分及得分率最低的。新媒体平台在社会监督责任的表现差异度