

传媒蓝皮书

中国传媒社会责任研究报告

RESEARCH REPORT ON SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA IN CHINA

(2018~2019)

主 编 / 黄晓新 刘建华 邸 昂



中国传媒社会责任研究报告

2018 ~ 2019

ZHONGGUO CHUANMEI SHEHUIZEREN YANJIUBAOGAO

主 编 黄晓新 刘建华 邸 昂

 **中国书籍出版社**
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国传媒社会责任研究报告: 2018—2019/黄晓新,
刘建华, 邸昂主编. —北京: 中国书籍出版社, 2019. 7
ISBN 978-7-5068-7301-7

I. ①中… II. ①黄… ②刘… ③邸… III. ①传播媒介—
社会责任—研究报告—中国—2018—2019 IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 106773 号

中国传媒社会责任研究报告(2018 ~ 2019)

黄晓新 刘建华 邸 昂 主编

责任编辑 李 新

责任印制 孙马飞 马 芝

封面设计 楠竹文化

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257140 (发行部)

电子邮箱 eo@chinabp.com.cn

经 销 全国新华书店

印 刷 三河市顺兴印务有限公司

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 13.75

字 数 226 千字

版 次 2019 年 7 月第 1 版 2019 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5068-7301-7

定 价 98.00 元

版权所有 翻印必究

中国传媒社会责任研究报告(2018 ~ 2019)

出品方

中国新闻出版研究院传媒研究所

中国人民大学书报资料中心

《中国出版》杂志社

《传媒》杂志社

中国传媒社会责任研究报告(2018~2019)

课题组

课题组组长 刘建华 张文飞

课题副组长 邸 昂 杨晓芳

课题组成员 刘向鸿 王更喜 段艳文 杨驰原 卢剑锋

王卉莲 刘小三 杭丽芳 吴文汐 周 皓

中国传媒社会责任研究报告(2018 ~ 2019)

编委会

编委会主任 黄晓新 中国新闻出版研究院党委书记、副院长

编 委 (按姓氏拼音字母为序)

陈柏福 东莞理工学院经济与管理学院副教授、中南大学中国文化产业品牌研究中心研究员、博士

陈南先 广东技术师范学院文学与传媒学院教授、博士

邸 昂 中国新闻出版研究院传媒研究所

郭沛源 清华大学博士、商道纵横研究员

杭丽芳 云南华一教育集团控股有限公司董事、昆明亚满福科技有限公司总经理

李 玲 中国丝路智谷研究院研究员

刘建华 中国新闻出版研究院传媒研究所研究员、博士

刘 敏 云南警官学院编辑部副编审、博士

刘小三 西藏民族大学新闻传播学院副教授、博士

卢剑锋 中国新闻出版研究院传媒研究所

申玲玲 西北政法大学副教授、博士

宋 婧 中国日报社总编室研究员、博士

唐凤英 中国社会科学院大学博士

王 亮 西安外国语大学新闻与传播学院副教授、博士
魏国彬 安徽财经大学艺术学院院长、教授、博士
吴文汐 东北师范大学传媒科学学院副教授、博士
许丽华 云南民族大学文学与新闻学院副教授、博士
闫伟华 内蒙古大学文学与新闻传播学院副教授、博士
杨玉飞 东莞理工学院
于重榕 云南美术出版社办公室主任、副编审
张 华 曲靖师范学院经济与管理学院讲师
周 皓 云南省交通运输厅

主编简介

黄晓新

男，湖北洪湖人。中国新闻出版研究院党委书记、副院长。武汉大学图书情报学院硕士研究生毕业，曾在福建师范大学历史系任教。历任国家新闻出版总署印刷复制管理司副司长、反非法和违禁出版物司副司长，挂职任新疆维吾尔自治区新闻出版广电（版权）局党组成员、副局长（正厅长级）。

参与组织实施并主编大型历史文献丛书《新疆文库》出版重点工程，著有《阅读社会学》，策划、主编《画说史记》《文化市场实务全书》和《中国传媒融合创新研究报告》《中国印刷业发展报告》系列蓝皮书等。主持中央文资办重大项目“中国新闻出版多语种语料库研究”“全民阅读的社会学研究”等多项国家、省部级课题，在有关专业期刊发表论文40余篇，多篇论文被《新华文摘》和人大复印报刊资料全文转载，主要从事新闻出版管理与阅读社会学研究。

刘建华

男，江西莲花人。中国新闻出版研究院传媒研究所执行所长、研究员。中国社会科学院哲学所博士后，中国人民大学传媒经济学博士。中国新闻出版研究院书画社执行社长、中央国家机关书法家协会会员、中国新闻出版书法家协会会员，北京文艺评论家协会会员，新华社《瞭望智库》首批入驻专家。著有《舆情消长与边疆社会稳定》《对外文化贸易研究》《传媒国际贸易与文化差异

规避》《民族文化传媒化》等书 10 余部，《中国传媒发展指数报告》主笔，《一本书学会新闻采写》（6 部）丛书主编，发表论文 80 余篇。主持“舆情消长与边疆民族地区稳定研究”国家社科基金等 30 余项课题。研究成果获国家级、省部级多项奖励，多篇论文被《新华文摘》、人大复印报刊资料《新闻与传播》、“中国社会科学”等媒体多次全文转载，主要从事新闻传播理论、书法符号传播、传媒经济与文化产业研究。

邴 昂

女，河南信阳人，中国新闻出版研究院传媒研究所助理研究员，法国巴黎第十一大学公共管理学硕士，法国行政与管理预备学院金融 EMBA，《中国传媒社会责任研究报告（2017~2018）》主编之一，主要从事传媒经济与对外文化传播研究。

前 言

“中国传媒社会责任研究”课题是中央级公益性科研院所基本科研业务费专项资金资助项目，是中国新闻出版研究院的重要研究课题，《中国传媒社会责任研究（2018~2019）》一书是该课题的研究成果。2017年至2018年间，中国新闻出版研究院已先后推出《中国传媒社会责任研究（2015~2016）》《中国传媒社会责任研究报告（2017~2018）》，得到政府、业界与学界的一致肯定与好评。今年继续推出的《中国传媒社会责任研究报告（2018~2019）》是全面反映2018年我国传媒社会责任理论和实践的传媒蓝皮书，本书通过对传媒社会责任经典案例进行深入研究 with 客观评析，力图使研究报告成为鲜活的一手实践材料，同时也是影响深远的成熟的理论分析总结，勾勒出了中国传媒社会责任履行的现状、问题和发展方向，推动中国传媒业更好履行社会责任，实现良性发展。

本书选取利益相关方对新闻媒体社会责任进行界定。新闻媒体社会责任的主要利益相关方包括公众、政府、出资人、媒体从业人员等。社会责任的概念按照广义的标准进行界定，原则上应包括以下内容：对党和政府的责任，主要发挥舆论导向作用，重点是意识形态与主流价值观的导向，遵守国家法律法规，发挥社会效益；对出资人的责任，主要是确保企业盈利能力与经济效益；对读者的责任，主要是确保提供内容精良丰富多样的传媒产品，满足消费需

求；对作者的责任，主要是保护知识产权，使作者获得最大化的精神利益与经济利益；对社会的责任，主要是积极开展公益慈善行动，披露企业履责信息；对环境的责任，主要是绿色出版、环境保护与生态文明建设。

本书由主报告与专题报告组成。主要按照传媒基本情况、媒体执行社会责任现状、媒体执行社会责任存在问题、媒体社会责任执行力提升路径与方法这一结构行文。主报告为试点媒体社会责任报告，主要对试点媒体进行全景式的现状概述与理论归纳，以期为中国传媒社会责任工作的推进发挥有效的理论指导作用。专题报告包括出版集团篇、报刊社篇、广播电视台篇、互联网新媒体篇和年度观察篇五个篇章。出版集团篇包括中国出版集团社会责任报告、中国科技出版传媒股份有限公司社会责任报告、广西出版传媒集团社会责任报告；报刊社篇包括南方报业传媒集团社会责任报告、北京青年报社会责任研究报告、陕西日报社会责任报告、瞭望周刊社社会责任研究报告；广播电视台篇包括湖南广播电视台社会责任报告、SMG及东方明珠社会责任研究报告、内蒙古广播电视台社会责任报告、云南广播电视台社会责任报告；互联网新媒体篇包括人民网社会责任研究报告、百度社会责任研究报告、今日头条社会责任研究报告；年度观察为中国传媒社会责任研究地图。

在此，对参与本书撰写的各位专家学者所付出的辛勤劳动和大力支持表示诚挚的谢意。

《中国传媒社会责任研究》课题组

2019年4月20日

目 录

总报告

第一章 中国试点媒体社会责任总报告	(3)
第一节 研究方法和技术路线	(3)
第二节 试点媒体社会责任指数排名	(6)
第三节 试点媒体社会责任的年度特征	(8)
第四节 试点媒体社会责任的总体状况分析	(8)
第五节 试点传媒社会责任存在的问题	(12)
第六节 关于试点媒体提升社会责任执行力的几点建议	(14)

专题报告

出版集团篇

第二章 中国出版集团社会责任报告	(19)
第一节 中国出版集团基本情况	(19)
第二节 中国出版集团社会责任现状	(22)
第三节 中国出版集团社会责任存在的问题	(31)
第四节 中国出版集团社会责任执行力的提升路径和方法	(33)

第三章 中国科技出版传媒股份有限公司社会责任研究报告	(35)
第一节 中国科技出版传媒股份有限公司基本情况	(35)
第二节 社会责任执行现状	(36)
第三节 执行社会责任存在的问题	(42)
第四节 社会责任执行力提升路径与方法	(43)
第四章 广西出版传媒集团社会责任报告	(46)
第一节 广西出版传媒集团基本情况	(46)
第二节 广西出版传媒集团社会责任履行情况	(47)
第三节 广西出版传媒集团执行社会责任存在的问题	(53)
第四节 广西出版传媒集团社会责任执行力提升路径与方法	(54)

报刊社篇

第五章 南方报业传媒集团社会责任报告	(57)
第一节 南方报业传媒集团的战略和发展经营理念	(58)
第二节 南方报业传媒集团履行的政治责任	(62)
第三节 南方报业传媒集团履行的社会责任	(64)
第四节 南方报业传媒集团履行的经济责任	(67)
结语	(69)
第六章 北京青年报社会责任报告	(71)
第一节 北京青年报媒体概况	(72)
第二节 北京青年报履行社会责任现状	(72)
第三节 履行社会责任方面的不足和改进建议	(80)
第七章 陕西日报社会责任报告	(83)
第一节 陕西日报传媒集团基本情况	(83)
第二节 陕西日报执行社会责任现状	(84)
第三节 陕西日报执行社会责任时存在的问题	(90)
第四节 陕西日报提升社会责任的路径与方法	(91)
第八章 瞭望周刊社社会责任报告	(93)
第一节 瞭望周刊杂志社基本情况	(93)
第二节 瞭望周刊社的社会责任现状	(100)

第三节 存在的问题	(106)
-----------------	-------

广播电视台篇

第九章 湖南广播电视台社会责任报告	(107)
-------------------------	-------

第一节 基本概况：湖南广播电视台及湖南电广传媒股份有限公司	(107)
-------------------------------------	-------

第二节 社会责任履行情况	(109)
--------------------	-------

第三节 面临的问题及改进方法	(116)
----------------------	-------

第四节 努力方向	(118)
----------------	-------

第十章 SMG 及东方明珠社会责任报告	(121)
---------------------------	-------

第一节 SMG 及东方明珠基本情况	(121)
-------------------------	-------

第二节 SMG 及东方明珠执行社会责任现状	(122)
-----------------------------	-------

第三节 执行社会责任存在的问题及提升路径与方法	(129)
-------------------------------	-------

第十一章 内蒙古广播电视台社会责任报告	(132)
---------------------------	-------

第一节 内蒙古广播电视台基本情况	(133)
------------------------	-------

第二节 内蒙古广播电视台执行社会责任现状	(134)
----------------------------	-------

第三节 内蒙古广播电视台执行社会责任存在的问题	(142)
-------------------------------	-------

第四节 内蒙古广播电视台社会责任提升策略	(144)
----------------------------	-------

第十二章 云南广播电视台	(146)
--------------------	-------

第一节 云南广播电视台基本情况	(146)
-----------------------	-------

第二节 云南广播电视台社会责任现状	(148)
-------------------------	-------

第三节 云南广播电视台社会责任存在的问题	(155)
----------------------------	-------

第四节 云南广播电视台社会责任执行力的提升路径和方法	(156)
----------------------------------	-------

互联网、新媒体篇

第十三章 人民网社会责任报告	(158)
----------------------	-------

第一节 人民网基本情况	(158)
-------------------	-------

第二节 人民网执行社会责任现状	(159)
-----------------------	-------

第三节 执行社会责任存在的问题	(165)
-----------------------	-------

第四节 媒体社会责任执行力提升路径	(167)
-------------------------	-------

第十四章 百度社会责任报告	(169)
第一节 百度基本情况	(169)
第二节 百度社会责任现状	(171)
第三节 百度社会责任存在的问题	(176)
第四节 百度社会责任执行力的提升路径和方法	(178)

年度观察

第十五章 今日头条社会责任报告	(183)
第一节 今日头条概况	(183)
第二节 今日头条社会责任践行情况	(186)
第三节 今日头条履行社会责任存在问题	(190)
第四节 践行企业社会责任提升路径与方法	(192)
第十六章 中国传媒社会责任研究地图	(194)
第一节 中国传媒社会责任研究背景	(195)
第二节 中国传媒社会责任研究地图概况	(196)
第三节 中国传媒社会责任研究地图主体分析	(198)
第四节 中国传媒社会责任研究地图亮点分析	(201)
参考文献	(204)

总报告