

编者按：在我国，媒体社会责任报告制度已实行四年。由于社会责任报告可以起到内强管理、外塑形象的作用，受到社会和越来越多媒体的重视，制定一套操作性强、相对完备、科学的媒体社会责任评价标准体系，也成为一件紧迫而重要的工作。本文在这方面做出了开拓性、创新性的探索。

媒体社会责任评价标准及指标体系构建

● 王修滋 蔡笑元

一、制定背景

2014年年初，中宣部确定全国11家新闻机构为媒体履行社会责任试点单位。2014年6月9日，首批11家试点媒体社会责任报告正式对外发布，对2013年度履行社会责任情况进行了全面梳理展示。至2017年度，发布社会责任报告的媒体已达38家。

这是破冰之举，对全国新闻界极具样本意义。4年来，媒体社会责任报告工作不断完善，报告媒体范围逐步扩大，各媒体社会责任意识进一步强化，报告质量不断提升，可读性、吸引力、透明度进一步增强，受到社会各界普遍肯定。但由于缺乏可操作性强的评价标准和相对科学、完备的指标体系，除了“正确引导”“提供服务”“人文关怀”“繁荣发展文化”“遵守职业规范”“合法经营”“安全刊播”“保障新闻从业人员权益”8个一级指标外，没有可作参照的更为详细的指标划分和评估内容，各指标也没有量化，导致各媒体对媒体的社会责任这一概念理解并不透彻，只能凭借各自的感知和感性的认识撰写报告，不够规范化、科学化、系统化，且不同媒体间不易作比较。

2009年，中国社科院发布《中国企业社会责任报告编制指南》，此后历经3次升级，2016年9月11日发布4.0版本，但其中极少涉及媒体的社会责任。在山东，有一个社会责任指标体系里曾论述到媒体的社会责任，那就是《企业社会责任报告编写指南》中的文化娱乐业编写规范。该体系是在企业社会责任大框架下根据文化娱乐业的特点加入了一些行业指标，但并没有对文化娱乐业进行科学的细分，不能准确地体现媒体社会责任的特点，适用性不高，不具实践指导意义。

综上，截至目前，传媒学界、业界乃至党政主管部门，在媒体履行社会责任方面尚没有一个被广泛认可的、操作性较强的系统性测评指标。本课题旨在构建具有一定开创性、对媒体履行社会责任具有导向意义的评价标准，和可操作性强、有推广应用价值的相对科学、完备的指标体系，从而推动新闻媒体机构更加积极、主动地履行社会责任，更加自觉、坚定地维护党和政府的形象，提升全行业的传播力、影响力、引导力和公信力。

二、制定设想

媒体是否履行社会责任，需要一个科学的评价依据和评估方法，这个标准还要规范评价媒体社会责任的流程，涵盖指标测评活动过程中的依据与原则等。在指标设计过程中，还要为每项指标提供具体的评估方法和操作要求。

媒体社会责任指标体系包括基本指标和进步指标两类。基本指标反映了媒体履行“基本社会责任”的情况，主要是基本义务层面的指标；进步指标是在基本社会责任的基础上带有时代“进步性”的指标，反映了媒体履行社会责任的更高标准，鼓励媒体承担更多社会责任。需要指出的是，随着时间的推移和传媒行业的不断进步，今天的进步指标，可能就会变成明天的基本指标，这种行业整体的演进是必然的。因此，立足当下是本指标体系一个基本的也是重要的特征。

本指标体系共设有三级指标。在指标的制定过程中，首先尽量保证标准中的三级指标得到充分体现；其次，充分考虑其数据的可获得性、与各省省情和传媒生态的兼容性、指标相互间的独立性、不同特性媒体间的普适性、对媒体与社会和谐发展的引导性后，进行适当的调整。

本标准为了测算需要，依据体现基本指标在指标体系中基础性作用的原则，特设置基本指标的权重约为2/3，进步指标的权重约为1/3为参考，并根据此参考进行计算。

本标准每项评价内容得分分为5个等级，分别为10分、5分、0分、-5分、-10分，评价内容包含其中2个以上选项。等级区间可据实机动打分，各项得分累加即为总得分。

本标准分值结构：基本指标1000分，进步指标500分，总分1500分。

三、制定原则

制定媒体社会责任标准，是一项开拓性、创新性的工作。为制定出符合实际、适用性强、可操作性强又相对科学、完备的指标体系，我们主要坚持以下原则：

1. 坚持正确的理论指导

本标准认真贯彻马克思主义新闻观，以毛泽东思想、邓小

平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观以及十八大以来习近平总书记系列重要讲话精神为指导，以“两个巩固”“四向四做”、48字职责和使命与“四个牢牢坚持”引领标准和体系制定工作。

2. 坚持客观公正、贴近实际、全面准确原则

本标准参考2014年1月21日发布、由山东省标准化研究院等联合起草的《企业社会责任报告编写指南》模板，参照企业社会责任指标体系的制定标准和框架，设立指标分类和层级，根据媒体的特殊性和当前传媒业生态进行细分。坚持突出重点，充分考虑媒体实际，以2017年发布的38家媒体社会责任报告为主要参考资料，深入考量业界长期致力的领域和高度关注的问题，将其作为指标体系的主要内容，强化媒体的基本责任和法定责任，防止标准制定走偏方向。另外，本标准广泛吸取国内外学界新闻理论和业界实践经验，使指标体系更趋完善。

3. 坚持激励引导的原则

本标准的制定目标，在于帮助媒体透彻理解并主动承担社会责任，以量化评价的形式，让媒体对自己担负社会责任时的闪光点、进步性以及可进步之处、不足之处等都有正确的评价和认知，以期扬长避短，各媒体间也可互作比较，以达到良性竞争、共同进步。因此，在制定过程中始终坚持鼓励为主的原则，以发现评价对象优点为主，指出不足的评价内容要中肯、客观，避免引起消极情绪。

4. 坚持定性定量与平衡

定性是定量的基础，定量是定性的精确化。本标准用定性的指标，来描述媒体履行社会责任的意义和影响；用定量的指标，使媒体更好地理解、评价、把握自己履行社会责任的情况，并努力达到二者的平衡。

四、制定方法

1. “8+2”的社会责任评价模型

标准采用“8+2”的社会责任评价模型，即构建以“正确引导”指标为中心，以“提供服务”“人文关怀”“繁荣发展文化”“遵守职业规范”“合法经营”“安全刊播”“保障新闻从业人员权益”8个指标为基点，以基本指标和进步指标为支撑的媒体社会责任指标体系。

2. 将38家媒体社会责任报告抽象为评价内容

将2017年发布的38家媒体社会责任报告条缕析，经过解构与重构，将其归纳、整理、提炼、抽象为3个层级的评价指标体系。具体包括“正确引导”“提供服务”“人文关怀”“繁荣发展社会文化”“遵守职业规范”“合法经营”“安全刊播”“保障新闻从业人员权益”等8项一级指标，“主流媒体主力军作用”“推进媒体融合”“创新传播方式”“对外传播”等31项二级指标，91项三级指标和200项评估内容，并将其按照指标属性分为基本指标和进步指标。

3. 以新闻理论和业界经验为补充

我们查阅大量资料，对38家媒体社会责任报告中所涉及的方面进行扩充，搜集与之相关的理论、实践内容，考量其与指标体系的适应性、与传媒生态的吻合度，选取能准确反映媒体履责状况的条目作为指标，避免遗漏，以使指标体系更详尽。

本体系中所称媒体，指除自媒体以外的所有媒体形态。

附录1

媒体社会责任指标体系表

(B: 基本指标; P: 进步指标)

一级指标	二级指标	三级指标	测评内容	类别
正确引导责任	主流媒体主力军作用	宣传党中央总书记思想精神	宣传党中央总书记系列重要讲话精神 报道党中央总书记重要活动	B B
		政策解读	解读党中央治国理政新理念新思想新战略	B
			解读地方政府新理念新思想新战略	B
		宣传社会主义核心价值观体系	宣传马克思主义指导思想	B
			宣传中国特色社会主义共同理想	B
			宣传民族精神	B
			宣传时代精神	B
		新闻舆论阵地的建设和管理	落实党管媒体原则	B
			坚持政治家办报	B
			新兴媒体平台的舆论工作力度	B
			媒体平台多样性	P
		党建工作宣传	报道代表单位党建工作的好经验、好方法	B
			社会发展形势报道	唱响中国经济光明论
		中国各项改革举措报道		B
	及时针对其他社会形势作出报道	P		
	推进媒体融合	融媒体矩阵建设	新闻客户端建设情况	B
			网站建设情况	B
			微博账号运营情况	B
			微信公众号运营情况	B
		融媒体报道力度	其他新媒体建设情况	B
			融媒体报道频次	B
			融媒体报道影响力	P
			分众化、差异化、多元化传播	P
			传统媒体与新媒体联动情况	B
			融媒体中心建设力度	“中央厨房”等融媒体中心建设情况 各子媒体间联动情况
	创新传播方式	理念创新	打通两个舆论场	B
			融合思维	P
			互联网思维	P
			技术驱动思维	P
		内容创新	用户思维	P
			题材创新	P
转变话语方式			B	
体裁创新			多元表达、多种呈现方式	P
业态创新			传媒集团生态结构多样性	P
体制机制创新			策采编发流程再造	P
供给侧结构性改革	版面节目改革	版面节目紧跟用户阅读习惯	B	
	传媒集团结构调整	B		
	提升新闻质量	B		
	创新成效	媒体创新被中央主要媒体宣传报道	P	
对外传播	讲好中国故事	介绍中国特色	P	
		介绍中国现实情形	P	
	传播中国声音	介绍中国未来走向	P	
		对外传播平台建设	P	
典型报道	典型人物报道	挖掘典型人物数量、质量	B	
	典型事件报道	挖掘典型事件数量、质量	B	
舆论引导	舆情监测	关注舆论	P	
		分析舆情	P	
	积极引导舆论热点	积极引导舆论、传播正能量	B	
		澄清谬误、批判错误思潮	B	
重大主题报道	“三重大”报道	重大会议、重大活动、重大部署报道 迅速准确	B	
	重大节日、纪念日活动报道	重大节日、纪念日活动报道浓墨重彩	P	
	重大主题代表作	获新闻奖及表彰情况 高点击量、高转载量的新媒体作品	P P	

提供服务责任	舆论监督	调查性报道	对不良现象的曝光和揭露	B
		批评性报道	抨击时弊、抑恶扬善	P
	信息资讯服务	上达信息通道	做细做活对上报道	B
		提供政策信息服务	内参报道精准反映问题	B
			准确及时发布并解读政务信息	B
		解答群众对政策的相关问题	B	
		提供生活信息服务	提供日常新闻资讯	B
	提供生活信息服务	发布美食、健康、天气、路况等生活信息	B	
	社会服务活动	新媒体服务功能建设	“两微一端”、网站等平台的服务功能建设	P
		维权活动	开展消费者维权活动	P
			开展劳动者维权活动	P
			其他侵权事件维权活动	P
		深入服务群众	“走转改”活动	B
			社区服务活动	P
		公益活动	公益广告	B
			关爱弱势群体活动	P
			慈善、募捐活动	P
			扶贫活动	P
	媒体智库服务	传媒智库建设、运营情况	P	
	公益活动获奖情况	专家顾问团规模	P	
媒体获公益奖项情况		P		
公民教育	知识普及	科普宣传	B	
		普法宣传	B	
		常识教育	B	
		充当语言模范	B	
		公民媒介素养教育	P	
	媒介素养教育	大学生媒介素养教育	P	
		传统媒体教育栏目建设	B	
	教育栏目建设情况	新媒体教育栏目建设	P	
		惠民政策宣传	及时发布惠民政策信息	B
		弘扬和振奋民族精神	振奋民族精神，改良社会风气	B
人文关怀责任	关注群众生活	民生报道	反映弱势群体的意见、呼声	B
		贯彻落实“三贴近”精神	关注青少年成长	P
			关注农民群体	P
			关注妇女儿童	P
	以人为本	案件报道	保护受害者、证人、犯罪嫌疑人隐私	B
			照顾受害者情绪	B
		灾难报道	文字画面不使人感到不适	B
			照顾当事人情绪	B
		尊重特殊人群人身权利	尊重残障人士人身权利	B
			尊重未成年人人身权利	B
尊重其他特殊人群人身权利	B			
繁荣发展社会主义文化责任	文化产业项目	文化产业投资	投资文化产业项目	P
		制作文化衍生产品	参与文化类影视作品制作	P
	开展文化活动	文化类活动	举办文化类活动	P
		文化旅游	文化周边产品生产情况	P
	弘扬优秀传统文化	弘扬中华优秀传统文化	弘扬优秀传统文化	B
		弘扬红色文化和革命精神	正确解读、普及优秀传统文化	B
			宣传社会主义核心价值观	B
	搭建文化交流平台	文化栏目建设	宣传地域红色文化	B
			副刊、专栏建设	B
		打造文化品牌	文化稿件/节目多样性	B
挖掘报道当地特色文化资源			P	
推动中外文化交流	加强开放合作	挖掘文化热点	P	
		提供文化活动信息服务	P	
	促进文化交流	将媒体自身打造成文化品牌	P	
		主动与国外相关机构合作	P	
遵守职业规范责任	人员管理	规范管理员工	从事人员准入管理	B
		作风建设	新闻业相关证件管理	B
			道德自律委员会	B
			“三项学习教育”活动	B
			“两学一做”学习教育制度化常态化	B
	接受社会监督	合理使用证件	“走转改”长期化	B
		接受用户投诉	在公开采访时出示记者证	B
			开设用户热线	B
			畅通用户意见渠道	B
			及时对社会投诉作出回应	B
遵守市场经济竞争法则及公认的新闻职业道德	尊重原创，保护版权	不侵犯他人知识产权	P	
	坚持新闻真实性	不刊播虚假、片面新闻	B	
	杜绝有偿新闻行为	严查新闻敲诈行为	B	
	抵制低俗新闻	不收取贿赂	B	
		不刊播低俗新闻	B	

合法经营责任	严格遵守法律法规	严格遵守税收法律法规	遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等相关法律法规	B
		严格遵守印刷业务法律法规	遵守《印刷业管理条例》《出版管理条例》等相关法律法规	B
		严格遵守广告业务法律法规	遵守《广告法》《互联网广告管理暂行办法》等相关法律法规	B
	严控广告经营风险	规范管理广告档案	B	
		严格广告经营管理	B	
		采编经营两分开	B	
		明确广告代理责任	B	
	严格规范经营行为	广告审查、请示报告、纠错制度	B	
		严格规范子媒体的经营行为	B	
		严格规范新媒体的经营行为	B	
严格规范子公司的经营行为		B		
严格把关	树立安全刊播理念	安全刊播学习教育	B	
	确保把关能力	新闻刊发“三审制”	B	
		把关人业务水平	B	
		奖惩制度	B	
完善安全刊播制度	建立防范体系	建立自查体系	B	
		建立应急预案保障体系	P	
	规范设备使用和设备维护流程	严查网络隐患	P	
		规范对新媒体设备的管理	B	
接受监督	接受相关部门的监督	规范内部计算机和网络管理	B	
		遵守相关法律法规和规章制度	B	
	接受群众监督	层层落实责任	B	
		开设群众监督渠道	B	
保障新闻从业人员权益责任	薪酬福利制度	受理不良信息举报	B	
		劳动合同	劳动用工内容的完备性	B
			劳动合同签订率	B
			保障和保险	遵守《工伤保险条例》及其他法律法规情况
	社会保险费缴纳情况	B		
	员工补充保险缴纳情况	B		
	员工薪酬	执行最低工资标准情况	B	
		按时、足额发放工资情况	B	
		建立工资集体协商机制和集体合同签订情况	B	
	休假、休息的权利	员工薪酬与企业效益同向变化情况	B	
工作时间合法性		B		
落实员工带薪休假情况		B		
工作安全与保障	为采编人员办理新闻记者证	B		
	提供工作所需的安全设备与条件	B		
	安全管理制度	B		
	安全事故伤亡率	B		
员工尊严	对员工人格尊严的保障	P		
	保护员工的个人资料和隐私	P		
	员工保护与救助	为孕妇、哺乳妇女等特殊人群提供特殊保护	B	
		设立员工支持和帮助体系	P	
员工健康关怀	慰问活动	P		
	定期体检员工的比率	B		
	职业病预防措施及已发生职业病的诊疗情况	B		
	心理健康关怀	P		
生活设施	文体娱乐设施	P		
	员工食堂	P		
	夜班宿舍	P		
工作与生活的平衡	倡导员工工作与生活的平衡情况	P		
	工、青、妇开展文体娱乐活动情况	P		
	员工权利保障	工会组织建设	工会组织建立和有效运行	B
员工民主参与		参加工会的员工比例	B	
		员工民主参与渠道与机制	B	
员工职业发展保障	人才激励制度	人才推荐申报	P	
		奖励制度	P	
		保障员工平等的雇佣、发展机会	B	
	员工教育与培训	专业技术职务评审和等级工考试	B	
		建立员工培训管理体系	P	
		员工培训力度	P	
员工获奖情况	培养员工融媒体报道能力	P		
	员工获新闻业务个人奖项情况	P		

附录 2

媒体社会责任指标评估方法

(B: 基本指标; P: 进步指标)

注: 评估主要采用材料审核、实地考察、问卷调查等方法。其中, 材料审核包括审看文字材料、媒体报道、影像资料、网络信息等, 实地考察包括查看实地情况、座谈了解、听取汇报等, 问卷调查包括面向社会公众、媒体客户和媒体员工的问卷调查、随机个别访谈等。

序号	评价内容	评价方法	得分	类别
1.	宣传党中央总书记系列重要讲话精神	查验媒体是否宣传、解读党中央总书记系列重要讲话精神, 若长期坚持宣传	10	B
		否则	0	
2.	报道党中央总书记重要活动	查验媒体是否报道党中央总书记重要活动, 若及时报道	10	B
		否则	0	
3.	解读党中央治国理政新理念新思想新战略	查验媒体是否坚持解读党中央治国理政新理念新思想新战略, 若坚持解读	10	B
		否则	0	
4.	解读地方政府新理念新思想新战略	查验媒体是否坚持解读地方政府新理念新思想新战略, 若坚持解读	10	B
		否则	0	
5.	宣传马克思主义指导思想	查验媒体是否坚持宣传马克思主义指导思想, 若长期坚持	5	B
		否则	0	
6.	宣传中国特色社会主义共同理想	查验媒体是否坚持宣传中国特色社会主义共同理想, 若长期坚持	5	B
		否则	0	
7.	宣传民族精神	查验媒体是否坚持宣传民族精神, 若长期坚持	5	B
		否则	0	
8.	宣传时代精神	查验媒体是否坚持宣传时代精神, 传播全球价值观, 若长期坚持	5	B
		否则	0	
9.	落实党管媒体原则	查验媒体是否把党建当做重点工作来落实, 若党建完善	10	B
		否则	0	
10.	坚持政治家办报	查验媒体各级负责人是否坚持党性原则, 坚持提高党性修养, 坚持正确宣传导向, 自觉维护意识形态安全。若能坚持	10	B
		新闻报道或媒体内部出现意识形态领域严重错误倾向或事件, 受到有关主管部门通报批评或问责处理	-10	
11.	新兴媒体平台的舆论工作力度	查验媒体是否在新兴媒体平台上开展舆论工作, 若长期坚持	5	B
		否则	0	
12.	媒体平台多样性	查验媒体开展舆论工作平台的数量, 若在5个以上	10	P
		否则	0	
13.	报道代表单位党建工作的好经验、好方法	查验媒体是否常态化挖掘报道一些单位党建工作的好经验、好方法, 若有	5	B
		否则	0	
14.	唱响中国经济光明论	是否积极解读中国经济形势, 若长期作正面解读	10	B
		否则	0	
15.	中国各项改革举措报道	是否积极解读中国全面深化改革的蓝图、愿景、目标和现实状况, 若长期坚持解读	10	B
		否则	0	
16.	及时针对其他社会形势作出报道	是否积极解读军事、工农业、商业等其他社会形势, 若长期作正面解读	5	P
		否则	0	
17.	新闻客户端建设情况	查验媒体是否已建设新闻客户端, 若已建设且积极运营	10	B
		否则	0	
18.	网站建设情况	查验媒体是否已建设网站, 若已建设且积极运营	5	B
		否则	0	
19.	微博账号运营情况	查验媒体是否已建设微博账号, 若已建设且积极运营	5	B
		否则	0	
20.	微信公众号运营情况	查验媒体是否已建设微信公众号, 若已建设且积极运营	5	B
		否则	0	

21.	其他新媒体建设	查验媒体是否已建设除“两微一端”和网站以外的新媒体项目, 若已建设且积极运营	5	B
		否则	0	
22.	融媒体报道频次	查验媒体大型融媒体报道次数, 若每年12次或12次以上	10	B
		若每年5次以上12次以下	5	
		否则	0	
23.	融媒体报道影响力	查验媒体点击量10万以上的融媒体报道, 若有10篇以上	10	P
		若有5篇以上	5	
		否则	0	
24.	分众化、差异化、多元化传播	查验媒体是否做到内容的垂直细分, 若涉及分众传播	5	P
		否则	0	
25.	传统媒体与新媒体联动情况	查验传统媒体是否能与新媒体深度融合、一体发展, 若做到“你就是我, 我就是你”	10	B
		若做到“你中有我, 我中有你”	5	
		否则	0	
26.	“中央厨房”等融媒体中心建设情况	查验媒体是否已建设融媒体中心, 若已建设	10	B
		否则	0	
27.	各子媒体间联动情况	查验媒体所属子媒体/部门间是否打通壁垒, 若能做到无缝合作	10	B
		否则	0	
28.	打通两个舆论场	查验媒体是否打通了两个舆论场, 若有这方面的努力	5	B
		否则	0	
29.	融合思维	查验媒体在采编、经营活动中能否贯彻媒体融合思维, 若能	10	P
		否则	0	
30.	互联网思维	查验媒体在采编、经营活动中能否灵活运用互联网思维, 若能	10	P
		否则	0	
31.	技术驱动思维	查验媒体对新技术的应用能力, 若能广泛合理利用新技术	10	P
		否则	0	
32.	用户思维	查验媒体能否以用户为中心去考虑问题, 若能	10	P
		否则	0	
33.	题材创新	查验媒体能否开发新的报道题材, 若能	5	P
		否则	0	
34.	转变话语方式	查验媒体的文风是否适应当下的阅读习惯, 若大致适应	5	B
		否则	0	
35.	多元表达、多种呈现方式	查验媒体能否灵活运用可视化、VR、AR、游戏等新技术手段进行传播, 若能	10	P
		否则	0	
36.	传媒集团生态结构多样性	查验传媒集团是否有非媒体类产业, 若有5项以上	5	P
		否则	0	
37.	策采编发流程再造	查验媒体是否整合再造跨部门、跨媒介、跨平台的策采编发流程, 若已整合	10	P
		否则	0	
38.	版面节目紧跟用户阅读习惯	查验媒体版式设计、节目包装是否适应当下阅读习惯, 若大致适应	5	B
		否则	0	
39.	传媒集团结构调整	查验媒体是否裁撤冗余的子媒体/版面, 增设当下急需的子媒体/版面, 若已调整	5	B
		否则	0	
40.	提升新闻质量	查验媒体是否对提升新闻质量采取措施, 若有措施	10	B
		否则	0	
41.	媒体创新被中央主要媒体宣传报道	查验媒体因改革创新成效显著、媒体员工事迹突出、被中央主要媒体做过宣传报道情况, 若有2次或2次以上	10	P
		若有1次	5	
		否则	0	
42.	介绍中国特色	查验媒体是否向国外介绍中国特色, 若长期坚持	5	P
		否则	0	
43.	介绍中国现实情形	查验媒体是否向国外介绍中国现实情形, 若长期坚持	5	P
		否则	0	
44.	介绍中国未来走向	查验媒体是否向国外介绍中国未来走向, 若长期坚持	5	P
		否则	0	
45.	对外传播平台建设	查验媒体对外传播的版面、节目、新媒体等建设情况, 若有3个以上	5	P
		否则	0	
46.	对外传播的主动性、针对性和实效性	查验媒体是否有应对国际舆论热点的有影响力的报道, 若有	5	P
		否则	0	
47.	挖掘典型人物数量、质量	查验媒体挖掘典型人物的数量, 若有5个以上典型人物	10	B
		否则	0	

48.	挖掘典型事件数量、质量	查验媒体挖掘典型事件的数量,若有5个以上典型事件	10	B
		否则	0	
49.	关注舆论	查验媒体是否设有舆情监测机构,若有	5	P
		否则	0	
50.	分析舆情	查验媒体是否设有舆情分析机构,若有	5	P
		否则	0	
51.	积极引导舆论、传播正能量	查验媒体是否坚持积极引导舆论热点、传播正能量,若能长期坚持	10	B
		否则	0	
52.	澄清谬误、批判错误思潮	查验媒体澄清谬误、批判错误思想报道的数量,若有30件或30件以上	10	B
		若有10件以上30件以下	5	
53.	发挥评论引领作用	查验媒体评论有10万以上阅读量的作品数量,若有5次或5次以上	10	P
		若有3次以上5次以下	5	
54.	重大会议、重大活动、重大部署报道迅速准确	查验媒体能否迅速准确报道“三重大”,若能及时报道	10	B
		否则	0	
55.	重大节日、纪念日活动报道浓墨重彩	查验媒体能否大力报道重大节日、纪念日活动,若能	10	P
		否则	0	
56.	获新闻奖及表彰情况	查验媒体获省级以上新闻奖、获当地党委政府主要负责同志批示表扬等的次数,若有10次或10次以上	10	P
		若有5次以上10次以下	5	
57.	高点击量、高转载量的新媒体作品	查验媒体10万以上阅读量作品数量,若有10件或10件以上	10	P
		若有5件以上10件以下	5	
58.	对不良现象的曝光和揭露	查验媒体是否建设曝光、揭露栏目/平台,若已建设	5	B
		否则	0	
59.	抨击时弊、抑恶扬善	查验媒体是否建设抨击时弊栏目/平台,若已建设	5	P
		否则	0	
60.	做细做活对上报道	查验媒体对上报道是否获得领导肯定或批示,若获得过	5	B
		否则	0	
61.	内参报道精准反映问题	查验媒体内参报道是否获得领导肯定或批示,若获得过	5	B
		否则	0	
62.	准确及时发布并解读政务信息	查验媒体能否及时准确发布并解读政务信息,若能	10	B
		否则	0	
63.	解答群众对政策的相关问题	查验媒体是否设有政策答疑栏目/平台,若有	5	B
		否则	0	
64.	提供日常新闻资讯	查验媒体是否设有新闻资讯栏目/平台,若有	10	B
		否则	0	
65.	发布美食、健康、天气、路况等生活信息	查验媒体是否设有生活信息栏目/平台,若有	10	B
		否则	0	
66.	“两微一端”、网站等平台的服务功能建设	查验媒体是否设有新媒体服务栏目/平台,若有	10	P
		否则	0	
67.	开展消费者维权活动	查验媒体是否开展过消费者维权活动,若开展过	5	P
		否则	0	
68.	开展劳动者维权活动	查验媒体是否开展过劳动者维权活动,若开展过	5	P
		否则	0	
69.	其他侵权事件维权活动	查验媒体是否开展过其他侵权事件维权活动,若有5种以上	5	P
		否则	0	
70.	“走转改”活动	查验媒体开展“走转改”活动情况,若积极良好	5	B
		否则	0	
71.	社区服务活动	查验媒体开展社区服务活动情况,若活动频繁、效果良好	5	P
		否则	0	
72.	公益广告	查验媒体刊播公益广告的次数是否达到《公益广告促进和管理暂行办法》要求,若达到或超出	10	B
		否则	0	
73.	关爱弱势群体活动	查验媒体开展关爱弱势群体活动情况,若活动频繁、效果良好	5	P
		否则	0	
74.	慈善、募捐活动	查验媒体开展慈善、募捐活动情况,若活动频繁、效果良好	5	P
		否则	0	

75.	扶贫活动	查验媒体开展扶贫活动情况,若活动频繁、效果良好	5	P
		否则	0	
76.	传媒智库建设、运营情况	查验媒体是否建设有传媒智库,若已建设且运营状况良好	5	P
		否则	0	
77.	专家顾问团规模	查验媒体专家顾问团人数和质量,若顾问团权威且规模较大	5	P
		否则	0	
78.	媒体获公益奖项情况	查验媒体组织举办的社会公益、志愿服务等活动,产生较大社会影响,获省部级以上表彰情况,若有2次或2次以上	10	P
		若有1次	5	
79.	媒体员工获公益奖项情况	查验媒体员工获全国道德模范(含提名奖)、全国劳动模范、中国好人等省部级以上同类荣誉情况,若有2人次或2人次以上	10	P
		若有1人次	5	
80.	科普宣传	查验媒体是否设有科普栏目/平台,若有	5	B
		否则	0	
81.	普法宣传	查验媒体是否设有普法栏目/平台,若有	5	B
		否则	0	
82.	常识教育	查验媒体是否设有常识教育栏目/平台,若有	5	B
		否则	0	
83.	充当语言模范	查验媒体“文字差错率”是否符合国家出版物质量标准,若符合	10	B
		否则	0	
84.	公民媒介素养教育	查验媒体是否培养公众的媒介使用能力和媒介信息解读能力,若有相关栏目/节目或活动	10	P
		否则	0	
85.	大学生媒介素养教育	查验媒体是否与大学合作授课或开展各类活动,以培养人才和读者,若有相关活动	5	P
		否则	0	
86.	传统媒体教育栏目建设	查验媒体的传统媒体平台是否设有教育栏目,若有3个以上	5	B
		否则	0	
87.	新媒体教育栏目建设	查验媒体的新媒体平台是否设有教育栏目,若有5个以上	5	P
		否则	0	
88.	及时发布惠民政策信息	查验媒体能否及时发布惠民政策信息,若能	10	B
		否则	0	
89.	振奋民族精神,改良社会风气	查验媒体是否积极弘扬正能量,若能长期坚持	10	B
		否则	0	
90.	反映弱势群体的意见、呼声	查验媒体是否积极帮助弱势群体发声,若能长期坚持	10	B
		否则	0	
91.	关注青少年成长	查验媒体是否坚持正确引导青少年,若能长期坚持	5	P
		否则	0	
92.	关注农民群体	查验媒体是否积极发布农业、农村相关报道,若能长期坚持	5	P
		否则	0	
93.	关注妇女儿童	查验媒体是否关注妇女儿童权益,若经常发布相关报道	5	P
		否则	0	
94.	采访报道贴近实际、贴近生活、贴近群众	查验媒体报道能否贴近实际、贴近生活、贴近群众,若能	5	P
		否则	0	
95.	保护受害者、证人、犯罪嫌疑人隐私	查验媒体案件报道过程中是否侵犯受害者、证人、犯罪嫌疑人隐私,若未侵犯	10	B
		否则	0	
96.	照顾受害者情绪	查验媒体案件报道过程中能否照顾到受害者情绪,若能	10	B
		否则	0	
97.	文字画面不使人感到不适	查验媒体灾难报道中是否有让人感到不适的文字或画面,若没有	10	B
		否则	0	
98.	照顾当事人情绪	查验媒体灾难报道过程中能否照顾到当事人情绪,若能	10	B
		否则	0	
99.	尊重残障人士人身权利	查验媒体报道过程中是否侵犯残障人士人身权利,若没有	10	B
		否则	0	
100.	尊重未成年人人身权利	查验媒体报道过程中是否侵犯未成年人人身权利,若没有	10	B
		否则	0	
101.	尊重其他特殊人群人身权利	查验媒体报道过程中是否侵犯除残障人士、未成年人以外其他特殊人群人身权利,若没有	10	B
		否则	0	
102.	投资文化产业项目	查验传媒机构是否投资了文化产业项目,若有投资项目	5	P
		否则	0	

103.	参与文化类影视作品制作	查验传媒机构是否参与过文化类电影、纪录片、电视剧、综艺节目制作,若参与过 否则	5 0	P
104.	文化周边产品生产情况	查验传媒机构是否生产、经营文化周边产品,若生产经营过 否则	5 0	P
105.	举办文化类活动	查验传媒机构是否举办过文化类活动,若举办过 否则	5 0	P
106.	倡导文化旅游	查验传媒机构是否经常性倡导文化旅游,若有 否则	5 0	P
107.	弘扬优秀传统文化	查验媒体是否积极弘扬优秀传统文化,若长期坚持 否则	10 0	B
108.	正确解读、普及优秀传统文化	查验媒体是否积极普及传统文化相关知识,若长期坚持 否则	10 0	B
109.	宣传社会主义核心价值观	查验媒体是否积极宣传社会主义核心价值观,若长期坚持 否则	10 0	B
110.	宣传中国梦	查验媒体是否积极宣传中国梦,若长期坚持 否则	10 0	B
111.	宣传地域红色文化	查验媒体是否积极宣传当地红色文化,打造文化名片,若长期坚持 否则	5 0	B
112.	副刊、专栏建设	查验媒体是否设有文化副刊、专栏,若有 否则	5 0	B
113.	文化稿件/节目多样性	查验媒体文化稿件/节目种类数量,若有3种以上不同类型 否则	5 0	B
114.	挖掘报道当地特色文化资源	查验媒体能否挖掘报道当地特色文化,若能 否则	5 0	P
115.	挖掘文化热点	查验媒体能否打造文化热点,若能 否则	5 0	P
116.	提供文化活动信息服务	查验媒体能否及时发布文化活动的信息,若能 否则	5 0	P
117.	将媒体自身打造成文化品牌	查验媒体是否有较强的品牌影响力,若有 否则	5 0	P
118.	打造文化品牌栏目/节目	查验媒体是否有影响力较强的品牌文化栏目/节目,若有 否则	5 0	P
119.	主动与国外相关机构合作	查验媒体是否与国外有文化合作项目,若有 否则	5 0	P
120.	推动中国文化走出去	查验媒体是否在国内外有传播平台,若有 否则	5 0	P
121.	国外优秀文化引进来	查验媒体是否有国外文化子媒体、栏目/节目,若有 否则	5 0	P
122.	从业人员准入管理	查验媒体是否有新入职员工资格审查、岗前培训流程,媒体员工遵纪守法情况,若有完善流程且无违法乱纪现象 若员工审查、培训流程不完善,但无违法乱纪现象 若媒体主要领导有严重违纪、违法事件,有造成重大社会影响的员工违纪违法案件,受到有关主管部门通报批评或问责处理等情况	10 0 -10	B
123.	新闻业相关证件管理	查验媒体是否有严格的新闻采编从业资格证明、记者证颁发考核流程,若有 否则	10 0	B
124.	道德自律委员会	查验媒体是否有道德自律委员会,若有且正常运作 否则	5 0	B
125.	“三项学习教育”活动	查验媒体是否积极开展“三项学习教育”活动,若开展过且有一定实效 否则	5 0	B
126.	“两学一做”学习教育制度化常态化	查验媒体“两学一做”是否制度化常态化,若有一定实效 否则	5 0	B
127.	“走转改”长期化	查验媒体能否深化“走转改”活动,使之常态化、长效化,若能 否则	5 0	B
128.	在公开采访时出示记者证	查验媒体记者是否在必要时出示记者证,若出示 否则	5 0	B
129.	开设用户热线	查验媒体是否开设用户板块、栏目/节目等,若已开设 否则	5 0	B
130.	畅通用户意见渠道	查验媒体是否开设了用户意见专栏,若已开设 否则	5 0	B
131.	及时对社会投诉作出回应	查验媒体是否会及时处理社会投诉,若能及时有效处理 否则	5 0	B
132.	不侵犯他人知识产权	查验媒体是否有侵犯他人知识产权的现象,若没有 否则	10 0	P

133.	不刊播虚假、片面新闻	查验媒体是否刊播过虚假、片面新闻,若没有 若有新闻报道严重失实,产生严重社会不良影响	10 -10	B
134.	严查新闻敲诈行为	查验媒体是否有新闻敲诈事件,若没有 否则	10 0	B
135.	不收受贿赂	查验媒体是否有受贿情况,若没有 否则	10 0	B
136.	不刊播低俗新闻	查验媒体是否刊播过庸俗、低俗新闻节目,若没有 若有因恶意炒作产生严重社会不良影响情况	10 -10	B
137.	遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等相关法律法规,若遵守	查验媒体是否严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等相关法律法规,若遵守 否则	10 0	B
138.	遵守《印刷业管理条例》《出版管理条例》等相关法律法规	查验媒体是否严格遵守《印刷业管理条例》《出版管理条例》等相关法律法规,若遵守 否则	10 0	B
139.	遵守《广告法》《互联网广告管理暂行办法》等相关法律法规	查验媒体是否严格遵守《广告法》《互联网广告管理暂行办法》等相关法律法规,若遵守 否则	10 0	B
140.	规范管理广告档案	查验媒体是否设有广告档案管理规章制度,若有且能严格执行 否则	5 0	B
141.	严格广告经营管理	查验媒体是否设有广告经营管理规章制度,若有且能严格执行 否则	5 0	B
142.	采编经营两分开	查验媒体能否严格做到采编经营两分开,若能 否则	5 0	B
143.	明确广告代理责任	查验媒体是否能严格明确广告代理责任以规避风险,若能 否则	5 0	B
144.	广告审查、请示报告、纠错制度	查验媒体是否设有广告审查、请示报告、纠错制度,若有且能严格执行 否则	10 0	B
145.	严格规范子媒体的经营行为	查验媒体是否有子媒体经营管理规章制度,若有且能严格执行 否则	10 0	B
146.	严格规范新媒体的经营行为	查验媒体是否有新媒体经营管理规章制度,若有且能严格执行 否则	10 0	B
147.	严格规范子公司的经营行为	查验媒体是否有子公司经营管理规章制度,若有且能严格执行 否则	10 0	B
148.	严格限制记者站的经营行为	查验媒体是否按照《新闻单位驻地方机构管理办法》要求,严格限制记者站的经营行为,若记者站设有从事广告、出版物发行、开办经营实体等与新闻采编业务无关的活动 否则	10 0	B
149.	安全刊播学习教育	查验媒体是否积极开展安全刊播学习教育活动,若开展过且有一定实效 否则	5 0	B
150.	新闻刊发“三审制”	查验媒体是否执行新闻刊发“三审制”,若能严格执行 否则	10 0	B
151.	把关人业务水平	查验媒体是否安排有能力的把关人,若把关人资历深 否则	5 0	B
152.	奖惩制度	查验媒体是否建立有效的评优和差错处罚制度,若有 否则	5 0	B
153.	建立自查体系	查验媒体是否有差错检查机构和规章制度,若有 否则	5 0	B
154.	建立应急预案保障体系	查验媒体是否有应急预案和人员机构,若有 否则	5 0	P
155.	严查网络隐患	查验媒体是否及时清查网络上的不良信息和漏洞,若网络安全状况良好 否则	5 0	P
156.	规范对新媒体设备的管理	查验媒体是否规范使用、维护新媒体设备,若无因使用设备不当导致的刊播问题 否则	5 0	B
157.	规范内部计算机和网络管理	查验媒体是否规范使用、维护计算机设备,若无因使用设备不当导致的刊播问题 否则	5 0	B
158.	遵守相关法律法规和规章制度	查验媒体能否严格遵守《出版管理条例》《广播电视管理条例》等法律、法规、条例,若能遵守 否则	10 0	B

159.	层层落实责任	查验媒体能否落实差错责任人,若能落实 否则	10 0	B
160.	开设群众监督渠道	查验媒体是否开设了群众监督渠道,若已开设 否则	5 0	B
161.	受理不良信息举报	查验媒体是否能及时处理社会举报的不良信息,若能及时处理 否则	5 0	B
162.	劳动合同内容的完备性	查验媒体签订的样本劳动合同,若完全具备了国家法律法规规定的必备条款 否则	10 0	B
163.	劳动合同签订率	查验媒体签订率,若签订率达到100% 否则	10 0	B
164.	遵守《工伤保险条例》及其他法律法规情况	查验媒体遵守《工伤保险条例》及各地工伤保险条例实施细则的情况,若已为全体职工缴纳工伤保险 否则	10 0	B
165.	社会保险费缴纳情况	查验媒体缴纳社会保险费情况,若依法足额缴纳且比例达到100%的 否则	10 0	B
166.	员工补充保险缴纳情况	查验媒体为员工缴纳补充保险情况,若建立相应制度且缴纳补充保险人数超过员工人数50% 若建有制度但低于50% 没有缴纳补充保险的	10 5 0	P
167.	执行最低工资标准情况	抽取媒体在册员工总数2%-10%(不低于20名)的基层员工工资发放记录,若执行最低工资标准情况符合当地现行标准且达到100% 否则	10 0	B
168.	按时、足额发放工资情况	抽取媒体在册员工总数2%-10%(不低于20名)的基层员工工资发放记录,对比媒体与员工签订的劳动合同、国家及当地工资支付规定,若全部按时足额发放 否则	10 0	B
169.	建立工资集体协商机制和集体合同签订情况	查验媒体是否建立工资集体协商机制和集体合同制度的生效文本,并具备协商、审议和履行的民主程序和文书资料。若既有生效文本又曾有效实施 若有制度但没有充分有效实施 没有制度和相应措施	10 5 0	B
170.	员工薪酬与媒体效益同向变化情况	查验媒体是否按规定程序制定并执行工资收入总额增长的具体方案,工资收入增长率参照当地、当年媒体职工工资增长指导线适当增长。若有 否则	10 0	P
171.	工作时间合法性	查验媒体的工时和加班制度,是否符合基准性或禁止性规定。若均符合 否则	10 0	B
172.	落实员工带薪休假情况	查验媒体的带薪休假、探亲假、婚丧假、产假等的实施情况,是否符合国家及所在省份的规定。若均符合 否则	10 0	B
173.	为采编人员办理新闻记者证	查验媒体是否及时为符合资格的采编人员办理新闻记者证 否则	5 0	B
174.	提供工作所需的安全设备与条件	查验媒体是否提供安全的工作条件,配备相应的安全设施、设备,设施、设备、建筑物是否符合安全标准,若都已配备并符合标准 否则	10 0	B
175.	安全管理制度	查验媒体是否依法制定安全管理制度并确保有效运行,若制定并有效运行 若制度较健全但运行情况一般 否则	10 5 0	B
176.	安全事故伤亡率	查验媒体上一自然年度至评估日的事故记录和有关部门记录,若无安全事故发生 若发生安全责任事故、消防责任事故等但无人员伤亡 若发生人员伤亡事故	10 0 -10	B
177.	对员工人格尊严的保障	查验媒体对于员工在工作环境中的人格尊严的保障制度,公平对待不同民族、性别、种族、国籍、年龄、宗教信仰的员工的情况,若制度完善 否则	10 0	P
178.	保护员工的个人资料和隐私	媒体是否有保护员工个人资料与隐私的制度或措施,若有有效执行的依据 否则	5 0	P
179.	为孕妇、哺乳妇女等特殊人群提供特殊保护	查验媒体是否遵守女员工和未成年工特殊劳动保护规定,若有有效执行的依据 否则	10 0	B
180.	设立员工支持和帮助体系	查验媒体是否设立完善的员工支持和帮助体系,若有充分实施的依据 若有部分实施的依据 若没有实施依据	10 5 0	P
181.	慰问活动	查验媒体是否开展老员工、特殊人群员工慰问活动,若开展过 否则	5 0	P

182.	定期体检员工的比率	查验媒体是否有员工定期体检制度及相关记录,若有且定期体检员工比例达到100% 若媒体对员工进行不定期的体检或体检员工比例未达到100% 无体检	10 5 0	B
183.	职业病预防措施及已发生职业病的治疗情况	查验媒体是否采取完善的职业病防范及治疗措施,若有完善措施并有适当的预算安排 若媒体对员工采取一定的职业病防范、治疗措施 无防范和治疗措施	10 5 0	B
184.	心理健康关怀	查验媒体是否开展有关心理健康的活动,若有充分的依据 若没有充分依据	5 0	P
185.	文体娱乐设施	查验媒体是否配备有文体娱乐设施,若有 否则	5 0	P
186.	员工食堂	查验媒体是否开设有员工食堂,若有 否则	5 0	P
187.	夜班宿舍	查验媒体是否配备有夜班宿舍,若有 否则	5 0	P
188.	倡导员工工作与生活的平衡情况	查验媒体是否倡导员工工作与生活的平衡,提升员工生活质量情况,若积极引导 否则	10 0	P
189.	工、青、妇开展文体娱乐活动情况	查验媒体是否积极开展文体娱乐活动,若经常开展 否则	5 0	P
190.	工会组织建立和有效运行	查验媒体是否依法成立工会组织,相关报批登记材料是否完备,若有工会组织或参加相关工会网络并能履行工会职责及开展活动 有制度和程序,但仅有部分执行 若没有工会组织且并未参加相关工会网络	10 5 0	B
191.	参加工会的员工比例	查验媒体工会选举及会员名录等资料,若基层员工比例达到70%以上 否则	5 0	B
192.	员工民主参与渠道与机制	查验媒体是否有完善的员工民主参与重大经营活动和决策的渠道与机制,并有执行的依据,若有 若有但还不完善 否则	10 5 0	B
193.	人才推荐申报	查验媒体是否及时为员工提供人才推荐申报服务,若推荐过人才 否则	5 0	P
194.	奖励制度	查验媒体是否设有对优秀员工、重大成就进行奖励的制度,若有 否则	5 0	P
195.	保障员工平等的雇佣、发展机会	查验媒体是否建立平等雇佣制度,公平对待不同民族、性别、种族、国籍、年龄、宗教信仰的员工的情况,若已建立 否则	10 0	B
196.	专业技术职务评审和等级工考试	查验媒体是否及时开展专业技术职务评审和等级工考试,若能及时开展 否则	10 0	B
197.	建立员工培训管理体系	查验媒体是否建立培训管理体系,包括员工培训的组织机构、培训制度、培训类别、课程体系、培训考核等,以及是否为员工制定终生学习计划及职业发展规划,若有 有培训管理体系,但尚不完善 无培训管理体系	10 5 0	B
198.	员工培训力度	查验媒体是否按国家规定提取职工教育经费以及员工培训情况,包括:员工培训总投入(万元)、员工培训覆盖率(%)、人均培训时间(天)、员工多元化锻炼机会(如轮岗、交流、外派等提升员工能力素质的制度建设情况),若各项执行良好 达到法定基本培训要求的 否则	10 5 0	B
199.	培养员工融媒体报道能力	查验媒体是否专门培训员工的新媒体素养和融媒体报道能力,若有效展开培训 否则	5 0	P
200.	员工获新闻业务个人奖项情况	查验媒体员工获得长江韬奋奖(含提名奖)、全国、全省有突出贡献的中青年专家、入选“四个一批”等省部级以上新闻业务个人荣誉情况,若有2人次或2人次以上 若有1人次 否则	10 5 0	P

【本文为“首批齐鲁文化名家课题”初步成果】

(王修滋:大众报业集团党委常委、副总编辑;蔡笑元:大众报业集团新闻研究所编辑)