

首届中国报业集团高层座谈会今日启幕

加快媒体转型,推动融合发展

本报济南11月26日讯(大众日报记者 赵琳) 初冬的济南,迎来一场媒体盛会——27日,首届中国报业集团高层座谈会启幕。

会议由中国新闻出版传媒集团发起,联合大众报业集团(大众日报社)举办。中国记协、国家新闻出版广电总局、中国新闻出版传媒集团的有关负责人,

以及全国30家主流报业集团和3家行业媒体的主要负责同志,聚首泉城。

2014年是全面深化改革元年,亦是媒体融合发展的关键之年。习近平总书记强调,要推动传统媒体和新兴媒体融合发展。面对巨变之中的媒体格局,站在转型的十字路口,传统媒体应当如何应对?为此,首届中国报业

集团高层座谈会,将围绕壮大主流舆论、深化改革、产业发展、媒体融合等方面进行交流。中国记协、中国新闻出版传媒集团、各报业集团有关负责人将进行主题发言和自由发言交流。

“看了本届座谈会的与会人员名单,我很兴奋!可见此次座谈会规格之高,号召力之强,媒体人对媒体融合发展十分重

视。”中国新闻出版传媒集团董事长、社长马国仓对记者说,中国新闻出版传媒集团是“媒体中的媒体”,一直关注中国媒体发展动态。他表示,党报是重要的舆论媒体,如果在媒体融合发展过程中,党报集团能够抢占先机、赢得主动,中国的媒体融合发展就能真正走在前面。

大众报业集团党委书记、董

事长、总编辑傅绍万介绍,本届座谈会主题是“加快媒体转型推动融合发展”,旨在共同探讨当前传统媒体和新兴媒体融合趋势,交流报业集团发展经验,提振媒体从业者办报信心,推动我国传媒业全面深化改革,探索打造拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团的路径和措施。

全国人大常委会、教科文卫委员会主任委员柳斌杰:

国家正准备建全国信息总平台



柳斌杰

“媒体融合是中央提出推进媒体发展的重要方向。”26日,全国人大常委会、教科文卫委员会主任委员柳斌杰说,从发展态势来说,传统媒体和新媒体,媒体与社会文化方面发展的不协调,需要通过融合发展来优势互补,形成新的媒体集团,主导新闻舆论的传播。

中央提出了相关政策,但实际推进有一定困难。柳斌杰分析,因为体制改革不到位,管理模式难以融合,在资本层面融合还有一定困难。柳斌杰认为,媒体融合可以是资本或业态上的融合,业态融合方面,好多主流媒体集团已经在尝试。

但目前的这种合作中,存在渠道强于内容的问题。他说,新闻方面的版权保护是有薄弱环节的,过去提供的产品无偿使用,“光吃免费午餐,‘奶牛’谁来养?”

柳斌杰介绍,国家正准备建立一个全国的信息总平台,作为信息总出口,任何互联网,任何电商进入这个平台都要付费。而纸媒在发展过程中应通过管理和法律手段,进一步提升知识价值,同时利用多渠道多平台,共享信息和经营收益。

文/本报记者 马云云 片/大众日报记者 房贤刚

中国新闻出版传媒集团董事长、社长马国仓:

技术传播内容,而不是取代



马国仓

“内容和内容,应该说是媒体的两个巴掌,缺少了哪个都不行。”马国仓说,当前以纸媒为代表的传统媒体似乎在新媒体“攻势”下有式微的趋势,很多人都这么看,“但从历史上看,技术和内容往往是相辅相成的,就像造纸术、印刷术的发展,极大地促进了内容的传播,而这些技术却无法取代内容。同理,当下的新技术,对传统媒体来说,同样是机遇,而不是取代内容生产。”

在马国仓看来,内容生产上,以纸媒为代表的传统媒体具有自己独特的优势,主要表现在纸媒经过长时间的发展,具有专业化的新闻队伍、长期形成的品牌、广阔的信息渠道、丰富的经验。

马国仓说,这一波新技术的出现,需要新技术与传统媒体的融合发展。今年,中央深改组通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,充分表明了国家对媒体融合发展的重视,马国仓表示,在这一轮融合发展中,技术略显强势,而现在纸媒在融合发展中,还没有找到成熟的模式。

本报记者 李钢

湖南日报报业集团党组书记、社长、董事长覃晓光:

跳出地区办媒体,跳出报纸办报纸



覃晓光

“不是读者少了,而是纸媒有没有跟上。”覃晓光说,“报纸办得不好看,所以不能怪广告客户不找我们。”

覃晓光说,新媒体与传统媒体之间不是你死我活的取代关系,而是水乳交融的互补关系。完全可以通过新媒体扩大和延伸纸媒影响力。平台上,努力实现全面打通,湖南日报报业集团将华声在线、三湘都市报及每天传播网整合,打造三湘华声“全媒体”概念;内容上,实现统一生产,不同媒介根据各自需求发布;营销上,报纸、活动、网站、户外的广告都可以捆绑。

说起报业集团的未来之路,覃晓光认为,“跳出地区办媒体,跳出报纸办报纸。我们现在一办报二上市三盖楼,办报的重点是整合,同时,把集团相关的一些企业整合在一起,走资本市场。”

覃晓光还认为,传统媒体在新闻深度和深耕本地上可以大做文章。

本报见习记者 周国芳

天津日报报业集团总编辑王宏:

广告客户会更注重精准投放



王宏

说起当前新媒体“万马奔腾”的状况,王宏倒有几分冷静,他认为,不管是新媒体,还是传统媒体,内容才是最重要的。

王宏认为,新媒体的繁荣并不意味着报纸衰落。如今,看报纸的还是会看报纸,不看报纸的,通过新媒体看到了报纸的内容,报纸的影响力反而扩大了。“面对融合的大潮,报纸应该以内容立身,先把自己做好,再借助新媒体提升影响力。”

王宏介绍,近年来,天津日报报业集团在报网融合方面做了不少尝试,一直努力把天津日报和天津网打通,用小接口塑造大影响,把新媒体当成平台,发挥传播优势,进一步提升竞争力。

王宏说,随着市场和读者群的细分,纸媒和新媒体会逐渐找到自身的新定位。未来的广告客户也会更加注重精准投放,提升广告效益,所以整体来看,两者会互为补充,长期共存。

本报见习记者 张九龙

南方报业传媒集团副总编辑、南方日报社总编辑王更辉:

照搬报纸内容,不叫新闻网站



王更辉

王更辉认为,纸媒最重要的还是做好内容,主业不能丢,这是看家本领。在此基础上,主动利用新的传播技术,实现传统媒体和新媒体的融合共赢。

至于融合的路径,王更辉坦言,现在各地报业集团均处于摸索阶段,南方报业传媒集团实施的是“一体两翼”的多元化发展战略:“一体”就是南方报业,“两翼”分别是南方网和“289艺术园区”。

王更辉说,以前纸媒的官网更多的是照搬报纸内容,点击量自然上不去。如今,南方网整合了集团旗下子报等大量采编资源,在组织架构上,成立了专门的报网编辑委员会;在及时性上,前方记者采访过程中实时发布信息;在多样性上,鼓励名记者编辑在网站开栏目。内容不断充实起来,越来越像真正的新闻网站,有看点了,用户自然也就多了。

本报记者 宋立山

重庆日报报业集团总裁向泽映:

留得人才在,不怕被淘汰



向泽映

“有些优势是纸媒长期积淀的,新媒体无法比。”向泽映认为,与新媒体相比,报纸的品牌影响力、公信力强,专业优势出众,社会基础广泛,具有严密的体系,“最关键的是,造就了一大批经过长期锻炼的骨干人才,他们具有广泛的适应性、开放的兼容性。有这样一批人才在,报纸就不会被新媒体淘汰,反而会迎来新生。”

向泽映特别强调人才的重要性,他说,现在集团内部正在进行人才结构、知识结构的改进和调整,大力吸纳新型的复合型人才,“我们还提出了‘协同创新、综合配套’的理念,把员工送到高校进行教育和培养,建立了产学研相结合的体系。这样我们集团除了具有传统媒体所具有的政治性、文化性等特点外,还具有前沿性、科技性、尖端性等新特点,实现了从文化单位到技术研发、创新单位的转变。”

本报见习记者 朱文龙

浙江日报报业集团副社长蒋国兴:

媒体融合要用服务黏住用户



蒋国兴

“智能手机的发展,对我们做新媒体是杀伤力最大的一把剑,但也打开了最大的一扇门。”蒋国兴表示,传统媒体正在经历一个去中心化的过程,互联网对新闻媒体的解构,让不少纸媒从大众媒体转为小众媒体。

蒋国兴表示,在传统媒体和新媒体的融合中,应该坚持“服务集聚用户,新闻传播价值”的理念,用新闻免费、服务收费来解决商业模式的问题。为此,传统媒体应该在报网融合中,提供读者真正感兴趣的内容,把纸媒的忠实读者吸引住。

蒋国兴认为,在媒体融合的过程中,传统媒体的公信力仍然是一个重要的支撑,市民对传统媒体的信赖度、认同度更高一些。为此,浙江日报报业集团尝试建成一个枢纽型传媒集团,以用户为中心,建立包括媒体内容和受众在内的数据库,并对传媒产业进行重构。

本报记者 王光营

深圳报业集团党组成员、深圳特区报总编辑胡恒芳:

发展新媒体,离不开报纸母体



胡恒芳

“2015年将是报业要面临的很大的转折点。”胡恒芳说,这容不得固步自封。

今年,在报业下滑的整体局势下,深圳特区报的发行量逆势上扬,较去年同期增长了16%。胡恒芳认为,这得益于该报不断开辟新领域,尤其做出符合时代要求的内容。该报推出的新春系列评论,从邓小平南巡的1992年至今年,在全国形成十分广泛的影响,“春节一上班整个深圳党政干部几乎都在看”。今年深圳特区报推出《改革进行时》专版,成为各区、各部门展示改革举措的比武场,还与前海开发区合作,推出了《前海特报》专版。

胡恒芳说,新媒体出现后,核心竞争力还是内容,而新媒体一定是靠传统媒体这个母体发展,因为“母体是内容生产商”,要完全脱离传统媒体的母体另辟蹊径,就是无源之水。

本报记者 马云云

除署名外,本版摄影
本报记者 戴伟