

全国人大常委、 教科文卫委员会主任委员柳斌杰 研究传播立法 终结媒体管理 两个尺度现象



◆国家准备建设平台加强新闻知识产权保护,新闻内容将不再是“免费午餐”
◆媒体融合在体制改革不到位、管理模式和资本难融合

□ 本报记者 杨学莹 本报实习生 王哲

26日晚,柳斌杰到达济南,标志性的卷发和浓眉,让人一眼就能认出他来。干过媒体,管过媒体,现在研究媒体立法的他,讲起媒体融合,丝毫看不出旅途的疲劳。

新媒体发言随意,吸引眼球;传统媒体管制严格,面容呆板。一样传播两个尺度,让传统媒体常叹“带着镣铐跳舞”,环境不公,柳斌杰结合他最近在人大工作透露,国家正在研究传播立法,将终结这一局面。

“依法治国,新闻传播也要有法治思维,走向法治轨道。否则,底线不清,边界不明,媒体不好把握。”他说。哪些东西能传播,哪些不能传播,法制、道德、社会秩序的底线要明确,这个法就可以管住所有的媒体。用各种条条框框把体制内的管得很死,眼看着它们的影响力减弱,阻碍它们发挥作用;新媒体发展越来越好,影响力越来越大,形成另外一个舆论圈,无法管制。这种不平衡是不可取的。另一方面,传播立法能使媒体获得自主权,媒体依法行使法律赋予的职权,可以依法判断自己的行为。

过去,传统媒体的新闻作品网站拿来免费用,柳斌杰认为是不正常的。“花这么多钱,你还没用呢,互联网就给你用了,增加了它的点击率,提高它的广告收入,这不符合新闻生产的规律。我多次讲过这个话,‘你们互联网,光吃免费午餐,奶牛谁来养?’”

柳斌杰透露,国家正准备支持建立一个总的平台,加强对新闻作品知识产权的法律保护。所有的原创新闻放到这个平台上,任何互联网,任何电商只能在这个平台上使用采访信息,付费使用。

融合是中央提出推进媒体发展的重要方向,但实际推进很困难。柳斌杰认为,要媒体融合,首先要推动改革。

原因首先是体制改革不到位。传统媒体是党委、政府部门主办,国家投资的国有事业单位;新媒体是市场兴起的,是社会多元的资本。改革不到位,这两种主体的融合还存在体制障碍。二是管理模式难以融合。现在的国有媒体隶属于一个单位或地区,要超过这个界限去融合,就必须变为相对独立的实体,它能自主决定哪个部门,哪个方向的区域融合。中央3年前就提出部门与所属媒体脱钩,到现在也落实得不多。媒体愿意融合,但部门领导不让,管理体制有问题。三是在资本层面融合有很大困难。传统媒体的出资人是国家,新兴媒体的出资人是个人或者合作股份。现在资本难以按照资本市场的规则去流通,这涉及国有媒体价值的评估,产权的清晰。

媒体融合怎样实现? 如何借助互联网思维? 新媒体盈利模式路在何方?

全国报业领军人物泉城论剑



李军 陆先高 王开 郅正 蔡小伟 邹贤启 覃晓光 刘红兵 蒋国兴 李少军

11月26日,参加首届中国报业集团高层座谈会的各位代表陆续抵达济南,本报记者对他们进行了专访。

李军 国家新闻出版广电总局新闻报刊司副司长
抓住战略思想、互联网思维,技术先导、融资平台,知识产权“五个关键”,实现传播模式、商业模式、组织模式、人才选拔培养模式“四个创新”。

陆先高 光明日报报业集团副总编辑
必须看到的是,受冲击的不仅仅是传统媒体,也包括网络媒体。要从理念、流程、技术、产品、人才、渠道、市场、资本等八个方面统筹融媒体的发展,渠道的融合,媒体融合工程就是要解决在新媒体、新技术层出不穷的情况下,如何保持对新的传播渠道的高度关注与应用,并具备策划实现拓展全新渠道的能力。光明网在10月份做过一个统计,结果表明,来自移动端的访问量已经超过了PC端,最后我们希望在更多新的渠道实现突破。

王开 内蒙古日报社党委书记、社长
不融合就没有出路。媒体的对象,原来叫“受众”,而在互联网思维下,新提法是“用户”,注重用户体验,这就是互联网思维的典型表现。传统媒体与新媒体的融合是个解构并建构的过程,最终形成全媒体矩阵。

郅正 吉林日报报业集团党组书记、社长

应对新挑战,要做到“争”与“合”。所谓“争”,就是要依托传统优势与新媒体竞争。公信力和影响力是党报的核心竞争力。光“争”不行,受众在变化,必须适应新形势做好“合”的文章,依托媒体融合放大党报影响力。站在新节点上展望,未来的媒体融合将是“大融合”概念。

蔡小伟 福建省委宣传部副部长、福建日报报业集团社长

面对融合发展的浪潮,媒体需要挽起裤脚,“两步并作一步走”。传统媒体与新媒体的融合,不是简单地做加法,它包括思维方式、平台、话语体系、技术等各方面的融合,这才是“有机”融合。媒体的融合是开放的,要有更宽泛的眼光,甚至可以不局限于媒体,“媒体说到底也是服务类商品,要考虑各种服务形态”。

邹贤启 湖北日报传媒集团党委书记、社长、董事长

媒体融合发展最大的困难还是观念的转变,观念引领行动。不少传统媒体对于融合发展坐等政策,坐等资金,坐等项目,缺乏从市场找项目,找资金,找办法的观念。

覃晓光 湖南日报报业集团党组书记、社长、董事长

“用传统媒体的‘草’来喂新媒体的‘羊’,再用新媒体的‘奶’来反哺传统媒体,结果会是草壮羊肥。”从最初的传统媒体与新兴媒体“你是你,我是我”,到如今我们已经完成第二步“你中有我,我中有你”。未来我们会进一步融合,通过人员调整,体制机制融合,平台对接,产品融合等多种方式,真正做到“你就是我,我就是你”。

刘红兵 羊城晚报报业集团党委书记、管委会主任、羊城晚报社社长

内容是魂,用户是根,产业是本。如果新媒体部负责搞新媒体,其他部门在搞老媒体,是做不成的。

蒋国兴 浙江日报报业集团副社长
我们的新媒体是不挣钱的,但是,能够接触用户,跟踪和感知用户的需求,这就是价值。不一定非得给每个新媒体下“盈利指标”。一个集团,要发挥整体优势。

李少军 成都传媒集团党委委员、副总编辑

只有取得了影响力,才可能找到盈利的模式,但并不是取得影响力就一定盈利。

转型、突破、跨越,各家报业集团做了什么,正在做什么,将要做什么?

纸媒突围的路径探索

陆先高 光明日报报业集团副总编辑

光明日报在报社层面成立了融媒体中心,承担所有新媒体领域的技术支持,并负责产品设计和市场对接。近年,光明网先后推出了光明云媒、云端读报等新媒体产品。媒体融合发展需要巨大的投入,仅仅依靠报社自身的积累显然不现实,我们会实时研究战略投资,实现新媒体、新技术的投资。

王开 内蒙古日报社党委书记、社长

从去年开始,内蒙古日报社开始建设微博、微信、客户端等新形态的媒体平台。最近出台了一份媒体融合方案,计划在未来3年,投入6个亿打造音视频传播中心,全区网络宣传云平台,类似于维基百科的内蒙古百科等11个大项目。

郅正 吉林日报报业集团党组书记、社长

吉林日报报业集团加强了吉林网、吉林手机报、吉林日报微博、新闻客户端等报网融合一体化基础建设,同时成立新媒体部,依托手机报整合客户端等新媒体平台。目前吉林日报官方微博已经拥有48.3万“粉丝”。

正在探索党报新闻言论的报网一体互动。报纸容量有限,有些未发表内容可供稿至中国吉林网、吉林手机报,党报采编人员向新媒体供稿可计入工作量,也能获得相应报酬。

吉林省目前正投入资金支持中国吉林网建设,中国吉林网正进一步探索深化改革,积极探索合作伙伴,推进企业化经营。

蔡小伟 福建省委宣传部副部长、福建日报报业集团社长

2006年以来相继启动台海网、海都网、手机报、海都互动报等新媒体项目。2010年,提出“深化新闻资源整合,采编流程再造,培养全天候、多媒体的全能记者”。2011年,正式提出“构建覆盖广泛、信息丰富、技术先进的现代传播体系,打造全媒体平台”。2013年,法人微博、官方微信、云报纸、数字媒体体验馆、手机报、海都互动报等新媒体项目。

手机阅读基地等新媒体业态更加丰富。今年,《海峡都市报》和《福建日报》相继推出了“海都APP”和“今日福建”两款手机客户端。

邹贤启 湖北日报传媒集团党委书记、社长、董事长

2012年开始,湖北日报传媒集团着力投资新兴媒体产业,逐步成立了楚天尚漫、楚天神码、湖北日报数字传媒、楚天优品等公司,进军新闻漫画,移动客户端、户外电子屏、电子商务、大数据服务等新兴媒体产业。

经过三年的发展,湖北日报传媒集团产品总体受众超过3000万。其中,荆楚网、大楚网日均页面浏览量均超过2000万。

湖北日报传媒集团还在探索资本运作。7月1日,荆楚网在全国中小企业股份转让系统挂牌,成为全国首家拥抱资本市场的省级全国重点新闻网站。

覃晓光 湖南日报报业集团党组书记、社长、董事长

2009年3月,湖南日报报业集团将旗下三湘都市报、华声在线和湖南现代传播网整合,组建三湘华声管委会,并率先打出了三湘华声“全媒体”的招牌。2012年底,投资500多万元的三湘都市报96258公众服务中心正式开通运营,目前由“呼叫中心—采编中心—营销中心—物流中心—实体店”组成的全媒体产业链正在成型。近几年,效益每年以30%的速度增长。借助一些公共资源搭建技术平台,大大降低开发成本。

2009年,湖南日报将华声在线作为上市项目打造,并已进行两轮战略投资引进,目前上市的前期工作已经准备完毕。

蒋国兴 浙江日报报业集团副社长

浙报从2009年探索尝试传统媒体适应互联网的挑战。现在,集团旗下形成了涵盖网站、APP、微信、微博等各形态的新媒体产品超过200个,并形成了“三圈环流”的新媒体矩阵。直接拥有注册用户超过5亿、活跃用户

4000多万。互联网创造的利润已经超过了传统媒体创造的利润。近年来,在传媒业整体业绩普遍下滑的情况下,集团的整体利润实现了30%的增长。

2009年,浙报集团与阿里合作《淘宝天下》,2012年11月与腾讯合作的大浙网上线。2012年,浙报集团斥资31.9亿元收购游戏网站边锋网络平台,成为国内首家拥有亿级用户平台的媒体集团。今年中,集团开始边缘用户的媒体化服务尝试,结果远远超出预期,“新闻免费、服务收费”路子走通。现在,200多个新媒体产品中涵盖社区电商、文化服务、生活服务等各种类型,报业已经从传统的观察者、记录者,参与到社会生活的方方面面,直接走到了用户身边。

在浙报,新闻记者不再只关心自己的稿子能否登报,而是琢磨自己编发的稿子最后能给用户带去多少价值,被多少用户点击、评论、转发。在不远的将来,我们对内容产品的评价,将不再是评委评报,而是用户。

2013年是浙报的“新媒体元年”,我们启动了集团有史以来最大规模的全员培训。今年,我们又拿出来2000万扶持20个由采编人员开发的新媒体产品。

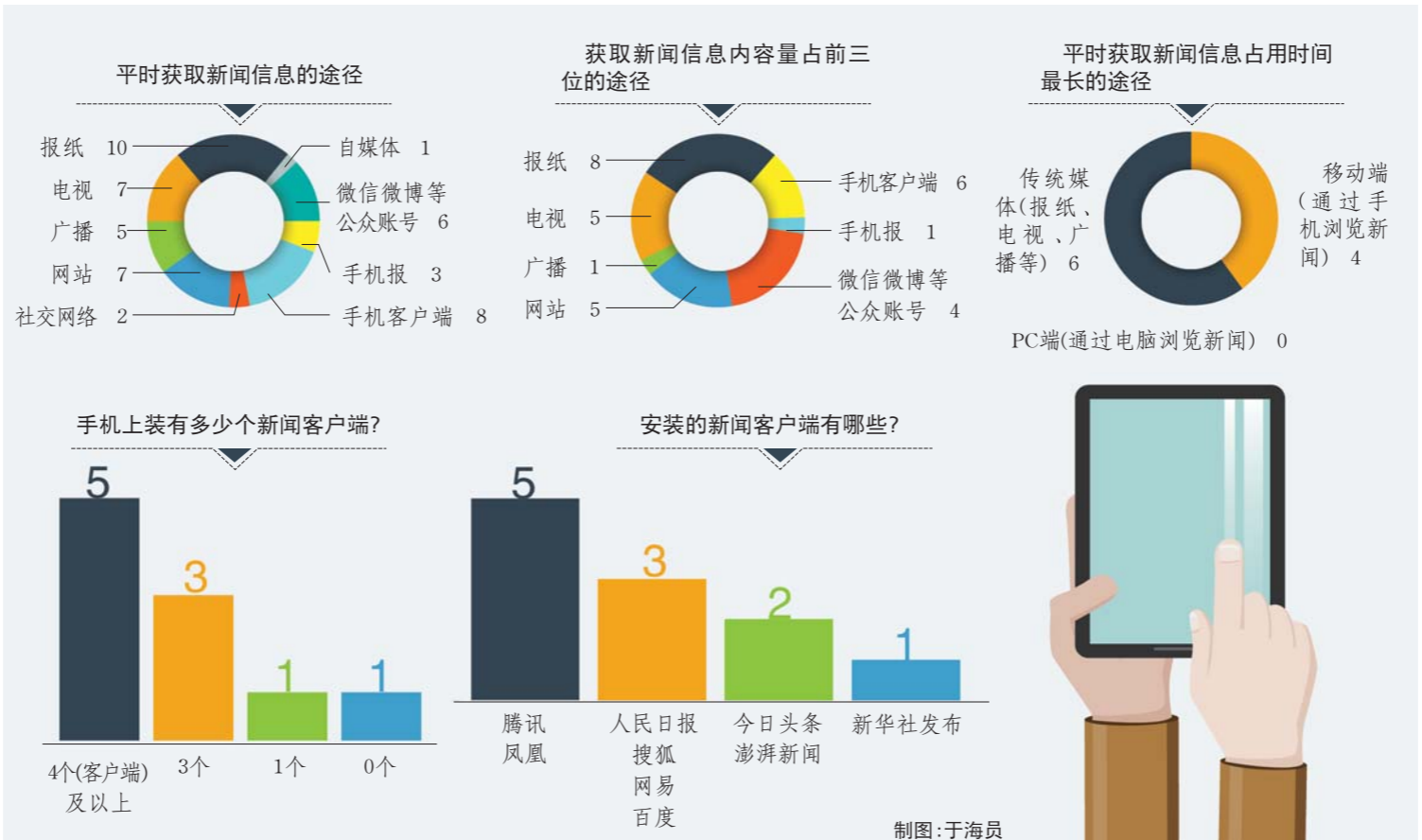
李少军 成都传媒集团党委委员、副总编辑

成都传媒集团已经发展了地铁传媒、数字新媒体、会展、旅游、酒店、文化地产等多元文化产业。今年从集团层面把媒体融合提上议事日程,成立了媒体融合的领导小组。

10月30日,成都传媒集团宣布启动进军新媒体“4311”战略,该战略涵盖了时政新闻、财经资讯、生活服务和数字娱乐等四大产品矩阵,成都传媒集团数字采编中心、自主建立技术研发中心、用户大数据中心等三大中心,一个新媒体产业园区,一个新媒体产业发展基金。在4个矩阵里,我们特别突出时政和财经。

本报独家问卷调查10位参会报业集团高层

报业老总们用啥看新闻



2014报界大事掠影

管理部门创新管理

8月18日,中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

传统媒体发力媒体融合探索

上海报业集团推出系列改革措施。纸媒方面,1月1日,《新闻晚报》休刊;3月17日,《东方早报》改版;10月15日,《文汇报》改版。新媒体方面,7月23日,“澎湃新闻”上线;9月22日,“界面”上线

1月14日,大众报业集团成立山东手机传媒有限责任公司,推出“山东手机报”及客户端

4月上旬,粤传媒联手甲骨文等探索大数据转型

6月11日,“新华社发布”客户端上线

6月12日,人民日报客户端上线

9月18日,四川日报报业集团发布四川新闻客户端等6种新媒体产品

10月30日,成都传媒集团发布成都日报“锦观”等五大新媒体产品

传统媒体尝试跨区域合作

3月28日,《北京日报》、《天津日报》、《河北日报》达成战略合作意向

3月22日,《大连日报》等6城市党报成立东北城市党报协作体

媒体改制、上市继续推进

5月8日,财政部等三部门发布通知,中央所属转制文化企业再增19家

部分纸媒探索行业版社区版

4月28日,广州日报推出《河源社区》等社区报。5月12日,齐鲁晚报成立山航站并推出《今日山航》,后又成立济铁记者站等行业记者站并推出相关行业版;5月26日,齐鲁晚报推出首份社区报《解放路大社区》,后又在济南推出多份社区报

(本版稿件除署名外由本报记者杨学莹、赵琳、张春晓、刘芝杰、陈晓婉、李铁、孙光凯采写,房贤刚摄影)