

而对各级治理者来说,摸清全媒时代传播规律,熟练利用全媒体完善治理,则是新时代必须及格的一道“测试”。媒体变迁不断加快的加速度,对治理者的用网治网能力和水平,提出了更紧迫和严格的要求。从政务信息的公开和互动,到对舆情的分析、引导和研判,再到公开数据的开放和管理等,每一道都不是送分题,都需要顺应大势、更新观念、锐意进取。如此,媒体融合的“赋能”才能真正推动社会治理的精准化、专业化和智能化。

(王丹 / 《光明日报》2019-02-02)

传统媒体如何对供给侧进行结构性调整

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.06.005

尽管当前各种平台、各种内容看似非常热闹,但未来一段时间将会进入一个内容相对短缺的时期,特别是优质内容、精准内容、有效内容。对于传统媒体来说则会进入改革的深水期,深化改革的方法是对供给侧进行深刻的结构性调整。

基本原则与做法,一是提高传统媒体供给到达需求的精准度。即传统媒体原有的广播电视频率频道和报纸期刊的版面必须压缩,向着移动、多屏、跨屏转换。供给应该随着用户走,用户是谁,我就给谁;用户在哪儿,我就给哪儿供给。

二是提升传统媒体供给满足和引导需求的有效性。即传统媒体原有的相当多的低效栏目节目和版面必须停办,低效频率频道必须整合改造,尽快改变传统媒体原有的以传播者为中心的生产方式,也就是“自产自销、自娱自乐、自生自灭”式的生产模式,将人、财、物等资源向着能够精准到达用户并且满足和引导用户需求的内容转型。

三是增强传统媒体供给覆盖用户的黏性。一方面,将传统媒体原有的渠道和平台结构拓宽延伸,向着跨渠道、跨平台的全媒体方向升级。这样就可以覆盖各个场景下的各种用户;另一方面,将内容和服务矩阵化和系列化,以到达不同的目标用户,还要将内容和服务垂直化和细分化,精耕细作,深度开掘每个目标群体的价值。横向看,通过矩阵化到达每个用户群体;纵向看,通过垂直化开发每个用户群体。

未来,用户日益增长的需求,优质内容日益提升的标准,再加上技术的迭代升级,如5G、4K以及人工智能、增强现实等强体验技术,将会对媒体行业提出更高的内容、服务、传播要求。

(中国教育电视台总编辑胡正荣 / 微信公众号“综艺”2019-01-28)

传统媒体版权保护呼唤“顶层设计”

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.06.006

许多传统媒体为了增加影响力,免费向新媒体平台提供内容,结果使站出来维权的媒体孤掌难鸣。所以,个体维权很难,需要自上而下的“顶层设计”。

“顶层设计”不仅可以解决版权问题,还可以维护内容生产者的尊严,使传统媒体实现可持续发展。所谓“顶层设计”,

就是要以一个城市甚至以一个省市为单位,由宣传部门设立基金,以高于采编成本的价格购买传统媒体的优质内容,然后集中销售给新媒体平台,实现基本的收支平衡。

当然,如果有管理部门能够搭建一个更大的平台,对于媒体发展来说,那将是历史性的转折。平台内容的集中度越高,话语权越大,回报也越多,这样,传统媒体不用单独向新媒体销售内容,更不用“坐等”新媒体无偿转载。最终,传统媒体专心做内容,就可以实现正常的运转。相信内容会越来越值钱,而采写优质内容的记者编辑会更有价值,由此激发出他们更多的能量,为社会贡献更好的内容,形成良性的循环。

(北京青年报社原社长、北京市新闻工作者协会副主席张延平 / 《中国新闻出版广电报》2019-01-31)

澳大利亚纸媒的日子为何比较“滋润”

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.06.007

尽管受到互联网尤其是移动新媒体的巨大冲击,但澳大利亚传统媒体尤其是纸媒并未出现“断崖式”下跌,甚至可以说日子还算“滋润”,广告收入下滑不大,信任度不降反升。原因有以下几点:

第一,澳高校新闻专业的教学内容和手段,是数字化与传统手段相结合的,是融媒体式的,实现了与市场需求无缝接轨。比如,悉尼科技大学的新闻院系,开拓了“数字化新闻学”和“合作性新闻学”领域,采用新媒体手段进行教学,专设了模拟的全媒体采编平台“新闻编辑室”。这样学生在学校就可以沉浸式体验报社、电视台、电台、网站的采编场景,就业后适应能力强。

第二,澳大利亚法律严格保护版权。各传统媒体自己开发运营线上内容产品,并大多采取了“付费墙”制度,内容抄袭将受到法律严厉惩罚。也就是说,在澳大利亚类似“××新闻”或“××头条”第三方平台新闻平台是不可能产生的。

第三,澳民众对传统媒体的信任度一直比较高。大部分媒体即使是政府资助的公立机构,只要在法律框架下进行新闻采编活动,就不受法外监管。媒体要想确保公信力,就必须在内容上下功夫。根据普华永道的调查,广告客户选择媒体的首要因素是消费者对媒体的信任。

第四,传统媒体尤其是纸媒的应对手段有效。澳大利亚报纸都以全媒体平台形式向公众提供内容服务,线上线下并重,针对不同订户有定制内容套餐。与中国报业市场不同的是,优质线上内容的“付费墙”制度是非常有效的弥补纸质版营收缺口的手段,在营收结构中占比逐年提高。

第五,生活方式和阅读习惯的因素。澳大利亚经济发达、政治稳定,生活节奏不是很快,报刊市场仍有吸引力。澳大利亚的社区报比较发达,基本上是杂志型的装订报纸,内容丰富,服务性强。而根据UTS媒体转型中心的调查,报纸越关注社区生活,越被读者所信任。

(高向军 / 微信公众号“报业转型”2019-01-25)