

走进新时代 见证新作为 书写新篇章

——全国媒体看漯河学习交流活动与会专家专访（下）

发挥党媒优势 不断壮大自己

——访湖北天门日报社社长姚超益

■文/图 本报记者 潘雨亚

面对当前媒体发展新形势，如何做大做强党报主流媒体，增强党报主流媒体的影响力？9月19日，湖北天门日报社社长姚超益接受记者采访时表示，虽然传统媒体发展形势比较严峻，但党报在发展中也有困难也有自身的优势，党媒要发挥优势、壮大自己。

姚超益说，党报等传统媒体，有当地党委、政府的支持，有政策的支撑，有自己固定的、优秀的采编队伍，有极强的权威性、可信性，这些优势是一些新媒体尤其是目前发展迅速的自媒体所没有的。发挥这些优势，搞好自身经营，不断壮大自己，党媒才能发展好。

“党报在媒体融合发展中也有着很强的优势。”姚超益认为，媒体融合永远在路上。因为在新技术飞速发展的今天，任何新媒体都会被更新的媒体形态所代替，所以媒体融合发展就是传统媒体和新媒体你中有我，我中有你。“你就是我、我就是你才是媒体融合发展的最高境界。”姚超益说。

姚超益认为，媒体融合没有固定模式，毕竟各地的财力、基础都不同。媒体融合发展，受到了资金、人才、体制的制约，同时技术也是媒体融合发展的一个难题。如何集中一个地方的财力、人力，全力发展一个新媒体中心，应该是党报在媒体融合发展中需要思考的问题之一。

深化“走转改” 探索融合路

——访三门峡日报社总编辑刘建设

■本报记者 朱 红

9月19日晚上，抵达漯河的三门峡日报社总编辑刘建设接受了记者的采访。

刘建设认为，面对当前出现的各种新挑战、新形势，地市级党报必须在新时代有新作为，充分发挥地市级党报的优势和特点，主动策划，创新报道，提升主流媒体的传播力、引导力、影响力和公信力。

刘建设介绍，三门峡日报社从不断深化“走转改”活动、重视队伍建设等方面着手，主动出击、大胆作为，不断提升报纸的影响力。围绕改革开放40年、扫黑除恶专项斗争、“效能革命”等主题，从基层入手，推出了《壮阔东方

潮 奋进新时代》《扫黑除恶进行时》等专栏、特刊，收到良好反响。为了打造过硬的编采队伍，近年来，三门峡日报社也采取多种措施，让大家的业务素质得到不断提高。

那么在媒体融合方面三门峡日报社都进行了哪些积极探索，取得了哪些经验呢？刘建设说，2016年7月，三门峡日报社建起了“融媒小厨”，也叫全媒体中央控制室，加强部门间的联动，减少并行不融等情况的发生。

“漯河日报社充满了改革的锐气，我们还经常在采前会上学习你们的先进经验和做法呢。”采访结束时，刘建设乐呵呵地说。

本文图片由刘建设提供

整合线下资源 加快融合发展

——访江苏都市文化报社执行总编乔凌峰

■文/图 本报记者 潘雨亚

当前形势下媒体如何更好地融合发展？9月20日，来自江苏都市文化报社的执行总编乔凌峰接受记者采访时表示，媒体融合离不开媒体线下资源的整合和优势的发挥。

乔凌峰说，党媒的升级转型，离不开融合发展。但很多媒体在进行融合时，进入了一个误区，就是认为线上线下一定要共同发展，才是媒体融合。“其实，线上线下融合是需要大量资金投入的，而这些投入在短时期内是没有产出的。另外很多时候传统媒体的线上产品是竞争不过一些新媒体的。”乔凌峰认为，媒体融合的前期，传统媒体应该先整合线下资源，本土

的、行业的各种资源。这些优势是新媒体所无法比拟的。只有整合好线下资源，利用这些资源优势，再进行线上发展，才会在较少投入的情况下，获得较高的产出。

在乔凌峰看来，当前很多媒体在融合发展中，都是拿自己的短处，与新媒体的长处竞争，从而放弃了自身线下的优势和自身的权威性、公信力等。这也是很多纸媒生存困难的最主要原因之一。

乔凌峰说，媒体融合发展中，不少媒体的经营缺乏了产业链意识，因为不是所有的产品都能赚钱，部分产品的存在就是为另外一部分产品提供服务的，只有形成一个完整的产业链，产品的效益才能最大程度地体现出来。



姚超益



刘建设



乔凌峰



石军



邹军平



李晓鸣



李玉伟



王锋



郭艳菊



李田清

“融”出新平台 “合”出新天地

——访井冈山报社副社长邹军平

■文/图 本报记者 张玲玲

“报网融合、移动媒体，这些都是逼出来的。技术的进步，手机的普及，改变了人们的阅读习惯。面对咄咄逼人的形势，如果不进行融合，不抓好移动媒体，我们就会丧失读者，就会丧失这块阵地。”9月19日，井冈山报社副社长邹军平接受记者采访时说，面对新形势，传统媒体要树立抓媒体融合就是抓发展、抓未来的转型思想。

邹军平认为，进行媒体融合，就必须有技术、有平台，投入大量资金，夯实融合的基础，加强技术

队伍的建设 and 新技术的学习、引进（航拍技术、直播技术、H5展示技术等），投资升级采编系统，重点打造音视频新闻，让快新闻成为主角，形成视频栏目与会客厅的新媒体品牌。只有通过新媒体各平台更加安全有序高效运行，才能撬动其他媒体的蛋糕和资源。

“媒体融合，让消息的传播效率大大提高，新闻即采即发，把‘今日新闻’变成‘即时新闻’。”邹军平说，媒体融合后，平台内容更多、更实、更新，在许多重大时刻，能够实现新闻实时传播，传播效果更好。

媒体融合发展需要不断学习

——访湖北荆州日报传媒集团副社长李晓鸣

■文/图 本报记者 刘亚杰

“荆州是春秋战国时楚国都城所在地，是一座历史名城。作为地方媒体，四年前，我们也是以传统纸媒为主，在新媒体的冲击下，纸媒的生存状态可谓是非常艰难。我们现在的社长代志武上任之后，开始带着大家搞媒体融合，打造我们的‘新闻梦工厂’，让新闻实现流水线生产。现在，我们主要在智能化建设方面发力，将报社传统传播渠道和终端引入全渠道、智能化，整体进入人工智能新媒体时代。”9月19日晚，荆州日报传媒集团副社长

李晓鸣在接受记者采访时说。

说起如何适应媒体的转型升级，李晓鸣称，首先编辑、记者要打破日报、晚报这样概念的局限。四年前，荆州日报传媒集团借助互联网建立“党报云中央厨房”，改变传统的采编流程，这在当时是一个突破性的尝试。“开始我们的编辑、记者都不习惯，现在四年过去了，很多人适应得都很好。他们也尝到了媒体融合的甜头，最直接的是我们职工的工资翻了几番。还有一个核心的东西就是我们在不断地学习，结合实际转变自己的观念。”李晓鸣说。

做好“新闻+服务” 提升主流媒体影响力

——访十堰日报社副总编辑李玉伟

■文/图 本报记者 张玲玲

“近年来，传统媒体广告收入出现断崖式下滑。为了扭转势头、调动内部积极性，2016年1月，十堰日报社将旗下功能性质相近的两大媒体——《十堰日报》和十堰政府网进行整合，实行一套班子、管理两个媒体。”9月19日，十堰日报社副总编辑李玉伟在接受记者采访时说，在做好“新闻+服务”的同时，十堰日报社注重政治效益、社会效益与经济效益的统一。

李玉伟告诉记者，在媒体融合方面，首先要有一个心往一处想、劲往一处使的班子，上下同欲才能共克时艰。其次最棒的人才在新闻编采和经营一线。人尽其才、才尽其用。“不仅要发现重用会写时政要闻、社会民生稿件的

人才，还要发现重用懂政策、会经营的人才。”李玉伟说，服务就是生产力。在新闻宣传上，媒体要服务党委、政府和市民读者，真正起到桥梁作用。特别是在县区可以尝试建立融媒体中心，服务地方党委、政府的中心工作。

李玉伟介绍，近年来，十堰日报传媒集团在切实履行新闻媒体政治责任和社会责任的同时，全面推进转型，加快推进报网融合，初步实现了从传统报纸出版到全媒体发展，从单一广告经营到多元化产业布局，从新闻生产者到新闻信息服务商的转型，形成以日报、晚报为基础，以网站、手机报及微信平台等新媒体集群和以电商、旅游、会展、蜂蜜销售等多元化产业为两翼的现代传媒集团。

加快转型发展步伐 占领互联网舆论阵地

——访山东省滨州日报社副总编辑王锋

■本报记者 朱 红

“对漯河，原先只知道有双汇、南街村。来到漯河，才知道编撰《说文解字》的许慎也是漯河人。漯河不仅有突出的食品产业，还有古老灿烂的文化，让人感觉厚重、古老而又充满发展活力。”9月20日，山东滨州日报社副总编辑王锋告诉记者。

王锋说，从习近平总书记2013年“8·19”讲话，到后来一系列关于新闻舆论工作的讲话，焦点之一就是要求传统媒体向互联网转型，占领互联网舆论阵地。滨州日报社向互联网转型始于2015年，经过近三年的建设和运行探索，目前滨州网、滨州网客户端已经发挥起党网和党端的作用，对内引领了互联网舆论，传递了市委、市政府的声音；对外宣传了滨州，提升了滨州形象。

王锋介绍，滨州日报社建设滨州网和滨州网客户端的项目，得到了市委宣传部的认可和资金支持，得到了山东省文化产业项目资金的支持，并获得了全国地市级报社“十大创新平台”称号，位列第四名。滨州日报社还根据发展需要，正在打造一支技术队伍，为滨州日报社向互联网深度转型提供技术支撑做准备。

王锋说，在宣传方面，滨州日报社履行了市委机关报的核心职能。“追赶战略”“四环五海，生态滨州”“建设更高水平更高质量小康滨州”等市委、市政府的重大决策被广泛知晓，形成舆论氛围，滨州日报的宣传扮演了关键角色。“总的来说，在当前形势下传统媒体向互联网转型势在必行，希望能与大家共勉。”采访结束时王锋说。

本文图片由王锋提供

以内容融合为先导 构建媒体新生态

——访海南三亚日报社副总编辑郭艳菊

■本报记者 刘亚杰

“我觉得无论怎么融合，一个媒体在转型发展的过程中找准自己的定位很关键。要以内容融合为先导，做好新闻，当好党的‘喉舌’，传播正能量，传递好声音，讲好本地故事。”9月20日上午，海南三亚日报社副总编辑郭艳菊在谈到媒体融合时，深有体会地说。

“我们2013年开始谋划向新媒体转型，经过这几年的发展，融媒体获得一定程度发展。”郭艳菊说，在新的传播生态下，建设一个基础性的地方新闻综合网站很有必要，用好新媒体技术，重点建设主流微信公众号、官方微博、掌上APP、新闻网，形成一个全媒体矩阵。

“今年4月份，海南建设自贸区（港）获得中央批准，开放的步伐将近

得更大，我们紧紧抓住这一机遇，在海南地区首创全英文发布平台，推出了英文版微信。”郭艳菊说，在全国媒体融合的大环境下，要通过了解新技术、新风口，结合自身发展不断研究和跟进，因势利导，因地制宜，多开发融媒体产品。另外，任何一家媒体，采编团队是基础也是核心。向新媒体的转型，是全员转型，彻底地转型。在转型的过程中坚持与报纸联动，坚定不移推进传统媒体和新兴媒体深度融合，尽快从相“加”阶段迈向相“融”阶段。

同时，要根据新媒体的特点，制定出一套完善的运行机制，用人性化的管理确保制度得到贯彻落实，切实做到“及时发布，24小时监控”，让新媒体的优势发挥到极致。

本文图片由郭艳菊提供

做好重大主题宣传报道 引导舆论 提升效果

——访贵州黔东南日报社党委委员、副总编辑李田清

■文/图 本报记者 吴艳艳

9月19日，记者采访了贵州黔东南日报社副总编辑李田清，听取他对当前传统媒体如何发展的认识。

李田清表示，面对当前的形势，要把党报做大做强，增强影响力，就必须要做好重大主题宣传的策划，这是党报的使命，也是党报的优势。发挥好党报的人才优势、资源优势和传统优势，做好典型报道、主题报道，能更好地引导舆论，提升效果。

“重大主题策划是传统媒体抗衡新媒体的主要手段，实际上也是纸媒的一

种自我突破。”李田清告诉记者，在海量信息时代，碎片化信息含金量不高，读过即忘，读过即扔。读者需要成系统、逻辑性强的报道。做深度恰恰是纸媒的主要优势之一。在与新媒体的竞争中，重大主题报道，以深度见长，靠深度取胜，赢得了读者。

李田清称，策划重大主题报道时首先要把握国情民意，传播时代的声音，凸现时代性、政治性、针对性；其次要设计内容，创新呈现形式；最后要达到思想与情怀的统一，才能让读者产生共鸣，有感动、有思考。