

行业媒体的运作规律

行业媒体的发展历程说明，只要有行业就有行业媒体的生存空间；只要与时俱进，认清并遵循行业媒体发展的客观规律，就能够“适者生存”，实现社会效益和经济效益的有机结合，更好地为行业的发展服务。

□ 文 / 李春超

新闻媒体的运作有其自身固有的规律。只要是新闻媒体，无一例外地要受到新闻规律的制约。同样，新闻媒体处于市场中，也同时受到市场规律的制约。

行业媒体（主要指行业报刊）数量较多，且大多是在上世纪八十年代以后，在具有中国特色的报刊体制下诞生的。在多年的实践中，行业媒体在为各行业机关服务中，在宣传党和国家的方针政策，落实产业政策方面起到了积极的作用。行业媒体诞生于行业之中，熟悉行业政策、行业法规、行业技术，在宣传专业知识，为行业读者服务方面，起到了其他报刊不可替代的舆论作用，称得上各行业机关的耳目喉舌。行业媒体在为行业服务中发挥了传递信息，联结社会，传播知识，陶冶精神，促进全行业精神文明建设的重要作用，称得上行业权威的媒体和窗口。

随着我国市场经济的发展，行业媒体面临着走向市场，适应市场，改制创新的根本性转变。“适者生存”这条不变的法则也在深刻地作用于行业媒体。行业媒体的运作要遵循其自身固有的规律，只有按规律办报办刊，才能够“适者生存”。对于行业媒体而言，其新闻规律要求：要始终坚持正确的舆论导向，与国

家方针、产业政策保持高度一致；报道内容要真实客观，要贴近实际、贴近企业、贴近读者；文章要有实用性、可读性和时效性，要有传播价值；要通过为读者提供有价值的新闻信息来服务读者，赢得读者。同时，其市场规律也要求：行业媒体作为一种精神产品，同样受到市场供求关系的制约。媒体经营者的价值观念要符合读者的价值观念，行业媒体的生产和销售要遵循市场规律；要有准确的市场定位和有针对性的读者对象。

始终坚持正确的舆论导向

胡锦涛总书记在人民日报社考察工作时指出：新闻舆论处在意识形态领域的前沿，对社会精神生活和人们思想意识有着重大影响，舆论引导正确，利党利国利民；舆论引导错误，误党误国误民。要牢固树立政治意识、大局意识、责任意识、阵地意识，把坚持正确的舆论导向放在新闻宣传工作的首位，严格宣传纪律，做到守土有责，在重大问题、敏感问题、热点问题上把好关，把好度。

要坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众，推动内容、形式、手段和机制的创新，把正确舆论导向同讲求宣传艺术统一一起

来，不断增强新闻宣传的吸引力和感染力。

行业媒体作为所在行业重要的宣传窗口，其舆论导向应该在坚持正确政治方向的同时，还要做到产业导向、政策导向和市场导向的正确。要始终以宣传国家发展本行业的方针政策，推动行业和谐健康发展为己任，这是行业媒体的办刊宗旨，也是行业媒体生存发展的基础。

提高质量，培养核心竞争力

高质量是行业媒体应对新的形势，参与激烈的市场竞争所必需的核心竞争力。要明确报刊定位，不断求新求变，确立在坚持正确舆论导向的前提下，以读者为中心的办刊思路。解放思想，转变观念。要完成从机关报刊向行业报刊的历史性转变，其关键在于要真正变单一的指导性、宣传性为指导性、宣传性、新闻性、深入性相结合，强化时效性、服务性和可读性，重点加强对行业热点、难点问题的全面、深度报道。

为保证报刊质量的稳定和提高，还要不断制定和完善相关的内部管理制度，规范工作流程，执行严格的绩效考核。同时，选派编辑记者参加相关的业务培训，督促员工提高责任感和工作能力。

创新体制和机制

中共中央、国务院在《关于深化文化体制改革的若干意见》中指出,新闻媒体要坚持正确的舆论导向,始终确保党和人民喉舌的性质。要优化组织结构,整合内部资源,转变经营方式。要深化文化事业单位的内部改革,推进人事、收入分配和社会保障制度改革。

《意见》还要求,深化文化企业改革,要规范国有文化事业单位的转制。要重塑文化市场主体,按照现代企业制度的要求,加快推进国有文化企业的公司制改造,完善法人治理结构。要着力培育外向型文化企业,积极实施“走出去”战略,创新对外文化交流体制和机制。实行政府推动和企业市场化运作相结合,打造一批具有国际竞争力的文化企业,成为实施文化“走出去”战略的主体。

行业媒体很多实行的是“事业单位、企业化管理”的经营模式,这不仅造成员工缺乏强烈的危机意识、市场意识和市场运作能力,而且制约了行业媒体全面走向市场,参与竞争,严重阻碍了行业媒体的生存和发展。

行业媒体要按照国家和自身发展的要求进行体制机制创新。在体制创新上,要建立现代企业制度,明晰产权关系,以全部法人财产,依法自主经营、自负盈亏,对出资人承担保值、增值责任,按市场要求组织生产经营,以提高劳动生产率和经济效益为目的。在机制创新上,要建立以激励机制、约束机制和竞争机制为核心的各种配套机制。主要包括:以实行聘任制、合同制为主要措施,建立起“能上能下、能进能出”的用人机制;以实行工效挂钩为中心,建立起“按劳按贡献计酬”的分配激励机制;以合理配置机构为目标,建立优质高效、政令畅通的运行机制。

延伸品牌, 创新经营

经营媒体与经营企业一样,需要走品牌发展战略,需要完善自己的产业链。在努力提高报刊质量,提升核心竞争力的同时,还要注重走品牌发展之路。



经过多年的发展和培育,行业媒体在本行业已经拥有了一定的权威性和影响力。行业媒体以报刊出版为核心,在扩大发行,增加广告的同时,还可以从事出版专辑,举办会议,成立理事会,开发数据库,建设网站,品牌授权等经营活动,以取得较好的品牌宣传效果和更佳的经济效益。

加强队伍建设, 创新人才培养

做好各项工作,关键在班子、在队伍、在人才。如何增强团队的凝聚力和战斗力,建立和谐向上的企业文化是行业媒体必须面对的重要课题。在思想上,要求所有员工要不断提高政治思想水平,加强理论学习,遵守职业道德,熟悉和了解国家相关的方针政策,树立正确的新闻观。在业务上,要加强对员工的业务培训,特别是对青年骨干的培养锻炼,安排重要岗位,提供更多机会,采取多种措施努力培养造就更多的在行业内有一定影响力、专家型的名编辑、名记者。同时,还要注重从社会上引进高水平、有经验的专业人才,力争做到人员结构不断优化,竞争力不断增强。

积极推进媒体数字化建设

随着互联网技术的快速发展,新闻

信息多渠道传播,报、刊、网、手机报等多媒体协调发展已是大势所趋。行业媒体加快数字化建设,实施多媒体协调发展成为当务之急。目前,行业媒体的数字化建设严重滞后,大多还停留在报刊的电子版状态上,没有成为行业新闻和专业信息新的传播渠道。当前,推进媒体数字化出版面临着极为有利的条件。首先是国家实施了数字化出版战略,制定了一系列鼓励传统出版向数字出版转型的一系列改革措施。其次是技术发展和网络的普及为数字化出版发展提供了条件。还有,数字阅读人数快速增长,传统阅读方式向数字化阅读方式转移,为发展数字出版提供了巨大的商机。行业媒体应该抓住有利时机,努力建设媒体联动机制,优势互补,协调发展;建好数据库,扩大容量,增加功能;在组织结构、资源配置、经营理念、内容制作、技术开发和人才培养等诸多方面都必须大力实行以数字化为导向的全面转型。

总之,行业媒体的发展历程说明,只要有行业就有行业媒体的生存空间;只要与时俱进,认清并遵循行业媒体发展的客观规律,就能够“适者生存”,实现社会效益和经济效益的有机结合,更好地为行业的发展服务。通