

新媒体时代教辅报纸的重新定位与转型发展思考

文/李晓春

摘要: 教辅报纸作为传统教辅行业中不可或缺的部分,具有自身独特的优势,在传统教辅市场中占有一席之地。而在新媒体的冲击下,整个传统教辅市场都受到了严重影响。本文分析了新媒体时代传统教辅类报纸的优势与劣势,阐述了新媒体时代教辅报纸的重新定位的路径,尝试从合理编辑优质内容、丰富数字化出版形式、推动人才队伍转型、理解受众需求并强化受众互动等方面进行转型发展,为教辅报纸适应新的形势、实现可持续发展提供支持。

关键词: 新媒体;教辅报纸;定位;转型;数字化出版

新媒体时代,教育体系的创新与发展主要集中在具体的教学活动,教辅报纸受到的影响很容易被忽视。互联网信息技术广泛融入现代教育体系中后,教辅报纸遭受了巨大冲击,其职能作用、特色、优势等在很大程度上被互联网资源、学习软件等所消解,不得不考虑转型。当然,新媒体也为教辅报纸的转型提供了一定机遇和支持。

一、新媒体时代下传统教辅类报纸的优劣势分析

(一) 优势

1. 编辑人员队伍整体素养较高

传统教辅类报纸在长期发展过程中集聚了大量高素质人才,与新媒体时代下的互联网资源、教学软件行业相比,教辅类报纸业的人才素养优势在短时间内很难被取代。新媒体教辅行业由于入门门槛低、监管不到位等原因,存在较为明显的人员良莠不齐的现象,相应的资源、内容、服务质量很难保障,难以完全获得广大师生的青睐。而教辅类报纸在大量高素质编辑人员的支持下,能够持续、稳定地提供优质内容,进而在新媒体时代维持内容优势。

2. 发行地域稳定且品牌影响力大

传统教辅类报纸在长期竞争、发展的过程中发行地域逐渐稳定,特定报纸的发行地方、区域基本固定,在特定范围内形成了具有较大影响力的品牌优势。虽然新媒体教辅行业可以通过互联网打破时空限制实现全范围覆盖,但是在短时间内却很难完全取代传统教辅报纸品牌的地位。不少师生都对特定的教辅类报纸产生了较深的信赖,使得教辅报纸在一定时间内受新媒体的冲击减弱。

3. 线下教学的支持作用不可取代

新媒体资源是线上资源、数字化资源、电子资源,虽然在资源获取、内容丰富度、形式多样性、互动性等方面具有优势,但是传统教辅资料的作用依旧难以取代。一方面,线下教学本就具有不可取替性,

新媒体时代线上资源和线下教学的互补、融合已成必然趋势;另一方面,教辅类报纸不仅能提供教学相关的资料、信息等,还能提供教学方面的服务与支持,而新媒体资源的线下支持作用较为薄弱^[1]。

4. 创新改善的前景良好

新媒体时代,教辅类报纸的发展迎来了创新的良好机遇。互联网以及全新的载体、表现形式,能够为教辅类报纸在内容编排、出版平台、表现形式等方面实现有效创新。在吸收、借鉴网络教辅类网站的过程中,教辅报纸可以借助现有人才优势、资源优势及时进行创新,把握住新媒体的发展趋势并快速转型,具有良好的创新、改善前景。

(二) 劣势

1. 职能作用受冲击严重

教辅报纸在传统教学体系中主要作为教辅图书的补充。和教辅图书相比,教辅报纸具有内容新、针对性强、内容精等优势,并且具有较强的编辑特色、个性特色。然而在新媒体时代,教辅类网站、学习软件等基本上具有教辅报纸的所有优势。虽然新媒体资源内容质量存在良莠不齐的情况,但仍可以通过筛选获取较高质量的学习资源。

2. 内容滞后

虽然相较于教辅图书而言,教辅报纸具有内容新颖的优势,能够及时根据教育发展趋势、学科发展情况、相关新闻信息、实际教学问题等为学生提供具有时效性、创新性的优质内容。但是传统报纸编辑、生产与销售时间较长,相较于新媒体内容的生产与传输而言时间要长得多,内容更新慢。

3. 内容呈现方式死板

受限于版面及载体因素,教辅报纸的内容呈现方式实际上较为死板,难以实现多维度的有效创新。而新媒体平台能够为海量教辅信息提供多样化的呈现方式,从而更容易被学生接受。

4. 宣传营销效果较差

新媒体时代,市场竞争愈发激烈,教辅类网站、教学平台、教学软件等新型主体背靠互联网在营销宣传方面占据巨大优势,迅速占领了市场。而教辅报纸虽然本身占据市场先机且具有一定范围内的品牌影响力,但是多借助于传统营销手段,在长期的市场竞争中难以占据优势。

二、新媒体时代教辅报纸的重新定位

(一) 创建独具特色的优质栏目

受新媒体巨大冲击下,教辅报纸需要积极重新定位,才能更好地适应时代发展需要。在教辅类网站、学习软件、教学平台等的影响下,教辅类报纸需要通过自身在资源、人才方面的积累,加强品牌建设,积极抗衡新媒体所带来的影响和冲击。创建独具特色的优质栏目,正是教辅报纸加强品牌建设的有效手段,能够推动特色栏目与自身品牌之间的深度绑定。一方面,通过特色栏目强化品牌影响力,吸引师生阅读;另一方面,借助品牌价值凸显特色栏目优势,更好地为广大师生提供教学辅导方面的内容支持以及服务。教辅报纸需要以整合优质资源为基础,对自身实际发展情况进行综合分析把控,准确理解自身优势和劣势,进而采取扬长避短的策略加强特色栏目的有效创建。通过对优质资源的整合以及对特色栏目的建设,

能够有效强化教辅报纸的品牌优势。在创建特色栏目的过程中,应当加强市场研究,准确把握新媒体背景下广大学生读者的实际需求,进而针对性地加强创新与改革,在凸显自身资源、内容、服务、形式优势的同时确保能够充分满足学生们的实际需要。只有这样,才能保障教辅报纸在全新环境下的可持续发展。

(二) 基于人才基础凸显内容优势

对教辅报纸在新媒体时代下所具备的优势进行综合分析,着重围绕报纸在编辑人员队伍、特定发行地域以及线下教学支持等方面的优势进行全面整合,进一步加强传统线下教辅报纸的生产与营销,巩固自身在一定范围内的市场竞争力,从而在一定程度上消除新媒体、互联网所带来的消极影响。尤其要加强自身在线下教学支持方面的作用,对报纸的编辑模式进行创新,着重从书面互动以及支持等方面推动教辅报纸发展的有效变革,强化报纸本身在服务基础性教学活动方面的作用,帮助广大师生更好地开展教学活动。尤其是在挖掘面对面教学优势这一方面,教辅报纸需要着重从师生线下的真实互动体验层面出发,提供更具针对性的内容与服务知识,让教师与学生可以有效利用教辅报纸提高教学质量。使得教辅报纸可以坚守线下教学的第一岗位,积极、有效地支持具体的教学工作,形成不可取缔的教学支持与服务优势^[2]。



（三）加强教辅报纸与读者间的互动

新媒体时代，学生能够通过互联网、新媒体平台获取线上资源、服务等，并能通过有效互动深化对相关资源的吸收与内化。而传统教辅类报纸虽然也具有一定的读者互动功能，但其互动性偏弱，而且互动主要停留在较为简单、基础的层面，很难与新媒体平台抗衡。对此，教辅报纸需要积极适应并拥抱全新的市场环境，借助互联网、新媒体等进一步深化对读者需求的有效把握，在全面理解读者信息的前提下编辑更具良好互动性的报纸内容，从而强化资源整合并提供优质服务，在强化读者沟通与互动的过程中给学生读者带来更为良好的阅读体验。这意味着教辅报纸在全新的时代环境下需要同时从两个层面了解、搜集读者实际需求。一方面，通过报纸自身的渠道，借助报纸内容以及与学校的合作，通过问卷调查的形式简单掌握广大读者的实际需求；另一方面，借助互联网平台深化与师生读者的有效互动，更为详细、全面地了解读者反馈。在充分理解读者反馈的基础上，教辅类报社再结合自身发展方向、目标等积极调整具体的发展方案与规划，做好资源整合工作与开发创新工作，从而更好地满足读者实际需要。

（四）联合其他主体协作开发

新媒体不仅仅对教辅报纸造成了巨大冲击，也对整个传统教辅行业带来了深远影响。可以说教辅类报纸与其他市场主体如教辅图书、杂志等，均受到了新媒体的巨大影响而面临着被迫转型的困境和危机。在这一情况下，教辅类报社有必要积极联合其他主体进行协作开发，共同根据自身在传统教辅市场行业方面的特色、品牌、运行模式等，整合优质资源，探索科学可行的市场联合开发模式，进而在人才利用、资源配置、品牌建设、市场营销、成本控制等方面实现突破，达到互利共赢的目的。实践中，教辅类报社应当积极主动地与其他市场主体展开合作，全面深化对全新形势的研究和把握，共同对新媒体时代给传统教辅行业造成的影响进行综合分析、深度研究，并采取取长补短的策略展开有效合作，挖掘各自的优势与长处，对目前存在的各种不足与缺陷加以改善，持续推动传统教辅行业的良好发展。

（五）探索多措并举发展路径

新媒体时代，教辅类报纸需要在新形势下积极拥抱全新的发展路径和模式。其中探索多措并举发展路径，正是推动教辅类报纸创新发展的关键所在，即在传统报纸编辑与发行模式的基础上根据实际情况进行适当创新和调整。一方面，对传统的线下发展模式进行优化，以满足读者需求、控制运行成本、强化地方品牌影响力作为主要目标，确保自身在传统教辅市场之中的优势得以维持；另一方面，积极探索新媒体发展路径，借助新媒体平台为教辅报纸的创新提供更多机遇，形成更加多样化的发展路径。通过新媒体平台对整个教辅报纸的编辑、生产与营销宣传模式进行创新和变革，凸显互联网优势，以互联网提供的资源优势、媒介优势、形式优势、互动优势等探索更多可行的教辅内容生产模式与服务提供模式。只有找准自身的定位，传统教辅类报纸才能真正适应新媒体时代的发展需要和趋势，彻底打通纸质媒体和电子媒体间的阻隔、障碍与屏障，为教辅报纸在新时期的有效转型提供支持。

三、新媒体时代教辅报纸的转型发展

（一）合理编辑优质内容

提高报纸内容质量，是强化品牌建设的基础，也是教辅报纸能在新媒体时代有效维持竞争力的关键。教辅类报社应当根据自身实际情况以及师生实际需求，从多个层面采取合理措施优化内容的编辑，从而以优质内容强化自身对新媒体时代的适应性。首先，紧跟时代步伐进行选题。教辅报纸与传统教辅图书有所不同，其在内容层面更具时效性和创新性，即将教辅资料与报纸的优势进行融合。新媒体时代，信息爆炸式增长，传播速度得到了明显提升，教辅报纸的内



容也需要紧跟时代步伐,以最新的内容满足广大读者的实际需要。在进行内容选题时,应当着重从“准”与“新”两个层面着手,既要确保报纸内容完全符合学生阅读、学习需要,也要尽可能贴合最新的相关信息。这样能够在很大程度上缩小教辅类报纸与新媒体平台在内容时效性方面的差距,从而强化报纸本身的竞争力。其次,栏目版式新颖活泼。新媒体时代,学生们所接触的新媒体资源越来越多,相应的眼界得以拓展、见识更为丰富,死板、生硬的内容已经很难吸引学生的兴趣。教辅类报纸需要积极创新栏目形式,以更加新颖而活泼的风格强化自身特色,增强对读者的吸引力,摆脱千篇一律的同质化竞争现象,通过图文并茂的内容呈现模式以及丰富多样且贴近学生兴趣、学习实情的内容表现形式,进而在内容表现层面缩小和多媒体资源的差距。最后,基于读者实际需要优化内容。教辅类报纸作为教辅资料的一种,发挥教学辅导作用一直都是其基础职能。在新媒体时代,教辅报纸应进一步强化教学辅导作用,才能在线下教学中站稳脚跟,同时为线上教学方面探索、发展创造有利条件。教辅类报社需要做好市场调研工作以及读者需求与信息搜集工作,通过读者反馈,进而针对性地优化内容,以强化对读者的吸引力。

(二) 丰富数字化出版形式

多措并举是新媒体时代教辅类报纸创新发展、重新定位的一大体现,具体到实践中便需要丰富数字化出版形式。新媒体时代,教辅市场的竞争愈发激烈,已经从传统的地域竞争变为全范围覆盖的全面竞争,而品牌则成了市场竞争的关键。教辅报纸只有坚持自身在传统教辅市场的品牌优势,才能快速在线上教辅市场站稳脚跟,降低自身实现线上发展、新媒体发展的成本。多措并举是在维持教辅报纸自身的传统优势这一前提下,通过线上模式与线下模式的有机融合,构建更具创新性的融合发展模式,而在具体的数字化出版形式方面,则可以建立独立的数字报馆,开发计算机端、智能手机端、平板端教辅报纸软件,建设报纸网站。通过形式多样的数字化出版形式,为读者提供多样化的报纸资源获取渠道,提供更为人性化的服务,增加受众量,扩大教辅报纸在线上教辅市场的影响力。

(三) 推动人才队伍转型

新媒体时代,教辅类报社需要积极推动人才队伍转型,适应时代发展并打造一支高素质的编辑人员队伍,进而更好地支持相关工作的开展和落实。首先,引导转变出版观念。新媒体时代的教辅报纸正处于创新求变的关键阶段,编辑人员应当积极转变观念,着

重围绕教辅报纸出版的教育职能以及新媒体特征加强探索和实践,从而满足新时期背景下广大师生的实际需要。其次,加强综合素养培育。新媒体时代,传统教辅报纸的编辑、出版等需要得到全面创新和优化,对编辑人员的综合素养也提出了更高要求。报社需要做好人才培养工作,围绕编辑相关的业务流程、教育政策、世界教育发展形势、理论知识、人文素养、信息技术素养、市场营销等层面落实具体的培训工作,确保编辑人员在各个层面均能满足实际需要,从而适应工作岗位并推动传统编辑模式在新媒体时代的有效创新和转型。

(四) 理解受众需求并强化与受众互动

新媒体时代,准确理解受众需求是教辅报纸得以生存的基础。教辅报纸的编辑、生产以及发行,需要同时符合社会环境因素与受众的心理因素,并在与受众互动的过程中满足受众需要。新媒体环境下,教辅报纸需要充分考虑新媒体时代所带来的影响,坚持贯彻“立德树人”理念,借助自身在编辑、发行等方面的优势,打造集报纸、网站、培训为一体的教育服务基地。根据不同年龄段学生读者的身心特征以及心理需求,合理优化报纸内容的编辑与生产,同时提供更具针对性的教辅服务,有效地帮助读者实现高质、高效学习。而通过新旧媒体融合的方式强化与读者的互动,则能更具针对性地为读者提供高质量、个性化内容及服务。

四、结语

新媒体时代教辅报纸迎来了新的机遇和挑战,需要积极重构定位与转型发展。教辅类报社既要准确把握新媒体时代的发展特征与趋势,也要准确理解自身在新形势下的优势与劣势,进而更具针对性地进行定位重构,同时积极探索科学、可行的转型发展路径,增强自身市场竞争力与影响力,强化与广大读者的有效互动,从而为自身的可持续发展奠定基础。

参考文献:

- [1]杜慧君.新媒体时代教辅类报纸的重新定位与转型发展研究[J].记者观察,2019(27):8-9.
- [2]曾培培.新媒体时代教辅报纸的重新定位与转型发展思索[J].新闻研究导刊,2019,10(16):239-240.

作者简介: 李晓春(1981—),女,本科,编辑中级,研究方向:初中数学。

(作者单位:《中学生学习报》报社有限公司)