

融媒体时代背景下纸媒的转型与发展刍议

文/杨文杰

摘要：随着科学技术的不断提升，传统纸媒在信息传播的时效性与创新性等方面所产生的社会影响力大打折扣，面临巨大冲击。本文分析了融媒体时代纸媒的发展现状，阐述了融媒体时代纸媒的转型要点，指出应坚持质量取胜，发挥新媒体竞争优势，重构传统纸媒的内部组织体系，创新互动服务模式，培养用户使用习惯，从而增加用户的黏性。最后分析了融媒体时代纸媒的发展趋势，建议纸媒行业整合多个社交平台，打造自身的商业生态系统，来促进融媒体的发展，最终形成高质量的商业生态体系，做到资源共享、内容互惠、渠道互利。行业发展的角度分析，如果再不创新发展、顺应潮流，进一步提升自身的竞争力，纸媒行业很可能就会被时代所淘汰。基于此，需要相关人员不断强化纸媒行业的优势，明确行业定位和目标，在融媒体时代发展的基础上，对整个纸媒行业进行转型发展，进一步提升信息传播的时效性，为国家媒体行业的稳定发展做好铺垫。本文分析了融媒体时代纸媒的发展现状，并从转型要点和发展趋势两个层面对纸媒在融媒体时代下的发展进行分析与研究。

关键词：融媒体时代；纸媒；转型与发展

融媒体通过将报纸、广播、电视等媒体之间互相交融，发挥不同媒体的优势与特征，在内容与形式等全方位、多维度上进行创新，打破了传统媒体在人们心中的刻板印象，是一种信息时代人们了解和传播信息的新兴媒体形式。为了能够更好地跟上融媒体时代的发展潮流，进一步满足人们对美好生活的向往和追求，纸媒行业应该采取一系列有效的措施，在融媒体

时代的背景下，发展融媒体，创新内容和形式，谋求高质量的转型与发展。

一、融媒体时代纸媒发展现状

（一）纸媒创收下降

随着网络信息技术的发展，人们获取信息和传播信息的途径更加快速、便捷，对纸媒行业带来了巨大的冲击。生活中，我们已经很少能看到纸媒等传统媒



体的身影，整个纸媒行业的运营经济也出现了倒退、负增长等趋势。从体系上来看，传统的纸媒行业是通过符号、样式类别、物质等形态定义和分类传播媒介，而互联网技术普及的今天，“媒介”的层次与范围已经扩大到更深的层面；从内容上来看，融媒体不仅能够实现文字传播，还能够通过声音和图像进行传播；从传播过程来看，融媒体既能够完成各种媒体形式的线性传播，又能够进行数据分析、存储等非线性传播；从行业的营运收入上来看，传统纸媒与融媒体在创收上也存在较大差距，传统纸媒正面临着大幅度创收下降的危机^[1]。

（二）缺乏有吸引力的内容

纸媒的信息题材及内容相对于新媒体而言严谨、单一、更新速度较慢，对大众的吸引力较弱。首先，纸媒的信息生产效率低，不如新媒体传播的速度快，发生热点新闻后，人们不能在第一时间从纸媒获取信息；其次，纸媒在内容上受限于本身形式和管理制度的要求，使用的文字、题材较为严谨、规范，不如新媒体有趣。随着社会的进步，人们的生活节奏逐渐加快，对信息获取的时效性、高质量等全方位的要求有所提升。吸引读者注意力的内容大多都是通过新媒体传播的，久而久之，人们对新媒体的依赖性越来越高，对纸媒的需求大大降低。

（三）受众体验差，缺少全能型人才

传统媒体通过报纸、广播、电视等方式向人民群众传播有关国家、经济、社会等方面的新闻等内容，信息采集的工作人员，通过纸、笔进行记录，再进行排版，人民群众在整个过程中不能够主动地参与进来，表达自己的看法和意见，只能被动地接收消息，受众的体验感欠佳。融媒体时代旨在以客户体验为中心，不同于传统的纸媒，可以将人们的想法和体验融入进去，真正落实为人民服务的思想理念。基于此，融媒体时代的采播人员，需要有强大的信息采集能力和技术水平，这样才能在编辑内容和处理事件的过程中更好地展现事件的本身，并针对不同大众的不同看法，归纳整理出事件的根本原因或发展方向。这种既具有信息灵敏度，又具有超高能力信息技术水平的复合型人才在融媒体时代是非常罕见的。

二、融媒体时代纸媒的转型要点

（一）坚持质量取胜，提高纸媒内容质量

第一，尽管受新媒体发展的冲击较大，但应当认识到，纸媒的核心价值就是其内容具有的公信力和权威性，这一点不可替代。传统纸媒作为行业新闻的发布者，在解读政策、传递民声方面有较好的群众基础，因此在转型发展的过程中，应始终坚持以质量取

胜，把内容质量当作发展的第一要义。

第二，在提升纸媒的内容质量的同时，重视运用互联网思维，多渠道多层次地传播纸媒的优秀内容。要审视内容设计和自我定位，明确创新发展的具体内容和服务层面，进而更好地完善信息产品的构建和体系。

第三，可以跨界联合，有效实现传统纸媒与新媒体之间的协调合作，互惠发展。通过划分层级来加强采访的力度，横向拓展不同方面来提升内容的广度，为多元的受众读者提供更多有价值、有意义的新闻信息。

（二）发挥新媒体竞争优势

第一，在融媒体的构建过程中，要进一步优化新媒体的行业竞争优势，坚持为群众服务的原则，强化与读者之间的交流与互动，从而提升传统纸媒与新媒体融合的竞争力，并在实践中不断地总结经验、自我反思、积极改正。

第二，利用大数据技术对不同用户进行全面的数据分析，进而了解用户的实际需要。采写、推送符合用户需求的内容，预判读者可能感兴趣的内容方向，利用反馈机制模拟出受众群体年龄分布、性别分布、阅读偏好等基础信息，变被动推送为主动引导，从而增加用户黏性。

第三，打造专有的纸媒品牌，基于新闻传播的规律，发挥新媒体的竞争优势，对整个新闻传播和舆论事件进行有效的引导，促进新闻传播的力度以及新闻舆论的主导能力。

（三）重构传统纸媒的内部组织体系

1.传统纸媒的内部组织结构

传统纸媒具有编辑、经营、管理等部门。其中，编辑部门负责文本内容的编辑以及发布，经营部门负责广告发行及经营，管理部门负责日常的监督管理等工作。传统纸媒以内容为本，建立了十分明确的组织分工。随着融媒体时代的到来，信息跨时空传递，许多突发事件需要进行紧急报道与传播，传统纸媒的固有组织形式已经无法再适用于新时代的实际需要。

2.重构传统纸媒内部组织的措施

第一，推行事业部制度，打破原有的各个部门独立办公的形式。以客户需要为核心，结合媒体、地区、产品推广等内容，构建一个相对独立的办公微组织。强化事业部的自主性，有效提升信息传播速度，并促进不同事业部之间的良性竞争。

第二，进一步融合传统纸媒与新兴媒体，基于传统纸媒的发展需要，对媒体内容生产与运营构建互通桥梁，进一步实现内容采集与发布、广告营销和品牌

活动等全方位地融合发展。

第三,创设适时的虚拟组织部门,以此来应对突发事件,保障接到临时任务时能够得到妥善解决。虚拟组织部门是基于相关人员的专业技能和兴趣爱好,通过完成独有的任务和产品形式,临时构建的一个工作团队,用以解决临时需求和提供外部保障。

(四) 创新互动服务模式,培养用户使用习惯

1. 从服务提供的角度分析纸媒转型发展

第一,明确不同用户的信息需要,提供相应的内容服务,经过有针对性、有目的的筛选,进一步判断用户喜好,最终使得推送内容与用户的实际需要相匹配。

第二,满足了受众的信息刚需之后,可以为用户提供更为宽泛的移动媒体应用。通过移动设备、社交媒体、大数据、云平台等工具进行信息场景的创新,进一步提升受众的场景应用,为用户提供符合当下场景的产品和服务,进一步提升用户的满意度。

第三,增强用户的社交价值,扩充用户的信息资源圈。可以通过社交平台的创新,多元化渠道的信息提供以及话语空间的构建,吸引相同关注点的用户来探索互相都感兴趣的话题,有助于用户之间的互相沟

通,促进用户信息资源圈的扩大,让不同用户能够根据相同话题互动起来,进一步提升用户的黏性。

2. 从提升用户互动参与的角度分析纸媒转型发展

第一,优化用户的核心位置。用户从旁观者变为互动参与者,给用户更为广阔的发挥和参与空间,把用户的感受与体验当作信息生产的方向与动力,进而提升用户信息获取与使用的满意度。

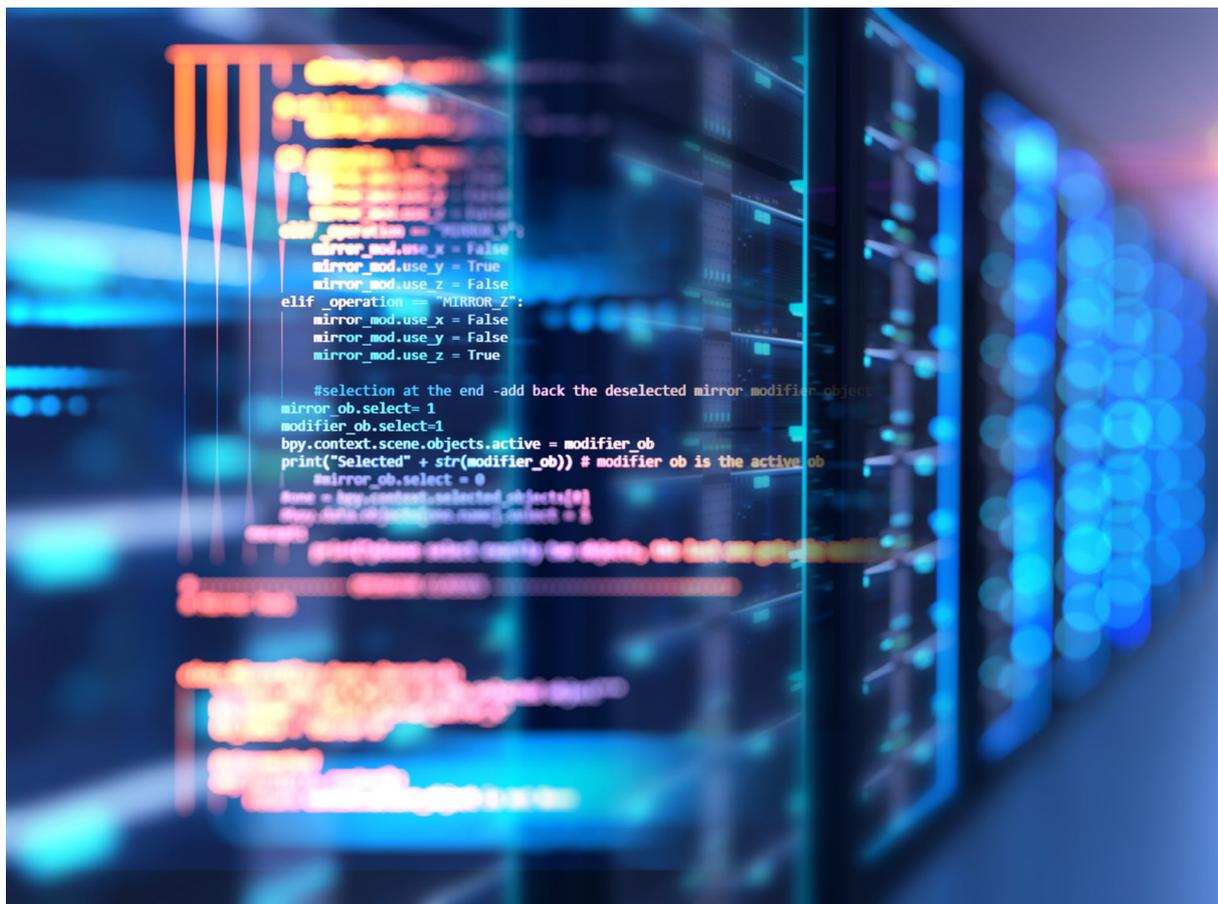
第二,通过分析用户参与的互动活动,在大数据背景下,分析并总结出移动媒体用户的喜好,并根据喜好程度来调整媒体的运营形式。

第三,在满足受众信息需要的基础上,创新信息的呈现形式,尽可能地选择吸引受众注意力、更容易让受众接受等形式来进行信息传递。

第四,基于以上三点,要时刻注意提升媒体与受众之间的互动意识和自觉性,不仅要达成双方交流互动的习惯,也要培养用户对纸媒移动媒体的信任度,最终实现全面、充分且有一定依赖性的信息交流模式。

3. 打造大数据平台

第一,对原始数据的搜集工作。可以打造大数据信息资源平台,通过多个渠道进行数据搜集。在大数



据平台内不仅通过文字、视频、图片等内容对数据进行深入挖掘和分析,还要进一步明确读者的实际需要和个性化定位,这样才能更好地对接传统纸媒中的各类别媒介,从而更好地开发合作、传播信息。

第二,打造大数据智能匹配平台。在该平台上,通过智能匹配,针对不同用户的实际需要进行内容定位,满足用户的个性化新闻、精准销售、电子商务等多元化服务需要,并通过多功能支付手段,推行信息资源的收费服务。

第三,将大数据可视化。要将数据作为新闻的生产源头,将大数据预测运用到整个新闻报道过程中来,进一步促进大数据的可视化、叙事化、动态化,改变传统纸媒的静态新闻形式,进一步展现全新样貌,创新发展,灵活运用图表、视图等工具完善新闻表达的内容及形式,促使大数据成为新闻发布的主流。

三、融媒体时代纸媒的发展趋势

(一) 平台整合,提升传播度

整合纸媒各传播平台是纸媒未来的转型发展基础,常见的信息平台有微博、微信、客户端等多种渠道,纸媒可以通过在多个社交媒体平台上构建账号,并将所获取的信息资源进行内容编写或改善,最终发布在纸媒或其他多媒体的账号上,不断地实践和推广,最终优化得出更适合新媒体传播的内容,进一步提升受众对于知识内容的关注度。前方记者将采取到的资料和素材传递给后方的编辑,编辑再将这些内容进行编写和整理,最终在各个融媒体平台发表作品,最终形成了一次采访、多元组成、多渠道传播的工作模式,进一步提升自身的信息传播度以及覆盖面^[1]。

(二) 打造自身的商业生态系统

未来纸媒仍将面对新媒体的繁荣发展以及纸媒行业市场的衰退,因此,传统纸媒应该通过市场化和资本化的运作,与新媒体、新行业、新区域之间加强融合,取长补短。传统纸媒要凭借公信力、权威性以及多年积累下来的知名度和可信任度,更全面、深入地发挥自身优势,保障在媒体主业方面的深耕细作;从行业内容和服务方面分析,传统纸媒更要在用户服务、组织结构、文本内容、信息科学技术等方面进行创新发展;从文化合作方面分析,不仅要促进整个纸媒行业的深度合作,还需要结合国家的历史文化、人文情怀进行相关文化产业以及品牌的延伸;从技术使用方面来分析,要加强与互联网公司的合作,从而利用互联网技术打破产业之间的局限。基于以上不同的分析角度,通过媒体品牌创新、上下游产业链整合、完善各个服务环节,来促进融媒体的发展,最终形成



高质量的商业生态体系,做到资源共享、内容互惠、渠道互利^[2]。

四、结语

总而言之,融媒体时代背景下,新媒体凭借着更先进的技术和设备使得内容传播更加高效,对用户的吸引力更为强大,对整个纸媒行业的发展带来了巨大的冲击。只有通过完善内容质量、提升自身竞争优势、调整相关内部结构、引入新技术和大数据平台等多种方式,谋求纸媒行业的转型发展,与时俱进,满足人民群众的信息获取需求,才能促进整个纸媒行业的生存与发展,从而为社会做出应有的贡献。

参考文献:

- [1]穆盛娟.新媒体视域下纸媒转型发展的创新策略[J].记者观察,2021(14):102-103.
- [2]陈梦婕.新媒体时代纸媒转型与发展之路[J].中国报业,2021(3):56-57.
- [3]王苗苗.新媒体时代纸媒如何实现转型发展[J].文化产业,2020(26):104-106.

作者简介:杨文杰(1979—),女,本科,初级记者,研究方向:新闻传播学。

(作者单位:北京青年报)