

·文化事业管理·

媒介融合进程中的纸媒产业困境浅析

□ 祁健敏

摘要:互联网技术的深入发展极大地丰富了信息传播渠道,打破了传统的信息获取模式,甚至重构了传媒产业体系。新媒体后来居上,传统媒体的主导作用不复存在。作为传统媒体的一种,纸媒不仅主导作用不复存在,甚至面临着生存困境。媒介融合的背景下,纸媒的转型之路备受关注,也更为艰难。

关键词:媒介融合;纸媒转型;产业困境

互联网的飞速发展将新闻到达用户的路径化繁为简,信息终端从纸张到屏幕的转变背后映射着纸媒的生存困境。尽管纸媒具有新媒体难以企及的专业采编团队和权威发声地位,但也无法忽视“纸媒消亡论”,若无科学变革,纸媒产业的寒冬恐难度过。

1 纸媒产业生存困境

1.1 行业整体性衰退明显

据《2021年全国新闻出版业基本情况》报告显示,2021年全国共出版报纸1894种,共印839.28印张,与上年相比种数下降0.80%,总印数下降了8.62%,已连续10年处于下降趋势。报纸的停与休步调不息,但新生数量却寥寥无几。从日刊到周刊、从周刊到停刊,《北京晨报》《新商报》……一批批存在于读者记忆中的纸媒消失在历史长河中,纸媒风光不再已成为不争的事实。过去坐拥垄断资源的纸媒不断关停,反映出纸媒行业与时代轨道的渐离。

1.2 读者及广告主流失

纸媒介质自身局限使时效性被新兴媒介一再赶超。“人人拥有麦克风”的时代到来,事发现场的网友实时上传信息的速度更快,成为第一手资料。经网络传播,受众获取信息的速度可以用秒计数。纸媒生产、销售及运输的时间成本和空间距离将用户越推越远。

一般来说,纸媒无论报纸还是杂志,卖价都是相对低廉的,其盈利主要都源自广告收入。时代变化,随着广告主纷纷朝互联网转向,报纸的广告收入大幅降低,发行成本难以为继,报纸的整体质量大打折扣,相继面临停刊的风险,广告主见此更是倒戈,以致恶性循环。

1.3 人才流失问题严重

媒体形势发生变化,掀起一波“媒体人离职潮”。电视报道兴起、门户网站建立、移动端崛起,时间轴上每个节点,无不让纸媒从流行走向传统,由传统变得更传统,“十年青春空飞扬,人未老,报先亡”的感慨不停。是相对的,在“新”媒体的一再冲击下,影响的除了传统纸媒的发展空间,还有纸媒从业者的收入优势。

制度约束的加强、纸媒几近渺茫的发展空间和新媒体行业的市场前景和薪资水平都在助推纸媒人才出

走。处于择业岔路口的媒体人同样审时度势,不会任自身职业前途与纸媒一同沉沦。由此,纸媒现今引以为傲的,也是新媒体暂无的人才优势,也将风云变幻。

2 纸媒机遇与挑战

2.1 数字、互联网等科技发展的助推

时代的进步和科技的发展压缩了纸媒的生存空间,但也带来了机遇。纸媒利用强用户黏性和权威发声地位易使用户信任。如今不少纸媒乘技术东风打造了全媒体矩阵,但仍存在于新媒体平台上复刻报纸内容等“换汤不换药”的问题,反使纸媒转型之路越走越窄。

应对此态势,打造“互联网+纸媒”的产业发展新业态才是切实举措。应开辟新媒体平台,致力于传播时效性和深度并存的内容,同时弥补纸媒互动不足的缺陷,让“5G”“4K”等新兴技术及时为媒体所用,真正为提升生产效率和质量所用。

2.2 人口老龄化进程的加快

2021年第七次全国人口普查结果使人口老龄化再次引起热议,老龄人口不断增加,老龄化进程也呈加快趋势。

人口老龄化无疑给社会发展带来了挑战,但随着改革开放第一代中产阶级即将退休,“富人变老”的趋势也让银发经济成为经济社会发展的新机遇,许多产业以老年群体为消费对象制定战略,纸媒也不应例外。

据统计显示,受教育程度较高的老龄人口占总人口的比重不断上升,这是纸媒产业的发展契机。老年人口由于精力和身体条件有限,对报纸及杂志的需求较之手机更高,并主要围绕信息获取和特殊需要。后者主要聚焦老年群体的私人需求,如医疗健康、饮食营养等信息。这就要求纸媒顺势而为,提供个性化、针对性的服务,抓住银发经济这根“稻草”。

2.3 蓬勃发展的其他产业合作机会

而今,我国很多产业存在低端供给过剩、高端供给短缺的现象。基于此,产业融合成为了我国经济发展常用常新的手段。这不仅有利于推动改变传统的生产和消费模式,也易于产生“1+1>2”的效果。

于此,构建文化资源业、文化会展业、文化地产业

及文化旅游业等模式都不失为纸媒产业与其他产业融合发展的优质思路。

会展经济被誉为 21 世纪的“三大无烟产业”，与文化资源的纵向开拓相对，文化会展侧重于横向关联，二者相融有很大的关联效应。地产和旅游亦是如此，在各自的传统发展模式停滞时，书写“文化 + 其他”的产业蓝图，能同时助推两种产业的转型升级。

3 转型措施

3.1 保持优势，做强内容

在新的环境下，在信息爆炸时代，用户制造内容也赋予了网络媒体信息优势，因而从时效性和体量上，纸媒都无法与网媒相媲美。

但纸媒在垂直度方面胜过了网媒，纸媒的内容来自专业的采编团队，有严格专业的审核机制，较之网媒，信息的权威性和真实性更强。但如今，当纸媒频频“翻车”，新闻真实性被一再反转时，是否可以说纸媒没有在市场洪流中保持优势呢？内容为王的思路被流量冲垮，纸媒的版面越来越缺乏深度和个性化的报道，使其不可逆转地“泯然众人矣”。

此外，随着读者需求的转变和对环保的考量，纸媒应更着重打造“少而精”的内容，打造纸媒品牌化内容和调性是必要举措，“厚报时代”必然会消失于历史长河中。

在互联网的高速发展态势下，纸媒在媒介融合进程中更得“守得住初心”，致力于为受众提供真正信得过、有价值的内容，提高思想站位要满足于迎合受众兴趣，做好受众价值观的引导。适时推动深度报道的生产和传播，坚守社会责任感。

3.2 轻量化视频促转型

2016 年以来，短视频以爆炸级速度崛起。截至 2022 年 12 月，短视频用户规模达 10.12 亿，同比增长 7770 万，增长率为 8.3%，在整体网民中的占比为 94.8%。无疑，海量的短视频成为平台经济的又一倚仗。但海量短视频在丰富网民生活的同时，也存在质量良莠不齐的问题。

对此，不少老牌晚报、都市报都抓住风口，推出了自己的纸媒短视频新闻模块，利用轻量化和精品化的短视频新闻，弥补了短视频娱乐性过强和真实性难辨的弊端，做出了纸媒转型的重要突破。

一些纸媒视频品牌也做出了相当不错的成绩——齐鲁晚报、齐鲁壹点视频、新京报“我们视频”等，都活跃在大众视野中。人民日报社新媒体中心推出的《中国一分钟》系列国家形象宣传微视频，也引领纸媒打造了一众现象级微视频产品。纸媒顺着短视频发展的快车道，借助“时长不长、制作不难、传播容易”的轻量级短

视频，可不断巩固传播力、影响力和公信力。

3.3 信息付费新模式的应用

付费墙也是报业发展的一大趋势，是纸媒拓宽盈利模式的可行之路。而今，纸媒通过广告盈利难上加难，将思路从盈利转向服务是可行的。

用户对知识付费的理解程度随时代发展而提高，音乐、视频和文学作品等付费模式已经成熟，这也为纸媒转型推进信息付费提供了发展前景。纸媒通过提供优质内容摆脱了过分依赖广告的局面，读者获取定制化内容和服务，是一种双赢。

但付费的前提来自于优质且独家的内容，这也将倒逼纸媒着眼于第一条要求：生产出特色化、专业化、定制化的深度内容，打出内容这张王牌。

3.4 科技融入融媒体进程

虚拟现实（VR）技术的出现使新闻场景的再现成为可能，用户可身临其境感知新闻。2015 年，《纽约时报》推出的“NYT VR”客户端即走出了转型新路。

放眼国内，VR 的步调不止，人民日报社、新华社的尝试也让媒体看到了技术对传播的赋能。假以时日，纸媒元素亦可作为虚拟现实新闻的基础元素参与到该类新技术新闻的制作中来，迎来新一轮的爆发。此外，实现技术对纸媒的赋能，还需要纸媒行业对专业人才的培养，这势必还有很长的路要走。

4 结语

融媒体时代，纸媒想分得平台经济的一块蛋糕，必然要走上媒介融合发展之路。但与此同时，纸媒仍需葆有初心，在坚守真实性和权威性、提高思想站位、坚守舆论导向的同时，采取多样的方式融入市场，如采用 H5、数据新闻、深度报道等专业独特的方式来提升用户黏性，进而搭建付费墙，让用户心甘情愿地为优质信息和服务买单，才是新时代纸媒生存发展的不二法则。

参考文献

- [1]李雪.三分之二纸媒“关停并转”或成可能[J].明日风尚,2017(8):382.
- [2]岳丹丹.媒体融合背景下纸媒转型策略探讨[J].采写编,2022(3):47.
- [3]冯强,孙璐璐.中国离职媒体人职业转型话语研究[J].新闻大学,2022(2):56.
- [4]李杰锋.《安徽商报》：“后厚报时代”的精细化经营策略[J].传媒,2016(2):38.
- [5]刘璞.轻量化、纸媒视频新闻的机遇和挑战[J].城市党报研究,2019(12):41.

（作者单位：兰州大学新闻与传播学院）