

新媒体环境下纸媒跨媒体发展模式探析

韩 蓄

(蚌埠学院,蚌埠 233030)

[摘要] 新媒体环境下,传统纸媒面对新兴数字媒体的挑战,为更好地满足受众个性化、多元化的信息需求,需要跨越新旧媒体的鸿沟,跨媒体运营和发展。通过与互联网和移动通信互联网等数字媒体的优势互补、强强联合的多渠道合作,促进纸媒与网络媒体之间在内容信息、受众资源和传播途径等方面的资源共享,在相互渗透和融合中实现多赢。

[关键词] 纸媒 传播 互联网 手机

[中图分类号] G231 [文献标识码] A [文章编号] 1009-5853 (2013) 01-0047-03

[Abstract] In the new media circumstance, the traditional paper media has to face the challenges of the emerging digital media. In order to better meet the personalized and diversified information needs of audience, paper media needs to across the gap between old media and new media, just choose the way of cross-media operations and development. With complementary advantage of digital media such as Internet and Mobile-Internet, and the combination of multi-channel cooperation, it has been able to promote sharing of media content, audience resources and routes of transmission between paper media and network media, which could achieve win-win in the process of mutual penetration and fusion.

[Key words] Paper media Dissemination Internet Mobile phone

随着互联网的普及和数字技术的飞速发展,以纸媒、电视、广播为代表的传统媒体三分天下的格局已被打破,作为新媒体生力军的互联网和手机,几乎在一夜之间让传统媒体苦心经营的百年基业改弦易辙,人类的信息传播开始步入数字网络时代。互联网、移动互联网的数字化革命,让我们的生活有了颠覆性的改变,这种超越时空、跨越地域即时互动的沟通方式让人与人的交流更加自由、信息传递畅通无阻。然而,随着新媒体的数字化浪潮席卷而来,传统媒体不得不接受这种无孔不入的蚕食和渗透,旧的传播方式和媒体分而治之的格局已无法维系。要想在数字化的海啸风暴中有立足之地,必须抛弃偏见,打破新旧媒体井水不犯河水的界限,跨越虚拟与现实、纸质与数字、传统与新派的鸿沟,实现纸媒、互联网、移动通讯网络等新旧媒体的无缝接轨,打造网络时代的纸媒跨媒体数字传播新干线。

1 纸媒跨媒体发展的原因

1.1 新兴数字媒体的整体优势让纸媒感慨后生可畏

首先在内容和信息量上,数字媒体中的互联网就像是浩瀚无垠的信息海洋,而且其中的知识信息浪潮还在不断上涨,取之不尽、用之不竭。其

次,在传播成本上,数字媒体使得一切信息和资源的共享变得轻而易举,对信息的重新组合和再加工不受约束,那只是二进制码0和1的重新排列组合,没有物质成本的消耗。第三,在传播的表现方式和表现力上,数字媒体利用几乎所有可以调动人的感官的技术和表现方式,文字、图形、声音、光线、色彩、电波、动画等多种手段及触屏技术让受众的视觉、听觉、触觉感受到一个立体的、感性的、触手可及、可即时互动的“活体”。第四,在传播速度和范围上,数字媒体不受时间和空间的限制,速度快,范围广,只要有网络信号和终端接收设备,出版和发行基本上可以同步实现,一切尽在“掌握”。第五,在传播的互动性上,数字媒体从诞生之日就颠覆了传统媒体的单向传播模式,“你点我播”“按需阅读”真正让受众成为信息和内容的主人,不让“垃圾信息”和“非需浏览”浪费受众的时间和金钱。第六,在传播的载体工具上,无论是MP3、MP4,还是手机、电脑、数字电视、液晶显示屏,数字媒体依托互联网、移动互联网等无处不在的信号,让文字、图案、动画、音乐、视频以炫目多样的方式出现在全球各地各种眼球和肤色的面孔前面。

[项目基金] 本文系国家社会科学基金项目“新媒体环境下阅读引导与读者服务的协同推进研究”(10CTQ003)的阶段性成果。

[作者简介] 韩蓄,蚌埠学院讲师。

1.2 网络时代受众信息需求和来源的多样化让纸媒感到压力“山大”

无论是纸媒还是数媒,任何媒体如果离开受众,就好像鱼离开了大海,因此受众对于媒体的重要性毋庸置疑。没有受众,媒体就没有传播对象,受众的一举一动无时无刻不牵动着媒体的中枢神经。而以互联网、移动互联网为代表的数字媒体的异军突起,让纸媒等传统媒体的中枢神经一下被紧紧绷起。首先,受众的媒体选择偏好开始逐步由纸媒等传统媒体向手机、互联网等数字媒体转移。传播学研究表明,受众的信息接收行为不是被动的,而是带有明显主观意愿的,这种主动性不仅表现在对媒体形式的选择,而且对媒体传播的信息也表现出强烈的自主筛选意识。数字新媒体以不断创新的形式载体,大大扩展了受众对于媒体介质的选择面。同时,新兴媒体的数字化潮流,突破了传统媒体时代的时空界限,通联古今、纵览四海,无论是在内容形态、内容来源还是信息容量方面都具有传统媒体不可比拟的延展性和丰富性,极大地丰富了信息的数量和表现形式,增加了受众信息选择的自由度。而且受众的交互要求在数字新媒体的技术支持中得以成功实现,触屏技术的普及尤使这一需求得到优化。其次,受众日趋网格化和破碎化让纸媒等传统媒体苦心经营的堡垒逐渐土崩瓦解。在传统媒体时代,几乎所有媒体都把受众当作一个混沌未开的大一统市场,并为其提供大众化的具有普适性质的信息和内容服务。但随着社会政治、经济、文化等各方面的发展催生了个性化消费时代的到来,引发了市场网格化、条块化,与之伴随的是信息产品的消费者即广大受众的四分五裂,大众时代正被分众时代甚至是个体时代取代。因此,想依靠单一的某种媒体满足所有人的需要已经是不可能的任务了。随着数字技术的不断突破,媒体的种类和数量出现了爆发式增长,同时新兴媒体在信息获取的丰富性、自由性、互动性和智能性上都让受众体验到传统媒体无法给予的便利和满足,使得受众可以随时随地、随心所欲地自由掌控信息资源,这导致受众大面积从纸媒等传统媒体流向互联网、手机等新媒体。

基于以上原因,如今传统媒体开始逐渐放低姿态,以获取资源共享、融合发展。在此背景下,跨媒体发展是传统媒体的唯一出路,通过对出版内容的视听化包装,让其以文字、图案、动画、音乐、视频、微电影、有声小说等丰富多彩的形式占领社交

网站、PDA、MP3、MP4、智能手机等新兴媒体的疆域,实现对同一内容的跨媒体和多元化推广发行,争取最大限度地利用各种平台传播知识和信息,尽可能在更广阔的时空与受众交流和沟通,满足他们日益多样化的媒体消费需求。

2 纸媒跨媒体发展的模式

2.1 与网络媒体对接,让受众在网民和读者身份中自由切换

2.1.1 传统纸媒在内容、选题和信息来源等方面要海纳百川,充分汲取网络资源

通过引入数字传播的网络技术,不仅可以很好地利用互联网海量的信息资源,同时可以与快速膨胀的网民群体形成良性互动,从而吸引更为广泛的受众关注度。无论是门户网站、社交网络、视频动漫、网络游戏还是网络聊天工具,所有网络传播的方式都可以成为纸媒的信息来源渠道,让纸媒的视野更加开阔、观点更为全面。通过对网民提供的新闻线索进行梳理、采访、编辑,让网民的观点和智慧成为纸媒取之不尽、用之不竭的素材宝库,让原生态、草根与专业深度完美融合。当每一个读者阅读着似曾相识又能产生共鸣的文章,体验和认同就成为传递知识、情感和快乐的通道。同时纸媒与网络互动也颠覆了原本在读者中刻板、保守的媒体形式,变得更加生动、活力、亲民,诸如“雷新闻”“炫照片”“民生微博”等栏目的设立让人眼前一亮^[1]。网民有认同感,传统读者也愿意与时俱进、吐故纳新,从而打通纸媒读者与网络用户之间的断层。

2.1.2 传统纸媒要多方位、多层次拓展网络传播空间,逐步向数字化媒体转型

各类纸媒在数字化浪潮的冲击下,纷纷建立了自己的网站或网络阅读主页,这在一定程度上弥补了传统纸媒仅有文字和图片、不够生动的传播弱点。然而,纸媒触网还处于比较初级的阶段,基本上是将传统报纸、杂志、图书电子化后直接挂在网上,或简单视听化包装,就重新登场,对网络用户的吸引力显然不够强。纸媒如果想在互联网媒体领域内有所作为,就必须从以下两方面实现突破:首先,纸媒应当在版面数字化的基础上,对每日新闻精华或文章、图书要目进行全新的编辑加工,以专题归类 and 延伸阅读的形式实现全方位的深度关注,从而形成区别于各大门户网站或新闻网站的媒体形态优势。只有这样,才能真正实现传统纸媒从单一的“图片+文字”到“图文音像”的立体传播跨越,成为网络浏览者乐于接

受和使用的电子纸媒^[2]。其次,纸媒还要通过自己的网站推出大量的网络互动活动和互动版块来增加网民的关注度,集聚网络人气,并以及时回应和互动确保网站访问的稳定持续增长,随着纸媒网络品牌的逐渐确立,用户的口碑效应就会急剧放大,让纸媒的影响力和知名度借由网站的粘性扩大而水涨船高^[3]。

2.2 进军移动通信互联网,让万千手机用户随时掌握最新资讯脉动

随着3G时代到来,手机已经不仅仅是人们日常生活中的通讯工具,它正在成为一种新的生活方式。发信息、聊QQ、上微博、看视频、玩游戏、读电子书等让现代人几乎无时无刻不活在“第五媒体”的包围中。而纸媒对于这个来自于移动网络的新兴媒体的挑战采取的策略是以合作促双赢。手机报就在新旧媒体融合的浪潮下应运而生,成为整合传统纸媒内容资源和移动通信网络传播手段的跨媒体产品。它是以移动互联网技术为依托,将传统纸媒的信息内容通过短信、彩信发送到用户手机上,或用户通过手机上网登录纸媒WAP网站实现新闻、资讯的传播。手机报是传统纸媒主动与新兴媒体融合的产物,充分利用了现代移动通信网络技术的强大优势。一是传播信息不受时空的限制,真正3A级传递(Anytime, Anyplace, Anyone);二是没有印刷、发行的时滞,让受众第一时间掌握资讯脉动;三是流媒体技术实现了资讯的图文、声音、影像的多媒体传播,使受众“耳目”一新。

传统纸媒跨移动媒体的发展起步于短信版手机报,它是纸媒在白屏手机时代的资讯传播方式,用户可通过短信点播或短信定制来实现新闻阅读。其特点是以新闻标题为主,仅有文字,简洁、精炼。随着手机升级到彩屏时代,彩信版手机报也应运

而生,因为彩屏手机具备浏览彩色图片的功能,彩信版手机报变得图文并茂,让新闻内容更加生动、形象。

尽管纸媒在与移动媒体的合作中行动较早,而且保持着与移动通信和网络技术与时俱进的同步发展,但在内容的分众传播、个性化定制以及互动的方式和程度上还有进一步加强和提升的空间。首先,纸媒在发送短信或彩信手机报时要突破千人一报的惯常思维模式,制作多个不同的版本,来满足不同手机用户群体的需要。因此在信息内容的种类和侧重点上要分类筛选、有取有舍。比如可以针对中国移动的全球通、动感地带、神州行的用户品牌分类分别推出财经版、时尚娱乐版、大众消费版手机报,并按客户群体类型发送相应分类版手机报,从而更精准地满足不同职业或类型的用户群体需求。其次,纸媒还可以将手机报做成一个开放的平台,要看什么内容,由用户自己决定。一种方式是将所有内容分若干版块设置,订阅哪些版块,用户自行勾选;第二种方式更加开放,用户自定义版块或感兴趣的资讯类型,甚至某几个关键词,由纸媒一次定制,并通过移动运营商的网络服务器实现每日自动检索,完成个性化信息分拣、打包、发送服务。再次,纸媒应通过多种移动互联网的新技术增强与手机用户的互动交流。比如利用当前最流行的移动网络交流平台——微博,扩大纸媒在新兴媒体和广大手机用户中的知名度和影响力,通过关注、评论、转发、@功能等来实现与受众第一时间零距离的互动。还可以通过开通新闻评论和下载功能,让手机用户在以WAP方式访问纸媒网站时,既能各抒己见、畅所欲言,又能享受到移动增值服务的方便和乐趣。最重要的是通过这些互动方式的推进,让手机用户和纸媒携手跨入自媒体时代。

注 释

[1]童飏,金厚盛.纸媒转型升级的数字化路径思考[J].新闻实践,2010(8):34-35

[2]杨延生,孙波.纸媒何以直面数字化挑战[J].新闻爱好者,2011(13):4-5

[3]王丹丹,张治江,何丽,等.媒介融合与传统纸媒的转型升级[J].新闻爱好者,2011(15):46-47

(收稿日期 2012-10-29)