

新媒体时代校园纸质媒体的创新

——以南京邮电大学《南邮青年》为例

田家玮

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年4月12日; 录用日期: 2023年6月12日; 发布日期: 2023年6月21日

摘要

当今社会, 数字化信息技术迅速发展并广泛运用。在“互联网+”的浪潮之下, 传统媒体受到了极大的冲击, 出现了各种“消亡论”, 包括传统高校的纸质媒体也开始逐渐弱势化和边缘化, 于是传统媒体的转型成为媒体产业的主流。本文结合当代传统媒体转型的措施, 分析《南邮青年》杂志的发展现状和转型中遇到的问题, 立足高校媒体平台融合发展, 为高校传统媒体在新时代的转型提出对策。

关键词

传统媒体, 校园媒体, 转型, 媒体融合

Innovation of Campus Paper Media in the New Media Era

—Taking Nanjing University of Posts and Telecommunications's *Southern Postal Youth* as an Example

Jiawei Tian

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 12th, 2023; accepted: Jun. 12th, 2023; published: Jun. 21st, 2023

Abstract

Technologies such as the Internet, artificial intelligence, big data, and 5G are becoming increasingly mature and widely used in people's lives. As users of the new media era, the contemporary public, as a user, pays more attention to social focus topics and hot events than in the past, relying on new media platforms to express opinions and form online public opinion. The online public

opinion in the new media era has some new characteristics, and by drawing on relevant theories from other disciplines, it has put forward requirements for the diversification of the governance subjects of contemporary online public opinion. Based on the current situation in China, the government, social organizations, and universities need to fulfill their responsibilities and achieve diversified online public opinion governance.

Keywords

Old Media, Campus Media, Transformation, Media Integration

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着新技术革命的不断进行,以互联网为代表的信息技术发展异常迅猛,逐渐“互联网+”的模式融入到人们生活的各个方面。随着互联网技术的不断完善与发展,并和多种数字媒体进行创新性的结合,人们在日常生活中有了更多的选择,这些选择可以使人们逐渐脱离传统,尤其是在传统媒体方面。在全球数字化浪潮和信息爆炸、信息快餐化的冲击下,传统媒体显得有些“不够用”了,因此曾一度引发“报纸消亡论”等消极论断。经常可以听到某些曾经的知名报刊、杂志因为订阅量和购买量的逐渐下降不得不减产,最终停刊的消息。2014年,《新闻晚报》(上海报业集团旗下著名报刊)休刊,取而代之的是新媒体阅读产品《上海观察》,并且取得了一定的成效[1]。

在人们固有的印象和记忆中,纸质媒体似乎能够承载更多人们对于“阅读”的理解。可是随着时代的发展,这样的记忆逐渐成为了过去的、上一代人的记忆。互联网、移动客户端、小程序等等新媒体带来的变革是时代的选择和必然。从上个世纪九十年代开始,传统媒体就已经开始出现了与新媒体融合的现象,所谓媒体融合,即依靠信息数字技术,逐渐实现媒体边界的淡化,乃至交融。

商业化的传统媒体最终的目的是要盈利的,为了达成这个目的就必须对自身进行调整从而顺应市场。所以从2011~2012年智能手机开始普及的时间节点,众多的传统媒体开始打造自身的新媒体品牌,基本可以概括为两种手段:打造移动端应用APP、搭建门户网站。新媒体和传统媒体在这一阶段仅仅是媒介形式区别,在内容上的差异并不大,而新媒体作为新拓展的业务,必然会得到公司、出版社等更多的投入和关注,带来的后果是原本的传统媒体本身的质量和吸引力的下降,引起了传统读者的不满。毫无疑问的是,这是一种为了自身发展,抛弃传统媒体而奔向新媒体的做法。而且人们的普遍心理都是宁愿接受免费的网络版,不愿意掏钱去买纸质版,因为最终得到的内容是一样的。

2014年8月,《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》审议通过,对于新时代背景下的媒体融合的发展背景和方向奠定了基础。《意见》指出传统媒体和新兴媒体要优势互补、一体发展。在推动媒体融合发展的道路上,坚持一体化发展、坚持以先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合[2]。

2. 现状分析

2014年,亚马逊发布了一项网民阅读习惯调查报告,调查报告的结果显示纸质书籍任然是人们阅读选择的主流,但是电子阅读正逐渐形成趋势。电子书的阅读主体主要是70后、80后和90后,共同的阅

读时间段高峰期是睡前、工作间隙和节假日。人们对于碎片化的时间进行阅读的需求在增加。通过我们对于传统纸质媒体阅读和新媒体阅读所具有的特点的分析，我们构建出了传统媒体和新媒体在传播者和接收者之间联系的模型。见图 1。

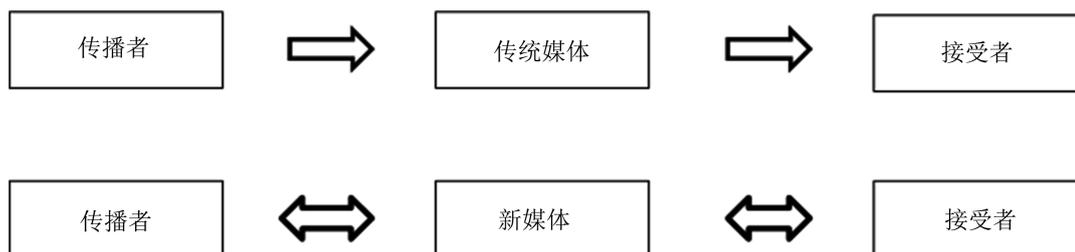


Figure 1. Media communication and acceptance connection framework

图 1. 媒体传播与接受联系框架图

传统媒体的传播模式是一种线性的单项传播，而新媒体的传播方式是双向的。接收者不仅仅扮演着接收者的角色，同时也可以作为传播的决策者，所以传播者和接收者的关系被拉近，差距在缩小。新媒体时代阅读的价值不仅体现在超越了传统意义上的纸质媒体和文字阅读，更在于阅读过程中阅读者在接触、消化阅读内容的同时，不仅参与了信息消费，还对所消费的信息进行反馈，从而向信息生产者转变 [3]。在如今微博、微信、小程序、APP 等新型媒体形式里，使用者可以在接受着信息的同时，实现自己的观点于其他接收者或者是信息传递者之间的交互。同时，这样的模式对于用户的隐私安全保护也提出了更高的要求。

2.1. 传统媒体发展现状

纸质媒体时代无疑收到了巨大的冲击，最大的短板在于传统纸媒体和新媒体相比，缺乏了新媒体信息量大、时效性强、更新速度快的特点，拿报纸来说，一般的报纸都是一天一刊，而一天一刊的周期放在当今社会显然是不够的，一天甚至半天之内国内外发生的各种各样的事情，报纸并不能做到实时更新。而网络新媒体可以做到这一点。其次，传统纸媒体缺乏交互的渠道和平台，对于接收者来说没有那么好的用户体验。

不过，纸质媒体作为传统媒体的重要媒介，其存在和发展有其独到的必要性和重要性，更有着不可替代性，所以所谓的“纸媒消亡论”是非常不科学的。在当今的快节奏信息爆炸时代，各种各样的信息层出不穷，而要求一个人能够全盘接受所有的信息显然是不可能的任务，所以对有价值信息的筛选也是非常重要的，而新媒体目前对于信息的筛选由于缺乏管理和一些其他的原因，导致了网媒公信力是比较低的，在内容为王的时代，权威的机构，专业的人员等因素使得纸质媒体有很重要的话语权，权威性很高，这也就是品牌效应带来的好处，同样的信息，网上曝光的和人民日报刊登的，人们普遍会更愿意相信后者。纸质媒体真实可触、方便携带，对于人的阅读习惯培养的特点无法替代，家长如果要从小培养孩子的阅读习惯，电子书一般不会是在纸质书前的选择。

2.2. 新媒体发展现状

新媒体作为一种依托新技术的代表，其飞速发展有得天独厚的条件。互联网给人们的生活带来了翻天覆地的变化和巨大的便利，通过互联网，人们单位时间获得的信息可以是以前的数十倍数百倍，节约了大量人们花费在资源搜索上的时间。同时，新媒体具有信息交流快、覆盖面广、互动性强、成本低等优势。

不过，新媒体过于依赖新技术也是其弊端。首先是硬件条件，比如终端设备的流畅度，网速，客户端优化等都会很大程度影响用户的体验，如果图片视频加载不出来或者加载很慢，那么其快捷性的优点就会大打折扣。现时代快餐式信息接受，使人们对传统媒体的依赖粘性减弱，但很多具有品牌特征的传统纸媒有一批非常忠实的用户，大批熟练的从业人员使网络媒体难以望其项背[4]。

2.3. 《南邮青年》发展现状

《南邮青年》作为一个坚持了近 33 年的纸媒，特别是在近几年新媒体蓬勃发展的态势下，面临着很大的压力，通过对社团内部的历届档案整理发现，《南邮青年》杂志在创刊 33 年以来，面临的问题主要集中在近几年，特别是校内其他新媒体平台成立之后的这段时期，对我校内纸媒而言，问题主要集中在三个方面：①纸媒较新媒体的传播力低；②碎片化的时间和繁重的学业使得读者的阅读意愿不断降低；③读者对阅读内容的要求不断提高；其中打击力最大的便是传播力问题，这导致越来越难以“留住”读者，通过对杂志社的内部数据留存的分析就可以发现对杂志调整的显著变化。

首先的变化体现在在杂志的发行数量上，《南邮青年》杂志年度最高发行数量曾达到 10,000 本，而由于读者群体的不断减少导致了不得不不断压缩发行量，目前年度发行量只有 2400 本，不到过去的四分之一。

其次的变化体现在杂志的发行方式上，《南邮青年》杂志在过去作为校内最受欢迎的热门媒体之一，在发行方式上一直以订阅与先到先得的方式为主，而如今在纸媒热度不断冷却的阶段，发行方式不得不调整为主动发放与派送，即使是这样杂志受众状况仍然不是十分可观，这导致读者将会维持在一众固定的阅读爱好者中而难以扩大。

经过总结近年来的经验，新媒体的影响力在很大程度上是大于传统纸媒的，比如一篇文章，发布在新媒体上，不到几分钟就被全世界的人看到，转发评论上千万次，而《南邮青年》杂志作为传统纸媒的传阅力却十分有限，印刷发放需要时间，与网络相比显得较为笨拙，不如手机电脑的轻轻一点，就可以看到想看的内容。针对这样的问题，相关人员在经过阶段性的总结之后，推出了《南邮青年》电子版读物，通过公众号平台对外传播，将优秀的征稿以杂志排版的方式推陈出新的展现在读者面前。

3. 基于问卷的校园媒体认知情况

高校校园媒体作为一种特别的媒体形式，与一般媒体最大的区别在于商业化和运营模式。但是上述的纸质媒体和新媒体的特点校园媒体依旧适用。以《南邮青年》为问卷设计对象，结合传统媒体和新媒体的一些特点以及转型的必要性和现实意义进行了问卷调查。调查对象为仙林大学城的在校学生，共收回问卷 165 份，其中有效问卷 159 份。

描述性分析：

见表 1，本次问卷调查共收回问卷 159 份，其中调查者为男性 60 份，女性 99 份。

Table 1. Gender ratio

表1. 性别占比

		频率	百分比	累积百分比
有效	男	60	37.7	37.7
	女	99	62.3	100.0
	总计	159	100.0	

见表 2，本次问卷调查，大一本科生共占 45 份，大二本科生 54 份，大三本科生 48 份，大四本科生 12 份，大一大二大三为主体。

Table 2. Proportion of grades
表2. 年级占比

	频率	百分比	累积百分比
有效	大一	45	28.3
	大二	54	34.0
	大三	48	30.2
	大四	12	7.5
	总计	159	100.0

见表 3 从回收问卷结果来看，手机 APP 或者微信公众号是目前大学生群体主要获取信息的渠道，很少部分同学还有平时阅读传统纸质媒体的习惯。

Table 3. Frequency of information acquisition channels in daily life
表3. 平时获取信息途径频率

	N	百分比
途径	3、(报纸/杂志等纸媒)	51
	3、(电视新闻节目)	75
	3、(手机APP或微信公众号)	144
	总计	270

见表 4 数据显示，绝大部分受调查者保有以报刊为代表的纸媒是最权威的信息源的观点，而网络作为新兴媒体，由于存在信息多、乱、管理欠佳的特点，在权威性方面仍然缺乏公众的认可。

Table 4. Frequency of authoritative information sources
表4. 权威信息来源频率

	N	百分比
权威信息来源	网络	45
	电视	93
	广播	57
	报刊	93
	其他	15
	总计	303

见表 5 和表 6，本次调查显示，绝大多数同学认为纸媒的优点在于易保存可反复阅读、纸媒具有本地特色有亲和力，另有超过半数的受调查者认为纸媒的优点是作为权威的信息源，其报道更为深入、更具原创性。反观，纸质媒体以其作为传媒实体，不方便携带受到 83.0% 受调查者的诟病，另外有超过 60% 的受调查者认为纸媒缺点在于时效性差、成本高。

Table 5. Advantages and frequency of paper media**表5.** 纸质媒体优点频率

	N	百分比	
纸质媒体优点	能提供更权威的信息	72	14.9%
	易保存, 可反复阅读	123	25.5%
	纸媒的报导更为深入全面	78	16.1%
	纸媒的报导具有原创性	84	17.4%
	纸媒具有本地特色, 有亲和力	120	24.8%
	其他	6	1.2%
总计	322	100.0%	

Table 6. Frequency of disadvantages in paper media**表6.** 纸质媒体缺点频率

	N	百分比	
纸质媒体缺点	时效性差	105	24.8%
	成本较高	96	22.7%
	不方便携带	132	31.2%
	文字叙述不及画面或声音叙述感染力强	81	19.1%
	其他	9	2.1%
总计	423	100.0%	

相关性分析:

见表 7, 从上表中可知, 性别对于纸质媒体的认知程度 p 为 $0.028 < 0.05$, 双尾显著, 两者具有一定的相关性, Pearson 相关系数位 0.302, 表现为中等相关; 性别对于纸媒的频率的观看频率 p 为 $0.004 < 0.05$, 双尾显著, 两者具有一定的相关性, Pearson 相关系数位 0.385, 表现为中等相关。一般来说, 女生对于阅读的需求比男生大, 更愿意花时间进行传统纸质媒体阅读。

Table 7. Gender and grade perceptions on paper media reading and related tests**表7.** 性别、年级对于纸媒阅读的看法相关检验

	您对于 纸质媒体的 认知程度是?	您平时有订阅 报纸/杂志等 纸媒的习惯吗?	您平时看 报纸等纸媒的 频率是(每周)?	您对于 《南邮青年》 杂志有关注吗?
性别	Pearson相关性	0.302*	-0.070	-0.385**
	显著性(双尾)	0.028	0.620	0.004
	N	53	53	53
年级	Pearson相关性	0.198	0.136	-0.161
	显著性(双尾)	0.155	0.332	0.250
	Pearson相关性	0.198	0.136	-0.161

而年级对于以上因子的 p 均大于 0.05, 双尾表现为不显著, 因此年级对于以上因子的相关性不大。

回归分析:

见表 8、表 9，对于纸质媒体的认知程度和纸媒优点的回归结果中可知，回归显著性 0.068，接近显著。R 方为 0.217，拟合度一般。可以说，纸媒的优点某种程度上决定了纸质媒体的认知程度。

Table 8. Regression analysis of the advantages and cognitive level of paper media

表 8. 纸媒优点和认知程度回归分析

模型	平方和	自由度	均方	F	显著性P
回归	2.494	6	0.416	2.130	0.068 ^b
残差	8.978	46	0.195		
总计	11.472	52			

Table 9. Regression analysis coefficients for the advantages and cognitive level of paper media

表 9. 纸媒优点和认知程度回归分析系数

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性P
	B	标准错误	贝塔		
(常量)	2.079	0.171		12.162	0.000
(能提供更权威的信息)	-0.049	0.132	-0.053	-0.376	0.709
(易保存, 可反复阅读)	0.002	0.152	0.002	0.013	0.989
(纸媒的报导更为深入全面)	-0.235	0.145	-0.252	-1.619	0.112
(纸媒的报导具有原创性)	-0.054	0.145	-0.058	-0.371	0.712
(纸媒具有本地特色, 有亲和力)	-0.063	0.155	-0.058	-0.405	0.688
(其他)	-0.992	0.332	-0.406	-2.986	0.005

见表 10、表 11，对于纸质媒体的认知程度和纸媒缺点的回归结果中可知，回归显著性 $p = 0.09$ ，显著。R 方为 0.270，拟合度一般。可以说，纸媒的缺点同样某种程度上决定了纸质媒体的认知程度。

Table 10. Regression analysis of shortcomings and cognitive level of paper media

表 10. 纸媒缺点和认知程度回归分析

模型	平方和	自由度	均方	F	显著性P
1 回归	3.102	5	0.620	3.483	0.009 ^b
残差	8.370	47	0.178		
总计	11.472	52			

Table 11. Regression analysis coefficients of paper media shortcomings and cognitive level

表 11. 纸媒缺点和认知程度回归分析系数

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性P
	B	标准错误	贝塔		
(常量)	1.918	0.191		10.064	0.000
10、(时效性差)	-0.140	0.124	-0.143	-1.129	0.264
10、(成本较高)	-0.076	0.126	-0.080	-0.604	0.549
10、(不方便携带)	0.203	0.168	0.164	1.206	0.234
10、(文字叙述不及画面或声音叙述感染力强)	-0.146	0.125	-0.156	-1.168	0.249
10、(其他)	-0.770	0.271	-0.382	-2.843	0.007

见表 12 和表 13, 对于新媒体会逐渐取代纸质媒体观点和纸质媒体缺点的回归结果中可知, 回归显著性 $p = 0.261$, 不显著。因此说, 纸媒的缺点某种程度上并不决定纸质媒体是否会逐渐被新媒体取代。通过之前的分析新媒体完全取代纸质媒体也几乎是不可能的。

Table 12. Regression analysis on the shortcomings of paper media and whether new media will replace paper media

表 12. 纸媒缺点和新媒体是否会取代纸质媒体回归分析

模型	平方和	自由度	均方	F	显著性P
1 回归	7.514	5	1.503	1.349	0.261 ^b
残差	52.372	47	1.114		
总计	59.887	52			

Table 13. Regression analysis on the shortcomings of paper media and whether new media will replace paper media

表 13. 纸媒缺点和新媒体是否会取代纸质媒体回归分析

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性P
	B	标准错误	贝塔		
(常量)	1.752	0.477		3.676	0.001
10、(时效性差)	0.067	0.311	0.030	0.215	0.831
10、(成本较高)	0.018	0.314	0.008	0.058	0.954
10、(不方便携带)	-0.110	0.421	-0.039	-0.260	0.796
10、(文字叙述不及画面或声音叙述感染力强)	-0.667	0.312	-0.314	-2.138	0.038
10、(其他)	-0.655	0.677	-0.142	-0.968	0.338

综上分析, 校园传统媒体的生存环境并不良好, 虽然纸质媒体也得到了绝大多数同学的认可, 但是其影响力逐渐在下降, 如果想发挥校园媒体的最大功用, 媒体融合势在必行。

4. 《南邮青年》转型过程中遇到的问题及解决

通过对《南邮青年》杂志社工作人员的访谈进行分析, 《南邮青年》杂志作为传统纸媒最大的节制就是十分有限的传播力, 杂志的印刷发放都需要时间, 与网络相比显得较为笨拙, 不如手机电脑的轻轻一点, 就可以看到想看的内容。针对这样的问题, 《南邮青年》杂志社在经过阶段性的总结之后, 推出了《南邮青年》电子版读物, 通过公众号平台对外传播, 将往期纸质杂志中优秀的稿件以电子排版的方式推陈出新的展现在读者面前。

4.1. 转型过程中的问题

4.1.1. 缺少一个拥有较高关注度的可发布平台

在转型为电子刊物的过程中, 首要难点在于发布电子刊物的平台问题, 电子刊物阅读量的提升在于让更多的读者看到电子杂志的发布, 但这很大程度上取决于其发布平台的关注量和日常曝光度, 而这就与新媒体平台所积累的“流量”呈正相关。这是《南邮青年》读者杂志转型过程中所遇到的最大难点之一, 如果缺少这样一个有较高用户关注量的发布平台, 那即使从纸质刊物转变成电子刊物也无济于事, 甚至阅读数目将会比线下发布的更加“惨淡”。此时, 如何提高《南邮青年》杂志社的公众号关注量或者如何找到一个可以固定发布电子刊物的合作平台成为转型过程中的新问题。

4.1.2. 电子刊物如何保持固定增长的阅读量

假定解决了《南邮青年》杂志电子刊物的发布平台问题，接踵而至的便是如何使电子刊物本身能够取得更多读者的关注与持久关注，《南邮青年》杂志本身是以文学为主的刊物，其在内容方面一贯以适合于纸质文学的各种文学体裁为主，如小说、散文、传记文学等文字内容较多的体裁。而在新媒体平台推广的过程中，缺少能在短时间内吸引读者继续阅读的内容尤为重要。这使得《南邮青年》杂志在甄选电子刊物内容的过程中花费了大量的时间来进行取舍和改进。

4.2. 转型过程中问题的解决

尽管我国积极推行法律，完善政策，引进技术，已经在网络意识形态的传播和治理方面取得了一定的成效，但是当前网络空间仍然存在部分不良意识形态的内容，说明了我国网络意识形态工作依然存在挑战，具体来说可以将新时代网络意识形态传播和治理遇到的问题分为以下几个方面。

4.2.1. 针对缺少一个拥有较高关注度的可发布平台问题——与校内兄弟媒体平台合作

针对发布电子刊物的平台问题，由于与所在新媒体平台所积累的“流量”呈正相关。《南邮青年》杂志社通过对自身独立众号平台进行新媒体曝光频次来从长远角度为电子刊物的长期发布来积累关注度，除此之外，《南邮青年》杂志社还通过与校内其他拥有较高关注度的媒体平台展开推送合作来增加自身发行内容的受众面，通过这两种方式相结合，从内在和外两个层次为提高关注度奠定基础。事实证明，这样的做法是卓有成效的，在后续发布的首期电子杂志的阅读量合计达到了 6000 次以上，这对于初次涉及电子刊物发布形式的《南邮青年》杂志社是个不错的起点。

4.2.2. 针对如何保持电子杂志固定增长的阅读量问题——对杂志的内容体裁进行适应性创新

《南邮青年》杂志本身是以文学为主的刊物，由于其在内容方面一贯以适合于纸质文学的各种文学体裁为主，势必会因此而因与新媒体平台受众群体的阅读习惯的差异而大受影响，为此，《南邮青年》杂志社通过前期的调研投票与内部的开会研讨，筛选出了多种较为合适的创新体裁形式，如“连环画文章”、“动态阅读模板”、“添加阅读背景音乐”等多种新形式新方法。实践证明，《南邮青年》杂志社的努力没有白费，电子刊物发行到第二期、第三期阶段，阅读累计数与首次阅读累计数有较为明显的增长并伴有持续增长的稳定态势。

5. 高校纸质媒体转型发展策略

2014 年 8 月，习近平总书记在主持召开的中央全面深化改革领导小组第四次会议上强调，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展，坚持先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的成果共享[5]。

基于上述背景和研究，本研究提出了一个从定位、媒体类型、内容、品牌和实现商业化的递进的转型发展策略。

5.1. 加快媒体定位转型

一般的高校校园媒体将自身定位成为一个单向的信息传播介质或者平台，但是随着互联网和智能手机的发展，信息的传递可以通过微信、微博等日常使用的 APP 实现，而原先的信息传递介质和平台就失去了原有的功能和意义。而微博、微信的成功依赖了其特有的社交属性，为使用者搭建了一个信息交互平台和社会交流平台，这样的模式比传统的信息接受更容易获得当代大学生的青睐。通过这样的平台，大学生能够拥有信息选择自主权和发言权。同时，朋友圈、好友圈等社会关系渠道能够让大学生及时交

流分享信息。

所以，高校校园媒体要能够有意识地构建运营师生用户关系群，把校园的媒体信息融入到师生的日常生活、社会关系中去，是非常有效的提升传播效果的途径。通过调动用户的兴趣和积极性，尽可能发展特定受众，并把他们发展成非常流行的粉丝群体。例如，可以在录取通知书的信封内附加《南邮青年》杂志的二维码，让新同学可以关注此校园媒体的线上平台，线上平台不仅主动为同学们提供了新生须知和服务，包括报道路线图、校园地图、新手须知等等，同时还可以推送自身的主打品牌——文学，让有相关爱好的同学有更多兴趣，并开放线上聊天室或者留言系统。

5.2. 实现分散到融合的转型

根据不同媒介的传播特点，挖掘深度合作融合，形成优势互补，是当下高校校园媒体发展的必经之路。每种媒介都有其独特的传播特点和受众，要充分利用优势与其他媒介进行协同传播。作为纸媒体应该在文章的广度、深度、高度上有所作为，新媒体手段弥补了传统纸媒体在画面和音频上的不足。如果是一篇优美的描述性散文，那么纵使文字再优美，内容再精彩，其吸引人的效果都不如一张符合文章主题的照片。将文字转化为音频、图像，再通过音频、图像让大家回归到文字。在新媒体上承载的内容应该尽可能吸引眼球、短小精干、直击痛点，比如可以在公众号推送一些有趣的新闻、学习干货、校园美图视频等等，总之是能一下子吸引人眼球的内容，并且围绕这些内容打造期刊的核心内容，在公众号上附带电子版链接和纸质杂志申请配送链接。

5.3. 结合时代，创新内容

一个好的纸质媒体，内容毫无疑问是非常重要的，没有内容的杂志好比没有了源头的水。媒体的一个主要特征就是内容为王。《南邮青年》杂志的内容还是比较广泛的，包括新闻、小说、散文、诗歌、游记、书评、影评等等，这一点是非常不容易的。通过对杂志内容翻阅，其质量是比较高的，但是缺乏关注度和浏览量，是需要思考的问题。从最直观的感受上看，这些内容缺乏了一点校园的“烟火气”，尤其是新闻板块，相对比较枯燥。杂志不应该是发布学校官方信息的平台，要拓宽新闻的选择面，对于时下热点话题，校园纸媒体可以在正能量的大方向上保持原创性为原则适度蹭热点，同时适当迎合学生比较关注的内容(可以在线上开放兴趣投票)，比如对宿舍阿姨、食堂阿姨的一些采访稿，一些考试大神们分享的经验，景点美食打卡攻略等等，尽可能契合到大家的生活中去，使他们感受到每一篇文章，每一个文字都是和自己紧密相连的。当文字和师生紧密相连产生共鸣的时候，文字就有了温度和感情。比如《南邮青年》公众号在毕业季的时候发布了一篇推送——《领取你的专属毕业礼物》。但是适当迎合不代表完全迎合，一味地迎合读者到最后只会失去纸质媒体的特点和存在的价值，在内容上甚至会变得庸俗化。

5.4. 重视传播，打造品牌

过去校园媒体陷入了一种只注意内容的怪现象，使得杂志本身的内容很丰富很精彩，但是没有人去看，甚至没有人知道，好比一件质量上乘的商品，却因为没有名气而销量不高，这样的结果肯定不是编辑者想看到的。作为校园媒体，其内容与师生的校园生活息息相关，所以校园媒体不会缺乏好的内容，更多的需要关注如何去有效传播，精彩的内容被人发现了才是成功的。尽管靠优质的内容也可以有传播效果，但是成功的校园媒体也应该有成功的传播策略。对于校园纸媒体而言，发行量并不能代表有效传播，真正的能够送到师生视野当中的，才是更应该关注的有价值的信息。通过社团与社团间的合作，或者与其他高校对应校园媒体之间的合作，合理开展宣传活动。重视品牌的打造，比如在特定的期刊可以

印刷精装的小开本,提高纸张的质量,优化阅读体验;制作自己的卡贴、帆布包、文化衫等具有自身文化特色的校园热门纪念品。成功的品牌打造也可以进一步推进杂志传播与推广。

5.5. 试水商业化,增添新动力

与社交媒体自负盈亏不同,校园媒体有着稳定的经费来源,但大多存在经费紧张,人员、设备、资源相对匮乏的情况,这也导致校园媒体融合发展的后劲不足。引入商业机制,试水商业化运营,一方面能够解决当前校园媒体资源紧张的问题,调动新闻参与人员的积极性,另一方面也能够使校园媒体更加主动向社交媒体学习,运行更为规范,生存意识和品牌意识更加突显,从而有利于校园媒体的求新、求变和媒体效能的发挥。在这方面,国内校园媒体大多没有实质性的突破,国外校园媒体则是普遍现象,如宾夕法尼亚大学日报的经费由校报自筹,经费来源于各种捐赠、广告,每年经费约80万美元。马里兰大学日报经费来自自身的广告业务,每年约有100万美元经费[6]。当然,校园媒体商业化还面临着审查机制、商业运作和文化教育的平衡等问题,但无论如何,这些尝试将为校园媒体的融合发展起到一定的推动作用。

6. 结语

综上所述,校园网络媒体的发达并不能全部掩盖纸质媒体在校园环境下信息、思想交流的重要作用,校园纸质媒体有其存在和发展的现实意义。高校校园媒体走融合发展之路是未来的趋势。校园纸质媒体在发展当中要立足自身特点,走出特色、打造品牌、引领深度。在未来媒体融合的大环境下,校园纸质媒体的发展首先有一个回归的过程,这种回归绝不是一种重复,而是一种优化和升华,精品化和品牌化是未来纸质媒体发展的必由之路,由此进行的媒体融合将是非常有效的。

基金项目

本文系2022年江苏省研究生科研创新计划(项目号:KYCX22_0856)阶段性成果。

参考文献

- [1] 张新月. 从现时代特征出发探索传统媒体与新媒体的融合[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东理工大学, 2015.
- [2] 周俊生. 传统媒体和新媒体要一体发展[N]. 光明日报, 2014-08-21(007).
- [3] 陈昌凤. “媒体融合”的学术研究态势与业界变迁方向——21世纪以来媒体融合研究的文献分析[J]. 新闻与写作, 2015(3): 40-43+3.
- [4] 沈蔚. 数字阅读研究: 从文化消费到意义生产[D]: [博士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2013.
- [5] 史静蓉. 校园网络媒体时代的纸质媒像——西安交大校园媒体发展的经验与启示[J]. 大江周刊(论坛), 2012(9): 10.
- [6] 柯宁, 刘涛. 新媒体背景下高校校园媒体融合发展探析[J]. 华南理工大学学报(社会科学版), 2015, 17(4): 88-92+118.