

GUO JI HU LIAN WANG
MIAN FEI QUAN WEN XIN XI SHI ZHENG YAN JIU

国际互联网 免费全文信息实证研究

宁 浩 编著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

GUO JI HU LIAN WANG
MIAN FEI QUAN WEN XIN XI SHI ZHENG YAN JIU

国际互联网 免费全文信息实证研究

宁 浩 编著

湖北长江出版集团
湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

图书在版编目(CIP)数据

国际互联网免费全文信息实证研究/宁浩编著.
武汉:湖北人民出版社,2008.11

ISBN 978 -7 -216 -05793 -6

I. 国…

II. 宁…

III. 互联网络—情报检索—研究

IV. C252.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 168708 号

国际互联网免费全文信息实证研究

宁 浩 编著

出版发行: 湖北长江出版集团
湖北人民出版社

地址:武汉市雄楚大街 268 号
邮编:430070

印刷:武汉市楚风印刷有限公司

印张:10

开本:880 毫米×1230 毫米 1/32

插页:2

版次:2008 年 11 月第 1 版

印次:2008 年 11 月第 1 次印刷

字数:275 千字

定价:48.00 元

书号:ISBN 978 -7 -216 -05793 -6

本社网址:<http://www.hbpp.com.cn>

前 言

互联网上的信息虽然多,但大多数是简介信息,免费全文信息还是较少。转载、重复的信息太多,造成了信息的虚假繁荣。高质量的信息源被淹没,使得互联网信息的检索效率大大下降。互联网上各种网站五花八门,人们耗费了宝贵的时间和精力去寻找,常常还得不到满意的结果。因此作为互联网上信息源的网站,应当精心选择、深入研究、充分利用。

要想轻松地查找高质量的免费全文信息,就要熟悉高质量的原创信息源。本书作者多年上网查询资料与研究的经验表明,互联网上能够提供权威的免费全文信息的信息源主要有政府网站、新闻网站和研究机构网站。

政府网站具有权威性,能够代表政府发布信息。政府是各项政策和法规的制定者,因此政府网站发布的政策法规具有不可替代的权威性。政府网站可以通过各种正规渠道获取信息,例如参与重大活动、参加重要会议、访谈政府官员和专家,这些信息来源本身就具有权威性。政府网站有一整套规范化的信息编写、报送和审核制度,保证了政府网站的信息准确可靠。

新闻网站具有传统媒体的品牌优势,传统媒体有众多从事新闻采访的专业记者和编辑,其信息来源真实可靠。新闻网站依托传统媒体几十年乃至上百年来积累的公信力,公众已经习惯于把传统媒体作为权威信息源。现在越来越多的新闻网站和传统媒体融合为一体,许多网站与报纸的编辑部门合并,记者采写的稿件共享,因此新闻网站就代

表了具有权威性与公信力的传统媒体。

研究机构网站代表的研究机构在某一行业中具有专业上的权威性。研究机构中专家学者发表的言论往往作为公众和领导的决策参考。研究机构网站发布本机构的研究计划和项目、研究人员、研究动态和研究成果,这些内容都是原创的权威信息。

用实证的方法来研究互联网上的免费全文信息是本书的特色。本书并不空谈信息理论,也不罗列众多网站进行简单介绍,而是精心选择有代表性的典型网站进行深入研究。每个网站都研究它的起源与发展、特点、结构与内容,通过大量的例证让读者能够具体感受和深刻理解典型网站的特色,并且能够由点及面地了解同类型网站的特色。从而能够熟练查询与利用互联网上的免费全文信息源。

武汉商业服务学院 宁浩

2008年10月

目 录

引言 国际互联网上为什么有免费全文信息	(1)
第一章 搜索引擎	(14)
第一节 搜索引擎概述	(14)
第二节 Google 搜索引擎	(25)
第三节 百度搜索引擎	(42)
第二章 中国政府网站的免费全文信息	(62)
第一节 中国电子政务的起源与发展	(62)
第二节 中国政府网的免费全文信息	(76)
第三节 中国商务部网站的免费全文信息	(97)
第三章 美国政府网站的免费全文信息	(116)
第一节 美国政府门户网站的免费全文信息	(116)
第二节 白宫网站的免费全文信息	(139)
第三节 美国商务部网站的免费全文信息	(156)
第四章 中国新闻网站的免费全文信息	(164)
第一节 新华网的免费全文信息	(164)
第二节 人民网的免费全文信息	(182)

第三节 《经济日报》网站的免费全文信息	(200)
第五章 美国报纸网站的免费全文信息	(220)
第一节 《纽约时报》网站的免费全文信息	(220)
第二节 《今日美国报》网站的免费全文信息	(235)
第六章 中国研究机构网站的免费全文信息	(244)
第一节 中国科学院网站的免费全文信息	(244)
第二节 中国大学研究所网站的免费全文信息	(264)
第七章 美国研究机构网站的免费全文信息	(287)
第一节 美国科学院网站的免费全文信息	(287)
第二节 美国大学研究机构网站的免费全文信息	(300)

引言 国际互联网上为什么 有免费全文信息

一、建立互联网的初衷就是资源共享

20 世纪 60 年代末,正处于美苏冷战时代。美国军队内部为了指挥战争的需要建立起很多计算机网络但却面临不同网络之间无法互相联系的问题,一旦遭受到苏联的核打击,摧毁某一军事指挥中枢的关键计算机,或切断了和这台计算机的联系,后果不堪设想。为了将来在战争中使军队各单位间保持良好的联系,使己方在战争中处于有利地位,美国国防部对研究和使用的网络产生了兴趣,认为有必要开发一种新的计算机网络,当它受到攻击时,即使部分网络被摧毁,其余部分会很快建立新的联系。为实现这种设想,由美国国防部出资,通过它的高级研究规划署(Advanced Research Projects Agency 简称 ARPA)投资进行多种网络互联的研究。他们首先建立了一个实验性的网络称为 ARPA-NET 主干网,把很多用于实验的计算机连接在一起,这是世界上第一个计算机网络。

美国国防部高级研究规划署有个信息处理技术处,专门负责扶持国内最先进的计算机研究开发项目。1966 年,该处的处长是时年 34 岁的鲍勃·泰勒。他办公室的里面放置了三台终端,分别是三个联机系统的远程终端。这三个系统的主机,机型不同、操作系统不同、操作命令不同,加之这三台终端的型号也不同,因此有三套不同的操作使用方法。泰勒常被这三个终端弄得手忙脚乱,非常烦恼,不免使他想起了曾与同事们多次讨论过的一个想法:计算机联网。同时,随着计算机应

用的深入,承包该处项目的各个研究小组都想拥有自己的计算机,都向泰勒要经费,他有点招架不住了。他想,如果能把已有的计算机联成网络,那么在研究小组之间就可共享计算机资源和研究成果了。泰勒向署长作了汇报,讲述了资源共享的好处和他的终端问题,他建议由 ARPA 投资建造一个小范围的计算机网络,署长爽快地同意了,马上给了 100 万美元的经费。

泰勒本人是学心理学的,他需要挑选一位一流的计算机专家作为项目负责人。泰勒看中了林肯实验室的拉里·罗伯茨。罗伯茨于 1966 年 12 月走马上任,时年 29 岁。罗伯茨一上任,很快就制订了先 4 个节点然后扩展到 15 个节点的网络计划。但具体方案的设计却花了两年的时间,最后采纳了林肯实验室克拉克的建议:在各节点上增加一台小型计算机,原有的计算机只与它相连接;由这些新加的小型计算机联成次级网络,承担网络通信功能。这种计算机被定名为“接口报文处理机”(简称 IMP)。IMP 的制造任务,通过公开招标被一家名不经传的 BBN 公司夺得。第一台 IMP 机于 1969 年 8 月 30 日到达加州大学洛杉矶分校,以后的三台 IMP 机分别安装在斯坦福研究院、加州大学圣巴巴拉分校和犹他大学。当年 12 月初,四个节点的阿帕(ARPA)网就诞生了。

阿帕网的建成给计算机的历史翻开了新的灿烂的一页,阿帕网的建设开创了前所未有的事业。纵观阿帕网的创建过程,里面充满了新的观念、新的创造和新的发明,凝聚了一大批人的智慧和心血。鲍勃·泰勒第一次明确提出,计算机网络的功能是资源共享,即硬件共享、软件共享和数据共享。也就是说,建立计算机网络的目的是大家能够享用网络上的各种资源。这种提法一直为后人所引用。

美国的计算机科技人员认识到了因特网的发展对社会的推动作用,同时,为了使美国在未来的信息社会中保持优势地位,建议美国国家自然科学基金会资助设立因特网研究项目。在自然科学基金会的资助下,利用了在 ARPANET 中已证明是非常成功的 TCP/IP 技术,美国于 1986 年建立了 NSFNET 主干网,准许各大学、政府或私人科研机构

的网络接入,使得原来只有计算机科技人员参与的网络,吸引了很多其他研究人员和大学生的参加,促使因特网的技术得到了进一步的完善,而且为全社会普及因特网打下了良好的基础。20 世纪 80 年代初期,美国国家科学基金会(NSF)建造了一个专为计算机界服务的“计算机科学研究网络”(简称 CS 网),几乎连接了所有高校的计算机科学系和许多私人计算机研究点。由于 CS 网的成功,NSF 决定建设一个为所有科研单位服务的网络,它就是美国国家科学基金会网络(简称 NSF 网络)。这个网络以五个超级计算机中心为核心,通过高速通信线路连成一个主干网,网络使用 TCP/IP 协议。以后,科研教育机构的网络都可以连接到主干网上。到 1991 年,连入 NSF 网的网络数达到 3000 个。NSFNET 主干网的建成,使因特网的发展步伐加快。这一时期,连入因特网的增长速度达到了惊人的程度,连入 Internet 的各种计算机不断增多,几乎每年以百分之百的速度增长。NSFNET 的成功不仅提供了可获得无限资源的通信网络,而且在不断完善、提高的过程中构造了现代美国因特网的结构。

因特网的大发展使得它的使用者从原来的计算机专业工作者,扩大到一般的工作者和大学生,这些新的使用者发觉加入 Internet 除了可共享资源外,还能进行相互间的“通信”,他们逐渐地把 Internet 当作一种新的信息传播媒体。这个发现引起商家的极大兴趣,试想这不是一种新的广告形式吗?

由于 NSFNET 是由国家出资建立的,一开始就以法律的形式禁止任何以商业为目的的活动。因此,一些私人企业开始建立自己的网络,在一定程度上绕开因特网网络 NSFNET,向用户提供商业的因特网联网服务,并于 1991 年组成“商业因特网协会”,准许私人公司投资组建因特网骨干网,并且准许以商业为目的的网络连入因特网。从此,因特网走向平民百姓,得到迅速发展。很快由美国发展到了全世界多个国家和地区,因特网成为了一个全球信息网。

各种机构为了顺应网络时代的发展,纷纷都建立了网站。截止 2007 年底,中国的网站数量达到 150 万。如今网站成为机构发布信

息、进行自我宣传的重要阵地。各机构网站基本上都有机构和人员简介、服务信息、专业动态和专业资料,这就为公众迅速获取免费全文信息提供了便利条件。

二、政府信息公开制度使公众能够获得政府网站的免费全文信息

政府是最大的信息生产者和信息源。政府作为社会的管理者,在行政管理过程中制作、搜集、存储了大量的信息。因为政府信息涉及社会生活的方方面面,与人民生活息息相关,而且数量巨大,可以说政府是最为重要的信息源。

政府信息公开可以促进公众参与国家管理。通过了解政府信息,人们可以发表言论,提出意见和建议,影响政府决策。信息公开使政府处于公众的监督之下,对防治腐败有不可替代的作用。

信息社会要求政府信息资源能自由流动。在信息时代,信息是经济的基础,而政府却是社会中最大的信息所有者和控制者。因此,实现信息化社会的前提是政府信息公开,使政府信息资源能够得到有效的开发和利用以促进经济增长。

20 世纪初,西方国家相继制定出台了有关政府信息公开的法律文件。全球已有 40 多个国家颁布了统一、完整的信息公开法,其中美国影响最大。美国政府被称为最透明的政府,形成了比较完善的政府信息公开制度。美国 1966 年通过了《信息自由法》,首次明确了公众有权向联邦政府机关索取任何材料。为了适应信息时代公众对政府信息的需求,1996 年美国国会通过了《电子信息自由法修正案》,将电子信息置于与纸质信息同等的地位,规定网络信息公开方式应成为主要的公开方式。

在我国实施政府信息公开制度对于推进民主法治建设和促进反腐倡廉工作具有非常重要的意义。一是可以使行政机关的职责权限、办事程序、办事结果、监督方式等为人民群众广泛知晓,有利于规范行政权力的正确行使,确保行政权力不被滥用,实现依法行政;二是有利于

加强反腐倡廉的制度建设,从制度上遏制和预防腐败,避免行政行为暗箱操作,填补权力运行机制中的漏洞,减少腐败行为发生的机会;三是有利于强化社会监督,拓宽人民群众参与社会经济事务管理的渠道,切实保障人民群众的知情权、参与权和监督权,提高行政机关工作人员廉洁奉公的自觉性;四是有利于行政机关更好地做到立党为公、执政为民,聚民意、集民智、凝民心,有利于转变政府职能,加强机关作风建设,不断提高行政水平和工作效率。

我国许多地方政府几年前相继制订了政府信息公开的法规。从2004年5月1日起,《上海市政府信息公开规定》正式施行,中国上海网也于同日改版,突出了信息公开功能,市政府新闻发言、政府公报等最新政府信息都在第一时间上网,市民24小时之内可查阅到。2004年7月发布的《湖北省政府信息公开规定》,明确规定政府信息公开是政府的义务,以公开为原则,不公开为例外。之后要求省直各部门的电子政务应用系统必须进入省电子政务平台,做到互联互通、信息共享。

为了统一规范政府信息公开工作,强化行政机关公开政府信息的责任,明确政府信息的公开范围,畅通政府信息的公开渠道,完善政府信息公开工作的监督和保障机制,国务院于2007年4月发布了《中华人民共和国政府信息公开条例》,并于2008年5月1日起实施。为保证公民、法人或者其他组织方便、及时获取政府信息,条例规定行政机关应当将主动公开的政府信息通过政府公报、政府网站、新闻发布会以及报刊、广播、电视等方式公开。条例规定,行政机关对符合下列基本要求之一的政府信息应当主动公开:涉及公民、法人或者其他组织切身利益的;需要社会公众广泛知晓或者参与的;反映本行政机关机构设置、职能、办事程序等情况的;其他依照法律、法规和国家有关规定应当主动公开的。对于县级以上各级人民政府及其部门,条例还规定了应该重点公开的内容:财政预算、决算报告;行政事业性收费的项目、依据、标准;突发公共事件的应急预案、预警信息及应对情况;环境保护、公共卫生、安全生产、食品药品、产品质量的监督检查情况等。

目前除中央政府门户网站在第一时间对外发布中央政府的重要信

息外,全国80%的县级以上政府和政府部门都建立了门户网站。《中华人民共和国政府信息公开条例》发布实施后,许多地方政府网站建立了专门的政府信息公开频道。北京市政府门户网站——首都之窗专门建立了政府信息公开频道,公开的范围包括:市政府机构信息、领导介绍、规章、规范性文件、年度政府工作报告、人事任免事项、突发公共事件等。各区县政府的最新信息也在此频道公开。

三、传统媒体上网,源源不断地提供新闻全文信息

传统媒体上网具有独特的优势:第一,拥有新闻制度所允许的新闻特许权,包括新闻采编权、新闻发布权等;第二,拥有一支具备专业素质、丰富采编经验的新闻队伍,可以对社会问题进行深度分析与报道;第三,拥有自己富足的新闻信息源,可以提供丰富的背景材料;第四,拥有传统媒体品牌、公信力优势。

传统媒体与网络结合,发挥了原有的优势,弥补了原先的不足。网络速度更快、信息容量更大、互动性更强,从而延伸了传统媒体的功能,并赢得了新的消费群体,体现出传统媒体的社会价值。传统媒体能够提供足够的信息源,可以发挥传统媒体的内容和公信优势。传统媒体利用网络传播可以扩大传播范围和品牌影响力。对于受众来说,以后的信息传播将越来越个性化、互动化和及时化,借助网络更有利于传统媒体实现原创资讯在互联网时代的价值。传统媒体完全可以利用互联网、手机使用者所特有的自我繁殖与扩散能力,使原创内容得到了更大范围的传播。

互联网已经成为继报纸、广播、电视之后的第四媒体。网络已经成为人们获取信息的重要窗口。方便、快捷的浏览方式预示着网络媒体已经进入主流媒体时代。网络多角度、全方位的报道,改变了人们的阅读习惯和生活方式。我国网民人数从2001年的3370万人增长到2007年底的2.2亿人。根据中国互联网络信息中心2008年发布的《第21次中国互联网络发展状况统计报告》,中国网络新闻受众群体达1.5亿,新闻网站吸引了大量网民,五分之一的网民上网的第一落脚点即是

看新闻。学历越高,看网络新闻的比例越高。在机关单位工作的网民看网络新闻比较多。

从经济学性质上说,消费者是因获得稀缺信息而付费。而在网络媒体技术不断进步的条件下,信息供应量在技术上可以达到无限大,也就是说网络媒体使信息供应不再具有稀缺性,而且边际成本为零。这意味着,网络媒体之间只要存在充分竞争,必然导致供应价格趋向于零,直至免费。这就是为什么网络新闻都是免费提供的原因。

网络媒体在资金投入、技术升级和设备普及等方面有一系列重大突破,从而推动一大批新的网络媒体应时而生。无线宽带的应用、网络电视的推广、数字电视的开播,还有更多博客的大量涌现,都对传统报纸提出挑战。网络媒体是即时传播,报纸是定时出版;网络媒体及时更新新闻,报纸每天更新新闻;网络媒体是双向互动,报纸则是单向传播;网络媒体的内容空间宽广无际,报纸的容量则受到版面限制。这说明作为工业化社会的产物——报纸的生产方式显然是落后于信息时代。在网络媒体越来越与时代融合并占领主导地位的形势下,传统报业当务之急是主动借助网络媒体的新技术优势,通过不断创新传播方式,整合各种资源,提升报业品牌营销竞争力。

从20世纪90年代开始,全球报业开始了网络化进程。中国报纸媒体也随即加入了这一行列。1993年12月,我国首家进行电子化尝试的报纸《杭州日报》通过联机服务网络进行传输,揭开了我国报纸网络化的序幕。1996年1月,《广州日报》电子版通过新加坡报业控股的服务主站“亚洲一号站”进入互联网络,成为我国第一份上网的地方报纸。1997年1月,人民日报网络版进入国际互联网。之后人民日报社编辑出版的《市场报》、《环球时报》、《京华时报》、《中国汽车报》、《证券时报》、《讽刺与幽默》、《健康时报》、《生命时报》、《国际金融报》、《江南时报》等报纸相继推出了网络版。目前中国全国性的和各省的大报、大城市的地方性报纸都建立了报纸网站,并通过网站提供免费全文信息。

报网融合是传统报纸发展的趋势。报网融合既扩展了报纸的时间

和空间跨度,同时也加强了网络采编力量。在美国,报纸网站已受到和传统报纸一样的重视。庞大的传统报纸一线采编队伍使网站拥有无比迅捷的信息渠道优势。原来那种以报纸截稿时间为写作任务要求的工作方式正在被一种随时准备向其网站传递信息的方式所取代。网站内外部各环节、各部门通过整合协调一致,一些媒体主报和网站也已合署办公、共同策划,网站新闻内容统一发自有采编权的报纸编辑部。比如《纽约时报》网站经过10年单独营运以后,已将网络和报纸新闻部门合并,传统报纸的编辑部专门有人负责网站编辑,同时选拔一些优秀编采人员充实到网络运作部门。采编权在传统报纸部门,品牌运营由报网共同推进。

美国的报纸网站原先向用户收费,但是现在随着互联网环境的发展变化,目前面向读者收费的报纸网站已经屈指可数。《华尔街日报》是最典型的收费报纸网站,《金融时报》网站目前针对一部分内容向读者收费。对广告收入和发行量双双下滑的报纸来说,靠网络版上的收费服务赚钱曾是昔日的首选路径。不过随着在线广告的兴起,这种思维正在悄然发生着变化。默多克已经表示,从短期来说,取消收费阅读可能影响网站收入,但是从长期来说却是有利无弊的。从2007年9月开始,《纽约时报》网站以前的收费内容免费向所有读者开放。时报精选的内容主要包括精彩专栏评论等内容,以前每年收费50美元。《纽约时报》网站取消收费阅读内容,显然是希望转向广告创收的互联网标准商业模式。随着网络广告的迅猛增长以及广告联盟的发展,报纸网站在从网络广告上创收方面已经变得越来越容易。

深度报道是传统报纸最大的优势。通过记者对新闻背景及大量材料的分析、思辨,对某一社会现象采取由表及里、由点及面,全方位、多层次的透视,通过追溯历史、预测未来来说明现在,对其复杂构成进行剖析和解释。通过这一层层挖掘,将事物的本质和问题的症结暴露在受众面前,解释他们对现实问题的迷惑,让他们了解新闻后面的东西,从更广阔的历史背景上,从更长远的角度来分析事物的发生、发展、演变,从而得到深刻的理性启迪。

除了报纸以外,还有通讯社、广播电台、电视台等新闻媒体也利用网络传播。大量的通讯稿、广播稿与网上电视节目一起构成了立体新闻信息网。

通讯社的工作特点是数量大、滚动报道,只是苦于所服务的文字媒体版面小。每天出版一次未能充分显示通讯社的特点和优势,而互联网异军突起,恰好吻合通讯社的特点和长处,给通讯社提供了用武之地。美联社是世界信息系统中的主干通讯社,其使命是成为全球主要的新闻网络,提供独特、可靠、客观和准确的高质量新闻。美联社有4000多名员工分布在全世界240多个分支机构中,为几千家日报、广播电台、电视台和网站服务,提供各种媒体形式的新闻来源。它有行业中最成熟的数字摄像网络,还有一个数量高达1000亿张的数字照片档案库,通过网络24小时不断地向国内成员、互联网订户和商业客户传播最新新闻。

广播媒体被称为弱势媒体,一是因为它的声音稍纵即逝,不易保留;二是广播只闻其声,不见文字、图像,给人们理解、查阅、重复检索和阅读带来了困难。而现在有了互联网,情况就发生了变化。有了互联网,广播不再稍纵即逝。广播借助互联网非但能够与其他媒体竞争,而且还有一定的优势,即在线收听。享誉数十年的中央人民广播电台第一套新闻综合频率以“中国之声”的称号建立了网站,在线可点播新闻和报纸摘要、世界报道、今日论坛、财经在线、娱乐新干线、体育沙龙、国防时空等节目。

电视节目有动态的图象和声音,形象生动,使观众如临现场,可以充分调动人的感官,容易吸引受众的注意力。但是电视台节目的播放是有固定时间的,播放时还时常被广告打断,观众没有自由选择的便利。现在电视节目上了互联网,观众就可以随时点播自己喜欢的节目,并且可以多次播放。

央视国际是中国中央电视台网站。1996年12月建立并试运行,是我国最早发布中文信息的网站之一。2000年10月,央视国际被列入中央重点新闻网站,成为新闻媒体网站的国家队和主力军。之后央

视国际建设全面推进,并迅速成长为有影响力的网络媒体。2006年4月,中央电视台成立网络传播中心和央视国际网络有限公司,央视国际成为全新的综合性网络媒体。目前已实现中央电视台综合频道、国际频道、英语频道、科教频道、新闻频道等12套节目网上同步视频直播。此外网站对重点栏目、特别报道、大赛晚会还制作网上视频点播节目,满足不同上网用户需求。目前,中央电视台近400个电视栏目主要内容及其主创人员已实现网上传播。央视国际每年与电视特别节目、晚会大赛中的直播互动达100多场。网上社区可支持10万多人同时在线,全年组织在线访谈近300场。

最近媒体整合的步伐不断加快。不同种类的媒体、新老媒体之间的界限越来越模糊。数字电子技术的发展,让新闻信息通过电子化的平台,在报纸、广播、电视、视听设备、网络等新旧媒体之间实现了无缝流转与共享。媒体整合有助于信息抵达更多的受众,获取更多的注意力。

美国有很多报业集团都跨媒体经营,同时办报纸、广播、电视和网站。美国的媒体将军公司有22份日报、26家电视台和50家网站。它是全球媒体融合的先行者,2000年把日报、电视台和网站的采编部门同时搬进新建的新闻中心,各媒体编辑和记者相互合作,共同完成对突发事件的报道,信息共享,提高效率。

成都传媒集团是我国中心城市唯一一家通过政府将报业与广电融合到一起的媒体集团。在2008年的汶川大地震中,该集团打破原有报业与广电的划分,直接成立报道小组,一线的新闻可以同时通过报纸、电视、广播、视频、音频等多种渠道与表现形式传播,在抗震救灾战斗中发挥了重要的作用。

四、企业提供免费全文信息是为了吸引公众的注意力

网络时代的经济是争夺“眼球”(即大众关注)的经济模式,谁能够争到更多“眼球”的关注是事业成功的根本。所以,对“眼球”的关注并为此竭尽全力,成了一些现代网络神话制造者的成功秘诀之一。