

# 网络传播与 新闻媒体

Internet Communication  
and  
News Media

主 编 邓炘炘 李兴国  
副主编 刘利群

Internet communication

新世纪网络传播发展论丛

北京广播学院出版社

新世纪网络传播发展论丛

主 编 邓忻妍 李兴国  
副主编 刘利群

Internet

# 网络传播与 新闻媒体

communication

Internet Communication  
and  
News Media

北京广播学院出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

网络传播与新闻媒体/邓忻忻, 李兴国主编. —北京: 北京广播学院出版社, 2001.7  
(新世纪网络传播发展论丛)

ISBN 7-81004-973-9

I. 网… II. ①邓… ②李… III. 计算机网络—新闻学: 传播学—文集  
IV. G210.7-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 044825 号

## 网络传播与新闻媒体

---

主 编 邓忻忻 李兴国

副 主 编 刘利群

责任编辑 陈 昊

封面设计 曹 春

---

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮 编 100024

电 话 65779405 或 65779140 传 真 010-65779140

网 址 <http://www.cbbip.com>

经 销 新华书店总店北京发行所

排 版 北京纪德文化艺术交流有限责任公司

印 装 中国科学院印刷厂

---

开 本 730×988 毫米 1/16

印 张 33

字 数 580 千字

版 次 2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印 数 1—2000

---

ISBN 7-81004-973-9/G·609 定 价 59.00 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 代 序

杨正泉

我

对这次“新世纪网络传播发展国际论坛”的召开表示祝贺。

进入 90 年代以来，因特网的高速发展推动人类社会向信息社会迅速转变，不仅带来了一场媒体的革命，而且强烈地推动和改变着经济和社会生活，并关系到国家的安全和社会发展。信息技术的发展和新技术的挑战，使中国在一个新环境中获得了更多的发展机会，中国政府从一开始对因特网的发展就给予高度重视，采取了积极发展、充分利用、加强管理、趋利避害的方针。我们不失时机地把互联网作为基础设施来建设，有选择地发展信息技术产业，使其发挥动力作用；对传统产业进行高科技化改造；发展电子商务，促进经济结构的合理化；通过努力建设新经济，实现可持续发展目标。回顾以往人们以技术进步为标志的蒸汽机时代、电力时代、无线电时代、原子能时代、计算机时代，中国没有哪一个时代的起步不是落后几十年甚至更多。但如果以开始使用公众的商业因特网的时间为标志，中国进入网络时代或信息时代的起步却与发达国家相差不多。中国政府、中国经济界、科技界、新闻界和中国人民都对网络的发展采取了热情欢迎和积极参与的态度。近几年，中国互联网有了快速的发展，现在已有各类网站 26 万多家，1999 年中国上网者是 1998 年的 4 倍，

达到了 890 万用户，截止到 2000 年底，用户已经突破 2,250 万。现在每年仍以较大的比例增加，一些有关国际机构预测，在今后几年内，中国上网人数将会跃居世界第二位。

以因特网为载体的网络媒体——第四媒体凭借现代先进技术，一登上舞台就显示了它的巨大信息优势和强大生命力，也显示出它自身的激烈竞争性。尽管 2000 年世界范围内互联网站大幅度回落，但它并没有减弱在中国的发展势头，而是使我们的头脑更加清醒了，互联网得到了健康有序的发展，历史上各种媒体的发展变化从来没有像网络媒体这么迅疾，短短几年网络信息在这个地球上几乎无时不在，无处不在。只要上了网，就可以通向 200 多个国家和地区，这更加凸显出网络媒体在国际传播中的巨大优势。网络媒体是社会重要信息的集散枢纽，新闻信息在网络信息中占有主导地位，在中国尤其是这样。由于中国目前网上电子商务尚不完善，80% 左右的中国网民是通过互联网浏览新闻信息，而据美国在线（AOL）提供的情况，美国 50% 的网民是从网上了解信息，其中大约有一半是新闻信息。所以对我们来说，办好新闻网站和网上新闻就更为重要。用先进的网络技术来装备自己，以新的手段向社会提供更丰富更全面的新闻信息服务，是中国网络媒体的责任，是社会的需求，也是网络媒体在激烈竞争中取胜的重要手段。我们不失时机地积极发展并利用了这一媒体。目前中国以发布新闻为主的新闻网站的发展已经走上了轨道，形成了一定的规模，已建成了一批中央和地方的重点新闻网站，这些网站有了广泛新闻报道的实践，正式登上了我国重大活动新闻报道的舞台，积极引导了舆论，显示了它的优势，也大大增强了网站的知名度。

我们注意到网络媒体既然是作为一种媒体存在，也就必然与其他媒体有着许多共同点，尽管先进技术为网络媒体增添了飞翔的翅膀；尽管日新月异的技术进步，使人们产生了追赶不上的强烈感觉，甚至没有停下来思索、品味、享受一下的时间，但内容依然是网络媒体的灵魂，质量和特点是网络媒体生存和发展的基本条件，社会效果是评判一个媒体网站办的是否成功的客观标准。我们也同时注意到，网络媒体作为一种新兴的媒体存在；又必然有自己的特点和规律，需要我们认真进行研究并遵循，以此指导实践。但是，我不能不说，这一点还需要进一步引起我们的重视。我想这也就是我们举办这一论坛的重要意义所在。对于网络媒体规律和特点的深入认识和充分应

用，还有一段较长的路要走。正是出于对以上共性与特性相统一的认识，中国网络媒体虽然已具备了一定的规模，但还必须加快发展，把规模做大，更重要的是适应网络媒体的特点和网民的需求，丰富内容、加大信息量、提高质量和新闻时效、办出各自网站的特色，加大对网民的吸引力，加大网民的参与程度，加大与网民的交流，办出名牌网站。网络媒体不是以数量取胜，而是以规模、质量和特点取胜。也只有办出品牌的网站，才不会被淹没在全球成千上万个网站之中，才会在激烈的竞争中经得起风浪。这应该是我们今后主要的努力方向。

网络媒体是一种有许多优势的新媒体，它会不会取代传统媒体？这曾经是人们关心和议论的问题。我是搞广播出身的，这一情况非常类似于我国当年广播与电视的关系。历史上，中国的广播有过自己的黄金时期，80年代电视崛起，有人曾经预言广播将会消失，对此，实践已经作出了有力的回答。网络媒体与传统媒体的关系如何，实践已经证明并将继续证明，它们之间不是相互替代的关系，而是一种相互融合、相互补充、相互促进的关系。事实上，中国的主要新闻网站都是由传统媒体办的，据我所知外国也是一样，因为传统媒体有着人才、资源和经验的巨大优势，但也毋庸讳言，网络媒体所具有的大容量、即时性、互动性和超越性等优势会给报刊、广播、电视等多种传统媒体的采访方式、报道方式、传播方式以及受众地位、受众行为等诸方面带来重大变革，网络媒体不受版面或节目时间的限制，只要有条件，就可以为受众提供大量信息；时效之快可以与事件的发生同步报道；受众不再是信息的被动接受者，任何一个用户都可以是信息的发布者，媒体与受众之间的互动性大为加强并赋予新的涵义。同时也必然会带来新闻理念的重大变化。对于种种挑战应视为是对传统媒体的一种促进。面对这一挑战，传统媒体应积极主动的应对，如果依然是我行我素、不思改革，那也是没有出路的。

下面我想谈一谈对网络媒体的管理问题。网络媒体与任何事物一样，既有正面影响也有负面影响，在利用它的正面影响的同时，我们也要防止它的负面影响，例如一些不实信息、不良信息和充斥网络的色情、暴力，黑客袭击等。出于对国家利益、国家安全和维护网民利益的考虑，同时也是出于保障互联网站健康有序发展的考虑，我们提出了“一手抓发展，一手抓管理”的方针，立足于积极发展，同时要加强管理。对网络媒体要不要管理，有过

不同的看法和议论。有人认为互联网本身是无序的、竞争的，不该管，无法管，管也无用；有人认为互联网是国际性的，一个国家的法律管不了，必须制定国际法规；有人认为对网络媒体实行管理是压制新闻自由、言论自由，阻碍发展。我认为，对任何事物都是能够进行管理的，人们创造了互联网，也就能够管理它，能否管理好只是一个时间的问题；管理不是限制，而是规范，是保证它的健康发展；管比不管好，早管比晚管好。我理解的管理是综合性的：一是首先要大力把网站做好，增强对网民的吸引力；二是加强对网络媒体从业人员的教育培训，提高其素质，加强自检自律；三是对网民进行网络知识的教育，使他们认识其中的利与弊，增强免疫力，自觉地用其长避其害；四是采取必要的技术措施，对有害信息进行阻止、过滤，防止不良信息造成对网民、尤其是对少年儿童的危害。据我了解，美国在线（AOL）为用户家庭提供了技术设备，钥匙掌握在家长手里，避免儿童接触有害信息；五是依法进行管理，这是一个重要管理手段。2000年12月28日，全国人大常委会颁布了《关于维护互联网安全的决定》；2000年11月7日国务院新闻办公室和信息产业部颁布了《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》、《互联网电子公告服务管理规定》，得到广泛的支持，实践证明效果是很好的。事实上有许多国家的政府也在采取措施，加强对互联网的管理，如2000年法国巴黎法院对雅虎案的裁定，德国政府在1996年通过了《信息安全法》，美国和加拿大也早在1996年就制定了限制网上不良信息传播的法律和法规，还有日本等，他们有些规定比我国要严格得多。当然，我们还不能说这些法律法规已经十全十美，重要的是已经有了一个良好的开端，国际社会的认识在逐步趋同。我相信，随着互联网的进一步发展和人们对此认识的深化，总有一天会制定出完美的国内和国际管理办法，以保障互联网的规范发展，趋利避害，更好地造福于人类。

（国务院新闻办公室副主任杨正泉在新世纪网络传播发展国际论坛开幕式上的讲话）

# 前言

## 北

京广播学院与英国 BBC 国际台 2001 年 4 月底,在北京广播学院联合举办了名为“新世纪网络传播发展国际论坛”的国际研讨会,也借此庆祝北京广播学院的网络传播学院(School of Internet Communication)成立一周年。研讨会共征得海内外论文近百篇。为把与会代表和学者的心得和灼见传布开来,惠及更多人士,北京广播学院出版社推出这一套网络传播论丛。《网络传播与新闻媒体》是其中的一本。

这是一本研究网络新闻传播问题的论文集。书中论文绝大部分是直接提交此次研讨会宣读和研讨的,也有少量有代表性、有探索性的篇目曾在其他场合或媒介载体上发表过,现经原作者同意一并收录在此。

互联网的出现引发了人类信息传播活动的一场深刻变革。这场变革方兴未艾,人们对它稍加注视,无不瞠目惊叹。从市场经济的角度来看,全球互联网业在短短的几年之内,时而急速膨胀扩张,转瞬间又下滑紧缩;尽管如此,人们对它的兴趣和期望以及讨论的热情始终未有减退,而其中谈论得最多的是有关互联网与新闻传播的话题,此次国际研讨会也不例外。

《网络传播与新闻媒体》一书共收论文和文章 50 余篇,总计 35 万字,按内容分别归入三大类别。第一大类题为“宏观研

究”，所收录的文章主要从不同的角度论述网络新闻媒体的逻辑概念、特性特征、运作现状、生存环境以及发展前景。一些文章侧重某一国家或者某一地区网络媒体传播态势的研究，另一些则将中国的网络传播置于即将加入WTO的大背景下来审视。网络传播是一个热门话题。然而，对网络新闻传播不成熟问题的议论，对当今世界传媒格局的解析，以及结合近百年人类新闻传播史对网络传播的价值予以评断，都体现了学术研究冷静的距离感和历史感。许多文章观察问题的视角和研究的切入点都蕴涵思考，为进一步的深入研究提出方向和指引。例如互联网传播可以轻易地跨越国界，但是国家对网络传播的影响和作用却依然关键。本书虽然论及国家网络发展战略和产业政策对业界的作用，但仍留有空白。

第二大类“网络传播与新闻媒体”的文章，集中讨论网络新闻传播与传统新闻媒体的关系和影响，其中网络传播与传统新闻媒体的互动与异动是最核心的论题。一些论文聚焦某一特定媒体，分别纵向深入报纸、广播、电视或电影行业内部，讨论互联网带来的冲击和对冲击的回应；另外一些研究则考察某一类别传播活动（如对外传播）与网络的结合，横向研究传统传播价值原则在网络环境下的调整与修正。

第三大类文章的总题是“新媒体传播研究”。这一部分文章的关注点并不趋同，且具有明显的离散性。它们更像一些触角伸向网络新闻传播问题的边缘地带，探索以往新闻传播研究者不大留意或不大重视的现象或问题。这些研究具体到某一个问题也许并不全面和深入，但重要的是，它们提醒人们注意：在全球互联网传播业发展尚未定型的今天，研究者的视野不妨更开阔一些。

称网络传播为“第四媒体”，主要着眼其传播新闻的功能。现代社会新闻性大众传播手段原本主要有印刷媒体、广播（RADIO）和电视三种；借助互联网播传新闻的方式，因其诞生时间较晚而顺序地排在后面，自然而然地成了“第四”。但是，网络媒体传播又与前三种形式有所不同：印刷媒体、广播和电视，虽然彼此竞争，但是相互独立，各自领地界限分明；而网络媒体不但自己可以独立存在，它还能与其他传统媒体融合，于是有了网络报纸、网络广播或网络电视等，进而出现既有网络传播优势又综合了各传统媒体特长的“新媒体”。同样，成功的传统新闻媒体亦可借助网络手段来拓展其传播空间，不仅可以借此扩大原有的传播影响力，还可能轻松地跨入长期

与其竞争的其它传统媒体的“后院”。这种复杂的交互影响和充满变数的关系，使得相关的网络传播研究面对着广阔的未开垦的领域和未涉足的课题，极富挑战性。

预测网络新闻传播研究的未来是困难的，而且言而不中，十之八九。但是，仍然有不少的人锲而不舍地展望未来，这是因为迈步前行与选择前进的方向是无法分离的。互联网首先是一个信息平台，新闻是这个信息平台上最新鲜、最有活力的内容。不过，新闻只是网络信息传播中的一个组成部分。互联网因其特有的信息传播优势，也可以成为一个经济活动的平台，一个提高社会整体知识和文化素养水平的教育平台，或者一个改善人们健康水平的医疗保健平台等等。互联网的出现极大地扩展了人们生存的空间。在不断拓展和挖掘网络传播潜力的过程中，人们不断地交替解决“路”与“车”之间的矛盾，逐步走向更大的“在线”自由。宽带条件下的网络文字、图片、声音和影像传播将更加顺畅，当丰富多彩的社会活动越来越多地在网上展开时，大众新闻传播格局将会发生什么变化？以特定接收人群为对象的小众新闻传播，在网络技术的支持下，将会占据怎样的位置？当每一位在线者都可以事实上成为面向大众的新闻发布者时，社会的新闻管理和舆论导向机制将会有何不同？当网络传播极大地开阔了人们的视野，提升了社会生活的多元化、个性化和民主化程度以后，新闻传播价值观将会怎样变化？这些仅是顺手拈出的有待回答的几个问题。在网络传播日益普及的大环境中，敏锐地发现未来趋势性变化的端倪，清晰准确地分析和阐述它们，是研究工作者的职责和未来继续奋斗的目标。这一点，相信可以得到本论文集所有作者的赞同。

最后，衷心感谢向我们提供论文的各位作者，使我们和更多的读者能分享他们的研究成果。我们也感谢所有参与和协助本书编辑工作并付出辛勤努力的校内外同行和朋友；特别感谢北京广播学院刘继南院长和苏志武副院长，他们自始至终给予本书殷切的关注和鼓励。

编者

2001年6月

# 目 录

|    |     |
|----|-----|
| 前言 | (1) |
|----|-----|

## 宏观研究

|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| 试论新世纪大众媒体结构的格局     | 吴廷俊 (3)           |
| 网络媒体定义与中国网络媒体生态环境  | 闵大洪 (12)          |
| 传统媒体如何应对网络时代的挑战    | 陈培爱 (18)          |
| 关注网络媒体总体形态的研究      | 张翼南 (25)          |
| 网路新闻传播的挑战和回应       | 吴永乾 (33)          |
| 不成熟的网络新闻传播         | 陈力丹 (50)          |
| 网络新闻传播在中国：现状与展望    | 邓忻忻 (55)          |
| 面向网络广播的韩国影像新闻发展现状  | (韩) 金延埴 (61)      |
| 新媒体变革对 BBC 的影响     | (英) 克里斯·韦斯科特 (71) |
| 让世界走进香港            |                   |
| ——香港媒体的网上发展        | 苏狄嘉 (79)          |
| 关于我国网络新闻传播发展的建议与对策 | 段 鹏 (85)          |
| 我国财经网站的现状及发展趋势     | 李 彬 陈彤旭 (92)      |
| 对加入 WTO 后网络新闻传播的思考 | 丁柏铨 胡茵茵 (100)     |
| 网络媒体：入世与传统媒体传播国际化  | 董广安 郑素侠 (113)     |
| 探索中文新闻网站的未来发展      | 李 文 (121)         |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 变动中的世界传媒格局 .....            | 孙五三 (126) |
| 论百年新闻传播史上的两次飞跃 .....        | 程曼丽 (135) |
| 立体媒体呼之欲出                    |           |
| ——论网络对传统媒体的整合 .....         | 许行明 (144) |
| 网络时代：互联网媒体与传统媒体大融合的时代 ..... | 李 帆 (152) |

## 网络与传统媒体

|                              |                   |
|------------------------------|-------------------|
| 论网络时代电视互动传播的实现 .....         | 任金洲 肖弦弈 (163)     |
| BBC 的互联网实践 .....             | (英) 纳吉尔·柴普曼 (175) |
| 网络媒体与传统媒体的互动与异动 .....        | 刘学红 (179)         |
| 中国电视新闻媒体上网的问题与对策             |                   |
| ——CCTV 网站与人民网、新浪网的比较研究 ..... | 施 敏 (191)         |
| 中国大陆传统媒体网站生存策略 .....         | 王 宇 (203)         |
| 广播如何面对网络时代 .....             | 罗湘萍 (211)         |
| 新华网在对外宣传中的意义及前景 .....        | 石 丹 (220)         |
| 互连网的发展与广播电视：以台湾发展经验为例 .....  | 庄克仁 (228)         |
| 互联网与中国电视 .....               | 罗 霖 (243)         |
| 网络时代的对外传播                    |                   |
| ——兼析央视国际网络的对外传播策略 .....      | 王 伟 周 惠 (251)     |
| 论互联网与传统新闻媒体在对外传播中的资源互补       |                   |
| ——中国网的实践 .....               | 吴 燕 (261)         |
| 互联网冲击下的传统新闻业 .....           | 李学凌 (274)         |
| 因特网与日本广播 .....               | 张 采 (280)         |
| 借助因特网，谋求广播新发展 .....          | 韩 晶 (295)         |
| 试论广播电台网站在互联网上的发展 .....       | 周欣枫 (303)         |
| 融合为什么：网络传播语境中的中国电视生存 .....   | 吴 风 (311)         |
| 宽带网络技术对传统电影的革命——网络电影 .....   | 石民勇 陈文娟 (318)     |
| 我国网络媒体与传统媒体竞合发展态势描述 .....    | 庞 亮 (327)         |

# 新媒体传播研究

|                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| ✓ 新浪网新闻的比较竞争力 .....           | 孙坚华 (337)            |
| “沉默的螺旋” 仍然在旋转 .....           | 崔蕴芳 沈 浩 (345)        |
| 无线互联网：一种跨媒体传播方式 .....         | (美) 本杰明·李 切维·吴 (351) |
| 网络媒介的传播模式探析 .....             | 雷建军 (358)            |
| ✓ 网络新闻学：讲故事的新环境 .....         | 李希光 (378)            |
| 虚拟社群抑或公共领域                    |                      |
| ——以强国论坛“撞机事件”的讨论为例 .....      | 唐大勇 施 喆 (393)        |
| 网络媒体的优势究竟在哪儿？ .....           | 王淑军 (412)            |
| “第四媒体”与调查研究的发展                |                      |
| ——网络时代的调查研究 .....             | 魏思华 (419)            |
| ✓ 网络崛起时代：北京人媒介接触行为的结构化变化及其特点  |                      |
| ——来自 2000 年北京居民媒介接触行为的抽样调查报告  |                      |
| .....                         | 喻国明 (428)            |
| 网络上的沉默者和活跃者                   |                      |
| ——以复旦大学计算机系局域网 8net BBS 使用者为例 |                      |
| .....                         | 崔 倩 周葆华 刘芊芊 (433)    |
| 网络发展传播研究方法的新平台探讨              |                      |
| ——网络传播中的非人际性特点与网上小组座谈会        |                      |
| .....                         | 曾 兴 柯惠新 (450)        |
| 在线调查：值得关注的话语空间 .....          | 罗 亚 (458)            |
| 数字时代的网络新闻和网络图像传播 .....        | 何 敏 (466)            |
| 对等传播的时代 .....                 | 严俊杰 (474)            |
| 新闻网站经营方式猜想 .....              | 唐绪军 (487)            |
| 英文目录与摘要 .....                 | (494)                |
| 后记 .....                      | (511)                |

# 宏观研究



# 试论新世纪大众媒体结构的格局

吴廷俊

## 一、面对第四媒体的挑战，传统媒体的最佳选择是什么

毋庸讳言，第四媒体出现后，对传统媒体产生了巨大的压力。全球最大的电脑芯片制造商英特尔公司前总裁葛罗夫说，传统媒体正面临着网络公司大量掠夺分类广告市场和网络媒体无所不在的信息的两面夹攻。

一方面，网络媒体在与传统媒体的竞争中，迅速抢占传统媒体的市场份额。以因特网的发源地美国为例：据新华社洛杉矶1999年8月18日电，1997年，美国网上广告收入为11.4亿美元，1998年达20亿美元，1999年增长至44亿美元。据美国弗雷斯特研究所预测，在今后4年内，因特网将从传统媒体手中抢走10%的广告收入，到2004年，美国网络的广告收入将达到220亿美元，相当于美国传统媒体广告收入的8.1%，从而超过杂志、黄色电话簿和电台广告收入的总和。这对于以广告收入为生命线的传统媒体来说，无异于致命的一击。

另一方面，因特网以其综合性、数字化、网络化的媒介特征和交互性、实时性、小众化的传播特征深受受众的欢迎。因特网出现之前，提供新闻是传统媒介的“专利”，因特网传播出现后，很快闯入新闻传播领域，虎视眈眈，要来分一杯羹；不仅如此，

它提供的新闻服务比传统媒介速度要快,质量要好,因此,上网获取信息服务的人成几何级数增加,尽管传统媒介仍然是主流媒介。

为了应付网络媒体的挑战,加盟因特网,在网上拓展自己新的发展空间,是迄今为止绝大多数传统媒体所寻找的一种新的发展途径。经过一段时间的实践,我们回顾一下,情况如何呢?

先看中国大陆的情况。报纸从1995年10月《中国贸易报》在网上发行电子版起,时间过去了5年,上网报纸数增加到273家,占全国报纸总数的14.3%;广播从1995年广东电台上网开始,至今上网电台数为32家,占全国电台总数的2%;电视从1996年中央电视台上网开始,至今上网电视台有48家,占全国电视台总数的2.6%。不仅上网媒体的数量少,而且运行也不尽人意。在所有上网媒体中,《人民日报·网络版》办得最好,这是2000年1月中国互联网络信息中心公布的十大网站之一,也是十大网站中唯一由传统媒体经营的网站。就是这样的网站,每天的访问者也还赶不上在十大网站中排名第一的新浪网,这一网站的访问者每天达到280万,远远高于传统媒体的网站。

网络媒体的发源地美国的情况又如何呢?据哥伦比亚大学新闻研究所1999年所做的一项调查,作为传统媒体典型代表的报纸,美国已有58%的报纸在网上建有站点,几家经营的比较好的站点访问情况是这样的:《纽约时报》每天访问者270万,《今日美国报》为250万,《华盛顿邮报》为170万,《洛杉矶时报》为100万,《华尔街日报》为97万。这些数字,如果单独看起来是不少的,但是与AOL、YAHOO动辄几千万甚至上亿相比,就不可同日而语了。

造成这种局势的原因有哪些?

第一,资金投入上的差别。众所周知,创办网络站点,发展网络传播,必须有高投入,否则只是一句空话。要在网上创设一个网站,要有一套很好的信息基础设施,要有服务器、交换机、集成器、路由器等一系列高技术设备——这是从硬件设备看;从软件技术看,技术含量很高的各种网络软件,其发展速度是极其惊人的,此外,音频、视频、交互电视技术更是网络传播功能开发不可或缺的技术。添置高新设备,开发高新技术,当然需要高投入。并且,建设网站的经费投入不是一劳永逸的事情,硬件设备在不断更新,软件产品在不断换代,其周期是越来越短。软件产品仅以浏览器为例,