

WANGLUO XINWEN

XIEZUO YU BIANJI

网络新闻写作与编辑

王明海 徐新军 编著



黄河水利出版社

网络新闻写作与编辑

王明海 徐新军 编著

黄河水利出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络新闻写作与编辑/王明海,徐新军编著. —郑州:
黄河水利出版社,2005.4

ISBN 7-80621-911-0

I.网… II.①王… ②徐… III.①因特网—
新闻写作 ②因特网—新闻编辑 IV.G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 033085 号

出版社:黄河水利出版社

地址:河南省郑州市金水路 11 号 邮政编码:450003

发行单位:黄河水利出版社

发行部电话及传真:0371-66022620

E-mail:yrp@public.zz.ha.cn

承印单位:黄河水利委员会印刷厂

开本:850mm×1168mm 1/32

印张:9.75

字数:245千字

印数:1—2000

版次:2005年4月第1版

印次:2005年4月第1次印刷

书号:ISBN 7-80621-911-0/G·23

定价:18.00元

前 言

萌芽于 20 世纪 70 年代的网络新闻传播，在 20 世纪 90 年代得到迅猛发展，今天，它的影响已经渗入到人类生活的各个方面，不断地对我们的思维和行动产生冲击。

1998 年 5 月，联合国秘书长安南在联合国新闻委员会年会上指出：“在加强传统的文字和声像传播手段的同时，应利用最先进的第四媒体——互联网，以加强新闻传播工作。”1999 年 4 月，第二届亚太地区报刊与科技和社会发展研讨会在北京召开，全国人大副委员长、中国科协主席周光召在开幕词中引用了这段讲话，从此，“第四媒体”的概念广为使用。至 2000 年，“网络媒体”在国内开始取代“第四媒体”这一比喻用法而得到更频繁的使用。

从 20 世纪 90 年代中期开始，网络媒体开始在中国全面起步和发展，目前，中国网络新闻媒体的独立化和合作化倾向进一步显现出来，许多传统媒体从最初的电子版和网络版逐渐向独立的专业新闻网站、地方门户网站及其他综合性网站方向发展，新华网、人民网、千龙网、东方网等大型舰队的出现，表明中国的网络新闻媒体已渐成规模，成为独立的、影响广泛的新舆论阵地。

网络新闻媒介是一个具有全新特点的传播平台。网络新闻的开放性与全球性、信息的广容性与集成性、传播方式的交互性、对象的小众化与个人化等特点，都对新闻传媒业者的职业环境、道德原则提出了新的要求，吸引着许多新闻工作者进行探索和研究。

对于广大的网络新闻工作者而言，怎样写好网络新闻，怎样编好网络新闻稿件，已不再是陌生的话题。目前有关网络新闻写作与编辑的书籍已有许多，其中不乏立意新颖、富有见地的好著作。作为网络新闻工作者，编者近年来一直多方关注和探索网络

新闻写作与编辑方面的理论，同时在日常工作中也积累了丰富的实践经验。在吸收、总结、归纳许多优秀网络新闻研究方面的专家、学者的理论基础上，结合自身感受，把网络新闻从采写到编辑遇到的一系列问题分别进行剖析和阐述，引导作者和编辑正确把握网络新闻宣传的特点，娴熟地运用网络新闻写作和编辑的技巧，来充分发挥网络新闻宣传的优势，是笔者编著本书的主要目的。

本书详细阐述了网络新闻采写与编辑各个环节所运用的方式、方法和技巧，把重点放在网络新闻的应用层面上。本书实用性强，力求用通俗简洁的语言描述和例证分析，清晰揭示网络新闻写作与编辑的特点和规律。本书对传统媒体新闻与网络媒体新闻在写作和编辑方面的共性面叙述相对简略，主要笔墨致力于探索网络新闻采写与编辑方面的特殊性，并最大限度地去触摸感知网络新闻采写的最新手段和方法，多方面立体地对网络新闻传播进行剖析。因此，该书不仅可以作为普通公众掌握网络新闻知识、技巧，进而从事网络新闻传播活动的学习范本，而且还可供广大新闻工作者和网络新闻媒体专业人员借鉴和参考。

本书共分六章，仝逸峰参与了全书的策划工作，吴勇参加了第一章的编写，徐倩参加了第二章的编写，赵宇革、王耀华参加了第三章部分内容的编写，李天良、陈丹参加了本书第一章和第六章的编写，来小飞参与了本书的打印和校对工作。彭文俊、裴亮、杨雪等也对本书的编写给予了大力支持。作者同时感谢相关领域同业人士在网络新闻宣传方面所做的贡献，正是他们开创性的工作成果和卓越的专业理论充实了本书的内容。

由于作者水平有限，书中难免有值得商榷之处，诚恳希望各位读者、研究和从事相关工作的专家、学者提出宝贵意见。

编 者

2005年4月

目 录

前言

第一章 概述	(1)
第一节 网络新闻的含义与特点	(1)
第二节 网络新闻面临的问题及对策	(13)
第三节 网络新闻业务构成和运作机制	(25)
第四节 网络新闻工作者的工作层次	(28)
第五节 网络新闻工作者的能力要求	(35)
第六节 网络新闻的受众分析	(42)
第二章 网络新闻采访	(47)
第一节 网络新闻采访的特点	(47)
第二节 网络新闻采访注意事项	(52)
第三节 记者的新闻敏感与采访准备	(54)
第四节 实地采访与访问技巧	(67)
第五节 利用网络进行的采访	(83)
第六节 计算机辅助报道	(91)
第七节 网络新闻传输方式	(95)
第三章 网络新闻写作	(102)
第一节 网络新闻写作的原则	(102)
第二节 消息的结构、写作及分类	(106)
第三节 新闻特写、现场短新闻和专访	(150)
第四节 通讯的写作及分类	(161)
第五节 网络新闻评论的写作	(170)
第六节 网络新闻的层次化写作	(181)
第七节 实时写作与文字直播	(187)

第八节 多媒体新闻报道	(193)
第四章 网络新闻编辑	(202)
第一节 编辑思想和定位	(203)
第二节 网络编辑的能力要求	(207)
第三节 稿件的选择与加工	(217)
第四节 标题的制作	(223)
第五节 热点新闻的报道	(228)
第六节 网页的设计	(235)
第七节 网络链接与互动	(243)
第五章 网络新闻评论	(249)
第一节 网络新闻评论的特殊性	(249)
第二节 网络新闻评论的导向作用	(257)
第三节 网站评论与网民评论	(261)
第四节 网络新闻论坛及其管理	(267)
第六章 网络新闻策划	(279)
第一节 网络新闻策划的含义	(279)
第二节 网络新闻策划的作用	(280)
第三节 网络新闻策划的特点	(283)
第四节 网络新闻策划的原则与要求	(286)
第五节 网络新闻专题的策划与组织	(293)
参考文献	(303)

第一章

概述

第一节 网络新闻的含义与特点

伴随信息技术的发展，互联网已经成为现代社会重要的信息传播手段，成为现代人获取信息的重要渠道之一，它的诞生可以说是 20 世纪最伟大的发明之一。1993 年美国“信息高速公路”（国家信息基础结构，National Information Infrastructure，简称 NII）计划出台后，立刻引起世界各国普遍的关注，在全球掀起了建设“信息高速公路”的浪潮。中国于 1994 年 4 月 20 日正式接入国际互联网络。1995 年 5 月向社会开放网络接入和提供全面服务。1995 年中国新闻界开始将新闻搬上互联网。1998 年 5 月在联合国新闻委员会年会上“第四媒体”的概念正式得到使用。到 2000 年，“网络媒体”开始取代“第四媒体”这一比喻性用法而得到更频繁的使用。与其他所有的新生事物一样，网络新闻从诞生以来就受到了来自于学术界、业界甚至是民间的关注。据中国互联网络信息中心（CNNIC）2004 年 7 月 20 日在京发布

的“第十四次中国互联网络发展状况统计报告”显示，我国上网用户总数为 8700 万，而上网用户中经常使用游览新闻这一网络服务功能的占 62.1%。最新公布的一份上海大学生媒介接触状况调查报告中，数据显示，93.8% 的高接触率和每天 121 分钟的接触时间，使互联网当选为大学生媒介接触的双料冠军。

2005 年 3 月 6 日美国皮尤研究中心公布一项调查结果显示，2004 年在美国总统选举期间，通过因特网了解政治新闻的人数比 1996 年增长了 6 倍。同时，这项调查结果还指出，在接受调查的美国人中，有 18% 的成年人承认因特网是他们了解总统竞选新闻的两个主渠道之一，而 1996 年这一数字仅为 3%。调查显示，有 58% 的人选择因特网的主要原因是因为因特网方便；有三分之一的人认为，无法通过报纸和电视获得他们想要的更多新闻和信息；另有 11% 的人说，网络上有其他地方没有的信息。研究还发现，家中网速快的人最倾向于通过因特网了解政治新闻。40% 的因特网用户认为，网络对于他们决定投谁一票很重要。

网络新闻因具有资源共享、传播迅速、不受时空限制和交互性等特性，日益成为人们获得消息的重要方式，也在真正意义上体现了“新闻”的“舆论监督”作用；然而，与此同时，网络新闻也向媒体的公信力、人们传统的伦理道德发起了挑战。怎么正确认识、利用网络新闻，这就要求我们对网络新闻有个全面的认识。

一、网络新闻的含义

什么是网络新闻？这是目前众说纷纭的话题，与新闻的定义一样，一直以来都没有一个确定的说法。目前比较流行的有以下几种：

著名网络传播研究学者闵大洪提出：网络新闻是指通过因特网（Internet）发布、传播的新闻，其途径可以是万维网

(WWW)网站、新闻组(Usenet News)、邮件列表(Mailing List)、公告板(BBS)、网络寻呼(ICQ)等手段的单一使用或复合使用,其发布者(指首发)、转发者可以是任何机构,也可以是任何个人。

网络传播学者钟瑛则提出:“网络新闻是在互联网上传播的新近发生的、为受众所关注的信息。”

从新闻学理论的角度来说,有人认为“所谓网络新闻就是指各种机构和个人在互联网上利用网络技术及网络功能对最新发生、发现或正在发生的事实的报道”。

本书参照国内其他学者对网络新闻的定义,参考《网络新闻学》(杜骏飞著),提出网络新闻的定义:网络新闻是指传受基于因特网的新闻信息,具体来说,它是任何传送者通过因特网发布或再发布,而任何接受者通过因特网视听、下载、交互或传播的新闻信息。这个定义简明扼要地阐述了网络新闻的基本特征,包含了两层含义,首先网络新闻必须是通过因特网发布、传播和接收的;其次它并不排除网络新闻可以是广播、电视、报纸等其他传统媒介,乃至任何非媒介机构(媒体)的个体依托因特网发布的新闻。同时它也兼顾了网络新闻传播的另外两大要素,即传者和受者。从传播过程来考察,应该说这是一个较为合理的定义。

二、网络新闻的特点

网络新闻因为其发布、传播和接收的载体不同,因此也具备了不同于纸质新闻、广播和电视新闻的全新特征。

(一)交互性

交互性是指传播者和受众之间的双向互动传播。传统媒体的新闻,是由新闻记者或者编辑,在编辑室或新闻中心,单方决定值得报道的内容,将信息单向传递给受众,而受众只能被动地等

待收阅或收听在固定时间送达或播出的新闻，如果有意见，也只能事后表达。受众经常采用的方式是信件和热线电话方式，但信件太慢，电话虽有即时性，但同一时间只能与一名受众交流，本质上还是新闻机构对受众的单向传播。网络传播则从根本上改变了传播者与受传者之间的关系，是对所有“以传播者为中心”的传播模式的解构和颠覆，网络传播既有点对面的传播，又有点对点、多点对多点的传播。为受众提供了一种双向传输的信息渠道，实现了传播者和受众之间的双向互动传播，网络新闻读者可以及时与作者互动，添加评论，及时反馈，话语权在这里是平等的。互动性是新闻网站（新闻媒体网站与网络新闻媒体）吸引网民的新颖形式，也是传统媒体在现实与技术上都无法实现的形式。为了调动受众的参与性，网络创设了多种自主性强、时效性强的互动方式：网络论坛（BBS）、网上调查、网站热线、E-mail，特别是在“网络论坛”上，各种观点交会，成了名副其实的“观点的集市”。

1999年5月9日，《人民日报》网络版开设“强烈抗议北约暴行BBS论坛”，网民以高度的爱国情怀积极参与传递各种信息，阐述自己的意见和看法。同年6月19日，该论坛改版为“强国论坛”，网民共贴了9万余条帖子，在当时产生了极大的影响。受众的意见在网络上得到了最充分的表达，网络给公众提供一个交换批评和评论的场所，使网民能够直接参与新闻报道，这不仅做到了媒体与网民之间的沟通，还实现了受众对受众的传播，交互性使网络新闻成为大众共同发言的新闻类型。如果说传统媒体在信息传播上只是“单声道”的话，那么，网络媒体则是“双声道”、“多声道”，最大程度地发挥了媒体“上情下达、上下沟通”的作用，真实反映了受众的意愿与呼声，让受众有了宣泄情绪、发表不同观点的场所，成了“沟通的平台”、“舆情的视窗”、“社会的减压阀”。

用“逻辑拓扑结构”（它是描述不同网络系统中信息传输逻辑过程的方法）分析，可以看出传统媒体与网络媒体在传播中传者和受者关系的不同。传统媒体的逻辑拓扑结构是星形结构，即中心制作，四面传输。中心制作是指报社、电台、电视台，是传播中的惟一信息来源。四面传输是指这个中心节点批量复制同样信息，单向地向终端点——受众流动，而且受众之间彼此孤立，没有联系。这种结构使得传统媒体基本上只根据自己的判断来决定什么样的信息，受众只能照单全收，形成了“我传你受”的传播定势。

网络传播的逻辑拓扑结构是环形分布式的，是一个完全不同的平等交流的信息平台。在这个环形分布式拓扑结构中是没有中心节点的，每个节点都可向其他节点发送信息而成为信息源，而且任意两个节点之间不是孤立的，都可以通过网络进行双向信息交流，可以向发送信息的节点传回反馈信息。采用这种逻辑拓扑结构的网络传播本身就具有双向交流的特点，使得传受双方较之传统媒体而言，双向交流的发生更为经常也更为深入，而且传受双方的角色定位也日益模糊。

最典型的一个例子是：美国前总统克林顿和莱温斯基性丑闻的新闻并不是由大的新闻机构最早报道的，而是一个名叫马特·德鲁吉的年轻人开设的个人网站 www.drudgereport.com 最早通过互联网传播出去的。1998年1月18日，德鲁吉得知《新闻周刊》一记者写了一篇关于克林顿与莱温斯基有暧昧关系的报道，但编辑部在即将发稿时把它撤了下来，他立即将此消息抢先在自己的网站上向全世界公布，而其他众多媒体对此加以公开报道已经是两天以后的事情了。从此以后，德鲁吉的名声大振，尽管其网站的新闻报道为追求时效而失实的事时有发生，但包括许多权威大报在内的美国媒体也时刻盯着他，以防漏掉任何突发性新闻。

(二)海量性

网络新闻的超链接方式使网络新闻的内容在理论上具有无限的扩展性与丰富性。世界上任一时间任一地点发生的任一事件都有可能成为网络的信息而被广泛传播。与传统媒体相比,网络新闻具有得天独厚的技术优势,因此它可以逃脱报纸版面、广播电视固定时段、节目容量等诸多限制。技术创造的电脑网络时空,几乎可以将全世界的新闻信息全部包揽;此外,由于传播主体的多元化,“人人皆可成为信息源”,使得网络信息得以最大限度的源源不断;其次,由于数据库的存在,得以纵向保存历史新闻信息,正是信息集纳的广度与深度形成了网络传播的海量特点。网络新闻的相关性有效地避免了传统媒体片面事实给人造成的误导,传统媒体的资源远远无法与之相比。

新华网“融汇全球新闻信息,网络国内国外大事”,每天以中(简体、繁体)、英、法、西、俄、阿、日等7种语言,24小时不间断地向全球发布新闻信息,每日更新量近4500条。“每天的新闻播发量之大,相当于出版一本新华词典和38份8版的报纸。”而人民网也使用了中(简体、繁体)、英、日、法、西、俄、阿等7种语言。

在1998年克林顿绯闻案的新闻事件中,斯塔尔报告厚达445页,牵涉内容广泛而复杂,作为传统的印刷媒体很难承载如此浩繁的内容。正因为如此,在互联网上首先全文刊载有关克林顿丑闻的斯塔尔报告,引发了新旧媒体竞争的热潮。这是网络新闻发展史上一次里程碑式的事件,可以说,充分体现了网络新闻承载超量信息的优越性。

(三)多媒体性

报纸通过纸质媒介利用文字和图片传递新闻,广播以声音发送信息,电视借助声画播放节目。网络媒体则兼容了传统媒体报纸、广播、电视的文字、音频、视频等方式,对新闻进行综合

的、全方位的展现,通过文字、图表(片)、声音、动画、影像等多种传播手段保存信息、表现信息、发送信息,更加客观全面地反映事实的真实面貌。网络传播的多媒体特点最大限度地实现了各种传播形式的“兼容并包”,丰富了新闻传播的手段。受众也有了众多的自由选择,他们可以根据自己的喜好选择有字无声、有声有像、图文并茂等多种形式,各种感官得以充分调动。

1999年,网络新闻的多媒体化开始受到重视,尽管网络条件仍然不够完善,但是,一些网站开始意识到多媒体化是网络新闻的一个发展方向。《人民日报》网络版便在这一年全面开通了多媒体服务,这些服务包括音频、视频和360度照片等。

2002年2月21日,中央独家授权新华网在人民大会堂对中美两国元首共同会见记者等重大活动进行多媒体现场直播,新华网的摄像机第一次与CNN和中央电视台的摄像机并排架设,引起现场众多国内外记者的惊讶。这次直播开创了全球真正意义上的网络多媒体现场直播的先河。

2003年“非典”时期,网络新闻的多媒体性得到了充分的发挥。人民网先后制作了《就非典型肺炎访卫生部部长》的视频节目和《卫生部“非典”治疗省级培训班录像》的视频和音频节目,雅虎中文网站采用幻灯放映的方式进行报道,新浪网的新闻则加强了图片报道的力度。

Flash动漫新闻可以摆脱对现场新闻素材的依赖,因而是一种便捷的模拟或再现新闻现场的手段。对于突发性新闻报道来说,Flash可以在很大程度上弥补第一手素材无法获得的缺憾。在新闻报道中牵涉到一些受版权保护的图片和视频资料时,用Flash进行再现,也可以较好地解决新闻素材不足的问题。利用Flash动漫报道新闻,可以排除那些无关紧要的元素的影响,更好地突出表现主题。另外,Flash动漫新闻还具有一种趣味性,因而受到广大网民的欢迎。从2000年3月16日起,千龙新闻网

每周推出一期《Flash 七日》，直接用 Flash 技术手段对一周大事进行回顾报道。对于突发新闻事件，不少网络媒体亦用多类型的 Flash 作品予以配合，如在“9·11”美国遭恐怖袭击后，新浪网首次制作了 Flash 示意图。

（四）即时性

对于网络新闻的即时性，有的学者称之为“全时性”，认为“全时性的概念可以说是发轫于 BBC 的倡导。1997 年底，在全球网络化的新闻竞争背景下，BBC 建成了 24 小时新闻频道 BBC News24，除了改善新闻节目质量和加强连续报道及深度报道之外，还特别把时效性的革命作为其竞争的关键手段，并对时效性下了‘在需要时收看新闻’的定义。这一定义的实践指导特征在于：①全天候服务，不分昼夜。②按需供给”。从对“全时性”的解释来看，其实也就是“实时性”。一般说来，实时性是一个更通行的概念。

报纸使用纸质媒介传递信息，需要制作周期，有截稿时间的限制，传递速度受制于交通手段和零售环节，出版周期常以天甚至周计。广播电视采用无线电磁信号的形式，由于受到信号传输覆盖面的限制，传输范围之外的地方还需要其他手段帮助来获得信号，增加环节会大大影响传输速度，播出周期以天或小时计算。而网络新闻传播的载体是光纤通讯线路，光纤传递数字信号的速度为每秒 30 万千米，瞬间可达世界上任何地方，从而在技术环节上保证了网络新闻传播的即时性，新闻稿件可以随到随发，24 小时不间断地发稿，受众可以在第一时间知道所发生的一切。此外，与报纸电视等传统媒体相比，网页制作的过程大为简化，只需更新网页内容即可，而且网页内容一更新，网页的访问者立即可以看到，这中间几乎没有时间差。因此，网络新闻的更新周期是以分钟甚至秒来计算的。可以说，在网络中完全没有“截稿时间”的概念，网络媒体就像是一架永不停息的“新闻发布机”。

2004年3月2日16时30分左右,全国政协十届二次会议新闻发言人张国祥在人民大会堂新闻发布厅举行新闻发布会。新闻网在16时00分就刊发了张国祥的简历,16时28分登出了主持人的开场白,16时29分发出了张国祥在新闻发布会上的第一句话,以后对张国祥的新闻发布会情况的刊登是以分钟为单位进行的,每一分钟就发出一条新闻,到17时34分,随着主持人“新闻发布会至此结束,谢谢大家出席”的话一出,本次发布会的内容就已完整地展现在网页上了。新闻的即时性在网络中得到了最生动的体现。

(五) 个性化

尼葛洛庞帝在《数字化生存》中曾指出:大众传媒应该重新定义为“发送和接收个人化信息和娱乐的系统”。网络传播是个性的传播工具。大众传播中的所谓“受众”是一个模糊的集合概念,它不是特指社会的某个阶层和群体,而是指社会所有的一般人。只要是大众传媒信息的接受者,无论是报刊的读者,还是广播的听众、电视的观众,都是受众的一员。但是,在现实生活中,只要我们对受众稍加考察和分析,就发现“受众”的构成远远没有这么简单。受众不但有因为性别、年龄、民族、职业、学历不同而形成的兴趣、爱好和心理的各异,而且还有因为所处时代、社会环境、社会地位和群体属性不同而形成的对事物的立场、观点和看法的差别。反映在他们对大众传媒信息的需求、接触和反应方式更是千差万别、莫衷一是。尽管大众传媒出于传播的需要会尽可能地考虑到不同层次受众的不同层次的需求,但是由于大众传播中的受众是一个具有分散性、匿名性、流动性和无组织性的未分化的群体,大众传媒很难满足他们作为组成群体的个体的需求。

网络媒体传播具备了与传统媒体不同的特点。网络媒体在整体传播模式上趋向小众化和个性化,小众化是相对于传统媒体的

大众化而言的。传统媒体数量十分有限，具有一定的垄断性，受众只能在有限的媒体设定的有限的菜单范围内作有限的选择，因此必然是大众化的。而网络媒体数量众多，网络新闻浩如烟海，其内容丰富且分类精细，当前许多网络新闻媒体均提供了定制“个性化新闻”的服务，网站可根据用户的需求向其发送经过选择的个性化新闻。首家网络原生报纸《明日报》更设置了所谓“个人新闻”，由读者自行采访及发布新闻，打破了传统报纸由记者独占新闻采访工作的模式，使网络新闻越来越朝着个性化的趋势发展。

网络传播的个性化特征非常明显，技术带来的优势可以使得受众从容地利用各种检索工具在各类数据库中“各取所需”；受众还可以自由地选择信息接收的时间、地点以及媒介的表现形式；与此同时，作为网络传播另一端的传者也可用一种“信息推送技术”，根据用户的需求为他推送信息的专门化服务。信息的传播在网络中显得个性张扬、特色鲜明。

进入 21 世纪，手机订阅新闻的方式更是将网络新闻的即时性和个性化服务较好地结合在一起。著名商业门户网站如新浪、搜狐、网易等陆续推出手机短信头条新闻、分类新闻、专题新闻服务。受众的个性化需求得到了更好的满足。

同时，网络新闻的个性化还表现在网络新闻形式和写作的个性化。2004 年 GoogleNews、MSNBC Newsbot、My Yahoo 等一系列以“聚合形式”RSS (Really Simple Syndication) 出现的网络新闻形态开始兴起，搜索引擎提供的服务越来越多。“任何人都可以自由撰写新闻并投稿，任何人都可以随时对撰写的报道进行修改与润色”的维基新闻 (Wikinews) 已经在 2004 年 11 月底开始运营。(目前为 β 版，仅限英语版和德语版)

(六) 超文本、超链接

与传统媒体不同，网络传播是建构在超文本、超链接之上的