

互联网

新闻编辑实务

张虎生等著

新华出版社

互联网新闻编辑实务

张虎生等著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网新闻编辑实务/张虎生等著. —北京: 新华出版社,
2002.8

ISBN 7-5011-5812-6

I. 互… II. 张… III. 因特网-新闻工作 IV. G210.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 058575 号

互联网新闻编辑实务

张虎生等著

*

新华出版社出版发行

(北京市石景山区京原路8号 邮编: 100043)

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开本 11印张 260千字

2002年8月第一版 2002年8月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-5812-6/G·2118 定价: 22.00元

(若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: 010-65895562 65897685)

序

互联网是信息传播领域带有根本性的变革。这一凭借高科技迅速崛起的新兴媒体，在我国起步较晚，但近几年间发展势头强劲。据中国互联网络信息中心公布的统计数字，截至2002年6月30日，我国已有www站点数29.3万个，上网计算机总数1613万台，上网人数4580万人。

与报纸、广播、电视等传统媒体相比，互联网以其独具的时效快、容量大、覆盖面广、交互性强、表现手段多样等优势，不仅为广大人群拓展出一个获取信息、了解世界、相互沟通的崭新的广阔空间，而且正在潜移默化地改变着人们的工作、生活、学习、交往方式。科学技术是最高意义上的革命力量，互联网将使人类认识世界、改造世界的能力和水平实现飞跃。我们必须用更加宽广的视野、更加深邃的目光来认识方兴未艾的互联网。

积极发展，趋利避害，努力使互联网成为信息传播的新渠道，从而在全球信息网络化的发展中占据主动地位，是摆在我们面前的一个重要而紧迫的课题。运用好“第四媒体”互联网的前提和基础，是探索并掌握互联网传播的特点和规律。坦率地说，迄今为止从理论和实践的结合上，特别是在恪守党性原则、尊重新闻规律、凸现网络特色三者兼得皆优方面，我们还处于恩格斯所说的“半脱毛状态”。时下，市面上有关互联网的书籍颇为走俏，其中不乏传授新知、富有见地的严肃著作。然而，披览之余

总有一种不甚满足的感觉，那就是：要么缘于编译国外著述，“虽渲染周至，终属隔膜”；要么基本上将新闻学、大众传播学的一般理论移植过来，鲜有网络自身特色；要么疏离网上实践的泛议多，缺乏具体而切实的指导性和可操作性。

有鉴于此，几位国家重点新闻网站的骨干、又于近年悉心关注并探索互联网新闻宣传特点和规律的年轻同志，立足于丰富、生动的网上实践，试图阐明互联网新闻采编、制作的一般原理、原则和要领，以期对现今以及未来从事互联网工作的人员、有兴味于此的网友有实际的帮助。这个设想得到新华出版社及和他们共事的老同志的大力支持。本书定名为《互联网新闻编辑实务》，较好地反映了作者结合实际、讲求实效、求真务实的写作意图。

无论从适应网友关注时事、获取信息的普遍需求，还是从体现新闻传媒的本质属性和内在要求来看，报道和评论新闻事件无疑是互联网传媒的主干和灵魂，也是衡量网站指导性、权威性、影响力、竞争力的主要标志。据调查，目前46%的网友上网的主要目的是获取信息，而在网上获取的中文信息总量中新闻高达78%。这就说明，如果新闻网站不着力办好网站新闻，网站的脊梁就立不起来；如果把主要精力用在非新闻性的专题和栏目上，就会因小失大，舍本逐末。为此，作者在书中用了整整五章的大篇幅，征引大量网上新闻实例，条分缕析地阐述了新闻稿件的编辑、要闻与头条新闻的编辑与制作、新闻专题的策划与编辑、热点事件与突发事件的报道、新闻评论与新闻调查等的基本原理和具体做法。这是全书的主体，也是互联网新闻报道的主干。这五章告诉读者的，是从互联网实践中归纳、总结出的一般规律，是尊重新闻传媒共性而又凸现互联网个性的“愚者一得”。故此，阅读时既能联系实例获得更真切的领悟，又能在掌握规律性真知的基础上更好地指导实践。这些得来全都费功夫的知识只能是理论联系实际成果，非一般编译作品或者纯粹理论著作所能替代

的。何况，不论是专家学者，还是高等院校、学术团体乃至新闻主管部门，不懈追求的正是创立立足国情、联系实际的具有中国特色的社会主义互联网新闻学。当然，本书的尝试只是长征途上迈出的可喜一步。

互动性强、表现手段多样，是互联网优越于传统媒体的明显强项。在互动性栏目中，论坛是发挥网络互动功能，增强网友参与意识，了解社情民意，加强舆论引导的重要手段。同时，由于互联网具有高度开放性，在网上实际运作中，大家业已看到，论坛、特别是时政论坛又是极其灵敏的政治晴雨表，有时它可能成为不实、不良、有害信息的传播途径。因此，书中专列一章，论述时政论坛的组织与管理。作者分类细说网上时政论坛已有的各种式样、论坛组织的多种可供借鉴的方法，以及论坛管理的若干行之有效的制度和做法。这些对于互联网这个重要“版块”的健康、有序的发展大有裨益。我曾就互联网传播提出建立“积极的安全观”的观点，就网上论坛而言，首先是解放思想，实事求是，变消极应对为主动出击，变被动防范为科学管理，发挥互联网的互动性强的优长，积极而慎重地办好论坛和其他互动性栏目；其次是始终保持新闻工作者必须具备的清醒政治头脑和敏锐鉴别力，确保论坛沿着正确方向日益繁荣，使之有机地成为网上传播内容的重要组成部分。表现手段多样，同样是互联网优越于传统媒体的明显强项。书中专列“互联网新闻的表现手段”一章，也是十分必要的。运用高科技给我们的便捷手段，把互联网号称“海量”的新闻信息做得图文并茂、有声有色、多姿多彩，更具吸引力、感染力和影响力，不但能够充分展示互联网传媒的特有魅力，还是扩大舆论阵地、赢得更多受众、参与国际舆论竞争的时代需要。关于互联网多种表现手段这一章的细致之处在于，在讲明各种表现手段对增强宣传效果的作用的同时，还列举实例对如何运用图片、图表、漫画、Flash动画、音频、视频等，

作了条理的、具体的说明，想来不无启示和借鉴意义。

把本书看作是一种值得称道的尝试，当是客观的、公允的。当然，就认识互联网新闻传媒的特点和规律来说，仅只是一些“浅见”而已，尽管有着较为特出的“务实性”。至于本书的疏漏、错讹肯定是在所难免的。愿我们共同求索，通过锲而不舍的劳作，建立起中国式的互联网新闻传播学，丰富、充实社会主义新闻工作的理论和实践。

目 录

序	(1)
第一章 我国互联网新闻的发展与特点	(1)
第一节 我国互联网新闻的发展	(1)
第二节 互联网新闻的特点	(10)
第二章 新闻稿件的编辑	(16)
第一节 标题的制作	(17)
第二节 内容的整合与编辑	(29)
第三节 相关内容的编辑	(37)
第三章 要闻与头条新闻的编辑与制作	(47)
第一节 要闻的选择和编排	(47)
第二节 头条的选择与编辑	(69)
第四章 新闻专题的策划与编辑	(85)
第一节 选题	(85)
第二节 策划	(92)
第三节 怎样做精品专题	(114)
第五章 热点事件和突发事件的报道	(122)
第一节 如何做好热点事件的报道	(122)
第二节 如何做好突发事件的报道	(136)

第六章 新闻评论与新闻调查	(150)
第一节 新闻评论	(150)
第二节 新闻调查	(172)
第七章 互联网新闻的表现手段	(188)
第一节 图片和图表的运用	(188)
第二节 漫画、Flash 动画的运用	(198)
第三节 音频、视频的运用	(201)
第八章 时政论坛的组织与管理	(207)
第一节 论坛的设置	(207)
第二节 论坛的组织	(212)
第三节 论坛的管理	(217)
第九章 互联网新闻中存在的问题	(226)
第一节 互联网新闻中的不实、不良和有害信息	(227)
第二节 互联网新闻涉及的法律法规问题	(247)
附录 1 目前我国从事登载新闻业务的 88 家网站 一览表	(258)
附录 2 有关法律法规	(263)
后记	(343)

第一章 我国互联网新闻的发展与特点

第一节 我国互联网新闻的发展

我国的互联网新闻（以下简称网络新闻），从1994年互联网开始引入中国到今天将近8年的时间，经历了从逐步摸索到初具规模，从无序竞争到规范发展的历程。

一、网络新闻的“萌发期”

1995年5月，邮电部宣布向公众开放国际互联网服务。同年10月，《中国贸易报》率先将自己的新闻信息搬上国际互联网，成为我国登录互联网的首家新闻媒体。其后，《华声报》、《中国日报》、《人民日报》、新华社、中央电视台、中国国际广播电台等传统媒体相继上网。这是我国网络新闻发展的初始阶段。

在这一阶段，国内的上网用户数量不多，上网速度较慢，网站更新频率小，传统媒体基本上是将自己的内容移植到互联网上，网络新闻实际上仅仅是传统媒体的电子版。这个时期，人们对网络的认识有限，网络的特性还没有充分表现出来。

称得上本阶段的标志性网站，应推《中国贸易报》和《华声报》网站。1995年10月，当时的中国贸易报社长兼总编辑孙维佳这样描述了该报上网的动机：“一是想把《中国贸易报》这个周二出版的报纸在不增加大量投资的条件下变成一个每天发布新

中国贸易报

ENGLISH

CHINA TRADE NEWS

中文版

《中国贸易报》由中国国际贸易促进委员会、中国国际商会主办，是中国最具权威性和影响力的经贸类报纸之一。《中国贸易报·网络版》创刊于1995年10月，是国内第一张在INTERNET上发行的电子报纸。目前《中国贸易报·网络版》每天以大量优质的信息为读者提供服务。

地址：北京市朝阳区北三环东路静安西街2号楼（100028）
电话：64664949 64664999
网址：<http://www.chinatradenews.com.cn>
Email：zgtrb@163b.j.com

上图作为国内首家上网的《中国贸易报》的网页首页闻的媒体，将中国经济贸易的最新动态展示给世界。二是要使这家专业贸易报在全球范围内扩大传播影响。三是在传播手段上与国际现代传媒接轨。而这三个目的的核心是要把中国的经贸信息以最快的方式传达给世界”。且不评论孙维佳总编辑所说的三个目的是否实现，但从报社网站的内容看，《中国贸易报》已经从周报向日报进行了成功的过渡。

而作为外宣窗口之一的《华声报》，则通过其电子版的创办，逐步走出报纸长期所处的困境。报纸创办几年来，由于制作发行中存在的困难，发展处于停滞状态。而互联网的运用，则为报纸开辟了新的更为有效的传播途径。《华声报》电子版在网上运行一年之后，访问人数就突破100万，一跃成为网上知名的中国新闻网站。这一成功尝试，也为我国运用互联网开展对外新闻宣传提供了一个新的思路。

二、网络新闻发展的“快速膨胀期”

对于网络新闻发展的第二阶段的时间划分，目前还没有一个

统一的说法。有的专家以 1997 年 5 月国务院新闻办公室下达《利用国际互联网络开展对外新闻宣传的注意事项》为起点；也有不少人把 1998 年新浪网的诞生，以及随后人民网“强国论坛”的崛起作为该阶段开始的标志。这时，称新兴的网络传媒为“第四媒体”，开始得到人们的认同。

《华声报》的高钢同志曾在《中国网络新闻传媒新阵列形成》一文中，这样总结这个阶段的中国新闻媒体开展网络信息传播的基本特征：

1. 上网媒体的数量迅速增加。据中国互联网络信息中心 (CNNIC) 统计，截至 1998 年底，我国有 127 家报纸上网。而到 1999 年底，中国上网报纸已经接近 1000 家，上网的广播电台和电视台超过 100 家。

2. 广泛采用独立域名，建设并运行独立网站。
3. 尝试使用多媒体信息。
4. 定时更新、频率加快。
5. 开发使用网络交互功能，加强与读者的联系。
6. 开发网络动态数据查询功能。
7. 多版本多语种多站点的建立。

这个阶段国内网络新闻发展的第一个特点是“热”。无论是商业网站还是非商业网站，不管是有新闻资源的媒体网站，还是新闻实践缺乏的个人网站，都热衷于在网上发布新闻。几乎每个有点知名度的网站都有自己新闻中心，每个网站都发布从时政、财经到 IT 娱乐等各类新闻。

本阶段的第二个特点则是“新”。网络新闻开始走出传统媒体电子版的模式，逐步在报道题材、报道手段、表现方式等方面开始展示出网络自身的优势。通过对海湾战争、中国驻南使馆被炸、中美达成入世协议等重大新闻的报道，逐步显示其在时效性、信息量、覆盖面等和表现手段、交互性上无愧于“第四媒

体”的称誉。

这一阶段的第三个特点是“杂”。由于国内对网站发布新闻的有关规定还没有出台，国内网站对知识产权还缺乏必要的重视，网站新闻的原创性和特色相对较弱，网络新闻都还停留在“复制”——“粘贴”的水平，网站间相互抄袭、侵权的事件屡见不鲜。当时，不少网站中都有大量对新闻学知之不多而又鲜有新闻实践经验的人在做新闻编辑，由于网站新闻采编人员的整体水平不高、专业化程度缺乏，网络新闻报道庞杂芜蔓，失范比较普遍。

在这个阶段众多网站的竞争中，新浪网、人民网、中新网、CHINABYTE、鲨威体坛、和讯等网站以各自的特色，通过各类新闻的成功报道脱颖而出。其中，新浪网和人民网是当时知名度最高的两个网站。

新浪网是较早、也是肯于在新闻传播上投入力量的商业网站。新浪新闻于1997年从体育新闻起家。1997年，世界杯十强赛预选赛期间，新浪的前身——四通利方网站大量登载了关于比赛的新闻和评论，并成为国外留学生关注国内比赛的唯一渠道。四通利方从此在国内外名声鹊起。1997年11月，该网站推出了体育栏目“竞技风暴”。1998年，全程报道了法国世界杯，在法国的特约记者每天发回大量报道，公司还约请了许多专栏作家和著名节目主持人进行网上评球，一天约有200多篇原创文章。这种传播快、数量大的报道，让国内读者领略了网络新闻特有的某些优势。1998年12月，四通利方与北美最大的中文网站华渊合并成立新浪网，从此一跃成为国内主要商业网站之一。1998年12月底，美英对伊拉克动武，海湾战争爆发，新浪又在国内的商业网站中首创了24小时值班制。在1999年3月的科索沃战争中，新浪采取滚动播报式，每天发布几十乃至上百篇的报道及图像。5月8日我国驻南联盟大使馆被炸，新浪在事发后仅半小时内即发出快讯，随即推出了详细报道，使网民在第一时间内获得

新闻信息，大大提高了网站的知名度。此后，在格莱美颁奖典礼、张健横渡渤海海峡等一系列事件中，新浪网以其及时、大量、独家的滚动报道，确立了自己在国内网站中的地位和影响。新浪网在日积月累的运作过程中，还形成了自己特殊的运作模式，如在整个新闻处理中，对新闻及专题的筛选、跟踪、组织、编辑和登载，形成了有别于传统媒体和其他网站的比较规范的一套运作方式。这使后来崛起的许多网站，需要付出更大的努力来超越它。



上图为国内网站报道中国驻南使馆遭北约轰炸的页面

人民网的“强国论坛”崛起于中国驻南使馆被轰炸事件发生之后。1999年北京时间5月8日凌晨，以美国为首的北约组织悍然用导弹袭击我国驻南使馆，人民日报驻南斯拉夫记者吕岩松立即向报社报告，经人民网（当时的人民日报网络版）编辑反复与吕岩松核实情况后，于当日9时20分在网络版用中文向网友最

早公布了这一令人震惊的消息。接着，编辑又采访吕岩松，于11时55分在网上发布吕岩松采写的大使馆被炸目击记的独家报道，包括吕岩松拍摄的三位烈士的照片。为了给广大读者提供谴责以美国为首的北约犯下的野蛮暴行，抒发发自内心的爱国主义激情的场所，5月9日下午4时，人民网还推出《强烈抗议北约暴行 BBS 论坛》栏目。广大网友在网上充分表达了我国广大读者维护国家的主权和尊严、声讨以美国为首的北约的罪恶行径的共同心声。由此发展形成的“强国论坛”也因此获得了国内网上“第一论坛”的称誉。

三、网络新闻进入“规范发展期”

从1999年末至今，我国的网络新闻事业进入到一个全新的阶段。在国家领导人和政府有关部门的关心和重视下，以有关互联网管理的法规出台为标志，传统媒体开始全面介入互联网，网络新闻逐步走向规范化发展。

2000年，中共中央总书记、国家主席江泽民在党的会议上，在接受外国记者采访中，在计算机领域国际会议上曾多次谈到互联网。江总书记的这些重要谈话、讲话为我国发展互联网事业指明了方向。

同年3月，《国际互联网新闻宣传事业发展纲要》正式形成，中宣部、国务院新闻办于5月9日下发。这一文件提出了互联网新闻宣传事业建设的指导思想、工作方针、发展重点和奋斗目标，并确定了首批重点新闻宣传网站：中国互联网新闻中心、中国日报网站和人民日报、新华社、中国国际广播电台网站。

2000年末，《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》出台。这个规定最大的特点是对网络新闻内容的规范，从机制上对网络新闻的来源进行了严格、细致的规定，并对错误信息的类别做了明确的划分。按照“规定”，除了新闻单位网站外，所有商

业网站不得自行采写新闻，只能转载传统媒体及其网站的新闻。“规定”还对可以转载新闻的网站与可以办网站的新闻媒体的资质做了具体规定：只有综合性网站和省级以上新闻单位才具有办新闻网站的资质。

这个阶段网络新闻呈现以下一些特点：

1. 新闻报道水平逐步提高，影响力逐步扩大。

网络媒体在重大、突发事件的报道中扮演着越来越重要的角色。“两会”、纪念建党 80 周年、中美撞机事件、美国遭遇恐怖袭击、广西南丹矿区透水事故等报道，由于网络媒体的成功参与，收到了更加快速和广泛的传播效果。网络新闻内容逐步拓宽，陆续出现了“人民时评”、“焦点网谈”、“搜狐视线”、“第三只眼”、“千龙视野”、“今日眉批”等一批网上评论性的名牌栏目，大大增强了网络新闻的指导性和可读性。不少人已经逐步习惯从网络获取新闻信息。据互联网信息中心最新公布的统计显示，目前国内约 3370 万上网用户中，经常在网上浏览阅读新闻信息的比例高达 74%。

2. 多媒体表现手段的大量使用。

新华网、人民网、央视国际、中国国际广播电台、新浪、搜狐、千龙、东方等各网站，在新闻报道中除使用文字和图片外，还大量运用了视频报道、幻灯片、动画演示等多种传播手段。在中美撞机、揭批“法轮功”邪教组织、美国遭遇恐怖袭击、小布什访华等新闻事件中，新华网的“多媒体报道”栏目、千龙网的“视频报道”、东方网的“视频新闻”及新浪网的“现场直播”等栏目，都为读者全景式地展示了事件的经过和发展。大批高质量的图片和音、视频内容，提高了网络新闻的报道质量，丰富了网络新闻的表现手段。

3. 网络交互功能的深入开掘。

随着国内网络的发展，网络——读者、网络——传统媒体、

读者——读者之间的良性互动初步形成。人民网“强国论坛”、新华网“发展论坛”、中青在线的“中青论坛”、新浪的“时事天地”、网易的“新闻论坛”等知名论坛不仅成为网友发表观点、交流思想的园地，也成为了新闻媒体发现新闻线索、捕捉新闻热点，管理部门了解舆情民意、进行解释疏导的有效途径。中美撞机事件发生后，“强国论坛”关于“撞机事件”的贴文达到 10 万多条，其中绝大多数支持中国政府的严正立场，谴责美国的霸权主义行径，强烈要求美国向中国道歉，形成了表达民意的强大舆论压力，有力地配合了我国的外交斗争。

4. 网络媒体的品牌化和独立性逐步突出。

在保持与传统媒体广泛合作的同时，各大媒体网站也在力图树立一种独立的品牌和有别于传统媒体的形象特征。网站从自身的名称、品牌开始，逐步追求在体制、运作方式和报道模式上的创新。如人民日报网络版改名成为人民网，新华社网站更名为新华网，北京青年报创办出 YNET，羊城晚报集团推出了金羊网，广州日报设立了大洋网等等。激动网（成都商报）、大洋网等一些网站逐步建立起相对独立的企业运作机制。

到目前为止，以人民网、新华网、中国日报网站等为代表的中央媒体网站，以新浪、搜狐等为代表的商业网站和以千龙网、东方网、北方网为代表的地方新闻网站，已经成为网络新闻发展的劲旅。我们仅从新华网和搜狐网近期的改版即可看出目前网络新闻竞争的激烈程度。

作为国家通讯社的网站，以前的新华社网站内容相对较少，新闻更新速度较慢，其自身优势没有得到充分体现。从 2000 年开始，新华网经历了几次改版，网站结构、栏目内容、网页设计逐步趋于成熟。2002 年最新改版后的新华网，新闻报道不仅在权威性和时效性上有新的提高，而且每日新闻条数超过了 4000 条，内容更吸引人，交互性更强。