

彭 兰 著

网络新闻学
Online Journalism

原理与应用
Principle & Practice

新华出版社



第三卷

网络新闻学

Chen Jian / Internet Journalism

原理与应用

Principle and Application

清华大学出版社

9

网络新闻学原理与应用

彭 兰 著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络新闻学原理与应用/彭兰著. - 北京: 新华出版社, 2003.3
ISBN 7-5011-6116-X

I. 网… II. 彭… III. 因特网—应用—新闻学 IV. G210.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 014624 号

网络新闻学原理与应用

彭兰 著

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路8号 邮编: 100043)

新华出版社网址: <http://xhchs.126.com>

中国新闻书店: (010) 63072012

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 14 印张 345 千字

2003 年 3 月第一版 2003 年 3 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-6116-X/G·2235 定价: 26.80 元

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

序

始于 20 世纪 90 年代的中国网络新闻的实践，对于整个新闻传播业的冲击与影响，已经逐渐显现出来。可以预见，网络在未来的新闻传播格局中，将扮演更为重要的角色。

网络新闻传播能否成为一门独立的学科体系？如果我们深入到具体传播过程与结构中，就会发现，网络新闻仍然由五种基本传播要素构成，但是，这些要素的内涵，以及要素之间的构成关系、作用方式，与传统新闻传播相比，有了很大演变，有些甚至是革命性的。例如，从媒介本身来看，网络作为媒介、技术体系、虚拟社会和经营平台等多种属性的统一体，为新闻带来了全新的传播载体与传播情境。又如，传播者与受众之间界限的模糊，传播者与受众在新闻传播中相互作用方式上的变化，促使我们重新审视传播者与受众的概念，以及这两者在传播中的意义。因此，将网络新闻学作为一个独立的学科体系来研究，是十分必要的。而理解网络新闻传播的各个要素，以及网络新闻传播的独特结构，是构建网络新闻学体系的基础。这也是本书的上编所努力要达到的目标。

理解网络新闻传播的要素与结构，其实践上的目的是，以一种体系化的眼光来解释网络新闻业务流程中正在出现的新特性，同时在一定程度上预测未来网络新闻业可能的走向。因此，本书下编既是对现有的新闻业务规律的总结，又是对未来的一种展

望。

虽然网络新闻业务的构成还在沿袭着传统新闻业务的规程，但是，由网络技术所带来的层次化、实时化、多媒体化、互动性、资源的循环利用等等，使网络新闻业慢慢地由对传统新闻业的“量”的偏移，渐渐走向质上的变革。本书更注重的是这些质的变革。例如，层次化的写作、实时化写作、网络多媒体报道、网络专题、网民评论等。

网络新闻学是对传统新闻学的机械移植，还是对传统新闻学的解构与重建？这里并不想给出答案，作为一个学科体系，最重要的是从学科所研究的对象出发，力求去体现对象本身的运行规律。在此过程中，新学科与其传统之间的契合，会自然地实现，它与传统的分离，也会自然地显露出来。当然，新闻传播学这个母体，是网络新闻学研究的主要视角。但是，社会学、心理学、网络技术等等各种相关学科的支持，也是构建网络新闻学不可或缺的。

构建网络新闻学，在为网络新闻实践提供一种系统化的指导的同时，也为现代新闻教育提供了另一种思路，那就是，将现有的条块分割的分媒体教育，变成一种全媒体教育，实现各种媒体教育之间的有机整合，无缝集成。培养全媒体的人才，不但是网络新闻自身的发展需要，也是未来传统媒体发展的需要。

网络作为新闻媒介的未来，也许不会永远停留在“第四”媒体的位置上，甚至也不仅仅是简单地颠覆它的前辈们的既有地位。未来的网络，可能是一个整合现有媒介的平台或者各种媒介的流通管道，因此，未来的网络新闻学，也许会有一种全新的面貌。

目 录

序	(1)
---	-------

上 编 网络新闻传播的要素

第一章 网络新闻传播的媒介	(3)
第一节 网络媒介的多平台性	(3)
第二节 网络媒介的开放性	(27)
第三节 网络媒介的多级性	(31)
第四节 网络媒介的连通性	(33)
第二章 网络新闻传播的专业机构	(37)
第一节 网络新闻传播者的构成	(37)
第二节 网络中新闻传播的竞争与合作环境	(45)
第三节 新闻网站的任务与业务构成	(61)
第三章 网络新闻传播的受众	(67)
第一节 网络受众的构成	(67)
第二节 网络受众的需求	(76)
第三节 网络受众的总体特征	(82)

第四节	作为新闻消费者的受众·····	(86)
第五节	作为新闻生产力的受众·····	(95)
第四章	网络新闻传播结构·····	(99)
第一节	研究网络新闻传播结构的意义·····	(9)
第二节	网络新闻传播中的信息传播结构·····	(102)
第三节	网络新闻传播中的意见传播结构·····	(114)
第四节	从传播结构看网络新闻传播的宏观影响·····	(125)
第五章	网络新闻传播的环境·····	(145)
第一节	网络新闻传播的技术环境·····	(145)
第二节	网络新闻传播的政策环境·····	(163)
第三节	网络新闻传播的法律环境·····	(170)

下编 网络新闻传播的业务流程

第六章	网络新闻业务的特性·····	(193)
第一节	网络新闻与传统新闻的关系·····	(193)
第二节	网络新闻业务构成与体制·····	(198)
第三节	网络新闻业务的层次·····	(202)
第四节	网络新闻工作者的能力结构·····	(209)
第七章	网络与新闻采访·····	(217)
第一节	网络采访·····	(217)
第二节	网络资源的利用·····	(235)
第三节	计算机辅助报道·····	(246)

第八章 网络新闻报道与写作	(252)
第一节 新闻写作的基本规律.....	(252)
第二节 层次化写作.....	(255)
第三节 实时写作与文字直播.....	(267)
第四节 多媒体报道.....	(276)
第九章 网络新闻编辑	(315)
第一节 网络新闻稿的选择.....	(315)
第二节 网络新闻稿件的修改.....	(321)
第三节 网络新闻稿件的标题.....	(339)
第四节 网络新闻专题.....	(355)
第五节 网络新闻杂志.....	(360)
第六节 网络互动手段的设计.....	(364)
第七节 网络新闻的宏观规划.....	(366)
第十章 网络新闻页面的设计	(370)
第一节 新闻网站(频道)的导读页设计.....	(370)
第二节 正文页的设计.....	(383)
第三节 导航系统的设计.....	(385)
第四节 新闻网页与编辑意图的表达.....	(390)
第十一章 网络新闻评论	(394)
第一节 网络新闻评论圈.....	(394)
第二节 网站新闻评论.....	(399)
第三节 专家评论.....	(407)
第四节 网民新闻评论.....	(421)
第五节 网络新闻论坛.....	(427)
后记	(436)

上 编

网络新闻传播的要素

第一章 网络新闻传播的媒介

网络新闻传播所依赖的传播渠道是网络。我们把渠道作为网络新闻传播的第一个要素来研究。媒介性质的不同,导致了新闻传播业务特性的差异,导致了媒介使用方式的差异,导致了经营方式上的差异,也导致了媒介在社会生活中作用方式的差异。

作为一种革命性的媒介,网络这一渠道的特殊性表现得十分突出。综合起来看,网络的特性包括:多平台性、开放性、多级性及连通性。

第一节 网络媒介的多平台性

一、多种属性的结合

网络媒介的多平台性,首先表现为属性上的多样性。它至少具有以下几种属性:

技术平台属性;

媒介属性;

经营平台属性;

虚拟社会属性。

(一) 技术平台属性

无论是传统媒体还是网络，每一个媒介都是一种技术平台。技术上的变革，是媒介发展的根本动因之一。长期以来，人们都把 15 世纪古登堡发明的活字印刷机看作媒介史上最重大的一个进步。而网络的出现，被称为古登堡之后另一个里程碑。与以往的媒介技术相比，网络及相关技术的覆盖面要广得多，网络的作用，也远远超出了传播的范畴。因此，这一技术所得到的重视超出了以往的媒介技术，世界各国在这一技术上的人力与物力投入也是史无前例的，这也就带来了网络技术的突飞猛进。

自互联网在 20 世纪 60 年代诞生后，网络技术的发展是惊人的。无论是在软件上，还是硬件上。与网络相关的其他技术，例如计算机技术、通信技术等也在以一日千里的速度向前推进。著名的摩尔定律称，每过 18 个月，计算机芯片的集成度就会翻一番。这就意味着计算机处理能力的急剧扩展。

技术的变革，使互联网走出了实验室，走出了学者精英们的圈子。从技术上来看，欧洲粒子物理实验室的蒂姆·伯纳斯·李在 1989 年提出的 WWW（万维网）的技术构想，从根本上为互联网成为一种传播媒介奠定了基础。

WWW 是互联网中的一种应用方式，它的主要思想是，利用互联网传送超文本信息，即包括文字、图像、声音、视频等在内的多媒体化信息，同时利用超链接将网络中的信息相互连接起来。在蒂姆·伯纳斯·李的思想的基础上开发出的 WWW 浏览器，是一种图形化的网络操作界面，它打破了使用命令来执行网络操作的局限，使得网络的操作变得简单、方便和趣味盎然。

除了 WWW 外，宽带技术、无线互联技术以及下一代网络技术，都将对网络的发展起着重要作用，对此，我们还将在今后的章节中进一步地讨论。

当我们把网络视为新闻传播媒介时，不能忽视了技术在它的发展过程中的作用，更要时刻关注技术对于未来网络新闻业走向

可能起到的作用，否则就可能陷入“技术近视”的沼泽。例如，在早期关于传统媒体与网络媒体前途的论争中，有人认为，报纸最大的优点之一是其可便携性，而这也正是网络的弱点。但是，他们所能看到的只是当时的电脑与网络。随着无线上网技术的发展，以及轻便的网络终端设备的出现，网络的便携性已经不是可望而不可及的事情。这一变革，势必会影响到未来新闻业格局的形成。

跟踪技术进步的轨迹，及时关注它所带来的影响，并尽早做出调整，这是我们要把网络定位于一个技术平台的主要意义。当然，这并非提倡技术决定论。我们在看到技术可能性的同时，也不能忘记，技术因素只是媒介发展的一个动力，而政治力量、经济力量的力学关系，对于一个媒介的发展是更为至关重要的。对于网络来说，同样如此。

（二）媒介属性

网络的媒介属性是不言自明的。但是，应该注意的是，网络是一种媒介，或者说一种介质，而不是简单的大众传媒。这个媒介所承载的传播方式是多样的，新闻传播需要综合地利用这些传播方式。这是我们在稍后要进一步展开的话题。

各种传播的相互交织，使网络传播的结构变得格外复杂。本书第四章将专门研究网络媒介中信息与意见的传播结构问题。

传播方式的多样化也意味着，网络媒介既可以是“广播”式的，也可以是“窄播”式的。传播者可以根据自己的需要进行选择，以求实现传播效益的最大化。

作为媒介，另一个值得关注的问题是，介质与内容经管的同一性问题。

在传统媒体那里，介质与内容是同一化经管的，即传媒机构在控制内容的同时，也可控制介质通道的使用（虽然广播电视的频道分配是国家控制的，但是一旦媒体获得其使用权，就可控制

它)。而网络中,介质的经营与内容的经营却可以是分开的,通常我们将互联网服务企业分为 ISP(互联网服务提供商)和 ICP(互联网内容提供商)两大类,它们都是网络这一媒介的经营者,而服务重点有所不同,虽然也有网络企业身兼双重角色。

对于传统媒体来说,它的经营主要是以下两种方式:内容所带来的直接的介质销售,这种方式主要适用于报纸、杂志和有线电视;内容所带来的广告销售,这种方式适用于所有媒体。无论哪种方式,我们都可以看到,介质与内容的同一性经营是传统媒体营利的主要依据。

但是,在网络媒介中,介质与内容的经营却并不一定是同一的,即介质的经营者与内容的经营者通常是分离的,因此,ICP提供的内容,一般不能直接给它们带来介质上的销售业绩,反而是 ISP 坐收渔利。利用内容来获得广告的方式,在现阶段又遇到许多障碍。内容提供商缺乏有效的赢利模式,引发的是内容提供商的萎缩,从而又制约了整个网络媒介的发展。

这种介质与内容的经营相分离的特点,使得网络媒介的经营与管理等方面有更多的复杂性,也使得网络新闻的传播局面更为复杂。

传统媒体的网站,一般都可归为 ICP。它们所面临的困境与其他 ICP 是一样的。

(三) 经营平台属性

网络还是一个经营平台。这也是网络之所以能在 20 世纪 90 年代迅速成长起来的一个重要原因。

作为经营平台,网络主要承载的是网络经济,也可以说是一种信息经济。

美国学者经济学家卡尔·夏皮罗和哈尔·瓦里安在《信息规

则》一书中指出了信息产品的如下特点^①：

信息的生产成本很高，但是复制成本很低。也可以说是高固定成本、低边际成本。

信息是“经验产品”，即人们必须尝试它才能对它进行评价。建立品牌和名誉是克服这一问题的主要手段。

信息生产的固定成本的绝大部分是“沉没”成本，即如果生产停止就不能挽回的成本。

信息的丰富产生注意力的贫乏。注意力是稀缺资源。

龙头企业的产品不一定是“最好的”，但是它凭借规模和规模经济享受对较小的竞争对手的价格优势。这方面的典型是微软。

.....

信息产品的诸多特点，意味着信息行业是一个高投入、高风险同时又可能是高产出的行业。近 10 年来，信息经济在全球得到了迅速发展，但是它的起伏动荡也是十分激烈的。全面准确地理解信息经济的特点，是网络经营的一个基本起点。

另一方面，网络经营并没有完全脱离传统经营的轨道。从企业自身的经营、运作与管理上看，网络企业还要从传统的企业经营管理模式中获得基本的营养。同时，网络经营平台并非一个空中楼阁，它实际上还是以各种传统产业为支撑的。它并没有颠覆传统的经营平台，因此，网络经营应该更多地依靠传统产业的支柱作用。网络新闻传播也是如此。即使在内容经营方面，通过与传统媒体的连通，网络新闻传播也会找到更好的生存空间。

新闻网站的经营活动是多种多样的。新闻与信息内容本身就是一种经营。此外，围绕网站自身的核心竞争力，开展多种服

^① [美]：卡尔·夏皮罗、哈尔·瓦里安：《信息规则》，2-23 页，中国人民大学出版社，2000 年 6 月。

务，也是网站的主要经营方式。

传统媒介的竞争对手主要在媒体领域。但是，网络经营主体扩展到了媒介机构之外的很多领域。新闻网站要能在网络中生存，不但要与媒体同行竞争，还要与其他各个领域的网络经营者竞争，其压力可想而知。

这意味着新闻网站需要在经营思路做出革新，一些新闻网站需要从单纯的内容经营逐渐走向多种经营。目前一些新闻网站开始涉足企业上网服务、电子商务等，便是对形势的变化所做出的一种回应。

网络的经营平台属性，会使新闻传播媒介与其它平台之间的界限越来越模糊。在传统媒体时代，西方一些学者认为，从事新闻的采写、编辑等内容方面的工作是一种崇高的事业，而媒介的经营相对来说就不那么崇高。在这两者之间，有一条泾渭分明的界限，这样才能保证媒介的立场与新闻的质量。但是，在网络这样一个传播媒介中，这两者之间还能保持这样一种距离吗？如果不能保持，那么，如何来保证新闻传播的公正与质量？如果仍然要保持这种界限，又该如何做？这个问题所反映的其实还只是冰山一角。在多平台的网络环境中，类似的问题会越来越突出。

（四）虚拟社会属性

人们不仅可以阅读或消费网络媒介的内容，还可以生活在这个媒介中，网络因此也就成为了一种社会。网络的虚拟社会属性是使它区别于传统媒介的一个本质属性。

对于网络中的虚拟及虚拟社会的含义，并没有一种普遍认同的解释。哲学研究者和社会学研究者都从自己的视野提出了相应的观点。下面列举的是其中几种：

哲学研究者刘友红认为，虚拟即是符号化，符号化是人创造意义生存的活动，与之相联系，“虚拟”生存就是作为人的文化