

new media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

新媒体编辑

Editing for New Media

詹新惠 ● 著

JOURNALISM
新闻学核心课程

12

- **案例丰富** 系统总结新媒体编辑原理，
归纳操作性强的编辑方法与技巧
- **把握前沿** 探讨手机和平板电脑等移动
类媒体的实操规范

中国传媒大学新闻系传播系组编

New media 新传媒时代
新闻传播学系列教材

新媒体编辑

Editing
for New Media

詹新惠◎著

JOURNALISM
新闻学核心课程

12



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体编辑/詹新惠著. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 7
新传媒时代新闻传播学系列教材. 新闻学核心课程 12
ISBN 978-7-300-17786-1

I. ①新… II. ①詹… III. ①互联网络-应用-新闻编辑-教材 IV. ①G210. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 153383 号

新传媒时代新闻传播学系列教材
新闻学核心课程 12
新媒体编辑
詹新惠 著
Xinmeiti Bianji

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京东君印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2013 年 8 月第 1 版
印 张	19 插页 1	印 次	2013 年 8 月第 1 次印刷
字 数	408 000	定 价	35.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

| 总 序 |

媒介融合时代新闻传播教育的“变”与“不变”

媒介融合时代，传统媒体纷纷出现了与新媒体融合发展的趋势，新闻传媒的变革日新月异，而社交媒体、公民新闻的出现使传统的新闻传播格局面临重新“洗牌”的巨大压力。业界的这些变化自然也会传导到新闻传播教育上来，迫使新闻传播教育面临一系列转型。在这样一个充满激荡变革的时代从事新闻传播教育工作，首先需要厘清哪些素质和能力是新闻传播工作者永恒不变的坚守，哪些能力又是需要与时俱进、不断变革更新的核心。只有把握住了“变”与“不变”的关系，才能在新闻传播人才培养上做到心中有数、方向明确。下面，我们不妨对这一问题做些具体分析。

传统的新闻信息生产和传播是这样进行的：现实生活中，人们每天需要了解外部世界的最新变化，由于每个人的生活范围很有限，于是诞生了一批媒体机构和新闻记者，他们每天到处采集各种最新发生的真实信息，然后通过报刊、广播和电视将这些信息传递给大众。人们接收到信息之后，虽不是亲眼所见，但会将其视为现实中真实存在的事情，从而对外部世界形成各式各样的印象和看法。

媒介融合时代的新闻信息生产和传播则是这样运作的：人们每天需要了解外部世界的最新变化，不仅职业的新闻记者在从事新闻信息的生产和传播工作，普通民众也加入到新闻信息的采集、制作和传播活动中来。他们将采集到的信息制作成文字、图片、音频、视频，或通过互联网向公众发布，或通过自媒体和社交媒体传递给自己熟悉或不熟悉的个人。他人接收到这些信息后，会将其视为现实中真实发生的事情，并由此对生存环境形成各式各样的印象和看法。

不难看出，在媒介融合时代，新闻信息的生产和传播领域发生了两个重大变化：一是出现了一大批自媒体和公民记者，形成了职业记者与普通民众同时进行新闻信息生产和传播的新格局；二是原先报纸、广播、电视“井水不犯河水”的格局被打破，出现了不同媒体与网络新媒体融合发展的趋势。在这种背景下，职业记者怎样才能体现自己的存在价值就显得十分重要，这也直接决定着新闻传播教育和新闻传播人才培养的走向。

近年来，我们走访了国外许多知名新闻院校，也经常就这一话题进行探讨，对媒介融合时代新闻传播教育“变”与“不变”的关系逐渐形成了清晰认识，那就是媒介

形态可以千变万化，新闻教育的核心不会改变。

那么，在媒介融合时代，新闻传播工作者不变的素质和能力有哪些呢？归纳起来，大致有以下几点：

一是新闻传播工作的职业精神不会改变。新闻工作是一种能够点燃人们理想抱负的职业，是站在桅杆上眺望远方的守望。任何时代，只要从事新闻传播工作，就都需要高度的职业理想和工作热情，这样才能把每次报道任务完成好，才能在信息泛滥和众声喧哗的时代始终坚持把核实新闻信息放在第一位，才能在充满压力和诱惑的时代始终坚持传播新闻事实的真相，才能以高度的社会责任感去捍卫公共利益，才能以人文情怀去关注黎民百姓的疾苦和心声。研究中外名记者的经历，我们发现，他们的成功都离不开对新闻工作的激情，离不开高度的社会责任感和敬业精神。反过来，如果一个人仅仅将新闻工作视为谋生的饭碗，那么，最终他只能庸庸碌碌，在新闻岗位上走不了太远。在多年的教育工作中，我们体会到，新闻传播职业精神的培养不能只靠课堂的说教，一个行之有效的路径是搭建平台，鼓励同学们走出校门，到基层去，到火热的生活中去。只有深入实地，让学生对社会有了深切感知，才有可能培养起社会责任感来。这些年来，我们一直在进行这方面的尝试和努力。从2006年开始，中国传媒大学新闻系和传播系在学生中开展了“子牛杯”大学生社会调查征文比赛活动，迄今已坚持了7年，有上千名学生参加到活动中来，涌现出了一大批饱含社会责任感和职业精神的调查报告。通过开展这项活动，我们明显感受到了同学们的成长与进步。

二是新闻采写的基本能力不会改变。媒介融合时代，信息的获取日益方便快捷，而如何核实信息的真伪，保证所获得的新闻信息是准确无误的，则需要记者具有扎实的采访作风。这也是新闻媒体赢得公信力的必由之路。与此同时，在媒体竞争日趋激烈的今天，获得独家新闻、首发新闻已成为提升媒体竞争力和影响力的重要指标，这同样需要记者有深入现场的采访作风以及敏锐的新闻发现能力。而在新闻表达阶段，新闻写作能力是学生必须练好的基本功。总体上看，学生良好的新闻表达能力建立在对新闻事实的深入了解和对受众心理的准确把握基础上。具体来说，新闻表达能力有两个层次的要求。第一个层次是能把新闻事件讲明白。这需要学生在全面掌握新闻事件的各种信息之后，具备清晰的逻辑思维能力和良好的语言表达能力，不能出现事实不清、逻辑混乱、词不达意等现象。第二个层次是能把新闻事件讲得有吸引力。这需要学生在把新闻事件讲清楚的基础上，还善于把握受众的接受习惯和接受心理，懂得叙事技巧，通过设置悬念等诸多手法来吸引受众的注意力。这是对新闻表达的更高要求，学生如果在这方面也能过关的话，他的新闻写作能力就完全达标了。

三是多学科的知识结构要求不会改变。新闻报道的对象是大千世界，新闻的内容来自社会的不同领域，新闻只是一种形式，传媒也只是一种工具，都不是内容本身。在社会分工日益细分化和专业化的今天，只懂得新闻和传媒技巧是不够的，还需要掌握其他学科知识。目前，国内外新闻和传播院系解决这一问题的途径主要有两种。第一，尽量多提供跨专业课程，同时规定选修课中其他学科课程的最低比例。例如，美国密苏里大学新闻学院就规定学生选修的非新闻专业课程学分要占新闻专业总学分的一半以上。第二，联合培养第二学位学生，学生可以先学习哲学、历史、法律、社会学、经济学、管理学或自然科学等专业，然后再来学习新闻专业。例如，美国纽约大

学就规定新闻专业的学生要完成 128 个学分,其中,必须用 64 个学分来拿一个非新闻专业的学位。中国传媒大学新闻系从 20 世纪 80 年代就开始招收新闻学第二学位学生,近年来,又面向校内招收辅修新闻学第二学位的学生,一直在进行这方面的努力。

在分析了媒介融合时代新闻传播人才不变的素质和能力之后,我们还要知道什么能力是当前新闻传播教育必须高度重视培养的新能力。

从总体来看,媒介融合时代,新闻传播教育自然需要培养学生适应媒介融合发展的能力。具体来说,由于制作方式数字化、传播渠道网络化、接收终端多样化,当前的新闻传播教育主要应该培养学生的多媒体报道能力。也就是使学生从具有报纸、广播、电视单一媒体的报道能力向具有多媒体融合报道能力转变,培养一批能够熟练采集和发布多媒体新闻的“全能记者”和“全能编辑”。

对“全能记者”和“全能编辑”来说,能够熟练使用多媒体新闻采制设备,洞悉文字、图片、声音、图像的文本特性和传播优势就显得十分重要。为了帮助大家理解这一问题,我们从新闻传播角度出发,可以将人们对新闻信息的需求归纳为三个基本维度:一是快捷需求,即人们想在第一时间简明扼要地了解新闻事件主要信息的需求;二是直观需求,即人们想亲眼目睹、直观感知新闻事件现场及氛围的需求;三是探究需求,即人们想深入了解新闻事件的来龙去脉、意义背景等内在信息的需求。而不同的媒介和文本符号在满足上述需求上各有自己的优势。培养“全能记者”,就要培养学生在面对重大新闻事件时,能用照相机拍摄出最具典型意义的瞬间图片,能用摄像机记录下最有现场感的发生过程,能用录音设备记录下新闻事件现场最典型的声音,能用电脑在第一时间写出新闻消息,将新闻事件的主要信息告知受众,还能写出深度报道,把新闻事件的原因、背景、经过、细节、意义、展望等深层信息揭示出来。总之,媒介融合时代,新闻传播教育需要打破过去报纸、广播、电视之间的壁垒,培养学生用文字、图片、音频、视频来全方位、立体化地展示新闻事件的能力,也就是培养学生多媒体采访、写作和编辑的呈现能力。

中国传媒大学新闻系、传播系作为国内较早开办新闻学专业和传播学专业的院系之一,多年来,积累了一些办学经验,也形成了一定的办学特色,在培养新型新闻传播人才上也一直在进行积极探索。摆在大家面前的这套“新传媒时代新闻传播学系列教材”(内含“新闻学核心课程”、“新闻学特色课程”和“传播学核心课程”)就是对近年来新闻学专业和传播学专业教学工作的总结。总的来说,编写这套系列教材,主要有这样几个出发点:

一是立足学科,整体打造。新闻传播学科发展到今天,已经形成了比较稳定的知识体系。这套系列教材立足新闻传播学科进行整体打造,既注重介绍新闻学和传播学基本的理论知识和专业技能,又注重学科历史、理论、方法和应用的体系性。在教材编写过程中,注意到前后衔接,按照由浅至深、循序渐进的规律进行整体推进。

二是立足时代,与时俱进。新媒体的出现推动了媒介融合的发展,这是传媒业的大势所趋。这套系列教材立足这一时代背景,不仅增加了媒介融合、新媒体编辑、多媒体报道等与媒介发展密切相关的教材品种,而且许多传统教材在编写过程中注意到了与新媒体的结合,体现出了与时俱进的时代要求。

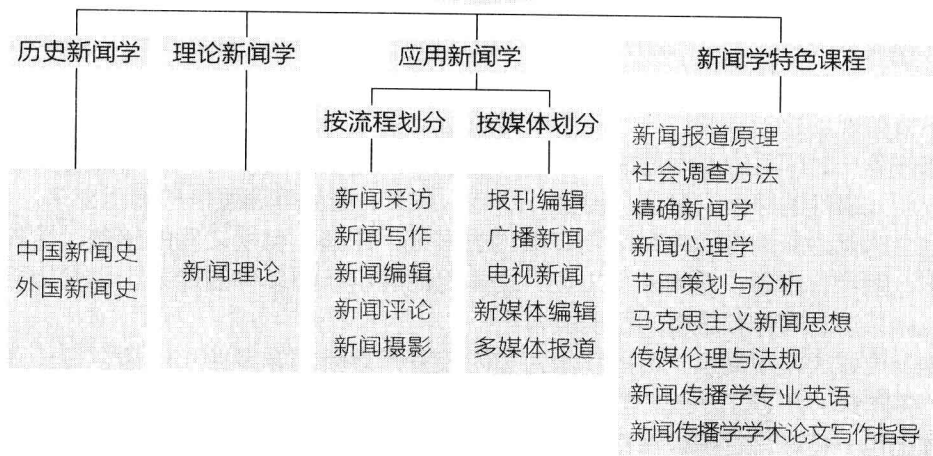
三是立足教学,保留个性。教材编写需要对实践中一些最新动向进行沉淀,以便

形成相对稳定的知识体系。从这一点上说,“与时俱进”并不是说这套教材可以与传媒实践发展实现“无缝对接”,而是需要与媒体实践保持适度距离,以便进行观察、总结和提升。另外,教材编写必须立足教学需要,采用相对成熟、稳定的知识体系作为教材内容,这样才能实现知识传承。但是编写教材并不排斥作者的个性和创造性,因为同样的知识内容可以采用不同的体例和案例来编写,编写的侧重点也会有所不同,这些都体现出作者的个性化思考。

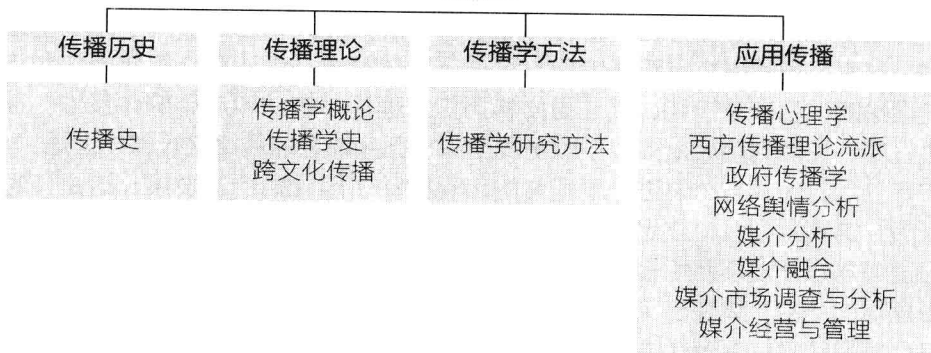
四是立足市场,突出特色。目前,传播学专业的教材在市场上比较零散,我们这次将集中力量推出传播史、传播学史、传播学研究方法、媒介分析、传播心理学等教材,形成“传播学核心课程”系列教材。新闻学专业的有些教材在教学工作中很需要,但市场上很少见到。我们这次就推出了“新闻学特色课程”系列教材,包括新闻报道原理、社会调查方法、精确新闻报道、新闻传播学专业英语、新闻传播学学术论文写作指导等品种,在满足教学需要的同时,也为系列教材增添特色。

为了让大家对系列教材的总体框架一目了然,附上系列教材的结构示意图。

新闻学系列教材及课程结构图



传播学系列教材及课程结构图



需要说明的是，从学科范畴上看，传播学的学科外延比新闻学要宽泛一些。目前，全国开办传播学本科专业的院校有 80 多所，各自的办学方向也不尽相同。但从知识结构来看，该学科的知识体系大体应该包括传播史、传播理论、传播研究方法和应用传播。在本科阶段，应用传播领域可以开设的课程及方向很多，诸如公共传播、组织传播、政府传播、体育传播、健康传播、科技传播、农业传播等，不一而足。我们所提供的教材也仅供大家参考。

由于作者水平和能力有限，加之时间仓促，许多教材还存在不足之处，我们热忱欢迎广大读者提出批评和改进意见，以便在今后修订再版时改进提高。

“新传媒时代新闻传播学系列教材”编委会

2013 年 6 月

| 前 言 |

当新闻的传播渠道从 PC 端互联网扩展到移动互联网,传播介质从台式机、笔记本电脑延伸到电子阅读器、智能手机时,新媒体,无论是认定它的内涵和外延,还是划定它的边界和范畴,都已经成为新闻传播研究的重要对象。

关于新媒体的定义林林总总有十多种,而被划归为新媒体的介质也从新兴媒体的“网络媒体”、“手机媒体”、“互动电视”,到新型媒体的“车载移动电视”、“楼宇电视”、“户外高清视频”等不一而足。内涵与外延的混乱不清,边界与范畴的模糊不明,既反映出新媒体发展之快、变化之多,也说明关于新媒体的研究目前尚不成熟、不系统。在当前人们对新媒体没有一个清晰的、一致认可的定义的状况下,我们没有纠缠于概念、特征、类型等学理认知,而是从更为现实和务实的角度出发,抓住“数字技术、互联网技术、移动通信技术”的技术维度和“双向传播、用户创造内容”的传播维度两个指标,把新媒体限定为“网络媒体”和“移动媒体”两大类型,由此确定新媒体编辑的对象与框架。

新媒体编辑的前身是网络新闻编辑。自 20 世纪末互联网出现以来,网络新闻采、写、编、评等业务随着网站的诞生、网络媒体的发展应运而生,并成为网络传播研究的一大类别。随着移动互联网时代的到来,互联网的新闻编辑自然需要加入移动媒体的编辑,但这不是简单的外延拓展,而是要对两类媒体的编辑业务重新审视,概括、总结它们的传播规律和编辑原理,用全新的新媒体编辑思想和理念来指导实践。

虽然新媒体编辑是一门新兴的业务课程,但传统的网络新闻编辑研究依然沿袭着报刊编辑的规程,并未凸显出互联网的传播特点。本书首先在内容架构上打破条框,以互联网的快速、海量、多媒体、互动特性为基点,结合传统新闻编辑的通识性知识,将网络新闻编辑的实务分为稿件判断与选择、基础编辑、整合编辑、动态新闻编辑、多媒体新闻编辑以及互动编辑,前两者为所有新闻编辑的基本业务,后四者则为网络新闻独有的且体现出互联网传播特点的编辑业务。其次是对移动媒体的新闻编辑做出梳理,在强调移动传播的特点、规律和手机、平板电脑两类移动终端特殊性的基础上,以移动媒体的不同形态——手机报、手机视频、手机新闻客户端、平板电脑客户端——来阐述编辑原理和方式、方法。在网络媒体新闻编辑和移动媒体新闻编辑上采用两套不同的划分方式,并非逻辑混乱,而是从实际出发的更符合现实要求的一种考虑。

无论是“古老”的网络新闻编辑,还是新兴的手机、平板电脑新闻编辑,都需要

面对一个不容回避的问题：如何更好地服务于用户，提升用户浏览新闻的阅读体验。因为新媒体编辑是“所有人面对所有人传播”的编辑，用户不再是被动的信息接收者，而已成为新媒体新闻传播的一个环节，用户的感受、参与和点评直接影响到传播内容、传播路径和传播效果。因此，我们倡导用户至上的新型新媒体编辑理念，即对粗放整合的海量内容深耕细作，改变“二次传播”，加强策划原创，追求可视化多媒体报道，用互动引导来重建新媒体舆论环境。将这些思想、理念融会贯穿到新媒体编辑实操中，就成为本书中所展现的各种有针对性的编辑方式与方法。

作为一本业务教材，案例解析是必不可少的一种选择。客观地说，一本好的业务教材，选择、设计案例之艰难远远超过论述本身。案例的经典性、代表性和长久性不仅考量着著作者的敏锐眼光和业务能力，更是对其视野、学识和理论功底的全方面测评。笔者七年的互联网从业经验、七年的高等学府专业课教学经历，为如何挑选案例、如何解析以符合学生要求奠定了基础。比如，在为“平板电脑的新闻编辑”一章中的新闻客户端选择案例时，笔者共下载了 100 多个各类媒体和网站的新闻客户端，通过进行横向对比研究后才确定最终的结果。而在设计案例时，文中的案例例证、单独的案例解析、截图式的案例说明、超链接的案例导读等各种方案一一呈现，其目的在于方便学生接受，也为教师教学提供了原始素材。

著述新媒体教材，无论怎样“焚膏油以继晷，恒兀兀以穷年”，都赶不上新媒体的发展速度，跟不上其变化多端，非皓首穷经之所能。因此，本书完成之际，即是新的研究开始之时。从新媒体及新闻传播发展的趋势看，未来的新媒体编辑将不再是条块分割的网络媒体、移动媒体，而需要更深入地了解用户需求，考虑用户体验，从用户出发总结传播规律，设计编辑流程，研究编辑手法。如是，则新媒体编辑不仅能成为新媒体学科体系中一门独立的、基础而必修的课程，且将会改变传统新闻编辑的思路、理念和方法，创造出一种以用户价值为依归的、全新的新闻编辑学。

| 目 录 |

代绪论 中国新媒体 2002—2012 发展回望	001
第一章 网络媒体新闻编辑概述	010
第一节 网络新闻的传播特性	011
第二节 网络新闻编辑的内涵与外延	014
第三节 网络新闻编辑原理	018
第四节 网络新闻编辑新理念	024
第二章 网络新闻稿件的判断与选择	032
第一节 网络新闻稿件多源	033
第二节 网络新闻选稿流程与判断准则	036
第三节 网络新闻稿件的选择	041
第三章 网络新闻的基础编辑	052
第一节 网络新闻的修改与删添	053
第二节 网络新闻的发布	063
第三节 网络新闻标题制作	066
第四章 网络新闻的整合编辑	082
第一节 整合编辑概述	083
第二节 网络新闻的微观整合	090
第三节 网络新闻的中观整合	097
第四节 网络新闻的宏观整合	103
第五章 网络多媒体新闻编辑	122
第一节 网络图片新闻编辑	123
第二节 网络视频新闻编辑	136
第三节 网络 Flash 新闻编辑	147

第六章 网络动态新闻编辑	155
第一节 滚动新闻的编辑	156
第二节 网络直播的编辑	160
第三节 实时报道的编辑	168
第七章 网络互动的编辑	172
第一节 网络互动概述	173
第二节 网络媒体互动的编辑	177
第三节 微博互动的编辑	185
第四节 网络互动的管理	195
第八章 网页意义与设计制作	202
第一节 网页特点与结构类型	203
第二节 网页语言	208
第三节 网页布局原则与制作要求	210
第四节 网站首页设计与案例分析	215
第九章 手机媒体的新闻编辑	223
第一节 手机媒体概述	224
第二节 手机新闻的编辑原理	229
第三节 手机报的编辑	233
第四节 手机视频新闻的编辑	239
第五节 手机新闻客户端的编辑	245
第十章 平板电脑的新闻编辑	256
第一节 平板电脑概述	257
第二节 平板电脑的新闻编辑	263
第十一章 全能的新媒体新闻编辑	273
第一节 全能的新媒体新闻编辑的内涵	274
第二节 新媒体新闻编辑的类别与职责	276
第三节 全能的新媒体新闻编辑的要求	279
参考文献	289

代绪论 中国新媒体 2002—2012 发展回望 |

2002 年,当我们用电脑在线收看唯一一次在亚洲举办的韩日世界杯时,寥寥的几段视频,缓慢的下载速度,让我们不得不端坐在电视机前定时、定点收看。

2012 年,当我们用 iPhone、iPad 收看远在英伦三岛的奥运会时,我们不需要考虑收看的时间和地点,不需要考虑是否错过直播,不需要考虑下载的速度。因为在任何时间、任何地点,以任何方式都可以接收到奥运一线的快讯、图片、视频和互动。

2002 年,《国民经济和社会发展第十个五年计划信息化重点专项规划》颁布,确定中国信息化发展的重点包括推行电子政务、振兴软件产业、加强信息资源开发利用、加快发展电子商务等。

2012 年上半年,政府机构微博达到 25 866 家,其中,省部级以上政府机构微博 58 个,厅局级以上政府机构微博 1 154 个。^① 电子商务的市场交易规模在 2012 年第一季度达到 1.76 万亿元。^② 网络广告市场规模达到 511.9 亿元,首次超越报纸广告 453.6 亿元的规模。

从 2002 年到 2012 年,新媒体历经 10 年征程完成了从边缘到主流的蜕变,从输血到造血的重塑,不仅在互联网世界构建起成熟、完善的传播格局,而且成为新闻传播的重要渠道。网络问政的主要平台,更因强大的新媒体舆论监督彰显出独特的力量。

一、形成成熟、完善的新媒体传播格局

2012 年 7 月,中国互联网络信息中心发布的第 30 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示,中国网民数量已经达到 5.38 亿,其中 73% 的网民会选择在线浏览新闻,手机网民 3.88 亿,其中 58.3% 的网民会选择通过手机浏览新闻。^③ 统计自 2002 年以来的报告可以看到,通过网站、手机等浏览新闻一直位列新媒体应用的前五位,2008 年网络新闻的在线浏览甚至上升到了第二位。

① 参见《2012 新浪政务微博半年报告:务实应用新阶段》, http://news.ccidnet.com/art/11097/20120713/4049069_1.html。

② 参见艾瑞咨询:《2012Q1 中国电子商务市场交易规模达 1.76 万亿》, <http://ec.iresearch.cn/57/20120426/170805.shtml>。

③ 参见中国互联网络信息中心:《第 30 次中国互联网络发展状况统计报告》, http://www.cnnic.net.cn/hlwfzj/hlwxbzg/hlwtjbg/201207/t20120723_32497.htm。

不断上升的网民数以及大多数网民对网络新闻、手机新闻长期、持续的需求是新媒体快速、健康成长的外部环境。自2001年8月20日《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》[中办发(2001)17号文件,即“17号文件”]出台以来,围绕着新闻网站的建设,中央不断加大力度,调整布局,制定规划,最终形成目前的三级新闻网站格局——以中央级媒体为主办单位的国家级重点新闻网站,省级宣传部门主管或省级新闻媒体单位主办的省级重点新闻网站,以及新闻媒体创建的媒体类新闻网站。

在战略定位上,三级网站根据各自的媒体属性、发展规划和经营布局,形成了差异化的发展方向——综合性新闻网站如人民网、新华网,地方新闻门户如东方网、千龙网、南方网,网络新闻、资讯原创策源地如环球网、新京报网。

目前,中央级重点新闻网站共有13家,获得国务院新闻办公室批准、具有新闻登载权的网站280多家,传统媒体大多数完成了媒体内容的数字化转换,拥有了相应的网络版、电子版或手机新闻发布平台。在中央,重大新闻报道活动现场都有国家级重点新闻网站的身影;在地方,地方重点网站进入宣传报道梯队,基本形成了一报两台一网的格局。而传统媒体的网站则成为其报网融合、台网联动、数字化转型的重要阵地。

在新闻网站之外,还活跃着一支新媒体新闻报道队伍,即商业门户网站的新闻频道。虽然拥有新闻登载及转载资质的商业网站并不多,但它们凭借在互联网领域开展综合性业务所带来的用户群与流量,带动了网络新闻的浏览量和传播效果,成为新闻网站主要的竞争对手。相比较而言,新闻网站由于业务相对单一,报道内容集中且同质化,在传播力与影响力上稍逊于商业网站的新闻频道。但是,新闻网站的时政新闻、社会新闻和重大热点报道等却是商业网站的主要新闻来源。两支网络报道队伍优势互补,相互配合,形成了互联网上网络新闻报道与传播的繁荣局面。

2011年10月18日,中共十七届六中全会审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》。该决定对各类网站在网络文化建设中的作用有了明确的阐述和界定:“支持重点新闻网站加快发展,打造一批在国内外有较强影响力的综合性网站和特色网站,发挥主要商业网站建设性作用,培育一批网络内容生产和服务骨干企业。”^① 时任国新办主任王晨在《发展健康向上的网络文化》一文中更进一步阐述了各类网站的责任和任务:“网站是重要的思想文化阵地,发展健康向上的网络文化,必须把加强阵地建设作为一项战略任务来抓,努力形成以重点新闻网站为骨干、知名商业网站相配合、各类网站积极参与、共同推进网络文化建设的生动局面。”^②

此外,手机媒体、社会化媒体也正在形成各自的报道队伍。手机媒体中有以三大运营商主导的手机早晚报和各传统媒体开设的手机报,有获得3G手机视听资质的中央电视台、上海文广集团、《人民日报》、新华社、中国国际广播电台、央广视讯、视

① 中国政府网:《中央关于深化文化体制改革若干重大问题的决定》, http://www.gov.cn/jrzq/2011-10/25/content_1978202.htm。

② 王晨:《发展健康向上的网络文化》, http://news.xinhuanet.com/politics/2011-11/03/c_122232097.htm。

讯中国、华夏视联等开办的手机电视,有新浪、搜狐、腾讯等商业门户网站及各垂直网站开办的手机 WAP 网;社会化媒体中有天涯网、猫扑网、19 楼、百度等创建的论坛、贴吧,人民网、新华网、央视网等新闻网站和新浪、腾讯、搜狐等商业网站创建的博客、微博平台,有开心网、人人网、豆瓣网等创建的 SNS 社会化网络社区。手机移动媒体、社会化媒体与网络媒体共同构建了新媒体时代的新闻传播格局。

二、 新媒体新闻报道从边缘到主流

2008 年,微软首席执行官史蒂夫·鲍尔默(Steve Ballmer)接受美国《华盛顿邮报》采访时说:“今后 10 年内,所有媒体消费都将通过互联网渠道进行。届时传统意义上的印刷版报纸、杂志将不复存在,所有东西都将以电子版的形式发行。”^①

虽然现在还不能断言新媒体将完全取代传统的报纸、杂志,但在新闻报道上,新媒体快速、海量、互动、多媒体、随时随地的传播优势已经成为用户浏览新闻的第一选择,也成为信息言论的集散地和社会舆论的放大器,新媒体从边缘到成为主流角色已不再被质疑。这一点,无论是在重大主题新闻、突发新闻事件的报道上,还是日常、普通的新闻报道中都得到了印证。

2003 年只有网站类网络媒体报道了“神舟五号”载人飞船的发射和回收消息,当时主要采用文字、图片和快讯的方式,主要新闻网站用中文、英文、法文、西班牙文、俄文和阿拉伯文等语种不断滚动播报。2012 年“神九”发射并与“天宫”对接,新媒体的报道队伍扩大到手机媒体和社会化媒体,不仅实现了现场直播、滚动播报,而且用 Flash 三维动漫演示七大系统的工作流程、发射对接过程,同时邀请嘉宾与网民对话,边看边详解对接技术和要点。部分网络媒体还派出记者到发射前方采访有关人士发回原创报道。手机媒体则在第一时间发布快讯、手机报,用户可以通过手机随时随地收看手机电视的发射直播。社会化媒体为网民提供了开放的实时讨论、交流平台,用户可以边看边聊,随意转发、分享即时新闻。

2008 年汶川地震报道是新媒体报道突发事件的经典案例。新华网于 2008 年 5 月 12 日 14 点 46 分发出地震的第一条快讯:“12 日 14 时 35 分左右,北京地区明显感觉到有地震发生。”随后,新闻网站、门户网站、视频网站、手机媒体以及各类 Web2.0 社会化网络社区,都在最短的时间内调动各种手段和资源投身抗震救灾的报道。整个报道行动之迅速、手段之丰富、规模之宏大、创新之多样、配合之紧密,均达到前所未有的水平。新媒体不仅着力于新闻报道,更是利用互联网独特的功能,开设网上捐款、网上义捐拍卖、寻亲、网民哀悼、网络公祭、关爱孤儿等诸多平台,让广大网民便捷地表达哀思和奉献爱心。最令人难忘的是在全国哀悼日(5 月 19 日至 21 日)三天中,中国网络媒体的页面颜色全部改换成黑灰色,游戏及各类娱乐频道停止了服务。网络媒体的主流担当和社会责任意识被网民广泛称道。

① 《鲍尔默:10 年内互联网将垄断媒体》, <http://net.chinabyte.com/467/8162467.shtml>。

10年中,先后有“党的十七大”、“北京奥运会”、“建国60周年”、“上海世博会”、“建党90周年”等重大新闻,相继发生过“SARS病毒肆虐”、“2008南方冰雪冻灾”、“四川汶川地震”、“甘肃舟曲泥石流”、“青海玉树地震”、“7·23甬温动车追尾事故”等突发事件。每一次报道就是新媒体经历的一次洗礼,也是新媒体走向成熟、走向主流的一个台阶。新媒体的正能量在一次次重大、突发事件的报道中展现得淋漓尽致。

10年中,新媒体创造了多个新闻报道的第一:新华网第一个向全世界发出美国空袭伊拉克中英文快讯;人民网“强国论坛”首次在国外设坛邀请俄罗斯第一副总理梅德韦杰夫网上视频与网民互动;多家新闻网站第一次打破常规第一时间报道四川汶川地震消息;搜狐网成为第一个奥运会互联网内容服务赞助商;多家网站联合首次开设“网上大讲堂”活动,邀请各方面专家,以网上视频授课、文字实录以及与网民互动交流的方式,向网民在线传播内容丰富的文化知识。

新媒体的主流价值不仅在广大网民中获得认可,也在官方层面得到首肯。中国记者协会于2006年首次在中国新闻奖中设立了网络评论、网络专题、网络新闻专栏三个奖项;2008年又增加了新闻访谈和新闻网页设计这两个形态较为成熟、有清晰界定和评价标准的评选项目,同时还把新闻网站首发的新闻摄影作品和新闻漫画作品纳入评选范围,从而使网络新闻作品可以参评的项目增加到了七个。奖项的设立说明新媒体成为我国重要传媒形态的地位进一步得到确立。

三、 新媒体舆论监督彰显力量

众所周知,2003年的“孙志刚事件”是新媒体舆论监督的起点,但在21世纪初的几年里,互联网刚刚经历过网络泡沫,网民群体尚未形成规模,来自网络媒体的舆论监督可谓凤毛麟角。因此,当“孙志刚事件”、“刘涌案”曝光于虚拟的网络论坛,被网民热烈议论、争鸣,并最终影响到现实社会时,人们第一次认识到互联网的力量,惊叹网络媒体的舆论监督效果。

随着Web2.0时代的到来,互联网技术为网民参与话题讨论、发表意见观点、点评新闻事件提供了极大的方便,无论是博客、SNS还是微博,都以用户贡献内容、高度互动参与为基本特质,因而网民实时在线转发、分享、评论成为可能,实时直播报道也有了发布的空间和舞台。

以2006年“虐猫事件”、“铜须门事件”为发端,新媒体的舆论监督一年胜过一年,监督方向也很快从网络世界指向现实社会,聚焦于社会热点、问题、矛盾和冲突,特别是种种贪污腐败、社会不公现象,新媒体成为直接干预现实社会的重要力量。仅2009年一年就发生了“央视新址火灾事件”、“工信部要求预装‘绿坝’过滤软件事件”、“杭州飙车撞人事件”、“成都公交车燃烧事件”、“云南晋宁看守所死亡事件”、“河南灵宝追捕王帅事件”、“湖北石首群体事件”、“湖北巴东邓玉娇事件”、“吉林通钢群殴总经理致死事件”、“上海倒楼事件”、“上海‘钓鱼’执法事件”……同时还伴生出当年的网络流行语:“70码”、“楼脆脆”、“躲猫猫”、“临时性强奸”等。

当重大事件发生时,网民已不再是单纯的“围观者”,而是成为积极的“报道者”。2009年2月9日晚,中央电视台新址发生严重火灾,大火从楼顶烧到楼底,扑救达六小时之久。从火灾发生的那一刻起,网民就利用手机、网站留言、论坛发帖等手段报道火灾过程,随后围绕火灾原因、损失、责任等在互联网上展开评论、问责。汶川地震发生后,一些公民甚至立即前往当地,利用自己的博客或其他网络传播途径发出报道,有的主动发起汶川地震学生死亡人数的调查,有的主动进行专题采访或长途采访。在中国的新闻传播格局中,网络“公民记者”、“公民记录者”的活跃正使公民新闻开始形成气候。

著名互联网研究学者丹·吉尔摩(Dan Gillmor)指出:“近几年来,越来越多的普通公民成为新闻记者和社会评论员。他们以令人惊叹的速度建立起加入社会和政治讨论的平台。”^① 新媒体一方面充分展现了网民意愿、情绪和社会诉求,为网民的高度参与、深度监督搭建平台,进而彰显出新媒体舆论的监督力量;另一方面也在极力引导网络舆论,建立网络舆情预警、监测系统,及时发现网络舆论动向,适时运用网络舆论调控手段和方法,为互联网营造一个健康、良性的发展环境。

谈到新媒体的舆论监督,特别需要提到近两年发展壮大的微博。过去的新媒体舆论监督主要是通过网站以多种形式集中报道,以及网民通过新闻跟贴、论坛上帖等手段来实现。自微博出现后,其集四大传播方式——人际传播、群体传播、组织传播、大众传播——于一体,集四大功能——转发、关注、分享、评论——于一身的先天优势,使我们看到微博的能量、传播力和影响力之大已然超乎想象。目前,来自微博平台的舆论监督正在成为新媒体舆论监督主要的策源地。

四、 新媒体成为网络问政的重要平台

2008年6月20日,胡锦涛总书记做客《强国论坛》与网友在线交流成为新媒体发展的里程碑事件。尽管网络交流、互动时间很短,但新媒体作为上下沟通的平台价值和作为执政党与民交流的渠道作用已然凸显。

从2009年到2011年连续三年,温家宝总理通过新华网的在线视频访谈与广大网友交流,每次时长约2小时,围绕国内经济、民生、教育、医疗等话题回答网民10多个问题。

其实,早在2003年“非典”肆虐期间,中央高层就已开始通过互联网了解社情民意。胡锦涛总书记在广州对一位医生说:“你的建议非常好,我在网上已经看到了。”温家宝总理在北京大学宿舍对几位大学生说:“我在网上看到同学们在留言中表达了同全国人民一起抗击SARS的决心,令人感动。”^②

2005年“两会”期间,一条征集“总理记者招待会网民最想问的问题”的帖子出

^① 转引自闵大洪:《2007年的中国网络媒体》, <http://media.people.com.cn/GB/40606/6709207.html>。

^② 张玫、张云龙、陈键兴:《胡锦涛温家宝上网 网络促进民主下情上达》, <http://news.sina.com.cn/c/2004-03-11/09393011430.shtml>。