

网络新闻编辑学 (第二版)

秦 州 主 编
王月苏 副主编

復旦大學 出版社

目 录

第一章 网络新闻编辑学研究	(1)
第一节 网络新闻编辑学研究的基本问题	(1)
第二节 网络新闻编辑学的研究方法	(5)
第三节 网络新闻编辑学的研究意义	(22)
思考题	(24)
第二章 网络新闻业的发展和特点	(25)
第一节 网络新闻媒体的发展史	(25)
第二节 网络新闻的特点	(46)
思考题	(54)
第三章 网络新闻编辑的主体	(55)
第一节 编辑的能力结构	(55)
第二节 编辑的知识结构	(64)
第三节 编辑的法律、道德素养	(66)
思考题	(75)
第四章 网络新闻编辑的客体	(76)
第一节 网络新闻稿件	(76)
第二节 网络新闻专题	(81)
第三节 网络新闻评论	(91)
第四节 网络新闻论坛	(97)

2 网络新闻编辑学(第二版)

思考题	(102)
第五章 网络新闻受众	(103)
第一节 受众的信息需求	(103)
第二节 受众的心理分析	(106)
第三节 编辑与受众的关系	(111)
思考题	(115)
第六章 网络新闻编辑的功能	(116)
第一节 网络新闻编辑与信息把关	(116)
第二节 网络新闻编辑与议程设置	(122)
思考题	(127)
第七章 网络新闻编辑的技术环境	(128)
第一节 网站的技术平台	(128)
第二节 网站的内容管理与发布系统	(132)
第三节 网站的基本服务项目	(140)
第四节 网页制作的基础语言	(147)
第五节 网页制作及图形处理软件	(150)
第六节 网页制作的高级技术	(154)
思考题	(158)
第八章 网络新闻的编辑制作	(160)
第一节 文字新闻	(160)
第二节 图片新闻	(164)
第三节 Flash 新闻	(173)
第四节 音视频新闻与多媒体新闻	(178)
第五节 网络新闻标题	(180)
第六节 背景资料的链接	(186)

思考题	(188)
第九章 网络新闻版面设计	(189)
第一节 网络新闻版面设计的基础知识	(189)
第二节 网络新闻版面的色彩设计	(195)
第三节 网络新闻版面的布局设计	(202)
思考题	(211)
第十章 草根媒体	(213)
第一节 草根媒体	(213)
第二节 博客	(219)
第三节 播客	(226)
思考题	(231)
第十一章 微博	(232)
第一节 微博概述	(233)
第二节 微博的传播特征	(243)
第三节 中国微博的发展现状	(252)
第四节 微博未来发展趋势	(268)
思考题	(278)
附录一 信息网络传播权保护条例	(279)
附录二 互联网新闻信息服务管理规定	(286)
附录三 互联网站禁止传播淫秽、色情等不良信息自律规范	(294)
附录四 互联网等信息网络传播视听节目管理办法	(297)

4 网络新闻编辑学(第二版)

附录五	最高人民法院、最高人民检察院关于办理利用互联网、移动通讯终端、声讯台制作、复制、出版、贩卖、传播淫秽电子信息刑事案件具体应用法律若干问题的解释	(302)
附录六	非经营性互联网信息服务备案管理办法	(305)
附录七	互联网 IP 地址备案管理办法	(309)
附录八	互联网著作权行政保护办法	(313)
附录九	中国互联网网络版权自律公约	(316)
参考文献	(318)
第二版后记	(323)

第一章

网络新闻编辑学研究

网络媒体给世界带来崭新的生活、工作方式的同时,也给整个新闻传播事业带来了革命性的变化。它不仅为传统的报刊、通讯社、广播电视提供了新的技术手段,而且造就了一种崭新的新闻传播形态——网络新闻。其中表现最为突出的就是世界上许多重大新闻的迅速报道特别是突发性事件的报道,领先的已经不再是电视、广播,更不是报纸、期刊,而是作为第四媒体的新闻网站。网络新闻的发展势头迅猛,令人应接不暇,正如报刊、书籍、广播、电视等大众传媒设有“编辑”职位一样,随着网络这一新媒体的蓬勃发展,“网络新闻编辑”这一新兴的职业也应运而生,但是我们对网络新闻编辑的研究工作还远远落后于网络新闻实践。

本章主要的内容是对网络新闻编辑学的基本问题 and 研究方法进行梳理。基本问题主要包括网络新闻编辑学的研究对象、研究内容、定义和学科特点。网络新闻编辑学的研究方法主要包括内容分析、个案研究、网络调查、焦点小组等。

第一节 网络新闻编辑学研究的基本问题

早在 20 世纪 40 年代,“编辑学”这一名词在我国就已经出现,但真正有意识地将“编辑学”当作一门学科进行深入的研究,则是在 80 年代以后才开始的。自 20 世纪 90 年代网络新闻发端以来,网络媒体

自身没有专职的记者而是编辑工作人员承担了新闻信息的采集、加工和发布等一系列工作。网络媒体的编辑工作较之传统媒体在工作性质和工作内容方面有很多共通之处,也存在着很大的区别。网络新闻编辑学作为编辑学的一门分支学科,是一门应用性很强的学科,我们在进行学科理论体系的构建过程中既要借鉴已有编辑学的理论成果,更要结合网络新闻媒体的时代特点、技术特点,因地制宜地在更广阔的视野中开展我们的研究工作。

一、网络新闻编辑学的研究对象

网络新闻编辑活动不能一概而论,即使在各个传统媒体网络版和门户网站中,网站编辑的工作都是不尽相同的。例如在有些传统媒体的网站中,网络编辑只需要将全部印刷版的电子文件输入到数据库中就可以了,有些则需要进一步地筛选。许多门户网站的编辑工作主要包括选稿、改稿、处理新闻之间的关系、设计网页界面、组织论坛、专题报道等工作。从宏观角度对编辑过程进行考察发现,整个编辑活动的过程是动态的、及时的。在形成定稿之后,编辑过程并未结束,编辑还要根据作者和网民的反馈意见,进行调整修改,制定新的网络新闻编辑计划,这样就形成了动态的编辑过程。

网络新闻编辑学是研究网络新闻编辑活动的性质、功能和发展规律的科学,是一门正在建立和完善的新兴学科。网络新闻编辑工作中不断出现的许多新情况、新问题,都是网络新闻编辑学研究的新起点。网络新闻编辑活动是网络新闻编辑学特有的研究对象,有其自身的方法和规律。研究网络新闻编辑活动不能只进行单方面的考察,而要从多方面、多层次、多角度进行研究。具体应包括:

(1) 研究网络新闻编辑活动的起源和演变历史、性质和特征,以及网络新闻编辑活动与其他文化活动的区别和联系。

(2) 研究网络新闻编辑活动的价值和社会作用,以及网络新闻编辑人员的素质。

(3) 研究网络新闻编辑活动与社会生活的广泛联系,包括它与经济、政治、文化、科技以及其他传播媒介的关系,揭示它的发展规律。

(4) 研究网络新闻编辑主体作用于编辑对象的编辑过程,包括网络新闻编辑的不同阶段和基本环节,以及各个环节工作的原理、方法和

技能。

这样,以网络新闻编辑活动为研究对象,是网络新闻编辑学与其他学科区分的学科基础。通过对比的研究,网络新闻编辑学形成了自己独特的知识体系和理论建构,成为一门相对独立的新兴学科。

二、网络新闻编辑学的研究内容

网络新闻编辑学的研究内容包括理论研究、应用研究和历史研究三个方面。

(1) 网络新闻编辑研究的应用方面着重研究网络编辑过程中的基本环节,各环节的工作内容、工作原理和工作方法,力争对编辑过程有准确深入的认识和描述,逐步使网络编辑活动科学化、规范化,形成共同遵守的规范和标准。

(2) 理论研究包括网络媒介中编辑活动的地位和作用,编辑、作者和受众相互关系的变化,网络新闻编辑的社会功能等。

(3) 历史研究。由于网络媒体的发展时间较短,这方面的研究还比较欠缺。国内关于网络媒体的发展历史的第一部著作是中国人民大学新闻学院副教授彭兰的《中国网络媒体的第一个十年》,书中相关的总结和论述,为我们专门进行网络新闻编辑历史研究奠定了良好的基础。

三、网络新闻编辑学的定义

对网络新闻编辑学的研究对象和研究内容做了清晰的梳理之后,我们才能对网络新闻编辑学下定义。网络新闻编辑学从词语的形式分析,它是由“网络新闻”和“编辑学”两个概念组成的合成词。“网络新闻”是编辑学的研究对象和范围,而“编辑学”则是它的学科性质和归类。因此,我们要对网络新闻编辑学下定义,可以按照逻辑学中关于“属加种差”定义的方法,从“网络新闻”和“编辑学”的含义及它们之间的种属关系,来确定“网络新闻编辑学”的内涵和外延。

“网络”的概念在专业技术上比较宽泛,我们可以简单地理解成“是由多个计算机连接而成的系统,可以实现资源共享”。网络的发展已经形成了国际互联网的规模。从广义上说网络媒介,我们通常指互

联网(Internet);从狭义上讲或从实际操作上说,是指基于WWW来传播信息的网站。从一般意义上说,网络新闻是指传受基于国际互联网的新闻。尽管有职业性和非职业性之别,但任何用户通过互联网发布或再发布的新闻信息,通过互联网视听、下载、交流的新闻文本,均可视作网络新闻^①。《中国大百科全书》把“编辑学”定义为“研究编辑基础理论、编辑活动规律及编辑实践管理的综合性学科,属于人文科学范畴。”原全国高校人文社会科学学报研究会理事长、中国人民大学博士生导师杨焕章教授给编辑学下的定义是“编辑学是关于编辑的科学,是研究编辑活动过程及其规律的科学。”

由于编辑学是对所有传播媒体的编辑活动及其规律进行研究的学问,因而它是一个大的系统,可以根据不同的媒体划分为各种具体的编辑学分支,有的学者把这些分支称为“编辑学分论”、“部门编辑学”等。网络新闻编辑学正是编辑学中的一个分支,它是与报纸编辑学、期刊编辑学、音像编辑学等相并列的针对网络新闻的编辑活动和规律而言的编辑学。因此,所谓网络新闻编辑学,就是新闻网站从业人员以网络为载体,对来自信息源的信息进行有效的采集、筛选、解码、编码和发布,使信息得到有效传播的学问和技术,是研究现代信息社会里网络新闻编辑的现象、行为、特点、性质、内容和规律的学科。

四、网络新闻编辑学的学科特点

《中国大百科全书》将编辑学归属于人文科学范畴。《新闻学大辞典》中将新闻编辑学定义为“探讨新闻编辑工作产生发展的过程,研究编辑工作的规律和方法、技巧的应用学科,是新闻学的一个分支”^②。编辑学直接面向编辑实践,有具体的应用目的,它要为编辑活动提供原理、原则和方法技能,为编辑教育提供专业教材,因此,编辑学属于应用学科,不属于基础科学^③。网络新闻编辑学作为编辑学和新闻编辑学的一个分支,具有极强的时代性、应用性和综合性的特点。

1. 时代性

网络新闻编辑学的时代性,主要表现在编辑活动实施的载体

① 杜骏飞《网络新闻学》,中国广播电视出版社2001年版,第44页。

② 甘惜分《新闻学大辞典》,河南人民出版社1993年版,第77页。

③ 阙道隆《编辑学理论纲要》,载《出版科学》2001年第3期,第10页。

是信息技术发展的代表——互联网络。网络作为大众传媒,在传播媒介中处于最新兴、最具有时代感和最具有发展前景的位置。有学者将网络新闻编辑定性为“现代编辑学”范畴,其实就是着眼于网络社会的技术条件和信息社会的社会条件来对其进行审视的。

2. 应用性

网络新闻编辑学的应用性,首先表现在通过一般理论的研究,解决编辑活动中带有普遍性的问题。如前面论述的网络新闻编辑的基本环节,以及这些环节工作的基本原理、方法和技能;网络新闻编辑工作人员应具备的素养等。其次表现在网络新闻编辑学通过对编辑实务的研究,指导实际的编辑活动。比如编辑人员利用网络平台编辑、传播新闻信息时应遵循的操作规范,通过怎样的方式和手段最大限度地发挥传播效果等。

3. 综合性

网络新闻编辑学的综合性,首先表现在网络新闻编辑学是多学科的综合。编辑活动本质上是多学科知识的综合运用,融会了诸如语言学、符号学、新闻学、传播学、心理学、美学、社会学、信息学等学科的知识。网络新闻编辑学研究编辑活动,就不能不研究相关学科与编辑活动的关系及其对编辑活动的影响,并且在自身的理论体系中吸收相关学科的知识。其次表现在网络新闻编辑学是理论和实践的综合。网络新闻编辑学在建立自身理论体系的同时,又研究编辑活动的程序、方式、方法等编辑技能,更重要的是编辑学理论研究的指向更偏向于实践,以指导实践为旨归。

分析网络新闻编辑学的学科特点,对建构网络新闻编辑学的研究方法具有重要的指导意义。

第二节 网络新闻编辑学的研究方法

编辑活动及其规律是复杂的、多层次的,与此相对应,编辑学研究方法也应该是一个多层次的开放系统。阙道隆在《编辑学理论纲要》中就曾指出编辑学的研究方法有三个层次,即指导方法、一般方法和具

体方法^①。处于这个系统最高层的当然是作为指导思想的哲学世界观和思维方式;处于中间层的应该是具有一般科学方法论意义的跨学科方法;处于底层的便是编辑学科研究中使用的具体方法。

指导方法主要是指哲学方法论层面。同时网络新闻编辑学属于人文社会科学,所以人文社会科学的一般研究方法都适用于网络新闻编辑学研究,如思辨的方法、逻辑方法(包括归纳法、演绎法、分析综合法等)以及系统方法等。再者,网络新闻编辑学又属于应用学科,研究成果不能脱离社会和时代的要求,要既能说明现实的网络新闻编辑实践,又能指导未来的网络新闻编辑实践。因此,坚持理论联系实际的原则,运用社会调查法(包括抽样调查和普查)、个案研究法、量化研究和质化研究相结合的方法等,对于网络新闻编辑学来说十分重要。尤其是量化与质化相结合的研究方法,就目前编辑学研究成果来看,大多是质化的分析与描述,显然有待于量化研究的充实。本书着重对网络新闻编辑学具体的研究方法加以论述。

一、内容分析法

内容分析作为一种正式的社会学研究方法主要是在两次世界大战期间发展起来的,是哈罗德·拉斯韦尔和他的同事在第二次世界大战前后进行的一些研究。为了研究大众媒介在社会剧变和国际冲突中的影响,他们以当时新兴的电子媒介——广播为研究对象。此后,内容分析发展成为研究各媒介相互影响渗透的重要工具之一。内容分析与媒介机构、媒介从业人员、媒介信息资源以及通常的新闻和其他媒介内容制作的研究结合在一起。

1. 定义

风笑天教授在《社会学研究方法》一书中论述,“内容分析可以按大的方法论取向分为定量和定性两种”^②,但大多数论者认为内容分析是一种定量研究方法。关于内容分析法比较经典而且引用比较多的定义,是伯纳德·贝雷尔森(Bernard Berelson)在1952年发表的《传播学研究的内容分析》中的定义:“内容分析是一种客观、系统、能对明确的

^① 阙道隆 《编辑学理论纲要》,载《出版科学》2001年第3期,第11—12页。

^② 风笑天 《社会学研究方法》,中国人民大学出版社2001年版,第219页。

传播内容进行定量描述的研究方法。”^①

2. 实施步骤

内容分析的程序可以分成六个相互联系的步骤^②:

- (1) 定义研究问题;
- (2) 选择具体的媒介和案例;
- (3) 定义分析的类型;
- (4) 制定编码表;
- (5) 进行预试,检验编码表的可靠性;
- (6) 数据的准备和分析。

定义研究的问题就是要确定,我们希望通过分析某一媒介的内容得到什么样的结论?传播学、媒介角色、社会现象和文本特征中的哪个方面是希望通过提出的这项研究予以分析讨论的。由于媒介所制作的文本、声音、影像产品是多得惊人的,出于理论上和实际操作的考虑,内容分析必须一开始就有所选择,缩小所要分析的内容的范围。首先,很重要的一点就是选择关于此种媒介内容有代表性的例子。在实际操作中,正如伯纳德·贝雷尔森在1952年提出的,定义媒介和取样的过程包括选择媒介内容或内容范围、抽取内容来源和选择日期、抽取相关内容三个步骤。分析的类型根据研究的目标、目的和中心问题而定,借鉴社会学常用的一些类别:参与者/出处/初步定义者及它们的性质。编码工作主要包括两个方面:阅读每篇文章;在编码表的括弧中给每篇文章填充对应的符号。在预试和检验的过程中主要应注意四种类型的问题:

- (1) 进行分类需要坚持同一分类尺度;
- (2) 用于分类和解释重点主题的分类系统可能会无法将其有效充分地区分;
- (3) 编码表可能会给出一张包括很多因素、主要定义者和来源的列表;
- (4) 将不同的类别和范畴彼此联系的能力。

大多数情况下,研究工作都要将数据输入计算机并借助于一定的统计分析软件,如SPSS等,存为数据文件便于进行复杂的统计分析。

^① 安德斯·汉森等《大众传播研究方法》,崔保国、金兼斌、童菲译,新华出版社2004年版,第111页。

^② 同上书,第115页。

3. 优点和缺点

实际上,内容分析已经成为社会学、传播学、新闻学研究的主要方法,是整个个人文学科的重要研究手段,当然也可以成为网络新闻编辑学的重要研究方法。换言之,从编辑学的角度来看,内容分析法可以成为网络新闻编辑提高编辑水平、提升大众传播效果质量的重要途径。下面以南京大学新闻传播学院秦州副教授《新闻搜索中的舆情“峰值”》^①一文为例,阐述内容分析对于网络新闻编辑学的意义。

内容分析非常适用于分析和解释大部分文本的主要特点,并且被广泛运用于媒介报道长期的变化和模式的系统研究中。《新闻搜索中的舆情“峰值”》的研究对象是中国近年来网上的重大矿难报道。研究关注的重点是想通过矿难报道这样引人注目的新闻事件在搜索引擎中的搜索结果,来查看它们在舆论环境下各自的“峰值”状态,即所谓的“舆情”峰值,从而揭示出这类新闻事件在网上舆情的形成、变化情况及其相互之间的关系。在研究过程中通过搜索引擎这一辅助的研究工具,可以研究受众和网络媒体两个层面的网上舆情,采用不同的搜索引擎和搜索关键词得出网上新闻的舆情发生、发展的规律,使得这项研究更加全面和客观。这些如果不通过量化的内容分析是很难被发现和解释清楚的,这样的研究结果对新闻网站在遇到重大新闻专题报道时如何调整编辑方针策略、协调编辑工作、发现编辑中存在的问题具有很大的借鉴意义。

对于任何一个传播媒介来说,传播内容都是最重要的环节。内容分析最大的长处在于:它通过量化手段把编辑不注意的或忽略的、或有所察觉但不能严格确定的编辑问题,客观地展示在眼前,从而引起重视。比如矿难新闻报道中网上新闻传播的效果不仅受事件的时间、地点、规模和涉及人员等内部因素的影响,而且还受到当时其他通过网络传播的新闻事件(如杨振宁和翁帆婚恋事件、董建华辞职事件、美国堪萨斯州的蒙哥马利剖腹夺婴案)形成的舆论规模等外部因素的影响。论文中都有详细的数据加以佐证论者的观点。其次,内容分析有助于对不同新闻事件的报道、不同媒体对同一新闻事件的报道进行比较,找出差距,对下一步加强与目标受众的对话交流、提高编辑水平有

^① 秦州 《新闻搜索中的舆情“峰值”》,载《新闻界》2005年第5期,第64页、第94—95页。

很大的帮助。

从理论上讲,对于任何内容分析来说,最困难的一部分都是定义所要分析的类别和特征。虽然文本的特征不论多少,都可以进行分类、统计和量化,但内容分析的主要缺点还在于:对于任何数量的文本特征的计算和统计都是简单的,或者说主要是依赖于那些能被计量或能够使得其自身易被计量的部分。所选择的进行分析的文本特征应该同整个研究问题或者指导研究的假设有直接的联系。

二、网络调查法

近年来,全球互联网发展迅速,网站、网页、网民数量增长迅速,网站访问量、网民数量、网民结构等问题受到越来越多的关注。国内出现了专门从事互联网调查的机构,国外的机构也开始或准备进入中国市场。另一方面,互联网作为一种问卷调查的工具正在日益普及,网络调查因为它的快捷、低成本、高反馈率等优势更受到了市场调查者的厚爱。1997年以后,这样的调查逐渐增多,许多门户网站和调查者开始意识到互联网在搜集消费者信息方面的巨大潜力,互联网已经成为每个市场调查者搜集一手数据时所采用的重要甚至是关键的工具。同时,传统邮件和电话问卷调查方式的效率正在逐渐下降,也使互联网问卷调查的前景更为乐观。

1. 网络调查的定义及分类

关于互联网调查的定义有两类:

(1) 以互联网为手段进行的调查。这类调查的研究目的与一般的市场调查和民意调查原则上没有什么不同,所不同的只是利用计算机网络为传播手段,代替传统的面对面的访问、电话访问或邮寄调查手段,来研究人类的一般行为或研究特定群体的行为。按照调查实现的手段可分为:

实时同步调查如利用音频、视频传播工具(如QQ、MSN、Netmeeting等),有些学者将其称为网上在线座谈会等;

非实时调查如利用电子邮件调查、网上发布问卷调查等。

中国传媒大学教授柯惠新在其《互联网调查研究方法综述》一文中,介绍了此类调查机构在中国和国外的发展情况。在国内有中国互联网络信息中心,国外主要的调查机构有Media Metrix、Netratings、

Netvalue 等^①。

(2) 关于互连网络使用情况或者测量互联网受众的调查。这是互联网研究的一个重要组成部分。这一类调查的目的是测量网站的流量以及使用者的数量、结构和行为,其中测量网站的流量主要包括网站数量、网页数量、网站的访问量、唯一用户数、页面浏览数、浏览时间、到达率、忠诚度、购买率等。此类调查手段不仅仅局限于以计算机网络为传播手段,如《第十五次中国互联网络发展状况统计报告》就采用了计算机网上自动搜寻、网上联机、网下抽样、相关单位上报数据等调查手段;《2002年中国网络游戏产业研究报告》使用的调查手段就包括以下一些:

网上调研:把调查问卷放到网站上,使网络游戏用户很方便地填写问卷,并把结果存入数据库。

媒体刊登问卷调查:把问卷刊登在《大众网络报》等相关的媒体上,网络用户填完问卷后寄出,由专门人员把调查结果录入数据库。

邮寄问卷并结合电话访问:对电信运营商和游戏运营商采用邮寄问卷并结合电话访问的方式获取相关数据。

面访:IDC分析员对一些电信运营商和游戏运营商采用直接深度面访方式获取数据、案例研究。

目前的研究主要集中于对互联网调查前一类型的研究,研究的主要内容涉及调查方法、调查特点、调查中存在的问题以及问题的解决方法等方面。本书论述的重点是网上问卷调查,即以互联网为手段的调查。我国学者闵大洪对网上问卷调查作了如下定义:网上问卷调查兴起于1998年,系目前网站最常采用的、以网页呈现调查问卷、供网友直接点选选项并在线提交的方式,不包括电子邮件问卷调查等其他形式。

2. 网上问卷调查的操作

这些环节主要包括问卷及呈现设计、程序控制、问卷放置位置和时间等^②。

(1) 问卷设计及呈现环节。在问卷设计中,最重要的是提出的问题要中性,切忌带有倾向性。很多调查没有标明起始时间,即使简单的

^① 柯惠新 《互联网调查研究方法综述》,载《网络时代》2001年第4期。

^② 闵大洪 《对网上问卷调查的认识与操作》,http://www.zijin.net。

调查方式,也最好在调查结束时再标上终止时间,这样便于形成一个时间要素完整的记录。不少调查仅仅在页面上呈现百分比,而不显示人数规模,显然也是一大缺陷。在涉及态度调查时,应严格把握三级态度量表,有的调查仅仅是三问也出现偏差。

(2) 程序控制环节。首先要解决一址(IP)多票,即一人多次重复填答问卷的问题。这在涉及排名、评选的网上投票活动中最容易发生,在有奖的调查活动中也容易产生,如果在程序设计中不加以控制,必然会有大量“灌水票”。尽管网上问卷调查很难抵御高水平的作弊,但调查方还是要尽力将其降到最低限度。网上签名活动也是一种表态行为,在这一活动中,除应避免一人多次签名外,还应强调以真实姓名、真实身份签名,以保证签名活动的严肃性。

其次是在问卷进行中程序要有必要的控制。如2005年1月,新浪、搜狐、网易受调查方委托,同时展开了对网上新闻关注度和信任度的调查,网民参与十分踊跃,总数达17万多人。其中一项问题是“你是否有新闻跟帖行为”,按照设计,此处应在程序中设置一个跳转,回答“有”者,则继续填答以下问题,回答“没有”者则终止。由于调查方事先考虑不周,也未与三家网站的技术人员充分沟通,没有在程序中设置任何控制环节,造成前面回答“没有”者可以继续填答问卷,出现不合逻辑的回答后面一系列问题的人数远远超过前面回答“有”的人数。尽管这次调查收集到了相当规模的数据,但由于这一失误而导致大量无效数据的产生。

最后是同一问卷调查放置在不同网站进行,最好由调查方自己生成调查程序和问卷页面,只需在这些网站上做一个链接,便可进入自己网站的后台,不仅便于自己随时监看整个调查过程,而且可以较好地保证全部数据的收集及后期统计的进行。

(3) 确定问卷放置位置和时间。一项问卷调查放置在门户网站或有代表性的新闻网站上,与放置在一般网站上,填答人数的落差是巨大的。在网站上,一项网上问卷调查放置在哪一个版面和位置,亦直接影响网民的关注度及后续的参与行为。涉及社会热点新闻和事件的调查,若放置在首页和新闻频道首页及相关专题的突出位置,自然会引发网民的高填答率。而专题类的调查,亦可放置在相关频道中,主要是吸引这一领域中的网民参与。放置时间越长,自然填答的数量也会越多,但随新闻事件进行的调查,毕竟受其过程长短的影响,央视国际网络通常的

一种做法是,一开始就标明为长达一个月的调查。在实际操作中,网页设计也十分重要,必要时甚至要在调查过程中进行调整,以加强吸引力和冲击力^①。

3. 优点和缺点

优点主要表现在:

(1) 参与的主动性和积极性高。在网络调查中,不再是调查者将被调查者“拉出来”进行问卷的应答,而是被调查者自己主动参与到问卷的调查活动中去。一方面,大多数网民对新鲜事物的接受程度很高;另一方面,网络调查问卷的外在形式也吸引受众参与调查。网上问卷调查可以运用动画、声音和影像来提高问卷的美观度和吸引力。另外,问卷实施的时间、地点、时长、进度、节奏等因素的主动权掌握在被调查者的手中,这也利于激发被调查者参与的积极性。

(2) 问卷应答质量高,有效度提高。无论通过电子邮件还是在网站上进行问卷调查,都提高了应答的准确率,大大减少了应答错误、访问偏差、信息处理失误和样本分发等问题。应答者有机会详细了解问卷调查的目的、问题的含义及其他与调查有关的问题。对调查者来说,这些问题是有用的反馈,可以使调查者得到更准确的回答。另外,自动扫描功能可以分辨出漏答和答错的问题,并在提交之前提醒应答者。被调查者完成问卷以后不需要重新打印或把结果制成表格,可以直接以电子形式上交,调查者可以将调查结果直接以电子表格形式从问卷转换成数据库。因此,人工输入数据时的错误即使不能全部消除,也能减少很多。另外,网络调查可以避免“面对面交流所传递的非语言的细微差异”,即调查者对被调查者的外在影响大大减少。

(3) 受访者可以从中获取大量信息。网民利用互联网接收信息的需求是非常大的,互联网调查作为一个收集和发布信息的载体,同样可以满足网民的信息需求。

缺点主要表现在:

(1) 被调查者的代表性具有一定局限。一方面,网民只是全体人口的一小部分。我国 13 亿人口,根据中国互联网络发展状况最新统计报告,截至 2006 年底,网民人数为 1.37 亿。可见,网民绝对不是平民百姓的代表,准备用互联网作为数据收集工具时必须考虑到这一点。

^① 闵大洪 《对网上问卷调查的认识与操作》,http://www.zijin.net。