普通高等教育“十五”国家级规划教材

网络新闻编辑学

蒋晓丽　主　编
王炎龙　杨　琴　副主编

编委：
蒋晓丽　王炎龙　杨雨丹　吴　翔
杨　琴　胡明川　徐　苒　张　杰

高等教育出版社

内容提要

本书为普通高等教育“十五”国家级规划教材。网络作为一种新媒介，介入到新闻传播领域已是不争的事实。进入网络时代，为受众提供个性化的新闻服务是网络新闻编辑的职责所在。本书分上下两篇，从网络新闻编辑理论和网络新闻编辑实务两方面，着重探讨了网络新闻编辑的起源和发展、网络新闻编辑的概念和特性、网络新闻编辑的生存环境及影响、网络新闻编辑的职能及其编辑原则等，目的是通过对网络新闻编辑规律的系统研究，期望对网络新闻编辑的传播理论和实际运用技能有所指导，从而推动网络新闻事业的全面发展。本书既可作为高等学校新闻传播学专业学生的教科书，也可以作为网络从业人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

网络新闻编辑学/蒋晓丽主编. —北京：高等教育出版社，2004.9
ISBN 7-04-015399-8

Ⅰ.网… Ⅱ.蒋… Ⅲ.因特网-应用-新闻工作：编辑工作-高等学校-教材 Ⅳ.G210.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 063531 号

策划编辑 杨亚鸿　　责任编辑 武　黎　　封面设计 王　睢
版式设计 王　莹　　责任校对 殷　然　　责任印制

出版发行 高等教育出版社　　购书热线 010-64054588
社　　址 北京市西城区德外大街 4 号　　免费咨询 800-810-0598
邮政编码 100011　　网　　址 http://www.hep.edu.cn
总　　机 010-82028899　　http://www.hep.com.cn

经　　销 新华书店北京发行所
印　　刷

开　　本 787×960　1/16　　版　　次　　年　月第 1 版
印　　张 21.5　　印　　次　　年　月第　次印刷
字　　数 400 000　　定　　价 24.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有　侵权必究

目　　录

上篇　网络新闻编辑理论

第一章　网络新闻编辑学概说 …… 2
　第一节　网络新闻的起源和发展 …… 2
　　一、网络媒体的嬗变 …… 2
　　二、网络新闻的起源 …… 5
　　三、网络新闻的发展 …… 6
　第二节　网络新闻编辑学的构建 …… 9
　　一、基本概念的界定 …… 9
　　二、网络新闻编辑学是一门相对独立的学科 …… 12
　　三、网络新闻编辑学学科体系的建设和规范 …… 15
　第三节　网络新闻编辑学的研究对象 …… 17
　　一、网络新闻编辑方法 …… 17
　　二、网络新闻编辑规律 …… 19

第二章　网络新闻编辑学与其他学科的关系 …… 24
　第一节　网络新闻编辑学的学科定位 …… 24
　　一、编辑学的技术权限拓展 …… 25
　　二、传播学的跨层级重构 …… 28
　第二节　网络新闻编辑学的学科延伸 …… 32
　　一、网络新闻编辑中的文化阐释 …… 32
　　二、网络新闻编辑中的美学原理 …… 36
　　三、网络新闻编辑中的伦理解读 …… 41
　　四、网络新闻编辑中的法律规范 …… 45

第三章　网络新闻编辑工作 …… 49
　第一节　网络新闻编辑工作概说 …… 49
　　一、网络新闻编辑工作的特性 …… 49
　　二、网络新闻编辑技术的特性 …… 54
　第二节　网络新闻编辑工作的职能 …… 58

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

一、网站逻辑结构的确定职能 …… 58
二、强大的‘信息经纪’职能 …… 60
三、引导受众心理的把关职能 …… 61
四、更巧妙的舆论导向职能 …… 65
五、突出的策划功能 …… 67
六、多元化报道样式的组织功能 …… 69
第三节 网络新闻编辑工作的程序与内容 …… 70
一、网络新闻编辑工作的程序 …… 70
二、网络新闻编辑工作的内容 …… 70

第四章 网络新闻编辑 …… 76
第一节 网络新闻编辑的地位 …… 76
一、网络新闻编辑的类别 …… 76
二、网络新闻采编流程中的主导与核心地位 …… 77
三、网民与作者的中介地位 …… 78
四、“把关人”角色的转变 …… 80
第二节 网络新闻编辑的编辑思想 …… 83
一、全历史的编辑思想 …… 83
二、全社会的编辑思想 …… 84
三、全网民的编辑思想 …… 85
四、全天候的编辑思想 …… 87
五、全过程的编辑思想 …… 89
第三节 网络新闻编辑的职业素养 …… 90
一、网络新闻编辑的职业道德 …… 90
二、网络新闻编辑的理论水平 …… 91
三、网络新闻编辑的知识结构 …… 93
第四节 网络新闻编辑的业务能力 …… 97
一、多媒体运用的能力 …… 98
二、信息整合的能力 …… 99
三、独立判断的能力 …… 100
四、创造性思维的能力 …… 101
五、组织和协调的能力 …… 102
六、较强的外语能力 …… 103

下篇 网络新闻编辑实务

第五章 网络新闻信息的筛选 …… 106

第一节　筛选网络新闻信息的意义 …… 106
一、减除信息传播中的多种矛盾 …… 106
二、满足受众个性化需求 …… 109
三、提升网站竞争力 …… 110
第二节　网络新闻稿件来源分析 …… 111
一、职业传播者采写的新闻稿 …… 112
二、网站约稿 …… 112
三、自由来稿 …… 112
四、网站整理稿 …… 113
第三节　筛选网络新闻的原则 …… 113
一、真实又新鲜的原则 …… 113
二、及时又适时的原则 …… 115
三、精练又准确的原则 …… 117
四、全面又平衡的原则 …… 117
第四节　筛选网络新闻的价值标准 …… 119
一、社会评价标准 …… 119
二、新闻价值评价标准 …… 121
第五节　筛选网络新闻信息的程序 …… 131
一、粗选 …… 131
二、精选 …… 132
三、更新 …… 132

第六章　网络新闻的内容编辑 …… 135
第一节　网络新闻的文字编辑 …… 135
一、改错 …… 136
二、删除 …… 140
三、增添 …… 143
四、改写 …… 144
第二节　网络新闻的图片编辑 …… 146
一、网络图片新闻的特点 …… 146
二、网络新闻图片编辑的原则 …… 147
三、网络图表编辑的原则 …… 148
第三节　网络新闻的音频编辑 …… 150
一、音频新闻的特点 …… 151
二、音频新闻的要素 …… 152
三、音频新闻编辑的原则 …… 153
第四节　网络新闻的视频编辑 …… 154

一、视频新闻的特点 …… 154
二、视频新闻的要素 …… 156
三、视频新闻编辑的原则 …… 158
四、Flash 动画的编辑 …… 161
第五节 网络新闻的多媒体编辑 …… 164
一、什么是多媒体新闻 …… 164
二、多媒体新闻编辑的原则 …… 164
第六节 网络新闻的相关链接编辑 …… 166
一、新闻要素直接相关链接 …… 167
二、新闻类似间接相关链接 …… 168
三、其他相关链接 …… 169

第七章 网络新闻的页面设计 …… 171
第一节 单个页面的设计 …… 171
一、页面的要素 …… 171
二、页面的表格式布局 …… 177
三、页面的布局原则 …… 179
四、页面的布局类型 …… 181
第二节 网页的层次 …… 186
一、网页的超链接功能 …… 186
二、网页的层次结构 …… 187
三、确立网站结构的原则 …… 188

第八章 网络新闻标题 …… 198
第一节 网络新闻标题的主要功能 …… 198
一、完整传播信息 …… 198
二、索引选择信息 …… 199
三、评价引导信息 …… 200
四、说明报道形态 …… 202
五、丰富美化页面 …… 204
六、体现编辑风格 …… 205
第二节 网络新闻标题的构成元素 …… 205
一、主题与小标题 …… 205
二、准导语 …… 207
三、题图 …… 207
四、附加元素 …… 210
第三节 网络新闻标题的个性特征 …… 211

一、多媒体优势 …… 211
二、题文分离 …… 212
三、以一行实题为主 …… 214
四、超文本链接的分布方式 …… 215
第四节　网络新闻标题的制作原则 …… 216
一、突出亮点 …… 216
二、具体准确 …… 220
三、简洁凝练 …… 222
四、新颖生动 …… 224
五、亲切贴近 …… 228
六、题文一致 …… 228
第五节　网络新闻标题的制作技巧 …… 229
一、内容的提炼与润色 …… 229
二、形式的编排与美化 …… 232

第九章　网络新闻专题 …… 235
第一节　网络新闻专题的特性和作用 …… 235
一、网络新闻专题概说 …… 235
二、网络新闻专题的特性 …… 238
三、网络新闻专题的作用 …… 244
第二节　网络新闻专题的策划和编辑 …… 250
一、网络新闻专题的内容策划 …… 250
二、网络新闻专题的形式编辑 …… 258

第十章　网络新闻杂志 …… 264
第一节　网络新闻杂志的含义与特点 …… 264
一、网络新闻杂志的含义 …… 264
二、网络新闻杂志的特点 …… 272
第二节　网络新闻杂志的角色定位与策划设计 …… 280
一、网络新闻杂志的角色定位 …… 280
二、网络新闻杂志的策划设计 …… 284

第十一章　网络新闻评论 …… 292
第一节　网络新闻评论概述 …… 292
一、网络新闻评论的概念 …… 292
二、网络新闻评论的分类 …… 293
三、网络新闻评论的特性 …… 294

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

四、网络新闻评论的作用 …… 295
第二节 网络媒体评论 …… 298
一、网络媒体评论类型 …… 298
二、网络媒体评论的功能 …… 300
三、网络媒体评论的要求 …… 305
第三节 网民新闻评论 …… 308
一、网民新闻评论的形式 …… 308
二、网民新闻评论的特点 …… 309
三、网站对网民评论的利用方式 …… 309
第四节 网络新闻论坛 …… 314
一、网络新闻论坛的形式 …… 314
二、网络新闻论坛的特性 …… 315
三、网络新闻论坛的策划 …… 318
四、网络新闻论坛的管理 …… 323

参考书目 …… 330
后记 …… 332

上　　篇

网络新闻编辑理论

第一章　网络新闻编辑学概说

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，是一门正在建立和不断完善的新兴学科。网络新闻编辑学作为一门年轻学科，在信息社会网络技术快速发展的背景下，其地位和作用愈益凸显。在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。

第一节　网络新闻的起源和发展

阐述网络新闻的起源和发展不能不提到网络新闻媒体的发展。网络新闻媒体，从一般意义上来说，是指借助互联网发布新闻和进行新闻信息服务的站点，即通过网络传输手段进行运作的新闻媒体。

一、网络媒体的嬗变

1969 年，加利福尼亚大学洛杉矶分校和圣芭芭拉分校以及斯坦福大学和犹他州立大学的四台大型计算机被首先联接起来，成为全球第一个计算机网络（即 ARPA 网）。因此，1969 年被公认为互联网（Internet）的出生年。在互联网诞生的初期，其功能主要是通过网络传送任何以数字方式存在的信息。随后，互联网更多地承担了作为新闻信息发布的传输手段，从而使网络媒体获得了巨大的发展。

（一）网络媒体在国外的发展

追溯网络媒体的开创，其标志是世界上第一家网络报纸——美国的《圣何塞信使报》（San Jose Mercury News）在 1987 年创办。随着互联网的成熟和迅速扩展，尤其是 90 年代中期万维网和浏览器的推出，促进了上网用户的增加。同时，由于电子报刊具有时效性强、跨国界传播、费用低廉、自主选择性强、打印方便、保存时间长等特点，更提高了报刊上网的积极性。美国网络报刊在这一时期的兴起和发展就是一个典型，《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《华尔街日报》、《洛杉矶时报》、《芝加哥论坛报》、《时代周刊》、《新闻周刊》等著名报刊及其他一些地方性小报，掀起了此起彼伏的上网浪潮。

由于互联网所具有的先进性和革命性，它被视为继报刊、广播、电视之后的又一种新型媒体，即“第四媒体”。在 1998 年 5 月举行的联合国新闻委员会年会上，互联网这一新型媒体被正式冠以“第四媒体”的称号。相对于传统媒体，

数字化的第四媒体具有信息提供的综合性和丰富性、充分的互动性与开放性、信息传递的快捷性与超时空性以及信息存储的大容量和灵活性。1994 年，互联网作为一种革命性媒介和新闻信息载体开始崭露头角，从这时起，一些通讯社、电视台和报纸，如美联社、路透社、CNN 等，都抢先登陆互联网，在网上提供新闻和经济信息服务。它们将原本由传统媒体渠道发布的新闻信息用网络进行传播，并利用网络特有的大容量和交互性等优势，逐渐形成网络新闻传播的特色，影响越来越大。1994 年底，美国上网的报纸不过几十家，全世界也不超过 100 家，但到 1995 年底，互联网上的电子报纸迅速增长到 1 000 多家。从此，美国报纸以每年 60% 左右的增长率上网。根据美国报协的统计，到 1998 年 3 月 1 日，全美 1 520 家日报中已经有 500 多家在互联网上出版了网络版，占总数的 1/3。传统新闻媒体由于资源和技术上的优势，已率先建起了一批有影响的网络媒体，如美国广播公司的新闻站点（www. abcnews. com）、美国有线新闻网的站点（www. cnn. com）、路透社的新闻站点（www. online. reuters. com）等。

经过激烈的竞争和产业发展，国外的网络媒介发展速度加快。它的发展现状可以总结为：第一，产业增长速度和收入增加幅度大大提高。第二，集中和多元并行，一方面媒介整合使得网络媒介，特别是门户网站日益集中；另一方面，市场细分使得垂直网站日益专业化。在依托传统媒体的同时，网络媒介主要在两个方面作出了特色：一是信息服务的深度和广度加大，比如提供更多的互动服务、更好的搜索和链接服务；二是服务多样化，比如 CNN 网站提供的全球上万个城市的气象服务等等。

（二）网络媒体在中国的发展

1993 年底，我国成立国家经济信息化联席会，统一领导中国的信息化建设。1994 年 4 月 20 日，中国互联网正式接入国际互联网络。1995 年在北京和上海建立了国际节点，实现与互联网的互联和与国内公用数据网（ChinaDDN）的互联。1995 年 5 月 17 日邮电部宣布将中国公共计算机互联网（ChinaNet）向国内开放，提供所有互联网服务，这标志着中国的互联网进入商业化阶段。与此同时，我国的传统新闻媒体（包括报纸、杂志、广播电台、电视台、通讯社）积极进军网络传播领域，纷纷建立独立域名，网络媒体的发展呈现风起云涌之势。其发展具有以下特点：

1. 网络发展日趋规模化

随着 1995 年中国公用计算机互联网的开通和不断进步，为中国报刊的电子化、网络化提供了有力的技术条件和基础，使中国报刊进入互联网成为可能。中国第一份在互联网上创办的电子报刊是 1995 年 1 月 12 日由国家教委投资的月刊《神州学人》。同年 12 月 20 日，《中国贸易报》正式发行电子版，成为中国第

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

一家在互联网上发行的电子日报。1995 年以后,互联网信息传播业的技术水平迅速提高,运作规模也迅速扩大,对社会生活的影响日益加深。到 1999 年,中国新闻媒体的上网数量急剧增长,报刊、广播、电视等各种新闻媒体已经纷纷与互联网“联姻”。随着互联网在中国的普及,一些有实力的新闻媒体网站逐渐向大型综合网站发展。截至 1999 年 6 月,上网的中国报纸的数量为 273 种,占 1998 年全国报纸种数的 13.2%。而到 1999 年底,中国上网报纸已经接近 1 000 家,上网的广播电台和电视台超过 100 家。与此同时,网上新闻传播在读者中的影响也大大提高。《人民日报》网络版在网站开通初期,其访问人数为每天 5 000 人次,到 1998 年底已经达到 50 万人次。1999 年 5 月以美国为首的北约轰炸我驻南使馆的事件发生后,最高日访问量达到 124 万人次。其他网站如新华网,其日访问量也显示出很强的增长态势。

2. 信息服务日趋多元化

不少新闻媒体网站已不是简单地将“母体”内容即报刊印刷版的内容照搬上网,而是在信息内容和形式上办出特色,发挥网络的多种服务功能,在网络空间逐渐扩展自己的影响力。新闻媒体网站一方面可以增加原创信息量,提高信息的质量;另一方面,可以借助新闻媒体的优势,拓展以新闻为基础的多种信息服务。它们不仅给网民提供尽可能多的信息,而且开设 BBS 论坛,让网民①对国际国内重大事件发表自己的意见。

3. 产业运作日趋市场化

在传统媒体上网之外,一些非传统媒体兴办的网站也异军突起,如国内著名门户网站“新浪”。目前,新浪已经成为网民们最喜欢的新闻网站之一。此外,还有“网易新闻频道”、“搜狐新闻频道”等。千龙、东方、中青在线等新闻网站在 2000 年的合并调整预示着中国媒体业进入全面整合期,千龙新闻网的集团作战调动了社会各方面的力量,合作与竞争成为如今网络新闻媒体发展的主旋律。其中,千龙新闻网与东方网的出现,意味着网络新闻网站进一步确立了独立地位。由于传统媒体具有的巨大优势,而且根据国家有关政策规定,网络新闻只能由传统媒体来经营,所以千龙新闻网创立了一种可供借鉴的模式,其总体发展策略为“新闻导入、服务衔接、电子商务拓展”,即由传统媒体整合以后,以一个独立的公司身份进行运作。传统媒体网站在实践中认识到,自身发展受到原有体制、机制的制约,必须找到社会效益和经济效益双赢的发展模式,而实行公司化运作就是传统媒体网站建设和经营的趋势和必然选择,因此,不少媒体网站迈出了积极探索的步伐。面对机遇与挑战,不管是传统媒体上网还是创建商业网站,

① 根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的统计报告内容所指,本书中的网民泛指上网用户。

都将遇到不少问题，也将在进一步磨合与渗透中发展前进。

《中国互联网发展报告》(2002 卷)披露，1994 年中国正式加入互联网，成为第 77 个加入互联网的国家。据中国互联网信息中心在 1997 年做的第一次关于互联网统计报告的数据，当时中国的互联网用户 62 万人。在 2004 年 6 月 30 日，第 14 次《中国互联网调查报告》显示，中国互联网用户人数已增加到 8 700 万，居世界第二位。除了网民数量的激增外，网民素质和网络应用也发生了很大变化。在所有网民中，尽管拨号上网用户仍是主体，但宽带用户在迅速增加，网民进一步年轻化，网民的受教育程度在提高。从报告的数据来看，我国的计算机产业正处于高速发展的阶段。在互联网服务业务方面：网络教育、网上银行、在线交易、网络广告、网络新闻、网上视频服务、收费邮件服务、IP 电话、短信服务、网上人才服务、网络资讯服务、网络游戏等服务业务快速发展，这些利好消息都充分显示出我国互联网市场的巨大潜力。

二、网络新闻的起源

最初的网络新闻，主要是以电子邮件、邮件列表、电子公告牌、新闻组等表现形式进行传播的。

网络新闻的起源，可上溯到电子邮件。1972 年，美国波士顿的一家咨询公司 BBN 公司职员雷·汤姆森发明了电子邮件，并利用它在互联网上传送信件、文件以及图片。1975 年又开发出了利用电子邮件发送邮件列表，在互联网上做到一点对多点的传输，它是互联网上最早的社区形式之一，也是互联网上的一种重要工具，用于各种群体之间的信息交流和信息发布。早期的邮件列表是一个小组成员通过电子邮件讨论某一特定话题，一般通称为讨论组。由于早期联网的计算机数量很少，讨论组的参与者也很少。讨论组很快就发展演变出另一种形式，即有管理者管制的讨论组，也就是现在通常所说的邮件列表，或者叫狭义的邮件列表。电子邮件服务(E-mail)是一种通过计算机网络与其他用户进行联系的快速、简便、高效、价廉的现代化通信手段。电子邮件系统有如下特点：第一是方便性。通过电子邮件，用户不仅可以传送文本信息，而且可以传送图像文件、报表和计算机程序。第二是廉价性和快捷性。通过电子邮件进行的传播成本很低，而且速度非常快，几乎是即时传输。

随着互联网用户的增加，电子邮件和邮件列表的传输方式已经远远不能满足人们把文件或信息传送到更大范围，满足更多人的愿望。由此产生了电子公告牌，即 BBS(Bulletin Board Service，公告牌服务)，它是互联网上的一种电子信息服务系统。BBS 提供一块公共电子白板，每个用户都可以在上面书写，可发布信息或提出看法。互联网上的电子公告牌的内容覆盖了非常广泛的话题，有关于科学、幽默、政治、烹饪、健美、连环画、科幻小说、诗歌、产品或服务、电影、股票

价格、电视节目、流行音乐的电子公告牌,还有关于计算机的电子公告牌等。虽然许多电子公告牌的讨论一般人一看便知,但有些讨论却需要高级的专业知识,还有些只是对于某一特定公司的职员或某一特定国家的居民才有意义。一个电子公告牌的交流范围可以是几台计算机、一个组织或一个小的地理区域,也可以是世界上所有的互联网节点。

新闻组是互联网上一种高效的交流方式,在国外,它的使用频率仅次于电子邮件。通过电子邮件交换信息,能够离线看信、写信,能有效地节约上网费用和网络资源。新闻组类似于一个公告牌,所有的用户都可以发布消息,也都能看到别人发布消息并做出回复,从而实现交流。新闻组是个人向新闻服务器所投递邮件的集合。也就是说,新闻组是很多邮件的集合,但这些邮件大多是有着共同主题的,比如体育新闻组、幽默笑话新闻组等等。新闻组存放在“新闻服务器”上,同一个新闻服务器上会有很多新闻组。新闻组是一个电子讨论组,网民可以在这里与遍及全球的用户共享信息以及对某些问题的看法。在每个新闻组中都能找到大量与某一给定专题有关的文章,以及许多已讨论的专题。新闻组允许用户回复阅读过的文章,也可以发表自己的文章,供其他人阅读。

三、网络新闻的发展

在我国,网络新闻从最初的简单信息罗列发展到现在的系统化、关系化模式,经历了两种模式转变:一是从“粗放传播模式”向“精细传播模式”转变,二是从“集中传播模式”向“分布传播模式”转变。因为计算机网络技术使信息传播成本大大降低,个人之间信息传播“门槛”越来越低,以信息传播为己任的信息传播服务商(媒体)将越来越多地被信息设施提供商和众多个人所分化和取代,这样,促使在网络环境下信息传播模式逐步转变。对于我国网络新闻信息来说,其转变经历了三个阶段:

(一)萌发期:传统媒体的电子化翻版

1993 年以来,中国开始加快了信息化建设的步伐,1995 年 5 月 17 日世界电讯日,邮电部宣布将中国公共计算机互联网向国内开放,提供所有互联网服务,这标志着中国的互联网进入了商业化阶段。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,网络新闻信息内容也存在很多问题。首先,信息量少,重复性高,上网速度较慢,网站更新频率低,传统媒体基本上是将自己的印刷版内容移植到互联网上,网络新闻实际上是传统媒体的电子

版。大部分新闻网站的新闻信息全盘复制传统媒体，基本上是报纸、杂志的“翻版”、“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。不仅如此，网络新闻在时效性上甚至不如传统媒体，没有体现出互联网的优越性。其次，新闻分类不科学，编排不醒目，往往是大杂烩，一味求多、求全、求规模、求数量，不按新闻编辑的规律排列，把次要信息放到页首，重要信息却放到页尾，甚至把猎奇、不健康的信息放到重要位置。这与大多数从事网络编辑工作的人员没有经过专业训练，缺乏新闻修养和编辑素养有关。再次，网络新闻信息单调陈旧，你抄我的，我抄他的，甚至以讹传讹，使网上假新闻、假消息泛滥成灾。另外，服务功能单一。网络新闻媒体主要集中于新闻信息的传播，很少考虑利用自己的信息资源优势，针对特定的读者群体提供各种信息服务，而这些服务当时在国外已经广泛开展。

（二）膨胀期：网络新闻的多元化失范

1996 年至 2000 年是中国互联网商业化快速发展的时期，网络建设和网络用户数继续高速增长。1996 年，大量网络服务商（ISP，Internet Services Provider）的涌现成为中国网络业的一大景观。到 1996 年底，国内的网络服务商已发展到 80 多家，仅北京一地就有 31 家之多。由于 ISP 之间的竞争使网络费用逐渐降低，更多用户开始走进网络。国内互联网用户数在 1996 年底达到了 10 万。1998 年，网易新闻频道开播，并与全国许多新闻媒体合作，如新华社、中新社等国家级新闻媒体和凤凰卫视、北京晨报、羊城晚报、扬子晚报等地方媒体，在国家内外政策允许范围内，每天发布并随时更新国际、国内、社会、体育、娱乐等各种新闻信息，每天吸引数十万网络用户访问。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，一跃成为国内主要商业网站之一。1998 年 12 月底，海湾战争爆发，新浪又在国内商业网站中首创了 24 小时值班制。在 1999 年 3 月的科索沃战争中，新浪又采取滚动播报式，每天发布几十甚至上百篇的报道及图片。5 月 8 日我国驻南联盟大使馆被炸，新浪网在事发后半小时内就发出快讯，并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。

一些重大新闻事件，尤其是“克林顿绯闻”使网络的传播特性凸现出来，其在网络中的受众之多、传播范围之广远远超过了传统媒体，被人戏称为互联网发展史上的一个里程碑，网络新闻也因为这件绯闻以一种爆炸式的方式急速膨胀。网上发布新闻已不再是新闻媒体网站的专利，尽管商业网站暂时还没有新闻采访权，但是，这些网站提供的新闻数量之大、速度之快，已经使众多传统媒体以及它们的网站望尘莫及，尤其是当国内外发生突发事件时，这些商业网站抢新闻的意识令传统媒体相形见绌。这一阶段，网络几乎渗透到所有的传播媒介，其信息传播呈现出如下几个基本特征：广泛采用独立域名，建设并运行独立网站；尝试

使用多媒体信息;定时更新、频率加快;开发使用网络交互功能,加强与读者的联系;开发网络动态数据查询功能;多版本、多语种、多站点的建立。概括起来,一个重要特点就是"热"和"杂"。无论是商业网站还是非商业网站,都热衷于在网上发布新闻。由于网站发布新闻的规定还没有出台,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,网络新闻大都停留在"复制"、"粘贴"的水平,网站间相互抄袭、侵权的事件屡见不鲜。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,网站新闻采编人员的整体水平不高、专业知识缺乏,所以网络新闻报道庞杂,失范现象比较普遍。

网络信息的匿名性,也使其真实性从发布那一刻起就大打折扣,网络特有的电子邮件、聊天功能又使网络信息具有极大的复制性,可以在很短的时间内大规模传播,而信息真实性的验证却需要一定的时间,这些因素都为网上虚假信息的传播提供了足够的时间和空间。和传统媒体相比,网络资讯具有轻松化、戏谑化的特点,而当网民以娱乐、休闲的态度接受和发布信息时,网络新闻的真实性和严肃性也必然大大降低。网上信息大多追求新鲜、前卫和刺激,有时为了吸引点击率而把新闻标题做得极为夸张,背离了新闻的真实性原则。同时,网上信息的发布又呈无序状态,其筛选和把关很难控制。

从现行的有关新闻出版的法律、法规来看,其内容多是以管理出版机构和出版物为主,如国务院颁布的《出版管理条例》规定了对"出版活动"的管理规则,但是又对"出版活动"具体解释为"出版物的出版、印刷或者复制、发行";而对"出版物"则解释为"报纸、图书、音像制品、电子出版物等"。新闻出版署发布的《报纸管理暂行规定》、《期刊管理暂行规定》、《关于出版单位的主办单位和主管单位职责的暂行规定》等法规也仅对"出版单位的审核批准、登记注册手续"等有所规范,而没有涉及"网络"的内容,因此出现了法律的真空。具体到网络新闻,它并没有严格意义上的"出版行为"①(或许称其为"发布行为"更为贴切),按现行法规很难将其界定为"出版活动";而网络站点或者网页是否属于电子出版物,在人们的理解和法律的解释上也有歧义。互联网的飞速发展,使加强对网络信息传播的规范管理成为一种迫切的要求。

(三)发展期:网络新闻的规范化转型

2000 年至今,是网络新闻的规范转型期。在 2000 年 11 月 6 日信息产业部发布《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》(以下简称《暂行规定》)以前,法律法规没有明确规定互联网站能否自由地发布原创信息或能否自由地转载他人信息,已生效的《暂行规定》中第 7 条规定:"非新闻单位依法建立的综合

① 白而强:《网络新闻对法律的挑战》,www. onlaw. com. cn

性网站……，经批准可以从事登载中央新闻单位、中央国家机关各部门新闻单位以及省、自治区、直辖市直属新闻单位发布的新闻的业务，但不得登载自行采写的新闻和其他来源的新闻。”这就表明，只有省级以上新闻单位与省、自治区人民政府所在地的市直属新闻单位依法建立的新闻网站才有发布新闻权，其他一切非新闻网站都没有发布新闻的权利，也没有采访权，只有转载权。而且这种转载权还是有限的：从主体上看，享有转载权的只是非新闻单位依法建立的“综合性网站”，其他网站“不得从事登载新闻业务”；从内容上看，只限于转发境内省、自治区、直辖市以上的新闻单位发布的新闻，若想“登载境外新闻媒体和互联网站的新闻，必须另行报国务院新闻办批准。”

在网络管理问题上，最主要的是对网络服务商、网络内容提供商（ICP，Internet Content Provider）的管理。已有的新闻出版单位所建立的一整套严格有效的管理制度，例如申报出版计划、建立责任编辑制度、稿件三审制以及严格执行各项方针政策的组织保证措施等等，都应吸收到对互联网的管理模式中来。国务院新闻办公室、信息产业部联合发布的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》和信息产业部发布的《互联网电子公告服务管理规定》等法规的陆续出台，使国内互联网站新闻传播和内容管理开始从无序向有序过渡，改变了过去无章可循的状态，这对于促进网络新闻事业的健康发展具有非常重要的意义。

第二节　网络新闻编辑学的构建

一、基本概念的界定

要阐述网络新闻编辑学的形成，首先必须明确两个基本概念：网络新闻和网络新闻编辑。

（一）网络新闻

要说明网络新闻的性质，我们需要先对它定义。对网络新闻的定义，学界和业界说法纷纭，尚无定论。下面选取一组有代表性的定义：

闵大洪：“网络新闻是指通过互联网（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。”①

杜骏飞：“网络新闻是指传受基于 Internet 的新闻信息——具体说来，它是

① 闵大洪：《网络新闻之我见——兼与郭乐天先生商榷》，http://www.chinatv-net.com。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com