

第一章

序 论

第一节 网络媒体的概念

一、网络媒体的定义

所谓网络媒体是指通过计算机网络传播信息（包括新闻、知识等信息）的文化载体。目前主要是指互联网，也称因特网。在网络媒体上传播的信息，以数字形式存储在光、磁等存储介质上，通过计算机网络高速传播，并通过计算机或类似设备阅读使用。网络媒体以计算机通信网络为基础，进行信息传递、交流和利用，从而达到其社会文化传播的目的。网络媒体的读者人数巨大，可以通过因特网高速传播与更新。

网络媒体又通常称为“第四媒体”。传统的看法认为，以纸质为媒介的报纸为第一媒体；以电波为媒介的广播是第二媒体；以图像为媒介的电视是第三媒体。伴随着因特网的发展，以比特字节为媒介的数字化媒体被称为“第四媒体”。

关于网络媒体，还有人从不同角度下过不同的定义。例如：

1. 在 1998 年 5 月联合国新闻委员会年会上，有人正式提出第四媒体即网络媒体的概念：“继报刊、广播、电视后出现的 Internet 和正在兴建的信息高速公路。”

2. 钱伟刚同志认为：“第四媒体是通过 Internet 传送文字、声音和图像的新闻传播工具。”（《新闻实践》2000 年第 7、8 合期）

3. “第四媒体”是近年来广泛出现于传播学中的一个新名词。它是相对三大传播媒体即报纸、广播、电视而言的。第四媒体是指以多媒体、网络化、数字化技术为核心的国际互联网络，也被称作网络媒体，是现代信息革命的产物（从“第四媒体”的介入看受众的角色演变）。

还有人认为，网络媒体，从广义上讲就是 Internet，从狭义上讲，是指基于 Internet 这个传输平台来传播新闻信息的网站。（《新闻实践》2000 年第 7、8 合期）

二、网络媒体的类型

网络媒体可以按照不同的标准分类。

按其所基于的网络类型，网络媒体可以分为基于因特网的网络媒体（即目前人们通常所说的网络媒体）和基于局域网和广域网的网络媒体。

基于因特网的网络媒体的优点是读者人数巨大，可以通过因特网高速传播与更新；缺点是版权保护仍然是一个难以解决的难题，因特网出版物有偿使用的方法仍然不成熟，制作者获得经济回报的手段有限，安全性问题有待进一步加强与完善，因特网通道目前仍然太慢，尤其是传播多媒体信息时。

基于局域网和广域网的网络媒体的优点是出版物在一个受控制的环境中产生，通过权力分配和文件放置可以有效地监控发行，并非常精确地利用信息；读者或用户是预知的人群，可以为他们针对性地组织信息；出版发行快；刷新迅速。其缺点是读者或用户数量有限；在局域网和广域网利用与发布信息需要有一定的权限，需要足够有效的网络管理。

目前一般所说的网络媒体是指基于因特网的网络媒体。本书若非特别说明，网络媒体就是指基于因特网的网络媒体。

按照其不同的性质，网络媒体可以分为：网络图书、网络报纸、网络期刊、网络论坛、Mailing List 等。网络图书是指其内容不定期更新或不更新的网络媒体，目前的网络图书一般是将一些著作予以数字化，然后上网，供人们阅读下载，可以有对应的印刷型纸质出版物，也可以只有网络版或光盘版出版物。网络报纸、网络期刊则是内容定期更新的网络媒体。Mailing List 则是通过电子邮件将信息发送给读者受众。

三、网络媒体与网络出版

前文我们已经探讨了网络媒体的概念，那么何谓“网络出版”？

什么是“网络出版”，目前还没有一致的说法。清华大学传播系教授、多媒体艺术研究中心主任熊澄宇博士认为，出版是人类社会文明发展到一定阶段的产物，是精神产品公开向社会发布的过程。网络出版尽管在表现形式上不同于传统出版，如具有人机交互、即时更新、海量存储等新特点，但在出版的内涵上并没有发生实质变化。他还强调，网络出版并不等同于网络信息传播，眼下的讨论实际上大都集中在后者。

国家版权局版权司副司长许超从版权的角度来界定出版，认为只有有形物的发行才构成出版，如书、报、刊、磁带、录像带、VCD、电影拷贝、制成 CD-ROM 的软件等。没有有形物则不构成出版。在网络上传播的只是虚拟的电磁波信号，用户主动获取信息，并自行保存在硬盘上。因此，尽管“网络出版”与传统出版在传播作品的性质上相类似，

但是传播方式却有本质区别。“网络出版”仅仅是公众对网络传播的习惯性称呼，而不是著作权意义下的出版。

“人民时空”的副总经理黎松则十分强调出版的商业交易环节。在他看来，出版是将信息经过加工、整理，借助某种载体，通过交易发布出去的过程，是具有商业意义的传播，而非公益活动。是否产生交易是判断出版的一个重要标准，即便是将作品放到网上供免费浏览，尽管不直接产生利润，但是商家通过收取广告费等手段来获利，因而也可纳入出版活动的范畴。与此相对应的是，在网络上自由发表言论就不属于网络出版。

有的业内人士强调的却是网络出版的主体合法性，认为网络出版是：具有合法出版资格的出版机构以互联网为载体和流通渠道，出版销售数字出版物的行为。网络出版与传统纸介图书出版相比，具有产品数字化、流通网络化和交易电子化三个明显的特点。

而北京大学信息管理系的谢新洲认为，从广义上讲，信息通过互联网向大众传播的过程都可以叫作网络出版。谢新洲认为，要跳出传统出版的概念，把网络出版看成一个全新的事物，一种新的信息传播方式。

笔者认为，网络出版就是具有合法出版资格的出版机构依托网络媒体进行的信息传播行为。任何人只要具备一定的物质条件和知识，都可以进行网络信息传播，但是，网络出版的主体应该具有合法出版资格。可以打一个形象的比喻：网络媒体是“道路”；网络出版物则是“车辆”而网络出版是制造“车辆”的行为，其产物是网络出版物，网络出版物所传播的内容（信息），则是“车上的货物”。网络出版物与网络媒体是既有联系，又有区别的概念。

第二节 网络媒体的特征

网络媒体具有信息量大，使用方便，可对信息进行各种处理，检索快速便捷，图文声像并茂，交互性强，省去了印刷、装订、储运等环节，降低了生产成本，出版周期短，信息通过计算机网络高速传播，信息获取快、传播快、更新快等特性；并且具有计算机检索功能、超文本功能，使之成为一种具有强大生命力的大众文化传播媒体，给人类社会带来了深刻的影响。网络媒体允许读者与作者之间进行网络上交流，能及时反馈，改变了传统的学术交流方式。具体地说，网络媒体有以下特征：

1. 传播与更新速度快

网络媒体可以通过因特网高速传播以及实时更新；可以像电台、电视台一样进行实时、实况报道，显然优于报刊等印刷型纸质出版物。网络媒体速度快，时效性强。它不受印刷、运输、发行等因素的限制，信息上网的瞬间便可同步发送到所有用户手中。更

新速度快。网络电视、广播的周期可以天或小时计算，纸质报纸的出版周期以天甚至以周计算，纸质期刊与图书的更新周期更长，而网络媒体的更新周期却可以分秒计算。这一点在科索沃战事的报道中很容易得到证实。1999年3月25日凌晨3时北约空袭的爆炸响起，几乎同时新浪网上就出现了相关快讯。在以后的进程中，各种图像、文字消息几乎每隔两三分钟就更新一次。

2. 信息量大、内容丰富

网络媒体发布的信息，都经过了数字化处理，一个汉字变成两个“比特”（byte）。报纸若多印1万字内容，就需增加一个版，给印刷、排版、发行、成本带来很多问题。广播、电视更是这样，内容要准确到几十秒、几秒时间，字有时要算到几十个。网络媒体不同，存储数字信息的是硬盘，现在一个9G的硬盘大约需几千元人民币，可以储存45亿汉字的信息量。容量大的优势还可以体现在网络媒体的专题报道和数据库中，如《人民日报》网络版的在线数据库中，目前存有大约15G的数据，相当于75亿个汉字的信息量。现在一天上网信息约18MB（兆），约合900万个汉字的数据量。最高一天流量达到40GB，相当于进进出出200亿个汉字的信息量。这在传统印刷型出版物中，都是不可想象的。

3. 范围广

目前同因特网联接的国家和地区有200多个，网络媒体真正具有全球性。如《人民日报》，以前海外读者读起来非常困难，由于邮递速度慢，一般要5天左右才能看到。现在国内一上网，世界全知道。传统的报刊、电台、电视台也可以做到范围广，但都不可能像网络媒体这样容易，这样无所不达，这样低成本。如果考虑到利用卫星通讯工具上网，则意味着可以在全球任何地方看到网络媒体。

4. 检索方便

这种特性是传统媒体所难以具备的。目前，传统的报刊、电台、电视检索是依靠另外的资料室、图书馆，用人工一页页去找，一盘盘去挑。网络媒体则完全不同。凡是在数据库中存储的数据，网民只要动动鼠标，便可从浩如烟海的信息中，根据自己的需求作随意查询。检索功能的使用，极大地提高了人们使用信息的效率，也给网络媒体增添了特有的魅力。

5. 易复制

网络媒体的信息复制有两种办法。一是可以把网上的数据拷贝到机器的硬盘或软盘上；二是可以点击操作平台上的打印按钮，从打字机里变成同计算机界面上一模一样的纸质文件，即又把“比特”变成“原子”。实际上是在网络媒体和传统的文字读者之间架起了一座桥梁。而且，这两种复制，不论是与磁带、录像带的复制，还是报纸文章的复印相比，都要快捷、方便、低廉得多。

6. 多媒体

网络媒体打破了传统传媒的界限。网络上的新闻是多媒体的，它融合了文字、声音、图像、动画、视频等多种形式的媒体，打破了传统的文字媒介（报刊）、声音媒介（广播）和视觉媒介（电视）之间难以逾越的鸿沟。

所谓多媒体，就是使电脑成为一种可以作用于人的多种感知能力的媒体，它集合了多种媒体表现形式（如文字、声音、图片、动画、视频等）来传送信息。多媒体首先必须是数字媒体。数字媒体就是通过比特传递信息的媒体，如软盘、硬盘、光盘（包括 VCD、DVD）数字电视、电脑网络等都属于数字媒体。只有是数字媒体，才能“从一种媒介流动到另一种媒介”。

网络媒体不仅可以表现出电视的功能，还因其容量大、可检索等功能，使其多媒体特性显得更实用。一个网络媒体，实际上是三种媒体的综合体。网上音频、视频、图片节目，等于是开办了网上电台、电视台、图片社。现在，大型网站上，如人民日报网络版，都有专门的视频、音频频道。由于操作平台软件的成熟，人们可以在电脑里开出多个窗口，一边听音乐，一边看视频新闻、文字新闻或写作。

7. 超文本

所谓超文本，是设计成模拟人类思维方式的文本，即在数据中又包含与其他数据的链接。用户单击文本中加以标注的一些特殊的关键单词和图像，就能打开另一个文本。超媒体又进一步扩展了超文本所链接的信息类型，用户不仅能从一个文本跳转到另一个文本，而且可以激活一段声音，显示一个图形，或播放一段视频图像。网络以超文本、超媒体方式组织新闻信息，用户接受新闻内容时可方便地联想和跳转，更加符合人们的阅读和思维规律。

人类的思维活动是多维的、发散的，而不是线性的。传统新闻媒体的表达方式是顺序的、线性的，而不是跳跃的、多向的，这样的表达方式不符合人们的思维方式。人们要求新的新闻媒体能够突破线性表达的桎梏，采用多维的表达方式，使其具有联想功能，从而更接近于人类对知识、概念、思想的表达习惯。

网络媒体改变了信息组合方式，它的魅力在于将分布于全世界的图文并茂的多媒体信息以超链接的方式组织到一起，用户只要连接到一个网页，在链接字上用鼠标一点就可以访问相关的其他网页。这种方式改变了我们传统的阅读方式，极大地方便了用户。网络新闻采用因特网的“超链接”概念，以超文本、超媒体方式来组织新闻内容及有关新闻背景，使受众在阅读新闻时，能按照自己的意愿和思路，实现新闻内容的“跳转”及表达方式的转换，更好地体现读者的主体地位及联想的思维规律。超文本结构是网络上信息的组织方式，大大增加了新闻报道的综合性、信息量、可选择性和自主性。

这种特性，实际上是在网络媒体中建了一个大图书馆或许多大型数据库，根据需要

对一些重要的人物、事件、地名进行链接。这样，网民浏览网络媒体时，点击所链接的名词后，窗口便弹出相关的全部信息。这意味着网络媒体实际上变成了一本大辞典，一个大书库。

8. 交互性

这是网络媒体最独特、最别具特色的特性之一。传统的三大媒体，无论其编辑记者多么才华横溢，多么形式多样，但永远和自己的受众之间是一种单向关系，一边只能说，一边只能听，最多只能通过电话进行现场交流。现在的网络媒体的读者可以在同一时空同网络媒体和有关编辑进行交流，甚至他们的这种交流本身可以成为网络媒体实时发布的信息的一部分。网络媒体具有自下而上交互性。传统纸质出版物是一种自上而下将信息传递给受众的媒体；而网络媒体则采取是一种自下而上的方式，任何人都可以在网上发表见解；传统媒体一般是单向传播，而网络媒体则更强调互动式的交流。

网络媒体使传播者与受众之间的关系发生了变化。传播学理论认为，任何传播行为，尤其是大众传播都应该是双向的，只有及时获得受众反馈才有可能获得理想的传播效果。由于受到技术条件的限制，传统媒体的传播方式基本上是单向的，受众处于被动接受的地位，而网络的互动性则使网络媒体的传播过程成为一个闭合的回路，这将有助于媒体便捷、低成本地搜集受众反馈信息，从而提高传播效果。目前，许多国外网络媒体都在自己的网页上设立了可以联机填写的问卷调查，调查涉及方方面面，既有对社会热点问题的看法，也有对该媒体的评价和看法。有些传统媒体虽然也很重视对受众的调查和搜集受众反馈，但与网络媒体相比，其反馈和整理速度要慢很多，为此花费的成本也要高得多。

9. 低成本、高效益

网络媒体所传播的信息量大而传播活动的成本低。即便是在现有的技术条件和网络资源条件下，网络媒体给受众带来的信息量也是传统媒体难以望其项背的。网络媒体省去了制版、印刷、装订、投递等工序，不仅省掉了印刷的费用，而且避免了纸张的开支，使报纸的成本大大降低了。网络媒体不仅信息发送及时，信息容量大，查询检索方便，充分集成了多媒体信息，具有主动性和交互性，覆盖面广等优势，而且能节约印刷成本，发行方便。

借助于互联网的网络媒体不再像传统纸质出版物那样受版面、篇幅、印数的局限，它不但可以提供详尽的背景材料，还可以随时滚动播出最新信息，其时效性足以和广播、电视竞争；而在容量和检索上则可以和电子图书馆媲美；读者不但可以根据自己的喜好来选择有关的信息，还可以把这些内容复制或打印出来，甚至还可以把它们作为电子邮件发送给亲朋好友以及其他相关人士。美国 1998 年的一项调查显示，目前已有 31% 以上的公众因使用互联网而大大减少了阅读传统报刊和收看电视的时数。

10. 能够方便迅速地对读者状况进行精确的定量分析与掌握

目前提供的对网站访问状况的分析统计软件已经十分成熟,其精准程度已经可以达到满足全程定量分析提出的全部复杂要求。这些统计软件可以向网络新闻传播者提供读者在一天 24 小时中各个时段的访问流量,一个时间段(诸如一周或一月)的读者访问总量,所有读者所在的国度和地区,网站中被访问最多和最少的专栏,读者进入网站后最常规的浏览路线,居于前位的将读者引导至本网站的中转网站等等各方面的统计信息。这些信息提供了网络读者的全方位的状况,彻底改变了传统新闻传播过程中对受众状况不甚了了的被动局面,因此对网络新闻传播者及时有效地调整传播方略具有极其重要的意义。

此外,网络媒体还具有非实物、非独占、无损消费等特点。

随着相关技术的不断进步,网络媒体的特性还将进一步突出,进一步发展,甚至还会出现更新的特性。总体上看,网络媒体的出现,极大地改变了信息传播的模式,影响着人类知识的组织、传递与获取,提高了人们读书治学、获取信息的效率,给人类社会文化带来了深刻的变革。正是因为有这些变化,网络媒体的采编、写作、制作、出版、发布、管理,都有自己一些特性的要求,有它特有的运转规律。对这些要求和规律的认识把握,目前还只是刚刚开始。

但是网络媒体也并非完美无缺,例如,其信息的权威性、可信度往往不如传统媒体。在以后的章节中我们将详细讨论这些问题。

第三节 网络媒体与传统媒体将在竞争中融合与共同发展

既然网络媒体有如此多的优越性,那么随着因特网的日益发展与普及,网络媒体的不断涌现,许多人在问:传统的纸质媒体会消失吗?对此尚有不同看法。

有不少人认为,传统的纸质媒体消失只是时间问题。1998 年 3 月在美国旧金山举办的交互式报纸年会上,有 20% 的记者估计,目前以纸墨印制的报纸在 10 年内将不复存在。我国学者中亦不乏持类似看法者。

据 *Editor&Publisher*(《编辑与出版人》杂志)1999 年的研究发现 大约 1/3 阅读在线电子新闻的用户对传统媒体已失去兴趣。电视的收视人数下降了 35% 收听无线电广播的人数下降了 25%, 购买报纸的人数下降了 18%(《人民日报》1999 年 8 月 12 日)另据美国 Paragon 研究公司的调查显示,1998 年 13% 的美国家庭因上网而退掉了订阅的报纸。而在中国,许多 20 岁~30 岁的年轻人表示“仅从因特网上而基本上不从纸质报纸上阅读新闻”或“每天花 1 小时上网看报”。显然,威胁是客观存在的。

但是，笔者认为网络媒体在可以预见的将来还不可能替代传统的媒体。因为：

1. 传统的纸质媒体有其自身的优势

便于携带，直观性强，便于阅读、便于查阅、阅读成本低。网络媒体需要专门的阅读工具，远不如看报纸来得方便轻松。传统的媒体具有阅读方便、节省时间，且具有权威性的优势，还是会受到人们的喜爱。

2. 中国的网络环境还没有形成

阅读网络媒体的成本一般高于传统的媒体。目前国内网上读新闻的代价要高于读报纸，许多人都读不起或认为不经济。而花一元钱就可以买一张报纸，看完后还可以传阅他人或用来包东西。用户或读者阅读使用网络媒体不仅需要经济条件（要有电脑、电话，要支付不菲的上网费），还需要知识条件（一定的计算机知识和较高的英文水平），而中国绝大多数老百姓不具备这些条件。

3. 网络媒体与传统的纸质出版物是相互竞争而又互为补充相互促进的共存关系

目前一些网络媒体只是传统报刊的延伸和翻版，不会取而代之；传统媒体也在作出变革以求得生存和发展，许多传统报刊正在推出网络电子版。目前传统纸质媒体正在受到前所未有的冲击。在这道强冲击波下，传统的纸质媒体除了发挥各自的特长之外，也出现了一种积极向网络靠拢的动向，不仅大量的名著被搬上了因特网，各个报刊社纷纷推出网络版。一些报刊社还不满足于提供网络化的信息内容，他们通过电子公告牌建立大众论坛，公开编辑的电子信箱，与读者展开对话。例如《新闻周刊》（*New week*）1995年公布了网上地址，鼓励用户通过电子邮件评论杂志并提供新闻线索，（财富（*Fortune*））则开始使用电子邮件进行专访。报刊社的这一积极的策略，无疑是具有前瞻眼光的

事实上，传统媒体在与网络媒体展开竞争，争夺读者受众的同时，从某种意义上讲，也正在加速与网络媒体的融合。新老媒体经过多次较量，最终将达到共存共融，正如报刊、广播和电视最终达成的平衡一样，这也是一种趋势。40年前，电视机的出现使报纸经历了一场生死攸关的考验，这个令人兴奋的可视化媒体分流了报纸的读者，吸引了广告商，甚至挖走了报业人员，对报纸产生了巨大的影响。面对电视的挑战，报纸内容增加了，图片变多了，颜色丰富了。虽然有很多纸质报纸被兼并或倒闭，但是许多纸质报纸所以能够生存下来，是得了纸质报纸可信性的荫庇，即具有电视所不能比拟的对事件报道的深度、分析、评论及准确性。然而互联网的兴起，网络媒体的兴旺，又使传统媒体再次面临挑战，同时也使电视和有线新闻处境不妙。但是，电视媒体的崛起没有使报业消亡，同样互联网的出现、网络媒体的兴旺，也不会使以电视、有线电视和印刷媒体为王的传统媒体不复存在。此外，传统的印刷型纸质媒体也可以通过网络促销，像美国亚马逊公司所做的那样，甚至有可能扩大传统的印刷型纸质媒体的销售量。随着时间的推

移，笔者相信，传统媒体与电子网络媒体在竞争中将融合、共存。

4. 人们的需求层次不会越来越单一，只能越来越丰富；网络媒体对于绝大多数人来说，只是多了一个选择。

5. 目前许多人对网络媒体的准确性、科学性、可信性与独立性忧心忡忡，原因是Internet改变了传统的写作风格和信息传达方式，没有目前传统出版物所拥有的审查制度与质量控制手段。

6. 网络媒体也并非尽善尽美。

首先是传播速度有待提高，比如1999年美国在因特网上公布斯塔尔报告，当千万网民同时争相上网时，那些可以看到报告的热门网站也“人满为患”，此时的因特网就像高峰时期公路“塞车”一样，网络传输严重阻塞达数小时之久，暴露出因特网急需扩容和改建，以适应快速传播大量信息的需要。

其次是网上信息繁杂无序，大量无用的、重复的乃至不健康信息的存在，形成因特网上的信息垃圾，妨碍了有用信息在网上快速传播。

第三则是网上信息传播缺乏约束，急需规范。传统出版物在宏观管理与社会道德的双重约束下，表现出普遍的自律能力和社会责任感。它们能够通过比较完备的采编控制体系，整合社会良性舆论，实现自己的引导功能。

第四，网络媒体的知识产权保护还很薄弱，信息的安全性还有待加强。

笔者认为，网络媒体是最节约的、也是最浪费的媒体。高度数字化的网络媒体将节约大量自然资源，同时，由于不受篇幅、时段的限制，网络媒体提供的信息将是异常丰富、甚至是严重过剩的，信息浪费不可避免。网络媒体的信息可信度差。由于谁都可以在网络上发布信息，造成人们对这些信息怀疑态度。而传统媒体的信誉可以弥补这个不足，这使得传统报刊的网络版信誉一般较好。其实，在很大程度上，网络媒体的优势正是传统媒体的劣势，而传统媒体也可以弥补网络媒体的不足，这二者是优势互补的。

尤其是在中国，目前，中国网络媒体的发展也面临多方面的制约。从总体上看，由于国内上网人数相对少、文化水平相对低一些、基础设施相对差、经济收入相对较低等原因，网络媒体对传统媒体的冲击会晚一些、慢一些、缓一些。

人类对传统媒体，尤其是对纸质媒体的依赖、依恋及其千百年来形成的线性阅读的习惯，不可能在一朝一夕就彻底改变。从习以为常的对印刷品的线性阅读方式转变到对网络媒体阅读方式，至少也将需要花上10年乃至一代人（25~30年〔30年法则〕）的时间。只有当从小就在网络媒体阅读环境下成长起来的一代人完全取代了线性阅读习惯的一代人以后，网络媒体才有可能完全取代传统媒体。

总之，传统媒体并没有走入穷途末路。在文化市场再分割、再分配过程中，传统媒体目前仍占据着它应有的席位。笔者认为在相当长的时间范围内，每种新闻出版媒体

都具有自身的优势和不可替代性，受众在选择媒体时也不存在排他性，所以数种媒体共存是历史上的常态。有关的例证比比皆是，斯塔尔报告在网上发布丝毫没有影响其印刷版的发行，据报道，该书在出版后的第一星期就售出了 180 万册，而且许多人是通过著名的网上书店亚马逊购买的。1998 年，在网络媒体最为发达的美国，25 种主要报纸的订阅量非但没有下降，反而上升了近 1.5 个百分点，其中《今日美国报》的升幅达 3.1%。比较客观地推断应该是，传统媒体与网络媒体在竞争中将共生共荣，犹如电子计算机（器）诞生后，算盘依然有其存在和使用的价值一样。但是，传统媒体在形式上不能一成不变，它必须借鉴和吸取新技术，以适应新形势的需要，否则，就可能很快地被淘汰出局。

较近的一份报导也从一个侧面说明了网络媒体不会取代传统媒体。

根据美报业协会 1999 年 12 月的报导，尽管上网阅报者日多，美国人并不遗弃传统报章，有关网际网络导致报章灭亡的报道是言过其实。事实上，美国报业协会所发表的报告却显示，与其说报章的警钟已经响起，不如说更多人其实是上网阅报而不是购买印刷报章。这份名为“加强成功”的报告显示，在所有的成人当中，57% 阅读日报，67% 则阅读星期日刊。不过，上网阅报的成人人数却增加了，有 67% 阅读日报，78% 则阅读星期日刊。另外，针对 3693 名 18 岁以上的人士所作的调查显示，尽管越来越多人上网阅报，美国人并没有遗弃传统的报章。只有 15% 说，自从上网后，他们比较不常阅读印刷报章，8% 则说他们更常阅报。大多数，即 74% 说，自从开始上网阅报后，他们阅读印刷报章的习惯并没有改变。美国报业协会主席斯特姆说：“网际网络是少数为传统报章提供完美伙伴关系的媒体之一。”“这是我们生意的自然延伸。它给了报章从印刷产品衍生出来的空间、直接性和扩大后的读者群。”

对调查作出反应的人在比较了两种形式之后列出传统纸质媒体的优点：使用便利、耗时少和人们不愿放弃它。网上报章的优点则是：能找到所需的资讯、用较少的时间寻找有关资讯、使用方便。网上读者要的不只是新闻。81% 求职或欲购车或房地产的网际网络读者会选择报章的分类广告。斯特姆说：“这份调查所显示的不只是报章成功地影响了网际网络，同时也看出网际网络所具备的巨大潜力。”美国报业协会代表超过 2000 份美国和加拿大的报章，大多数的日报占了美国每日发行量的 87%。（新加坡《联合早报》1999 年 12 月 15 日，<http://www.zaobao.com.sg>）

第四节 网络媒体的社会文化影响

网络媒体的出现，极大地改变了信息传播的方式，影响着人类知识的组织、传递和获取，对人类的文化和政府的政策带来深刻的影响。

一、网络媒体对信息传播及知识行为的影响

网络媒体作为联系信息生产、积累和获取的中心环节，起着承上启下的作用。网络媒体作为信息交流、传播的一种重要渠道，使信息得以广泛散发、吸收和利用。网络媒体在人类的信息流通过程中将占有重要的地位，信息技术与手段的变革将对人类信息流通活动的方式产生深刻的影响。网络媒体对信息交流活动的影响是通过以下几个方面表现出来的：对信息表达形式的改变、对信息载体的改变、对信息产品构成的改变和对新闻出版模式的改变。

1. 对信息表达形式的改变

网络媒体实现了各种类型信息表达的一致性。以统一的形式——机器可以处理的数字编码形式表示文字、声音、图像（静止的和运动的），极大地提高了信息的可操作性，使集成化的信息处理成为可能。多媒体技术使人与机器的交互手段从单纯的文字视读、键盘输入扩展到图像和语音的交互。网络媒体的信息数字化表示方式大大降低了信息对其记录载体的分离，从而使信息的高速度传输与复制成为可能，提高了信息在各类型载体、传播方式、表现形式间转移的灵活性。这种信息表达方式带来的高存储密度，降低了信息存储的成本，减少了承载信息所需的体积，使各类信息的集成化处理走向实用化、普及化，使计算机信息自动化处理克服了信息储量的限制。

2. 对信息载体的改变

信息是不能够独立存在的，它的运动过程必须依赖于一定的载体才能进行。由于信息的活动依赖于一定的载体，载体本身的特性就对信息活动施加了限制和约束，人们在对信息产品的利用过程中，最关心的是其承载的信息，如何更有效地操作、利用信息，克服载体所施加的限制和约束是促进信息载体技术不断发展变化的动力。

在利用信息产品获取信息的过程中，对于纸质媒体，其信息活动只涉及两个对象：人和直观表达信息的信息载体。信息以人能够直接识别的语言文字、符号表示，影响信息获取过程的因素是信息的质量（信息的组织结构、信息表达的清晰程度）和人的阅读理解能力。对于网络媒体，由于信息是以人无法识别的机读形式记录的，在人和信息载体之间还有一个中间层——网络媒体的操作工具。这一操作工具有两个功能：一是将其承载的信息转换成直观的表达形式；二是提供操作、控制信息的手段（查找、浏览、输出等）。这一操作工具一方面扩展了网络媒体的功能；另一方面也增加了信息获取的障碍，使人对信息的获取、利用在很大程度上取决于对这一中间层的熟悉程度和使用能力。当然，这一障碍可以通过发展新的人机界面技术来克服。这将逐渐改变人们的阅读方式和信息获取行为。

3. 对信息产品构成的改变

纸质媒体线性地罗列信息，信息单元内部的关系只能借助位置顺序的前后相邻关系来线性地体现，主要是通过内容上的逻辑关系来隐性地表示。网络媒体技术加强了各信息单元的内部联系。通过建立各知识项的索引，提供各种查询手段。网络媒体在保持原有信息结构不变的情况下，表现信息内部的联系，虚拟新的信息结构。超文本技术则从根本上改变了信息的组织结构，将信息间的联系和信息本身都作为媒体的存储内容。

信息的生产、传播、获取和积累都可以看作是人类社会的信息环境，因为它们都处于信息处理的外围。传统的新闻出版技术的进步，包括通信技术的发展，只是改善了信息环境，使信息的传播更广泛、获取更便利、生产更快速，但是所有的信息处理还须由人脑来进行。计算机技术带动起来的网络媒体技术不仅优化了信息环境，而且使信息本身“增值”。网络媒体提供的查询、统计、分析、排序等功能使人脑需要承担的一部分信息处理任务由网络媒体本身来完成，增加了传播信息的智力价值。自然语言理解、模糊查询、词表控制检索、加权检索等计算机技术在网络媒体中的应用将进一步提高信息的智力价值，使媒体不再是被动的由人接收的静态信息载体，而是能提供“自动信息”、“能动信息”的工具。

二、网络媒体对读者受众的影响

网络媒体读者受众的影响表现在两个方面，即传统观念与心理接受能力和知识结构。

1. 传统观念与心理接受能力

人们习惯于利用印刷型纸质媒体，它可以随时随手翻阅，使书架增辉，可互赠交换，并且有艺术收藏价值，因而是一种看得见、摸得着的“实物”。然而，网络媒体载体的外型是计算机，肉眼看不到其中的文字信息，必须借助于计算机才能阅读。人们刚开始接触时可能有某种不适之感。

2. 知识结构

要利用网络媒体，用户必须掌握计算机的基本知识和使用方法。不过，这类知识是不难学会的，用户不必了解网络媒体的内部结构，只需要掌握使用方法即可。随着用户友好界面技术的不断发展，网络媒体的易用性还会提高。

三、网络媒体对信息传播模式的影响

传统信息传播模式是：著者→新闻出版者→发行机构→图书馆、书店、销售点→最终用户（读者受众）。网络媒体技术的出现将导致这一传播模式的改变，使著者、新闻出

版者、图书馆、书店 和用户形成新的关系。

在网络媒体时代，计算机技术和现代通信手段大大丰富了信息的流通渠道，加强了著者、新闻出版者、受众之间的直接联系。在网络媒体中，著者可以直接与用户通过 EMAIL 通信，著者可以选择自己作品的传送对象，控制其流通范围。著者发表作品不一定非要求助于新闻出版者，他可以把他的作品直接上传互联网，可以传送给自已熟悉或不熟悉的读者受众。用户获得信息可以省去一些中间环节。

信息生产者、传播者和利用者将形成新型网状关系。它们之间的联系不再是一维的，任何一方都可以与其它三方直接联系，信息流动在这里是灵活的、双向的，信息的创造者和利用者之间的联系明显地增强了，提高了信息的流动速率和利用率，信息的价值得以充分地发挥，信息的环境得以改善，从而刺激了信息生产率的增长。

四、网络媒体对版权法的影响

网络媒体的发展已显示了其生命力。然而，由于网络媒体容易拷贝复制，受众在“不知不觉”的情况下就可拷贝到自己所需要的信息。不少新闻出版机构对解决这些非法使用其知识财产的问题无能为力，因而采取一种非正式的回避态度；有些新闻出版机构认识到网络时代的知识产权保护是极其困难的，既然现在尚未找到解决的办法，那么在等待新技术出现的时间里，他们只好采取拒绝将其书刊以网络形式出版这一最简单的办法。网络媒体在版权方面的影响是一个综合复杂的问题，除了作者和新闻出版者之外，还主要包括政府的政策法规。要发展网络媒体，有必要解决电子出版物的版权保护问题。

五、网络媒体对社会、文化的影响

网络媒体广泛应用与迅速发展将给我们的社会、文化、行为方式带来很大的变化。目前我们正处于新旧技术交替过渡的时期，现存的传统纸质媒体仍将长期存在，并寻求新的存在形态。传统媒体高质量的文字和图画，广泛的可获得性，高度发达的生产、发行机制，以及人们已经形成的根深蒂固的习惯，包括文化传统在内都将使传统纸质媒体在很长一段时期内继续保持较强的竞争力。

然而，未来的世界毕竟是网络媒体为主导的世界。网络媒体将影响人类社会管理、传播知识与信息资源的方式。知识、信息资源在人类社会的物质和精神生产、在人类的文明进步过程中具有与自然资源、劳动力资源同等重要的地位。到目前为止，人类知识、信息的传播、积累、流传一直是依靠学校教育系统、图书馆、文献信息服务单位等机构进行的，这些都属于社会的公益事业，从而保证了每个人平等的获得权力与机会。在网络媒体时代，网络媒体作为人类社会的精神文化资源和遗产，这种新的存储方式、传

播方式不应当破坏公共平等的获取原则。这种原则，在发达国家与不发达国家之间表现为防止发达国家对信息资源的垄断，发展中国家要致力于保护自己的信息资源，发展独立的信息产业；在团体与团体之间表现为保障平等获取信息的权力，保障公平、自由的竞争；在个人之间表现为保障平等地接受教育的权力，不能把信息仅仅当成是一种可以买卖的商品或服务，只付给那些能够出钱支付的人。这就需要社会以法律、政治的手段保证电子时代的信息和公共图书馆内的文献一样，人人都有获取的权力，否则的话，网络媒体带给人类文明的不是进步，而是后退。

第二章

网络媒体的发展现状

网络媒体的发展，可以追溯到始于 20 世纪 60 年代的联机情报检索服务系统。著名的联机检索服务系统有始建于 1966 年、1972 年投入商业性运营的 DIALOG 系统，1965 年建立、1973 年投入商业性运营的 ORBIT 系统，成立于 1976 年的 BRS 系统，成立于 1975 年的 ESA 系统等。这些联机情报检索服务系统中亦是一种网络媒体。然而，我们今天谈及网络媒体，往往是指基于因特网的传播媒体。

第一节 美国网络媒体发展的基本情况

因特网是美国率先发展的。有人认为世界上第一家网络报纸是德克萨斯州的《沃斯堡明星电讯报》（1982 年），另有人认为世界上第一家网络报纸是 1987 年成立于美国的《圣何塞信使报》。美国如今已有 1 万多家杂志、数百家报纸入网，其中包括加利福尼亚大学出版社的《文学评论》等。在网上创刊的网络媒体有美国综合文艺周刊《沙龙》（*Salon*, 1995）等。另外 Penny Pagano 在美国《新闻学评论》1999 年 6 月号上撰文说，1998 年年底，全球已有近 5000 家报纸以及大约相同数量的杂志涉足网络；美国已经有 60% 的报刊上网。

美国第一家网上报纸是加利福尼亚州的《圣何塞信使报》，创办于 1987 年。当时，位于硅谷腹地的这家报纸捷足先登，把纸质报纸的内容悉数搬上了互联网，开创了网上报纸的新纪元。此后陆续有报纸驶上因特网，但远没有形成热点。截止 1994 年年底，美国上网的报纸不过几十家，全世界也不超过 100 家。其主要原因是当时网上信息的发送和接收在技术上都还不那么便利。

1994 年 11 月，美国网景公司推出了其划时代的软件产品：因特网浏览器 Netscape Navigator 1.0，极大地方便了人们在网上的搜索与浏览，因而激起了第一次用户上网的高潮。据估计，仅仅一年内全球因特网用户剧增了一倍，达到 3000 万人。上网人数的迅速增加又极大地刺激了报纸上网的热情。从那以后，美国报纸差不多以每年递增 60% 的速度在网上抢滩设点。有意思的是，在美国，上网最积极的报纸并不是那些著名

大报，相反，是一些不太著名的地区性小报。据美国报协的统计，在已上网的 500 多家报纸中，60% 以上其纸质报纸的发行量不足 3 万份；发行量在全国垫底的 100 家报纸中 95% 上网创办了网络版。之所以会出现这样的现象，一个根本的原因在于经济利益的驱动。美国的报纸均为商业化经营，其收入的 80% 以上来自广告。除了少数一些像《华尔街日报》、《纽约时报》、《今日美国》等全国性的大报有充足的全国性大广告支撑以外，其他地区性的报纸都得从本地分类广告市场上找饭吃，分类广告的收入构成了地区性报纸收入的 35%~40%。而二手车买卖、房地产中介、职业应招聘等又是分类广告中的大户。尽管因特网上的广告刚刚起步，1998 年全年的广告收入仅为 3 亿美元，还不到当年全美报纸广告收入 380 亿美元的 1%。但是其发展速度及潜在的吸纳能量却不能不让办报人胆战心惊。网上经营也确实给他们带来了无限的生机。以马萨诸塞州的《波士顿环球报》为例，其纸质报纸的发行量在 5 万以内，并且仅限于本州的范围内；但是上网以后，该报网络版的读者平均每天有 73000 人，其中 27% 居住于马萨诸塞州以外的地区。更多的受众就意味着更多的广告，这是媒介经营的铁律。

但是，网上淘金毕竟不像加州淘金那么容易。据美国报协的统计，截至 1999 年，只有大约 1/3 的网上报纸开始有了盈利，绝大部分网上报纸还处在市场开拓的过程中，只有投入还不见产出。不过，这些网上报纸的负责人表示，他们有把握在 4 年内获得盈利。这种信心很大一部分是基于受众对传统报纸声誉的敬重。目前，在因特网上流动的海量信息，一个最突出的弱点是可信度差，而传统报纸在以往几十年甚至上百年间建立起来的声誉是其可资利用的一笔无形资产，它是报纸所提供的网上信息可靠性的最有力的保障。

目前美国报界对因特网的利用和经营大概可以归纳为以下五种基本模式：

(1) 在因特网上设立独立的网站，但网上报纸完全是其纸质母报的翻版。这一经营模式的典型代表是《纽约时报》。《纽约时报》是全美最有权权威性的全国性大报之一。它创办网上电子版的目的是为了把自己的声誉烙在新媒体上。

(2) 在因特网上设立独立的网站，但网上报纸的内容并不完全雷同于其纸质母报。这一经营模式的典型代表是《华尔街日报》。《华尔街日报》是美国全国性的财政金融类的专业报纸，也是一份具有世界性声誉的著名报纸。其网络版不是一种单向的信息传播通道，而是一种双向的交互式信息传播通道。在其站点上，不仅刊登文字信息，同时也定期组织编辑或专栏作家上网，与站点的访问者见面，就某些问题回答访问者的询问，或者与访问者共同探讨双方感兴趣的问题。《华尔街日报》交互版的文字报道也并不完全雷同于其纸质母报，尽管目前还很少有专为交互版撰写的稿件，但是一些纸质报纸不适用或者不使用的稿件，交互版则把它推上网，比如一些政府的经济报告、某些特殊行业的经营预测等等。纸质的《华尔街日报》只在周一至周五的工作日出版，因此周

末的一些重要消息为了抢时间也在交互版上发出。《华尔街日报》在目前美国网上报纸中是唯一一家对所有信息的访问均实行收费的报纸网站。其经营实践表明，只要你提供的信息为人所需要，那么网上信息的有偿服务是完全行得通的。

(3) 在因特网上设立独立的网站，但网上内容远远超出了其纸质母报的容量，形成了一个跨媒体的地区性综合信息平台。这一经营模式的典型代表是《波士顿环球报》(<http://www.boston.com>)。《波士顿环球报》隶属于纽约时报公司，但是它的网上经营却走了一条完全不同于《纽约时报》的道路。其网站也不像绝大多数网上报纸那样仅仅只是来自母报的消息，除了母报《环球报》提供的信息以外，它还囊括了市内 30 个其他信息源提供的信息 其中有电台、电视台、杂志、博物馆、图书馆 还有芭蕾舞团、管弦乐团、地区气象台和交通服务处等等，可谓独树一帜。它整个成了波士顿市在因特网上建立的信息平台。《环球报》的这个网站，还将本地区所有相关资料整合成一个在线数据库，访问者可以从中查阅到任何想要查找的资料，从人均收入到失业率，从法律条款到司法案例，从公共福利到社区计划，从饮食娱乐设施到交通道路状况，乃至警察所掌握的犯罪嫌疑人的资料，都可以从中查到。它简直成了当地人生活的指南、外地人认识波士顿的窗口。《环球报》网站的这种经营模式现在受到了越来越多的地区性主要报纸的关注。

(4) 众多报纸联合经营一个大型的新闻网站，但各报内容相对独立。这一经营模式的典型代表是新世纪网络。它是由美国 9 个大型的媒介集团在因特网上合作经营的大型新闻信息平台。这 9 家媒介集团是：考克斯报业集团、甘乃特报业集团、赫斯特报业集团、奈特—里德报业集团、纽约时报报业集团、时代—镜报报业集团、华盛顿邮报报业集团、论坛公司和前进出版有限公司。这些报业集团下属的报纸总数超过 200 家，遍布全美各地。组建这一大型信息平台的初衷，在于想利用报纸信息源的整体优势与传统声誉同因特网上的其他经营者相抗衡。美国报界的人士认为，未来的网上竞争将是信息量与信息可靠性的竞争，而这正是报纸的长处所在。但是，每家报纸各自设立单独的网站，访问人数毕竟有限，信息量也不够大，如果能把众多报纸整合在同一个信息平台上，形成一个报纸的集散地，那么这个网站将是一个吸引人的大站点。访问的人数一多，广告收入自然也就多起来。新世纪网络 1999 年 6 月 1 日开通了其新闻平台 News Works，这是目前美国最大的网上报纸的枢纽站。但是，在实际运作过程中，它并不单单只是一个联接各报网站的通道，而是报纸信息的一个综合分类与加工整理的信息加工厂。比如，它把各报同一主题的报道，甚至提到的同一种产品的报道归成一个类，或者把内容上相互有关联的报道组合成一个系列。这样，不仅方便了读者阅读，同时也可以向特殊的信息需求者提供专门的服务。目前，类似新世纪网络这样的大型信息平台，在美国已有多家，他们之间的竞争已经开始。