



商业网站新闻比较分析

时间：2007-4-1 13:25:56 来源：中国新闻研究中心 作者：谭泽锋 阅读1807次

发稿：中国新闻研究中心

作者：谭泽锋

单位：武汉大学新闻与传播学院(2005级硕士研究生)

地址：武汉大学三环学生公寓Fa栋204室

邮编：430072

摘要：随着改革开放和我国信息化工程基础设施的全面改善，国内网络基础设施建设日益完善。与此相伴而生的网站更是多的不计其数。其中尤以商业网站为众。在我国网民数量轻松过亿的情况下，网络的影响不可小视，很多网站尤其商业网站打起了网络新闻牌而且做的非常红火。那么，商业网站究竟因何想起发展网络新闻？网络新闻的发展情况又如何？它对传统新闻媒体产生的影响到底有哪些？相信对商业网站新闻的分析能为我们新闻传媒行业提供很多可资借鉴之处。

关键词：商业网站 新闻比较

与传统新闻网站不同，商业网站为了能有自己的安身立命之地，已经由过去学着传统新闻网站做网络新闻到如今渐渐的摆脱过去那种随意性的、拷贝式的、堆砌式的新闻报道模式，通过各种信息诉求方式达到不同的诉求效果，在注重新闻报道全面及时地基础上，积极地塑造自己的特色与风格。本文正是采用内容分析的方法，通过对门户网站中网络新闻做的最为出色的新浪和网易的网络新闻的比较分析，进而探寻更为有效的网络新闻传播途径及传播方式。

一、无心插柳柳成荫——网络新闻在门户网站的兴起

门户网站作为网络的入口，是满足互联网用户信息共享的枢纽。一般说来，门户网站的主要功能是搜索引擎，而如今，中国各大门户网站，均不再以搜索引擎为主打业务。单纯就搜索引擎的功能而言，用户的使用时间通常比较短暂，难以吸引更多的广告，获得更多的商业利润。于是，各大门户网站都推出其他各种服务来留住用户，获得更高的点击率和关注度，扩大受众就意味着扩大了网站可能的消费群进而就有可能获得经济效益。因此这些挽留受众的附加服务反而渐渐成为网站的“拳头产品”了。而在这其中，网络新闻扮演的角色是至关重要的。

网络新闻之所以受到众多门户网站的亲睐也是有着重要原因的。目前国内的商业网站一般没有独立的新闻采访权，那为什么还偏要做网络新闻这块生骨头呢？虽然说国内在政策上目前还没有给与商业网站新闻采访权，但网络自有网络的优势。很多的新闻报道在历经传统媒体的报道之后，很快就可以被网络新闻编辑整合传到网站上，加之各个网站的新闻编辑多会博采众家之长，因此报道的内容也比传统某一家媒体要丰富的多。2006年8月下的《电脑迷》杂志

- 昆曲研究学术网站探略
- 新媒体及其发展战略路径
- 互联网公司路线百像图
- 奥运报道开启新网络时代
- 奥运促使新媒体集体爆发
- 报业集团中的门户网之争
- "门户之见"的传播学思考
- 地震来了，新媒体在哪？
 - 网络的良知
- 视频：房地网生存之道
- 浅析门户网站的同质化
- 新闻网站的"10条军规"
- 商业网站新闻比较分析
- "跨媒体"中的交叉点
 - 人民网10年影响
 - 名人博客现象探析
- 析博客社会安全阀功能
- 网络媒体踏上主流路
 - 新媒体搅动世界杯
 - 新媒体的功与过
- 评论：网络日志的边界
- 从电子杂志鼻祖说起

曾刊登过这样一些数据：中国互联网络信息中心发布的第十八次中国互联网络发展状况统计显示：中国网民是总人数达到12300万人，其中上网的学生数量达到3000万，1500万人经常使用教育网，2500万人经常使用网上招聘。经常使用博客和上网购物的人数分别达到2800万和3000万。使用在线影视和在线音乐的人数也达到了4500万和4000万。由此可见，网络新闻的受众面是多么的广，也难怪网络新闻往往会在一时间就形成“一呼百应”的深远影响力。随着网络基础设施的完善和网民数量的增加，很多的传统媒体也要取材于网络新闻媒体了。现在传统媒体很多的新闻线索都来源于网络，如曾轰动一时的“孙志刚事件”、“宝马撞人案”等等，可以说现在网络新闻和传统媒体新闻有着互相帮助互相利用的一层关系在里面。

二、披尽黄沙始见金——网络新闻的内容分析

据福布斯中国的门户网站排名，网易、新浪分别列中国门户网站排名的第一位和第三位，而据《网络传播》杂志提供的2005年中国网络新闻网站流量的排名，新浪和网易又分列第一位和第二位，两家皆出于网络新闻界的王者地位。因此，本文选择新浪与网易两大门户网站作为考察对象，采取内容分析法对二者进行比较，试图明晰其传播风格与特色，管窥门户网站新闻发展的现状。

下面对新浪和网易两大门户网站于2007年2月12日发布的网络新闻进行的比较。表1是整体上关于数量、版面设置、传受互动、栏目编排、标题设计等方面的比较。

新浪 (www.sina.com)

网易 (www.163.com)

主页新闻总 量 378条 136条

页面编排 长度：4屏 长度：3屏

排版方式：三栏式 排版方式：两栏式

较为密集 较为松散

专题及深度报道量 41条 占总量的10.8% 11条 占总量的8.1%

新闻标题 a. 专业严谨，概括性高 a. 生动活泼，尝试网友评论做标题

b. 单行标题 b. 主标后跟随副标做相关补充

c. 突出点：时效性 多数标题后会附发稿时间 c. 突出点：网友评论，受众互动标题后会显示目前网友评论的数量

表1

表2是具体就某一事件的报道对两大网站网络新闻的比较分析，涉及到新闻源、时效性、报道方式等要素。

第49届格莱

美奖获奖情况 a. 新闻总条数312条 a. 新闻总条数14条

b. 动态追踪报道155条 b. 动态追踪报道4条

c. 其他媒体的报道评论28条 c. 其他媒体的报道评论14条

d. 图片数量612张 d. 图片数量4张

熊猫烧香病毒案

在湖北告破 a. 新闻总条数141条 a. 新闻总条数26条

b. 动态追踪报道4条 b. 动态追踪报道4条

c. 其他媒体的报道评论114条 c. 其他媒体的报道评论 8条

d. 图片数量5张 d. 图片数量4张

e. 网友评论2808条 e. 网友评论2645条

表 2

三、网站新闻特色总体概括

1、新浪的网络新闻特色

①信息量大，时效性强。新浪新闻频道首页的新闻链接总量接近400条，是网易的一倍还多。整个主页采用三栏式排版，间距较小，有利于在同样的屏数中展示更多的内容，页面也显得特别紧凑。每篇报道后有相关链接——比如发文记者的其他文章、发文媒体的其他新闻等，尽可能给网友提供最多的信息。以2007年格莱美颁奖情况的报道，新浪特地为此次颁奖晚会做了一个大型专题，新闻总条数达到312条。而网易相比之下就少的可怜，甚至没有为全球关注的格莱美颁奖晚会而作的专题。网易的新闻总条数也仅为14条，新浪在新闻实效性上的卓越表现可见一斑。

②信息来源丰富，注重深度报道和跟踪报道。新浪先后获得与全球500多家媒体合作的机会，大量知名媒体为其提供新闻资源，使得新浪能够在最短时间内获得尽可能多的信息，为提供全面报道打下了基础。表1显示了新浪在信息整合方面的优势，它所推出的专题及深度报道的数量占总量的10.8%，比网易的3倍还要多。同时，新浪重视后续跟踪报道。仍以格莱美颁奖情况报道为例，当天新浪的新闻报道总数为312条，其中动态报道就有155条，占总条数的46.7%，将近一半的报道均为即时动态报道，而同比网易，网易总新闻数14条，动态报道4条，实在是少的都不值得一提。

③新闻评论严谨，大多均为转载。关于新闻事件的评论，与网易相比，新浪显得沉稳而谨严。新浪习惯于刊登各大媒体的看法，而很少发表网友的言论，如果要刊登评论，也大多是相关专家慎重其事、单独成篇的文章。如在熊猫烧香病毒案告破的报道专题中，新浪转载的各大媒体的评论数量高达114条，网易仅有8条，两者的比较简直就不是一个数量级的。

2、网易的新闻传播特色

①版面编排简约清爽，别具一格。网易无意于在新闻数量上与新浪一争高低，而在版面编排上苦心经营。其页面设计成清一色的报纸风格，黑白版面，整体分两栏，左边为图片栏，右边为文字和小信息链接栏。文字栏的顶端有主打的两个头条，类似于报纸的头版头条，每个头条下，附有相关新闻和评论，以及滚动信息。迥异于新浪铺满链接的拥挤的界面，网易的编排要宽松许多，给人以简约清爽的视觉印象。这完全切合网易在2005年11月28日改版的期望：“我们追求简洁、清新、素雅的设计风格，希望能克服因为拥挤、堆砌的编排方式给网友浏览造成的不便，从而优化网友的浏览感受，在门户新闻网站的编排方式方面作一些创新和探索。”

②重视受众互动参与，发掘受众参与热情。从表2中可以看到，关于熊猫烧香病毒案告破的专题报道，网友评论留言高达2600多条，在新闻报道的数量并没有太多的情况下就有这样的网友留言数量，其报道影响之广可见一斑。通过网友留言，受众还可以清楚地看到各自的评论，表示自己对别人观点的赞同或反对。而且网易把进行评论的入口设置得方便易懂，每个新闻报道下面都有很明显的“网友评论”标识，网友可以选择使用用户名，也可以选择匿名来发表看法。即使自己不愿意动手写评论，还可以通过点击“投诉”或“支持”按钮更方便直接地表达自己的想法。新浪在这方面则作的明显不够，一个网友留言几乎成了万花筒，什么样的话什么样的词儿都有。甚至很多的留言为明显的广告，网络管理员也不注意及时清理，这点上做的也是有所欠缺。

③新闻加工独特，注重传播效果。新浪大量转载传统媒体的新闻，或者把各种信息整合成专题的形式，这样有利于拓殖新闻的深度与广度。但是，这样也可能引发一个问题，传统媒体的新闻在话语方式上，并不一定切合网络的风格。网易在这一点上避害就利，不进行链接式的内容拓展，而更注重对新闻的精编，用各种方式使新闻显得“精致”，比如在单篇文章中加入小段黑体字的独家内幕新闻或编辑点评，或者将与主题类似的多条新闻整理合并成一条新闻，甚至用网友的精彩回帖作为新闻的主标题。网易的新闻再加工还突出表现在语言风格的转化、社区

氛围的营造等方面。它不是简单地把相关信息编排在一个页面里，而是要挖掘出新颖的看点和表现方式，刺激受众阅读兴奋点。比如在熊猫烧香案告破的报道中，网易巧妙的把熊猫烧香病毒肆虐网络的过程以讲故事的形式传达给手中，并以独家图片报道吸引受众手中的鼠标不自觉地点击察看，正因为这种讲故事的方式易于接受且具有连贯性，因而也博得了网民的认可，获得了大量的网友留言。

④依靠技术优势，提高地方新点击率。想必现在登陆网易的网友都会不经意间注意到这样一个事情，网易的主页上会显示自己所在城市的天气情况，同时在每天推荐的头条新闻中，巧妙的把文章按地域分为新闻（综述）、（地方）新闻，前者为网易编辑推荐的全国新闻，后者为网友所在地的地方新闻，这种巧妙的把网易的技术优势转化为了现实中的运用的时候就会让网民产生极大的好奇和浓厚的兴趣，同时还增加了地方新闻频道的点击率，一举两得，这种从网民即受众角度考虑为受众量身考虑的新闻势必产生四两拨千斤的奇效。

四、结论

从以上的比较分析来看，新浪与网易两大门户网站在网络新闻传播的探索中，形成了自己的风格。新浪信息容量大，来源广泛，时效性强；注重对新闻进行深度报道和动态跟踪；与名人博客的链接也是它的重头戏。总的来说，新浪更注重新闻报道的专业性，借此谋求在众多门户网站中树立起权威、主流的地位。而网易则费尽心机地制造各种与受众互动的机会，比方说突出论坛的位置，设计各种与网民互动环节，注重地方新闻的挖掘等；在版面编排、标题设置上更生动，更富有视觉性；在新闻叙事上追求趣味性，这些特点表明：网易正在努力寻找一条贴近网民的新闻路径，整体风格显得灵动活泼。

有研究者认为，网络新闻传播的发展可以分为三个阶段：拷贝借鉴阶段、用户化阶段和网络原创阶段，而当前中国的网络新闻传播尚处于由第一阶段向第二阶段的过渡时期，这一判断是符合实际的。当前中国网络传播的生态并没有根本性的改观，政府对网络的监管力度在加大，有关政策也还没有明确网络媒体的采访权，等于说，门户网站新闻从业的合法性问题没有得到解决，因此，网络新闻要获得创造性发展，完全走向成熟，尚需时日。但应该看到，网络新闻并没有停止自己前进的步伐，就门户网站的情况来看，本文通过两大门户网站一天新闻报道的内容分析表明，新浪和网易正在改变过去那种随意性的、拷贝型的、堆砌式的新闻报道模式，扬长避短，已经初步形成了自己的风格，尤其是网易，在谋求与受众互动上所做出的努力，值得称道，因为这样更有利于发挥网络传播的优势，凸现网络新闻的个性与特色。

参考文献

- [1] 杜骏飞.《弥漫的传播》[M].北京：社会科学出版社，2002
- [2]陈绚.《数字化时代的新闻理论与实践》[M].北京：新华出版社，2002
- [3] 陈力丹.《不成熟的网络传播》[J].上海：《新闻记者》，2001

文章管理: mycddc (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：商业网站

- 商业网站广告经营浅析 (2005-7-6)
- 论商业网站广告经营 (2005-1-6)

>>更多

我要评论

会员名:

密码:



提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ [版权所有](#) ◆ [不得转载](#) ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.