

论网络报纸的特性及编辑对策(上)

2005-11-28

作者：彭兰

关键词：网络报纸 | 阅读：974次 |

(学位论文，其中部分章节已在《新闻学论集》等刊物发表)

进入90年代以来，随着Internet技术的发展，传统媒介对Internet的兴趣愈来愈浓厚，对它的利用也日益增加。报纸上网就是这其中很重要的方式。但是当人们从印刷媒体转到网络时，总会受到传统的思维方式和工作方式的影响，所以报纸上网初期，大多只是简单地把印刷版的全部内容和运作模式照搬到网络上。虽然这样的网络版对于扩大报纸的影响起到了一定的作用，但是它们并没有把网络的优势充分发挥出来。网络报纸的实践逐渐加深了人们对网络报纸的认识，因此，进一步，许多网络报纸开始从办报思路、内容及形式等多方面进行探索，试图创造出与传统印刷报纸不同的一种全新的报纸形式。但是从整体上来说，目前人们还没有对网络报纸与印刷报纸的关系以及网络报纸在网络中应有的地位与功能形成一致认识，对于网络报纸的编辑工作也没有进行系统理论探索。因此，在实践中也只能是各

攀饭印U馄渲校扔谐晒Φ木棕灿惶O芳慕萄愈1次牡哪康模阅橇v纪u哉庀卜响赐绫日绞导难芯浚约岸员日接::嬗庐缔姻谋再涎芯浚酩绫日降牡仁挥腺δ美蟹治解(8)剿魁绫日奖嗦ぶ鞞囊恍L竞媛伞?/p> 本文的研究对象是网络报纸。

从来源看，目前的网络报纸可分为两种，一种是传统印刷报纸的网络版，另一种则是不经印刷报纸阶段，直接在网络上创办发行的网络刊物。本文的重点是传统报纸的印刷版。

从网络报纸的经营者角度看，目前网络报纸主要经营者有几种：

1. 传统的专业媒体；
2. 非媒体出身的组织或个人。

由于本文主要出发点是通过与传统报纸比较的角度来探讨网络报纸编辑问题，所以主要的研究对象是由传统专业媒体经营的网络报纸。

第一章 网络报纸走向实践

第一节 方兴未艾的报纸上网潮

从现有的材料来看，一般认为世界上最早上网的报纸是美国的《圣何塞信使报》(SanJoseMercuryNews)。1987年，这家位于高科技中心——硅谷的报纸，首先将报纸通过当时尚处于初级阶段的Internet发行。进入90年代，Internet技术的发展和各国基础设施的建设，使得许多报纸都看到Internet的潜力，于是纷纷上网。有关资料表明，1996年初，全球上网报纸为900家左右，1997年10月，达到2300家，而到1998年，上网报纸超过3000家。

中国报刊中第一家上网的是1995年1月开始进入网络发行的《神州学人》。而1995年10月20日《中国贸易报》的正式上网，不仅标志着中国国内第一家日报上网发行，也揭开了国内媒体大批上网的序幕。

根据在国内一些比较知名的搜索引擎站点可查到的信息，目前中国网上的报刊已超过300家。另据《人民日报》网络版负责人蒋亚平提供的资料，有效上网的报纸约130-150家。(这里的有效上网的含义是在网上有自己的站点，有比较成型的网络版。)

随着网络技术的不断成熟以及人们对网络传播特点认识的不断深入，网络报纸从简单到复杂经历了三个阶段：

1早期的网络报纸的形成，是传统印刷报纸在因特网上建立自己的网站，将印刷版直接搬上网络。除了版面的设计无法沿袭印刷报纸版面外，其内容基本上与母报没有区别。这种网络报纸所起到的作用主要是扩大传统媒体的读者范围，提高其知名度与国际影响力。但它还没有充分发挥网络传播的优势，设计比较单调死板。

2中期的网络报纸已开始自觉地利用网络传播的特点来进行内容与形式的取舍。因此，这时的网络报纸在内容上已与其印刷版有了较大区别，例如，据《今日美国》(USA Today)的有关负责人介绍，它的网络版上有80%左右的内容是其母报没有的。同样，31%的美国上网的报纸与杂志，其网络版的内容中有半数以上是原印刷版所没有的。新增加的内容主要是针对网络读者对象的特点和利用网络优势开设的新服务项目。从形式上看，网络报纸的设计开始注重网络传播的特点，例如，注重追求时效性，开始建立有关的数据库，对关键字或有关背景建立超链接，以方便读者查阅相关信息。目前网上存在的大多数报纸都处于这一阶段。3网络报纸进一步的发展，一方面，是完全摆脱编辑传统报纸时的思维方式与制作方式的影响，成为专门为网络制作的新闻站点。这时称其为网络报纸也许不再名符其实，因为它已综合了多种媒体形式，

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

- 媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- “中国主张：传播理论本土化的” 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24
- [更新]2009“中国新闻传播学科 2009-08-31
- “传播与中国·复旦论坛” 2009-08-19

即声音、图像、影像、动画等。另一方面，它的功能也将不再局限于报纸的传统功能，而会向着信息的深度加工处理发展，像ICP（Internet内容提供商）一样，成为一个综合性的信息服务者，并在此基础上发展商业、娱乐、网上社区等等其它产业或服务手段。现在已在一些报纸开始了这方面的努力，如《人民日报》。

第二节 网络报纸迅速发展的原因

一 网络技术的发展使更多人可以轻松使用Internet

Internet的雏形ARPANET在1969年就出现了，但美国的《圣何塞信使报》作为世界上第一家上网报纸却是在1987年，而各国大批报纸上网则更是90年代的事。这种现象，可以从Internet技术的发展中得到解释。

早期的Internet提供的服务只是E-MAIL（电子邮件），FTP（文件传输）及远程登录等，它们只能简单地实现信息在网络上的传输，所能提供的信息类型有限，而人们要使用这些服务方式，又需要具备一定的计算机技能，因此，要想如使用传统媒介一样方便地使用网络信息是不可能的。

1989年，由欧洲粒子物理实验室的科学家TimBerners-Lee提出的WWW（WorldWideWeb）方案，不但改变了Internet的命运，也在很大程度上改变了传统媒介的命运。WWW技术的核心思想是，提供一种基于超文本（Hypertext）方式的信息查询工具。超文本的含义一是指其信息内容可以是多媒体化的，另一方面指通过超链接（Hyperlink）的方式将Internet上不同地点的相关信息有机结合起来，真正实现信息的共享。同时，WWW提供信息的界面变得更加“友好”，更易使用。

1993年，世界上第一个基于WWW方案、用于在WWW上进行信息浏览的软件Mosaic浏览器开发成功，随后，Netscape公司推出的Navigator和微软公司的InternetExplorer浏览器的出现，进一步推动了人们使用WWW的热情。1994年开始，WWW成为了访问Internet的最主要手段，而正是在这个时候，媒介看到了Internet对它们的真正价值。报纸上网也是从此时开始渐渐进入了高潮。

二 各国信息基础设施建设为Internet的普及应用打下一定基础

当信息革命成为90年代的重要内容时，各国都看到了信息基础设施建设对于争夺全球经济主导权的重要意义，于是以美国的NII（国家信息基础结构）计划为起点，包括英国、法国、日本、加拿大、韩国、新加坡、巴西、阿根廷等在内的许多国家都加紧了信息基础设施的建设，都力图抢先跑上信息高速公路。由于各国领导人对建设“信息高速公路”的重要性达成共识，美国政府又在1995年提出了GII（Global InformationInfrastructure）的设想，倡导建立全球信息基础结构，并于1995年成立了一个国际性组织GIIC（全球信息基础设施委员会）。一时间，“信息高速公路”成为全球最热门的话题。

由于Internet是信息高速公路的主要载体，所以各国的Internet建设也就被推上议事日程而且发展速度日新月异。据有关资料显示，目前Internet的用户达189个国家，上网用户为1.5亿左右。

为跟上世界的发展步伐，中国政府也提出了自己的信息基础设施建设计划，并在1993年启动了“三金工程”，以此为龙头，带动了中国的“信息高速公路”的建设。同时，Internet的建设也日见规模。到目前为止，已形成了CHINANET（中国公用Internet网）、CHINAGBN（中国金桥信息网）CSTNET（中国科技网）和CERNET（中国教育网）四大骨干网。1999年1月，CNNIC（中国互联网信息中心）发布的数据则表明，中国现有上网主机72万台，用户210万人。

可见，各国信息基础设施的建设为Internet的普及与应用提供了一定保障。

三 传统媒介竞争的需要

在20世纪的前90年，西方国家的传媒业垄断格局已形成并日益牢固，大的媒介集团控制了国家的大众传媒事业，一些中小型媒介机构只能在夹缝中苟延残喘。同时，从世界范围来看，经济发达与不发达国家或地区在对媒介资源的拥有以及对新闻舆论的控制能力上都存在着明显不平等，信息富国和信息贫国的差距日益加大。

Internet的发展是媒介发展的一次契机。已经处于领先地位的媒体机构想继续保持它的优势，而一些处于劣势的传媒则希望Internet会把平等的机会带给它们。所以Internet成了一块新大陆。媒体纷纷上网，也就是为了抢得一块地盘，以占天时地利，扩大自己的影响。因此，一些媒体不管条件是否具备都采取了先下手为强的策略。

对印刷报纸来说，上网也是改变它们与广播电视的力量对比的一种途径。不管人们是否愿意承认，广播电视和网络对印刷报纸构成的威胁是不容忽视的。据新加坡《联合早报》主编袁舟提供的资料，在欧美，印刷报纸的读者每年以5%的速度递减。在中国，情况目前可能有所不同。因为中年以上的人仍然是在印刷媒体环境中成长起来的。但是当新一代在广播电视以及网络环境中成长起来后，他们对印刷报纸的兴趣会受到很大影响。而印刷报纸上网后则可以在一定程度上与广播电视展开新的形式的竞争。

四 网络传播优势的吸引

与传统的大众传播媒介相比，网络传播具有一些优点，主要表现在：

1 极强的时效性

与传统媒介的生产发行手段相比，网络信息的制作与传播的速度要快得多。印刷报纸要经过稿件的文字录入、图片扫描、计算机组版、用激光照排机出胶片、制版印刷以及通过各种渠道将报纸送到读者手中等多个环节；广播电视则要经前期拍摄、后期制作播出等环节。这不但要有一定的物质设备做基础，还需要耗费一定的时间。而网络传播则只需输入信息，就可直接将信息传播出去，没有太多中间环节。对于一些时效性要求高的突发事件，完全可以通过网络上在事件发生的时候立即将信息传播出去。此外，网络上对信息的更新也是十分方便的。

2 信息传播面广

网络传播是基于Internet进行的信息传播，上面已经介绍，Internet已覆盖了世界上189个国家，超过加入联合国的国家数目，上网人数达到1.5亿。而到1998年底，中国上网主机达到72万台，上网人数为210万人，保守估计1999年将达到300万人，而乐观估计则认为将达到800万人。因此，网络传播的影响力是不容低估的。

3 网络信息可以以多媒体方式存在

传统媒介传播信息的形式总是或多或少受到限制。报纸广播自不必多说，即使是集声、像、文字等手段于一体的电视，也不能做到十全十美。但网络则可以实现“数据、文本、声音及各种图像在单一的、数字化环境中的一体化”（Tony Fedlmen, 1997）的信息传播。一方面，这可以使人们更方便地获得信息，并享受到新的乐趣；另一方面，根据麦克卢汉的理论，一种新的技术方式将改变人们的感官平衡，这也就可能会给整个的生活方式、行为方式带来影响。

4 网络上的信息可以用超链接方式组织，在信息与信息之间存在更多联系

WWW的超文本、超链接的思想，不仅大大方便了人们上网获得信息，还给我们提供了一个前所未有的信息海洋。这个信息海洋不仅有着取之不尽的信息资源，而且这无数的信息之间又形成了千丝万缕的联系。这就给人们获得更多相关信息提供了可能。

5 网络传播的结构改变了传统大众传播模式中受众的被动局面，传受双方的互动性更强

从传播的传受者身份看，网络传播可以是：

- A 个人——个人；
- B 个人——多人；
- C 多人——多人；
- D 多人——个人。

从传播与接收信息的时间上看，网络传播可以是：

- A 同步传播——如网上直播、网上聊天等；
- B 异步传播——如大部分的报纸网站。

由此可见，网络传播打破了过去由信息传播者单向传送信息的格局，具有极强的互动性。这种互动性主要表现在以下几方面：

- A 受众可以更自由地选择自己需要的信息，包括选择信息的内容及接收信息的时间与方式；
- B 受众也可以是信息的传播者；
- C 信息的传者与受者的交流更加容易。

网络传播的以上优点表明，网络传播是对现有的大众传播的发展。它提高了信息传播的速度，扩大了传播范围，给平等的信息传播与交流提供了技术上的可能，它也为受众行使自己的权利提供了可能，网络传播代表了大众传播的发展方向，因此也就备受人们青睐。当然，事实上，这些优点中也伴随着很多潜在的危机，但是一开始，人们总是愿意先利用它的长处。因此，各传统媒体都在可能的情况下加入到了上网的大潮。

第二章 现阶段网络报纸与印刷报纸的关系

我们现在讨论的网络报纸是从传统印刷报纸中衍生出来的。所以，一开始，它带有浓重的印刷报纸的印记。即使是《人民日报》这样今天已经比较成熟的上网报纸，刚上网时，也是较多地受印刷版的束缚而没有注重网络传播的特点。因此，讨论网络报纸的发展与编辑思路，首先应该理清网络版与印刷版的关系。

无论未来网络传播是否会代替传统媒介，在现阶段，传统报纸上网的目的都不是为自己培养掘墓人，而是要在网络上为自己开辟一块新战场，以自己的知名度、扩大影响力、提高竞争力，也就是说，报纸现阶段的网络版是作为传统印刷版的一个补充手段出现的。本章着眼于对网络版与印刷版的关系进行一定探讨。

第一节 在技术手段上，新与旧的互补

对于印刷报纸而言，上网不是简单的易地再战，而是换了一种媒介形式。这种媒介形式首先带来的便是技术手段的变化。前文已对网络传播的特点作了介绍，这些特点表明，在网络上的传播可以因为其技术手段上的优势而形成自己的传播优势。

具体来说，网络版可以利用网络优势从以下几方面实现对印刷版的补充：

1利用网络传播的即时性提高新闻的时效性；

2利用网络传播的广泛性，扩大读者面；

3利用网络存贮的海量能力和超链接功能，提供丰富的背景资料；

4利用网络的存贮能力建立功能强大的各种数据库；

5利用交互性实现报纸与读者之间、读者与读者之间的交流；

6利用网络可传播多媒体数据的特点，在单纯的文字型信息外提供图片、音频和视频信息。

此外，我们还应该看到，网络技术手段带来的不仅仅是形式上的革新，也会带来内容上的相应调整，以及整个报纸编辑方针、发展方向的一系列变化。

但是，网络技术手段的新，也不总是表现为长处。有时，优点也可能会变成缺点。例如，网络版可以实现动态更新新闻，这虽然改变了过去时效性不强的状况，但是如果报纸不保留以往的相关报道，而上网的个别读者又不可能一天24小时都守在电脑边，那么读者看到的往往就只是一些片断，而不是一个对新闻的完整印象。有时候这也会影响他对信息的接收与判断。又如，超链接功能使网络上的信息之间有了更多的联系，这可以方便读者在各种信息之间进行切换，但是从另一方面来说，它又影响了读者阅读报纸的效率。对于如何更好地利用网络手段来进行网络版的编辑工作，本文将在第六章进行具体分析。

相反，印刷报纸手段的旧也未必都是缺点。例如，报纸的版面空间有限，虽然限制了报纸可容纳信息的数量，但这也迫使编辑们进一步提高版面的利用率，在有限的空间内提供最有价值的信息。印刷报纸的阅读是一个封闭的过程，即在阅读一篇文章时，一般不太容易受到干扰。而网络报纸的阅读却常常因为“超链接”的存在而脱离既定“轨道”。对于在印刷媒介环境中成长起来的人们，线性阅读方式仍是最有效的。印刷报纸在现阶段比网络报纸更容易得到，阅读也不受环境、设备等因素的限制，所以目前，印刷报纸的作用仍是大于网络报纸的。

因此，无论是“新”技术手段还是“旧”技术手段，在目前都有其存在的价值，两者应该相互取长补短。

第二节在服务的对象方面，“近”与“远”的互补

上文提到，网络技术给报纸带来的不仅仅是形式上的革新，还包括编辑方针等一系列调整，这其中，读者范围由“近”变“远”是一个主要因素。

一近与远首先是地理空间上的

传统报纸的办报方向主要体现在它的编辑方针上，而编辑方针又与其读者对象紧密相关。

无论印刷报纸的发行范围有多大，与Internet相比，它的读者都是近的。也就是说传统印刷报纸较多地受到地域因素的影响，它的读者对象相对来说是稳定的，这些读者对象的基本状况与需求在很大程度上影响了报纸的整体办报思路，但是网络报纸的载体是Internet，而Internet覆盖了世界上大多数国家。网络版的读者可能来自世界任一个角落。如果简单地套用原来的编辑方针，可能就会产生水土不服的现象。

二“近”与“远”也可以是心理上的

1999年1月，CNNIC（中国互联网络信息中心）公布了中国Internet发展状况报告。（详见<http://www.cnnic.net.cn>）。报告中公布的的CNNIC第三次网上调查表明，参与调查的上网人中，男性占86%，女性只有14%，21-35岁的用户占79.7%，大专以上程度的占79.7%，收入1000元以上的占58%。几年前日本《读卖新闻》所做的调查也得到了近似的结果。这表明，在现阶段，有机会接触网络版的读者有自己身份的特殊性。

伴随这种外表的特殊性的还有一些行为方式与兴趣爱好的特殊。他们中有一部分人可能并不关注身边的生活，而把视线更多地投入到了更广的空间。例如，一些中国的年轻人上网后，并不愿意看中国的网上报纸而喜欢访问国外的报纸站点。甚至对于发生在中国的新闻事件，他们也更相信国外的传媒报道。还有不少网络爱好者是在电视媒体中成长起来的，他们的行为方式受电视媒体的影响更大，印刷报纸在他们心目中的地位相对来说不是很重要。

因此，从各个方面看，有不少上网者对于传统报纸而言是心理上的“远”读者，上网会使他们的这种特征变得更明显。

如果网络版仍然无视这种心理上的“远”，那就无异于为别人的报纸制造了用户。

无论是地理上的“远”还是心理上的“远”，网络版与印刷版所面对的读者有很大不同，这是毋庸置疑的。这一点，给许多过去苦于发行区域限制而无法打开办报局面的印刷报纸带来了一个机遇。因此，在科学的调查与分析的基础上，为印刷版和网络版定义不同的读者群，由印刷版维持原有“近”读者，而由网络版争取新的“远”读者。这不但可以扩大读者面，还可以树立报纸的形象，为报纸赢得声誉，并可在新的高度上与容易吸引“远”受众的广播电视决一胜负。根据新加坡《联合早报》提供的数据，它的读者中90%以上是海外读者，这表明，它之所以在网上形成较大影响力，就大多得益于它的“远”读者。

第三节在提供信息与服务的方式上，“推”与“拉”的互补

从信息传播的角度来说，“推”和“拉”是两种不同的提供信息的方式。“推”是由传播者将一定的信息送到接收者面前，接收者只能在接收到的内容中进行有限的选择，所以他所拥有的自主权是较小的。则“拉”则是由接收者主动地从更多的选择中进行挑选，“拉”出自己感兴趣的内容。很显然，传统媒介提供信息的方式就是“推”——把经过自己选择加工处理的信息推送到受众面前。

而网络传播的特点则使得由受众根据自己的需要来拉出（pull）信息成为了可能。

对于网络报纸而言，“拉”的含义可能有以下几方面：

1对于读者而言，网络版的阅读过程更有目的性，这可使他专注于自己感兴趣的内容。这个过程更像是读者打开抽屉，去拿出自己所需的信息。

2虽然一个网络报纸提供的页面有限，也就是说信息容量有限，但网络报纸可以通过提供背景资料和超链接等方式让读者沿着某一个线索去追踪他所感兴趣的话题，并由此获得比原来网络版所提供的信息多得多的内容。传统印刷报纸是一个封闭的阅读单位，而网络报纸则更像一个阅读的出发点，可以通向更多的信息。在传统报纸中，编辑的把关直接地限制了读者可以得到的信息的内容及其有关的评价，而在网络版中，读者可以跳到报纸之外，所以他得到的信息也就不完全受编辑意图的左右，这时候，读者的主观判断能在更大程度上得到发挥。

3由于网络上有几千家网络报纸和大量其它信息来源，所以当读者在一个报纸的站点得不到自己想要的信息时，他可以很方便地转向其它报纸或信息提供者，去主动获得信息，而在传统印刷报纸时代，人们往往只能通过购买或订阅的若干份报纸来获得信息。

许多人认为，从“推”到“拉”是传播方式的一种有益变革，表明了受众在传播过程中由被动向主动的一种转变，体现了一种更平等的交流的思想。所以当报纸开始上网发行时，对信息的传播者和接收者都是一个契机。

二印刷报纸的“推”在现阶段仍是保证传播的基本效率的手段

Internet运行以及网络报纸的实践，也使人们对由信息的使用者“拉”出信息的方式产生了困惑：在大多数国家信息基础设施的建设还不发达的情况下，“拉”的过程显然要耗费过多的时间与精力。远不如接收“推”来的信息那么轻松。更重要的是，拉出来的信息或者太多而无法承受，或者根本就不是自己真正需要的。所以在目前的状况下，“拉”的效率实在不尽如人意。对中国尤其如此。

这也导致了IT业从网络技术的角度提出了“推送”技术的概念。1997年，“推送”成为网络技术的一大热门。微软、网景也纷纷在自己的新一代浏览器中应用了这一技术。这种技术的思路之一是在传统的浏览器中加入“频道”功能，使网络用户可以根据自己的兴趣爱好预订服务“频道”，即有关的站点提供的分类信息，而服务器则定时将预订内容送到用户的桌面上，就像送报员每天定时将报纸投递上门。显然，这在一定意义上是对传统媒介“推送”信息方式的回归，是对网络传播的“拉”方式的一种补充。但“推送”技术的实施，也带来了新问题，如占据过多的带宽，造成网上塞车，以及新形式的大量浪费，现阶段的网上的“推送”技术仍然没有真正达到提高效率的目的。事实上，1998年开始，人们对推送技术的热情逐渐降温。但这并不表明“推送”的思想在方向上有问题，而只是说明在网络技术还不成熟的情况下，网上的“推送”实现起来还有一些障碍，与理想中的状态有一定距离。

反过来再看传统报纸的“推送”方式，尽管它在一定程度上限制了受众的自主权，但在现实状态下，它应当还是保证新闻媒体完成其基本的信息传播任务的一个有效方式。这时，如果印刷报纸能再进一步提高“推送”信息的质量，那么，它就能在网络传播日益发展的今天占据更多主动权。

进一步，让我们设想网络传播发达的阶段，当大多数人都转向网络报纸时，那时印刷报纸也许会直接地为网上的服务。有资料说，日本一教授曾提出，未来的印刷报纸的功能将变成像电视报那样专门为上网者进行索引、导航服务。这种观点也许过于偏激，但也从一个角度表达了印刷报纸用其简便的“推”为网上复杂的“拉”服务的思想。

第四节在服务的策略上，“合”与“分”的互补

一对大多数上网报纸来说，网络版的“分众化”是适应网络传播的特点的必然结果

现代传播发展的一大趋势是分众化、窄播化。而网络传播的特点决定了网络报纸可以更好地实现分众化传播。同时，分众化也是网络报纸发展的必然要求。原因如下：

1读者范围扩大，也就意味着读者类型的增多。

当网络版面对有着多种背景、多种需求的新的读者时，要让他们都能“拉”出自己需要的信息，众口难调的矛盾会比传统报纸时期更突出，分众化是解决这一矛盾的可行途径。

2竞争的需要

对很多过去影响力较小的报纸而言，上网是他们与大媒体竞争的一次机会。但这并不意味着它可以一下子就打破过去媒介力量对比的格局。事实上，媒体上网前的原有影响力还会在很大程度上起作用，一般来说，原来权威的媒体在网上也

仍然更容易吸引人们去访问，例如，根据www.100hot.com（最热门的100站点）提供的信息，在排名前列的站点中，媒体上榜的仍然是CNN、哥伦比亚广播公司、《今日美国》、《纽约时报》等本来就有相当声誉的媒体机构。可以看出，冰冻三尺，非一日之寒。如果想在规模上与大媒体的网络版一比高下，显然是不现实的。因此，寻找大媒体留下的缝隙，通过分众的方式，为自己制造出特定的读者群，以小胜大，也不失为一种明智之举。这也是它与网上多如牛毛的各种站点一同分吃Internet这块“唐僧肉”的一种策略。

3网络时代信息服务的要求

美国IT产业界的重要人物埃瑟·戴森认为“以信息内容为基础的价值，来自服务。……知识的处理和服务将增值，而知识性的资产本身贬值”。（《未来英雄》序言第9页）她的说法也代表了很多人的观点。同样，网络版的前途不仅取决于它能提供何种信息，还取决于它能以何种方式让这些信息产生价值。要做好信息的服务和加工而不只是单纯提供信息，就不能再采用一刀切的做法。分众化是加强服务针对性、提高服务质量的一种有效途径。网上的特色信息服务成功后，还可以把它转化成其它媒介形式的信息服务产品，如出书、拍电视片等，不仅可以增加服务的广度，还可以带来商业上的边际效应。

4吸引广告客户的需要。

网络报纸要赢利，主要靠吸引大量的广告客户。与传统媒介的广告相比，网络广告对受众的强制性弱一些。因此，如果广告客户不能确认自己的广告能否在网上被上网者接收并对他们产生一定影响，他们就会愿意把广告放到稳妥一些的传统媒体上。

实行分众化、个性化服务的结果，则可以比较好地明确网络版的读者，也就是广告接收对象。这样，广告的目的性就大大增强了。

二从长远看，印刷报纸走“综合化”道路仍将有自己的市场

与网络报纸相比，传统报纸要实行分众化传播，存在着一定的障碍，除了资金与物资上所需的投入外，报纸本身的特点，也决定了这种“分众”思路是粗线条的、单一的。对综合性报纸来说，搞分众，要么是根据地域发行不同版本，要么就是把报纸办得大而全，然后再由读者自己去各取所需。实际上，还是合的成分比较多。

那么，在高度分众化传播的未来，综合性的报纸是否还有生存的空间？答案应该是肯定的。

尼葛洛庞帝在《数字化生存》中，不但提出了一种完全个人化的《我的日报》的设想，也提出了一种《我们的日报》的设想：

“但是，到了星期天下午，我们希望以比较平和的心情来看报纸，了解一些我们从来都不会感兴趣的事情，玩玩填字游戏，看看好笑的漫画，顺便找找大减价的广告。这可以称为《我们的报纸》（The Daily Us）。在一个阴雨绵绵的星期天午后，你最不希望看到的，就是有个紧张兮兮的界面代理拼命想帮你去掉看似不相关的信息”。

（《数字化生存》182页）

他的这段话，指出一种普遍现象：人们使用媒介的目的会因时间、地点、环境、心情等因素而变化。大众传播的“使用与满足”理论也说明，人们利用媒介的动机是多种多样的，如“实用动机”、“休憩动机”、“夸示动机”、“环境监测效用”、“心绪转换效用”、“自我确认效用”、“人际关系效用”等，这也就表明，媒体除了是人们获得信息的手段外，还可能是人们用来完整了解外界并据此而调整自己的一种手段，或者是他们用以消遣、打发时间的方式。而过于专业化的服务有时则不一定能满足他们的这些需求。

从另一角度看，“分众化”服务的出发点是更好地满足人们的个性需求，但从心理上看，尽管人们有着个性化需求的倾向，但也不时会产生了解自己圈子之外的世界或归属于大社会的愿望，网络上专业化服务则很可能把人们圈进一个个小的圈子中，而且这个圈子往往是只属于网络世界的“虚拟”社区。因此，人们回归社会的愿望应当会更加强烈，这时，一张综合性的随手可得的印刷报纸，可以最方便地让他回到“世上”。何况，印刷报纸的“白纸黑字”比网络世界里看不见、摸不着的“比特”更实在，它会让人们产生信赖与依恋。

中国人民大学的喻国明教授在《关于未来五年我国媒介产业发展态势的若干预测》一文中也指出，未来印刷报纸的竞争是“全面性与丰富性的规模竞争，报纸的特色只有在强化而不是削弱其全面性的前提下才是有益的”。（《第二届亚太地区报刊与科技和社会发展研讨会论文集》131页）

一方面是印刷报纸不容易实现有效的分众化服务，一方面是未来社会仍然需要综合化的报纸，那么，从长远来看，印刷报纸就不必勉为其难，挤到“分众化”的道路上。把“分”的任务交给网络版，而印刷版则保持其宏观的综合的优势，应是一种未来可能的格局。

讨论网络版与印刷版的关系，并不是要把网络版与印刷版始终捆绑在一起，而是说明，它们各有自己的优势与不足，两者应该互相利用。实际上，从长远来看，网络版应该摆脱对印刷版的依附，而成为在网上独立发展的一种媒体手段。

第三章网络报纸在网络中的功能

在中国报纸发展的早期，人们对报纸的功能就有了很清楚的认识。徐宝璜先生在他的《新闻学》中将新闻纸之职务阐述

为“供给新闻、代表舆论、创造舆论、输灌知识、提供道德、及振兴商业”。随着报纸实践的发展与深入，人们对报纸功能的认识也日益加深，但报纸的基本功能似乎仍然没有超出以上几条。但网络报纸是一个全新的事物，那么，它的功能会有什么变化？

网络报纸的生存空间是网络，所以讨论网络报纸的功能，应该把重点放在网络上。

随着网络技术的发展，网络的功能将愈来愈丰富，也涵盖了原来大众传播媒体所有的功能。各种各样的站点都会极力争取自己在网上的生存，竞争也必将十分激烈。那么，网络报纸在网上是否还有优势？它将如何进行变革才能顺应网络发展的需要。本章将从网络传播的格局中探讨网络报纸在网络中的功能，以便从中对网络报纸的编辑思路与方向产生指导作用。

第一节 由少到多与由多到少

——网络报纸的新闻传播功能

在大众传播的理论中，一般将传播分为五种：人内传播、人际传播、组织传播、群体传播和大众传播。而大众传播的重要特点之一，它是由专业化的传播机构从事的有组织的活动。之所以需要专业化机构来进行传播，主要是因为在过去传统的媒介方式下，需要有一定的物质技术基础，才可能通过这些手段来大量复制信息。但是，由网络传播的特点我们可以看出，网络传播可以用很简单的方式实现信息的大规模的传播与大量复制，这就打破了只能由专业机构进行这样的大规模的信息“复制”工作的局面。非专业化组织、机构以及个体也有了加入到网络传播的可能。

BBS和Usenet便是个人参加网络传播的两种方式。

BBS即BulletinBoardSystem——电子公告板系统，它是网络上的成员进行信息与意见的交流的场所，就像一个可以自由地张贴布告的黑板。Usenet 称为网络新闻，它是分散的公告栏板，同样也是一个进行自由交流的方式。网络新闻通常把讨论组织成为一系列的主题，称之为新闻组（NewsGroup），用户可以根据自己的兴趣爱好参加某些新闻组的交流。BBS和Usenet的用户都可既为信息接收者，又为信息的发布者，用户可以隐匿自己的真实身份进行信息发布或表达自己的意见，在BBS和Usenet上的交流是平等的。

BBS和Usenet的出现，使个体也成为传播的积极参与者，并可直接发表自己的意见。但是这种传播的多元化格局也带来了很多问题。

参与传播的人数急剧增加，导致了网络中信息数量的爆炸。一方面，这反映了传播内容的广泛性，使得有着各种不同需要的人都可能在其中找到自己想要的信息，另一方面，这也导致了信息的超载，任何人都难以承受如此的信息重负。在这无数的信息中，还夹杂着大量信息垃圾，因为很多传播者的传播目的具有不确定性，但这些无目的的信息却可以在网上大量复制与传播。

人人都获得了在网络上进行传播的可能，并不意味着任何在网上传播的信息都是有价值的。相反，信息太多太滥，更会唤起人们对高质量的可靠的信息的需求——有些人完全依靠这种高质量的信息，而有些人利用这些信息来起到防伪的作用。因此，人们对信息传播的需求会经过一个很有意思的循环：当传统媒介传播的信息量不足时，人们对网络传播的“大量”信息量抱以希望，而当网络传播的信息量大大超过需求时，人们又会渴望用最经济的方式获得最有价值的“少量”信息。这是一个从少到多，又从多到少的过程。

谁会成为这“少”中的一员呢？

在这方面，传统媒介有着自己的天然优势——“品牌”优势。

当假冒伪劣品开始泛滥时，人们更需要从“品牌”中寻找保障。传统报纸已运行了几百年，人们与报纸的关系存在了几百年，人们对报纸已有了较多的依赖与信任，特别是一些大报在人们心目中的地位已经相当牢固。所以，当人们在网上海要获得新闻信息时，总还是会天然地把传统媒体特别是有影响力的传统媒体经营的站点作为主要甚至是首要选择。

所以对于上网的报纸而言，品牌优势有两层含义：一是来源于“传统的大众传播媒体”这本身相对而言就是一种品牌，与其他信息的提供者相比，传统报纸有十分成熟的新闻传播经验，他们更懂得受众的需求以及用何种方式去满足这种需求，此外专业媒体拥有采访权和新闻发布权，它们的新闻也就更能保证其质量并为人们所重视。其二是，原来知名度高的印刷报纸已获得的影响力也是一种品牌。特别是当上网者需要得知别国信息时，首先必然是访问这个国家的最知名的报纸。

但是，品牌只是一种资源，它不等同于成功。如果网络报纸不能提供最权威的新闻信息，久而久之，它的品牌优势就会自然丧失。上网报纸要保持品牌优势，就应该进一步提高新闻信息的质量上下功夫，这主要包括三方面：

1把握新闻价值——避免因网络容量无限而带来的对新闻不加选择、捡到筐里都是菜的做法；

2确保新闻准确性——真正起到“防伪”作用；

3追求新闻报道的深入性——由“深入”产生自己的个性与影响力。

我们可以看到，以上几条使得网络版编辑的责任变得更加重大。

第二节 言论自由与舆论导向

——网络报纸的舆论功能

在传统大众传播社会中，大众传播媒介对社会舆论的形成起着十分重要的作用。按照德国学者E·诺埃尔的“沉默的螺

旋”的假设，舆论的形成与大众传播媒介营造的意见气候有直接关系。因为大众传播有三个特点：多数传播媒介报道内容的类似性——由此产生共鸣效果；同类信息传播的连续性和重复性——由此产生累积效果；信息到达范围的广泛性——由此产生遍在效果。这三个特点使大众传媒为公众营造出一个意见气候，而人们由于惧怕社会孤立，会对优势气候采取趋同行动，其结果，造成“一方越来越大声疾呼，而另一方越来越沉默下去的螺旋式过程”。

尽管这一假说过分夸大了人的心理中从众行为和趋同心理的作用，但它在一定程度上反映了大众传播媒介对舆论形成所起的重要作用。同时，诺埃尔还把舆论比作社会的皮肤，以表明大众传播媒介在维持社会整合方面所起的重要作用。

在网络传播环境中，尽管大众传播媒体的几个特点仍然存在，但与过去相比，传播的整个结构发生了巨大的变化，网络传播也使得过去难以产生全面社会影响的其它传播方式有可能更深刻地作用于更大范围的受众，大众传播媒介对舆论的影响力也由此受到削弱。随之而来的，可能是过去相对比较明朗的意见气候会变得错综复杂。

另一方面，在“沉默的螺旋”假设中起重要作用的“从众心理”也可能会因为网络时代的到来而有所改变。从心理学的角度来说，从众心理的产生主要是由于对孤独的惧怕，但这种心理可能是在人们的生活圈子较小的时候表现得比较强烈，这时一旦人在意见上陷入孤独，往往也意味着他在其它方面也陷入孤独，而且这种局面没有积极的办法可以扭转。

但是当人们的交往能力随网络技术得到扩展时，人们的交往空间也得到了极大的扩展——除了物理世界外，还有网络世界，因此，消除孤独的方式也变得多种多样。如果一个人在网上的某一个社区里得不到承认，他可以转向其它社区，这时，他采取的往往不是消极的从众措施以保护自己，而是转向更可能获得承认的方法。

此外，网络时代被认为是一个尊重个体的时代，它更承认人们个人意见的表达与个性的发展，所以相对来说，传统的从众心理可能会表现得较弱一些。

因此，从各方面来说，网络社会会是一个舆论更分散的时代。但是舆论的过于分散，并不利于社会的整合，舆论的极度混乱甚至可能会带来社会的崩溃。所以网络时代仍然需要形成一定的主流舆论。

对于网络时代如何形成较为一致的舆论环境，现在似乎还难以预测，但是传统媒介过去形成舆论的一系列经验应当还在一定程度上可以起作用，与其它传播者相比，它对舆论形成的原理与机制有更多的了解。所以能更有效地利用这些来进行运作。

从受众来看，大众媒介存在的时间已经很长了，人们对传统媒介的信赖还会在一定程度上起作用。而且在所有传播机构中，大众媒介的影响面是广泛的。上网后的报纸不但拥有老的读者，还拥有一批新读者，因此，它们的影响力仍然是不容忽视的。

另外，从政府或其它过去控制媒体的集团、组织角度来看，他们除了直接在网上传播自己的声音外，还需要继续利用媒体，以表明客观性。所以它会扶持如网络报纸这样的媒体传达自己的意图，以影响社会舆论。

从一般意义上说，既然人人都有权在网上发表意见，那么，媒体自然也不例外。只是媒体意见的作用可能导致着两方面的效果：一方面，它可以成为一种参照，让人们感知意见环境中的主要气候；另一方面，媒体如果依仗自己的势力把舆论强加于人，又会招致反感。所以网络报纸不应该把舆论的功能从自己的任务单中清除掉。

同时网络报纸也应该意识到自己不再是可以随意左右舆论的老大，也不再应是违背民意，把自己的意志强加于人。

网络传播的特点使得网络报纸可以更多地了解受众的想法，可以让更多的人参与到意见的交流中，从中引导舆论的形成。其中读者的“网上论坛”就是一个十分重要的方式。但是，与一般网上的BBS或聊天室不一样，网络报纸的网上论坛是应该由编辑来进行方向把握的，否则只能是带来更多的混乱。

第三节 无序化格局与自律

——网络报纸的教育功能

网络传播的另一个局面是，由于任何一个人都可以在不暴露自己身份的情况下，进行大规模的传播活动，这就使得网络上信息来源变得十分复杂，有时根本无法确定。在网上流行一句“名言”：在网上，没有人知道你是一条狗。

由于传播者身份的不确定性，许多传播行为就可以不必承担道义与法律上的责任，这也就导致了大量有害信息的传播。于是，网络传播整体无序化状态可能带来的恶劣影响也就会与日俱增，而且与传统媒介手段相比，政府或有关部门要对此进行控制也比过去要难得多。

许多国家的政府都认识到这一问题的严重性，因而试图通过立法来对此加以干预。美国就是其中一例。

1996年美国国会以多数票通过了主要针对电脑网络的《传播净化法案》，2日8日，美国总统克林顿签署了这一法案。法案一项主要内容是，通过因特网向未成年人传播不道德或有伤风化的文字及图像，一旦查出，将处以罚金25万美元和最高可达两年的有期徒刑。很显然，这一法案的目的是为了保护未成年人免遭网络的毒害。但是，它却受到了美国公民自由联盟、出版界和电脑界等不少组织和机构的联合反对，这些组织还向费城法院提出诉讼。结果，当年6月，费城法院的三名联邦法官组成的小组作出了否决《传播净化法案》的决定。理由是，自由自在地在全球传递信息的电脑网络，理应得到最高级别的言论自由的保护，诚如因特网的力量在于无秩序一样，我们的自由的力量也在于那个得到宪法第一修正案保护的言论表达不受束缚所带来的无秩序和不协和。尽管这一决定仍然引起很大争议，但它从一定程度上表明，在互联网上进行传播的严格控制已经不像对传统媒介那样可行。

即使美国政府的《传播净化法案》得以通过，也未必能奏效。因为，信息传播者可以通过在别国注册域名或利用别人的

服务器来进行传播活动等手段逃避本国法律制裁。

也有人提出用技术的手段来限制网上有害信息的传播以及限制未成年人接收这些信息。这一手段也已在实践中得以运用。但是也有人反问道，如果还没有从法律上对什么是有害信息进行界定，那么，技术手段又将依据什么原则去执行呢？

看来，尽管网络的管理问题已引起足够的重视，在实践中却难以在短时期内得到根本解决。大多数人认为，提倡自律是目前的重要任务。

一些人士在为网络传播的自由辩护时认为，实际上网络上的有害信息一般不会自己找上门去毒害人，网络传播的内容更多的是使用者选择的结果，这一点与电视大不相同——人们在接收电视信息时，完全处于被动的地位，只要坐在电视机前，不良的内容就可能出现在眼前。因此，制止网络上不良内容的传播不可能，但制止接收不良内容是可能的，这就要求使用者有辨别能力，有正确的是非标准。

这些说法，可能并不全面，但是在政府行为和法律手段的实施有一定困难的情况下，要避免网络传播的极度混乱，的确应该帮助传播者与接收者形成一定的判断是非的能力，而这在一定程度上依赖于网络时代教育的发展。传统大众传播媒介的主要功能之一就是教育。根据联合国教科文组织《多种声音，一个世界》的报告中对教育功能的阐释，它是“传播知识以便促进智力的发展，培养人的品格，并使在人生各个阶段获得各种技能和能力”。应该说，在网络传播时代，专业媒体所承担的教育功能不应该削弱而应该加强。网络报纸自然也不应当例外。

当然与专业教育机构相比，网络报纸更多地不应以知识或技能的教育为目标，而应把重点放在对人的价值观与品格的影响上，它所能采用的方式，也往往不是灌输，而应是“润物细无声”似的方式产生长期的累积影响。这就要求编辑在工作中，对自己提供的各种内容所能产生的长期影响做更多的估计。

第四节 物理世界与网络世界

——网络报纸的沟通功能

网络构成了一个新的生存空间，一般人们称之为“CyberSpace”（网络空间或电脑空间），这是一个与人们生活的现实的物理世界有很大不同的生存环境。有人将其特征表述为“虚拟”，而我个人认为，网络空间也是“实际的”。尽管在这里一些物理的感觉无法实现，

但是它所进行的交流等活动都是切实的，而且与传统大众媒体时代相比，人们更多地是主动地进行传播与交流的参与，而不是被动地从媒体所形成的“拟态环境”中去进行间接的对环境的认知。所以，在网络高度发达的时代，网络会成为物理世界之外的另一个世界，如尼葛洛庞帝所说的“原子世界”之外的“比特世界”，这时人们的生活具有双重性。

在物理世界里，人们的活动主要是为了物质生存，因此，主要活动和交流空间是以职业为中心的。而在网络空间里，人们可以摆脱物质生活的束缚，主要的目的是为了精神的交流，这时人们的关系主要是以共同的文化归属为维系的。（当然，电子商务、电子购物等方式可以使物质生活在一定程度上侵入到网络空间，但那只是一种高效率的工作、消费方式而不是网络化生存的目的）。尽管网络空间的交流方式有它的缺憾与问题，但是它对于扩展人们的交流能力以及促进各种文化的繁荣是能起到一定积极作用。而且不管我们是否愿意，这种网络化生存已经开始变成现实。

美国“因特网档案”（InternetArchive）的创办者及总裁布鲁斯特·卡尔认为：“麦克卢汉的地球村的观念是错误的。有了因特网后，我们建造的不再是地球村，而是一个有很多小村庄的地球，每个村庄都有自己独立的文化。村庄与村庄互有重叠，散布于地球各个角落，一个人可以同时成为好几个村庄的‘居民’。”（《未来英雄》第140页）

不管这话是否完全正确，它在一定程度上为我们描绘了未来网络空间的图景，那就是它将由无数的网上社区以及由此形成的亚文化群落构成。这些社区与文化群落有一定的封闭性。因此，不同的社区之间、不同的文化群体之间的交流将变得十分重要。而物理世界的政府或机构不一定能对此直接产生作用。一些影响广泛的网络报纸所具有的新闻信息传播功能则可以很好地完成不同社区之间、不同文化之间的交流与沟通作用。

这一点，也表明了上网的印刷报纸与网上自生的网络报纸的不同。网上的报纸一般来说是为了吸引一定的具有共同兴趣的特殊群体而形成的，所以本身就带有一定社区性质，也就难以承担起更广泛的交流任务。

所以上网的报纸应该在协调网上社区与文化方面做出自己的努力。但现有的网络报纸主要还是以物理世界为报道对象，随着网络的发展，网络报纸也许应该投入更多的精力关注那个物理世界之外的网络世界。

另一方面，网络报纸还将是沟通物理世界与网络世界的一个很好手段。因为它的性质决定了它对两个世界都有同样的兴趣，因此可以成为一扇窗户，使两个世界互相观照。

除了这些功能以外，我以为，传统印刷报纸在提供娱乐、促进经济信息交流与商业活动方面的功能应该是有所退化的。因为大量的特色网站可以提供更好的更深入的娱乐方式，而许多商业机构也已上网并从事网上商务活动，报纸本身没有必要为此投入太多力量。但也有些网上大报的目标是形成网上的集信息服务、娱乐与商务活动于一体的集团，那么，这时，娱乐与商务方面的活动已是从报纸中分化出去，成为一种独立的经济实体。

此外，我以为，在本章中讨论的网络报纸的功能只是说明主流网络报纸的发展思路，因为，在网络传播激烈的竞争中，一些网络报纸会改变生存策略，而渐渐失去原有的大众传媒的特性，它们的功能也就会发生变化，不能一概而论。

由于网络传播只是处于初级阶段，所以本章只能是沿着现有的报纸功能的思路对未来作一些预测，正确与否有待实践检

验，但做这样的分析与预测，可能有助于认识网络报纸在网络传播中的特殊地位与作用，从而在网络报纸的编辑工作中采取更明确的方法与策略。

第四章 上网报纸与网上其它站点的关系及编辑策略

网络是网络报纸的生存空间，这个空间是充满竞争的。竞争对手也不再仅仅局限于传统的几大媒介。本章将对网络报纸的主要竞争对手进行一定分析，并由此说明网络报纸可能的竞争策略以及对编辑工作的影响。

第一节 网络报纸与上网的其他传统媒体的关系

对网络报纸构成威胁的首先是其它上网媒体。

目前全球上网的报纸数已超过3000家，而这些报纸过去的发展道路比较相似，上网以后的经营思路也大同小异，媒体的服务方向是基本一致的，何况都把上网当成一个巩固原有势力或改变原来命运的机会，所以彼此之间必然会有一番较量。

其次，上网后的报纸必然想要扩大其读者范围。但受地域因素及语言因素的影响，要想打入到原来不属于它的地盘，就必然会受当原来占据这些地方的媒体的“抵抗”。

广播电视上网后，也对网络报纸构成了相当的威胁。在传统媒介时期，报纸、广播、电视各有自己的弱势。报纸只能提供文字、图片，广播只有声音，而电视虽然集声音、图像、文字等为一体，但它的可保存性较差。三大传统媒体上网后，却有了彼此取长补短的机会。相对来说，国外一些本来就集广播、电视于一体的广播公司，很快就在网上找到了一种新的模式。当我们访问CBS（哥伦比亚广播公司）的站点时，感觉上与访问报纸的站点差不多，因为大量新闻也是以文字形式呈现在我们面前的。但它又比一般网络报纸多了很多音频和视频信息，即可以让人听录音、看录像，甚至可以收看网上直播。与报纸相比，在已有的广播电视节目素材上增加文字材料不是一件困难的事，但是对于报纸来说，增加音频视频信息就不是一件容易的事。因为它过去没有相应的人力与物力。对于它来说，多媒体时代是一个全新的课题。当然，从技术发展的角度来说，当语音技术成熟时，报纸可以推出它的“听”版本，但在目前，相对来说，它的手段会比广播电视要少。即使是行动较早的《人民日报》这样的网络版，尽管新设了音频视频信息的栏目，但操作起来还不能像广播电视机构那样驾轻就熟，这样它的发展就会受到很多因素的限制。

以上几方面的情况表明，传统手段下的媒介竞争搬到网上后，会愈演愈烈。

在这种形势下，上网报纸要取得一定发展，最重要的是要形成自己的特色。

这种特色可以表现在几个方面：

1在某一方面的权威性 or 影响力

对于国外的读者来说，《人民日报》虽然办得不像某些报纸那样活泼，但它是了解中国发生的各种大事、洞察中国政局变化、了解中国政府在重大事件上的态度等方面一个十分有用的窗口。在这方面，《人民日报》的权威性是不可替代的。上网以后这一点也不会改变。当然不是所有报纸都会具有《人民日报》的天然优势，但它们可以努力形成自己在某一方面的权威性 or 影响力。例如，《光明日报》在对知识界报道方面的影响力和《北京青年报》的印刷版在社会新闻方面的影响力等都应当争取延续到网络版。《人民日报》网络版负责人蒋亚平认为，任何一家报纸都不可能是完整全面的，但它们合起来会造成总体的平衡。从这一认识出发，如果每一张报纸都发挥自己某种权威，最终就会提高整个网络传播的权威性与影响力。

2地方特色

上面说到网络报纸应该更多地面对它的“远”读者，但这并不意味着它要变成一张只谈国际大事的报纸。相反，因为重大事件有众多媒体参与报道，而许多地方性报纸本身又不具备参与深入报道的能力，与其占用自己的页面登众所周知的东西，还不如保持自己在报道地方新闻上的优势。当然，这时，它的指导方向不是办给本地人看的本地报纸，而是给外地人看的地方报纸，所以它对新闻价值的评价尺度、新闻报道的切入点、新闻写作的手法等方面，都应该有所调整，而特别重要的是，它应该是准确的。

3社区特色

由于网络报纸在网上的拥挤状况，一些小报纸既无法形成权威特色，又无法形成地方特色，因此，它也许只能进一步缩小其服务范围，改变服务方式，成为如许多网上自生报纸一样的带有社区性质的报纸。它的功能除了信息交流外，更多地是形成特定的文化氛围与情感氛围，使它成为某一类人或某一群体人所信赖的网上报纸，这时，它的新闻主要就集中于与该社区有关的方面。

4文字报道特色

前文提到，在与上网的广播电视竞争中，报纸在一定程度上处于弱势。但网络报纸没有必要感到自卑。因为印刷报纸多年来形成的文字报道优势仍是可以起作用的。广播电视站点中的材料，大多为相关节目的解说词，而解说词是以声音或

画面为中心的, 所以有些站点的文字稿件并不能像报纸的文字稿件那样完整地传达信息或表达思想。事实上, 在对一些提供综合信息服务的ICP站点的访问中可以看到, 它们引用的主要是报纸或通讯社的稿件, 而不是广播电视台的新闻。当然, 一旦广播电视机构意识到这一点而开始进行独立的文字报道时, 报纸受到的威胁会更大, 报纸应继续探索如何加强文字性报道的深度。

5 页面设计特色

目前上网者, 有相当部分属于“网虫”, 他们对网页设计好坏的关注有时甚至会超过对内容的关注, 因此个性化的网络版页面设计有可能会使一个报纸的站点在成千上万个网页中脱颖而出。但是个性特色并不意味着必然就是滥用技术的、复杂如迷宫般的页面。相反, 网络报纸的页面设计特色应以实用为本、兼有审美价值。对于我们来说, 这是一个全新的课题。本文在第六章对此有所分析。

总体来说, 做好网页设计除了要求编辑具备很好的版面设计的功底外, 还要求他们熟悉网页设计的原理与技术, 具有较高的审美趣味, 而最重要的是, 应对网络版的功能有着清醒认识。

6 服务特色

正像印刷报纸已不把自己的内容局限于新闻一样, 网络报纸除了提供新闻外, 还应该提供综合服务。较之其它几方面, 服务特色更容易产生而且更有效。现在有很多网络报纸都有这方面的服务, 如《今日美国》的找工作服务、一些计算机专业网络报纸的软件下载服务、《泰晤士报》的填字游戏等。

第二节 网络报纸与ICP的关系

ICP (Internet Content Provider), 意为Internet内容提供商。它是针对Internet上信息太滥而有用的信息少、经过加工的信息少的局面而产生的。目的是通过有目的的、高质量的信息的处理与加工, 向网络用户提供特定的信息服务。ICP的服务内容是多方面的, 主要有网络导航、搜索引擎、各种有价值的数据库、分类信息或新闻信息、网上社区等。因此, ICP的出现, 体现了网络时代对信息处理的重要性。

1998年来, 一些人在ICP概念的基础上, 又提出了“网络门户”的概念。

网络门户 (Portal site) 是指在用户浏览器中设置的“Home”, 即用户设定的进入Internet的第一个站点, 是通往Internet的大门。一般认为一个站点要成为网络门户, 应该具有三大功能: 功能强大的搜索引擎, 方便易用的个人免费Mail, 无所不包的频道内容即提供各种分类信息。它在功能上必须体现立体化、多元化的特点, 同时又有自己独特的、不可替代的信息内容。(1998年11月23日《互联网周刊》) 由此可以看出, 网络门户的作用一是给上网者以全面的信息导航, 二是给他们提供网络的各种服务。

门户是网上众多ICP们的理想目标。这是因为它的理想是成为成千上万上网者的必经之路, 甚至有人把门户定义为All In One, 即一步到位, 也就是说, 一个真正的门户可以包揽一切, 用户到了这里就不必再访问其它站点了。这除了会给它带来声誉以外, 还会带来可观的经济效益。难怪有人称这个概念把普通的网站概念升华到了战略经营的高度。

无论是一般的ICP还是在网上占有重要地位的门户, 它们对网络报纸的冲击都是不可小视的。大多数ICP都有新闻信息服务。它们的新闻服务一般来说都建立在网上的各种新闻站点特别是网络报纸和通讯社的基础上, 对专业新闻媒体已有的新闻信息进行加工处理。其形式主要有: 汇集各报要闻、发布最新新闻、编辑新闻专题、新闻搜索等。有些站点包括了以上各种功能。如“搜狐”(www.sohu.com)。

ICP在新闻方面的服务, 给网络报纸等带来了一种局面: 一方面, 由于这些ICP利用专业媒体的新闻, 便会在一定程度上引起人们对这些媒体的注意, 扩大他们的影响力; 另一方面, 既然人们在ICP那里可以读到经过加工的新闻, 似乎在一般情况下, 就无需再访问网络报纸等新闻站点, 这也就必然在一定程度上削减人们对网络报纸的直接访问。

这里, 还涉及到一个知识产权的问题。虽然在国际版权公约、中国的著作权法中, 一般时事新闻都是不受保护的, 但是网络报纸的新闻一般还是被当作一种有版权的知识产品。因此, ICP们无偿引用各网络报纸新闻的做法, 引起了网络报纸的强烈不满。1999年4月, 包括《人民日报》、新华社在内的23家中国新闻媒体在北京召开了网络新闻媒体会议, 并原则通过了《中国新闻界网络媒体公约》, 其目的是呼吁加强网上新闻的知识产权保护, 形成公平的竞争环境。

但从实践上来看, 要完全解决ICP与网络报纸的知识产权纠纷, 形成网上规范的竞争环境, 还有一段路要走。在这种情况下, 网络报纸如何更好地保护自己的优势产品——新闻, 也就成为一个十分重要的问题, 甚至可以说, 它事关日后网络报纸的生死存亡。

现阶段也有一些ICP正尝试用合作的方式获得网络报纸新闻的使用权, 也就是让网络报纸把新闻卖给他们的站点。但从长远发展看, 卖新闻终将是为人作嫁, 所以很多网络报纸始终没有采取这种短期行为。

网络报纸的一种可能的对策, 是把自己的新闻信息加工工作开展起来。因为, 如果这些加工后的信息是独特的, 就会吸引大批上网者到自己的站点而不是ICP的站点。目前, 大多数网络报纸都有自己报纸的全文数据库服务, 这是信息加工的第一步, 下一步, 便应该把眼光放得更开一些。

《人民日报》在这方面可以说是有自己的战略眼光的。除了维持它原有的报纸的功能外, 它还在不断地利用自己的原有

优势，开展信息的加工服务。除了本报全文数据库以外，它还带有极具中国特色的《邓小平文选》数据库、“外交部发言人”数据库。1999年，开始了《中国地方新闻联播网》，汇集了各地的一些主要新闻，为此，他们正在努力形成一个全国范围内的信息网。

《人民日报》的发展思路，给网络报纸提供一种启示：网络报纸不应拘泥于仅仅作一个简单的“原创”信息的生产者，还要努力成为信息的加工者，这正如农民由传统的卖农产品转向进行农产品的深加工并由此获得更高经济收益。

第五章网络版编辑方针的制定

目前，大多数网络版都有专门的编辑部，在专职编辑，《人民日报》网络版则已有自己的专职记者，他们在1998年中国的“两会”期间首次以网络版记者身份亮相，引起人们的关注。而在美国《纽约时报》网络版，有40名专职记者，在《今日美国》网络版，仅体育方面的专职记者就有十多人。

这些都表明，网络版虽然脱胎于印刷版，但最终应该是成为一支独立发展的力量。

而从前面的分析我们可以看出，印刷版与网络版是有着不同的特点的，明确了这一点，我们在进行网络版的编辑时，就应摆脱原有的印刷版编辑思路的束缚，制定独立的编辑方针，以便采取更有效的手段来获得网上的优势。

传统的印刷报纸的编辑方针的制定包含以下内容：

确定报纸的读者对象；

确定报纸的内容；

确定报纸的水准；

确定报纸的风格。

这些原则对于网络版应当仍然有效。因此，下面将主要从报纸的读者对象与内容两个方面，对网络版如何针对新的情况制定自己的编辑方针进行一定分析。

第一节网络报纸读者对象的确定

一用科学的读者调查了解自己的潜在读者

网络版需要重新定义自己的读者群，这不只是一个观念的转变问题。更重要的是，要做好读者调查。现在一些网络版已经有了读者调查的意识，例如，《人民日报》网络版设有一个《金报网上调查》的栏目，用交互式问卷的方式进行网上调查，而《中国日报》、英国《泰晤士报》、美国《纽约时报》等一些报纸则在读者可以进入真正的主页前就进行读者登记。但这还只是读者调查的初步，它只能获得读者情况的最基本数据。进一步，读者调查也应包括读者上网后的有关行为的调查与分析。一些美国学者在对Philadelphia InquirerandDailyNews报的网站www.phillynews.com进行个案研究时，就是着重研究上网者的行为模式，例如，每个访问者在该站点停留时间平均多长、平均阅读的网页数，网站在一天中哪个时段访问者最多，一个星期中哪一天访问者最多，访问者从何处上网、有何目的等。（见《News ontheWeb》一文，原载英国《Convergence》杂志94页）虽然不是每类数据都有充分的说服力，但是进行这样的行为调查无疑会进一步明确读者使用网络报纸的目的，以帮助编辑部制定编辑方针，筹划自己的发展方向。

二从潜在读者中定义出自己的目标读者

严格科学的读者调查只是了解自己的潜在读者对象及他们的网上行为方式的一个途径。但真正要在制定编辑方针的高度上来确定读者对象，还应该区分潜在读者与报纸的目标读者。因为上一节已提到，在网上的激烈竞争中，大多数报纸只能走分众的道路，即定位于一些比较小的读者群。否则很可能费力不讨好。如何才能找到适合自己的定位呢，下面几方面是需要考虑的：

1报纸原有的影响力

对于一些原来就有较高声誉的报纸，相对来说，它上网以后，仍然在一定程度上保持其影响，因此，它的目标读者对象的范围就可以较宽。而影响较小的报纸，则应采取以小胜大的策略。例如，新加坡《联合早报》过去印刷报纸只限于新加坡地区，其影响不是很大，上网后，它没有把自己的任务定位在征服全世界上，而只是把目光集中在华人特别是具有大陆背景的华人身上，因此，它从内容的选择到整体风格的设计，甚至包括中文平台（它只有中文简体版本），都是面向这一类读者的。而事实证明，他们的做法是明智的。

2报纸在网上的优势

报纸上网后，面对的是一个十分广阔的空间，这时，原来一些印刷报纸的劣势处境会得以改变，有些甚至可能会成为优势。例如，作为一张中文报纸，新加坡《联合早报》在新加坡国内处境越来越艰难，因为新加坡29岁以下的人，受英文教育的程度远远高于受中文教育的程度，因此，“中文报纸”这一特点在印刷报纸中是它的劣势所在。相反，上网后，这一点却使它有可能产生出自己的优势。因为在华文圈中，与香港报纸相比，《联合早报》更关心政治，国际新闻比重较大，这一点与中国读者的需求相切合，而与台湾报纸相比，《联合早报》的立场更中立些，在一定程度上更客观些。这些长处，使得不少中国大陆及其它地区的华人读者都愿意把《联合早报》当作一个重要的窗口。所以，它吸引了大批中文读者，特别是具有中国背景的读者。设想一下，如果它是一张“英文报纸”，那么，它是无力与美英等国的英文大

报相抗衡，也无从获得为数可观的华人读者，那么必然会陷入一种两难的境地。

3潜在读者中的优势群体

网络版的目标读者是从它的潜在读者中产生的，这些读者虽然可能分布广泛，从整体上看没有显著一致性，但是可以从其中大致找到一个或几个优势群体，也就是具有较明显特征的群体。正如《联合早报》把具有大陆背景的华人作为自己的优势读者群体一样。

第二节 网络报纸内容的选择

一 网络版在内容选择上应有国际意识

网络报纸处于一个更开放的网络空间，所以网络版应当加强它的国际意识。对于中国网络报纸而言，这一点尤其重要。前文已经说明，中国的上网者有自己的独特层次，他们特别关心国际新闻的报道，但目前中国报纸在这方面似乎不尽如人意，所以很多上网者都不是通过中国的网络报纸来了解国际新闻而是通过国外的报纸。有关资料显示，新加坡《联合早报》的访问者中有50%的是中国大陆的读者。中国的网络报纸如果不加强国际方面的报道，就会在一个真正的国际竞争环境中失去原本属于自己的读者。

但是，不同的报纸驾驭国际新闻报道的能力是不一致的，一些大的报纸，在人员、资金、设备等方面都有自己的优势，对重大新闻可以进行深入的报道，但一些条件不具备的报纸则很难在这方面与大报纸相抗衡。所以，网络报纸应该扬长避短。即使像《联合早报》这样已经具有一定国际影响力的报纸也不是把所有国际重大新闻作为自己的报道重点。如

“北约空袭南联盟”的新闻就没有被放到最重要的位置，这不是因为报纸对这个事件不重视，而是因为《联合早报》不具备直接参与对此事进行报道的能力，而在网络的开放空间里，人们完全可以通过中国、美国、英国等国其它报纸来了解这一事件。与之相比，《联合早报》更注重亚洲地区特别是与中国有关的报道。

所以，网络版应更好地开展与自己的目标读者有关并且能发挥自己特长的国际新闻报道。

另一方面，国际意识也表现为对国际大事的本地反响的报道，任何一家报纸都不可能把一个事件所引起的反响全面地报道出来，但多家报纸的共同作用则可以让人们从更多角度与侧面了解国际重大事件所产生的影响。而这也是那些地方性报纸发挥自己长处的时候。但似乎这一点还没有引起我国各网络报纸的高度重视，例如，在1999年3月到4月的关于北约袭南联盟的报道中，关于我国普通公众对这一事件看法的报道并不多。

网络版的国际意识不仅体现在报道什么与不报道什么，还体现在用什么样的角度和手法去报道。因为网络版更多地是服务“远”读者，而“远”的读者对新闻事件的背景的了解可能与“近”的读者有很大不同，他们的文化背景与价值观也会影响他们对新闻事件的判断标准，新闻报道不仅要告诉他们一些事实，还要从他们的角度为他们释疑解惑。

在内容选择上加强国际意识，并不意味着个性的丧失，恰恰相反，在一个开放的国际竞争环境中，只有个性才能使网络报纸保持自己存在的独特价值。这一点，本文已在第四章进行了重点分析。

二 网络版内容应该体现网络传播的特色

通过前文的分析我们已认识到，网络报纸与印刷报纸相比有不同的受众对象、不同的服务方式和策略，而网络版的内容正是体现它的这些特性的一个重要方面。

在中国报纸中，《人民日报》较早形成了网络版自己的内容特色。据该网络版的负责人介绍，《人民日报》站点中每天只有1/3左右的篇幅是印刷报纸的内容，其它2/3都是自己独有的。如它的英文版、日本版、它在不同时期推出的各网上专题、《地方新闻联播网》、它的视频新闻、网上的读者论坛以及网上书城等，甚至包括它的整点新闻也有很多不是来源于《人民日报》印刷报纸。

从《人民日报》的实践中，我们可以看出，要体现网络传播特色，网络版的内容应该要注意如下几方面：

1 发挥网络传播长处

与印刷媒介相比，网络传播具有很多优势。一方面，网络的容量与印刷版面相比要大得多，这也就为网络版刊登大量自己的内容提供了可能；另一方面，这些优势也体现在网络报纸的设计与制作中(对此，本文将在下一章重点分析)，如果网络版在选取内容时充分考虑到这些因素，就可以将内容与形式更好地结合起来。

2 发挥横向联合的优势

虽然ICP们与各网上新闻媒体之间存在着版权方面的纠纷，但从现阶段看，各网络报纸之间的合作是可能的，因为它们处于一种对等的、相互利用的关系，《中国新闻界网络公约》的制定也给这种合作提供了一种可以遵循的原则。所以网络版在内容的选择上不仅应该充分发挥自己的潜力，而且应该通过加强与其它网络报纸的横向联合，扩大自己内容的覆盖面与深度。例如，《人民日报》的IT新闻，有很大一部分是借用了IT方面专业报纸的内容，这使它可以避开自己在该领域报道上的劣势，而把最好的新闻信息提供给读者。《光明日报》把自己报业集团所属的各家报纸作为一个整体放到网

上，使之既有《光明日报》的政治性色彩，又有《生活时报》的服务功能，还兼有《中华读书报》的文化品位。

3综合各种服务的优势

网络报纸的可以提供的服务是多种多样的，因此，它的内容与印刷版相比也可能会更多样化。这需要我们进一步打开思路，借鉴网上其它成功站点的一些经验。如《北京青年报》利用网上聊天室推出了读者与名人直接在网上交流的栏目，《上海青年报》有了一定的网上社区的服务。当然我们不能盲目跟随潮流，而首先应该是对自己的发展方向有明确的定义，否则可能是邯郸学步，最终连自己原来走路的方式也忘了。

在开展各种服务时，还应注意各种服务方式之间的联系，也就是使它们能相互配合、呼应。如果只是孤立地设立一些服务项目，就可能分散有限的人力与物力，造成每个服务项目都“营养不良”。

网络版内容的选择，既体现在宏观的整体策划方案中，也体现在日常的稿件的组织与处理中。这时，传统新闻学中的编辑原理还将在很大程度上成为指导。只是这时应该时刻注意把这些原理与网络的特点结合起来。

三中文报纸应该更好地解决语言的问题

有了国际意识，有了体现网络特色的内容，网络报纸还不一定能真正走向世界，因为它所采用的语言是制约它能否面向全球读者的一个重要因素。对于中文报纸而言，这一问题尤为突出。一方面，它需要考虑没有中文平台的人如何阅读报纸，另一方面，它还要考虑如何让那些非中文使用者来获得自己的服务。对前者，目前的做法主要有两种，一是在自己的站点与可下载相应软件的站点建立链接（如《人民日报》），一是使用先进技术，实现平台无关性（如《华声报》）。对于后一问题，在网上智能翻译软件还不成熟的情况下，可能更多地依赖于相应推出一些新的语言版本。但要做到所有中文信息都有相应的外文版本，无疑是一件十分困难的事。《人民日报》目前的做法是，制作专门的英文版本、日文版本等，其内容针对读者的特点各有侧重，与中文版也有很大不同。

应该说，这不失为一种明智的做法，因为即使把每天的中文版一字不漏地翻译成其它语言，也未必有人一字不漏地看。实际上《人民日报》网络版的做法已比大多数网络报纸更早体现了分众服务的思想。

（责任编辑：）

收藏本文

！ 打印本页 ！ 关闭窗口 ！

读者留言

用户名: * 密码: (游客)请在用户名处输入化名, 无需密码
邮箱: * 游客发言需提交邮箱
效验码: * 请输入: 3714

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

▲ 返回首页

传媒资讯网 | 传媒学术网 | 传媒考研网 | 传媒博客 | 传媒社区 | 传媒书店

| 关于我们 | 会员注册 | 交换链接 | 联系我们 | 法律声明 | 广告服务 |

