



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

从盛大新浪购并案的报道说起

时间: 2005-3-24 16:59:45 来源: 搜狐文化论坛 作者: 方兴东 阅读228次

无限广泛的互联网为每一个人都提供了一个有价值的信息来源。网上有成千上万的人在不停地提供各种各样的描述和分析, 同时也有成千上万的人在浏览和吸收着别人滔滔不绝表述的想法, 一吐一纳之间, 这些资料往往会在瞬间积聚到一处, 爆发出巨大的力量, 就像突然爆发的海啸一样。

盛大收购新浪事件, 博客引发传播海啸

自2月18日至21日, 博客爆料盛大收购新浪股票的重大新闻, 72小时内, 内幕不断、分析不断、新闻不断, 卷起了巨大传播漩涡, 让人们见识到了移山倒海的博客力量。博客中国为此创设24小时滚动播报, 人人开通手机, 驻守电脑旁边, 关注事件发展, 未曾有丝毫放松, 可谓惊心动魄。

事情的真实经过是这样的。

2月18日下午, 博客中国出现一条几乎没多少人相信的消息: 《传盛大将收购新浪》。我们为此很兴奋, 觉得这是一个突如其来的新闻点, 于是召开紧急会议, 做好了应付突发情况的准备。

2月19日早上, 果然不出所料, 博客中国网站首页忽然涌现出上百条有关的消息和评论。我们适时的推出了业界第一个关于此事前因后果及发展走向分析的专题。

19日下午, 随着第一个高端访谈的完成, 尖锐的声音破空而来, 此起彼伏, 产生了第一轮舆论冲击波。料想当事人双方也在各自的烟雾腾腾的会议室内殚精竭虑。公众也在兴奋着, 期待着, 但网上消息不多, 直到晚上9点多, 才看到新浪发布了官方声明。

2月20日, 一夜之后, 在无数博客的推波助澜下, 博客中国变成了一个“盛大新浪事件”的信息海洋。有关的新闻、评论、分析、内幕、推测等等形成了庞大漩涡, 信息滚滚如大潮, 数量大、更新快、观点全, 展示出雄劲的博客传播力量, 迅速辐射到各大网站。

2月21日, 当人们发现盛大收购新浪已成定局的时候, 博客传播已经进入一个新的阶段: 我们不光推出了许多有影响力的相关专题, 还详实的披露了盛大收购新浪股票的各种内幕, 提供了来自海外金融机构对此事件的分析报告, 同时在博客中国的首页, 也以大幅度版面, 推出了《盛大收购新浪》巨幅页面, 全方位滚动播送大量有关此次收购的信息。由此, 大量网站、平面媒体和电视媒体纷纷跟进, 让事件的传播攀升到了一个新的高度。

- 新闻和娱乐的界限
- 请给记者更多的尊重
- 胡兴荣抄袭事件的启示
- 给假新闻建一个“黑名单”
- 新闻娱乐化辩证分析
- 谁在干预新闻自由?
- 超女不吓人, 评论才吓人
- “守望狗”与超级女声
- 新闻娱乐化的另类思考
- 质疑李希光的媒体病毒论
- 财经记者眼中的公关公司
- 娱乐节目 整死不偿命
- “超级女声”18怪
- 日右翼压制新闻自由
- 秘访“中国恶作剧联盟”
- 后芙蓉时代的传媒抉择
- “芙蓉现象”的文化反思
- 我说“有偿新闻”
- “采访必须收费”?
- 学术垄断造就“采访费”
- 草根媒体的11个层次
- 当“新闻”成为“八卦”

博客滚动传播，是博客中国独创的一种信息汇集方式。由数不清的博客生产信息，通过博客方式和编辑方式的结合与互动，让信息通过博客网站得到最大限度的传播，这是全面超越传统信息披露方式的传播。

当预计到会有庞大的流量集中到博客中国以后，我们大大扩充了服务器和带宽，做好充分的准备为博客们和网民提供全面和及时的服务。果然，访问量以几何倍数急速攀升。网站的努力，以及大量专家、网友积极提供自己的观点和对事情的深度而公正的分析，气势如虹的刻画了事件发展的几个阶段：传言阶段、议论阶段、分析阶段和揭晓阶段，充分展示了博客海啸般的力量，再次展示了互联网迷人的魅力。

有人说，如果你以后登录博客中国，发现博客中国在很多大事件上的报道深度、迅捷度和全面度上已经出现了全新的面貌，你将一定不会感到奇怪。因为博客的存在，将慢慢改变信息披露的方式，大众创造信息，将是未来的信息制造模式。

博客引发传播海啸不是偶然的，国内外有很多案例

博客现象始于1998年，2000年开始迅速发展，在信息传播领域已产生巨大冲击。

在国外，1998年1月17日，美国总统克林顿的性绯闻案首次被博客被曝光；2001年9月11日，无数的博客报道了恐怖袭击，让人们更详细的了解事件真相；2003年3月，世界各国的博客全面报道了伊拉克战争，让世人更全面的了解战争的本质；2003年5月，博客曝光《纽约时报》丑闻，改报主编下台；2003年6月，总统候选人霍华德·迪安，利用自己的博客增强竞选力量。2004年，博客首度参与报道美国总统大选。

在国内，2003年6月，博客针对互联网、短信色情泛滥现象进行了集中批评，引起政府部门高度重视，随后全面、彻底整治短信市场。这是著名的网络反黄运动。同年11月，国内3大门户网站刊登了博客木子美的报道，有关博客网站因访问人数太多而陷入网络塞车和瘫痪状态。博客在争议中走向大众。

2005年2月，博客王吉鹏在博客中国(www.blogchina.com)率先发布一条新闻《新浪又被传闻击伤？传盛大今晚收购新浪》，提到了业内传播的一个消息，“今天晚上Nasdaq开市后，传盛大宣布要收购新浪股份。”传播海啸又一次掀起。

博客谢文（和讯网CEO）在访谈时说，“博客中国有一个特点是专家和渠道都非常多，所以消息的准确性与及时性是非常强的。因此第一个发布这个消息是不奇怪的。我猜今天各个纸媒的消息都发布不了，得等到明天早上才能看到。这就是互联网的魅力，博客中国把这个魅力推到了极端。”

博客缘何会有海啸般的传播力量？

2005年是博客发展的黄金期，博客像成熟的果实，可以採收了。网站业者，莫不想让读者黏上，博客正是一个黏人的玩意儿。因为它是个人化的，所以能吸引忠实读者。但博客不局限于狭隘的“媒体”概念，而是一个综合性的网络工具，包括个人沟通交流、信息过滤、知识管理、娱乐消费等等大大超越媒体本身的功能。

目前博客发展处于初级阶段，全球数量1000万以上，已经步入主流。1/5的美国网民阅读博客。成熟的博客应用不仅仅是一种技术，而是以个人为中心的各项网络应用的“枢纽”，是互联网上展现个人魅力的基本工具，是体现个人智慧和价值的核心应用。

博客引发传播海啸，这仅仅是博客功能之一，未来的博客将成为网民在网上的精神家园，实现更多的社会功能。现在博客中国以百万用户为基础，综合门户、论坛、传统媒体等优点，创造出全新的发展模式：“博客门户+个人门户”。

博客门户即是通过博客技术，对海量信息进行筛选与呈现的网络传播机制，体现博客内容聚合和传播功能。个人门户即是以博客托管BSP为基础的各种消费类应用的集成。体现了用户聚合和个人的社会资本积累作用。

博客将向哪里去？

我认为，博客发展将经历如下几个阶段，每个阶段都有不同特征。

在导入期，博客大都以写为特征，写作是博客主流应用。

在发展期，注重以交互为主的个人应用集成。这一点在博客系统2.0版本中更加明显。博客中国还将推出更多的专业博客和应用领域的新型博客，如已经处于测试阶段的BT博客，以及其它等等。

到成熟期，将有一系列以消费为主的应用扩展，也将出现成熟商业模式。

到衰退期，自然产生新的替代者。

总的来说，从今年开始，互联网已经焕发了第二春，博客进入互联网主流应用。博客方式代表整个互联网的需求，博客可以让用户创造内容，人人都可以发布信息，这次报道事件里面，博客充当的主力军的角色，优势就充分体现了出来。我认为用户创造内容的模式将成为互联网发展的新动力，这也是博客中国努力奋斗的目标所在。

文章管理: mycddc (共计 4291 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: 报道

- 发展报道蓬勃发展 (2007-10-1)
- 典型报道的传播效果与新闻审美 (2007-7-29)
- 《朝鲜日报》对弗大枪案的报道策略分析 (2007-7-18)
- 帮报道员撑起成才天空 (2007-7-18)
- 典型报道的“骨”“血”“肉” (2007-7-18)

>>更多

从盛大新浪购并案的报道说起 会员评论[共 0 篇]

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.