



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

网络媒体：整合优于原创

时间：2004-12-23 10:57:28 来源：中国新闻研究中心 作者：凤飞伟 阅读1077次

发稿：中国新闻研究中心

作者：凤飞伟

单位：南昌大学人文学院新闻系2002级研究生

地址：江西省南昌市南京东路235号

邮编：330047

【内容摘要】整合作为网络主要的编辑手段，有利于网络媒体优势的发挥；强调整合的作用符合网络时代信息业采编社会化分工的趋势；高效的整合有利于网络受众获得信息，节省注意力资源。因此，对于网络媒体而言，整合的作用超过了原创。

【关键词】网络媒体 整合 原创

很多业界人士认为，因为没有采访权必然带来原创内容的缺失，所以网络媒体（特别是商业门户网站）没有采访权是其发展的最大障碍。有人甚至以采访权的有无作为网络媒体是否成熟的一个重要标志^①，而现在的网络媒体所采用的主要编辑手段——整合，被认为是网络媒体在没有采访权、不能进行原创的情况下，不得已而为之的无奈手段。笔者以为，拥有采访权从而能够进行原创，固然重要，但对于网络媒体来说，整合这一编辑手段，才是赖以生存与发展的根本。

美国在线的创始人、CEO斯蒂夫·凯斯曾说过这样的话：“如果你们观察一下‘美国在线’，你们会发现，我们没有记者，我们也没有消息来源，因此，我们并不是你们的新闻业同行。但是，每天从美国在线获得他们感兴趣新闻的人，比全美国11家顶尖报纸的读者加起来的总数还多；在黄金时间，我们的读者和CNN或者MTV的观众一样多。”在中国也有相类似的情况，比如说新浪网就比一些可以进行原创的传统媒体网站更能吸引受众。为什么只能整合而无原创的网络媒体，比有原创的传统媒体网站更具活力呢？笔者以为：对于网络媒体来说，“整合”要优于“原创”，整合对于网络媒体来说，具有比原创更为重要的意义。笔者认为这主要有三个方面的原因。

“整合”有利于网络媒体优势的发挥

任何一种媒介，只有最大程度地发挥自己的优势，扬长避短和其他媒介去竞争，才能更好地发展。众所周知，网络媒体的特点在于，拥有海量的信息存储量、多种媒体形式合一的超文本传播、即时更新的时效性以及方便快捷的互动性。除了互动性具有绝对优势外，网络媒介的其他几大特点，如果不好好地运用，优势完全可能会转变成劣势。比如说：网络媒体具有信息海量的优势，但现实中往往是只有海量的文字，有用的资讯不多；信息泛滥，缺乏梳理，反而带来

- 视频新闻新奇特强
- 民生新闻的网络新解
- 电子杂志应以内容为王
- 网络评论怎么评？
- 网络时代新闻的未来
- 网络新闻评论研究
- 网络新闻标题传播特征
- 网络新闻写作的12个技巧
- 浅谈网络独家新闻运作
- RSS出道：新浪新闻塌掉
- 深度撞击：撞击了什么
- 抢滩网上评论的新阵地
- 把好网络评论的度
- 冷眼看中国网络新闻
- 论网络时代的全时化新...

阅读的困难。又如，网络的时效性虽快，但“有多少新闻需要那么敏感的时效性”^②呢，而且绝大多数人对于绝大多数新闻的时效性是不敏感的，据调查，美国一些受众认为，“我们为什么一定要24小时之内知道（新闻事件）呢，我24小时以后知道也无所谓”^③。网络媒体必须要把它的特点转化成对其他媒介的比较优势，才能确立自己在媒介市场的主导地位，而整合正是把这些特点转化成优势的一个重要手段。

首先，网络媒体能够快速整合信息，使其信息海量的优势得以体现。网络没有版面和时段限制，有巨大的储存和再现功能，通过超链接的使用，使得网络能很方便快捷地汇总整合信息，既能横向地集纳最广泛的多元信息源，又能纵向保存历史新闻信息，能满足广大受众对新闻事件多方面的需求，使得信息海量的优势得以体现。原创固然能发布自己的独家新闻，但如果仅仅靠自己原创远远不能发挥信息海量的优势。新浪网没有采访权，不能采写自己的新闻，但新浪网同150多家媒体签有协议，能够快速通过整合手段来集纳自己的新闻，因此，新浪网上的信息量很大，很全面，反而能够比传统媒体网站吸引更多受众的“眼球”。另外，从理论上说，网络媒体能够进行跨媒介的整合，使得网络媒体可以以较低的成本，获得来自报业、广播、电视媒体的资源，把网络媒体的多媒体优势发挥出来（当然，现阶段网络媒体跨媒介整合还受到技术、网络带宽、知识产权等方面因素的制约）。

其次，网络时代，新闻的“原创”竞争的内涵也同以前有所不同。网络传播是一种全球化的传播，信息发布的门槛极低，不但专业的媒体可以发布信息，机构团体、甚至于个人都可以发布信息，这使得在网络环境中，在同一信息，人们可以通过各种渠道获取。对于一些传统意义上的“独家新闻”，网上受众常常可以十分轻松地找到替代品。这就使得内容的原创性的重要性有所下降。内容的原创性不再是网络媒体的竞争的重点。网络传播条件下，人们更加关注的是有着独特的视角的新闻、以及对新闻内容的特有的解读，网络媒介通过整合各方信息更加有利于对新闻全面、独特、新颖的解读，好的整合能够以合适的形式，全面高效地选择、配置、组合信息，从这个意义上说，整合也是一种原创。

强调“整合”的作用符合网络时代信息业采编社会化分工的趋势

在报业诞生初期，新闻的采写、编辑、发行三者合一。随着新闻传播业的发展，三者很快走向分化。伴随着近代工业革命、近代报业的发展，出现了专为报刊媒介提供稿件服务的通讯社。通讯社的出现标志着新闻的采写和编辑开始出现了专业化和社会化的分工，但这种分工是不彻底的，就是在现阶段，我们仍然在一些资金不够雄厚的小报里，能看到采编合一的存在，而采编合一可以认为信息业停留在手工业作坊阶段在体制上的一个表征。就是一些财力雄厚的大报，采写和编辑虽然分开了，但仍是媒介内部的分工，其分工社会化水平并不高。（对于作为第二媒介的电视而言，“制播分离”也反映了这种社会化分工的趋势，但因为只涉及非新闻类节目，我们可以认为第二媒介的采编社会化分工仍处于一个过渡的阶段，同样也是不彻底的。）这种分工社会化水平同传统媒介的发展水平相适应，是由信息业发展水平所决定的。

社会生产力的进一步发展，要求信息业同步发展。互联网的出现就是这种要求的必然的产物。互联网的出现标志着信息业的“硬件”水平达到了一个全新的高度，而“硬件”的发展，又必然带来信息业“软件”的发展变化，作为信息业“软件”之一的采编分工的变化同样也是必然的。这种变化应该是越来越细的，高度专业化的，采编的分工社会化水平要达到一个新的高度，才能更加适合网络媒介自身发展的需求。这是一个大的趋势。

网络的海量信息要求更多的新闻源，如果仍然像传统媒体那样只靠自己的采写队伍以及少量来自通讯社的信息，那实际上就会使得网络的“硬件”优势闲置。因此，网络的出现要求有数量众多、独立的采写队伍出现，才能使得网络海量的优势得以体现。因此，我们可以大胆设想：网络时代的采写与编辑分工较之现在应该更进一步，未来采写与编辑两种业务可能是由两个相互独立的单位来完成，即：在未来的网络时代里，一些带有传统媒介性质的机构（通讯社、电视台节目制作公司、甚至个人）专职负责采写、制作，而网络媒体主要负责对它所能得到的制

成品进行深度的整合、再加工，进行发布前的最后的修订编辑。此外，网络的设备运营商主要为最后“发行”提供技术保障。这种更精细、更社会化的分工，深化了信息业的产业结构，提高了协作水平，同时也降低了网络时代新闻信息业的运营成本。而在这样的分工结构中，整合——作为网络媒体的主要业务手段——当然会日益凸现其作用。

现在很多的学者和从业人员还是以第一媒体的眼光和标准来看待第四媒体。以曾经名噪一时的《明日报》为例，虽然它聚集台湾众多的媒体精英，拥有200多名记者为之提供独家、有深度的内容，但只一年就难以为继被迫停刊，虽然其创办人詹宏志认为《明日报》的失败原因是“对网络环境成熟时机的错误判断以及动用了超过自己可以承受的资源”^④。但真正的原因应该是，詹宏志没有认识到网络媒介出现后所带来的在媒体分工方面的变化，而完全以第一媒体的体制来搞第四媒体，“是在网上办一张传统报纸”（新浪网CEO 王志东语，2001年），失败也就在所难免了。正是在这个意义上，笔者以为，让网络媒介主要从事信息的编辑整合，进行信息的“深加工”，才是网络媒体的良性发展之路，没有必要把“生产”“初级信息制成品”的任务也交给网络媒体。

有效的“整合”有利于受众节省注意力

网络是信息传播技术的革命性产物，其强大的信息传播能力以及低廉的传播成本，导致了网上信息的极大丰富。早在二十年前，诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·西蒙（Herbert Simon）就曾明确指出：“信息的丰富导致了注意力的贫乏。”^⑤网络时代是注意力经济的时代，吸引足够的注意力是网站经营的基础。对于受众而言，哪一个网站能够让其在最短的时间内获得全面、有用的信息，就是一个好的网站；对于网站而言，受众消耗的注意力越少，网站吸引的注意力就越多，二者正好成反比。

现阶段，大多数网络媒体缺少成熟的信息处理机制，整合仍然停留在一个较低的层次上，网络媒体还有不少停留在随意地发布信息、链接信息的“原始阶段”，而没有建立起适合网络传媒特点、运作成熟的对信息进行加工的整合机制。整合水平的低下带来了信息过于庞杂、无序的局面。网络上的信息虽多，但是却没有有用的资讯。在浩如烟海的信息中找到自己所要的信息，网络受众需要网络媒介的指点和帮助，在这样的变化背景下，“网络的传播者不应只是信息采集者和发布者，更多地还应该是信息的整理者和思考者，为人们提供真实、可靠、高效的新闻信息。”^⑥

而有效的整合正是解决之道，它有利于受众面对网上浩如烟海的信息不至于手足无措，有利于受众节省“注意力”，提高获取信息的效率。有效整合不是将一大堆内容胡乱堆积在一起，而是对来自不同的信源的信息进行细致的梳理、加工，方便受众的查询与浏览。以新浪网的美国2004年总统大选专题（3月9日）为例，整个网页的页面分成“最新消息”、“评论分析”、“背景资料”、“竞选花絮”、“竞选人介绍”、“历届总统”、“相关专题”等多个板块，整合了来自美国总统大选的方方面面的各种信息。在信息全面的基础上，再对各种信息进行整理重组，把编辑认为重要、最新的新闻放在网页的显要位置上，比如在整个页面上端的设置“共和党动态”、“民主党动态”两个小板块，跟踪报道两党的竞选活动；“评论分析”，多来自各大传统媒体评论分析文章，如《南方日报》的《民主党总统候选人克里的优势和劣势》、中新社的《述评：克里胜出欲挑布什落马，美大选战将呈白热化》、《世界新闻报》的《有钱就能当美国总统？》、《青年参考》的《2004美国总统大选：对华政策能占多大分量？》，多为深度报道，帮助受众更好了解今年的美国大选，把握整个竞选发展的脉络、进程；“竞选花絮”，多刊载一些趣味性的软新闻，像国际先驱论坛报的《6岁中国外甥女成克里竞选的“秘密武器”》、中新社的《美国选民：喝啤酒多支持布什喝红酒更支持民主党》、羊城晚报的《克里，中学时代曾放狂，着迷充满激情的摇滚乐》，也很能吸引一部分喜欢看娱乐新闻的受众。整个专题既内容丰富，又布局合理、结构清晰，大大方便了受众的浏览，显示了新浪网编辑整合的功力。

从网络媒体的实践来看，以整合为主要业务手段的商业网站新浪网和搜狐网的新闻站点比那些拥有新闻采集能力的传统媒体网站拥有更高的点击率，原因是多方面的，网络媒体整合更为出色是其中的一个重要原因，这或许就是“无心插柳柳成荫”吧。综上所述，笔者认为，整合对于网络媒体来说，是最为主要的业务手段，如何做好整合，从而让受众更好地获取信息，这是网络媒体所必须要做的。任何忽视整合的看法都是一种短见，甚至是致命的。原创固然重要，但如何做好整合，才是网络媒体最需要做的。

【注释】

- ① 见《新闻大学》，2003年秋季刊，王再承 《网络成为成熟媒体的特征分析》
- ② 陆群、张佳昺著 《新闻媒体革命》第7页，社会文献出版社 2002年10月第一版
- ③ 《下一代媒体》137页 李希光、孙静惟 主编 南方日报出版社 2002年4月第一版
- ④ 陆群、张佳昺著 《新闻媒体革命》第19页，社会文献出版社 2002年10月第一版
- ⑤ 邓忻忻、李兴国 主编 《网络传播与新闻媒体》 第490页，北京广播学院出版社 2001年7月第一版
- ⑥ 雷跃捷、辛欣 主编《网络新闻传播概论》第162页，北京广播学院出版社 2001年3月第一版

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: [网络媒体](#)

- [破解网络媒体发展与管理的悖论 \(2007-6-22\)](#)
- [吴跃军荣获中英媒体“最佳科技作品”奖 \(2007-3-28\)](#)
- [网络媒体踏上主流路 \(2006-8-1\)](#)
- [期待网络媒体的“自由而负责” \(2006-7-6\)](#)
- [网络媒体在区域经济建设中的作用 \(2006-5-10\)](#)

[>>更多](#)

网络媒体: 整合优于原创 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

[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.