



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

参与性新闻：网络时代新生儿

时间：2006-1-11 17:20:41 来源：中国新闻研究中心 作者：窦碧云 阅读513次

发稿：中国新闻研究中心

作者：窦碧云

单位：兰州大学新闻传播学院

地址：甘肃省兰州市天水路78号

邮编：730020

网络技术的普及和发展，导致了网络作为一个新兴媒体在我们日常生活中发挥着越来越重要的作用。它改变了传统传播媒介的格局，给了受众以极大的主动权，这必将导致“参与性新闻学”（participatory journalism）的兴起和发展。

美国新闻研究所媒介中心（The Media Center at the American Press Institute）的Shayne Bowman和Chris Willis在他们的一部电子图书《我们媒介》（We Media）一书中，对参与性新闻进行了详细阐释，以使读者明白受众是如何塑造未来的新闻和信息的。

本书分为七章。在第一章中作者就对参与性新闻进行了简要介绍，集中论述了“我们媒介”的兴起，博客时代的到来，处于十字路口的新闻及新卷入的媒介生态系统四个问题。作者以韩国一个最有名的新闻网站（Ohmynews.com）为例，来说明“我们媒介”的兴起。这个网站以快速、互动及社区定位等特点，每天大约吸引200万读者。它的不同寻常之处就在于读者不仅能选择自己喜欢的新闻，而且还能亲自写新闻。如今“我们的日报”（The Daily We）大有取代媒体和“我的日报”（The Daily Me）（尼葛洛庞帝在他的《数字化生存》中提出）之势。

它使古老的新闻业第一次发现它处于历史的罕见时刻：它作为新闻把关人的霸权地位，不仅受到技术和竞争对手的威胁，而且受到它所效劳的受众的威胁。在线受众在容易使用的网络出版工具和日益增多的移动装置的帮助下，有了积极参与、创造、传播新闻和信息的方式，并且他们只要上网就能做到这些。在网上，受众可以通过诸多方式参与到新闻制作过程中来，而博客是在过去的几年中最受传统媒介关注的一种方式。博客给了每个有精力有才能的人以新的能力，使他们的声音在网上传的更远更广。随着宽带的普及和低价甚至很多是免费软件的更容易地获得，博客的增长速度大大加快了。

它以逆时序的方式登载并用无穷尽的链接来更新内容，从而提供精确到分钟的信息。这种简单易操作的工具，使不受时空限制的合作成为可能。它还一直在通过吸引更大范围内读者的同时，瞄准更多目标受众，以扩大它的影响。但受众参与性新闻并不局限于博客这种形式，它还存在于新闻组、论坛、聊天室、合作性出版系统和点对点（P2P）如即时通讯（IM）中。因为它是一种新的参与形式，很多人都想为之命名，但他们大都是借用技术名词（像网络博客、新

- 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...

闻组和论坛)。作者却提出了“参与性新闻”这个短语来描述时常发生在合作性社会媒介中的网上交流的内容和目的,并给之下了一个切实可行的定义:

所谓参与性新闻,即指一个或一群公民在收集、报道、分析、散布新闻和信息起积极作用的行为。这种参与的目的是为了提供独立、可信、精确、广泛和与民主需求相关的信息。

它是一种自低而上的现象。很少或没有用编辑的眼光和正式的新闻流程来表现全体成员的决定,它把重点放在信息出版而不是信息过滤上。正如Xerox公司的科学家John Seely Brown在《新闻要素》(The Elements of Journalism)一书中所言那样:“这是一个每个人在网上都能成为报道者或评论员的时代,……。受众不再是消费者,而是‘生产消费者’这个生产者 and 消费者的混合物”。

由此,作者认为参与性新闻和传统新闻最明显的区别就是产生它们的结构和机构是不同的。传统新闻是阶层机构为了商业目的而创造的,它们的商业模式就是关注广泛的传播和广告,注重恪守严格的工作流程、利润和新闻的完整性。而参与性新闻则是由网络社区缔造的,它更看重的是交谈、合作、平等,而不是利润。

第二章作者从文化背景方面阐释了参与性新闻形成的原因,同时论述了信息技术是如何改变传统消费者角色的。这章主要讲述了正在扩展的社会关系网络,后信息时代,作为创新者的消费者和网络的威力四个问题。

作者认为,在网络被大众所接受的过去的十年中,网络很快成为我们精心建构的社会关系的反映,它已卷入到了一个为交流和合作的强大媒体中。当今,世界上有数百万人和机构创作的超过百亿的文献被超文本链接着就是一个证明。这是一个迄今所知的最大的出版系统,并仍在保持增长:这是一个显而易见的巨大成就。它是在没有中心计划和政府规定、审查、批准的情况下取得的。但这一成就的取得也离不开英特网技术的发展。从某种程度上讲,英特网从诞生之始就是一个社会媒体——公开、广泛、不规则、不可预料。它提供给人们更多的机会,在社区内分享信息,这就避免了像传统媒介那样对新闻的干预。它像电话一样,它消除了人们保持社会关系的主要障碍:地理因素。它还使上亿人有了多种表达他们的想法和预测的能力,使人的社会世界扩展到遥远的地方,这些地方自然也就和他们生活的地方有了更紧密的联系,人们之间的合作也就增加了。

正因为英特网的普遍参与性功能,使人们都能普遍追求自己的个性生活,这就使公司很难创造出可行的、持久的产品和服务。这样一些公司就创造出工具让顾客自己创作出产品。提供工具和服务使顾客成为自己产品的拍卖人是网上最成功的公司之一eBay的核心,而最具代表性的顾客改变经营的例子莫过于网络游戏了。这对新闻机构的挑战就是,它不仅要使顾客成为创新者,还要成为合作人。

第三章集中讲了参与性新闻所采取的形式:新闻组、邮件列表、讨论板、论坛、博客、合作性社区等,并着重讲述了讨论组(Discussion Groups)、用户概括内容(User-generated Content)、博客、合作出版系统(Collaborative Publishing)、点对点(P2P)等形式的优点、缺点及自我更正过程,最后还阐述了参与性新闻的作用。

第四章“参与的规则”,作者主要论述了受众参与角色的动机及成功的参与应遵循的规则。众多并仍在不断增多的虚拟社区和合作环境给每个人提供了在新闻过程中充当任何角色的机会。而人之所以会参与,按心理学的观点,我们可以认为人参与的动机是为了获得一种归属于群体的感觉,是为了通过作出贡献而建立自尊,通过发布信息而获得自我认知,或通过研发一种新技术和新机会来建立尊严,实现自我。作者通过访问和研究,进一步列举了受众成为参与者的一系列动因:(1)为在一定社区内获得地位或建立名声;(2)为和志同道合者在网上或网下取得联系;(3)为分清和理解事物;(4)为告知和被告知;(5)为娱乐他人和被他人娱乐;(6)为创作。

谈到参与的规则，作者认为它实际上指的是控制——对参与者如何扮演角色，如何允许他们和他人互动以及社会系统所有权的管理等问题。因而，参与的规则首先来源于技术，其次来至于社区成员。

在第五章“媒介和新闻的内涵”一章中，作者主要就参与性新闻对主流媒体可能产生的影响以及参与性新闻和广告商、信源、受众的关系进行了论述。

作者认为尽管我们对网络究竟会对传统媒介产生怎样的影响无法预测，但我们可以通过有些地方已经发生的变化或可能发生的变化，来窥豹一斑。作者通过拼凑这些变化片断，提出了全景的概貌：(1) 媒体民主化进程加快；(2) 媒体霸权受到挑战；(3) 媒体可信度要重新定义；(4) 新专家和新的看门人的兴起。

第六章“我们媒介的潜在益处”，作者主要讲述了主流媒体新闻操作引进参与性新闻的实际潜在益处。作者认为在网络世界，以和人们相联系的能力作为价值的媒介会成功。有能力的受众会给媒介公司带来许多潜在的好处。主流媒体可以得到以下益处：(1) 增强媒体自身的可信度；(2) 在民主形成过程中分担责任；(3) 创造出难以忘怀的经历；(4) 培养下一代新闻消费者；(5) 创作出更好的故事和更好的新闻；(6) 得到一个可升级的虚拟参谋；(7) 有助于培养和发展社区。

第七章“媒体可能如何回应”，主要讲在参与性新闻时代，媒介公司如何采取各种措施来重新武装自己。如果媒介机构想保持住对它们读者和浏览者的不可取代的信息源泉地位，它们需要重新考虑它们关于新闻或组织与受众角色的关系等基本问题。书中作者给媒体了七条建议：

一、明确联系=价值（这里的联系包括持续的联系、在线和离线的网络联系、网络广播联系三种）；二、让你的编辑部对变化作出响应；三、让你的供给人员在某些层面上匿名；四、增强受众作为有价值的合作伙伴的观念；五、增强消费者作为创新者的观念；六、不要独占新闻事件，要分享事件；七、放权，这是最后也是最重要的一个步骤。

到此，作者已完成了对参与性新闻的系统展示。笔者认为这七章可分为两大部分：第一部分（1—5章）主要围绕参与性新闻展开论述，第二部分（6—7章）主要阐释了传统媒介应该如何应对这种形式的新闻，结构很严谨。书中的观点更是从一个新的整合的视角来审视当今的网络媒体，这对我们无论是研究网络媒体还是研究传统媒体都是大有裨益的。

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: [参与](#)

· [论电视参与 \(2004-6-14\)](#)

[>>更多](#)

参与性新闻: [网络时代新生儿](#) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密码:

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.