# 中国网络新闻的六大发展

来源：网络 作者：情深意重 更新时间：2024-06-17

*中国网络新闻的六大发展中国网络新闻的六大发展1994年4月，中国全面接入互联网，1995年1月，《神州学人》杂志成为中国第一家上网媒体。从那时以来，中国网络媒体经历了近十年的发展，这一阶段也可看作中国网络媒体的第一个历史时期。在这个历史时期...*

中国网络新闻的六大发展

中国网络新闻的六大发展

1994年4月，中国全面接入互联网，1995年1月，《神州学人》杂志成为中国第一家上网媒体。从那时以来，中国网络媒体经历了近十年的发展，这一阶段也可看作中国网络媒体的第一个历史时期。在这个历史时期，中国网络媒体事业取得了长足的发展，其中一个最直接也是最突出的表现，是网络媒体在新闻业务方面的进步。

网络新闻业务，其诞生之初，是传统新闻业务的一种延伸，但是，经过近十年的发展，它在不断吸取传统新闻业务养分的同时，也在逐渐形成自己的崭新面貌，有些，甚至是革命性的，并有可能对整个媒体的新闻业务发展产生影响。具体来说，十年间中国网络新闻的发展主要体现在六个方面。



一、定时——及时——实时——全时

——网络新闻时间观的发展

中国网络新闻业务对于传统新闻业务的改革，一个重要的方面，就是时间观。

在网络媒体早期，中国网络新闻的发布，遵循的原则是“定时”。《神州学人》上网时推出的是电子周刊，《中国日报》等也是每天一次的更新周期。在1999年中国媒体上网的高峰期，大多数媒体网站也依然是按天在进行新闻的更新。那一年，《人民日报》网络版的改版重点之一，是将常规新闻每天一次的定时发布，增加到每天九次定时发布。可以说，传统媒体里的时间观在束缚着这些媒体网站的业务。

在按部就班的时间观的后面，还隐藏着更重要的问题，那就是网络媒体与传统媒体的关系。如果网络媒体作为传统媒体的附属品出现，那么，它的新闻资源就必然受到传统媒体的限制，而此时的传统媒体，大多并不希望让网络成为自己的竞争对手，即使是对于自己的网站。如果报纸上的内容提前在网上发布，是否会影响报纸的发行？这是报纸的经营者不得不面临的问题。

但是，商业网站没有这些顾忌。在1997年世界杯亚洲区预选赛期间，当时还叫“利方在线”的新浪就已经很自然地将“及时”这一时间观，作为内容发布的基本原则。

1998年，人民日报网络版也开始了实时报道的尝试。1998年3月，在国内网络媒体中，人民日报网络版率先实现了网上实时报道九届全国人大一次会议和九届全国政协一次会议。

1999年4月15日16点05分，大韩航空公司的一架MD11货运班机在上海虹桥机场起飞1分钟后坠毁，两个小时后，新浪网发布了由网友提供的消息，成为在国内第一个报道此事的网站。这个突发事件如此快速的报道，不仅再一次提升了网络新闻在突发事件报道中的时效性，同时也带来另一个讯息，那就是，网络媒体具有一种更加开放的姿态，网友也可以成为一种新闻来源的提供者。

　1999中国网络媒体事业的大跃进，也给网络新闻业务的繁荣提供了大好时机，经过这一年的发展，“及时”已经成为了大多数新闻网站的时间标准。而20xx年的奥运会，则为网络新闻从“及时”上升到“实时”的时间观，提供一个直接的动力。

“实时”的时间观，催生了一种新的报道形式的出现，那就是“文字直播”。它像电视一样，在事件发生的同时，进行现场报道。只是它所采用的手段是文字而不是视频或声音。

“实时”不仅成为了一种众所追求的时效观，也成为了众多网站竞争的一个目标。

20xx年9月11日，美国发生恐怖袭击后约8分钟，新浪网登出第一条消息。

20xx年3月20日10时30分左右，美国向伊拉克开战。这个早已在预期中的“突发事件”成为了时效性竞赛的一个重要机会。10：34分，新华网依靠新华社巴格达报道员贾迈勒向全世界发出第一条英文快讯发出中文快讯。多家网站也在极力争夺新闻发布的“第一”。这让我们看到，网络已经将“实时”的追求推到了极致。

在追求“及时”、“实时”的同时，网络新闻的“全时”化观念也逐渐建立起来，那就是：网络新闻不仅要最大限度地保障对个别的新闻报道的时效性，同时还要作为一个“全天候”的媒体，在一切新闻报道中争取最强的时效性。

网络新闻时间观的发展过程，一方面是网络新闻工作者在实践中对于网络新闻传播规律认识的不断深化的过程，另一方面，也是新闻网站对于网络媒体自身的性质以及它与传统媒体关系的认识不断深化的过程。网络媒体时效性的不断提高，并非简单地取决于网络技术的支持，更重要的，还在于观念、体制上的改进。

网络新闻时效性上的进步，也并非只是简单地提高了新闻报道的水平，它带来的另外一些冲击也许更意味深长。例如，在冲破某些人为的报道障碍、在更好地满足受众知情权方面，网络媒体以时效性优势来突围，便有着一种实验性的意义，在某些时候，它会成为一种压力与动力，带动其他媒体的革新。

尽管网络媒体为时效性的追求提供了最好的条件，但是，在这背后，也潜伏着一些危机：

首先，过于强调时效性，是以压缩新闻审核的时间为代价的，因此，新闻的真实性、准确性等难以得到保障。20xx年3月29日，许多网站报道了美国微软公司总裁比尔·盖茨遇刺的消息，很快这被证实为一假新闻，而这次网络媒体的集体“出丑”，一个重要的原因就在于时间竞争的压力。

其次，为追求时效性而进行频繁的动态更新，容易形成新闻的“瞬时化”和“碎片化”：一些新闻在网站中转瞬即逝，事后很难查证；一些新闻只能支离破碎地展示新闻事件的各个片断，很难全面深入地体现新闻事件的本质。

在追求时效性的同时，网络信息的数会加速膨胀，信息过载局面日趋严重。从受众方面看，网络的时效性，也会带来他们信息消费的快餐化与浅尝辄止。

当把网络新闻竞争的指标简单地定位于时效性时，也带来了不必要的攀比。因此，在网络新闻竞争更上一层楼时，许多网站的眼光已经超越了时效性这样一个单一的量化指标，而是在不断提高自己的综合新闻能力。



二、层次化、网络化

——网络新闻组织方式的发展

报纸等平面媒体，在进行新闻资源组织时，遵循的是二维空间的思维，即将所有内容在一个二维平面空间里进行展示，平面空间如版面是新闻的包装容器。电视、广播等媒体则是以时间为容器进行资源的串连。但无论是报纸还是广播电视，都只能用一种单线条的方式来进行新闻内容的组织。

中国媒体上网之初，还在一定程度上沿用了报纸的思维方式。例如，当时的《神州学人》采用的主要是电子邮件的方式进行电子周刊的发布。电子邮件便是平面化文本的数字化。

但网络技术的发展，特别是WWW技术的出现，使网络新闻的组织方式发生了革命性的变化。

网络新闻资源，是以层次化、网络化的方式联系在一起的。网站发布网络新闻时，常常不是一次性的和盘托出，而是在不同的层次中逐渐展示出完整的内容。

网络化则是指信息之间的多元的、复杂的联系，实现的方式是超链接。层次化与网络化是新闻发布后的状态，也是新闻资源循环再生时的形态。

层次化、网络化，这些新闻组织的特点，最终是通过几个层面的手段来实现：

1．层次化的新闻作品

在早期中国网络媒体的新闻处理上，一条新闻作品往往只有简单的两个层次，即标题与正文。但是，随着人们对网络特性认识的深入，网络新闻作品的层次越来越复杂。

目前，一个完整的网络新闻作品通常可以分解为下列层次：

层次一：标题

层次二：内容提要

层次三：新闻正文

层次四：关键词或背景链接

层次五：相关文章或延伸性阅读

2．专题

专题在网络新闻编辑中，是从无到有、从少到多发展起来的。1999年，专题开始较多地出现在新闻网站上，之后逐渐被多数网站采用。在经过几年的实践后，新闻专题在中国网络媒体的新闻业务中已经被推到了十分重要的地位。

在网络中，专题是在某一主题或某一事件下的相关新闻、资料及言论的集纳。与传统媒体的专题不同的是，网络专题是一个可以在时间上无限延长的、开放的空间。

专题有着双重含义，一方面，它是网络新闻资源进行包装的一种外在形式，另一方面，它是体现网站的编辑思想与意图的一种内容整合手段。

从形式上看，专题将过去、现在以及未来可能发生的互有联系的信息联成一体，构成了一张信息网。它将分散的信息进行了有机的整合，同时，还利用网络所具有的延时性的特点，使新闻报道得以长久延续。

3．新闻网页

新闻网页是网站的整体新闻的包装方式。也就是利用WWW技术，采用网页的方式进行新闻发布。在中国网络媒体发展的早期，新闻网页界面非常简单，它们通常是以报纸的版面为单位，进行简单分类，点击每一个版面的名称，则可打开本版的新闻标题列表，每一条标题下有一个下划线，这是进入到每条新闻详细内容的链接。

经过多年的发展，简单的菜单式的新闻页面，已经被更为丰富、层次更为复杂的页面所代替。

中国新闻网站目前在新闻网页的设计上已经表现出一种趋同的倾向，它可以称为“平面主导式”，即，新闻网站（频道）的导读页，更多的强调的是内容的广泛。在导读页上推荐的新闻数量较多，有些甚至可以达到几百条（例如新浪、搜狐等商业网站新闻频道的首页）。导读页面一般长达多个屏幕。导读页往往采用多重方式进行新闻推荐，例如，在同一页面中既有按时间方式排序进行推荐的，也有按重要程度进行排序推荐，还有按新闻类别进行排序。这样的方式好处是，受众在一个页面中，可以进行较大范围的选择，以决定重点阅读对象。同时在此过程中，又可以通过标题获知一些主要新闻，因此获取主要新闻的效率较高。但是，其问题在于，页面过于繁杂，阅读的负担较重，此外，它可能使得受众点击进入各栏目的机率下降。整体上看，也就是受众进入下一层次的机率较小。同时，受众的深度阅读会有所不足。

与之相比，以美国新闻网站为主要代表的方式，可以称为“立体主导式”。这些新闻网站的导读页相对来说，新闻数量较少，有些甚至只有10多条，但是多数重要新闻除了标题外，还有新闻内容提要。导读页只有一到两个屏幕大小。受众如果要获得较为全面的新闻，需要点击到具体栏目。这种方式，在一定程度上提高了受众获得新闻时的成本。但是，它会促使受众做一些深度的阅读。另外，对于提高网站的点击量也是有好处的。简单清爽的导读页设计，也可减少受众做阅读选择时的困惑。

对于以上两种不同思路，不能简单地以好坏来加以比较。这两种方式应该说都有一定的形成背景。例如，中国网站的平面式思路，在一定程度上与中国用户上网的成本有关。在高成本的情况下，用户都希望一个页面提供的信息能更多些。此外，中国新闻网站在整体新闻数量上的追求，也必然会在导读页上反映出来。

而另一个不可忽视的原因，就是读者的阅读习惯。在网络阅读环境中，阅读习惯一旦建立起来，会相当牢固。而且容易让读者产生一种心理定势。从目前的情况看，中国网民大多数习惯于新浪、搜狐等网站的新闻网页的设计风格。这使得一些媒体网站在一定程度上也不得不在页面设计风格上向这些网站靠拢。



三、循环化、多通道

——网络新闻发布与利用方式的发展

早期的网络新闻就像传统媒体一样，一条新闻只是进行一次性的简单发布。但是，随着网络新闻编辑手段的丰富，网络新闻资源被越来越多地得到循环开发与利用。

循环化的含义是，网络新闻资源可以通过数据库长期保存，并被加以无限制的反复利用。利用方式也是多种多样的。例如，可以被再次发布，可以作为相关新闻链接，也可以通过分类检索加以利用。

因此，在网络新闻发布的业务系统中，数据库技术就成为了关键。在网络新闻记者与编辑那里，则意味着，在现有的新闻中，利用已有的新闻资源，成为一种日常工作。如何寻找与当前新闻相关的资源，又如何合理地加以利用，也成为了新闻发布的一个重要环节。虽然在网络新闻发布系统中，很多工作可以自动完成，但是，在一般情况下，还是需要人工的干预。

搜索技术也对于提高网络新闻的循环利用效率起着重要作用。与此同时，专门针对新闻内容的搜索技术也在开发出来。20xx年12月23日，在原慧聪搜索基础上成立的中国搜索宣布正式成立，在国内首家推出了别具一格的中国搜索新闻中心，最大的特点是完全由机器编辑新闻。该搜索工具将把新闻根据关注度分类排列在中国搜索新闻中心上。据称中国搜索已经覆盖了国内4500家左右的新闻源。由于这是按照新闻转载率排列的结果，所以不会遗漏掉任何一个不该遗漏的新闻。

按照中国搜索负责人的描述，未来该技术的发展，将进一步体现引擎个性化，即通过跟踪分析用户的搜索行为，充分地利用这些信息来提高用户的搜索效率，比如某用户长期进行使用中国搜索的搜索引擎，引擎将能记下用户的历史搜索信息，并能根据这些信息进行自动分析，并根据这个分析结果对未来的搜索行为进行分析并使搜索结果得以优化，帮助用户更快更准确的找到所需要的信息。

20xx年9月，著名的搜索引擎Google推出了以1000多个新闻源做支持、利用搜索技术和自动页面生成技术制作的Goole中文新闻，对于国内新闻网站特别是以整合新闻为主的商业网站形成了强大的冲击。

这再一次表明，搜索技术的发展，不仅将进一步提高新闻信息的循环化使用的程度与效率，同时，也会使未来网络新闻的竞争进入一个更高的层次。

与新闻利用的循环化相联系，网络新闻的发布方式与通道也发生了重要变化。

从总体来看，网络新闻的发布方式可以有两大类：“拉”方式与“推”方式。

拉方式目前是网络新闻的主要发布方式，即将新闻发布于WWW网站，由受众登录网站后自主进行选择性新闻阅读。受众读多少新闻、每一条新闻读到什么层次，都是由他们自己决定的。

推方式指的是，利用相应手段直接将新闻传送给网络受众，无需受众登录网站进行新闻的选择。常见的推方式是电子邮件。用户订阅网站的新闻后，网站定期将编辑筛选的新闻传送给用户。通过手机或PDA发送新闻是另一种推方式的信息发布方式。

在网络新闻的发布中，不同渠道都各有其利弊。拉方式尊重了受众的选择权，但是，增加了受众获得新闻的成本。而推方式则与之相反。一个网站如果单纯采用一种新闻发布方式，就较难适应受众的多样化需求。因此理想的情况是，各种方式相互补充、相互促进。即使是在早期的网络新闻实践中，人们就开始利用电子邮件、WWW网页等不同手段，来发布新闻。而近年来网络新闻发布方式进一步得到丰富，这体现了新闻从业者对多样化发布方式之间的关系的认识。

当技术进一步发展时，新闻发布的通道也有了新的发展，其中最常见的是手机和PDA（“个人数字助理”）。两者都是便携式的电子信息获取终端。

发布方式与通道的多样化，也意味着网民的“转发”行为的增加，网民在新闻阅读过程中是一个积极的参与者，他们在看到自己认为有价值的新闻时，往往会利用电子邮件、转贴到或手机转发等方式，使新闻传播到更多的人。

因此，促使新闻的多通道流动，目前成为了新闻网站提高新闻利用率与影响力的重要方式。



四、单媒体——多媒体

——网络新闻手段的发展

20世纪90年代初期WWW技术的出现，给了网络新闻多媒体化发展的空间，但是，中国互联网的基础设施建设始于1994年，在早期，网络的带宽十分有限，即使是图片这样的信息，在网络中的传输也需要很大的代价，因此，在1995至1998年间，网络新闻主要采用文字形式，图片虽然也有，但很多时候，为了适应当时的网络状况，只能以牺牲尺寸与分辨率为代价。

1999年，网络新闻的多媒体化开始受到重视，尽管网络条件仍然不够完善，但是，一些网站开始意识到多媒体化是网络新闻的一个发展方向。《人民日报》网络版便在这一年全面开通了多媒体服务，这些服务包括音频、视频和360度照片等。事实上，1996年底，当《人民日报》网络版还处于内部演示阶段时，就已包括了多媒体内容。

但是，这时网站对于多媒体手段的运用，还只能停留在“各自为政”的阶段，一个网站的文字、图片、声音与视频等报道手段，往往是相互分离的。音频与视频报道往往是一个独立的栏目，它们有自己的独立的来源，这些内容与网站的文字报道之间，没有相互的衔接与配合。直到今天，网络多媒体报道的发展方向如何还是一个处于探讨之中的问题。

但是，无论如何，新闻网站以多媒体手段进行新闻报道已经成为一种常规。具有独特资源优势的新华网在这方面的成果显得更为突出：

20xx年2月21日，中央独家授权新华网在人民大会堂对中美两国元首共同会见记者等重大活动进行多媒体现场直播，新华网的摄像机第一次与C和中央电视台的摄像机并排架设，引起现场众多国内外记者的惊讶。这次直播开创了全球真正意义上的网络多媒体现场直播的先河。

除了探索图片、音频、视频等传统手段在网络中的运用之外，新闻网站还在探索新的技术手段在新闻传播中的运用。其中最具有代表性的是Flash技术在网络中的运用。

目前，新闻网站已经在两个方面开始运用Flash技术，一是利用Flash动漫讲述新闻，一是将Flash作为整合各种媒体要素的手段。

Flash动漫新闻可以摆脱对现场的新闻素材的依赖，因而是一种便捷的模拟或再现新闻现场的手段。对于突发性新闻报道来说，Flash可以在很大程度上弥补第一手素材无法获得的缺憾。在新闻报道中牵涉到一些受版权保护的图片和视频资料时，用Flash进行再现，也可以较好地解决新闻素材不足的问题。利用Flash动漫报道新闻，可以排除那些无关紧要的元素的影响，更好地突出表现主题。另外，Flash动漫新闻还具有一种趣味性，因而受到广大网民的欢迎。

好的Flash动漫作品，很容易在网上流传开来，因此，它不仅是传播新闻的一个手段，也是一个树立品牌的手段。

但是制作Flash动漫新闻，存在着很大的人才挑战。它需要制作者既有深厚的美术功底，可以从容地进行动画的创作，又有扎实的技术能力，可以自如地进行制作思想的表达，同时，还要求制作者具有良好的新闻敏感，善于表现新闻中最有价值的要素。目前，在国内的新闻网站中，这样的人才还是非常缺乏的。

Flash的另一种利用形式是利用短片（或称幻灯）对于现有的文字、图片、声音及互动式图形图表以及菜单等进行有机整合，不仅可以将这些素材加以连续播放，还可以充分赋予观看者以互动的能力。目前，千龙网等网站便利用Flash短片形式推出了“七日新闻”、“一日新闻”等集成性新闻栏目。



五、粘贴——加工——组织——解读

——网络新闻编辑观的发展

从1995年至今，网络新闻的编辑观经历了四个层次的发展：

一是简单的“粘贴新闻”，靠快和全来赢得眼球；二是“加工新闻”，即对新闻进行加工整理，使其具有更好的质量与可读性；三是“组织新闻”，包括形式上的组织与内容上的组织，一方面对现成的新闻资源进行整合，一方面争取独创性；四是“解读新闻”，即对新闻事件或其中某些环节的来龙去脉、前因后果进行深度的剖析，释疑解惑。

从网络新闻的发展过程来看，粘贴新闻是最原始的一种方式。但“粘贴”本身，又有不同的方式。从传统媒体特别是报纸来看，上网之初，走的是粘贴“自己”的道路，即将印刷版一字不改地拷贝到网上。粘贴时间跟着印刷报纸走，甚至要落后于出报周期。这样的粘贴只是在某种程度上扩大了媒体的覆盖面，而与此同时，新浪等商业网站开始以粘贴的快与全取胜。这在当时确实是奏效了。因为，1998年的中国网络媒体，还是一个新闻短缺的时代。产品短缺时代，“有”就是“好”。

但是，一旦进入信息过剩的时代，这种简单的新闻处理方式的问题立即显露出来。互相的粘贴，带来新闻的趋同倾向。当粘贴成风时，单一网站的新闻品牌的存在变得几乎不可能。在粘贴过程中形成的新闻信息的“损耗”与“失真”，也是有目共睹的。

但是，不能因此而否定这种新闻处理方式的合理性。对于受众来说，这种新闻处理的方式，又是有好处的。它可以使人们在进入任一综合性网站或媒体网站后，就可以较全面地获知重要的新闻。从媒体网站来看，商业网站转载它的新闻，也可以带来一定的社会效益与经济效益。

更重要的是，“粘贴”带来竞争，一种量与速度的竞争，没有这种竞争，就不会有网络新闻的繁荣。粘贴新闻是搭建起整个网络这个大的新闻平台的基础，它使整个网络与传统媒体相比，形成了自己基本的竞争力：及时、全面。当然，仅有“粘贴”是不够的，这也就使网络新闻编辑必然要向其他层次发展。

网络中的“加工新闻”，是对传统媒体新闻编辑经验的继承与发扬。除了改正错别字、语法错误之外，它还包括对新闻的真实性、权威性加以审核，对其中出现的事实性、政策性、知识性等错误加以纠正，以及提高文字的准确性、可读性，以保证新闻的质量。这是对“粘贴新闻”可能出现的漏洞加以预防或弥补的一个重要方面。

从另一方面看，“加工新闻”是使新闻适应自己网站的目标读者的一个手段，通过对一般流通的新闻进行合理的、不带歧义的剪裁，可以使新闻素材更加精炼，更加适合特定网民的需要。

目前，加工新闻成了各个网站十分重视的一项工作，其中，标题的加工，更是成为了一种常规的新闻竞争手段，对于同样的新闻素材，各网站通过不同的标题处理方式，可以从不同角度挖掘新闻的价值，也可以通过标题制造出吸引眼球的亮点。在各个网站，标题制作都被放到了非常重要的地位。

“组织新闻”分为形式的组织与内容的组织。

从形式上看，组织新闻，最重要的是界面的设计。而网络新闻的内容组织，又可分为三个层面：挖掘各种新闻或信息之间的内在联系——基本层面；策划新闻选题或专题并组织报道——中间层面；构造整个新闻网站或频道的内容框架——宏观层面。

解读新闻，是网络新闻的更高层次。

信息时代的媒体竞争，不仅仅是新闻题材的竞争，还在新闻深度的竞争，而这在很大程度上是新闻挖掘方式的竞争。媒体不仅要告诉人们发生了些什么，还要告诉人们它为什么会发生，这件事与那件事之间有什么联系。媒体要做的，不是让读者自己去费力地寻找那些联系，因为对他们来说，信息消费只是业余生活中一部分，他们不可能全天候地跟踪世界的发展与变化，并且还能对这些变化做出合理的解释。这样一种跟踪与解读的工作，应该是由媒体来完成的。

对于目前的中国网络新闻来说，“解读新闻”这个层次，亟待开发。谁能在这一层面上先人一步，高人一筹，谁就能在下一轮的新闻竞争中占据有利地形。

在网络新闻中，实现解读新闻的途径，主要体现在下列方面。

在新闻中解读新闻：记者在写稿时，就对新闻事实或社会现象做出尽量深刻的剖析。在网络媒体中，还有一种手段，那就是用超链接的方式来补充说明新闻。

利用评论解读新闻：评论是跳出新闻来解读新闻。这些评论可以由网络编辑记者撰写，也可以约请评论员、特邀专家点评。从形式上，既可以是独立撰写完成，也可以是在互动交流过程中完成。

网友讨论新闻：网友对于新闻事件的讨论，是一种自发式的、群言式的解读新闻的方式。从自发性看，网友讨论的话题，必然是他们内在的兴趣的体现，因此，网友讨论的话题也会给做网络新闻的人建立起一个风向标。从群言性看，网友的讨论，并不完全公平理性，也不全是个体意见的表达。在此其中，“意见领袖”的影响力也许是不可忽视的，“沉默的螺旋”的力量、集体无意识的控制，也都会或多或少发生作用。因此，网民的解读是在某种力量所影响下的集体解读，它的过程比结果更加重要，而网民由此受到的影响也会更加深刻。但无论如何，一个网站所拥有的网友资源，对于网站的影响力的形成，是十分重要的。

近年来，由于网络新闻竞争的加剧，各个新闻网站都在组织新闻与解读新闻方面加大了力量。因为，只有这两个层面的工作，才能更好地提升网站的新闻竞争力。

从总体来看，网络新闻编辑观的发展，是与网络新闻的发展模式的探求相吻合的，体现了中国网络媒体从“文摘式”模式向“原创型”模式的发展。



六、单向——互动——共动

——网络新闻受众观的变化

新闻的发布过程，是一个传播过程。在传统媒体时代，新闻传播往往是一个单向的过程。受众只能充当一个被动的接收者。看什么新闻、什么时间看新闻等等，都是由传播者决定的。这既是因为传统媒介传播技术的限制，也是由于传播成本的制约。

但是，网络技术使传播者与受众之间的关系发生了一次革命性的变化。由于技术上的可行性以及成本的大大降低，受众参与传播，已经变成了一件极为平常的事。

网络媒体正是在逐渐认识到网络媒介的技术特性的同时，逐步提高与受众互动的能力，开发出新的互动形式，而从根本上，他们的受众观也在不断提高。

从单向到互动，是受众观的第一次变革。

从形式上看，互动的方式包括：

媒体与受众之间的沟通与交流：通常是以电子邮件、或聊天室为沟通渠道。受众可以直接表达他们对媒体工作的意见与建议，也可以为媒体提供新闻线索。

受众意见调查：通常以简单的投票形式，了解网民对某一个新闻事件或某个问题的态度。

特约来宾与网友的交流：这些特约来宾包括专家、学家、明星、有关部门负责人等，他们可以就某一主题或某一事件通过、聊天室等与网民进行互动。

受众互动：网友通过邮件、论坛等途径，就新闻或其他社会热点问题进行交流讨论。

《人民日报》网络版是在传统媒体网站中最早开发互动功能的网站之一。1998年4月11日晚上，《人民日报》网络版“体育在线”专栏中的论坛，就开展了记者与读者进行直接对话。1999年5月8日，中国驻南联盟大使遭到北约导弹袭击，5月9日，《人民日报》网络版便开设了“强烈抗议北约暴行论坛”，为网友表达自己的愤怒情绪提供了一个重要的渠道。一个月后，该论坛改版为“强国论坛”。目前，“强国论坛”不仅成为了一个重要的中文论坛，也成为了国情民意的晴雨表。

新华网的“发展论坛”与“统一论坛”、“中青在线”的“青年话题”等，也成为了这些新闻网站的强大品牌。

而在新浪，除了规模庞大、涵盖广泛的各类论坛外，每一个重大新闻事件报道中开设的动态论坛，更为令人瞩目。许多新闻事件在这里都能吸引到上万甚至数十万的网民发贴。这些贴子形成一股强大的意见力量。虽然在此之中，非理性的观点，甚至是漫骂发泄，都非常普遍，但是，它们仍然不失为体现民意的风向标。

利用互动功能的，不仅有新闻网站，还有它们背后的传统媒体。其中CCTV与其网站央视国际的互动更为突出。从20xx年起，央视国际多次实现了与电视节目的互动，其中包括中国加入世贸组织的特别报道中央视国际与《东方时空》节目进行的网上互动直播、20xx年及20xx春节联欢晚会，央视国际与电视晚会的互动等。范文网版权所有

然而，互动只能说明传播双方交流通道的畅通，在互动过程中，传播者仍然是起着主导地位的，而受众仍然是接收者与相对被动的反馈者。但是，从网络新闻发展的实践来看，在一定的场合下，网民不仅是信息的接收者与反馈者，同时也可能在一定程度上影响到网络新闻的传播者的传播意向与行为。有时，在一个新闻事件的传播过程中，网民与新闻网站的作用几乎是同等重要的，两者之间也渐渐融为一体，很难分出彼此，两者之间的沟通方式，已经不再是简单的反馈与交流，而是一种你中有我、我中有你的共同协作。

因此，网络受众观的第二次飞跃表现为将互动的关系进一步演化为“共动”的关系。这时受众参与的手段主要仍然是论坛、邮件等基本方式，但是，他们处于更为积极的地位中。他们可以通过新闻的转发，提升某些新闻的价值，增加某些事件的关注度，也可以通过热烈的讨论，将个人意见汇流为公共意见。

“共动”意味着受众在网络新闻传播中的作用得到了更充分的体现，而同时，他们对于社会生活的干预能力也增强了。20xx年一系列事件，正是传统媒体、网络媒体与网民共动的结果。



以上这六大发展，是中国网络媒体对自身的认识不断深化的结果，也是中国新闻改革不断深入的结果。网络新闻的发展，不但对于网络媒体繁荣的意义重大，也将对于中国传媒业的进一步变革产生影响。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找