



2006美国中期选举报道透视及启示

时间：2007-1-28 18:20:43 来源：中国新闻研究中心 作者：史一奇 阅读395次

网络报纸，梦想有多远？ ——2006美国中期选举报道透视及启示

发稿：中国新闻研究中心

作者：史一奇

单位：南京师范大学新闻与传播学院研究生

地址：南京市宁海路122号

邮编：210097

【摘要】网络报纸在当今美国的新发展具有重要的启示意义。本文试图以2006年11月美国中期选举为契机，通过透视网络报纸在这一重大政治活动中的报道特色，指出网络报纸发展变化的最新趋势。

【关键词】中期选举；美国网络报纸；透视；最新趋势

网络报纸(Online Newspaper)是指传统报纸利用现代化的网络技术，通过报纸网站这一新的平台来发布信息并提供多种增值服务的形式。从1987年美国的《圣何塞信使报》作为世界上第一家上网报纸至今，美国的网络报纸已经走过近20年的历史。《今日美国》、《华尔街日报》等报纸的网站已经成为该报新的利益增长点和扩大影响的重要手段。

2006年11月，美国进行了中期选举(即每两年一次的国会选举，介于两届总统选举之间，故名)。美国媒体理所当然地对这一政治生活中的大事表现出了极大关注。虽然所有的美国报纸都利用自己的网站对中期选举进行了报道，但结果显示，一方面网络报纸正在向未来的梦想迈进，另一方面做得也并非完全尽如人意。

网络中的“贫富差距”

由于纸质媒介的采编、印刷、发行等环节都需要巨大的人力物力，普通报纸无法与《今日美国》、《纽约时报》等拥有众多资源的大报抗衡，这已成为美国报界一个不争的事实。网络的出现，网络报纸的飞速发展，曾被视为大报时代的终结，因为在网络普及的今天，做一个网站也并非什么难事。2002年的中期选举，有1100万美国人借助互联网了解选举信息。到了2006年，这个数字一下子猛增到2600万人。但是，网络的发展并非使所有网络报纸都在其中受益，这次中期选举使人意识到，即便通过比较各自的网络报纸，也能发现大报与其他报纸的差距并非缩小，而是借助数字鸿沟进一步拉大。

- 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...

网络报纸的“贫富差距”正在拉大。报纸效益越好，不但对网络报纸投入程度越多，办好网络报纸的意识也就越强。在所有的网络报纸中，只有27%的网站设有中期选举的新闻专题，而其中几乎都为《华尔街日报》、《华盛顿邮报》等实力雄厚的报纸网站。此外，纸质媒体的财力、资源，与该网络报纸选举报道的丰富程度、受欢迎程度，呈现高度正相关关系。

地域性的重构

传播曾是时空的艺术，报纸的发行会受到地域的严格限制。一般来说，美国没有全国性的报纸，绝大多数报纸都是针对一定区域发行的。网络的出现最大程度打破了空间限制，真正意义上实现了“地球村”。CNN、MSNBC等全国性的网站固然能使全国受众获得全方位的信息，但“小众化”程度不够也是一个突出问题。

Tip O' Neill曾说，一切政治都带有地域性。从地域性角度解读选举，这些全国性大网站做得显然不够。而网络报纸提供了地域性的视角，也极大地满足了地方读者的阅读需要。

虽然网络曾被认为能够突破报纸在传播空间上的局限，但事实也并非如此：如果以州为单位进行划分，拥有选举专题的网站数量方面与该州参加中期选举的选民数量直接相关。如佛罗里达州中56%的网络报纸设有中期选举的新闻专题，缅因州中该数据为50%，马里兰州为60%，远远高于27%的全国平均值。而另据统计，以上三个州参加中期选举的登记选民比例也远高于全国平均值。相反，其它一些州参加中期选举的登记选民比例低于全国均值，与之相对应，这些州拥有选举专题的网站数量也低于全国均值。这印证了虽然网络没有边界，但网络报纸的传播依旧与地域因素相关。

数字技术的融合

数字化发展是当今媒体的一个显著特征。据统计，截至2006年，美国共有日报1452家，其中1312家拥有自己的网站并且提供给读者免费浏览。在这次2006中期选举中，56%的网络报纸为读者提供了与其他人交流选举信息的讨论版，并且具有美国中期选举的新闻专栏。在这些关于选举的新闻专栏中，设置有读者论坛，读者能够在上面发表评论。60%的网站有关于选举和参选人的深度报道。网站编辑邀请专家通过“Q&A”栏目的互动，在网上与读者交流，获得参选双方全方位的信息。值得注意的是，博客的兴起为这些网站提供了新的灵感，大多数网站开设有特地为他们准备的博客，命名为“选举博客”，选民可以在上面用博客的形式记录下自己的选举生活。这不仅可以扩大影响，还能固定住网站的访客。

美国网络报纸的另一个特点是多媒体信息的普遍缺乏。只有40%的网站在中期选举的新闻专题中提供了多媒体。在多媒体技术日新月异的今天，综合性门户网站早已把多媒体技术视为竞争中不可或缺的手段。但即使是在这些提供多媒体的网络报纸中，也鲜见视频、声频、FLASH动画、互动地图一起出现，网络报纸在一定程度上还是囿于“报纸电子版”这一陈旧的模式，这种现象与门户性网站报道中期选举的多样风格形成了较为鲜明的反差。

配套信息的不足

超链接的形式使网站能够将多种信息组合在一起，读者可以根据需要任意跳转，具有传统报纸无法比拟的优势。同时，当今的媒体竞争也是一个竞争内容的时代，良好的服务能使媒体在竞争中拔得头筹。在报道美国中期选举这类大型政治活动时，涉及到选民登记、选举地点、选票要求和结果等一系列配套信息，网站理应利用先天优势，发挥出比报纸更为高效的功能。然而，我们发现，大部分报纸的网站做得差强人意，有些甚至做得还不如传统报纸。

仅有54%的网站提供了与中期选举的配套信息，其中很多提供的信息并不全面。很少有网站能够提供选民登记、选举地点、选票要求和结果公布等一系列完整信息。更多网站甚至仅仅把链接指向了选举办公室的网站，意在让选民自己查找。提供信息与服务，本是使读者对该网络报纸产生依赖与信任的绝好机会，但网站的粗制滥造与服务滞后，给选民造成了很大不便。孰不

知受众上网就是为了方便，服务意识的匮乏会使受众产生排斥的心理，也在一定程度上影响了该报网站乃至整个报纸品牌在读者心目中的印象。

报团的“传导效应”

自由竞争曾经促成了美国报业史上的众多报团，报团也见证了美国报业的辉煌。即使在今天，美国还有甘尼特公司、论坛公司、前进出版集团等一系列实力雄厚、影响巨大的著名报团。每个报团旗下都有众多报纸，如仅甘尼特公司就拥有99家日报、300多份周报。无一例外，这些报纸几乎都拥有自己的网络版。

虽然报团的不断扩大能够有效地将资源进行整合，但同时报团的“传导效应”也导致了网络报纸风格的单一。同一报团旗下的报纸，其各自的网站风格居然也有惊人的统一之处。除甘尼特报团旗下的网络报纸风格略有差异外，其它大多数报团的网络报纸报道都存在这样一种倾向：即如果一家报团对中期选举不够重视，没有辟出专门的版面进行报道，那么与之相对应的，该报团所有的网络报纸都没有设立专门的选举专题，而只是把选举信息置于类似于“国内要闻”这一类的栏目中。

结语

施拉姆曾说，报纸是社会的地图。在涉及到公共领域与公共事务方面，报纸的功能尤其如此。对于像中期选举这样的政治大事，美国人已经越来越习惯于从网络上获取信息。虽然MSNBC、CNN等综合性网站提供了一系列精美的多媒体信息和丰富翔实的调查性报道，但是报纸仍以其信誉、质量，尤其是对地方事务的关注，占据着相当的市场。在传统报纸广告下滑严重、媒介竞争日益激烈的今天，网络报纸似乎正指向着传统报纸的新出路。

从美国中期选举透视得出的结论，似乎也带着日益发展的网络报纸的很多共性：纸质报纸在影响、效益方面的差距正借助数字鸿沟进一步拉大；网络正解构着报纸的地域性，同时也重构着报纸的地域性；数字技术在网络报纸中得到了前所未有的融合，但与门户网站相比又普遍匮乏多媒体信息；网络报纸在报道重大事件时经验不足，导致配套信息不足和服务滞后；报团的“传导效应”在网络上继续延伸。一方面，制约传统报纸的许多问题都可以通过网络报纸从技术上得到解决，网络报纸（Online Newspaper）与传统报纸（Offline Newspaper）的组合似乎有着无比美好的前景，而另一方面，网络报纸要想进一步谋求自己的地位，似乎还任重道远。

彭兰：《论网络报纸的特性及编辑对策》，传媒学术网

http://www.ojr.org/ojr/stories/061105_Vaina/

辜晓进：《走进美国大报》，南方日报出版社，2002年版

部分数据参考了“2006 International Year Book”，Editor & Publisher

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！

← 2006美国中期选举报道透视及启示 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.