



办出特色：传媒网站生存之道

时间：2002-9-12 21:13:35 来源：中国新闻研究中心 作者：张咏华 阅读1596次

近年来，因特网正迅速崛起，成为能包容各种不同层次传播活动的新一代媒介。传统的大众传播媒介一度因面临网络气势逼人的挑战而感到失落，但很快便奋起应战，寻求与网络并存、共同发展。让网络服务于大众传播活动，已成为众多的报刊、广电机构共同的发展新战略。许多大众传媒机构纷纷上网建立网站，提供网上信息服务，从而揭开了大众传媒发展史上的崭新一页。

网站要成功必须有特色

国内外大众传媒建立网站的发展进程表明，形成自己的特色，是大众传媒网站成功的关键。尽管网络传播凭借最新信息传播技术，具有信息量大、瞬时传递、双向互动、信息接收可以随时进行等优势，但是，传统形式的大众传播媒介也并非一无长处。在费用、受众熟悉接触技巧、便于受众在漫不经心之中接触信息等方面，传统形式的大众传播自有其优势。例如，购买一份纸质报纸来阅读，同到网上去读这份报纸相比，前者的费用远远低于后者。而上网阅读，则不但需要具有一定的上网技巧，而且在电脑显示屏上阅读更为耗费眼神。因此，如果报纸的印刷版与网络版内容相同，那么众多的人们可能就不会选择网络版。所以，大众传媒机构提供的网上信息服务要使众多的人们接受、欢迎，必须避免成为仅是传统的大众传播的网上复制品。换言之，大众传媒机构上网后，面临的难题之一即如何处理好自身的传统的信息服务与新颖的网上信息服务之间的关系，使之各有特色，方能使公众感到二者有理由共同存在、并肩发展。

试以美国报界巨头《华盛顿邮报》的网站为例。根据美国一家专门调查因特网上访问最为频繁的研究公司MediaMetrix去年12月份的调查，该网站名列10余家月受众数量超过百万的新闻传媒网站之中。其之所以受到用户青睐，一条重要的原因是：该报决策层从初创时起就明确意识到，网络版不能仅仅成为一份电脑荧光屏上的报纸。根据这一思路，《华盛顿邮报》网络版创办几年来努力形成其自身的特色，主要有以下几方面：

(1) 提供迅捷的重大新闻报道。电脑互联网络瞬时传递信息的效能，使网上新闻传播可以做到时效性极强，不是“日”“日”翻新，而是“时”“时”翻新。虽然《华盛顿邮报》并不允许网络版不经同意便擅自抢先登出特快消息而压倒印刷版，但是在发生重大新闻时，《华盛顿邮报》往往让其网络版抢先登出新闻。例如，1997年美国弗吉尼亚州州长竞选运动的结果，戴安娜之死，克林顿与莱温斯基的绯闻，等等。其中有关“克林顿绯闻案”的首次报道，大约在半夜时刻便被搬上网络，抢在所有印刷版报纸出版之前。

(2) 在其网络版上刊登独创性的内容。《华盛顿邮报》网络版内容中包括特意为其“网络时报”(CyberTimes)(现改称“技术”Technology)专版制作的独家新闻。目前，该报网络版

- 帮报道员擎起成才天空
- 《知音》，“杂”而胜
- 报纸到底该出多少个版
- 传媒靠什么赢得市场?
- 报媒运营的市场战略
 - 分众传媒八大战略
 - 一家杂志社的力量
- 区域性报纸的破茧之策
 - 解读传媒的运营时代
- 区域报业的扩张式发展
- 报纸应向时政期刊学什么
- 媒体战略与《孙子兵法》
- 办报理念的十二大变化

正在稳定地扩大网上独创性的内容的范围。网络版的一位编辑坦言，他正在越来越多地从自由撰稿人处购买“充实可靠的多媒体项目。”

(3) 采用“广播模式”的运作。每月提供5至6小时网上实时闲聊或其它谈话类节目，由《华盛顿邮报》记者、评论员和各类嘉宾亮相登场，与公众进行互动交流。

(4) 开发称为“StyleLive”的服务娱乐性内容。其中包括称为“商业中心地”的购物指南和哥伦比亚特区观光者指南等集服务与娱乐为一体的内容。

我国最具权威性的报纸《人民日报》的网站可谓国内传媒网站中的佼佼者。她不但已成为国内信息量最大的中文站点，而且日访问量高达220多万次。此外，在1998年底由《互联网周刊》举办的评选10大网站活动中，《人民日报》网站榜上有名。这一我国的著名传媒网站，无论在内容还是服务形式方面，都已形成自己的特色。它不但提供《人民日报》以及该报社出版发行的其它数家报纸与杂志的印刷版的内容，而且经常开展“金报网上调查”活动，并提供“报刊导航”、“信息导航”、“政府上网”、“资料库”等网上的特色信息服务，还提供通向其它“知名站点”的链接，提供“专题报道”专辑，每一专辑都集有关某一专题的连续报道在一起，为用户研究时事提供了极大的方便。用户还可以在这一网站上读到中、英文版的《邓小平文选》。

美国的《华盛顿邮报》和我国的《人民日报》同属于大型报社。但是，成功的传媒网站，并非都是由传统传媒中的大型媒介创办的。如美国佛罗里达州的太阳海滨媒介集团公司创办的Sunline网站（网址：www.sunline.com）和美国首都华盛顿附近的一家视频作品制作公司GardyMcGrathInternational创办的“网上电视”网站（TVontheWeb）（网址：www.tvontheweb.com）之成功，可以说明这一点。虽然这两家网站，一为网络版报纸，一为互动电视频道网络，但它们的发展经验，却有很大的相似之处，即：强调根据网络传播的特点和自身服务对象的特点，提供特色内容服务，注重服务于社区（团体），努力建立网上电子社区（社区圈）。

小报办大事Sunline获成功

太阳海滨媒介集团公司坐落在佛罗里达州西南部，下有一系列报纸和杂志，都是地方性的、服务于社区的报刊。其中最为突出的是在夏洛特县（位于海滨地区）出版、日发行量为30,000份的《夏洛特太阳先驱报》，该报有4个版本，服务于4个不同的社区。这家公司因此积累了许多服务于社区的经验，故而在创办网站时，它又成功地将这些经验运用于开拓新颖的电子服务。

太阳海滨集团公司于1996年创立网络部Sunline。从一开始起，该网络部就以宽广的视角看待自己的工作，认为这是广义的信息服务，而不是狭义的报刊业务。在具体步骤上，它采取先建立ISP（网络服务供应商），而后才逐渐将太阳海滨集团拥有的房地产月刊上的信息和《太阳先驱报》上的报道等内容上网。其发展战略为：社区第一、新闻第二。为了利用网络传播的互动性特点，服务于社区，鼓励用户参与，Sunline的编程人员开发出了极易使用的点击工具，使用户轻而易举地就可在网站上自制网页。此外，Sunline还免费为用户举办因特网使用技术培训班，以使用户掌握上网技巧。

根据贴近用户、服务于社区的原则，Sunline大量开发突出地方性特色的内容。《夏洛特太阳先驱报》上的影评等内容被搬上网，当地中小学午餐菜单也被搬上网。针对海滨城镇水上运动备受青睐的特点，Sunline网络报上开辟了报道划船、垂钓消息的专栏，名为Waterline，还专门设立了一个页面，让用户从网络报上获取最佳照片，将它们当作网上明信片寄发出去。另一深受欢迎的特色服务，是设立“妙语名言”的专页，可供用户选用他们最喜欢的精辟话语。

在Sunline网站的主页上，用户见到的是这样一幅页面：在左侧，最上方为该网络报的标

识，下为简单的当天天气预报。下面有四个高亮点的链接，分别为：网络服务供应（下面列有“因特网入口”和“技术支持”）；网络设计；报纸（下面列有《夏洛特太阳先驱报》、《北港太阳先驱报》等五家报纸）；社区（下列夏洛特、北港等四个社区）。左侧下方为“美联社电讯”。页面中间顶端是网站的一些宣传语和一幅图片，紧接着为四大部分信息服务的菜单（从左到右排列）：与我们联系、热点、新闻、娱乐。“热点”按“新因特网101”、“分类广告”、“房地产”、“白页”（Email地址录）、“每周民意测验”和“划船与垂钓”分类。“新闻”部分分为“《太阳先驱报》新闻”、“诗人角”、“小汽车陈列室”、“影评”、“音乐评论”和“不明飞行物观测”等。“娱乐”部分下列“幼儿网页”、“宠物网页”、“妙语名言”、“撰写书评”等七种互动式娱乐内容。在这四大部分信息服务菜单下面，有图文兼有的栏目“建立你自己的网页”。再下面，是网络版特色服务的菜单：互动（下面列出的七种网页与“娱乐”部分所列相同）、免费邮寄单和其它网站（包括“海滨游览”、“欢迎归来”、“俱乐部和团体”等在内的七家网站）。

经过三年多致力于服务社区、强调特色的尝试，Sunline网站已取得一系列成功。其网络服务供应已可赢利。此外，至去年11月，夏洛特县10%至15%的人每日上午上该网站访问。（上网访问者中80%访问社区网页和个人网点；20%访问在该网站上的各家报纸的网点。）该网站ISP的注册用户中，74%都在网站上建有个人网页；400家社区群体也由此上网，其中包括夏洛特县政府，它在网上建立了300页长的网点。该网站提供的房地产信息服务已成为一种该行业中最具创新性的服务，房地产经纪人已经付费给该网站，以使用其服务。

互动电视显身手服务团体有新招

美国“网上电视”网站创办于1997年3月。该网站的发展策略，是创建一系列服务于特定的社区圈和受众群体的互动电视频道，努力提供特色服务，形成一系列电子社区圈，以其提供的互动式网上闲谈、实况网播等服务吸引登记用户（社区圈成员）不断回到各频道上来访问。

这一由互动电视频道网络组成的网站的主页上有如下内容：最上面为该网站的标识（并配有宣传语），接下来有一行从左到右分为二栏的菜单：现场实况，向世界窄播，点播。再下面，左侧为该网站各网络电视频道的图标，中间为各网络电视频道的文字名称和简单说明。右侧，则是一些宣传性内容，如广告等。用户既可通过点击左侧的网络频道图标，又可通过点击中间的频道名称，进入各频道。这些网络电视频道包括：提供为残疾人群众服务的“能干频道”，“航空与航天频道”，“儿童的希望频道”，“社区行动频道”，“因特网频道”；等等。目前，该网站已推出27个网络电视频道。

“网上电视”网站的办网方法，是通过建立以特定的社区圈（团体）如企业、商业性团体和特殊利益团体、各行业协会等为服务对象的网络电视频道，在世界范围内吸引各界人士构成网上电子社区圈。该网站的所有网络电视频道，分别提供丰富多彩的、面向各自社区圈的内容，但各频道的重点，均是以实况网播和视频点播的形式，向登记用户提供时效性强的视频新闻和信息。经过2年多的实践，这一网站已成功地吸引了各频道用户“跨频道观看”，使各频道的用户访问量均迅速增加，各频道上的实况网播、网上广告、电子商务、付费收看等项目，以及用户登记费，已为网站带来收入。“网上电视”网站创建能招徕收入的互动电视频道的做法，已引起其它公司的兴趣。今年7月，“网上电视”正式宣布与Ampex公司结成战略伙伴关系，后者为该网站注入了新的投资，为这家互动的视频网站的继续发展提供资金。目前，“网上电视”公司已收购了其母公司，使后者反过来成为“网上电视”公司的子公司。

我国传媒上网的进程正在加快。我国的传媒网站在发展过程中需要借鉴国际上成功的传媒网站的经验。而美国Sunline网站和“网上电视”网站的实践和成功，为我们提供了国外一些传媒网站最新发展动态。

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏：张咏华

- 评《新时期新闻周刊的生存与发展》 (2006-5-10)
- 试论媒介文化和“赛博文化”的关系 (2003-9-24)
- 张咏华简介 (2002-2-24)
- 新形势下对麦克卢汉媒介理论的再认识 (2002-8-31)
- 经济全球化背景下的因特网及网站的经济模式 (2002-8-30)

[>>更多](#)

办出特色：传媒网站生存之道 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.