

主体和功能：“新闻博客”与新闻传媒辨析

作者：徐晓波

摘要：“新闻博客”现象的出现引起了新闻传播学界的广泛关注。“新闻博客”在新闻传播领域具有革命性的意义、它将颠覆现有的新闻媒体、成为未来的新闻传媒”等观点也应运而生。作者从新闻传播的主体和功能的角度分析后认为，“新闻博客”在结构和传播功能方面的特性，表明其无法成为新闻传播的主体，也很难发挥现代新闻传媒的功能。“博客”不能成为新闻传媒。

关键词：新闻传媒 主体和功能 新闻博客

一

博客现象的出现引起了社会、业界和学界的广泛关注。所谓博客，是指在互联网上基于web2.0技术而建立、由个体自主决定其内容主旨、按时间序列不断更新并通过链接与其它网站相互联系的个人网站。在众多的博客中，有一类博客被称为“新闻博客”。所谓“新闻博客”，一般是指那些以发布新闻为主的博客网站以及网站的主人。

1998年，美国一名新闻爱好者、礼品店老板麦特·德拉吉（Matt Drudge），在他的个人网站“德拉吉报道”（Drudge Report）上，率先发布了克林顿总统与白宫助理莱温斯基的丑闻事件。这条令人震惊的消息，使“德拉吉报道”受到广泛的瞩目，日访问量曾达到千万次。此后，“9.11”事件、印度洋海啸、卡特琳娜飓风、伊拉克战争、伦敦地铁爆炸，以及2004年的美国民主党全国代表大会等重大事件的报道，使“新闻博客”受到了社会和新闻界的广泛关注。

除了美国的“新闻博客”外，在其它国家还有几家著名的“新闻博客”网站也受到人们的重视。其中一个韩国的Oh My News。记者出身的吴延浩在2000年创办了博客新闻网站Oh My News。据称，这个博客新闻网站已被韩国人视为具有传统媒体同等地位的新闻媒体。另一个是加拿大的Tyee网站。这个“新闻博客”网站是由具有20多年新闻从业经验的资深新闻记者戴维·比尔斯（David Beers）创建的。该网站在加拿大也有较大影响。

由于上述现象的出现，一些人认为：博客在新闻传播方面具有革命性的意义；博客是未来的新闻传媒；“新闻博客”将颠覆现有的新闻媒体，彻底改变目前新闻传媒的“点对点”的、单向的垄断传播或精英传播或“大教堂式”的传播，形成一个交互的、“集市式”的、由大众控制的“草根”新闻传播时代。由此，新闻传媒与受众的界限将不复存在，新闻传播的现实图景将无可避免地因为“新闻博客”而彻底改变。

二

传统的新闻传媒作为传播主体，是一个按照现代工业生产方式组织起来的机构；这一机构的组成人员，是按照其生产要求而受过专业训练、有明确的角色定位和职业规范要求的人员。它的生产方式和运作机制，是经过长期的新闻传播实践逐步形成和发展起来的，是在遵循基本的新闻理念和新闻原则基础上进行的（尽管这些理念和原则总是受到来自政治经济意识形态和其内部商业化等等方面的冲击和破坏）。作为新闻传播主体，它拥有采访权、编辑权和出版（播放）权，相对持久地向大众定期、定时或实时传播新闻信息，因而具有较高的可信度和较强的影响力。作为社会主体和法律主体，它向社会承担相应的社会道德责任和法律责任。

“新闻博客”的主体是采集并在博客网页上编发新闻的个人。这些人一般都是对新闻传播有强烈兴趣的人。“新闻博客”采集的新闻，都是自己亲身经历、亲眼看见的事件，具有较强的现场感和真实性。特别是在对一些重大突发事件的报道上，在传统媒体的记者们尚未赶到现场时，身处现场的博客们会在第一时间对事件作出报道。如人们常常津津乐道的“9 11”恐怖事件、印度洋海啸、美国的卡特琳娜飓风、伦敦地铁爆炸等重大新闻发生时，博客们所作的现场报道。同时，由于不需经过传统媒体新闻生产流程中层层把关，以及极少受到政治、经济、意识形态

等因素的制约，博客对新闻的发布具有较高的自由度和自主性。如“德拉吉报道”率先发布克林顿与莱温斯基的丑闻事件等。

我们知道，博客的基本特性是它的个体性。博客基本上是一种个性化的媒体，是一种记录和发布个人的思想、观点、看法、主张，宣泄个人的情绪、情感和个性化体验的媒介。博客研究者们关于关于博客的描述和定义充分表明了这一点。请看这些描述和定义的关键词：“言论网站”、“无拘无束的言论”、“表达个人思想”、“个人声音在新的公共空间的持久记录”、“个人媒体”、“自媒体”、“个性化表达”，等等。

由此看来，传统新闻媒体作为传播主体，与博客的重大区别之一，表现在现代新闻媒体是一个按现代工业生产方式建立起来的高度组织化、系统化和专业化的新闻采集、编辑和发布机构，而博客则是一个个人化的传播媒体，它通过互联网网页来记录自己的思想、情感、经历，以及按照自己的兴趣、爱好在互联网上链接的网页来聚合相关的知识和信息。现代新闻媒体的运作过程，更多地受到社会因素的制约（这种制约体现在媒体自身，即是新闻信息的编辑过滤和“把关”）。这决定了它的社会性、相对客观性和理性等特征。而博客较少受到社会的制约，主要取决于个人的价值观念、思维方式和情感情绪等因素。这便决定了博客的个体性、自由性、主观性、感性等特征。

三

在现代社会里，某一媒介要成为真正意义上的新闻传播主体，它必须是在一定的时间、一定的区域或一定的领域（行业）内，相对持久地、比较全面地传播具有客观真实性和权威影响力的新闻信息。由于单一的个人力量、个人的资源、个人的亲历是有限的，要做到这一点的可能性极小。以备受推崇、“使传统媒体蒙羞”的“德拉吉报道”报道为例。网站主人麦特·德拉吉是一个礼品店老板，他所经营的“德拉吉报道”的新闻来源，并非是自己采集新闻，而是从网上和传统媒体中搜寻自己感兴趣的新闻和信息，重新进行编辑加工后，发布在“德拉吉报道”上。据中国传媒大学胡晓生对包括“德拉吉报道”在内的美国几个著名的“新闻博客”（Drudge Report、Wonkette.com、Politicalwire.com）的研究表明，“新闻博客”网站的信息来源绝大多数来自于传统媒体，而且，越是知名的大型媒体和通讯社用得越多。如《纽约时报》、《华盛顿时报》、《今日美国》报，和美联社、路透社，以及Yahoo网站，而由其自己采写的新闻则属“很少”。胡晓生在对这几个“新闻博客”网站的传播特性和传播形式、结构等，进行实证研究后得出了七个方面的结论，其中之一即：所谓“新闻博客”的新闻信息的主要来源是传统媒体，而真正属于自己采写的新闻“很少”。[1]

“德拉吉报道”对克林顿莱温斯基绯闻案的报道，被人称为“在新闻传播史上具有划时代意义”。1998年1月17日深夜，德拉吉在他的网站上发布了一条令人震惊的消息：“在付印前的最后一分钟，星期六晚上6点，《新闻周刊》杂志抽掉了一条重大新闻。这条新闻注定将动摇华盛顿的地基：一个白宫实习生与美国总统有染。”这使“德拉吉报道”成为世界上第一个公开报道克林顿和莱温斯基绯闻的媒介，并在整整半年时间内，引领了美国的“舆论导向”。但是，请注意，这一消息是传统新闻媒体《新闻周刊》的记者迈克尔·艾西科夫采写的，只不过它在刊出的最后时间里，被该周刊的高层给“枪毙”了。于是，迈克尔·艾西科夫将这一爆炸性的消息提供给了“德拉吉报道”。人们认为，如果当时迈克尔·艾西科夫将这一消息发布在BBS或随便什么其它的媒介上，同样可以引起这种爆炸性的效果。

可以这样说，我们目前所知的“新闻博客”，其新闻基本上不是自己的第一手报道，而仅仅只是从传统新闻媒体，以及一些未经核实或无法进行核实的新闻来源那里，按照自己的兴趣、好恶等，搜集选择一些新闻来进行编辑加工，对其它网站的新闻作一些链接。即便是拿到2004年美国大选采访资格的考克斯（COX），虽然她自己参与了实际采访，却并没有给网站的信息源构成带来质的突破——夫选期间，她的网站仍然大量引用了传统新闻媒体的报道内容。

由此，“新闻博客”作为现代新闻传媒，它的运作机制、运作规则和新闻传播功能，就不能不受到质疑。如果以“德拉吉报道”对克林顿莱温斯基绯闻案的报道等现象，来证明所谓“新闻博客”就是新闻传媒甚至是取代了传统新闻传媒、颠覆了传统新闻传媒，且不是过于轻率了吗？

诚然，博客也完全可以发表事实上也的确发表了少数自己采写的第一手新闻。但博客所发表的新闻事实，一般都是与他个人亲历有关的新闻事实，而且也只有这种本人在场的新闻事实，才能赢得公信力，受到大众和其它媒体包括传统媒体的关注，比如博客们对自己亲身经历的“911”事件、伦敦地铁大爆炸、印度洋海啸等的现场报道。然而，这种个人亲历的重大新闻，对于“新闻博客”们来说，毕竟是千载难逢的。但即便如此，也只能表明，通过博客网站将新闻发布后，博客只是具有了新闻媒介传播新闻的特征，具有了进入大众传播领域的可能性，而不能说它就是新闻传媒了。所以，博客在新闻传播方面，在很大程度上只是一种新闻源。因为，如前所述，作为现代

新闻传媒来说，它的基本要求是，能够在某一区域、某一行业（领域），定时甚至是实时地向受众或公众传播新闻，而不管它是纸质的、电子的抑或是其它媒介。因此，博客们自己也不得不承认，靠“个人网站”的那点实力所获得的信息源，是远远满足不了现代新闻传播的需求的。

这里有必要具体分析一下韩国的Oh My News。记者出身的吴延浩（Oh Yeon-Ho）有感于韩国媒体的保守，发誓要创办一份“在主流媒体之外发出自己的声音”的媒体。2000年，包括吴延浩在内的4个人创办了“新闻博客”网站“Oh My News”。据言每天有200万人上网收听收看Oh My News的新闻。但是，我们可以看出，从内容上看，Oh My News网站设立了传统媒体或主流网站所具备的所有栏目。从运作方式来说，Oh My News已非一个博客网站，而是以传统媒介运作方式运作的新闻网站。网站的主人虽然是吴延浩，但从它诞生的那一天起，它就不是一个个人运作的网站，而是一个有多人在一起、并按一定新闻理念、程序和规则运作的媒体。它的全职人员开始即是4人，到2005年已发展到53人；而给其投稿或提供新闻线索的“市民记者”，则由初期的700多人增至2005年的26700人。这些“市民记者”包括了从大中学生、家庭主妇、电梯工到律师、法官、教授、政府官员等社会各种职业、各个阶层的人们。[2]毫无疑问，这是一个完全符合传统媒体的标准新闻网站，而与博客的概念相去甚远。当然，与传统的新闻网站相比，Oh My News也有很大的不同。从技术上看，Oh My News网站是一个基于web2.0技术的网站；从消息来源上看，它是由众多“公民”记者采写的新闻，而不是像传统的新闻门户网站那样，消息主要来源于报纸、电台、电视台等传统媒体；在新闻报道内容和报道形式风格上，文章描述的多是坊间逸事，并通常带有写作者的主观性；它摆脱了传统媒体“书写”的方式，而是一种更加纯粹的平民式“言说”。有人认为，“与司空见惯的新闻报道语言相比，这种平民式的‘言说’激进、机敏和犀利，因而充满了活泼的生命力量和民间智慧”。因此，我们认为，Oh My News很可能是新一代新闻传媒的某种雏形，也很可能代表了未来新闻传媒发展的一种方向。

传播和新闻传播技术的发展，无疑最终会改变传播和新闻传播的既有范式和现存图景。但是，新闻传播所具有的内在因素和外因因素，在与传播技术发展过程中的相互作用规律是不可忽视的。不仅仅是技术，更重要的是这种相互作用的规律，决定着新闻传播发展的范式和图景。因此，我们有理由认为，博客的出现虽然给传统新闻媒体以巨大的冲击，但它自身并不是新闻传媒，也不能颠覆传统的新闻传媒。未来的新闻传媒具有博客的特性，但不是博客；具有传统新闻传媒的特性，但不是传统新闻传媒。它是融汇传统媒体和web1.0、web2.0特性，以及正在形成的互联网的其它新技术（包括目前尚不成熟甚至尚未出现的技术）的新的传播方式。

作者简介：徐晓波，男，中南民族大学文学院新闻系副教授。

参考文献：

[1]胡晓生，《美国新闻博客的传播特征》，《青年记者》，2005年第5期，p83~86.

[2]林德·卡内，《Oh My News：每个人都是一名记者》，《多媒体世界》，2004年5月

（纸媒文本《新闻界》2006年第6期）

回首页

来源：作者
阅读：980 次
日期：2007-02-08

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：CNBC财经频道理念与日播栏目内容形式分析

下一篇：我国传媒面临更多的职业道德和规范的拷问：2006年新闻传播业的十个话题

>> 相关文章

- 汶川地震中网民的自主式传播
- 实战演练：网络报道如何准备
- 网络传播：让公众触摸到四川地震脉搏——综观新浪、腾讯、搜狐三大门户网站的 earthquake 专题报道
- 网络词语背后的文化心理及其影响
- 2008年“两会”网络新闻传播新视点——以人民网为例
- 官方话语、知识话语和媒介话语中的网络游戏
- 遏制语言暴力 捍卫公共利益
- 传媒文化的现代总动员

发表评论



点 评:

用户名:

字数0

密码:

发 表

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .