



图4：2003年4月2日“要闻播报”页面（70%）



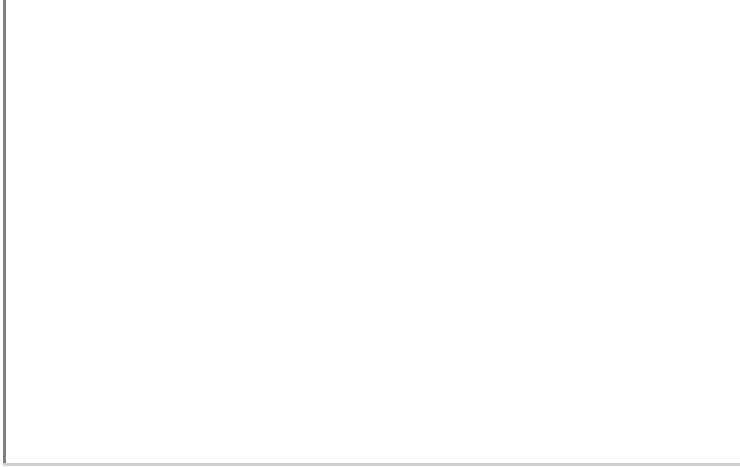
图5：2003年4月2日“幽默：农民击落阿帕奇”页面（70%）



“视频”直接链接到千龙网、新浪网、凤凰网联合主办中国网通、China Cache协办的“‘伊拉克战争’网络直播报道平台”（页面实例见图6），但是其中没有视频新闻可以点击播放，只有“视频直播”、“音频直播”、“网通视频”和“网通音频直播”图片链接打开Windows Media Player，但是有没有正确的路径播放（时间：2003.4.3 21:45）。

图6：2003年4月3日“伊拉克战争”网络直播报道平台“首页（70%，局部）





总体而言，新浪网对美伊战争报道还是一张电子“报纸”，多媒体传播基本没有实现。但是并非新浪网没有多媒体传播策略，因为它在专题首页设立了FLASH动画的专门板块，并在专题首页设立“征集伊战动漫”的标题链接；同时，新浪网还与千龙网、凤凰网联合主办了“伊拉克战争”网络直播报道平台，使自己的专题首页有可能设立视频链接，从而力争显示出多媒体报道的总体面貌。新浪网的这些努力，已经足见其对多媒体传播的重视，也呈现出其实际运用了的多媒体传播策略。

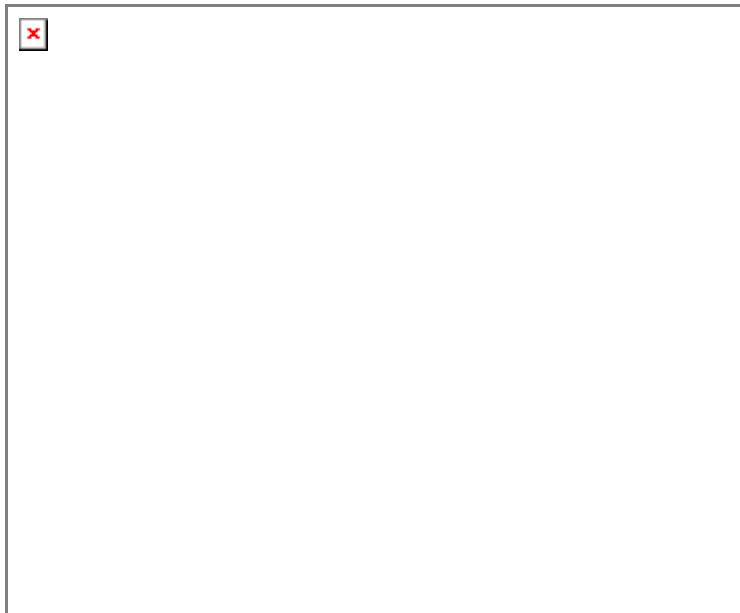
但是巧妇难为无米之炊，新浪网实际上不具备进行多媒体传播的能力，因为它没有音视频的节目资源。国家法令明文规定商业网站没有原创新闻的权利，也不能通过其他方式（比如合并、兼并）获得电视台、广播电台的节目资源。因此，新浪网的多媒体传播主要通过原创的Flash动画和合办的视频节目来实现。但是，即便有这两根救命稻草，新浪网的多媒体传播仍然处于非常拮据的状态，这将在下一节讨论。

二、搜狐网的多媒体传播策略。

搜狐网在专题首页没有明确的Flash动画或者视频的板块、栏目，其Flash动画均被放在“战况回顾”板块内，与中广网合作推出的视频则放在“媒体互动”板块内。实际的多媒体内容有“Flash网闻联播”、“动画日记”动画和与中广网合作推出的“视频直播伊拉克战事”。

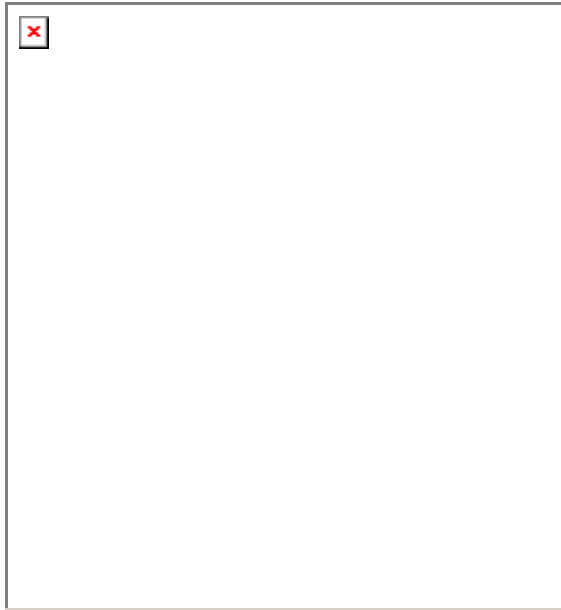
“Flash网闻联播”与新浪网的“要闻播报”类似，也是播报员音频播报，同时在照片显示区一张张地显示照片，每天一次报道，页面实例见图7。

图7：2003年4月4日“Flash网闻联播”页面（70%，局部）



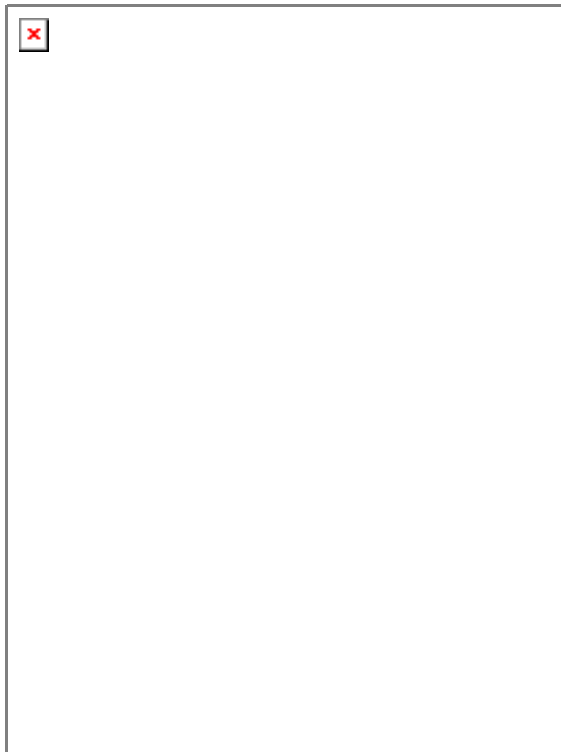
“动画日记”以翻书页的形式进行浏览控制，形式与内容都颇似小画册，每天一次报道，页面实例（巴格达——神明所赐的恩物）见图8。

图8：2003年4月4日“动画日记”页面（70%，局部）



与中广网合作推出的“视频直播伊拉克战事”直接链接到中广网（<http://www.catv.net/>）美伊战争专题首页，见图9。该首页设有嵌入页面的视频播放区、3个直播站和“最新战况视频点播”、“战事评论视频点播”。但是实际上没有多少视频内容，并且所列出的有限的内容也基本不能播放，嵌入页面的播放区无法播放，3个直播站也没有内容播放，“最新战况视频点播”和“战事评论视频点播”激活windows Media Player后也无法播放。

图9：2003年4月4日“视频直播伊拉克战事”页面（70%）



总体而言，搜狐网的多媒体传播策略和实践与新浪网极为相似，一方面极为重视多媒体报道，

另一方面又极度缺乏多媒体资源，在整体上多媒体报道显现出拮据的状态。

三、人民网的多媒体传播策略。

人民网专题首页设有新闻动漫（后被取消）、音频视频新闻2个多媒体板块。

音频视频新闻板块列滚动的文字标题，通过点击文字标题链接激活Realone Player播放视频节目，播放流利，节目来源是中央电视台所播出的新闻节目，实例（英国一摄影记者在伊北部触雷身亡）见图10。

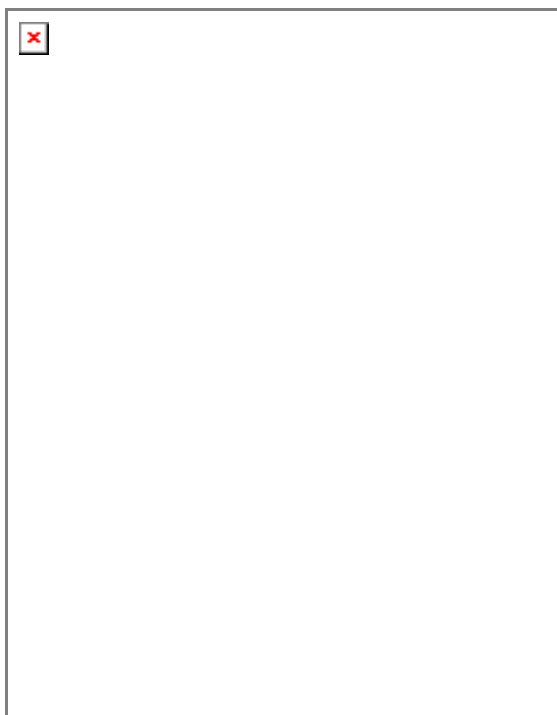
图10: 2003年4月4日视频新闻播放页面（70%，局部）



人民网“音频视频”页面也是通过列文字标题、点击激活Realone Player的方式播放视频内容。

“新闻动漫”实际上就是一张一张地显示照片，只是采用了类似电视节目的片头片尾、照片更迭也采用了类似电视特技的淡出淡入、划出划入等手段，没有音频，页面实例（约伊边境的难民营）见图11。

图11: 2003年4月4日“新闻动漫”页面（70%）



总体而言，人民网作为传统报纸媒体——人民日报独立主办的网络媒体，能够重视音频视频、

动画的传播，实属难能可贵。人民网负责人蒋亚平很重视多媒体传播，他认为在宽带网尚未普及的时候，人民网凭借文字、图片的报道可以赢得大量的网民，但是宽带普及之后，人民网由于缺乏视频内容必将受到央视国际的巨大冲击。虽然在观念上人民网极为重视多媒体传播策略，这可以从人民网以一定方式从中央电视台获得视频节目的实践和蒋亚平的话语表述中看出，但是人民网的多媒体传播还只能说处于起步阶段。体制的原因使得它不可能大量稳定地获得优质的视频节目，经济技术的原因也使它无力深度整合视频资源；其Flash动画与新浪网、搜狐网相比也显得单薄。

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 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: 传播研究

- “民族志”之于传播研究的实践话语 (2006-3-1)
- 从韦伯到哈贝马斯——传播研究视野下的再思考 (2006-1-8)
- 儒家传播谋略 (2004-10-25)
- 中国社会科学院新闻与传播研究所 (2004-9-20)
- 四川省社会科学院新闻传播研究所 (2004-9-20)

[>>更多](#)

[-] 网络: 多媒体传播研究 (六) 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.