

● 新闻传播

网络信息噪音及网站新闻编辑对策^{*}

强月新, 邓 敏

(武汉大学 新闻与传播学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 强月新(1946-), 男, 湖北荆门人, 武汉大学新闻与传播学院新闻学系副教授, 博士生, 主要从事信息管理与新闻业务研究; 邓 敏(1979-), 女, 湖北武汉人, 武汉大学新闻与传播学院新闻学系硕士生, 主要从事新闻业务研究。

[摘 要] 互联网在为受众提供庞大的信息的同时, 也给信息垃圾的制造提供了空间, 致使网络信息浓度越来越低, 受众不得不面对相对信息的匮乏。为此, 网站编辑必须在精品化、专业化、分层化、个性化方面进行改进。

[关键词] 互联网; 信息; 噪音; 网站新闻编辑

[中图分类号] G 210 [文献标识码] A [文章编号] 1000-5374(2002)05-0632-03

众所周知, 互联网的发展使人们获取新闻信息的能力大大增强, 但在获取新闻信息的能力增强的同时, 人们制造噪音与信息垃圾的能力也得到增强。正是这种噪音在很大程度上削弱了网络新闻媒体有效的新闻信息服务。网络用户(或称网络受众)所面临的问题就是: 网上的信息越来越多, 而信息的浓度却越来越低, 其消化吸收也越来越困难。

“过多的选择等于没有选择”。从表面上看, 网络信息的丰富多彩给人们造成了一种“信息饱和”的假象, 然而在这些令人眼花缭乱的信息中, 很多都是无效信息。这里涉及到一个有关“信噪比”的问题。所谓信噪比(signal-to-noise ratio)在技术上是指电缆中指定点的有用信息和无用噪声之间的比率, 用于衡量信号质量^[1](第505页)。网络用户并不是整天都“泡”在网上的(某些专业人士或“网虫”除外), 而且受众之所以青睐于在互联网上寻求新闻就是因为它速度快、传播信息迅速。而现在, 对于那些时间较为有限、兴趣不太广泛或对新闻的指向性偏高的受众来说, 当他们在浩如烟海的网络信息中寻找自己感兴趣的新闻时, 很显然就会受到各种各样的困扰。这些困扰既来自于网络本身绝对信息数量的庞大, 又来自于与之相伴而生的各式各样的信息噪音, 比如电子商务信息、广告信息以及技术层面的干扰。这不仅仅表现为在显示屏前所等待的时间偏长, 或者是为繁琐复杂的界面所干扰, 更重要的是, 目前的网络受众还根本没做好抵抗信息噪音的心理准备, 而这些噪音潜移默化的影响却已经产生。这对于那些已经有一定的新闻接收倾向的受众来说, 无疑是在增加他们接收上的难度。试想, 一个每天只愿意花很少的时间来阅读有关新闻的人怎么可能不对以下这些景象感到困惑呢? 在显示屏面前等待着计算机运行很长时间, 才看到一个实际上他根本不需要的Flash动画在页面上慢吞吞地生成; 收到不请自来的垃圾邮件或在线通知; 面对信息种类和总量百倍于自己需求的Web页面……对于无处不在、形态各异的广告、图片、标语、字幕, 目前的个性化技术根本不可能使受众完全躲开它们。尽管网络受众现阶段可以根据自己的需要按主题订阅电子邮件, 参与新闻组(News Group)等等, 但这些仍然不够, 因为主流的信息源

* 收稿日期: 2002-03-06

仍然在受众所不能控制的地方。

对传统媒介而言,尽管交互手段较差,并且也没有很多的个性化的技术手段,但由于把关人的作用,更重要的则是由于传统媒介本身的特点,使得信息精练性和纯度要远远大于网络媒介的总体情况。从一个广义的视角来看,对一个阅读报纸的人和一個在网上冲浪的人来说,他们获取的信息数量远远不能相比,并且很显然是后者占上风;而从阅读质量的比较上来看,胜负却是未知数。因为就认知而言:1.接受信息太多容易形成记忆上诸内容之间的相互抑制;2.从选择看,过多的信息导致选择的困难甚至冲突;3.从认知程度看,一个读少量信息的人,或许能够更加深刻的理解并思索新闻本身^[2](第41页)。

互联网上信息噪音的增多,究其原因,可分为以下几点:1.信息垃圾膨胀的速度远比精品快,这是由两者的生产效率所决定的。信息精品的生产需要倾注极大的心血,因此不会因信息技术的大发展而有大幅增长,而信息垃圾的产生则会因信息技术的提高以成百上千倍的速度递增。2.精品的社会自然筛选机制大大弱化。资料拷贝、存储成本的大幅度降低,使人们将不再精心挑选有价值的信息精品妥善保存,这势必导致保存资料的信息含量下降,人们在使用中要付出更多的时间来挑选。3.不必要的细节无节制地增加。今天,过多的资料来自于计算机的自动化,这些系统往往以提供更多的细节为荣,但过多的细节往往会干扰人们认识事物的总体感觉。4.感性资料的过度膨胀挤占了理性思考的时间。人类的理性思考主要通过语言、文字、符号、概念来进行,然而新技术则鼓励人们享受更多的感性资料服务,如图像、声音、影像等。因此,在这种情况下,如何制造出高浓度的信息产品,缓解信息噪音带来的压力,提高信息服务的实际效率,是网站新闻编辑必须面对的现实问题。

在网络普及、用户自我查询能力日益增强的今天,网络用户更需要导航式服务、信息内容深加工服务及一切用户个人查询难以实现的网上服务。因此,网站新闻编辑必须考虑在全球资源实现共享的大环境下,在用户需求内容发生变化的情况下,该提供怎样有特色的服务才能吸引用户,并挖掘用户的潜在需求。

(一)精品化。互联网用最快最方便的手段,提供了信息传播的无限可能性,让受众去作无限可能的自由选择。而最终在这种无限自由选择和竞争的机制中占上风的,靠的就是高质量、高品牌的产品。如前所述,互联网在给人们创造了无限获取信息的能力的同时,也带来了巨大的信息噪音。在表面信息饱和的同时,人们不得不面对另一类型的信息缺乏,即大量信息混乱所造成的信息缺乏。重复的、低水平的网上垃圾会占据人们大部分的上网时间,人们依然找不到有价值的东西。新闻网站发展的规律告诉我们:对今后的网站新闻起决定作用的将是质量而不是数量,是深度而不是面面俱到,是系统有序而不是名目繁多。我们知道,在产品供应短缺的时代,数量是最重要的。但在产品泛滥的时代,产品的质量和品牌才是最重要的。因此,有实力的新闻网站将会集中更多的人力、更大的物力和财力资源来推行精品战略,认真地制作精品。

(二)专业化。粗而广的信息服务会是最先被淘汰的,因为这种泛化的内容在网上很容易得到,但又不能给用户以很大的帮助。实际上,任何有价值的信息总是与专业知识分不开的,专业知识财富是构成服务价值的主要基础,行业知识的差距则是保护本项业务抵御竞争的围墙。因此,网络新闻媒体要想提高其服务质量并赢得市场,办法之一就是使自己的服务专业化,将目标集中到自己熟悉的业务领域中,集中到特定的用户群上,利用专业的技术优势来进行服务,通过专业化来提高服务的深度和质量,以达到更好的效果。可以说,走专业化道路是新闻网站生存与发展的基础。

目前,我国国内的新闻网站可大致分为三类。一类是2000年崛起的传统媒体网站,如人民网、千龙网、东方网等;一类是商业网站的新闻中心,如新浪、搜狐等;还有一类则是一些财经站点、体育专业等垂直网站。2000年鲨威体坛以2000万美元被Tom.com收购,本身便说明了这种细分的专题新闻网站的潜力所在。2000年1月17日,经国务院新闻办批准的国内第一家从事新闻刊载业务的行业新闻网——中国电力新闻网正式开通。其功能主要定位于网上原创电力新闻的发布中心、电力行业和国家电力公司形象宣传的窗口、电力企业信息资讯的实用大全,同时兼顾电子商务和网上服务。业内人士预言,类似的以行业信息为基础的专业新闻网站有望大量出现,成为中国媒体网站中的重要力量。

(三)分层化。互联网的发展,使得一大批新闻网站不断诞生并发展壮大起来,但网络新闻服务覆盖面很多,任何一个新闻网站都难以承担所有的网络新闻服务。因此,新闻网站的分层化趋势日益明显。2000年12月18日开始,人民网开始由综合网站向集团网站发展,其下拥有中国地方新闻联报网、人民健康网、人民书城、体育在线、人民导航及我的中国网6大专题子网。很显然,人民网此举的目的在于对信息和服务对象进行分层次的细分,以满足受众对“窄播”的需要。人民网主任编辑杨武军认为“集团网站通过对各子站鲜明的定位,将网络信息服务对象进行更专业化的市场划分,为今后有针对性的服务与商业运作开辟了广阔空间。各子站间互相关联又彼此独立,既能形成整体规模优势,又具有独立伸展空间,能更好地适应激烈的市场竞争及不断专业化的网民需求”^[3](第28页)。

(四)个性化。随着互联网的高速发展,网络用户被笼罩在巨大的信息网络之中,并由此而具备充分的获取信息的能力。此时,用户对信息的需求将更具针对性,更为个性化。而提高信息服务的针对性或个性化,关键的一点在于即时与用户信息交流,在多次的交流过程中挖掘用户的真正需求并充分提供个性化的服务,而互联网的交互性为这一点提供了很大的便利。在发展过程中,只有那些具有鲜明个性、形成自己独特风格的网站才能获取较高的点击率,赢得发展空间。如人民网,号称自己具有最权威的政府信息。《中国日报》网站宣称自己是“最大、最权威、最有影响的关于中国信息的英文网”,服务于海外人士投资中国和中国各地招商引资。东方网自称是“上海新闻在网络上最权威的声音”。千龙网更宣称,“一览首都新闻,只要上千龙网。”无论这些网站是否真正做到其宣称的那样,它们着重个性化服务的这一特点很值得其他新闻网站学习。

[参 考 文 献]

- [1] 彼得·戴森. 英汉双解网络词典[Z]. 北京: 电子工业出版社, 2000.
- [2] 杜骏飞. 网络新闻学[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2001.
- [3] 我们与受众互联——媒体网站工作者工作、生活状态调查[J]. 中国记者, 2001, (1).
- [4] 托马斯·鲍德温, 等. 大汇流: 整合媒介、信息与传播[M]. 北京: 华夏出版社, 2000.
- [5] 罗杰·菲德勒. 媒介形态变化: 认识新媒介[M]. 北京: 华夏出版社, 2000.

(责任编辑 车 英)

Information Noise on Internet and Countermeasures of Internet Editor

QIANG Yue-xin, DENG Min

(School of Journalism & Communication, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: Q IANG Yue-xin (1964-), male, Associate professor, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in information management and vocational journalism; DENG Min (1979-), female, Graduate, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in vocational journalism.

Abstract: Internet provides a great deal of information to the mass. However, it also produces a lot of information noise, which decreases the density of the information and the mass have to face the comparative shortage of the information. Therefore, the editor of the Internet has to divide the information, improve the quality and make the information more professional and more personal.

Key words: Internet; information; noise; editor