

## 第一章

# 新媒体与新媒体写作

## 第一节 新媒体概述

### 一、媒体发展概况

什么是媒体？媒体就是媒介载体。

互联网时代，媒体有传统媒体和新媒体之分。传统媒体是指报纸、杂志、图书、广播、电视等传播载体及发布机构。新媒体是指数字报纸、数字杂志、数字广播、数字电视、数字电影、移动电视、手机短信、网络、桌面视窗、触摸媒体等传播载体及运营机构。

通常情况下，媒体既可以指语言、文字、图像、声音、影像、印刷等具体内容信息，也可以指承载这些内容信息的技术和物质。

常见的媒体包括以下几种。

#### （一）报纸

报纸是以刊登新闻和时事评论为主的定期向读者发行的印刷出版物，是传统媒体时代大众传播的重要载体。

西汉初年，我国推行郡县制。各郡在京城长安设置办事机构——邸（相当于前些年我国各省、市地方政府驻北京办事处）。邸中的常驻官吏负责各郡最高长官与皇帝以及臣僚之间的联络工作，搜集并通报有关朝廷的信息和官方大事，定期将皇帝的诏书、谕旨，臣僚奏议等朝廷文书记录在简牍或绢帛上，通过信使骑马送给各郡长官，这就是邸报，中国最早的报纸，又称“邸抄”“杂报”“朝报”“条报”。

邸报从宋代起发展成用手抄写，明末从手抄或木刻印刷改为活字印刷。邸报清代时改称为“京报”，读者面扩大到普通官吏、广大学者甚至平民百姓。

中国有史料记载的最早的报纸是《开元杂报》。唐代开元年间（公元713年—公元741年）京都长安皇宫门外，朝廷每日发布有关盛世景象和政务琐事的朝政简报。这种手抄简报在各级官衙内部传播。唐人孙樵在其《经纬集·读开元杂报》中提到他在襄樊得到数十幅这样的朝政简报的抄件，并称之为“开元杂报”。可见，中国最早的报纸距今已有一千多年历史了。

西方学界认为，世界上最早的报纸雏形是公元前131年，古罗马共和国发布的《每日纪闻》（或称《罗马公报》）。最初它只是竖立在罗马议事厅外的一块木板，用来向市民发布元老院的最新政令和决策。随着罗马版图的日渐扩张，公元前59年，古罗马执政官尤列乌斯·恺撒下令将《每日纪闻》的内容书写在布匹上带到各个行政省的首府，并翻译成各种语言以公告栏的形式向民众公布，这样使《每日纪闻》得以流传开来。

就办报历史而言，古罗马的《每日纪闻》比我国的邸报要晚大约一个世纪。

16世纪中叶，随着人类航海技术的发展，地中海北岸的威尼斯成了世界文化中心。当时就流行一种手抄小报——《威尼斯公报》，1536年就有了专门为该小报采集消息的机构以及沿街兜售该小报的人群。该小报不定期出版，每份一个铜币，主要刊载商品行情、船期、交通动态、政局变化、战争消息和灾祸事件等。该报后来流传到罗马以及欧洲各国。中国大百科全书出版社1990年12月出版的《中国大百科全书·新闻出版》卷，“报纸”条目中所载“随着社会对新闻需求量日益增长，以及资本主义生产力的发展……促使定期印刷报纸产生。最早的印刷报纸，是1566年在意大利单张印刷出版的《威尼斯公报》，因每份售价为威尼斯一枚铜币‘格塞塔’，以致这个词后来成为西欧‘报纸’的同义词。”

报纸主要有以下几个特点。

（1）版面大、篇幅广。报纸以文字、图片、色彩以及版面设计等多种符号传递信息，能够涵盖广泛的内容，包括国内外新闻、社论、评论、广告等，为读者提供全面的资讯服务，报社可以根据需要临时扩版甚至加印号外。

（2）公信力强。报纸的公信力相对于新媒体来说要更高。首先，报纸通常经过严格的编辑和审核（三审三校）流程，确保所发布信息的准确性和权威性。其次，报纸的采编人员从业有着严格的学历和专业门槛，普遍都具有较高的专业水平和综合素养，为所采编新闻作品的质量提供了一定的保障。

（3）读者面广且稳定。报纸刊登的信息常常雅俗共赏，能满足不同层次的读者阅读需求。报纸通常都有固定的读者群体，读者往往因长期阅读报纸甚至产生一定心理依赖。报纸的读者有较大一部分是采用年度订阅制，因此读者群相对比较稳定。

（4）信息固定持久。报纸作为视觉媒介，通过印刷在新闻纸上的内容供人阅读，这使得报纸的信息固定持久，可以重复阅读，广泛传阅。报纸读者的选择性强，阅读的顺序、时间、地点、快慢、详略都由读者自己决定。相对于网络新媒体来说，报纸可以保存下来以备复读和查阅资料。

（5）成本低、经济实用。报纸媒体的采编运营成本相对电视媒体来说较低，但是传播效果比较好，对于广告投入来说，性价比更高，不像电视和广播媒体，广告内容只在当天或第二天播放。

（6）传播时效性弱。报纸媒体传播的寿命相对较为短暂。一旦报纸被阅读后，其信息

的传播效果会随时间递减，因此其利用率也相对较低，比如日报或晚报，每日或每夜都有新报面世。

如今，传统纸质报纸与网络紧密融合，数字报作为融合的重要产物正在改变着传统报纸的形态和传播方式。数字报不仅继承了报纸媒体的诸多优点，还充分利用了网络媒体的特性，实现了信息的快速传播和广泛覆盖，打破了传统报纸在时间和空间上的限制，读者可以随时随地通过网络阅读数字报，获取最新的新闻和资讯。同时，数字报还提供了丰富的互动功能，如评论、分享等，使得读者能够更加方便地参与到信息的传播和交流中去。

## （二）期刊

期刊，又称杂志，是定期、连续出版的印刷读物。它有固定的刊名、序号，通常以出版年、季、月、旬、周为序。它依照既定的编辑方针、办刊风格，将众多作者撰写的稿件编辑、装帧、出版、发行，每期都有新的内容，包括文章、图片、广告等，其内容和形式相对稳定，具有连续性。期刊的内容可以是综合性的，也可以是专业性的，它能涉及各种领域，如科学、文化、艺术、娱乐等。

我国期刊的出版必须有出版单位，并经新闻出版总署批准，领取《期刊出版许可证》，持有国内统一连续出版物号，简称国内统一刊号，即“CN号”。“国际标准刊号”是“国际标准连续出版物号”的简称，即“ISSN号”，我国大部分期刊都配有“ISSN号”。

世界上最早的期刊是1665年1月5日由法国议院参事戴·萨罗律师创办于巴黎的《学者杂志》。它首次采用“Journal”一词作为刊名，被认为是世界上第一份真正意义上的期刊。

中国最早的期刊是1815年由英国传教士马礼逊和米怜共同主编，在马六甲创刊的《察世俗每月统记传》，学界认为这是以中国读者为对象的第一份中文期刊。该刊在装帧上沿袭中国线装书的风格，木刻印刷，每期五至七页，大约两千字，初印五百册，后来逐渐增到一千册，主要在南洋华侨中赠阅。该期刊于1821年停刊，共出版了八十多期。

由郭士立于1833年在广州创办的《东西洋考每月统记传》被认为是在中国本土创办的第一份中文期刊，1834年出版第10期后休刊，1835年2月复刊，出版6期后再度休刊。《东西洋考每月统记传》的内容主要介绍西方文化、艺术、哲学和科学技术，文字通俗、简短，尽可能与中国文化相吻合，在研究东西方交流史上具有重要参考价值。

期刊主要有以下几个特点。

（1）定期出版。期刊必须有固定的出版周期，如周刊、月刊、季刊等，这种定期性有助于维持读者群的稳定性。

（2）内容专业。期刊通常专注于某一特定领域或主题，为读者提供有深度、专业的信息和观点。

（3）广泛传播。期刊可以通过各种渠道发行，覆盖的读者群体广泛，有利于信息的广泛传播。

（4）广告载体。期刊也是广告发布的重要载体，广告主可以通过在期刊上发布广告信息来推广其产品或服务。

期刊在传播知识、推广文化、引导舆论等方面发挥着重要作用，是现代信息传播

体系中的重要组成部分。随着数字化和网络化的发展，期刊也逐渐向数字期刊、电子期刊、网络期刊等方向发展。数字化期刊的信息存储和传递具有多媒体特性，它不仅可以包含文字信息，还可以集成图像、声音和视频等动态信息，使内容的呈现形式更为丰富多样。这种多媒体形式的信息传递方式极大地提升了读者的阅读体验，并有助于读者对信息的深入理解和消化。

### （三）广播

广播是指通过无线电波或导线定时向听众传播声音的新闻传播载体。因此，广播媒体，也被称为声音媒体，它利用声音符号，以有声语言为主要传播手段，诉诸人的听觉，使人产生强烈的想象力，并通过音乐和音响效果增强节目的现场感。

按照传播方式的不同，广播可以分为无线广播和有线广播。通过无线电波传送节目的称为无线广播，通过导线定时传送节目的称为有线广播。

1906年圣诞节前夜，美国的费森登和亚历山德逊在纽约附近建了一个广播站，进行了人类史上的第一次广播，广播的内容是两段笑话、一首歌曲和一支小提琴独奏曲。当时持有接收机的人都清晰地收听到了该节目。

美国匹兹堡 KDKA 广播电台于 1920 年 11 月 2 日开始播音。它是美国第一个持有营业执照的商业广播电台，也是被公认的世界第一个商业电台，标志着广播事业的正式诞生。

美国人奥斯邦于 1923 年在上海创办的 ECO 广播电台，是中国最早的广播电台。

中国人自办的最早的广播电台是 1926 年由刘瀚在哈尔滨建立的。

1940 年 12 月创建的“延安新华广播电台”，是中央人民广播电台的前身。1949 年 3 月 25 日，该电台迁到北平（现北京），同年 12 月 5 日，改名为中央人民广播电台。

广播主要有以下几个特点。

（1）声音塑造。广播利用声音、音乐、音响为传播手段，使得听众能够通过听觉感受信息，产生强烈的想象力，留下深刻的印象。同时，由于广播不受视觉形象的限制，它可以更加专注于声音的塑造，可利用不同的音效和音乐创造出独特的氛围和情境。

（2）传播迅速。广播的传播速度快，时效性强。由于广播内容是通过电波传播的，播出与听众接收几乎是同步的，因此其制作、传输、接收都非常简单快捷，时效性在各类传统的大众传播媒体中居于首位。这使得广播在报道新闻、传递信息方面具有天然的优势。

（3）受众广泛。广播媒体的受众广泛。广播作为听觉艺术，其内容通俗易懂，听众不受教育程度的限制，且人们收听广播时可以同时进行其他活动，如做家务、做手工、走路、开车等，这使得广播的受众群体非常庞大。

（4）成本低廉。较之电视、报纸，广播内容的制作成本低廉，其制作过程相对简单，无须投入大量的设备和人力成本，因此，其广告费用也相对较低，这使得广播成为众多中小广告主的重要选择。

（5）不便保存。广播的声音转瞬即逝，不留痕迹，不便保存，听众如果出现误听或遗漏信息的情况，无法反复收听。此外，广播媒体无视觉形象，不利于形成品牌的直接印象，也可能导致听众理解信息时产生歧义或误解。

广播以其独特的传播方式和优势，在信息传播领域发挥着重要作用，并持续吸引着广大听众的关注和喜爱。随着新媒体的兴起，传统的广播已经向数字广播发展。数字广播通过数字信号传输高保真的节目，音质纯净，为听众带来了更为清晰、悦耳的听觉体验。

#### （四）电视

电视是利用电子技术和设备传送活动的图像画面和音频信号的资讯传播载体。

电视媒体是指以电视机为宣传载体进行信息传播的媒介和平台。电视媒体作为媒体的一个分类，与报纸、广播一起并称为三大传统媒体。

电视主要有以下几个特点。

（1）信息传播及时。电视能够以极快的速度传递最新信息，使观众在第一时间了解到国内外的重要事件和新闻。

（2）直观而生动。电视作为视听媒体，其视觉元素丰富，能够通过画面、音效和字幕等多种方式呈现信息，使观众更容易理解和接受。这种视听结合的方式也增强了信息的吸引力和感染力。

（3）传播覆盖面广。电视能够覆盖广大的观众群体，不分年龄、性别、文化层次，只要拥有接收设备，都能接收到电视节目的信号，这使得电视媒体成为大众化的传播媒体。

（4）互动性较强。与其他传统媒体相比，电视具有更强的互动性。观众可以通过电话、短信、社交媒体等多种方式参与到节目中，与主持人或其他观众进行实时互动。这种互动性不仅增加了节目的趣味性，也提高了观众的参与感和满足感。

（5）内容丰富多样。电视可以呈现新闻、综艺、电视剧、纪录片等多种类型的内容，满足不同观众的多元需求和喜好。

（6）信息保存性差。电视媒体是按照时间顺序进行播放，观众必须按照节目播出的时间顺序来收看，观众无法自由选择观看的内容和时间，必须严格按照媒体的编排顺序来接收信息。这种线性传播，转瞬即逝，保存性差。

（7）受收视环境影响大。收视环境对电视节目的传播效果影响很大，包括观众数量、观看角度、电视音量等因素都会影响到节目的收视效果。

（8）成本昂贵。无论是制作电视节目还是播放电视广告都需要较高的成本，这也限制了一些中小企业广告主的投放意愿。

（9）观众被动接受。电视信息（尤其是广告）通常在短时间内完成传播，观众在这种瞬间传播状态下接收信息往往无法深入思考或给出反馈。

总之，电视以其独特的特性在现代社会中发挥着重要的作用。如今，传统电视媒体与互联网新媒体紧密融合，从而实现优势互补。传统电视媒体拥有丰富的内容和制作经验，能够弥补新媒体在内容上的不足。同时，新媒体平台的内容多样性和时效性也为电视媒体注入了新的活力。这种融合使得双方的内容更加丰富、多元，满足了观众多样化的需求。

#### （五）电影

电影利用胶卷、录像带或数字媒体将影像和声音捕捉，再加上后期的编辑而成。它是视觉和听觉艺术的传播载体，是文学、戏剧、摄影、绘画、音乐、舞蹈等多种艺术形式和

现代科技相融合的综合体。

电影主要有以下几个特点。

(1) 动态的视听效果。电影是通过连续的动态画面和声音，为观众提供了一种极具视觉冲击力和听觉享受的艺术体验。这种动态的视听效果使得电影能够生动地展现故事情节、塑造人物形象，并营造出沉浸式的观影环境，使观众能够身临其境地感受故事的世界。

(2) 叙事功能强大。蒙太奇使电影具有强大的叙事能力。通过剪辑、音效、配乐等手段，电影能够灵活地讲述各种复杂的故事，展现人物的内心世界和情感变化。这种叙事方式不仅能让观众深入了解故事背景和人物关系，还能够引起观众的共鸣和情感投射。

(3) 受众群体广泛。电影媒体有广泛的受众群体。由于电影是一种视觉和听觉相结合的艺术形式，它能够跨越语言和文化的障碍，吸引不同背景、不同年龄层的观众。这也使得电影成为一种具有全球影响力的文化现象，它能够塑造社会的价值观，展现一个国家和民族的文化风貌。

(4) 较强的商业性。电影具有高度的商业性。随着电影产业的不断发展，电影已经成为一种重要的娱乐产业和商业模式。通过电影的制作、发行和放映等环节，能够产生巨大的经济效益，并推动相关产业的发展，如影视制作、特效技术、衍生品开发等。

(5) 教育传播价值。电影媒体还具有社会和文化价值。电影作为一种艺术形式，能够反映社会的现实问题和人们的内心世界，引发观众对社会现象和人性问题的思考。同时，电影能够传承和弘扬民族文化，展示不同国家和地区的文化特色，促进文化的交流和传播。

深受人们喜爱的电影艺术在不断地发展和创新。传统电影与互联网新媒体的融合催生并发展了数字电影，在技术层面实现了对传统电影的革新，它采用了先进的数字技术和设备，使得电影的拍摄、制作、发行和放映都实现了数字化。这种数字化处理不仅提高了电影画面的清晰度和音质效果，还使得电影的后期制作更加灵活和高效。同时，数字电影还具备更高的存储和传输效率，使得电影的发行和放映更加便捷。互联网新媒体为数字电影提供了广阔的传播平台，使得电影可以通过互联网、手机、平板等多种渠道进行传播。这种多元化的传播方式不仅扩大了电影的受众群体，还使得电影的内容更加易于获取和分享。数字电影为观众带来了全新的观影体验。通过互联网新媒体，观众可以随时随地观看电影，不再受限于传统的电影院放映时间和地点。同时，数字电影还提供丰富的互动功能，如在线评论、分享、社交等，使得观众能够更加方便地参与到电影的讨论和交流中来，这种互动性和社交性不仅增强了观众的观影体验，还促进了电影文化的传播和发展。

## 二、新媒体的概念

新媒体，又称为数字化新媒体，是继传统媒体（报纸、期刊、广播、电视等）之后发展起来的新的媒体形态，是利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向受众传递信息的新兴的传播形态。

新媒体一词，是由美国哥伦比亚广播电视网技术研究所所长戈尔德马克于1967年最先提出的。新媒体是一个随着科技的不断进步而不断发展变化的概念。相对于传统媒体，新

媒体的特点包括非线性传播、互动性、数字化等，使用户能够根据自己的时间、喜好等选择节目，与内容播控平台进行互动，并且与其他用户互动。

新媒体的本质在于人人都是信息的生产者，人人也都是信息的传播者，它消除了传统媒体间的壁垒，实现了信息资源整合后的最大化，消解了国家之间、社群之间、产业之间以及信息发送者与接收者之间的边界，使世界上任何一个点上发生的事情可以在瞬间覆盖全球。新媒体的快速传播和多样的信息传播渠道也为其带来了独特的优势。

在媒体融合环境下，传统媒体与新媒体的结合，既保留了传统媒体的权威性和准确性，又具备了新媒体的非线性特点，实现了从单向“通知式”信息传播向与受众之间双向互动传播的转变，形成了“全方位、多层次、多声部”的媒体矩阵。

在这个瞬息万变的信息时代，新媒体改变了人们的生活方式、思想观念、价值体系，人们的书写方式从纸质到网络、从具象到虚拟、从单一到互动、从孤立到融合、从缓慢到迅捷，发生了深刻的变化。

### 三、新媒体的形态

新媒体形态包括数字报纸、数字杂志、数字广播、数字电视、数字电影、移动电视、网络、手机媒体、桌面视窗、触摸媒体等。严格来说，新媒体应该称为数字化新媒体。

新媒体具有信息扩散速度快、传播范围广、形式丰富、互动性强等独特优势。其具体工作内容可以分为用户运营、产品运营、内容运营以及活动运营四个模块。

#### （一）数字报纸

数字报纸也叫数字报，是报纸采、编、发一体化的解决方案平台软件，转换处理工具软件可以排版成各种格式的文件包，以满足受众群体对不同格式数字报纸的需求。传统的纸质报纸只能提供当天报纸上刊载的内容；而数字报纸则可以提供整个报纸的全貌，以及过往日期的报纸内容。

#### （二）数字杂志

数字杂志是一种图文、数据、音频、视频综合运用的电子出版形态。它制作精美、内容丰富、书刊效果逼真，页面翻动时会有“唰唰”声；点击书中人物还会说话，伴有美妙的背景音乐和精彩的视频影像，给人以独特的阅读感受。

#### （三）数字广播

数字广播是指将数字化的音频信号、视频信号等在数字状态下进行编码、调制、传递等处理，通过地面发射站，以发射数字信号的形式来达到广播以及数据资讯传输的目的。受众可以通过手机、电脑、便携式接收终端、车载接收终端等接收装置收听数字广播。

#### （四）数字电视

数字电视又叫数码电视，是指从演播室到发射、传输、接收的所有环节都使用数字电视信号来传播的电视类型。与模拟电视相比，数字电视具有图像质量高、节目容量大、伴

音效果好的优势。

### （五）数字电影

数字电影是指在电影的拍摄、后期制作、发行、放映等环节，部分或全部以数字处理技术代替传统的光学、化学或物理处理技术，用数字化介质代替胶片的电影。

### （六）移动电视

移动电视是指采用数字广播技术（主要指地面传输技术）播出，接收终端包括地铁、高铁、公交车、出租车和其他公共场所的电视系统，以及手机、平板电脑、便携式媒体播放器等手持接收设备，满足移动人群收视需求的电视系统。

### （七）网络

网络是由节点和连线构成，表示诸多对象及其相互联系。在计算机领域中，网络是信息传输、接收、共享的虚拟平台，通过它把各个点、面、体的信息联系在一起，从而实现这些资源的共享。

### （八）手机媒体

手机媒体就是通过手机或其他电信终端发送或接收文字或数字信息的传播形式。它分为两种：一种是限制一定字符的文字信息；另一种是彩信，彩信具备多媒体功能，可传递全面的内容和信息。

### （九）桌面视窗

桌面视窗就是一个任务的操作显示界面，是一个工作区，在这个区域内，所有应用程序或文档都有自己的窗口，它由标题栏、菜单栏、工具栏、地址栏、状态栏、浏览区域等组成。

### （十）触摸媒体

触摸媒体是一种无线通信模块和触摸技术相结合的新型媒体平台，通过定期更新信息与资讯，通过与受众触摸互动的体验方式进行传播的一种媒体形态。

新媒体的兴起使传统媒体日趋式微。视频影像的日益普及，使传统纸媒逐渐衰落，手捧书卷的阅读情景会变得越来越遥远了。首先受到新媒体冲击的是纸质媒体，接着是广播和电视。有关部门的调查数据表明：1000人中，87%爱看手机，63%爱上网，65%少读报纸，61%少看期刊，59%少听广播，47%少读书籍，35%少看电视。如此看来，是不是意味着新媒体将逐渐取代传统媒体呢？其实不然。因为，无论是新媒体还是传统媒体，各有各的优势及其不可替代的存在价值。譬如纸质报刊，人们无须借助任何电子设备就可以阅读；广播，听众可以一边工作一边收听；电视，因为画面较之于手机、电脑等设备更宽大，有固定的收看场地（无须手持），操作起来比电脑等设备更简单，老幼皆宜。

这是一个跨媒体融合的时代，面对发展迅猛的新媒体，能让传统媒体的竞争意识被激发出来，促使其充分利用自身资源，借助新媒体的传播优势，融合共赢，挖掘潜能，开拓

市场，提升品牌价值。

### 思考与练习

1. 你能脱离课本简单讲述媒体的发展概况吗？
2. 世界早期电影你看过哪些？
3. 你最喜欢的无声电影是哪部？
4. 新媒体和传统媒体各有哪些优势和劣势？

## 第二节 新媒体写作概述

新媒体写作是在当今传统媒体逐渐衰落、新媒体迅速普及和广泛应用的形势下，应运而生的一门全新的学科。如何适应互联网时代新媒体带来的新的文化形态、思维模式、语言习惯、表达方式、叙述手法？如何进行个性化、即时性的话语表达？本节介绍了有关新媒体写作的定义、特性和缺陷。

### 一、新媒体写作的定义

新媒体写作就是以新兴媒体为载体的写作活动，即在网络媒体、移动媒体、户外虚拟平台上进行的互动式写作行为。

当今时代，自媒体写作是最常见的一种大众化的新媒体写作活动。

自媒体亦称“公民媒体”“个人媒体”，它是以现代化、电子化的手段向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括博客、微博、微信、论坛等网络社区。它是公民用来发布自己亲眼所见、亲耳所闻事件的载体。

自媒体时代，人们不是只能接受“主流媒体”“统一的声音”，还可以通过自媒体听到各种不同的声音，从来自普通大众主导的信息传播中获得独立的资讯，从而对事物做出个性化的判断。

新媒体写作与传统媒体写作相比最大的区别在于写作载体的不同，新媒体写作的载体是网络媒体、移动媒体、户外虚拟平台等新兴媒体，而不再像传统媒体写作那样，最终体现在某一日、某一期纸质报刊的版面上，或某个具体的广播、电视节目中的。

### 二、新媒体写作的特性

与传统媒体写作相比较，新媒体写作具有单一性、便捷性、灵活性、精短性、节资性、多元性、扩散性、互动性、平民性、包容性十大特性，这也是新媒体写作的十大优势。

### （一）单一性

我国传统媒体都实行“三审制”。以报纸为例，一般来说，记者采写的稿件发表在报纸上要经过三次审核：责任编辑（编审、副编审、编辑、助理编辑皆可）对稿件进行一审（初审），编辑部主任（社领导委托的编审、副编审）进行二审（复审），社长（总编辑或社领导委托的编审、副编审）进行三审（终审）之后，再对其进行排版、印刷、发行。经过这一系列程序，记者的稿件才能在报纸上刊登出来。

而新媒体写作就不需要经过这个复杂的程序，它是一种单一性的活动，作者只要在自己选定的博客、微博、微信、抖音、快手等自媒体平台上，将写好的文稿，拍摄的图片、视频上传发布即可让受众浏览阅读。

### （二）便捷性

新媒体写作的便捷性是传统媒体无法比拟的优势。以电视新闻节目为例，电视新闻记者将采写的文字和拍摄的视频素材交给新闻部由主任（副主任）编辑审核，这是一审；新闻部将审核修改后的稿件交给电视台分管新闻的领导审核，这是二审；分管领导审核后，再将稿件转给制作部进行后期制作；剪辑、配音等后期制作完成后，再由电视台值班编委审片并签字，这是三审；制作部将值班编委审查签发的完成片（节目成品）上传到播出部；播出部最后将成品节目排单播出。一条传统电视新闻的播出，必须经过这些编审制作过程。

而新媒体写作，作者只要将采写好的文字、图片、音频、视频经过简单的编辑、剪辑、制作后，就可以图文并茂地发表在博客或播客等自媒体平台上。

### （三）灵活性

传统媒体写作受到发布时效和发稿时段的限制，成稿的时间必须在媒体规定的截稿时间之内，否则必须推迟到第二天刊登或播出；或者因新闻时效原因，不再刊播此稿件。

而新媒体写作就不存在发布时效和发稿时段的限制，网络媒体 24 小时滚动播出，手机等自媒体可以每时每刻、随时随地向自媒体平台发送信息。

### （四）精短性

新媒体写作讲究短、平、快，文稿必须精短，言辞提倡平实，传播要求快速。新媒体鲜有洋洋千言的新闻稿。新媒体文稿的标题力求精彩易懂，突出要点，切忌内容繁复和使用生僻辞藻。

### （五）节资性

新媒体写作对资源的节省是所有传统媒体无法企及的。它不需要像报纸、电视那样派出记者深入新闻现场采访，不需要经过“三审三校”编审流程，也不用经过印刷、运输、发行、销售等环节。

新媒体写作者只需将自己记录下来的所见所闻的图文、音频、视频等信息，经过简单的编辑或剪辑，发布在自媒体平台上；或者编辑、转发传统媒体发布的最新的新闻稿件。新媒体往往“编多采少”，而传统媒体恰恰相反，它以采访（原创）为主，绝大部分新闻稿件是派出记者采写回来的。

#### （六）多元性

新媒体写作不像传统媒体写作，有着固定的栏目、板块，在篇幅上规定文字、图片的数量（或视频、音频时长）；内容上也不像传统媒体写作，必须遵循不同媒体各自不同的风格来进行写作。新媒体写作可以不拘泥于篇幅和风格，内容上可以包罗万象，以满足受众多元化的需求。因为传统媒体是媒体主导受众，而新媒体则是受众选择媒体，受众有更多选择空间，这就决定了新媒体写作必须突出个性化，内容至上。

#### （七）扩散性

传统媒体写作，作品发表或播出之后，由于媒体周期性推出新的作品（节目），很快会淡出人们的视线。譬如日报，其“生命力”只有一天，第二天就被新出的报纸代替而成为明日黄花无人问津；而新媒体写作，作品发表之后会在一定的受众群体间不断扩散传阅，全球共享。它不像传统媒体那样因某种媒体发行或播出区域限制而使传播范围受到限制。

#### （八）互动性

新媒体写作的互动性是传统媒体无法比拟的。作者所写作品在新媒体上发表之后，受众可以与作者进行互动，可以就作品发表自己的观点和建议，各抒己见；作者可以根据受众指出的作品的某些缺失或不足加以修改并不断优化，使之渐趋完善。

#### （九）平民性

新媒体写作已经成为全民性的集体表达活动。无论是社会精英还是“草根”百姓，都可以通过自媒体来传播自己的所见所闻，表达自己的所想所思，传递自己的三观境界，编织自己的人脉网络。

#### （十）包容性

传统媒体对新闻记者、编辑的专业知识和学历要求都比较严格，通常需要具备大学新闻传播、中文等相关专业的学历。而新媒体写作就没有这些限制，不管你的学历是小学还是大学，你只要在网上注册一个账号，就可以拥有自己的“报纸”、广播和电视（播客）；你既是这些媒体的记者、编辑，又是这些媒体的总编、社长（台长），随时都可以在自己的媒体上与他人分享信息。

### 三、新媒体写作的缺陷

任何事物都是利弊相倚的。新媒体写作虽然具有许多优势，但因其无准入门槛，作者者的文化水平、专业素质、道德境界、法律意识等条件参差不齐，自然存在诸多缺陷、短板和不足，具体表现在以下几个方面。

#### （一）粗制滥造

新媒体写作者素质良莠混杂，直接体现在写作文本中，普遍存在粗制滥造现象，文中常有语句不顺、存在错别字、语法不对、修辞问题、逻辑不通等现象，甚至存在错误和误

导性信息。因此，新媒体写作作品的整体水准和质量远远不及传统媒体。

### （二）虚假信息

由于新媒体写作者可以自由地主宰自己的媒体，随心所欲地发布自己想要发布的信息，因此新媒体写作的信息自然存在可信度不高、真实性低和公信力差的问题。写作者缘于主观或外界客观因素（利益诱惑等）的影响，加上网络的隐匿性，在无须经过他人审核的情况下，无视公序良俗和法律法规发布虚假信息，甚至发布诬陷、诽谤他人的信息，从而误导受众、混淆视听。譬如 2005 年，“中国博客第一案”，法院判决被告中国博客信息技术有限公司向原告南京大学副教授陈堂发刊登致歉声明并保留 10 日；赔偿原告经济损失 1000 元。

### （三）潜在隐患

鉴于新媒体写作中虚假信息的传播现象，一些仇视社会、唯恐天下不乱者通过微博、微信等自媒体平台发布谣言，可能引发骚乱，给国家和社会带来危害。在自媒体平台飞速发展的今天，加大对新媒体传播内容的监管力度是我国有关部门的当务之急。

### （四）用语晦涩

新媒体写作者为了迎合网民口味，体现网络写作风格，增加自媒体平台的人气和互动性，往往会生造一些晦涩生僻的网络用语，譬如“囧”“orz”“马甲”“人艰不拆”“虾米”等。这些网络流行用语对于普罗大众来说，少有人能真正体会其中含义。

### （五）信息过载

由于新媒体平台的信息量巨大，很容易导致信息过载，使得读者面对海量信息，难以筛选和获取真正有价值的内容。这可能导致读者对新媒体内容的信任度和满意度降低。

### （六）版权问题

相对传统媒体写作来说，新媒体写作的版权保护相对较弱，容易出现侵权和盗版问题。这会对新媒体写作者的创作积极性造成打击，同时也影响新媒体写作产业的健康发展。

## 思考与练习

1. 在自己的微博或微信等自媒体平台上写一篇美文（题材和体裁不限），老师将择优在课堂上点评。
2. 收集一两个经典的网络侵权案例，随时准备在课堂上简述案情。