

应用型人才培养系列教材

网络编辑 实务项目教程

主 编 卢金燕
主 审 王相虎



西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

应用型人才培养系列教材

网络编辑实务项目教程

主 编 卢金燕

副主编 袁 泉 卢 奋 王小丹

刘 浩 姚建明 张仲雯

主 审 王相虎

西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

本书共有六个项目和两个附录,内容包括网络文稿编辑、网络多媒体编辑、网络频道与栏目设计、网络专题策划、网络互动管理及网络平台建设,附录内容包括网络编辑职业素养及相关法律法规知识。

本书以实现人才培养与企业岗位需求适应对接为宗旨,从网络编辑人员必备的职业素质和专业技能出发,全面系统地介绍了网络编辑相关理论及其实际应用。本书的实践操作与企业的业务技术紧密结合,具有很强的实用性、职业性和适应性。

本书既可以作为普通高等院校电子商务、网络传播、市场营销、经济贸易、工商管理等相关专业的教材,也可作为电子商务工作者、企业管理人员和营销人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

网络编辑实务项目教程 / 卢金燕主编. —西安: 西安电子科技大学出版社, 2018.7

ISBN 978-7-5606-4928-3

I. ① 网… II. ① 卢… III. ① 互联网络—新闻编辑 IV. ① G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 105844 号

策划编辑 陈婷

责任编辑 高媛 陈婷

出版发行 西安电子科技大学出版社(西安市太白南路 2 号)

电 话 (029)88242885 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com 电子邮箱 xdupfb001@163.com

经 销 新华书店

印刷单位 陕西华沐印刷科技有限责任公司

版 次 2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 18

字 数 426 千字

印 数 1~3000 册

定 价 40.00 元

ISBN 978-7-5606-4928-3 / G

XDUP 5230001-1

如有印装问题可调换

本社图书封面为激光防伪覆膜, 谨防盗版。

序

近年来随着互联网技术、管理科学、信息科学、计算机科学与通信技术的迅速发展和相互交融,电子商务这门新兴的学科逐渐成为了一门综合性边缘学科。“互联网+”概念的提出,加速了传统产业的技术改造与创新,以信息化带动工业化实现生产力跨越式发展,已成为国民经济和社会发展的重大战略目标,培养高素质的电子商务人才已成为一项紧迫的任务。

经过多年的公司经营管理,我们发现,在新员工的招聘过程中,应届毕业生学生基础理论知识普遍掌握得较好,但在与企业结合的实践操作技能方面稍有欠缺。如何更好地体现学生的学习需求,提高学生的就业技能,已经成为各高校电子商务专业教学普遍关心的问题。

作为电子商务企业的经营管理者,我也曾拜读过多部与电子商务相关的书籍,但当我接过这本书稿时,仍然被其中新颖、清晰的内容和与实践相结合的案例深深吸引和打动。和同类书籍相比,我认为该书更能突出体现以就业为导向,立足基础,面向应用的编写要求。

互联网的飞速发展对网络编辑的职业素养和专业水平提出了极高的要求,作为新媒体时代的“把关人”,网络编辑从业人员素质的高低直接影响着网站的整体水平与形象。网络编辑的工作内容既有与传统媒体编辑的相似之处,也有不同之处,这就要求网络编辑不但要具备传统编辑所需要的基本素质,还要具备相当的信息处理能力。

全书结合企业对网络编辑人员的能力要求,为读者构建了一个清晰、完整的关于网络编辑的知识体系。它充分体现了新知识、新技术与新方法,重点培养学生思考问题、解决问题及创新的能力等综合素质,注重能力培养专业化、教学内容职业化,并体现了“工学结合”的人才培养模式。

本书在结构安排上,设置了项目概要、项目知识、项目任务及项目总结等模块,分为网络文稿编辑、网络多媒体编辑、网络频道与栏目设计、网络专题策划、网络互动管理与网络平台建设等六个项目,每个项目以公司实际项目为载体,使学生在完成企业的真实岗位任务中学习专业的理论和方法。翔实、生动的实战任务,既提高了学生自身的专业技能又锻炼了工作能力,可为今后的就业打下坚实的基础。本书真正使学生做到“在学中做,在做中学”,重点培养学生的应用能力、动手能力和创业能力。每个项目里也穿插了相应具有前沿性、新颖性的阅读材料,有助于学生在学习书内知识的基础上进行一些引申性思考与研究,拓展学生的知识面,增强学生的知识应用能力与解决问题的能力。

庄子说过“吾生也有涯,而知也无涯。以有涯随无涯,殆已”,以有限的人生去追求无限的知识是必然要失败的。如果每个人每天都去深入学习所有的知识一定会一事无成,而只有做到专心、专注、专业,把有限的精力用在精确的课程和研究方向上,用在有价值的地方,并付诸行动,才会产生更好的效果。

本书的内容是由企业专家与学校老师一起构思，针对网络编辑岗位专业学习的需求而编写的。它立足于“以学生为本”“以学校为基地”“以教师为主体”“以专家为指导”。相信此书能够很好地适应现代高校教学的需求，为社会培养出更多优秀的电子商务专业人才，为我国电子商务的发展作出应有的贡献。

王相彦

2018年2月26日于西安

前 言

随着信息技术的迅速发展,网络成为人们获取信息的重要渠道,人类已经认识到互联网对媒体发展的作用,学界对于网络媒体的研究也日渐增多。网络媒体的快速扩张使社会对网站内容策划、编辑人员的需求大量增加。

本书编者根据多年的教学经验,依托陕西神舟计算机有限公司,围绕网络编辑相关岗位技能,从网络编辑从业人员必备的专业素质和技能出发,将理论知识与网络编辑实际工作相结合,引导学生进行实战演练,最终提升学生的网络编辑能力和职业化操作技能。

在本书的编写过程中,编者力图突破传统教材侧重理论阐述的思路,以强化实训为指导,侧重技能练习,在内容编排上采用“项目导向、任务驱动”的模式,通过真实的工作内容构建教学情景,达到“在教中做、在做中学、在学中练”的目的,实现“教、学、做”一体化。

本书包括六个项目和两个附录,分别是项目一网络文稿编辑、项目二网络多媒体编辑、项目三网络频道与栏目设计、项目四网络专题策划、项目五网络互动管理及项目六网络平台建设,附录内容有网络编辑职业素养及相关法律法规知识,每个项目设置知识点和相应的实战任务及参考阅读资料,图文并茂,生动活泼,可帮助学生明确学习目标,巩固知识结构。在工作任务的设计中突出职业场景,案例来源于企业真实项目,在给出任务描述和任务分析后提供任务的具体实现步骤,然后提炼出完成任务涉及的主要知识点,具有实用性、职业性、适应性和先进性的特点。

本书每个项目都与企业技术业务相结合,保证了对企业资源最大限度的整合和利用。本书主审王相虎先生,是陕西神舟计算机有限公司总经理,创办企业二十多年,对互联网有着深刻的理解与认识,他拥有多年网络编辑经验,同时在企业战略规划、创业团队建设方面有着丰富的实践经验。在此特别感谢王相虎总经理提供的大量案例素材及建议,对本书的创作和完善大有裨益。

本书既可作为普通高等院校电子商务、网络传播、市场营销、经济贸易、工商管理等相关专业的教材,也可作为电子商务工作者、企业管理人员和营销人员的参考用书。

本书由桂林电子科技大学教师卢金燕主编，陕西神舟计算机有限公司总经理王相虎主审，桂林电子科技大学教师袁泉、卢奋、王小丹、刘浩、姚建明、张仲雯任副主编，桂林电子科技大学教师卢佳、唐丽琼、何克奎参与编写，全书由卢金燕、王相虎统稿。

本书在编写过程中依照高校人才培养模式和教学模式的创新，针对大学生就业创业的需要，对教材的编写模式进行了改革和创新。本书在编写的过程中不仅参考了大量相关书籍，还参考了大量的论文专著、网络信息，包括论坛和博客等诸多内容，在此对所有作者一并致谢。

由于编者水平有限，加之新媒体的迅猛发展，书中难免存在疏漏与不当之处，敬请广大专家和读者批评指正。

编者
2018年2月

目 录

项目一 网络文稿编辑	1
模块一 项目概要	1
模块二 项目知识	3
单元一 网络信息采集与归类	3
单元二 网络文稿加工与整合	21
模块三 项目任务	39
任务一 企业产品信息采集与归类	39
任务二 文稿加工与整合	43
模块四 项目总结	55
项目二 网络多媒体编辑	56
模块一 项目概要	56
模块二 项目知识	57
单元一 网络图片编辑	57
单元二 网络动画编辑	64
单元三 网络音频编辑	67
单元四 网络视频编辑	69
模块三 项目任务	73
任务一 Photoshop 软件使用	73
任务二 Animate 软件使用	91
任务三 GoldWave 软件使用	105
任务四 Premiere软件使用	113
模块四 项目总结	130
项目三 网络频道与栏目设计	133
模块一 项目概要	133
模块二 项目知识	135
单元一 网络频道策划	135
单元二 网络栏目策划	143
模块三 项目任务	146
任务一 陕西神舟计算机有限公司数码频道策划	146
任务二 陕西神舟计算机有限公司网站数码频道栏目设置	152
模块四 项目总结	155
项目四 网络专题策划	158
模块一 项目概要	158

模块二 项目知识	159
单元一 网络专题基础知识	159
单元二 网络专题内容策划	164
单元三 网络专题形式策划	168
模块三 项目任务	174
任务一 企业网站专题内容策划	174
任务二 企业网站专题形式策划	182
模块四 项目总结	187
项目五 网络互动管理	190
模块一 项目概要	190
模块二 项目知识	192
单元一 网络社区的规划与管理	192
单元二 网络时评的组织策划	195
单元三 网络常用互动方式	197
模块三 项目任务	199
任务一 网络社区话题策划实践	199
任务二 网络时评撰写	204
任务三 微信公众号软文编辑	207
模块四 项目总结	212
项目六 网络平台建设	216
模块一 项目概要	216
模块二 项目知识	218
单元一 企业网站基本知识	218
单元二 B2C 平台基本知识	220
单元三 网站内容优化	222
模块三 项目任务	224
任务一 Dreamweaver 的使用	224
任务二 第三方电子商务平台企业商城建设	237
任务三 网站搜索引擎的友好性分析	246
模块四 项目总结	253
附录 A 网络编辑职业素养	255
附录 B 相关法律法规	260
参考文献	279



项目一 网络文稿编辑

模块一 项目概要

一、项目实施背景

近年来互联网技术、管理科学、信息科学、计算机科学与通信技术的迅速发展和相互交融以及“互联网+”概念的提出,加速了传统产业的技术改造与创新。媒体的形态,信息传播的载体、主体和内容都发生了颠覆性的变化,每个个体所接受的信息比任何一个时代都更加充分、更加多元,也更加自主。我们可以看到,许多海外华文媒体已经形成“网站+移动端+社交”的媒体传播新模式以覆盖不同受众人群。各媒体的发展也正遵循着新闻传播规律和新兴媒体发展规律两个规律在运行。

随着网络在中国的快速发展,国内众多新闻媒体也纷纷与网络“联姻”,获取了一种前所未有的“网络版”或“电子版”的新形态。1995年1月12日,《神州学人》杂志开内地刊物上网之先河(www.chisa.edu.cn),成为中国首家网络新闻媒体;1995年10月20日,《中国贸易报》开内地报纸上网之先河(www.chinatradenews.com.cn),成为新闻媒体上网的先行者。1996年10月广东人民广播电台建立网站(www.radioguangdong.com),1996年12月中央电视台建立网站(www.cctv.com),两座网站的建成标志着中国广播电视媒体在网络传播领域迈出了第一步。中国新闻社香港分社更是早在1995年4月就登上了网络快车(www.chinanews.com)。

中国社科院新闻与传播研究所研究员闵大洪认为:中国网络媒体表现出的影响力、社会地位、政治认可度以及对重大事件的报道能力都清楚地证明了它已经成为中国的主流媒体之一。虽然网络媒体成为中国重要的传媒形态,但是新媒体的发展模式还存在不确定性。我们在“互联网+”时代怎么能够走得更远,现在需要一个新的模型——媒介融合模型。这个融合不是一个简单的多元性发展,也不是简单的加减法,这个融合可能是一次革命。

国内的知名媒体——人民日报曾在深圳专门举行了媒体融合的研讨会。在研讨会上,人民日报对“互联网+”时代下的媒体发展提供了非常多的思路,他们对如何解决资本力量和人才问题的想法,让人们受到了启发。

网络媒体发展需要大批具有原创能力、新闻采编及丰富策划经验的从业人员。毫无疑问,只会用“剪刀+糨糊”的编辑已经难以适应网络媒体发展的需要。网络编辑除了为网站转载内容外,还需要掌握技巧、了解需求、挖掘更有质量的稿件。脱离了“搬运工”的尴尬角色后,网络编辑需要拥有较高的职业素养和职业技能。



二、项目预期目标任务评价

网络文稿编辑项目预期目标的完成情况可使用任务评价表(见表 1-1)，按行为、知识、技能、情感四个指标进行自我评价、小组评价和教师评价。

表 1-1 网络文稿编辑任务评价表

一级评价 指标	二级评价 指标	评 价 内 容	分值	自我 评价	小组 评价	教师 评价
行为指标	安全文明 操作	是否按照要求完成任务	5 分			
		是否善于学习，学会寻求帮助	5 分			
		实验室卫生清洁情况	5 分			
		实验过程是否做与课程无关的事情	5 分			
知识目标	理论知识 掌握	预习和查阅资料的能力	5 分			
		观察分析问题的能力	5 分			
		网络信息采集与归类	5 分			
		网络文稿加工与整合	5 分			
		网络稿件标题构成要素	5 分			
技能目标	技能操作 的掌握	解决问题的方法与效果	5 分			
		网络信息采集工具熟悉应用	10 分			
		网络文稿加工处理技巧	10 分			
		网络文稿标题制作	10 分			
情感指标	综合运用 能力	创新能力	10 分			
		课堂效率	5 分			
		拓展能力	5 分			
合计			100 分			
综合评价：						

三、项目实施条件

- (1) 多媒体教室一间，适合项目小组讨论和可以连接 Internet 的机房各一间。
- (2) 准备 10 篇左右的网络文稿资料，内容可以是论坛热帖、博文、时事新闻、娱乐信息等。
- (3) 将教学对象分为 4~6 人的项目小组，利用搜索引擎、网络、论坛、网络数据库等收集信息并对收集到的信息进行价值判断。



模块二 项目知识

单元一 网络信息采集与归类

一、网络信息基本知识

(一) 网络信息资源的分类

网络信息资源极其丰富,包罗万象,其内容涉及农业、生物、化学、数学、天文学、航天、气象、地理、计算机、医疗和保险、历史、大学介绍、法律、政治、环境保护、文学、商贸、旅游、音乐和电影等几乎所有专业领域,它是知识、信息的巨大集合,是人类的资源宝库。

网络信息资源的种类,从各个不同的角度可以有不同的分类方式,可从网络信息资源的传播范围与信息加工的层次两个角度对网络信息资源进行分类。

1. 按照网络信息资源的传播范围划分

根据网络信息资源的传播范围,可以将网络信息资源分成光盘局域网信息、联机检索信息和 Internet 信息。从这三种资源的应用范围和使用情况,不难看出网络信息资源的发展趋势。

1) 光盘局域网信息资源

20 世纪 80 年代以来,在计算机技术、激光技术和精密电子技术等现代科技成果的基础上发展起来了一种新型电子出版物——光盘,光盘以其存储信息密度高、容量大、读取速度快、存储信息类型多等显著特点,深受用户的欢迎。1984 年世界上第一个商品化的 CD-ROM 光盘数据库——BiblioFile(美国国会图书馆的 MARC 机读目录)问世。之后随着网络技术的发展,特别是大容量的硬盘、光盘塔和光盘网络系统的出现和广泛应用,使光盘的多用户检索和共享成为现实。供单机使用的光盘数据库,也可以实现在局域网、广域网、Internet 上共享,还可以与远程联机系统联网,这一技术使光盘的利用率被大大提高。

我国在光盘数据库方面的研究和开发起步较晚,但近几年发展十分迅速。1992 年重庆微普公司推出我国第一张中文 CD-ROM 光盘版数据库——《中文科技期刊数据库》,它突破了传统中文信息的存储介质,在国内图书、情报界引起巨大反响。同年 4 月,我国第一家开发制作多媒体光盘电子图书的专业公司——北京金盘电子有限公司诞生。目前,国内已有一定规模的电子出版物制作企业达 100 多家,生产了大量的光盘资源产品,如《中国法律法规检索系统》、《中国企事业单位名录大全》、《人大报刊复印资料》、《人民日报》、《中国学术期刊(光盘版)》,其中,《中国学术期刊(光盘版)》收录了我国各学科核心和有专业特色的期刊达 3500 多种,开创了我国电子期刊全文光盘的先河,同时它还开发出先进的检索软件,建成全文电子期刊检索系统,在单机或局域网环境下供用户使用。1999 年利用大型存储设备在各地设立光盘镜像站点,为注册用户提供服务,这一举措方便了用户检索,极



大地提高了检索效率。

2) 传统的联机检索信息资源

20 世纪 60 至 70 年代, 世界上发达国家和地区相继建立起计算机联机信息服务系统, 如美国的 Dialog、德国的 STN 系统等, 均向世界范围内有限的用户提供信息检索服务。

传统的联机检索是一种集中式的网络系统, 它由联机检索中心、通信网络和检索终端组成。联机检索中心主要包括中央计算机、联机数据库和数据库检索软件等, 是联机检索网络的中心部分; 通信网络是连接检索终端与检索中心的桥梁, 其作用是保障信息传递的畅通; 而检索终端是用户与系统进行人机对话的设备。当用户通过检索终端, 将一定的信息需求转化为特定的检索语言和检索表达式经由通信网络传至系统的主机时, 主机将其与系统数据库中存储数据进行匹配运算, 并将检索结果按用户需求传至终端设备, 再由终端设备显示或打印。在整个联机检索过程中, 大部分工作都是在主机上完成的, 因此联机检索对主机的处理速度和功能的要求相当高。

传统联机检索系统的优点和缺陷都十分明显。优点是整个系统都在系统管理员的集中管理下, 安全可靠。缺点是: ① 主机负担重, 一旦出现故障, 整个网络将瘫痪; ② 网络扩展困难; ③ 由于所采用的技术标准不公开, 因此相关技术缺乏发展动力, 灵活性差。

由于 Internet 的发展和冲击, 传统联机网络的局限性日益明显, 其发展受到严重制约, 大有逐渐消亡的趋势。经过近几年的努力, 世界知名的联机系统如 Dialog、STN 和 Compuserve Amercian Online 等纷纷采取措施应对新局势的发展, 比如建立自己的 WWW 服务器, 开发 Internet 接口, 改善用户界面, 增加服务项目与内容, 将其服务对象从原来有限的用户扩展到世界各地, 这些举措大大增加了数据库的使用率。

由于这些联机检索系统在信息加工上的优势和在信息服务方面的独到之处, 使得联机网络信息资源以其加工标引规范、检准率高、数据库涉及学科范围广、专业性强等特点而逐渐成为 Internet 上不可忽视的一种重要信息资源。由此看来, 传统的联机检索系统面对 Internet 的冲击而进行的战略调整是十分成功的。

3) Internet 信息资源

Internet 是近年来发展最迅速的信息资源, 由于操作简便, 检索界面友好, 资源丰富多彩而受到广大用户的喜爱, 其信息不仅包括目录、索引、全文等, 还包括程序、声音、图像和多媒体信息。

这里所指的 Internet 信息资源是一个狭义的概念, 是针对传统的联机网络资源而言的。这类资源大多是由机构、团体、协会、公司甚至个人提供的, 这些信息并没有一个传统的信息过滤机制, 因此信息质量参差不齐, 而且这类信息在网络上的产生和消亡都十分频繁。这种松散的管理模式, 使得 Internet 信息成为近年来异军突起的信息资源, 其发展速度远远超出了人们的想象。

总的来看, 光盘局域网信息、传统的联机网络信息和狭义的 Internet 信息资源共同构建了 Internet 上的网络信息资源, 它们的共同特点是都需通过计算机网络才能获取。

2. 按照信息加工层次划分

网络信息按照信息加工层次, 可以分为网络资源指南和搜索引擎、联机馆藏目录、网络数据库、电子期刊、电子图书、电子报纸、参考工具书和其他动态信息。



1) 网络资源指南和搜索引擎

各种各样的网络信息检索工具有数千个,根据提供检索与否,可分为资源指南和搜索引擎。

资源指南是按主题的等级排列的主题类目录索引,类别目录按一定的主题分类体系组织,排列方法有字顺法、时序法、地序法、主题法或是各种方法的综合使用。用户通过逐层浏览类别目录、逐步细化的方式来寻找合适的类别直至找到具体资源。资源指南是人工编制和维护的,在信息的收集、编排、HTML 编码以及信息注解上要花大量的人力物力。常见的有美国国会图书馆编辑的 **WWW Meta Index and Search Tools** 和美国伊利诺大学的国家超级电脑应用中心编辑的 **Internet Resources Meta Index**。

搜索引擎强调的则是它的检索功能,能提供布尔逻辑检索、短语或邻近检索、模糊检索、自然语言检索等方式查询信息。搜索引擎的数据库主要是由机器人自动建立的,不需要人工干预。常见的搜索引擎有 **Alta Vista** 和 **Yahoo** 等。

2) 联机馆藏目录

网络上有许多机构提供的馆藏书目信息、中外文期刊联合目录信息。其中包括各图书馆和信息机构提供的公共联机检索(OPAC)馆藏目录、地区或行业的图书馆联合目录等,如中国国家图书馆、中科院图书馆和许多高校图书馆都有自己的 OPAC。中国国家图书馆在网上提供图书目录在线检索,有题名、责任者、关键词、标准书刊号、分类号、出版地、出版国等 10 个检索途径。在四川大学图书馆文理分馆主页上也可以检索该馆的图书目录,用户可以从责任者、题名、主题、分类号、ISBN、ISSN、索引号七个检索入口进行检索,并且可以利用出版时间和其他限制条件对检索结果进行限制,以缩小检索范围。另外,全国高等教育文献保障体系(CALIS)(www.calis.edu.cn)提供 61 所高校的馆藏期刊、书目和学位论文联合查询服务。

3) 网络数据库

网络数据库包括综合性和专业性期刊数据库、专利数据库等信息资源。这类信息资源可分为商业性和非商业性两种数据库。

许多著名的国际联机数据库检索系统(如 **Dialog**、**STN**、**OCLC**)都开设了与 Internet 的接口,用户可通过远程登录或 **WWW** 方式进行付费检索。另外,有许多从事传统信息服务的机构开发了网络数据库,如 **ISI** 公司推出的 **Web of Science**、美国工程信息公司开发的 **EI Village**、英国的 **INSPEC** 数据库、**EBSCO** 公司提供的 **BSP**(商业资源数据库)、**UMI** 公司的 **PQDD**(硕、博士论文数据库)、中国科技信息所与万方数据公司开发的万方数据资源系统等。这些数据库由专门的信息机构或公司专业制作和维护,信息质量高,是专业领域内常用的数据库。

非商业性数据库因为可以免费使用,使得用户以较低的成本可获得所需的信息,所以也有很高的吸引力。如 **IBM** 公司的免费专利文献数据库可提供大量专利的免费检索,用户可检索到自 1971 年以来的美国专利说明书的内容,包括专利书目和专利项,浏览自 1974 年以来的专利文献中的附图。美国 **SPO**(www.spo.eds.com/patent.html)提供免费电子邮件专利服务,可查到美国专利与商标局自 1972 年以来的专利。美国的 **Questel-Orbit** 公司的 **QPAT-US** 专利数据库提供美国专利扉页的免费检索和全文的收费检索。



4) 电子出版物

由于网上信息传播速度快,越来越多的出版商注重网上报刊发行。目前国内外已有很多出版商和信息服务中心介入电子出版行业。电子出版物有电子图书、电子期刊和电子报纸。

5) 参考工具书

网络中许多参考资料是可以免费使用的,如英国大不列颠百科全书、汉语词典、学校或企业名录、中国国家统计局统计资料等大型工具书已加入因特网。

6) 软件资源

Internet 上的软件资源十分丰富,大部分可供免费下载使用,其中有许多的共享软件,也有很多在线注册购买的软件,还有很多的程序代码供用户使用或二次开发,这对广大的计算机用户有较大的吸引力。

7) 其他动态信息

各级政府机构、高等院校、团体、公司在网上发布的消息、政策法规、会议消息、研究成果、产品目录、出版目录和广告等。

总之,Internet 是信息的海洋,通过它,我们可以了解发生在世界各地的国际大事与生活趣闻,我们应充分利用这个巨大的信息资源获取我们需要的信息。

(二) 网络信息资源的特点

在网络环境下,信息资源在数量、结构、分布和传播范围、类型、控制机制和传递手段方面都与传统的信息资源有了显著差异,呈现出新的特点。

1. 以网络为传播媒体

在网络时代,信息的存在需要借助一种不同于以往载体的信息载体——网络,为用户提供的信息是来自 Internet 的各种网络服务器上的虚拟信息,而不是实实在在的实体形式的信息。信息的存储和查询更加方便,而且存储信息密度高、容量大,可以无损耗地被重复利用。

2. 以多媒体为内容特征

Internet 上的信息资源的存储和处理采用文本、超文本、多媒体和超媒体形式。

文本形式的信息资源的知识单元是按线性顺序排列的。读者阅读时,是跟随文本的线性流向逐级向下浏览,当需要了解某一内容的全面或相关信息时,需要另外查阅相关参考资料。

超文本形式的信息资源是按知识单元及其关系建立的知识结构网络。它通过网上各节点的链路把相关信息(文字信息、图片、地图和其他直观信息)有机地编织在一个网状结构内,检索用户能够从任何一个节点开始,从不同角度检索到感兴趣的信息。超文本信息资源是人—机交互式的,可随时调用、检索和存储信息。

多媒体信息资源是包括文本、图像和声音在内的各种信息表达或传播形式的总称。它提供的信息集图、文、声于一体,可以为用户提供文本、图像、声音信息以及它们的组合。

3. 以现代信息技术为纪录手段

网络信息以数字形式存在,可以借助网络进行远距离传播,从而使全球信息资源的共



享成为可能。

4. 通用性、开放性和标准化

数据结构的通用性、开放性和标准化使得信息资源易于扩充,各个系统之间易实现互联和互操作。

5. 高度的整合性,便于多种媒体一体化

易于实现各种网络资源的相互转化和二次开发,在新的平台上形成新的综合性信息产品,便于检索,增加了信息资源的利用价值。

6. 交互性能增强

传播方式的多样性、交互性,从多方面贴近人们的生活。它具有潜在活力,也最具表现力。

二、网络信息采集途径

(一) 搜索引擎

搜索引擎(Search Engine)是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息,在对信息进行组织和处理后,为用户提供检索服务,将用户检索相关的信息展示给用户的系统。搜索引擎包括全文索引、目录索引、元搜索引擎、垂直搜索引擎、集合式搜索引擎、门户搜索引擎与免费链接列表等。

1. 搜索引擎作用

搜索引擎是网站建设中针对用户使用网站的便利性所提供的必要功能,同时也是研究网站用户行为的一个有效工具。高效的站内检索可以让用户快速准确地找到目标信息,从而更有效地促进产品或服务的销售,而且通过对网站访问者搜索行为的深度分析,对于进一步制定更为有效的网络营销策略具有重要价值。从网络营销的环境看,搜索引擎营销的环境发展为网络营销的推动起到了重要的作用;从效果营销看,很多公司之所以可以应用网络营销正是利用了搜索引擎营销的特点;就完整型电子商务概念组成部分来看,网络营销是其中最重要的组成部分,是向终端客户传递信息的重要环节。

2. 搜索引擎分类

1) 全文索引

全文搜索引擎就是从网站提取信息建立网页数据库的系统。搜索引擎的自动信息搜集功能分两种。一种是定期搜索,即每隔一段时间(比如 Google 一般是 28 天),搜索引擎主动派出“蜘蛛”程序,对一定 IP 地址范围内的互联网网站进行检索,一旦发现新的网站,它会自动提取网站的信息和网址加入自己的数据库。另一种是提交网站搜索,即网站所有者主动向搜索引擎提交网址,它在一定时间内(2 天到数月不等)定向向你的网站派出“蜘蛛”程序,扫描网站并将有关信息存入数据库,以备用户查询。随着搜索引擎索引规则的巨大变化,主动提交网址并不保证你的网站能进入搜索引擎数据库,最好的办法是多获得一些外部链接,让搜索引擎有更多机会找到你并自动将你的网站收录。

当用户以关键词查找信息时,搜索引擎会在数据库中进行搜寻,如果找到与用户要求



内容相符的网站,便采用特殊的算法——通常根据网页中关键词的匹配程度、出现的位置、频次、链接质量——计算出各网页的相关度及排名等级,然后根据关联度高低,按顺序将这些网页链接返回给用户。这种引擎的特点是搜全率比较高。

全文搜索引擎是名副其实的搜索引擎,如 Google、百度等都是比较典型的全文搜索引擎系统。图 1-1 所示为百度(www.baidu.com)搜索界面。



图 1-1 百度搜索界面

2) 目录索引

目录索引也称为分类检索,是因特网上最早提供 WWW 资源查询的服务,主要通过搜集和整理因特网的资源,根据搜索到网页的内容,将其网址分配到相关分类主题目录的不同层次的类目之下,形成像图书馆目录一样的分类树形结构索引。目录索引无需输入任何文字,只要根据网站提供的主题分类目录,层层点击进入,便可查到所需的网络信息资源。如搜狐、新浪、网易分类目录。图 1-2 所示为新浪(www.sina.com.cn)搜索界面。

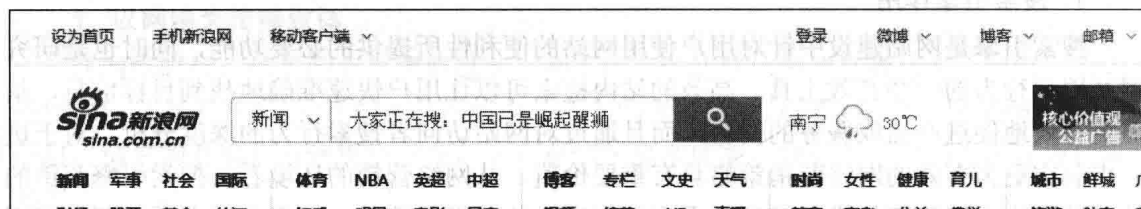


图 1-2 新浪网搜索界面

虽然有搜索功能,但严格意义上不能称为真正的搜索引擎,只是按目录分类的网站链接列表而已。用户完全可以按照分类目录找到所需要的信息,不依靠关键词(Keywords)进行查询。

与全文搜索引擎相比,目录索引有许多不同之处。

首先,搜索引擎属于自动网站检索,而目录索引则完全依赖手工操作。用户提交网站后,目录编辑人员会亲自浏览你的网站,然后根据一套自定的评判标准甚至编辑人员的主观印象决定是否接纳你的网站。

其次,搜索引擎收录网站时,只要网站本身没有违反有关的规则,一般都能登录成功;而目录索引对网站的要求则高得多,有时即使登录多次也不一定成功。尤其像 Yahoo 这样的超级索引,登录更是困难中。

此外,在登录搜索引擎时,一般不用考虑网站的分类问题,而登录目录索引时则必须将网站放在一个最合适的目录(Directory)中。

最后,搜索引擎中各网站的有关信息都是从用户网页中自动提取的,所以从用户的角