



全国高职高专院校
电子商务专业“十二五”规划教材

网络信息编辑 项目教程

◎ 文世润 主编 ◎ 张学兵 狄冬丰 副主编

- 6个**学习型**项目
- 20个**实操型**工作任务
- 集**教、学、做、评**于一体
- 直击**国家助理网络编辑师**（三级）考点

欢迎登录

www.ptpedu.com.cn

免费获取丰富教学资源



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



网络信息编辑 项目教程

◎ 文世润 主编 ◎ 张学兵 狄冬丰 副主编



人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (C I P) 数据

网络信息编辑项目教程 / 文世润主编. -- 北京 :
人民邮电出版社, 2013. 9
全国高职高专院校电子商务专业“十二五”规划教材
ISBN 978-7-115-32098-8

I. ①网… II. ①文… III. ①计算机网络—信息处理
—高等教育—教材 IV. ①G202②TP393.07

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第124509号

内 容 提 要

本书根据高职教育理论和国家助理网络编辑师(三级)岗位的工作要求,以培养学生的网络信息编辑技能为核心,详细介绍了网络信息编辑岗位及职业素养、网站信息的筛选与归类、网站稿件的编辑、企业网站的规划与设计、网站调查、网站论坛、网站博客、即时通信工具、网站时评、社区软文推广、网站专题创作等内容。

本书既可以作为高职高专电子商务专业、计算机和文秘等专业的教学用书,也可作为国家助理网络编辑师培训教材,还可用作网站编辑、网站管理等技术人员学习和培训的参考资料。

-
- ◆ 主 编 文世润
副 主 编 张学兵 狄冬丰
责任编辑 刘 琦
执行编辑 喻文丹
责任印制 沈 蓉 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京中新伟业印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 15.25 2013年9月第1版
字数: 400千字 2013年9月北京第1次印刷
-

定价: 34.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

前言

随着互联网的飞速发展,网络媒体已被人们称为继报刊、广播、电视之后的“第四媒体”。作为一种新媒体,网络媒体在社会生活中的作用越来越显著,它不仅影响着人们对现实世界的了解方式,也影响着人们的价值判断、行为方式和交流方式等。同时,网络媒体的快速扩张,使得对网络信息编辑人员的需求大量增加,由此,催热了网络编辑职业,催生了大量的以网站内容编辑为主要工作的网络媒体从业者——网络编辑员。

网站内容的质量对促进网络健康发展的作用是不可估量的,而网络信息编辑在网站内容建设中起着至关重要的作用。本书面向网络编辑工作岗位,结合网络编辑人员的能力要求,从网络编辑从业人员必备的专业素质和技能出发,力求将理论知识与网络信息编辑实际工作相结合,培养学生实际应用能力。

全书主要以网站内容编辑的工作过程为导向,共设计了“了解网站编辑”、“筛选与归类网站信息”、“编辑网站稿件”、“规划与设计网站”、“网站信息原创”、“创作网站专题”6个项目。每个项目由项目引入、项目任务书、项目评价、项目总结、思考与练习5个部分组成;项目中的任务包含任务描述、相关知识、任务实施、任务评价、知识拓展、同步拓展。通过项目任务的学习和训练,结合任务项目的多重评价,使学生不仅能够掌握网络信息编辑知识,而且能够很好地掌握网络编辑的工作方法和工作技能。此外,为了让读者能够及时地检查自己的学习效果,每个项目后面都附有丰富的习题。

本书主要有以下特点。

1. 融汇了高职高专最新教学改革成果,重构了“以项目为主导,以任务驱动为载体,集教、学、用、评为一体”的全新的教材设计体系。

2. 着力打造网络信息编辑岗位核心能力,突出网站编辑技术技能的应用与电子商务贸易实践的有机结合。

3. 还原网络信息编辑工作情景,让学生能够在真实的网编环境中从会用、能用到熟练应用。

4. 以网络编辑岗位需求为导向,让学生在学与练中培养出企业需求的岗位能力。

5. 本书根据高职高专教学流程,为了方便教师组织教学,每个项目、任务都配有参考学时和电子教案、教学用PPT等丰富的教学资源。

本书的参考学时为54~66学时,建议采用理论实践一体化教学模式,各项目的参考学时如下面的学时分配表所示。

学时分配表

项 目	课 程 内 容	学 时
项目一	了解网站编辑	4~6
项目二	筛选与归类网站信息	4~6

续表

项 目	课 程 内 容	学 时
项目三	编辑网站稿件	6~8
项目四	规划与设计网站	16~18
项目五	网站信息原创	14~16
项目六	创作网站专题	10~12
课时总计		54~66

本书由文世润任主编，张学兵、狄冬丰任副主编。各项目的参编人员及其分工如下：湖南外贸职业学院文世润、张学兵、狄冬丰和谢芳分别编写了项目五的任务1-3和项目六，项目一和项目三，项目四，项目五的任务4-6，山东经贸职业学院吴国华编写了项目二。此外，在编写过程中，得到了湖南大众传媒职业技术学院罗卓君的大力支持和帮助，在此深表感谢。

由于编者水平和经验有限，书中难免有欠妥和错误之处，恳请读者批评指正。

编者

2013年6月

目 录

项目一 了解网站编辑	1	任务一 筛选网站信息	17
【项目引入】	1	一、任务描述	17
【项目任务书】	1	二、相关知识	17
任务一 搜集网站编辑相关信息	2	(一) 网站信息的定义及分类	17
一、任务描述	2	(二) 网站信息筛选的作用	24
二、相关知识	2	(三) 网站信息筛选的标准	25
(一) 网站编辑的工作内容	2	(四) 网站信息筛选的基本方法	28
(二) 网站编辑的职业特点	4	(五) 网站信息筛选的注意事项	29
(三) 网站编辑的角色定位	6	三、任务实施	29
(四) 网站编辑的工作流程	7	四、任务评价	30
(五) 网站编辑的工作职能	7	五、知识拓展	31
(六) 网站编辑的发展历程	8	六、同步拓展	32
三、任务实施	8	任务二 归类网站信息	32
四、任务评价	9	一、任务描述	32
五、知识拓展	9	二、相关知识	32
六、同步拓展	9	(一) 网站稿件的主题	32
任务二 搜集网站编辑岗位要求和		(二) 网站稿件的归类	33
职业素养	10	三、任务实施	36
一、任务描述	10	四、任务评价	37
二、相关知识	10	五、知识拓展	37
(一) 网站编辑的职业素养	10	六、同步拓展	39
(二) 网站编辑的职业守则	11	【项目评价】	39
三、任务实施	12	【项目总结】	39
四、任务评价	13	【思考与练习】	39
五、知识拓展	13		
六、同步拓展	14	项目三 编辑网站稿件	41
【项目评价】	14	【项目引入】	41
【项目总结】	14	【项目任务书】	41
【思考与练习】	15	任务一 修改网站稿件	42
项目二 筛选与归类网站信息	16	一、任务描述	42
【项目引入】	16	二、相关知识	43
【项目任务书】	16	(一) 稿件编辑的基本知识	43
		(二) 稿件校对的基本知识	45
		(三) 网络语言的概念及其特点	46

(四) 网站稿件存在的主要问题 及修改方法	48
三、任务实施	49
四、任务评价	50
五、知识拓展	50
六、同步拓展	51
任务二 制作网站稿件标题	51
一、任务描述	51
二、相关知识	51
(一) 网站稿件标题的构成要素	52
(二) 网站稿件标题的制作原则	54
(三) 网站稿件标题的制作要求	55
(四) 网站稿件标题的制作方法	57
三、任务实施	63
四、任务评价	64
五、知识拓展	64
六、同步拓展	65
任务三 设置关键词	66
一、任务描述	66
二、相关知识	66
(一) 设置关键词的一般原则	66
(二) 设置关键词的基本方法	67
三、任务实施	69
四、任务评价	70
五、知识拓展	70
六、同步拓展	71
任务四 运用超链接	72
一、任务描述	72
二、相关知识	72
(一) 超链接的内涵	72
(二) 超链接的分类	72
(三) 超链接的优缺点	72
(四) 超链接的设置要点	74
三、任务实施	74
四、任务评价	75
五、知识拓展	75
六、同步拓展	76
【项目评价】	76
【项目总结】	76
【思考与练习】	77

项目四 规划与设计网站	79
【项目引入】	79
【项目任务书】	79
任务一 规划网站	80
一、任务描述	80
二、相关知识	80
(一) 网站的模式与定位	80
(二) 网站的主题定位	84
(三) 网站的栏目选择	84
(四) 网站的内容提要	87
三、任务实施	88
四、任务评价	89
五、知识拓展	89
六、同步拓展	91
任务二 设计网站	91
一、任务描述	91
二、相关知识	92
(一) 网站中图片的基本知识	92
(二) 网站中动画的格式	95
(三) 网站中的音频与视频	96
(四) 网页制作的基础	98
三、任务实施	108
四、任务评价	131
五、知识拓展	131
六、同步拓展	132
任务三 编辑网店商品信息	132
一、任务描述	132
二、相关知识	133
(一) 商品标题的设置	133
(二) 商品类目的设置	134
(三) 商品属性编辑	135
(四) 商品描述编辑	135
(五) 商品图片的设置与上传	138
三、任务实施	138
四、任务评价	140
五、知识拓展	140
六、同步拓展	141
【项目评价】	142
【项目总结】	142

【思考与练习】	143	(一) 即时通信工具软件的种类	174
项目五 网站信息原创	144	(二) 即时通信工具软件的安装	175
【项目引入】	144	(三) 即时通信工具的使用	179
【项目任务书】	144	三、任务实施	186
任务一 网站调查	145	四、任务评价	186
一、任务描述	145	五、知识拓展	187
二、相关知识	145	六、同步拓展	187
(一) 调查研究的概述	145	任务五 网站时评	188
(二) 网站调查的基本知识	146	一、任务描述	188
(三) 网站调查问卷的设计要求	148	二、相关知识	188
三、任务实施	149	(一) 网站时评的概念	188
四、任务评价	152	(二) 网站时评的传播与特点	189
五、知识拓展	153	(三) 网站时评的策划与写作	190
六、同步拓展	155	三、任务实施	191
任务二 网站论坛	155	四、任务评价	193
一、任务描述	155	五、知识拓展	193
二、相关知识	155	六、同步拓展	194
(一) 网站论坛的概念	155	任务六 社区软文推广	194
(二) 网站论坛的类型	155	一、任务描述	194
(三) 网站论坛的功能和特点	156	二、相关知识	194
(四) 网站论坛的管理	157	(一) 软文标题的确定	194
三、任务实施	158	(二) 软文内容的编辑	195
四、任务评价	162	(三) 软文的发布	196
五、知识拓展	162	三、任务实施	197
六、同步拓展	164	四、任务评价	199
任务三 网站博客	164	五、知识拓展	199
一、任务描述	164	六、同步拓展	200
二、相关知识	164	【项目评价】	200
(一) 网站博客的概念	164	【项目总结】	201
(二) 网站博客的类型	164	【思考与练习】	201
(三) 网站博客的特点和作用	165	项目六 创作网站专题	203
(四) 博客内容的写作要求	166	【项目引入】	203
三、任务实施	167	【项目任务书】	203
四、任务评价	172	任务一 策划网站专题内容	204
五、知识拓展	173	一、任务描述	204
六、同步拓展	173	二、相关知识	205
任务四 即时通信工具	173	(一) 网站专题的概念	205
一、任务描述	173	(二) 网站专题的分类	206
二、相关知识	174	(三) 网站专题的题材筛选	207

(四) 网站专题的内容组织	209	任务三 制作网站专题	223
(五) 网站专题的栏目策划	209	一、任务描述	223
(六) 网站专题的内容分析	210	二、相关知识	223
三、任务实施	211	(一) 网站专题的制作流程	223
四、任务评价	214	(二) 网站专题的制作要求	223
五、知识拓展	215	(三) 网站专题的考核方法	225
六、同步拓展	217	(四) 网站专题的策划和 制作技巧	225
任务二 确定网站专题形式	217	三、任务实施	225
一、任务描述	217	四、任务评价	232
二、相关知识	217	五、知识拓展	232
(一) 网站专题的页面结构	217	六、同步拓展	233
(二) 网站专题的版式设计	218	【项目评价】	233
三、任务实施	221	【项目总结】	234
四、任务评价	222	【思考与练习】	234
五、知识拓展	222	参考文献	236
六、同步拓展	223		

项目一

了解网站编辑

【项目引入】

近年来，网络编辑已成为关系到互联网信息质量和内容安全的重要职业，承担着为网络受众提供高质量信息、防止劣质不良信息传播的社会职责，因此，对于从业者职业操守的要求也越来越严格。

鉴于网络编辑这一职业的社会就业面不断扩大，以及对社会和文化建设管理的影响力不断提高，有关部门于 2007 年年初开始对“网络编辑人员”国家职业资格培训鉴定项目进行开发。

2008 年 6 月 23 日，上海有关部门完成了“网络编辑人员”国家职业资格培训鉴定项目的开发工作，率先在国内实施网络编辑人员的注册管理和持证上岗制度。

这一职业资格将面向从事网络媒体编辑工作的在职人员。对于取得网络编辑国家职业资格证书和取得社会职业考试网络编辑合格证书的人员，有关部门将统一注册登记，并开展相应的管理和服务工作。

根据这项职业资格培训鉴定项目的定义，网络编辑从业人员包括在互联网网站、企业或社会机构内部网站、电子出版物编辑单位从事内容策划、素材采集管理、内容编辑、内容制作、内容管理、编辑团队管理等工作的人员。

为了更好地组织学习有关内容，首先我们按 6~8 人进行分组，如表 1-1 所示。项目主持人（组长）要组织团队人员，通过收集与网站编辑职业有关的资料，掌握网站编辑工作的特点和职业要求，并代表本组进行项目汇报。

表 1-1

项目团队人员组成表

团队人员名单	
项目主持人（组长）	
任务 1 负责人	
任务 2 负责人	

【项目任务书】

项目任务书如表 1-2 所示。

表 1-2

项目任务书

任务编号	任务名称	职业能力目标	知识要求	参考课时
任务一	搜集网站编辑相关信息	掌握“网站编辑”职业的基本情况；	1. 网站编辑的工作内容 2. 网站编辑的职业特点	2 课时

续表

任务编号	任务名称	职业能力目标	知识要求	参考课时
		能够根据网站的媒体元素分析网络媒体的特点	3. 网站编辑角色定位 4. 网站编辑的工作流程 5. 网站编辑的工作职能 6. 网站编辑的发展	
任务二	搜集网站编辑岗位要求和职业素养	能够对不同类型的网站进行分析, 体验网络编辑工作的特点	1. 网站编辑的职业素养 2. 网站编辑的职业守则	1 课时
项目汇报				1 课时

任务一 搜集网站编辑相关信息

一、任务描述

在百度中输入“网站编辑”，了解有关“网站编辑”的基本知识。在百伯网中输入“网站编辑”，了解全国“网站编辑”的职位数，然后更换地区分别了解湖南省“网站编辑”的职位数和长沙市“网站编辑”的职位数以及其他感兴趣的城市“网站编辑”的职位数。

二、相关知识

(一) 网站编辑的工作内容

编辑, 这里主要指编辑工作, 是对人类社会的精神产品(包括报纸、广播、电视、音像制品)的原稿进行选择与加工, 并使之广为传播的工作。互联网络虽然是一个很少有管制的传播通道, 但只要网上还存在着网络媒体, 存在着反映舆论和引导舆论的社会舆论机构, 就需要有人代表社会来从事对信息的选择和加工的工作; 更何况网上传播的信息, 具有海量的特点, 鱼龙混杂、真伪难辨, 只有严格把关、“沥尽狂沙”, 才能为受众提供真正有价值的信息。因此, 对网上的信息进行编辑加工具有非常重要的意义。网络编辑工作的具体内容主要包括以下几个方面。

1. 稿件的选择

编辑工作的核心是“把关”, 即根据读者的需要, 按照一定的价值标准对稿件进行鉴别和选择。

网络新闻的稿件来源是非常丰富的。一部分来自传统媒体及记者采写和刊载的新闻报道, 一部分来自网上的各种渠道(如BBS、网上聊天、新闻组等), 还有一部分来自网站记者的原创作品。

不管稿件来自何种渠道, 都需要经过编辑反复认真的选择, 去伪存真、去粗取精。采用或不采用某种稿件, 不仅能够用来衡量编辑个人水平的高低, 而且体现了一个网络媒体的编辑思路。

经常上网的人都有这样的体会: 一些主流媒体办的新闻网站坚持严格把关, 我们在网上看到的新闻不仅能坚持正确的舆论导向, 而且真实、可信, 有较高的新闻价值和可读性。例如, 上海东方网对新闻稿件的选择就做了十分严格的规定, 并提出了十个“不可用原则”, 即假不可用、险不可用、长不可用、虚不可用、劣不可用、乱不可用、浅不可用、涩不可用、套不可用、恶不可用。

然而,也有一些网站特别是商业性网站,由于编辑把关不严,黄色的、虚假的、格调低下甚至政治错误的新闻在网上恣行,致使网站经常成为虚假新闻的传播途径(例如,2001年网上出现的“上海将建300层摩天大楼”,“世界10大污染城市中国竟占8个”,“广西高考状元沦为劫匪”,“汤加出现反华风潮”等虚假新闻)。要严把新闻筛选关,除了网络媒体要有鲜明的价值取向和严格的选稿标准外,作为新闻编辑一定要努力提高自身的政治素质和业务素质,才能对新闻稿件作出正确的取舍。

2. 稿件的加工

一般来说,未经编辑加工处理的新闻稿件只能是原材料或半成品,只有经过编辑精心整理加工后的稿件才能成为新闻产品进入传播领域。对来稿进行加工,是编辑最日常的业务,在这方面,网络新闻的编辑与传统媒体的编辑并没有多大的区别。

编辑对稿件的加工主要包括对新闻事实的核实、订正;对思想政治上的差错的纠正;对文字的修改和对辞章的修饰等。网络新闻具有“全时化”的特点,网络新闻的编辑工作也是“全天候”的。因此,有时编辑为了抢时间,“萝卜快了不洗泥”,一些未经认真加工的稿件便有可能仓促地出笼,结果是漏洞百出。语法不通、逻辑混乱、错别字连篇,已成了某些网站的家常便饭。因此,网络新闻编辑一定要有“精品意识”,在努力增强责任感的同时,养成一丝不苟、精益求精的工作作风,尽可能地减少和杜绝稿件中差错的发生。

值得注意的是,传统媒体的编辑一般分工都很细,有文字编辑、图片编辑、排版编辑、音像编辑等。网络传播是多种传播手段的结合,网络编辑不但需要具备驾驭文字的能力,而且还需具备驾驭有声语言和对画面进行艺术处理的能力,能熟练运用计算机技术和多媒体技术。这就对网络编辑的文化素质和业务能力提出了更高的要求。

3. 稿件的集合

在网络新闻的编辑过程中,编辑面对的绝非是单篇的稿件,而是多篇稿件的组合,稿件的集合不但可以形成网页中的强势,而且可以产生“1+1>2”的系统效应,实现新闻价值的增值。

稿件集合的方式有两种。一种表现在空间上,如编辑为某篇单独的稿件配上有关的背景资料或汇集相关的报道,并通过“超链接”的方式将它们连接起来,可以帮助读者释疑解惑、开阔视野,加深对新闻事件的理解;或者在网页上把凡是有某种内在联系的稿件放到一起,形成专题报道或专栏,引起读者的注意。

另一种表现在时间上,如编辑采用连续报道或系列报道的方式,使同一主题的新闻事件的报道通过时间的延续和信息积累而得以加强。读者既可以检索查询到这一事件过去发生的状况,也可以动态地了解到事件最新发生的变化。以上两种方式的综合运用,使稿件的群体优势得到了最大的发挥。如人民网、新华网等,经常就最近一个时期的重大事件组织专题报道,这里面既有有关背景的历史回顾和相关的各种报道,又有滚动播出的事件发展的最新动态。这种多层次、多角度、立体化、全方位的报道,正是网络媒体得天独厚的优势。

网络新闻稿件的集合,还体现在多媒体手段的应用上。传统的印刷媒体(如图书、报纸、杂志)中,编辑虽然常常配以图片和图表,但是网络新闻中不但可以配图片和图表,而且还可以链接音频文件和视频文件,因此可以更真实更生动地再现新闻事件,在内容与形式上实现与读者真正的互动。

4. 稿件的评价

在传统的印刷媒体上,编辑对稿件评价的方式是多种多样的,其中,“版面语言”是最主要的方式之一。版面语言的表现形式也是多种多样的,版面位置、空间大小、字体、字号、色彩、

图片等，都可以直接或间接地传达编辑对稿件的评价。

网络媒体是否有“版面语言”呢？回答是肯定的。网络媒体的版面语言主要体现在稿件在网页的空间位置上。

一般说来，处于网页左方和上方的信息相对比较强势，因为这部分信息往往可以最先争得读者的“眼球”，所以一般网站都将重要的新闻或头条新闻放在这个位置。另外，网络媒体上各网页之间的关系是分层次的，一些网页会先被读到，一些网页则可能较晚出现，前面的网页自然比后面的网页更加强势。主页是读者最先浏览到的页面，因此，大多数网络媒体都在主页上设立了重要新闻一栏，而一般性的新闻则安排在稍后的网页里。这样，读者能从阅读的顺序中体会到稿件重要与否。

传统的印刷媒体中标题的字体大小、排列方式、色彩等手段，也在网络新闻的评价中得到应用。例如，新华网的头条新闻的标题通常采用比其他新闻标题大得多的黑体字；再如，搜狐网的新闻报道中，最重要的几条新闻标题的颜色通常是红色，在其他新闻蓝色标题的衬托下显得格外的醒目。有的网站在发布新闻时，还由编辑在该新闻标题的旁边直接贴出评价或示意的符号。如“NEW”，表示该新闻刚刚出炉；“COLL”，表明该新闻具有一定的可读性或新闻价值；“！”或“★”号，则提醒读者加以关注。在网上，甚至还可以通过技术手段把新闻标题制成发光、移动、变换色彩、动画等效果字符。

与传统的印刷媒体只强调空间位置不同，网络新闻还可以以时间为手段来评价稿件。网络不像报纸有固定的刊期和版面，也不存在广播电视不易保留的弱点，网络新闻的内容可以在几小时内甚至随着事件的发展随时更新；也可以根据需要在网页上保存几天甚至更久，这些都取决于编辑对该新闻的重视程度。

网络媒体的出现，给受众提供了更多的选择信息的自由和方便，旧的“以传播者为中心”的模式逐步被“以受众为中心”的新模式所代替。这也使编辑工作迎来了机遇和挑战。网络时代，对编辑来说提供信息并不是最重要的，对信息做出有效的处理，提高信息的服务质量才是最有竞争力的。因此，网络编辑一定要牢固树立全心全意为受众服务的观念，始终把受众的需求放在第一位，用自己创造性的劳动为他们提供更多更好的信息产品来。

（二）网站编辑的职业特点

1. 网络媒体的特点

媒体（Media），是指传播信息的介质，通俗地说，就是宣传的载体或平台。能为信息的传播提供平台的就可以称为媒体，例如常见的四大媒体有电视、广播、报纸和网站。此外，还有户外媒体，如路牌灯箱的广告位等。

但随着科学技术的发展，逐渐衍生出了一些新的媒体，例如交互式网络电视（Interactive Personality TV，IPTV）、电子杂志等，它们是在传统媒体的基础上发展起来的，但与传统媒体又有着质的区别。

从出现的先后顺序可划分为第一媒体报纸刊物、第二媒体广播、第三媒体电视、第四媒体互联网及第五媒体移动网络。其中第四媒体和第五媒体应属于新媒体范畴，也都属于网络媒体。

但是，就其重要性、适宜性、有效性而言，广播的今天就是电视的明天。电视正逐步沦为“第二媒体”，而网络媒体正在逐步上升为“第一媒体”。相对于传统媒体来说，网络媒体具有无可比拟的优越性，主要表现在以下4个方面。

(1) 即时性

网络媒体的即时性主要表现在网络信息的制作与传播可以满足时效性很高的信息传播要求。例如,重大的时事新闻、体育比赛的直播等,可以通过网络媒体实时向社会发布,受众可以第一时间了解事态的发展。

(2) 互动性

传统的媒体是将信息单向传给受众的,而网络媒体则可以提供一种双向的信息传输渠道,建立传播者和受众之间快速、直接交流的平台。例如,2012年的两会也成了网络媒体的盛宴。2012年3月11日19:30,十一届全国人大五次会议新闻中心举办主题为“充分发挥审判职能作用,努力推进社会管理创新”的网络访谈。邀请3位在地方法院工作的全国人大代表,与网民进行在线交流。

(3) 多媒体性

在传统的媒体中,每种媒体只能使用单一或少量的媒体元素表达媒体信息,而网络媒体的信息的表达则兼顾了文字、图形、图像、声音、动画和视频6大元素,丰富了信息传播的手段,使新闻更为直观、形象、生动,增加了新闻的现场感和冲击力。

(4) 全球性

“网络传播无国界”,网络传播空间理论上没有国家和地区的限制,其传播范围远远大于报纸、广播和电视等媒体。

2. 网络编辑的职业特点

网络作为一种新兴的媒体,与传统的媒体相比,具有超链接式编辑、全天候编辑、交互性编辑和数据库化编辑等特点。

(1) 超链接式编辑特点

网络编辑工作的编辑特点几乎都可以归功于 Internet 中的超文本/超媒体技术。超文本/超媒体是由相对独立的结点信息和表达它们之间关系的链接所组成的信息网络,结点、超链接和网络是超文本的3个基本要素。

结点内容可以是文本、图形、图像、动画、视频、音频、计算机程序等,也可以是它们的组合形式。结点内容的多元化导致了网络编辑元素的多元化。超链接的编辑方式具有非线性特点。受众利用网络浏览信息时,首先看到的是被传播信息的标题,单击标题后,浏览器会打开一个承载信息内容的页面,这个页面就有可能包含了部分或全部的结点元素。于是受众的阅读视野从一个平面进入到另一个平面,从一个空间进入到另一个空间,实现了空间的变化。这种非线性的编辑方式恰恰是报纸等媒体的线性表达方式所无法具备的。

(2) 交互性编辑特点

交互性是网络编辑最显著的特征之一。在网络媒体,网络传播的一对一、一对多、多对一、多对多的传播方式已经模糊了传递者和受众的身份,两者可以互为主体,这在 BBS 中表现得尤为突出。网络在线聊天、即时工具聊天更是把网络交互性的特点表现得淋漓尽致。

当然,作为网络编辑来说,更应该重视 BBS 的交互性特点。在虚拟的网络中,信息的传播者和访问者身份都难以确定,信息的真假也难以辨别,作为 BBS 的网络编辑应该根据互联网和国家的相关法律法规,建立相应的管理制度,约束信息的发布人员,从而构建一个健康、和谐、可信度高的网络环境。

(3) 全天候编辑特点

互联网的出现使得新闻的时效性大大增强,在网络上网络编辑可以第一时间发布新闻信息,

可以第一时间更新、修改、删除已经发布的新闻,也可以在网站以图文方式或视频方式在线直播,使新闻的时效性大大增强。

不过在新闻时效性增强的同时,其缺点也显而易见。全天候的新闻编辑是不易于新闻的过滤的,易于虚假、有害信息传播;而且更新的速度过快,易于淹没一些有价值的新闻信息而造成信息泡沫。在这种情况下,网络编辑就应该有高度的职业责任感、新闻敏感性以及新闻集纳能力,及时地把有较高新闻价值的东西突显出来,以专题等方式建立栏目频道,从而给不同兴趣的受众自由选择的余地,满足受众的求知欲。

(4) 数据库化编辑特点

目前大多数网站的数据都以数据库的方式进行存储,用数据库系统管理网站数据。与此同时,也在网站页面中建立站内搜索功能,使受众能迅速地找到自己所需要的资料。例如,人民网可以查阅人民日报 1995 年 1 月 1 日以后的全部内容,新华网可以查阅 2000 年后的新闻资料,中国青年报可以在网上查阅 2000 年 5 月 15 日至今的报纸内容等。这些数据库的建设大大方便了受众查询资料。网络编辑要想使自己的网站有较高的点击率或者稳定的受众,就应该用数据库的方式建造自己的网络资料库,进一步方便受众。

虽然网络编辑工作有以上所述的 4 大特点,但是网络编辑作为编辑的属性并没有发生根本性的改变,只不过因为技术的发展和网络媒体的崛起,所以传统媒体的编辑方式就不能照搬到网络媒体了,这就需要对信息承载的新平台——网络媒体的技术特性和编辑技巧进行研究,更好地在网上发布信息,以求努力达到最佳的传播效果。

(三) 网站编辑的角色定位

有人提出,网络编辑就是网络信息的搬运工,只是一个“Ctrl+C”(复制)、“Ctrl+V”(粘贴)其他的媒体内容的“无冕之王”。网络编辑真的是这样吗?当然不是。网络编辑既是网络技术的操作者,也是信息的培育者、舆论导向的把握者。

1. 网络技术的操作者

纵观各个网站的网络编辑招聘启事,不难发现都要求网络编辑需要掌握一定的信息技术知识,例如,能熟练使用平面设计软件、能够独立设计网页、能够掌握相关的网络知识等。可见,网络编辑在一定程度上就是网络技术的操作者。

网络媒体具备了传统媒体无法具备的优势,使用一定的信息技术手段可以极大地丰富网络信息、减轻网络编辑的工作压力和负担。例如,网络编辑可以使用 RSS 技术在互联网上按频道订阅相关的信息,这些被订阅的信息将会按照编辑希望的格式、时间、地点和方式直接传到计算上供编辑使用。

当然,网络技术只是网络信息编辑的一个技术手段,网络编辑还应该从宏观和微观上把握受众的多元要求,充当信息的培育者和舆论导向的把握者。

2. 网络信息的培育者

在信息爆炸的时代,广大受众需要专门的人员替他们进行“信息过滤”,从而将无用信息拒之门外,将有用的信息简单、快速地转化为自己的知识。网络编辑不仅是信息的收集者,而更应该是“信息的培育者”。“信息的培育者”意味着网络编辑要对信息进行仔细鉴别、精心挑选,保证知识的有效性和有用性。

3. 舆论导向的把握者

作为网络编辑来说,必须在舆论导向上严格遵守国家关于发布互联网信息的原则,强调信息

的真实性、时效性,同时还要避免刻板、单调,增加受众的互动性与娱乐性,使其活泼新颖,形成自身的突出特点,提高点击率。

由于媒体的表现形式不同,网络编辑从诞生之日起就决定了它的内容、趋势等将更多也更密切地受到技术的影响,网络编辑工作将随着技术的进步而不断发展变化。正是由于技术的深度介入,使得网络编辑工作表现出更多的动态性、开放性。作为网络编辑,应更好地把握网络媒体发展规律,在网络编辑的过程中不断地探索与进取。

(四) 网站编辑的工作流程

- ① 在遵循网站的总体定位前提下策划每期的内容主题(专题)与风格定位。
- ② 策划方案上报分类主编进行审批。
- ③ 搜集、选取、整理、编辑所需的内容信息。
- ④ 编辑好的信息内容交请分类主编进行审核。
- ⑤ 对审核通过的文章进行校对。
- ⑥ 交给美工(美编)进行版面设计和实现。
- ⑦ 成品上交分类主编进行审批通过。
- ⑧ 交给网络推广人员(或指定人员)进行网络发布和网络推广。
- ⑨ 分类主编定期向总编汇报并进行相关网络媒体的发展研讨。
- ⑩ 总编实时或定期向网站 CEO 进行总结和汇报,实时对运营方案中的偏差和失误进行宏观上的修正和调整。

(五) 网站编辑的工作职能

- ① 充分了解国家相关政策和法规,把握正确的文章编写导向。
- ② 网站新闻更新及原创新闻写作、行业人物的专访与行业事迹的突发报道。
- ③ 网站关键字的优化,及时发现新的信息源,并挖掘新鲜的长尾关键词。将针对搜索引擎的优化元素植入到文章当中,达到对用户、搜索引擎的双重优化。
- ④ 网站内容合作(内容战略合作)发展,网站友情链接及官方微博的建设推广、人气较高的行业论坛发帖推广。
- ⑤ 根据网站规划和栏目设置,每日收集相关资料、充实网站,并保证文章收录量。对收集的信息进行筛选、加工、编排等,确保更新内容准确无误。
- ⑥ 网站内容及活动项目推广,提高网站的访问量与网站活动项目及产品的知名度。
- ⑦ 及时更新网站内容(质量与数量)。每日在充实网站内容的同时及时发现站内错误,并反映给有关人员,以免造成网站损失。
- ⑧ 与各部门沟通,协调网站开发人员与市场销售及运营人员执行网站策划。
- ⑨ 做好编辑后内容的自检总结。每天发布的内容均要进行自检,以日志的形式提交,同时做好每周汇总及月总结。
- ⑩ 根据网站的发展市场需求,策划组织开发活动主题。
- ⑪ 回复客户需求咨询(客服)。
- ⑫ 完成上级领导交办的其他工作。

（六）网站编辑的发展历程

中国的网络编辑行业，伴随着中国互联网的发展而逐渐壮大，如今已经发展成为中国“三百六十行”的一个单独行业。2005年3月31日，劳动和社会保障部正式向社会发布了第三批10个新职业，其中，网络编辑师正式成为国家和社会认可的新兴职业。

第31次中国互联网络发展状况统计报告统计显示，截至2012年12月底，我国网民已经达到5.64亿，较2011年新增网民5090万，网络已经成为经济发展以及人们生活中不可或缺的信息工具。

全国IT职位需求上涨，网络编辑排职业热门榜中的第7位。目前我国拥有网络编辑从业人员多达300万人，远远超过传统媒体的编辑队伍。由于网络编辑是一个新兴的职业，其从业人员一般都是从传统媒体（如报纸、杂志、电视、电台）编辑、记者、网站管理员、图文设计等职业中分流出来的。而这些网络编辑的从业人员中，既有新闻、计算机的专业人才，也有中文、法律、财经、历史、外语等专业的人员，从而导致了这支“专业”的队伍并不“专业”的现象。

在未来的10年内，网络编辑职位需求量将继续呈上升趋势，总增长量将超过26%，高于其他各类职位的平均增长量。网络编辑职业的发展，也日益引起业界和相关领域的密切关注，将继续呈现出高发展、多专业、强竞争的特点，主要表现在以下几个方面。

① 网络编辑涉及的专业领域多，工作的整合性强。即使一个普通的网络编辑，也要时常考虑网站的定位、内容的特色以及技术支持对内容实现的影响等问题，其业务范围经常横跨整个编辑部，专业知识涉及众多领域。

② 网络媒体的迅速发展使网络编辑的竞争性进一步增强，网络编辑队伍流动性大大加剧。网站内容的更新要求质量更高、速度更快、内容更加丰富，从而导致了网络编辑工作的高强度与高效率，加剧了网络编辑队伍的高流动性。

③ 网络媒体的便捷性提高了网络编辑工作的效率，使其工作方式更加现代化。网络编辑除了需要具备传统媒体编辑的业务能力外，还需要掌握相关的法律知识和网络编辑的技术手段，信息技术的使用能大大地提高网络编辑的工作效率。

④ 随着Web 2.0的进一步发展，网络的互动性不断增强，因此需要网络编辑正确地把握媒体的舆论导向。Web 2.0时代是广大网民共建互联网的时代，网民政治觉悟高低不一、网上内容参差不齐，需要网络编辑深入了解国家的政策规定，正确把握舆论导向。

三、任务实施

（一）基本流程

