



高等职业教育“十二五”规划教材

网络信息编辑实务

主编 何海波 李音韵 金云



高等职业教育“十二五”规划教材

网络信息编辑实务

主 编 何海波 李音韵 金 云
副主编 伦墨华 赵 彦 任 翔 王 霞

 江苏大学出版社
JIANGSU UNIVERSITY PRESS

镇 江

内 容 提 要

本书以职业教育理论为指导,将知识巩固、技能训练和岗位体验相结合,采用“任务描述—相关知识—任务实施”的编写方式,从网络信息编辑人员必备的职业素质和专业技能出发,介绍了网络编辑工作、网络信息的收集与归类、网络文稿编辑、网络多媒体信息编辑、网络原创内容、网络专题策划、网络互动形式及网页制作等内容。

本书可作为高等职业技术学院电子商务类专业及其他相关专业的教材,也可作为成人教育、培训机构,以及相关社会从业人员的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

网络信息编辑实务 / 何海波, 李音韵, 金云主编

— 镇江: 江苏大学出版社, 2015.12

ISBN 978-7-5684-0062-6

I. ①网… II. ①何… ②李… ③金… III. ①计算机
网络—信息处理—高等职业教育—教材 IV. ①G202
②TP393.07

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第211752号

网络信息编辑实务

Wangluo Xinxi Bianji Shiwu

主 编 / 何海波 李音韵 金 云

责任编辑 / 吴昌兴 孙文婷

出版发行 / 江苏大学出版社

地 址 / 江苏省镇江市梦溪园巷30号(邮编: 212003)

电 话 / 0511-84446464(传真)

网 址 / <http://press.ujs.edu.cn>

排 版 / 北京金企鹅文化发展中心

印 刷 / 三河市祥达印刷包装有限公司

经 销 / 江苏省新华书店

开 本 / 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 / 19.75

字 数 / 456千字

版 次 / 2015年12月第1版 2015年12月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5684-0062-6

定 价 / 42.00元

如有印装质量问题请与本社营销部联系(电话: 0511-84440882)

前 言

随着网络技术的快速发展和逐步成熟，互联网已经渗透到政治、经济、文化等各个领域，并引起了社会经济和生活方式的重大变革。网络媒体也被称为继报纸、广播、电视之后的“第四大媒体”。网络媒体的快速扩张，使得网络编辑、网站内容策划等人员成为紧俏型人才，近年来需求量不断提升。

网络编辑是指利用相关专业知识和计算机和网络等现代信息技术，从事互联网网站内容建设的人员。网络编辑通过网络对海量信息进行采集、分类、编辑，然后通过网络实时地向世界范围的网民进行发布，并从网民那里接收反馈信息，形成互动。

网络编辑不但是新媒体时代的“把关人”，更是一位思想者。网络编辑人员素质的高低，将直接影响网络媒体队伍的整体水平。网络编辑应是复合型人才，不但要具备传统编辑所需要的基本素质，还要具有必要的信息技术素养及与网民互动的能力等。根据网络编辑人员的职业要求，本书8个项目分别介绍了网络编辑工作、网络信息的收集与归类、网络文稿编辑、网络多媒体信息编辑、网络原创内容、网络专题策划、网络互动形式及网页制作等内容。

本书以教育部高职高专人才培养目标和网络编辑职业岗位的任职要求为切入点，参照国家劳动和社会保障部网络编辑职业资格标准编写，突出职业能力培养，将理论知识与实际应用相结合，力求突出以下特点：

- **理论结合实践：**在本书编写过程中，力求将理论知识与网络编辑实际工作相结合，引导学生学习网络编辑工作的基本内容、特点、职能、业务流程等。每个项目包括几个任务，每个任务又分为“任务描述—相关知识—任务实施”三大部分，其中“任务描述”对任务要介绍的内容进行简单描述，使读者对任务有初步认识；“相关知识”介绍与任务相关的理论知识；“任务实施”是在相关知识的基础上，结合网络编辑的实际工作，对整个任务的一个总结和实践检验，操作性内容居多。
- **案例信息同步：**在本书编写过程中，作者翻阅和参考了大量国内外最新的与网络编辑有关的网站和书刊，整理和收录了网络信息编辑最新的理论和案例，在内容上力求与最新的技术保持同步、与实际应用保持同步，使读者能够真正学以致用。
- **易读易学易用：**本书充分考虑读者的阅读习惯，整本书条理清楚，详略得当，并力求做到行文流畅、简洁明快、易读易懂；采用双色印刷，有效缓解读者的视觉疲劳。

本书由何海波、李音韵、金云任主编，由伦墨华、赵彦、任翔、王霞任副主编。在编写过程中，编者参考了大量的文献资料。在此，向这些文献的作者表示诚挚的谢意。

由于编者水平有限，书中难免存在疏漏与不当之处，敬请广大读者批评指正。

本书配有精美的教学课件和课后习题答案，读者可到北京金企鹅联合出版中心网站（www.bjjqe.com）下载。

编 者

2015年11月

目 录

项目一 网络编辑概述	1	能力训练	25
引导案例——网络编辑就是 “搬运工”吗?	2	项目二 网络信息的收集与归类	27
任务一 了解网络媒体	2	引导案例——误发旧闻引发的 股票雪崩	28
任务描述	2	任务一 网络信息的收集	28
相关知识	3	任务描述	28
一、网络媒体的兴起和发展	3	相关知识	29
二、网络媒体的特征	4	一、明确网站及栏目的定位	29
三、网络编辑的产生	6	二、了解网络信息资源	31
任务实施	7	三、收集网络信息的方法	34
任务二 网络编辑工作解密	7	任务实施	39
任务描述	7	任务二 网络信息的筛选	41
相关知识	8	任务描述	41
一、网络编辑的日常工作	8	相关知识	41
二、网络编辑的工作特点与挑战	8	一、网络信息筛选的意义	41
三、网络编辑的业务职能	10	二、网络信息筛选的原则	42
四、网络编辑部的构成	11	三、网络信息筛选的关键步骤	43
任务实施	13	四、网络信息筛选的注意事项	51
任务三 网络编辑需要具备的 基本素质	14	任务实施	52
任务描述	14	任务三 网络信息的归类	53
相关知识	14	任务描述	53
一、网络编辑的职业素养	14	相关知识	53
二、网络编辑的职业操守	15	一、确定网络稿件的主题	53
三、网络编辑应了解的法律知识	16	二、对网络稿件进行归类	54
任务实施	20	任务实施	56
经典案例——网络编辑实习报告	22	经典案例——网站栏目策划书	56
项目小结	24	项目小结	59
知识训练	25	知识训练	60
		能力训练	61

项目三 网络文稿编辑.....	63	任务实施.....	98
引导案例——新浪网网络编辑		任务五 运用超链接.....	99
手册（节选）.....	64	任务描述.....	99
任务一 修改网络稿件.....	65	相关知识.....	99
任务描述.....	65	一、了解超链接.....	99
相关知识.....	65	二、为关键词设置超链接.....	100
一、网络稿件存在的主要问题.....	65	三、利用超链接设置延伸性阅读.....	100
二、网络稿件的修改方法.....	68	四、利用超链接改写文章.....	101
任务实施.....	71	五、运用超链接的注意事项.....	102
任务二 制作网络稿件标题.....	73	任务实施.....	103
任务描述.....	73	经典案例——辞章性错误的	
相关知识.....	73	改正方法.....	103
一、网络稿件标题的特点与作用.....	73	项目小结.....	106
二、网络稿件标题的构成要素.....	77	知识训练.....	106
三、网络稿件标题的制作原则.....	80	能力训练.....	107
四、网络稿件标题的制作步骤.....	82	项目四 网络多媒体信息编辑.....	109
五、网络稿件标题的制作技巧.....	83	引导案例——新浪网“旅游”频道	
任务实施.....	89	图片新闻.....	110
任务三 撰写内容提要.....	90	任务一 网络图片编辑.....	111
任务描述.....	90	任务描述.....	111
相关知识.....	91	相关知识.....	111
一、内容提要的适用场合.....	91	一、网络图片的类型及格式.....	111
二、内容提要在网络传播中的作用.....	92	二、网络图片的编排与应用原则.....	114
三、内容提要的撰写原则.....	93	三、常用图片编辑软件 Photoshop 的	
四、内容提要的撰写.....	93	使用.....	116
任务实施.....	94	任务实施.....	131
任务四 设置关键词.....	94	任务二 网络动画编辑.....	134
任务描述.....	94	任务描述.....	134
相关知识.....	95	相关知识.....	134
一、关键词的作用.....	95	一、网络动画格式.....	134
二、关键词设置要求.....	96	二、常用动画编辑软件 Flash 的	
三、关键词设置原则.....	96	使用.....	135
四、关键词设置步骤.....	97	任务实施.....	140
五、关键词设置的注意事项.....	97		

任务三 网络音视频编辑·····	145	三、消息的结构形式·····	189
任务描述·····	145	四、消息的写作技法·····	192
相关知识·····	145	五、消息写作语言的要求·····	196
一、流媒体技术·····	145	任务实施·····	197
二、网络音视频的格式·····	146	经典案例——新闻采写技巧·····	198
三、网络音视频的编排·····	147	项目小结·····	200
任务实施·····	148	知识训练·····	200
经典案例——使用 Photoshop 制作		能力训练·····	201
网页广告条·····	148	项目六 网络专题策划·····	203
项目小结·····	152	引导案例——我对网络专题的	
知识训练·····	153	一点看法·····	204
能力训练·····	154	任务一 了解网络专题策划·····	205
项目五 网络原创内容·····	157	任务描述·····	205
引导案例——网络编辑实习日记·····	158	相关知识·····	205
任务一 了解网络原创内容的形式·····	158	一、网络专题的特点·····	205
任务描述·····	158	二、网络专题的分类·····	207
相关知识·····	159	三、网络专题策划的基本原则·····	209
一、原创新闻·····	159	任务实施·····	210
二、原创文学·····	164	任务二 网络专题的内容策划·····	212
三、博客·····	166	任务描述·····	212
四、其他原创形式·····	167	相关知识·····	212
任务实施·····	169	一、网络专题的选题策划·····	212
任务二 实施采访·····	169	二、网络专题的角度策划·····	216
任务描述·····	169	三、网络专题的栏目与结构设计·····	218
相关知识·····	170	四、网络专题的信息手段策划·····	220
一、面对面采访·····	170	任务实施·····	221
二、电话采访·····	173	任务三 网络专题的形式策划·····	223
三、电子邮件采访·····	175	任务描述·····	223
四、即时通信工具采访·····	178	相关知识·····	223
五、BBS 论坛和聊天室采访·····	178	一、网络专题的版面设计·····	223
任务实施·····	180	二、网络专题的技术设计·····	228
任务三 撰写网络稿件·····	182	任务实施·····	229
一、消息的基本构成·····	182	经典案例——“90 后”大学生就业	
二、消息的写作要求·····	186	专题策划书·····	231

项目小结	233	二、即时通信工具的类型	259
知识训练	233	任务实施	260
能力训练	234	经典案例——教你轻松优化博客	262
项目七 网络互动形式	235	项目小结	263
引导案例——网民参与网络互动的 方式	236	知识训练	264
任务一 网络调查	237	能力训练	265
任务描述	237	项目八 网页制作	267
相关知识	237	引导案例——腾讯网首页解读	268
一、网络调查的特点	237	任务一 HTML 语言基础	268
二、网络调查的方法	238	任务描述	268
三、实施网络问卷调查	238	相关知识	269
任务实施	245	一、HTML 基础语法	269
任务二 网络论坛	247	二、网页的基本结构	271
任务描述	247	三、HTML 标题、水平线、段落和 换行	273
相关知识	248	四、HTML 列表	275
一、网络论坛的表现形式	248	五、HTML 图像	276
二、网络论坛的管理规则	248	六、HTML 超链接	278
三、网络论坛的管理内容	249	任务实施	279
四、选定论坛管理者	250	任务二 CSS 样式基础	287
任务实施	251	任务描述	287
任务三 网络博客	253	相关知识	288
任务描述	253	一、在 HTML 页面中引入 CSS 样式表的方法	288
相关知识	253	二、选择器的类型	291
一、网络博客的特点	253	任务实施	295
二、网络博客的类型	253	项目小结	298
三、网络博客的应用	254	知识训练	298
任务实施	256	能力训练	299
任务四 即时通信工具	258	附录 《中国互联网行业自律公约》	303
任务描述	258		
相关知识	258		
一、了解即时通信	258		

项目一

网络编辑概述

内容提要

随着信息技术的发展,计算机和网络在人们的生活中占据越来越重要的位置,而网络上的海量信息都是由网络编辑发布的。

据估算,2014年我国拥有网络编辑人员600多万人,而传统媒体编辑记者只有75万人,网络媒体从业人员在数量上远远超过传统媒体。

在未来10年内,网络编辑职位将呈需求上升趋势,比其他各类职位的平均增长量还要高。

学习目标

知识目标

- ① 了解网络媒体的兴起、发展和特征
- ② 了解网络编辑的产生
- ③ 熟悉网络编辑的日常工作
- ④ 掌握网络编辑的业务职能
- ⑤ 了解网络编辑部的构成
- ⑥ 了解网络编辑的职业素养和职业操守
- ⑦ 了解网络编辑应了解的法律知识

能力目标

- ① 能够掌握网络编辑的业务职能
- ② 能够自觉练就网络编辑的职业素养

引导案例——网络编辑就是“搬运工”吗？

不少人认为，网络编辑就是“搬运工”，通过不断地复制、粘贴，把信息从这里搬运到那里。然而，已有9年工作经验的网络编辑梅冬冬告诉记者，网络编辑并非“搬运工”那么简单。随着用户对网站的要求越来越高，网站对网络编辑的要求也越来越高，网络编辑要对信息进行整合、深化、提高，和用户进行互动，策划主题和活动等。

梅冬冬原本学的是导游，后来“半路出家”成了网络编辑。网络编辑行业大部分都实行6天工作制，工作强度很大；每天都要浏览各大媒体的信息，挑选合适的新闻，再进行编辑，一天下来要编辑几百条信息。作为一名老资格的网络编辑，梅冬冬一直密切关注用户感兴趣的新闻和栏目，适时对栏目设置提出建议，以促进栏目合理化。

迄今为止，梅冬冬最得意的一件事，就是和同事一起策划开通了一个新的“旅游频道”。当时，恰逢当地市旅游局评选“市十大旅游景点”，于是她所在的网站就向市旅游局提出合作意向，即提供网络平台供市民投票评选。梅冬冬说：“我们在与客户合作过程中，发现客户有开设旅游网站的需求。于是我们马上做出细化方案，与客户沟通，最终达成合作协议。如今，新推出的‘旅游频道’正在试行中，我们会根据客户、网民的反馈意见随时改进网站的内容和栏目。”

“旅游频道”开通后，梅冬冬及其同事还尝试新的工作方法：把部分采编任务下放给旅游客户，那些专业的景点采写和摄影人才可将鲜活的旅游信息上传，而网络编辑则对上传信息进行审核和整合。“这样既可让我们的旅游信息更准确专业，也可减轻我们的采编压力。”梅冬冬解释说。



想一想

如果你毕业后想应聘“网络编辑”这一职位，你认为自己应该了解哪些知识，具备哪些素质才有可能应聘成功？

任务一 了解网络媒体

任务描述

网络媒体就是用以互联网为介质而构筑的传播平台来报道最近发生的、足以吸引大多数人共同兴趣的新闻和信息的传播系统。

相关知识

一、网络媒体的兴起和发展

互联网是全世界最大的图书馆，可以为人们提供最多（且还在不断增长）的信息资源和服务工具。当互联网的信息日益渗透到人们生活的点点滴滴时，网络媒体也应运而生。

在我国，网络媒体的兴起和发展可以分为以下4个阶段。

（一）第1阶段：传统媒体纷纷上网

20世纪90年代，互联网逐渐成为全球信息资源网，国内传统媒体开始“搬上”互联网。1995年，《神舟学人》和《中国贸易报》先后上网，开启了传统媒体上网的第一波热潮。

1995年至1998年，报纸、杂志、广播电台、电视台等传统媒体纷纷上网，以电子版、网络版为基本形态，但当时仅限于一些文字信息，缺乏声音、图像等多媒体信息，互联网的强大功能还没有被有效地应用。

（二）第2阶段：商业网站涉足新闻

1998年，以新浪为代表的商业门户网站开辟了“新闻中心”或“新闻频道”，商业网站开始涉足新闻传播。在一系列国际国内重大事件尤其是突发事件上，新浪网的新闻报道有着突出表现，在时效性、更新频率等方面令传统新闻媒体切实感受到了网络传播的威力与威胁。目前，影响较大的新闻传播商业网站是新浪、网易和搜狐。

2001年11月《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》出台，使商业网站参与新闻传播受到更多的限制。

（三）第3阶段：“三级办新闻网站”格局形成

在党中央的部署下，主流新闻媒体网站实力迅速增加，形成综合性新闻网站。同时从中央到地方各级重点新闻网站陆续建立，形成了党所领导的网络媒体体系。同时网络新闻传播法规建设及相应的管理机构进一步完善，形成了中央新闻单位—省市一级—地市一级的“三级办新闻网站”格局。

（四）第4阶段：网络传媒蓬勃发展

经历了网站盲目发展、普遍亏损所带来的网络经济泡沫的破灭，许多网站被淘汰。之后，网络媒体迎来了新一轮的蓬勃发展。

（1）在技术基础上，宽带网络和无线移动网络迅速普及。

（2）在发展态势上，新闻网站队伍进一步扩大，门户网站开始盈利。

（3）在网民发展上，网民迅速增加，网上民意表达空前活跃。

（4）在互动形式上，强调参与，以用户为中心，充分激发用户的主动性和原创性。

网络媒体是信息传播的一种途径，是新兴的媒体，其所使用的传播工具是网络。网络

媒体的出现给传播领域带来了全方位的深刻变革。相对于传统媒体,网络媒体具有无可比拟的优越性,所以其发展速度也相当惊人。

二、网络媒体的特征

网络本身就是最适宜发布和传播信息的载体,它集报纸、广播、电视三大传统媒体的优点于一身,是跨媒体的数字化媒体。1998年5月,联合国新闻委员会宣称互联网为“第四媒体”。

网络媒体除具有三大传统媒体新闻传播的“共性”特点之外,还具有鲜明的“个性”特点,具体表现为以下6个方面。

(一) 即时性

即时性是网络新闻传播时效性强的形象表述。20世纪末,网络媒体对突发事件的报道,就不断创造了发稿时效第一的记录。



【实例 1-1】

网络媒体的即时性

1999年,北京时间5月8日清晨5点50分,中国驻南斯拉夫大使馆遭到以美国为首的北约的导弹袭击。国内新闻网站中第一个对此作出反应的是人民网。该网站于当日9点25分发布了大使馆被炸的第一篇报道;11点55分发布了电话采访人民日报驻南斯拉夫记者吕岩松的现场目击,报道了光明日报记者许杏虎、朱颖已殉职。中央电视台在12点的《新闻30分》中加以报道,新华社在午后才向新闻媒体发稿。

近几年来,滚动快讯让网络新闻传播的时效性进一步体现。随着网络图文直播、音频直播和视频直播的出现,网络新闻的即时性日臻完美。网络媒体为凸显新闻时效性,对突发事件的报道有时将新闻电头的时间精确到分钟。即使是日常新闻报道,新闻内容页面一般也都标注了精确到秒钟的发布时间,一些新闻列表的每个标题后也标注发布时间。

(二) 海量性

网络媒体可实行全天24小时发稿,人民网、新华网等新闻网站和新浪网、搜狐网等门户网站实行全天候发稿已有10多年时间。网络媒体的每日发稿量(包括条数和篇幅)远远大于传统媒体。例如,新浪网仅新闻频道首页的新闻链接总量就高达800多条,各栏目还源源不断地滚动播出新闻,发稿量可见一斑。

点击打开任何一条网络新闻,呈现给读者的除了该新闻的内容之外,还有关键词、相关新闻和新闻专题等链接,广泛集纳追踪报道和相关信息,全面报道事件始末,极大地丰

富了新闻外延和背景资料,让读者充分享受新闻盛宴。除非人为清理或服务器在没有备份的情况下遭到破坏,理论上网络媒体所发稿件将以数字形式长期保存在资料存储容量巨大的服务器上。在这种意义上,网络媒体简直就是一个浩瀚的新闻数据库。

网络媒体新闻传播的海量性,还体现在其具有强大的检索功能及易复制、易存储等特点。谷歌、百度等专业搜索引擎及一些网站自有的检索工具,使网上查找新闻变得十分便捷。读者可以通过复制、粘贴、下载、收藏、打印网页等方式复制、存储所需资料。

(三) 广泛性

网络媒体的传播范围远远大于报纸、广播和电视,它是全球性的。所谓“网络传播无国界”,就是说网络传播空间理论上没有国家和地区的限制。任何一个国家或地区,如果不采取特别的技术措施对境内外个别有害网站实施封锁(事实上通过代理服务器可突破封锁),该国的网民将能浏览和下载世界上任何一个网站登载的内容。



【实例 1-2】

网络媒体的广泛性

1998年,美国独立检察官斯塔尔的“克林顿性丑闻”调查报告首先通过互联网公诸于世,著名网站Yahoo!、AOL等以最快速度转载,随后长达4个多小时的克林顿供证录像视频在互联网上播出,斯塔尔报告的主要内容通过电子邮件广为传播。这一案例成为世界新闻传播史上史无前例的“第一次”。

网络媒体新闻传播的广泛性,在使一些网络媒体“走出国门”的同时,也使一些目标受众为特定语种读者的网络媒体提升了全球影响力。例如,香港的星岛环球网、新加坡联合早报网等中文网站,纷纷跃入全球华人的视野范围。

(四) 互动性

网络媒体新闻传播是媒体与受众,受众与受众之间的多向性、互动性传播。互动性又称交互性,包含“一对一、一对多、多对一、多对多”的传播方式,体现了大众传播和人际传播相结合的传播方式,是网络媒体的特性和优势。网络论坛、讨论区、留言板、聊天室、电子邮件、ICQ及MSN等即时通信软件,吸引着大量网民积极参与传播信息、评论新闻、讨论新闻话题等活动,极大地提高了网络新闻传播的社会影响力。



【实例 1-3】

网络媒体的互动性

1999年5月9日,人民网开通“强烈抗议北约暴行BBS论坛”,不久改版为“强国论坛”。截至目前,访问量达到40 746 415次,同时在线浏览人数最高达到209 211人。近年来,网络论坛在“小悦悦案”“李刚事件”“蓝可儿失踪案”及“雷政富丑闻”等社会新闻事件上,发出了强大的声音,产生了巨大的影响。

(五) 多媒体性

网络传播的多媒体性是指互联网运用数字技术,兼容报纸、广播和电视等多种媒体的传播手段,全面刺激受众的多种感官。网络传播采取文字、图片、音频、视频、动画等多种形式,丰富了报道手段,使新闻更为直观、形象、生动,增加了新闻的现场感和冲击力。

由于传统媒体只能实现单媒体传播,受众选择一种媒体,就只能接受这个媒体所具有的传播方式,所以报纸、电视和广播一直处于一种“三分天下”的格局之中,彼此不能涵盖,而网络媒体集文本、声音、图像等传播形式于一体,这就打破了传统媒体之间的界限,使网络媒体作为一个整体的概念,成为“第四媒体”。

(六) 新媒体特性

网络媒体既具有大众传播的优势,又兼具小众化、分众化传播的特点,强大的信息技术把不同的媒体形态融合,体现了媒体变革最明显的特征。

近年来,互联网融合报纸运作模式产生了网络报纸。随着网络媒体技术的发展,互联网融合电台技术产生了网络电台,融合电视技术产生了网络电视台,融合移动通讯技术产生了手机短信、手机网站,变革编辑理念和模式产生了博客,基于互联网的新媒体层出不穷、异彩纷呈。

根据香港互联网交易中心的记录显示,2014年巴西世界杯赛事期间,网上流量最高时段是午夜,到约凌晨五点流量便急剧下降,粗略估计,每晚约有几百万台计算机上网看世界杯。

除上述特点以外,网络媒体新闻传播也存在一些缺陷,如抄袭复制现象严重、公信力不高、容易侵犯知识产权、带宽瓶颈制约、信息垃圾泛滥等,还有很大的品质提升空间。

三、网络编辑的产生

伴随着网络媒体的产生与发展,网络编辑这个新兴职业应运而生。

劳动和社会保障部于2005年3月24日公示了第三批共10个新职业的名单,其中网

络编辑员职业赫然在目，已被列入国家职业大典。

所谓网络编辑，是指利用相关专业知识和计算机和网络等现代信息技术，从事互联网站内容建设的人员。网络编辑通过网络对海量信息进行采集、分类、编辑，然后通过网络实时地向世界范围的网民进行发布，并从网民那里接收反馈信息，形成互动。对于网络编辑这一职业，我们还应了解以下几点。

（一）网络媒体的快速膨胀导致了网络编辑人才的短缺

据估算，目前我国拥有网络编辑人员 600 多万，而传统媒体编辑记者只有 75 万人，网络媒体从业人员在数量上远远超过传统媒体。

现在网络编辑的学科背景也有了显著的变化。既有新闻、计算机的专业人才，也有涉及中文、法律、财经、历史、外语等专业的人员。

（二）互联网的健康发展依赖于高素质的网络编辑人才

网络编辑不但是新媒体时代的“把关人”，更是一位思想者，这就对网络编辑的素质与综合能力提出了更高的要求。网络编辑人员素质的高低，将直接影响网络媒体队伍的整体水平。

（三）传统媒体的网络化将为网络编辑人才提供广阔的就业空间

网络媒体的快速发展，使得大量综合门户网站、电子商务网站、企业门户网站及电子政务网站都需要相应的网络编辑人才。

任务实施

在百度中输入“网络媒体”，了解有关“网络媒体”的基本知识。在百度中输入“中国网络媒体的发展”，了解中国网络媒体的发展概况和现状。

步骤 1▶ 在百度搜索框中输入“网络媒体”，单击“百度一下”按钮或按回车键，显示“网络媒体”相关的网页链接。

步骤 2▶ 单击感兴趣的链接，打开具体网页，查看“网络媒体”相关内容。

步骤 3▶ 按照同样的方法，在百度搜索框中输入“中国网络媒体的发展”，查看有关“中国网络媒体发展”的相关内容。

任务二 网络编辑工作解密

任务描述

网络编辑是网络媒体的设计师和建设者，其工作已不再是“复制”加“粘贴”的低级

劳动，而是有更复杂要求的高级劳动。

相关知识

一、网络编辑的日常工作

网络上的内容和信息是网站的灵魂，它直接反映着网站的水平，也决定着网站的生存与发展。

对于国内一些没有独立新闻采访权的网站，编辑们每天的工作就是转载、摘录、整合其他网站或传统媒体的信息资源。而对于一些有独立新闻采访权的网站，编辑们的日常工作则包括：采集信息，选择文章，制作标题、导语或摘要，制作及维护专题，页面制作与日常维护，组织网上论坛和调查等。例如，人民网网络编辑的日常工作就囊括了上述大部分内容，如图 1-1 所示。

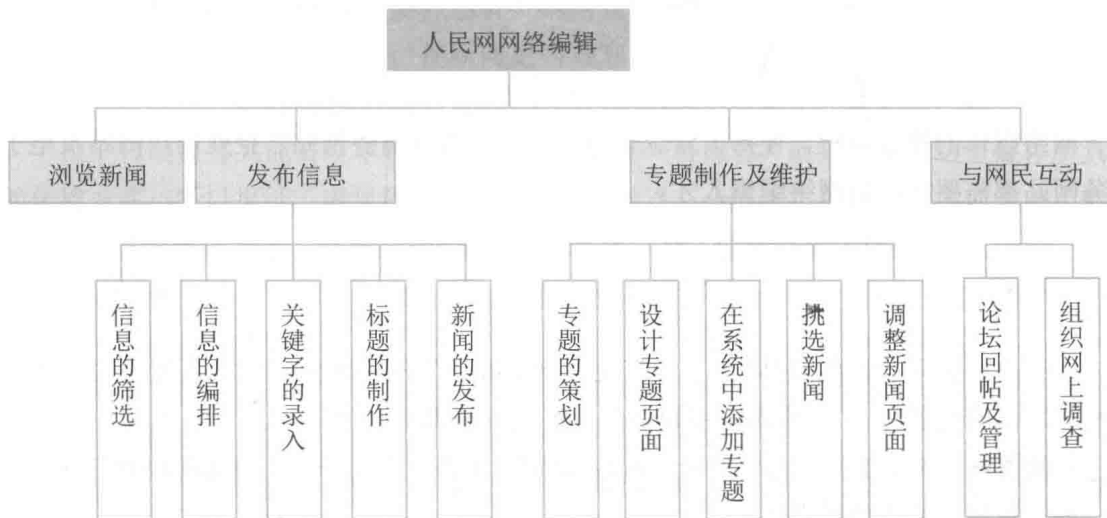


图 1-1 网络编辑的日常工作

由于网站规模、内容定位不同，网站频道和栏目分类不同，各网站网络编辑日常工作流程也不同，即使是同一网站的网络编辑，其日常工作流程也不尽相同。

二、网络编辑的工作特点与挑战

(一) 网络编辑的工作特点

与传统编辑工作相比，网络编辑工作具有 5 大特点。

1. 全天候编辑

网络的出现使信息的时效性大大增强，通过网络可以在第一时间发布信息，也可以随时更新、修改、删除已发布的信息，有的信息还可以在线直播，这就是全天候编辑。但全天候编辑不易于信息的过滤，易造成信息泡沫或信息垃圾。