

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

网络新闻编辑

主 编 / 张名章

副主编 / 黄 河 刘建华 俞 庆

Wangluo
Xinwen Bianji



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

网络新闻编辑

主 编 / 张名章

副主编 / 黄 河 刘建华 俞 庆

Wangluo
Xinwen Bianji



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络新闻编辑 / 张名章主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2010.6

教育部高等学校广播影视类专业教学指导委员会新闻采编与制作专业十一·五规划教材

ISBN 978-7-303-10658-5

I. ①网… II. ①张… III. ①因特网—新闻编辑—高等学校—教材 IV. ①G210.7 ②G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 212886 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京京师印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm × 230 mm

印 张: 19.25

字 数: 340 千字

版 次: 2010 年 6 月第 1 版

印 次: 2010 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

策划编辑: 郑 宜 责任编辑: 郑 宜

美术编辑: 高 霞 装帧设计: 李景东

责任校对: 李 茵 责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会 新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

编审委员会名单

- 王建国 主任委员、广播电影电视管理干部学院副院长、教授
陈信凌 副主任委员、南昌大学新闻与传播学院院长、教授
陈 龙 副主任委员、苏州大学新闻与传播学院院长、教授
毕一鸣 委员、南京大学新闻与传播学院副院长、教授
布和温都苏 委员、呼和浩特民族学院副院长、教授
董广安 委员、郑州大学新闻与传播学院院长、教授
高晓虹 委员、中国传媒大学电视与新闻学院院长、教授
蒋贻杰 委员、广西职业技术学院文化传播系主任、教授
梁小庆 委员、中央广播电视大学音像出版社社长、教授
刘民朝 委员、中央电视台科技专题部主任、高级编辑
王诗文 委员、安徽广播影视职业技术学院院长、教授
谢晓晶 委员、北京电影学院副院长、教授
张瑞麟 委员、中央广播电视大学图书馆馆长、教授
郭卫东 秘书长、广播电影电视管理干部学院教务处处长、副教授
覃晓燕 秘书、广播电影电视管理干部学院高教研究室主任、副教授
-

本书编写委员会

- 总主编 陈信凌 郭卫东
主 编 张名章

总序

21 世纪，人类社会进入了信息时代与知识经济时代。在这个飞速发展的时代里，经济全球化与文化多元化已经成为不可阻挡的历史潮流。随之而来的是跨文化传播在全球的迅速兴起，而影视艺术作为当今世界影响力最大的艺术创造和文化传播方式之一，在跨文化传播中具有最广泛的观众群和覆盖面。

随着广播影视事业在全国的迅速发展和产业属性的显现，对广播影视人才的需求量也越来越大。近年来，我国广播影视类专业高等教育取得了长足的发展，为广播影视系统输送了大量的人才，随着广播影视行业的迅猛发展，社会对广播影视类人才提出了更高的要求。进一步深化人才培养模式、课程体系和教学内容的改革，提高办学质量，培养更多的适应新世纪需要的、具有创新能力的广播影视高素质人才，是广播影视教育的当务之急。

作为广播影视教育的重要环节，教材建设肩负着重要的使命，新的形势要求教材建设适应新的教学要求。高职高专教材应针对高职高专学生的自身特点，按照国家高职高专教育的特点和人才培养目标，以应用性职业岗位需求为中心，以素质教育、创新教育为基础，以学生能力培养、技能实训为本位，使职业资格认证培训内容和教材内容有机衔接，全面构建适应 21 世纪人才培养需求的高职高专广播影视类专业教材体系。广播影视类专业教学指导委员会组织编写的“十一五”规划教材，主要包括影视动画、影视广告、新闻采编与制作、主持与播音、电视节目制作、摄影摄像技术等专业系列教材。本系列教材的出版，必将对高职高专广播影视类专业的人才培养和教育教学改革工作起到积极的推动作用。

本系列教材的出版，得到了教育部高等教育司领导、国家广播电影电视总局人事教育司领导及行业专家的大力支持，得到了国内众多同类院校的大力协助，在此对他们表示衷心的感谢！同时，我们也希望广大师生和读者给我们提出宝贵意见，使教材更加完善。

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会主任委员

王建国 教授

前 言

网络已经成为人们生活中不可或缺的获取信息的工具，相对于传统的纸质媒体，它具有无可比拟的优越性，其发展速度也令普通媒体望尘莫及。第24次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2009年6月底，中国网民规模达到3.38亿，互联网普及率达到25.5%。根据传播学的S扩散理论，一种新产品或服务，当其在市场中所占据的份额达到了10%~25%的时候，它的扩散率就将急剧上升。中国彩电和手机的普及都印证了这一观点，可见网络的迅速大众化已经为时不远。

根据信息专家的划分，信息社会可分为四个阶段：计算机时代(阶段)、网络时代(阶段)、内容时代(阶段)、智能时代(阶段)。目前世界已经进入了网络时代，下一个阶段就是内容时代。计算机时代，计算机人才紧俏；网络时代，信息软件人才紧俏；而内容时代，急需高素质的网络编辑与网络传播人才，网络新闻人才即将走俏。中国受众市场也正伴随着媒介技术的更新和网络的普及而发生重大的结构转型。中国公众，特别是年轻人目前已经习惯于通过网络进行信息的获取、交流和传播，习惯于从互联网上阅读新闻信息。众多市场研究机构的调查分析显示，和互联网相关的信息传播行业是我国目前发展势头最好、经济效益最高的行业。相关分析数据也表明，目前全国这类人才的缺口近100万人，单网络媒体的人才缺口就为10万~15万人。

一些专家在网络媒体发展论坛中分析指出，相关专业人才的不足已经成为制约我国网络传播事业发展的瓶颈。除了人才数量的不足以外，现有从业人员的素质也难以满足网络信息时代高速发展的需要。目前从业者主要由两类人员组成，一类是计算机网络技术人员，他们在传播技术的开发与应用中能够得心应手，但是他们不太了解新闻传播的基本规律和工作方法；另一类是从传统媒体走出来的记者和编辑，他们不懂网络技术，如制作网页、动画、开发数据库等。

基于社会的需求，我们编写了这本教材。本教材从培养网络新闻编辑的动手能力出发，强调理论与实践的结合、工具与方法的结合、知识与技术的结合，强调专业知识的针对性和实用性，将网络编辑师国家职业资格认证考试所要求培训的内容融入到教材中，让学生在校园里就能完成岗前培训，强化学生的职业能

力。因此，本书既可作为本、专科院校网络传播与新闻传播等相关专业的通用教材，也可作为网络编辑考证人员的培训教材使用。

本书编者的分工是：第一、二、三、四章由张名章执笔；第五章由赵长雁、宗俊执笔；第六章由杨璐执笔；第七章由俞庆执笔；第八章由李云雯执笔；第九章由黄河执笔；第十章由刘建华执笔。

张名章
2009年8月于昆明

目 录

第一章 网络新闻编辑的职业概述	(1)
第一节 网络新闻编辑工作的特点	(1)
第二节 网络新闻编辑的职业要求	(9)
第三节 网络新闻编辑的资格认证	(16)
第二章 网络新闻编辑的流程实务	(23)
第一节 网络新闻的采集	(25)
第二节 网络新闻的呈现	(33)
第三节 网络新闻的发布	(55)
第三章 网络新闻内容的编辑	(68)
第一节 网络新闻稿件的选择	(69)
第二节 网络新闻稿件的修改	(82)
第三节 网络新闻稿件的组织	(91)
第四章 网络新闻标题的编辑	(103)
第一节 网络新闻标题概述	(103)
第二节 网络新闻标题的制作技巧	(109)
第三节 网络新闻标题中修辞的运用	(115)
第五章 网络新闻图片的编辑	(135)
第一节 网络新闻图片的特点及获取	(135)
第二节 网络新闻图片的类型与运用	(145)
第三节 Photoshop 与新闻图像编辑	(159)
第六章 网络新闻音频和视频的编辑	(168)
第一节 网络新闻的音频编辑	(168)
第二节 网络新闻的视频编辑	(177)
第三节 网络新闻音频和视频编辑的技术流程	(186)
第七章 网络新闻专题的编辑	(201)
第一节 网络新闻专题的出现	(201)
第二节 网络新闻专题的功能、样式及分类	(209)

第三节	网络新闻专题的策划与制作	(218)
第八章	网络杂志的编辑	(229)
第一节	网络杂志的兴起	(229)
第二节	网络杂志的特色与运行模式	(239)
第三节	网络杂志的视觉传达与设计	(247)
第九章	网络新闻评论的编辑	(253)
第一节	网络新闻评论概述	(253)
第二节	网络新闻评论的引导	(264)
第三节	网络新闻评论的编辑	(272)
第十章	网络新闻的策划与推广	(280)
第一节	网络新闻策划的类型与创意	(280)
第二节	网络新闻策划方法与程序	(288)
第三节	新闻网站的推广	(291)
参考文献	(296)

第一章 网络新闻编辑的职业概述

本章要点：

1. 网络新闻编辑工作的特点。
2. 网络新闻编辑的职业要求。
3. 网络新闻编辑的资格认证。

互联网是人类信息传播史上的一个伟大里程碑。它使人类进入了一个前所未有的信息化时代，它也给整个新闻传播事业带来了革命性的变化：不仅为传统的报刊、通讯社、广播电视提供了新的技术手段，而且造就了一种崭新的新闻传播形态——网络新闻。早在联合国新闻委员会 1998 年 5 月举行的年会上，联合国秘书长安南就已在会议上指出，在加强传统的文字和声像传播手段的同时，应利用最先进的第四媒介——互联网，用以加强新闻传播工作。

2009 年 1 月《中国互联网络发展状况统计报告》称 2008 年网络媒体的使用率较 2007 年提升了近 5 个百分点，达到 78.5%，用户群体增长 7 900 万，达到 23 400 万人，居世界第一位。

2007—2008 年网络新闻用户对比

	2007 年年底		2008 年年底		变化	
	使用率	网民规模 (万人)	使用率	网民规模 (万人)	增长量 (万人)	增长率
网络新闻	73.6%	15 500	78.5%	23 400	7 900	51.0%

对重大事件，例如奥运会的报道，使网络媒体站到了主流媒体行列。网络新闻学迟早要成为一门独立的学科，网络新闻编辑职业也正在成为一门正式的职业，这一观点已逐渐成为人们的共识。

第一节 网络新闻编辑工作的特点

网络新闻是指基于互联网传播的、新近发生或发现的、为受众所关注的新闻信息。这种信息以数字形式存储在光磁等存储介质上，通过计算机网络高速传

播,并通过计算机或类似设备阅读使用。网络新闻编辑则是对网络新闻信息进行选择、加工、组织、评价,并使之广为传播的工作。与以往的纸质媒体编辑、广播电视编辑相比,网络新闻编辑工作又具有许多不同的特点,只有充分认识了网络新闻编辑的这些特点,我们才能更好地进行网络编辑工作。

一、网络新闻编辑业务的特点

(一)超链接式编辑特点

网络新闻编辑的超链接特点来自 Internet 的超文本/超媒体技术(Hypertext/media)。运用超文本/超媒体结构,网络新闻将声音、图画、动画、影视、文字等各种传播介质糅合在一起,极大拓宽了新闻事件的信息范围。超链接编辑方式的最大特点是具有跳跃性,这种编辑方式明显不同于以往纸质媒体的编辑方式。纸质媒体读者阅读报纸时,看完标题后接着看下面的正文,报纸的线性表达方式与网络的超链接表达方式相比不具备跳跃性。而当人们浏览网络新闻时,首先看到的是新闻标题,单击标题后,电脑会自动更新页面或者跳出一个新窗口而出现正文内容,于是读者的阅读视野从一个平面跳入到了另一个平面,从一个窗口进入到了另一个窗口。在网络信息结构中,由于超文本链接普遍存在,网络新闻编辑工作的重点之一就是按照特定的目标和要求,将网站内或者网站之间的不同但相关的新闻信息单元、新闻信息群设置为超链接,形成新闻之间相互关联的有序信息网络。(图 1-1-1)网络版面编排强有力地整合了时间与空间两大编辑维度,

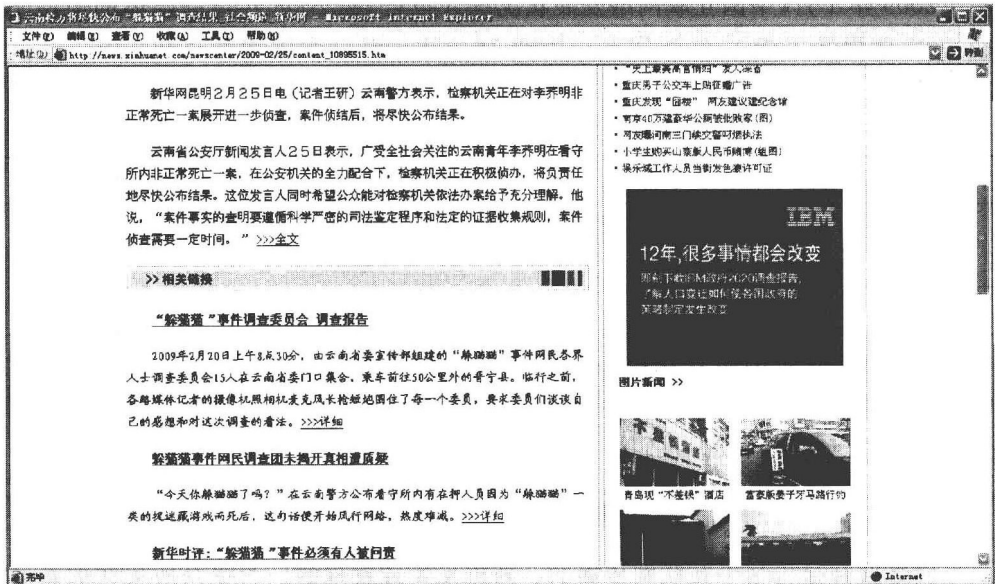


图 1-1-1 新华网的“相关链接”

变偏倚编辑(即时间或空间择一的编辑方式,如平面媒体的编辑是对空间的编辑,电视媒体是对时间的编辑)为整合编辑(即时间与空间并重的编辑方式)。从某种意义上来说,读者用网络阅读新闻实际上是在时间与空间的两维之中搜寻着他们需要的信息。

(二)全时化编辑特点

网络的出现使得新闻的时效性大大增强了,在网络上可以第一时间发布新闻信息,也可以第一时间更新、修改、删除已经发布的新闻,还可以在线直播。比如新浪网遇到球赛或者重大新闻事件时,往往就设立“网络直播室”,发布文字、图片和视频等即时新闻信息。(图 1-1-2)新闻发布时间观的发展变化,是中国网络新闻业务对于传统新闻业务改革的一个重要方面。传统新闻发布所遵循的一个原则是“定时”,而网络新闻则必须与时俱进,突破定时的限制,新闻报道不仅“及时”而且要尽可能做到“实时”。“实时”不仅是网络新闻追求的时效观,也是众多网站竞争的一个重要目标。网络新闻不仅要最大限度地保障对个别新闻事件报道的时效性,同时也要力争做到全天候报道,实现报道的“全时”目标。



图 1-1-2 新浪网“两会网络直播室”

(三)数据库化编辑特点

数据库是互联网的重要信息组织方式和服务平台。很多网络服务都是建立在数据库基础上,读者通过网络数据库能迅速查阅到自己所需要的信息资料。一般大型的网站都建有自己的数据库管理系统,网络资料的数据库化是受众本位的体

现。读者通过过刊查询和资料检索等能迅速地找到自己所需要的资料。一般大型的门户网站都有自己的搜索引擎,比如新浪、搜狐、雅虎等;很多新闻网站也有自己的内部新闻检索。比如人民网可以查阅《人民日报》报系的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。(图1-1-3)这些数据库的建设大大方便了我们的查询新闻资料。数据库具有格式规范性、数据集成性、专题性等特征,网络新闻编辑工作的重要内容之一就是规划新闻数据库、编辑数据库内容,对数据库信息服务方式进行设计。



图 1-1-3 搜狐的“往日新闻回顾”

(四)交互性编辑特点

交互性是网络新闻的另一个主要特点。随着网络技术的发展,网络传播甚至已经有点类似于人际传播了,网络传播的一对一、一对多、多对一、多对多的传播方式模糊了传者和受者的身份,传者和受者可以互为主体了,这在BBS中尤为突出。交互主体性的实现有利于交流双方在信息共享中达到相互认同、相互沟通和相互理解。(图1-1-4)网络上的在线聊天、OICQ聊天等都是这种交互主体性的突出表现。目前,链接、留言、跟贴、社区等互动方式,在网络新闻上都可以实现。不仅是双方面互动,而且可以实现记者编辑、专家学者与网民多方面的互动。这就使得新闻活动具备了高度的弹性、个性和人性。目前,网络新闻交互功能的实现既简单又随意,网民只需轻轻单击“互动”,其效果即刻呈现。

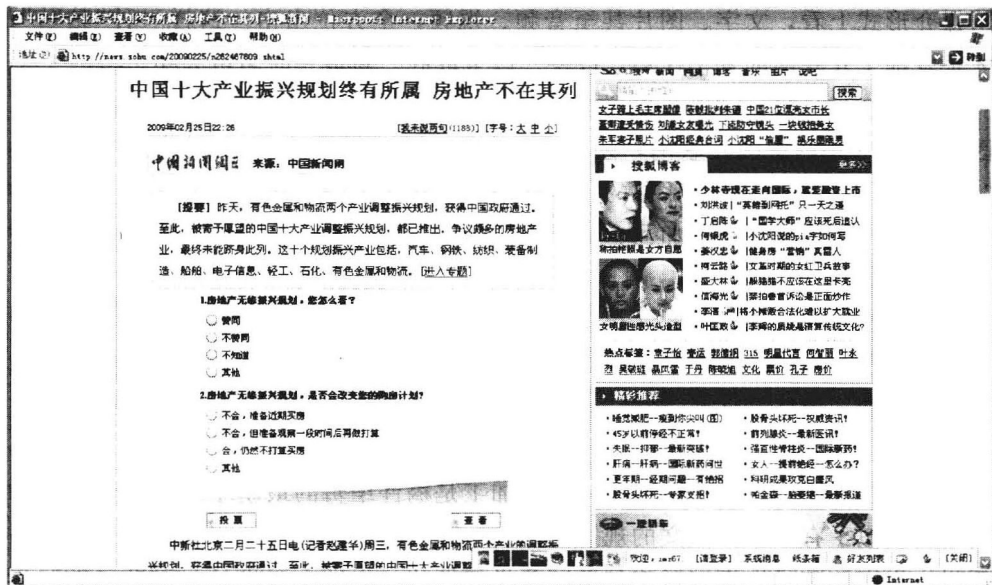


图 1-1-4 搜狐的“新闻互动”

互动性是网络新闻最重要的特点之一，一方面，它将传统媒体与受众的单向传播关系转变为双向或多向互动的传播关系。另一方面，网络新闻在表现形式上实现了多媒体整合运作，表现力与感染力更为突出。对重大事件，例如奥运会的报道，使网络媒体已进入了主流媒体行列。

需要指出的是，虽然网络编辑工作有以上所述的四大特点，但是网络编辑作为编辑的属性并没有根本性的改变，网络编辑活动依然是一种精神生产和再创造性的智力劳动，其目的还是为了发布信息，传承文化等，只不过因为技术的发达和网络媒体的崛起，传统媒体的编辑方式或传播方式不能全盘照搬到网络媒体罢了，这就需要对信息承载的新平台的技术特性和编辑技巧做一下研究，更好地在网上发布信息，努力达到最佳的传播效果。

二、网络新闻编辑业务的层次

(一)“粘贴”新闻

从网络新闻的发展过程来看，“粘贴”新闻是网络新闻编辑工作最原始的一种方式，也是最初级的网络编辑层次。一般的商业网站都是从传统媒体，特别是报纸上，将其印刷好的内容一字不改地拷贝到网上。“粘贴”时间跟着报纸走，甚至要落后于出报周期。这样的“粘贴”只是在某种程度上扩大了媒体的覆盖面。

就在一些网站还在亦步亦趋地拷贝新闻的时候，新浪等商业网站从1998年开始了另一种形式的“粘贴”。从内容上，它博采众长；从时效上，它身手敏捷；

从媒介形式上看，文字、图片甚至音频、视频，全方位出击。这样一种“粘贴”，才是发挥了互联网的真正优势，以快、以全取胜。新浪一时名声大噪。

这种“求快”“求全”以及取悦受众的“粘贴”式新闻处理，在当时确实奏效了。因为，1998年的中国互联网，还是一个新闻短缺、产品短缺的时代。“有”就是“好”。“粘贴”依赖着不可比拟的技术优势，搭建起了网络这个大的新闻平台并为每个新闻网站或频道添砖加瓦。依靠着“及时”“全面”两个法宝，使网络得以和传统媒体竞争。

随着网络的迅速发展，互相“粘贴”带来的新闻趋同性逐渐显现出来。这不但 不利于一个网站品牌的建立，而且粘贴过程中新闻信息的“损耗”与“失真”，也是有目共睹的。因此，仅有“粘贴”是不够的，网络新闻必然要向更深的层次发展。

（二）“加工”新闻

在传统媒体中，改正错别字，内容加工是稿件编辑的最基本要求。而早期的网络新闻似乎有一条不成文的规矩，“无错不成网”。在公共领域流通为主的网络新闻，文字的准确性直接影响到新闻意义的传达。人们不再满足于对新闻的简单粘贴上，网络新闻内容的“把关”与加工日益被重视。“加工”新闻就成为了网络新闻编辑的第二个层次。

做标题是“加工”新闻的一个重要环节。在网络新闻中，标题具有特别显著的导读效用。网络新闻的阅读是一种快餐式阅读，很多人只是通过扫描标题来获得一些基本印象，因此，标题是争取点击率的重要手段。除了改正错别字、做标题之外，“加工”新闻还包括对新闻的真实性、事实性、政策性加以审核，对科学性、知识性等错误加以纠正，提高文字的准确性、可读性，以保证新闻的质量。这是对“粘贴”新闻可能出现的漏洞加以预防或弥补的一个重要方面。此外各个网站在“加工”新闻方面还可以根据自身的受众特点，对一般流通的新闻进行合理的、不带歧义的剪裁，使之更加精练，更加适合特定网民的需要。

（三）组织新闻

网络新闻编辑的第三个层次是组织新闻。报纸的版面编排，遵循的是“平面思维”，即将所有内容组织在一个平面空间中。而网站的页面设计遵循的是“平面+立体思维”，既要考虑一个平面中的内容的组织，又要考虑页面与页面之间的层次与递进关系。网络新闻的组织形式，是对传统的思维方式的一种挑战。网络新闻内容的组织，又可分为三个层面：

1. 基本层面，即挖掘各种新闻或信息之间的内在联系。比如开始利用“超链接”方式对“关键词”或新闻背景、有关知识、相关新闻等加以补充，以延伸报道。

2. 策划新闻选题或专题——中间层面。一般新闻网站或频道在遇到重大新

闻事件时都会推出自己的新闻专题。在这种情况下，专题的竞争，常常不是题材上的竞争，而是组织方式的竞争，特别是在栏目的设计上。一些细微的差距，可以体现出不同网站的功力。例如，同是美国军事打击阿富汗的专题，面对一般网站的笼统的“各方反应”栏目，新华网推出了“经济冲击”，使栏目的指向性更强，更容易引起人们的关注。

3. 宏观层面，即构造整个新闻网站或频道的内容框架。宏观层面的内容规划，是对网站的受众资源、网站自身资源等综合认识后的产物。它包括网站新闻的读者定位、网站新闻的栏目规划、网站的特色制定等多个方面。从读者定位看，网站不仅要考虑读者的相关统计数据特征，例如年龄、性别、受教育程度等，还要尽可能考虑读者的心理与行为特征，来做出更为准确的定位。从栏目规划看，除了要满足目标受众的需求外，还要充分发挥网站自身的优势，突出重点栏目，成为品牌建设的突破口。例如“强国论坛”是“人民网”的强势之一，也就成为“人民网”的重点建设项目。而“新华网”的一大优势是图片资源，因此，在栏目设置时，它就向图片新闻栏目做了倾斜。

(四) 解读新闻

网络新闻编辑的第三个层次是解读新闻。在信息短缺的时代，人们的要求只是要获得信息。但是，在信息过载的时代，人们的要求是要得到有用的信息，得到“关于信息的信息”。

信息时代的媒体竞争，在很大意义上不仅是新闻题材的竞争，还是新闻挖掘方式与深度的竞争。我们不仅要告诉人们发生了些什么，还要告诉人们它为什么会发生，这件事与那件事之间有什么联系，而这些“关联”、“分析”正是媒体要做的。目前一些正在崛起的网络媒体，也都是在“解读新闻”上动脑筋、下工夫。记者在写稿时，对新闻事实或社会现象做出尽量深刻的剖析。不一定刻意追求题材的惊世骇俗，而往往在于对平常的事实，认真地加以解释与分析。同时，专家评述是跳出新闻来解读新闻。与在新闻中的解读不同的是，专家的解读，可以有更开阔的视野，有更多的理论支持，也可以显得更加公允。凤凰卫视的评论员制度，已经给我们做了一个很好的示范。这种示范不是表现个别的评论员的水平或魅力，而是它所展示的“解读新闻”的境界与其中蕴涵的潜能。事实上，一些网站也在仿效凤凰卫视的做法，例如，FM365的签约评论员栏目，网易的专家点评新闻栏目等。

三、网络新闻编辑业务的趋势

(一) 内容：从新闻到资讯

网络使用性研究表明，与传统媒体的受众不同，网络受众往往没有足够的耐

心并且充满了怀疑态度与批判精神，他们为满足自己的某种需要才去访问网站。网络受众往往浏览新闻而不是专心地阅读。他们往往比印刷品的读者或电视观众更活跃，主动地搜寻信息而不是被动地接收网站提供的信息。因此网络编辑必须要根据目标受众的需求与习惯，以“对读者有用的”方式去进行策划，要想方设法让“读者”感到你提供的信息对他们有用。一些来自传统媒体的新闻，经过网络编辑的处理，必须做得比在传统媒体更醒目、更集中。同时，绝大多数的新闻网站每个月都有绩效考核，新闻点击率的高低会对绩效考核产生影响。因此，网络编辑在网站专题、栏目、频道的策划及实施中，最重要的是转变思路：要从提供新闻转变为提供资讯。传统媒体提供给受众的是新闻，告诉受众发生了什么；而网站主要是提供资讯，即告诉大家该怎么办？因为当人们上网看新闻时，想知道的不只是发生的事情，而是事情为什么发生，有什么影响，该如何应对。

比如新浪网 2007 年考研报考专题，从一个《考研网上报名正式开始》的新闻出发，策划了实用详尽的专题。对“2007 年考研报考五步走”中的每一步都做了细致的介绍，包括报考常识、高校选择、专业选择、网上报名、现场确认等，不仅绘制了网上报名详细流程图，还有 2007 年考研报名注意事项、常见问题汇总、各地高校研究生招生办联系方式、2006 年中国研究生院排行、考研过来人的宝贵经验等大量实用的信息，并且设立了讨论区。这是一个为受众提供便捷的服务，为“用户”创造价值的典型案例。传统媒体虽然能够提供海量信息，但当今社会繁忙的工作和生活节奏，很少有人能够全部识别和吸收这些信息，网络媒体只要巧妙运用技术优势，将海量信息通过适当的策划、设计、加工，转换成容易理解和阅读的图像、图表等，就可以极大地改善传播的效果。

（二）表现：从粘贴到多媒体互动

网络媒体集文字、声音、视频等符号于一身，可以综合使用文字、图表、图片、视频、动画等更加感性的信息形态呈现新闻；还可以利用计算机和网络技术生成平面和三维动画、全息图像、虚拟空间环境等，用以进行新闻信息的整合、重构和各种信息形态的相互转换，可以使受众产生比接受传统媒体报道更加逼真的“沉浸感”，使传播效果最大化。因此，网络新闻编辑的发展趋势应当是：用文字来解释，用视频来显示，用交互手段来展开，并让人们参与。同时，由于政策的原因，国内大多数商业网站都不具备自采新闻的权利，网络媒体、尤其是地方新闻网站，在面临重大新闻事件的时候，商业网站和地方性网络媒体要摆脱简单地转贴主流媒体新闻的尴尬境地，就需要培养这样一种意识，即“整合”。因为信息“整合”对于目前的网络编辑来讲是一个较为经济的做法。网络媒体整合新闻的最大优势是能够制作多媒体互动新闻专题。因此，网络新闻编辑应该针对新闻本