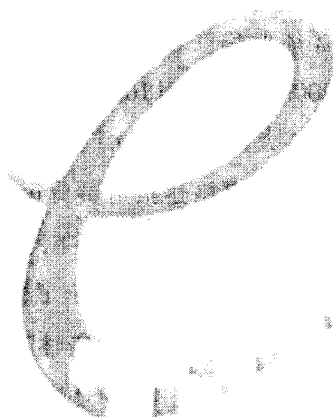


「第一章」

网络编辑的

Internet
COMPILATION 诞生与发展



我国的网络编辑是由传统的编辑与多媒体、计算机等网络技术结合而产生的，经过了漫长的发展历程，现在终于被新的社会，新的时代所认可。

第一节 中国网络编辑的萌芽

网络编辑业务诞生之初，是传统编辑业务的一种延伸。经过近十年的发展，它在不断汲取传统编辑业务养分的同时，逐渐形成了自己崭新的面貌，有些甚至是革命性的，并有可能对整个媒体的编辑业务发展产生影响。具体说来，十年间中国网络编辑的发展主要体现在以下三个方面



一、读者开始注重时间观念

中国网络编辑业务相对于传统编辑业务的改革，一个重要的方面，就是时间观。

在早期，中国网络媒体发布的方式是“定时”，这表明网站仍然受到传统媒体业务观念的限制，但是很快，“及时”就成为了网站追求的目标。2003年3月20日10点30分左右，美国向伊拉克开战。这个早已在预期中的“突发事件”成为了时效性竞赛的一个重要机会。10点34分，新华网依靠新华社巴格达报道员贾迈勒向全世界发出第一条英文快讯和中文快讯。多家网站也在极力争夺消息发布的“第一名”。可以这样说，网络已经将对“实时”的追求推到了极致。

在追求“及时”、“实时”的同时，网络编辑的“全时”化观念也逐渐建立起来，网络编辑不仅要最大限度地保障对个别报道的时效性，同时还要作为一个“全天候”的媒体，在一切报道中争取最强的时效性。

网络媒体时效性的不断提高，并非简单地取决于网络技术的支持，更重要的，还在于观念、体制上的改进。网络编辑时效性上的进步，也并非只是简单地提高了报道的水平，它带来的另外一些冲击也许更意味深长。例如，在冲破某些人为的报道障碍，更好地满足受众知情权方面，网络媒体以时效性优势来突围，便有着一种实验性的意义。在某些时候，它会成为一种压力与动力，带动其他媒体的革新。

但在把网络编辑竞争的指标简单地定位于时效性时，也带来了不必要的攀比。因此，在网络编辑竞争更上一层楼时，许多网站的眼光已经超越了时效性这样一个单一的量化指标，开始不断提高自己的综合能力。



二、读者要求编辑组织方式变化

网络媒体建设之初，还在一定程度上沿用了报纸的思维方式。但随着网络技术的发展，网络编辑的组织方式发生了革命性的变化。

网站发布信息时，常常不是一次性地和盘托出，而是在不同的层次中逐渐展示出完整的内容。层次化与网络化是信息发布后的状态，也是资源循环再生时的形态。

层次化、网络化，这些组织的特点，最终是通过层次化的作品、专题和网页等几个层面的手段来实现的，但目前国内网站在网页的设计上已经表现出一种趋同的倾向，即“平面主导式”，更多的强调的是内容的广泛性。

在导读页上推荐的信息数量较多，有些甚至达到几百条，导读页面一般长达几个屏幕。导读页往往采用多重方式进行推荐，同时在此过程中，又可以通过标题获知一些主要信息，因此获取信息的效率较高。但是，问题在于，页面过于繁杂，阅读的负担较重，这可能使得受众点击进入各栏目的几率下降。

与之相比，美国网站是“立体主导式”。这些网站的导读页消息数量较少，有些甚至只有10多条，但是都很重要，除了标题外，还有内容提

要。导读页往往只有一到两个屏幕大小。这种方式，在一定程度上提高了受众获得信息时的成本，但会促使受众做一些深度的阅读，另外，对于提高网站的点击率也是有好处的。简单清爽的导读页设计，也可减少受众做阅读选择时的困惑。

对于以上两种不同的思路，不能简单地以好坏来加以评价。因为还有另一个不可忽视的原因，就是读者的阅读习惯。在网络阅读环境中，阅读习惯一旦建立起来，会相当牢固，容易让读者产生一种心理定势。从目前的情况看，中国网民大多数习惯于新浪、搜狐等网站的网页设计风格。这使得其他一些媒体网站在一定程度上也不得不在页面设计风格上向这些网站靠拢。



三、灵活的使用方式鞭策着网络编辑的发展

早期的网络编辑就像传统媒体一样，一般只是进行一次性的简单发布。但是，随着网络编辑手段的丰富，网络编辑资源被越来越多地得到循环开发与利用。

循环开发的含义是，网络编辑资源可以通过数据库长期保存，并被加以无限制地反复利用。这样，在发布的业务系统中，数据库技术就成为了关键。在网络编辑那里，利用已有的资源，已经成为一种日常工作。如何寻找与当前业务相关的资源，又怎样合理地加以利用，也成为了发布信息的一个重要环节。

搜索技术对于提高网络编辑的循环利用效率也起着重要作用。2004年9月，著名的搜索引擎 Google 推出了以 1000 多个数据源做支持，利用搜索技术和自动页面生成技术制作的 Google 中文网站，对国内网站特别是以整合为主的商业网站形成了强大的冲击。

网络编辑的发布方式也在不断得到丰富。从总体上看，网络编辑的发布方式可以有两大类：“拉”与“推”。“拉”的方式是目前网络编辑的主

要发布方式，即将信息发布于网站，由受众登录网站后自主进行选择阅读；“推”的方式指的是，利用相应手段直接传送给网络受众，无需受众登录网站进行选择。常见的推的方式有电子邮件，用户订阅网站，网站定期将编辑筛选的信息传送给用户。现在，手机短信等新技术，也为网站的“推送”式发布提供了新渠道。

在网络编辑的信息发布过程中，不同渠道都各有其利弊。“拉”的方式尊重了受众的选择权，但是，增加了受众获得的成本；而“推”的方式则与之相反。一个网站如果单纯采用一种发布方式，就难以适应受众的多样化需求。理想的状况是，两种方式相互补充、相互促进。促使信息多渠道流动，已成为目前网站提高利用率与影响力的重要方式。

第二节 多媒体、计算机与网络编辑的结合

传统编辑的现状已不能适应科学技术的迅猛发展和读者的多样化需求，多媒体、网络技术的发展和應用将引发传统编辑手段的全面变革。计算机技术的日新月异将使传统编辑方法和手段不仅仅停留于简单的键盘输入和排版。目前，多媒体技术、网络技术的各种手段运用于网络编辑，尚处于初始阶段，但不久将会全面而深入地展开。



一、计算机技术与传统编辑的结合

在未来的几年中，各种计算机相关技术都会得到飞速发展和应用，这将使计算机变得更加人性化，智能化。而多媒体技术与网络技术的迅猛发展对传统编辑带来的影响尤为深远。

目前，传统编辑的现状已不能适应科学技术的迅猛发展和读者的多样化需求，纸介媒体不仅难以在市场经济潮流中站稳脚跟，而且也正受到计算机和多媒体网络技术、电子报刊和电子出版物的挑战。传统编辑必须面对社会发展的现实，迅速实施传统编辑的计算机化，并逐步实现向多媒体、网络化编辑的转变。

按照传统的编辑出版流程，作者的稿件经加工后，由印刷厂录入排版，打出校样，经过数次校对，然后制版印刷。如果利用作者的磁盘文件，在电脑上编辑加工，则可省去排版输入程序，编辑人员坐在计算机前改稿把关，减少了校对次数，同时减少了出错的概率，并且大大减轻了由重复输入造成的精力和时间上的浪费，缩短了出版周期。

值得指出的是，随着多媒体技术和网络技术的蓬勃兴起，越来越多的作者已不满足于稿件软盘的寄递，而是希望用电子邮件把自己的稿件发送到编辑部的电子信箱中，出版部门只要运行电脑中设置的E—mail程序，就可在计算机显示屏上看到作者的来稿。

如果说，以前阻滞我国编辑电脑化进程的多为财经方面的原因，那么今天它已不再是太大的障碍。现在的问题主要在于，要有相应的人员管理及工作运作方式的变更。而且，计算机技术日新月异的发展趋势还表明：编辑方法和手段不会仅仅停留于目前较为普遍的简单的键盘输入和排版。

多媒体和网络的各种技术手段全面运用于编辑工作的前景必将成为现实。多媒体技术和网络技术给予我们一个发挥创造力和提升人本身智慧能力的机会。信息技术正在潜移默化地改造我们的听觉、视觉、嗅觉、触觉，改变着人类传统的时空观念、社会运动方式、伦理道德观念和法律环境。

这场席卷全球的革命从改变我们的行知模式开始，正以坚定的步伐深入我们生活的每一个侧面，改造着社会生活的每一个角落，更改造着人们认识生活和思考世界的观点、方法。

二、多媒体技术与网络编辑的结合

多媒体技术是指用计算机对多媒体信息进行综合数字化处理的技术。多媒体技术主要应用于多媒体个人计算机、多媒体信息管理系统、多媒体通信、多媒体电子出版物等。多媒体技术的应用将引发传统编辑手段的全面变革。

传统编辑方法与手段同多媒体技术结合后，将给未来的编辑工作带来全新的变化。多媒体技术与计算机、网络技术、通信技术、数字技术的结合，使编辑工作过程和信息传播不再受时间、地点、国界、环境等影响，这将有利于提高世界信息的流通速度，促进远隔重洋的各民族文化科技的及时交流。

多媒体综合了报纸、广播、电视等的功能，将文字、声音、图像和动画等要素结合起来，给受众以全方位的、多维的信息，光纤通道将电视网、电话网、计算机网三网合一，使三大传统媒介开始走向高度的综合。充分利用多媒体文、图、声、像的优势，有利于全面提高编辑工作的效率和质量，促进电脑多媒体编辑技术有的放矢地发展，并为今后计算机技术的普及、繁荣打下良好基础。

媒体编辑要处理大量的3D图形、数字音频和视频信息，还有从Web网络传来的高带宽信息。加速图形端口（AGP）即将大量投入应用，这是一种用来连接CPU和图形加速器、比PCI更快的总线，AGP同时还提供图形适配器与系统内存之间的连接，有了这种连接，在3D应用程序中就可以将大量的纹理贴图保存在系统内存中。

近期出版的一些专业电子排版系统，已集文字处理与图形图像处理功能于一身，不仅大大降低了此前许多排版软件在文稿中植入特定图像时的繁琐操作和不便，而且可以利用软件提供的多种绘图、制图功能，使非美工专业人员也能方便地制作出具有专业水准的图形图像，并通过手写板或

扫描仪顺利实现图文混排，也使数学、化学、物理等科学公式的排版简便规范，同时还提供各种流程图、电子电路以及各类图库。

可以预见，在不久的将来，我们真的可以与计算机进行交谈，正如一些科幻电影中描述的一样，计算机可以听懂我们话语，并按我们所说的去做。多媒体技术的发明，终于使人和机器从原来的对立中摆脱出来，人性化的局面、虚拟现实的出现，到人工智能的进步，语音的输入使我们顿时感到PC已不再冰冷，芯片上已能复现人的情感，而且是高智能的集成。



三、因特网与网络编辑的结合

被称作第四媒体的因特网，可以做到在任何时候（全天24小时），以任何方式（文字、声音、图像），向全球任何地方（只要有电信基础设施）传播任何形式的信息。因特网几乎包含了报刊、广播、电视等传统媒体的所有优势。

1. 媒体网络挺身而出

日发行量超过200万份的《今日美国》，其网络版于1997年成立。十几个人，几间办公室，刚开始只做体育，后来内容日渐丰富。现在《今日美国》网上用户每天85万（一周7天的平均数）。网络版的员工已发展到130名，其中，包括编辑、技术和广告人员。

《今日美国》网络版的信息来源有三：40%来自《今日美国》（这是不用付费的），来自整个报业集团的信息，购买其他媒体（如美联社）的信息。网络版的内容基本上是由报纸记者来做，网络版的编辑大多只做一些缩写、链接之类的工作。网络版记者每天下午从报纸编辑部获取信息，有时也由独立撰稿人直接为网络版写稿件。

人们一般认为，网络版的出现多少会影响报纸本身的发行量。现在看来，《今日美国》网络版的发行量增长速度很快，但报纸的发行量也在增

长，尽管增长的速度较前者缓慢。究其原因，网上的读者群与报纸的读者群是不一样的，而且40%的网络版读者同时会去购买报纸；报纸方便阅读，可以带到任何地方；网络因为要追求速度，内容做得相对简单，而报纸则可以把一些内容做得非常具有可读性，以吸引读者。

两位《今日美国》网络版的资深编辑曾说过：“速度是非常重要的，即使信息非常少，也应该马上放上去，因为人们对网络版的时效非常重视。现在，《今日美国》网络版已做到24小时滚动更新。有时人们一天要来这个网站很多次，每次他都想能看到更多的东西，要有连续性的报道。”

《今日美国》网络版相当于报纸的一个下属部门。网络版主编也说过：“我们互相需要对方，绝不会分裂，也没有考虑过独立上市。”

2. 网络媒体独立经营

1999年6月组建的纽约时报数字公司，是一个独立于《纽约时报》之外，专门经营因特网业务的机构，其经营模式与《今日美国》网络版有很大不同：该公司显然已经不再是报纸的一部分，而是与纽约时报平级，直接向集团总部汇报。

虽然是独立经营，纽约时报数字公司在网络内容方面还是非常依赖纽约时报集团。公司目前只有40多名编辑，不设记者。公司与《纽约时报》之间有一个许可协议，凡摘用报纸内容均需付许可费。该公司与美联社和路透社也有协议，可以使用他们的信息来源。

除了纽约时报网络版之外，纽约时报数字公司还经营着其他三个网站：在全美第五大城市波士顿的一个网站，一个与高尔夫杂志合作的网站，还有一个社区网站，供不同的人在上面发表自己的观点。当然，纽约时报网络版是全公司的旗舰网站，规模也最大。

“我们是全美第一家独立运作的报纸网络公司。”公司CEO马丁先生说，“这样做有三大好处：从财政的角度来讲，有利于独立准确地核算衡量；市场对网络公司价值的衡量高于公司实际的价值，还可以独立上市；作为完全独立的公司，能够给予员工很好的待遇以及期权股票，以留住那些优秀人才。”

纽约时报数字公司目前正在考虑上市，其商业模式的优势在于，有很好的收入来源（主要是广告收入）。另外，《纽约时报》的品牌影响力使它自然而然地成为最可信赖的信息来源。据了解，现在《纽约时报》网络版的全球注册用户已达到 1200 万。

第三节 网络编辑员成为新兴职业



一、网络编辑的定义

网络编辑是指通过网络对信息进行采集、分类、编辑，通过网络向世界范围的网民进行信息发布，并且从网民那里接收反馈信息，产生互动的工作人员。

一个网站的灵魂是内容，它直接反映着网站的水平，也决定着网站的生存与发展。内容，同时也是网站与网民进行沟通、交流和互动的平台。通过这个平台，网站不断把握网民的脉搏，满足网民的需求；网民则通过这个平台表达着自己的愿望、意见与态度。网络编辑人员，正是网站内容的设计师和建设者。

网络已经成为人们生活中不可或缺的获取信息的工具。据中国互联网络发展状况统计报告显示，截至 2005 年 1 月，我国万维网站点数为 668900 个，网民 9400 万人。

按照网站数量估算，目前，我国拥有网络编辑从业人员 300 多万人，预计在未来的 10 年内，网络编辑的需求量将呈上升趋势，总增长量将超过 26%。网络编辑职业的发展，已日益引起业界和相关领域的密切关注，而网络编辑从业人员素质的高低，将直接影响到网站的整体水平。

二、网络编辑的工作形式

网络编辑有以下几种工作形式：

- 采集素材，进行分类和加工；
- 对稿件内容进行编辑加工、审核及监控；
- 撰写稿件；
- 运用信息发布系统或相关软件进行网页制作；
- 组织网上调查及论坛管理；
- 进行网站专题、栏目、频道的策划及实施。

三、网络编辑的工作内容

网络编辑的工作内容主要是对人类社会的精神产品（包括报纸、广播、电视、音像制品）的原稿进行选择加工，并使之广为传播。

网络传播，是传播领域内的一场深刻的革命，其重要特征是在传播方式上第一次实现了从传统的由点到面的线性传播向现代的由点到点的双向传播的转变。在网络传播中，传播者和接受者的位置再也不是固定的而是可以互换的。于是，在网络传播中还有没有编辑活动和要不要编辑，一时间成为传播学界讨论的热门话题。

在我们看来，互联网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、引导舆论的社会舆论机构，就需要有人代表社会来进行对信息的选择和加工。更何况网上传播的信息具有海量的特点，鱼龙混杂、泥沙俱下、真伪难辨，只有严格把关、“沥尽狂沙”，才能使受众得到真正有价值的信息。从这种意义上讲，对网上的信息特别是网络编辑的编辑工作不但不能削弱而且应该加强。



四、网络编辑的工作任务

因特网和网络媒体是技术发展的产物。网络编辑通过网络对信息进行收集、整理和必要的编辑处理，然后通过网络向世界范围的受众进行发布，并且靠网络从受众那里接收反馈信息、产生互动。也就是说，网络编辑是这一技术平台的运用者、操作者。

但如果运用者、操作者仅仅沉迷于运用技术，那么，技术仍只是技术，不过是人类科学和智力的产物，并且带有某种沾沾自喜的“作秀”性质。

举例来看，当视频工程师开始研究数字化电视时，他们没有从电脑网络的设计中吸取任何经验。他们忽略了异类系统和信息标题的灵活性，反而为图像分辨率、屏幕高宽比和交错扫描等问题争论不休，而不是把它们当成可变的因素灵活处理。

在这样一种认识层面上，技术对于社会 and 人类自身不会具有更深的意义，人与技术也就成为割裂的、互不相干的两个方面，技术对于人而言则会变得越来越冰冷。所以，如果我们对网络编辑角色职能的认识仅仅停留在“网络技术平台的运用者、操作者”这一层面时，我们的认识就只限于这一行业操作层面的浅层表象上。

但在目前网络媒体的运作现状中，在对网络编辑角色职能认识方面，的确存在着上述的这种局限。在人才市场中，“网络编辑”的职位要求往往是“熟练掌握xx操作系统，熟练运用xx软件”。在一些网络媒体的页面上，充斥着技术技巧的卖弄与炫耀。这与技术直接决定着网络的物理发展有关，也与人们对造就网络的神奇技术心存感激甚至崇拜有关。

如今一些网站（尤其商业网站）的网络编辑们大多是学技术出身。这种状况使技术因素在今天多少具有一些新“拜物教”的图腾的意味。而这必然让人陷入对技术和网络的理解误区。

人类历史上，人的发展总是首先表现为发展人自身。而技术的发展只

是为人自身的进一步发展提供一个“跳板”。如果说言论的自由是人类一切自由中最重要的一项，那么，今天的因特网则将这“最重要的一项自由”提升到一个历史的新高度。

个性的张扬折射出现代人对自身价值体现的追求，而网络信息传播的个性化趋向在很大程度上使这种追求得到满足。这是一个在信息传播方式上唯我独尊的时代，更是一个自觉注重人自身发展的时代。

当互联网日益变成媒体的一部分时，它应当保证公共利益是新技术发展过程中最优先考虑的因素。网络媒体要发挥其监测、引导的功能，并在人的社会化过程中起到提供规范、传承文化的作用。而在这一作用过程中，网络媒体必须对社会人文有所关照，对人的自身发展和价值实现给予相当的认识和重视。只有如此，网络技术的发展才能真正成为人类的福音，才能具有实际的意义。

网络编辑因此也就成为技术与人文之间的桥梁。他不仅是技术平台的运用者、操作者，而且还是信息平台的人文价值的开掘者。从这个意义上说，网络编辑不仅是新媒体时代的“把关人”，更是一位思想者。

我们的整个社会生活正在被网络完全地覆盖。作为网络上控制着相当一部分信息流向、流量、流速等的“把关人”，网络编辑也在某种意义上影响着社会生活和文化观念的质量与走向。

面对网络上来自四面八方的几乎令人窒息的信息浪潮，面对扑面而来的层出不穷的众多文化思潮，网络编辑要在最短的时间内对信息进行真实性的判断、价值的判断、意识形态的判断。而要做到符合主流文化思想和价值观要求的取舍，必须要以一定的文化、哲学思想作标准。他的思维应该跟得上这个时代技术发展的趋势，他的思想应该走在当代文化与哲学的前沿。

人自身的发展绝不能因技术的发展而被漠视。对人自身的关怀、对人文价值的体现，就是网络编辑素质能力的最终服务对象，就是网络“把关人”体现角色职能时的核心出发点。“每个人的自由发展是一切人自由发展的条件”。网络“把关人”的意义也在于此，他将利用手中的信息技术

平台，让每个人在信息最大限度的交互之中得到更多的自由发展。

在人的各个层次需求中，无论是对生理、安全、社交方面的缺乏型需要，还是对尊重、自我实现等方面的成长型需要，都离不开对信息的需要。网络媒体提供的是快捷、海量、多媒体化的信息，是网状联系的、双向互动的、体现个性的信息，这一平台的技术条件使人类对信息的需要得到了迄今为止最充分、最理想的满足。

网络编辑的任务就是要利用这一平台的优势，让手中的信息成为有利于人们自身发展的有效资源，让技术和信息真正服务于人类。尽管现阶段的网络传播会遇到种种矛盾或问题，但网络编辑的社会角色和职能意义也正在直面问题和解决问题的努力之中得到了体现。在网络“把关人”不断为受众提供更为人们所迫切需要的信息和创造更好的信息传播条件的过程中，其职业的价值将得到彰显。

五、网络编辑的工作重点

1. 稿件的选择

我们说，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来稿进行鉴别和选择。网络编辑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报道，一部分来自网上的各种渠道（如BBS、网上聊天、网上新闻等），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的认真的选择，去伪存真、去粗取精。用什么不用什么稿件，不仅能够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想和方针。常上网者都有这样的体会，一些主流媒体办的网站坚持严格把关，我们在其网站上看到的信息不仅能坚持正确的舆论导向，而且真实、可信，有较高的价值和可读性。

上海东方网对稿件的选择就作了十分严格的规定，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、格调低下的甚至有政治错误的信息在网上恣行，致使网站经常成为虚假消息的发源地。

严把筛选关，除了网络媒体要有鲜明的价值取向和严格的选稿标准外，作为编辑一定要努力提高自己的政治、业务素质，才能对稿件做出正确的选择和取舍。

2. 稿件的加工

一般说来，未经编辑加工处理的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，网络编辑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事实的核实、订正；对思想政治上的差错的校正；对文字的修改和对辞章的修饰等等。

网络编辑具有“全时化”的特点，网络编辑的编辑工作也是“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出笼，结果是漏洞百出，惨不忍睹。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，网络编辑编辑一定要有“精品意识”，在努力增强责任感的同时，还要养成一丝不苟、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、组版编辑、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，而且还需要具备驾驭有声语言和对画面进行艺术处理的能力，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. 稿件的汇合

在网络编辑的编辑过程中，编辑面对的绝非是单篇的稿件的罗列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效果，而且可以

产生“ $1+1>2$ ”的系统效应，实现价值的增值。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置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，使对同一主题的事件的报道通过时间的延续和信息积累而得以加强。这样读者既可以检索查询到这一事件过去发生的状况，也可以在动态中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，体现了网络媒体得天独厚的优势。

网络编辑稿件的集合，还体现在多媒体手段的应用上。传统的印刷媒体如报纸、杂志中，编辑也常常配以图片和图表。网络编辑中不但可以配以图片和图表，而且还可以链接音频文件和视频文件，更真实、更生动地再现事件，在内容与形式上实现真正互动。

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、图片等等，都可以直接或间接地传达编辑对稿件的评价。

网络媒体有没有“版面语言”呢？回答应该是肯定的。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优势较大，因为这部分信息往往最先吸引到读者的“眼球”，所以一般网站都将重要的或头条信息放在这个位置。

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，另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具强势。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重要栏目，而一般性的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，也在网络编辑的评价中得到应用。如新华网的头条的标题通常就采用了比其他标题大得多的黑体字；再如，搜狐网的报道中，最重要的几条标题的颜色通常是红色，在其他蓝色标题的衬托下显得格外醒目。

有的网站在发布信息时，还由编辑在该标题的旁边直接贴出评价或示意的符号。如“NEW”，表示该刚刚出炉；“COLL”，表明该具有一定的可读性或价值；“！”或“★”号，则是提醒读者加以关注。在网上，甚至还可以通过技术手段把标题制成有发光、移动、变换色彩、动画等效果的字符。

与传统的印刷媒体只强调空间位置不同，网络编辑还可以以时间为手段来评价稿件。网络不像报纸那样有固定的刊期和版面，也不存在广播电视不易保留的弱点，网络编辑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信息的重视程度。

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，“以传播者为中心”的旧模式逐步被“以受众为中心”的新模式所代替。这也为编辑工作提出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武器。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产品。

除上述四点外，网络编辑在实际工作中的重点还包括网络的新闻编辑、网络的专题编辑以及网络的图片编辑。在以后的章节中我们会对它们做更为详细的介绍。