



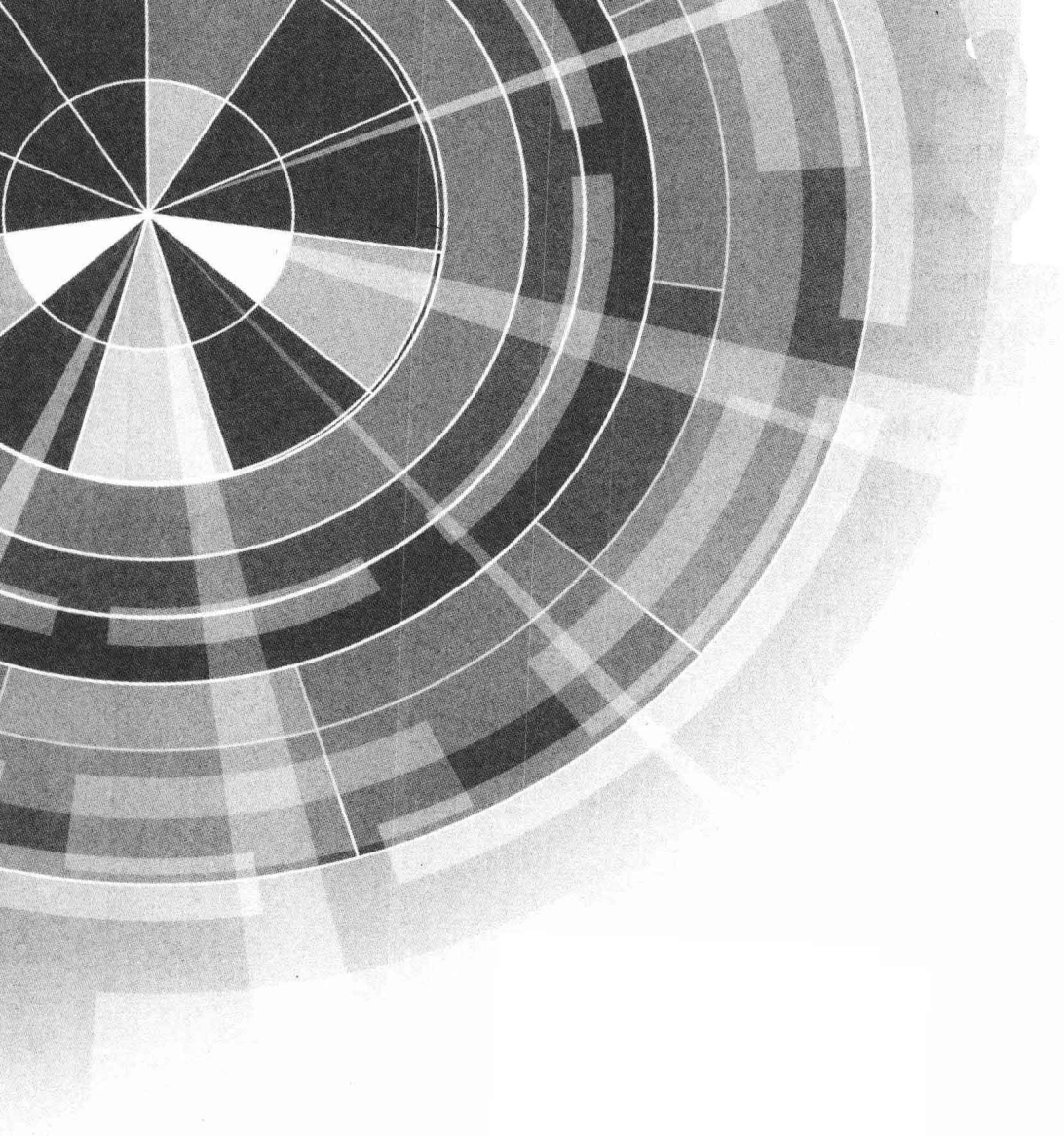
赵 丹 编著

Wangluo Bianji Shiwu

网络编辑实务



浙江工商大学出版社
Zhejiang Gongshang University Press



赵 丹 编著

Wangluo Bianji Shiwu

网络编辑实务



浙江工商大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络编辑实务 / 赵丹编著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2010. 8

ISBN 978-7-81140-181-3

I. ①网… II. ①赵… III. ①因特网—新闻编辑—教材 IV. ①G210.7②G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 145844 号

网络编辑实务

赵 丹 编著

责任编辑 何海峰 张婷婷

封面设计 刘 韵

责任印制 汪 俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806 (传真)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州杭新印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.25

字 数 426 千字

版 印 次 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81140-181-3

定 价 36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

前 言

美国学者戴维·申克在他所著的《信息烟尘》一书中,给网络新闻编辑下了这样的经典定义:“网络新闻编辑应该成为人类全部知识的电子档案的照看者,成为具有预测能力的电子图书馆的管理员,而不单单是简明新闻的播报者。”

就如戴维所说的那样,网络编辑虽然是一个新职业,但对人类信息的传播和延续起着非常重要的作用。正因如此,在这本教材的编写过程中,笔者始终带着虔诚和敬畏的心来对待这项伟大而神圣的工作。

本书是一本网络编辑课程教学的入门教材。在写作时,我们并不是以理论体系的构造为重点,而是在坚持对必要的理论知识进行阐述的同时,更多地对网络编辑的常规工作进行介绍,对常见的工作流程进行解析,对网络编辑工作所必需的职业技能进行培训,以期让使用这本教材的人能在较短的时间内懂得什么是网络编辑,如何去做好策划、选稿、改稿、制作标题、编排稿件、组织版面、设计网页、熟悉多媒体制作等具体的网络编辑工作。

和以往其他网络编辑方面的教材相比,本书具有如下特征:

第一,从实务出发,搜集网络发展中大量真实的案例进行知识阐述和分析,并据此总结处理同类问题的方法,提炼网络编辑必备的职业技能和素质要求,为已经或即将从事网络编辑工作的学习者提供最基础的技能培训。

第二,着眼于专业学历与职业资格“双证结合”的教学要求,在章节框架的设置中,融入网络编辑国家职业资格考试的考核要求,并与《网络编辑员国家职业标准》紧密对接,为打算参加国家职业资格标准考试并获取证书的学习者做好知识储备。

第三,资料齐全,方便学习。本书还配有案例教学库、实训练习题库等资源,每个案例都附有精辟的解析,方便使用者教学或自学使用,可通过浙江工商大学出版社网站(www.zjgsupress.com)下载这些教学资源。

第四,教学适用性较广。本书在教学内容的广度和深度设置上充分考虑了目标读者的情况,既可作为大学本科教材,也可作为自考、夜大等成人教育教材,还可以作为高职高专院校和在职人员职业培训教材。

在编撰此书之前,笔者在浙江工商大学编辑出版专业已积累了5年的网络编辑实务教学经验。经培训的学生,在国家网络编辑职业资格(助理网络编辑师)认证考试中,平均通过率高达96%。其间培养的学生,进入网络媒体工作的已达数十人,部分学生还进入腾讯网、浙江在线、杭州网、浙江都市网、19楼论坛等主流媒体并担任重要职务。2010年,中国编辑学会同中华全国新闻工作者协会网络中心,联合新闻出版总署科技与数字出版司、人力资源和社会保障部国家职业

技能鉴定专家委员会等单位举办了首届网络编辑大赛,笔者指导的“缤纷夏季,我爱冰淇淋”专题获三等奖,“岩井俊二眼中的男优女色”专题获优秀专题奖,“宫崎骏的动画世界”专题获最佳设计奖,并作为优秀指导老师在会后作本校网络编辑教学经验汇报,得到了与会教师与专家的一致认可。

此书中,网页设计相关章节的修改得到了温化冰同志的大力支持。本教材还得到浙江工商大学人文学院梁春芳教授、尤建忠教授的指导,得到浙江工商大学人文学院傅玫教授的支持和鼓励,浙江工商大学编辑出版专业毕业生王咪咪(浙江在线)、陈伟伟(浙江在线)、罗祎(杭州网)、李栋(杭州网)、张静(浙江都市网)等人也为本书教学内容的设计、案例资料的搜集提供了帮助,在此一并表示最衷心的感谢。

在本书的编撰过程中,我们借鉴、引用了部分其他研究者的最新研究成果,并尽可能作出了详细的注释,在此谨向他们表示感谢。由于时间仓促,加上编者的水平和经验有限,本教材还存在不足和遗憾,敬请各位专家、学者和广大读者批评指正。

编 者

目 录

前 言	(1)
绪 论	(1)
第一章 网站策划	(9)
本章重点	(9)
学习目标	(9)
第一节 网站概述	(10)
第二节 新闻媒体网站	(12)
第三节 网站定位	(16)
实训练习	(26)
第二章 网站频道与栏目策划	(27)
本章重点	(27)
学习目标	(27)
第一节 频道与栏目概述	(27)
第二节 频道与栏目类型	(29)
第三节 频道与栏目布局	(31)
第四节 频道与栏目策划	(33)
实训练习	(38)
第三章 网络专题策划	(39)
本章重点	(39)
学习目标	(39)
第一节 网络专题概述	(39)
第二节 网络专题类型	(44)
第三节 网络专题策划	(46)
第四节 网络专题制作	(52)
实训练习	(58)
第四章 网络信息的采集与筛选	(59)
本章重点	(59)
学习目标	(59)
第一节 内容采集来源分析	(59)

第二节 内容采集方法	(60)
第三节 影响内容筛选的因素	(64)
第四节 稿件价值的判断	(72)
第五节 稿件的归类	(78)
实训练习	(83)
第五章 网络文字信息编辑	(84)
本章重点	(84)
学习目标	(84)
第一节 稿件的校正	(84)
第二节 稿件的增补	(101)
第三节 稿件的压缩	(103)
第四节 稿件的改写	(106)
第五节 标题与内容提要制作	(107)
第六节 超链接设置	(119)
实训练习	(125)
第六章 网络图片信息编辑	(127)
本章重点	(127)
学习目标	(127)
第一节 网络图片类型及特点	(127)
第二节 网络图片格式	(129)
第三节 网络图片采集	(131)
第四节 网络新闻照片编辑	(136)
第五节 网络新闻图表编辑	(146)
第六节 网络新闻漫画编辑	(149)
实训练习	(152)
第七章 网络音视频信息编辑	(153)
本章重点	(153)
学习目标	(153)
第一节 网络音视频信息格式与特点	(153)
第二节 网络音视频信息的应用	(156)
第三节 网络音视频信息的编辑	(158)
实训练习	(161)
第八章 受众调查与论坛管理	(162)
本章重点	(162)
学习目标	(162)
第一节 受众调查	(162)
第二节 论坛管理	(173)
第三节 互动信息管理	(183)
实训练习	(187)

第九章 网页界面设计	(188)
本章重点	(188)
学习目标	(188)
第一节 色彩	(188)
第二节 图形图像设计	(195)
第三节 文字排版	(196)
第四节 网页版面布局	(198)
实训练习	(204)
第十章 HTML 基础	(205)
本章重点	(205)
学习目标	(205)
第一节 HTML 概述和相关概念	(205)
第二节 HTML 文件的语法和结构	(207)
第三节 HTML 程序实例	(210)
实训练习	(211)
第十一章 Dreamweaver 网页制作	(213)
本章重点	(213)
学习目标	(213)
第一节 Dreamweaver 8 的工作界面	(214)
第二节 站点管理	(215)
第三节 基本的网页编辑	(218)
第四节 使用表格	(226)
第五节 层	(232)
第六节 表单	(234)
第七节 行为	(242)
第八节 CSS 样式表	(245)
实训练习	(249)
参考文献	(252)

绪论

伴随着传播技术的日新月异,大众传媒形态日益呈现出多元化的格局,网络媒体也越来越成为人们关注的话题。与此同时,网络信息服务产业也进入了快速发展时期。然而,要想使这么庞大的网络信息有序、高效且无害,就必须对网络内容进行梳理、加工、审核、组织,网络编辑作为网站内容的设计师、建设者和把关人便应运而生。

一、网络媒体的兴起

1. 互联网的历史

在 20 世纪 60 年代,美国国防部高级研究计划署(Advanced Research Project Agency)计划研制一种能适应现代战争的、生存力强的新型网络,由此开发出了阿帕网(ARPANET),这就是因特网的前身。阿帕网于 1969 年启用,最初仅连接了 4 台计算机(这 4 台计算机分别属于美国的三个高校和一个研究所),供联网的院校交流信息和共享资源。以后又有其他院校和机构等陆续加入。1983 年,美国国防部将阿帕网分拆为军用网和民用网,民用网仍然称为阿帕网。

1983 年 1 月,TCP/IP 协议正式成为阿帕网的标准网络协议(今天广为使用的万维网就是构建在 TCP/IP 协议上的),随后大量的计算机接入了阿帕网,阿帕网得到了迅速的发展。

美国国家科学基金会(National Science Foundation,即 NSF)也认识到了阿帕网对科学研究的重要性:利用阿帕网,科学家们可以突破地理位置的限制共享数据、交流信息,合作进行科学研究。1986 年,美国国家科学基金会组建了 NSF 网(NSFNET)。NSF 网连接着分布在美国不同地区的几个超级计算机中心,由主干网、地区网和校园网组成。各高校的计算机主机连接到各自的校园网,校园网则就近连接到地区网,地区网再连接到主干网,主干网最后连接到阿帕网。这样,高校中的主机就可以通过 NSF 网访问超级计算机中心。随后,美国其他高校和科研机构陆续连入 NSF 网。当时,其他一些国家和地区也在组建自己的网络,这些网络和 NSF 网是兼容的。1988 年,NSF 网取代阿帕网,成为互联网的主干网。阿帕网于 1989 年解散。

互联网的快速发展也吸引了一些公司的注意力。1992 年,美国的三家公司 IBM、MCI、MERIT 联合组建了高级网络服务公司(即 ANS)。高级网络服务公司组建了 ANS 网(ANS-NET)。ANS 网与 NSF 网互联,成为互联网的另一个主干网。NSF 网是由国家出资兴建的,而 ANS 网属于 ANS 公司,互联网开始商业化。1995 年 4 月 30 日,NSF 网停止运营,美国政府指定了三家公司接替它维护和运营互联网的主干网。

自 20 世纪 80 年代后期以来,互联网获得了迅速发展,尤其是在 20 世纪 90 年代,随着万维网和浏览器的出现,互联网更是以惊人的速度向前发展。

现在,很多人将互联网、因特网、万维网混淆了,严格地讲,它们是不同的。

对互联网的正确认识是,不管采用何种技术,也不论设备数量的多寡,能够互相通信的设备组成的网络就属于互联网。互联网包括因特网。互联网的正确写法是 internet,字母“i”要小写。

因特网则是互联网的一种,是由数量庞大的设备组成的网络。因特网是 Internet 的音译,字母“I”要大写。人们通常所说的互联网就是因特网。

万维网即通常所说的 WWW(World Wide Web 的缩写),也可以简称为 Web,它是建立在因特网上的一个应用,或者说是因特网所提供的的一个服务。

在我国,1994 年中国科技网(CSTNET)首次实现和因特网直接连接,标志着我国正式接入因特网。随后,互联网在我国迅速发展和普及。截至 2009 年 12 月 31 日,我国网民规模达到 3.84 亿人,互联网的普及率达到 28.9%。网民规模较 2008 年底增长 8600 万人,年增长率为 28.9%。使用宽带的网民规模达到 3.46 亿人,较 2008 年增长 7600 万人。^①

2. 网络媒体的兴起

在互联网出现以前,人们常说的媒体主要指三种媒体,即报刊、广播和电视。他们分别被称为第一媒体、第二媒体和第三媒体。这三种媒体都属于传统媒体。

互联网的出现和快速发展,为网络媒体的诞生和发展奠定了基础。人们很快就发现网络是信息发布和传播的天然载体,具有很多报纸、广播和电视等传统媒体不具备的优点。

从广义上讲,网络媒体通常就是指互联网。1998 年 5 月,联合国秘书长科菲·安南在联合国新闻委员会上提出,应当利用最先进的第四媒体——因特网。从此“第四媒体”的概念正式得到使用。

从狭义上说,网络媒体是指用以互联网为媒介而构筑的传播平台来报道新近发生的、能够吸引多数人的共同兴趣的新闻与信息传播机构。这包括传统媒体设立的网站,也包括报道新闻的商业网站。

在我国,网络媒体的兴起大体上可以分为三个阶段。

(1)萌芽期。20 世纪 90 年代,在海外报纸纷纷上网的背景下,国内传统媒体开始试水互联网。1993 年 12 月 31 日,我国第一张电子报纸《杭州日报·下午版》问世,即报社编辑将在电脑中编辑好的报纸内容输入电脑联机服务公司的网络,用户通过电话线和电脑即可从该公司的网络调阅报纸。随后《中国贸易报》、《中国日报》、《人民日报》、新华社、中央电视台、中国国际广播电台等传统媒体陆续上网。这是我国网络媒体发展的初期。

在这一时期,我国网民数量还不多,网络信息的建设还处于初级阶段,从内容到形式都存在不少问题。首先,这一时期的网络信息大多只是传统媒体内容的翻版,多数只是将传统媒体的内容照搬到了网上,并且更新频率也不高。其次,这一时期的网络信息的内容分类和编排也不太科学,不仅抄袭情况时有发生,而且时常有假消息、假新闻在网上出现和流传。再次,这一时期人们对互联网的优势没有充分的认识,网上的内容大多是文字信息,多媒体内容匮乏,与受众的互动也很少。

总之,在这一时期,当时的传统媒体还没有充分利用互联网的优势来展现自己的内容特色,并且对受众的需求考虑得也不够。

^① 中国互联网络信息中心:《第 25 次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/html/Dir/2010/01/15/5767.htm。

(2)膨胀期。20世纪90年代中后期至2000年,随着互联网的快速发展,涌现了很多ISP(Internet Service Provider,即互联网服务提供商),他们之间的竞争使得上网费用降低了,也直接促进了网民人数的增多和网站数量的增多。在传统媒体进军网络的同时,一些ICP(Internet Content Provider,即互联网内容提供商,例如新浪、搜狐)也忙着跑马圈地。他们与传统媒体合作,从传统媒体获得新闻,组建网络新闻频道。1996年,新浪的前身四通利方中文网站(www.srsnet.com)启动,通过推出“法国足球风暴”网站,奠定了新浪网在体育报道中的地位。1998年10月,四通利方正式建立了新闻中心,即新浪网新闻中心前身。^①1999年5月,网易开通了新闻频道。^②在这一时期,在科索沃战争、我国驻南联盟大使馆被炸事件等重大新闻的报道中,商业网站以其快速、海量的报道开始崭露头角,令很多传统媒体及其网站相形见绌。

与前一时期相比,这一时期的网络信息建设有了一定的发展。互联网的优势得到了一定程度的发挥,例如采用多媒体内容、发展与网民的互动、提供查询功能等;独立的域名的使用也更为普遍;新闻更新频率也加快了。

与此同时,网络新闻传播法律法规的缺失与网络媒体的快速发展之间的矛盾进一步显现;网站采编人员的网络传播知识和经验有待进一步积累,采编技术有待进一步提高;网络媒体建设处于粗放式发展状态,不少网站在缺少成熟的赢利模式的情况下仓促上马,无序竞争状态较为明显。

(3)发展期。在2000年11月6日,国务院新闻办公室、信息产业部发布了《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》,明确规定了网络新闻禁止刊载的内容,并对网站登载新闻业务的准入资质、申办条件以及申办程序作了明确规定。这一法规的出台结束了网络新闻方面的法律真空,标志着网络传播进入了规范、有序、健康的发展阶段。此后,有关部门又陆续发布了《互联网电子公告服务管理规定》(信息产业部于2000年11月6日发布)、《互联网新闻信息服务管理规定》(国务院新闻办公室、信息产业部于2005年9月25日发布)等法规,进一步完善了网络传播法规体系。

另一个不得不提的事件是在从20世纪90年代中后期至2001年期间,欧美发生了严重的互联网泡沫,互联网公司不顾业绩疯狂融资、烧钱、炒概念,相关公司的股价也一路狂飙。美国纳斯达克(NASDAQ)指数在一路高涨后,终于在2000年3月10日开始暴跌,互联网泡沫开始破灭,大量互联网公司倒闭,其影响也波及我国互联网业。泡沫的破裂让中国互联网公司开始冷静下来,重新审视公司的商业模式等以前被忽视的问题。

在这一时期,中国的一些知名互联网企业,通过整合自身资源,逐渐形成了各自不同的经营重点。其中新浪成长为以新闻信息和资讯服务为核心业务的信息服务提供商;搜狐成长为以关键词搜索和分类搜索为核心业务的信息服务提供商;网易成长为以电子邮件、网络游戏以及网络社区为核心业务的信息服务提供商。这次泡沫不但没有摧毁中国网络媒体,反而促使中国网络媒体在阵痛中及时转型,走入相对有序、规范的发展阶段。

(4)多元发展期。2006年以来,伴随着经济的高速增长、宽带的普及,我国网络媒体呈现出高速发展、百花齐放的态势。2008年汶川大地震、北京奥运会、神舟七号发射,2009年新中国成立60周年,2010年玉树大地震、上海世博会等重大事件的报道,从内容到形式不断推陈出新,显示着网络媒体不断进步、走向成熟的过程。

① 陈彤、曾祥雪:《新浪之道》,福建人民出版社2005年版,第23—25页。

② 陈彤、曾祥雪:《新浪之道》,福建人民出版社2005年版,第36页。

在这个阶段,互联网的各种优势得到了更大的发挥:多媒体内容得到了极大丰富,除文字外,图像、动画、音频、视频等信息在各大网站全面开花;网络媒体走入了全面互动时期,博客、播客、微博、SNS等WEB2.0网站使网民成为了信息的建设者与发布者之一;新技术和新概念层出不穷,手机媒体、云技术等预示着网络媒体更加光辉的未来。

在这一时期,中国网络媒体经历了两种转变:一是从粗放传播模式向精细传播模式转变,二是从集中传播模式向分布传播模式转变。不少网络媒体推出了更加专业化与个性化的服务,预示着网络媒体将从大鸣大放的眼球经济走向精耕细作的实业运作阶段。

在新闻传播方面,网络媒体开始从依托传统媒体的信息资源开始转入与传统媒体深度合作、深度融合的阶段。网络媒体从简单的“拿来主义”进入到与传统媒体共同策划、报道的时期,两者也从昔日的竞争对抗走入良性互动,进行了更为有效的资源整合。

二、网络媒体的特点

作为一个新生事物,网络媒体能够被人们接受并获得飞速发展,是与其突出的、不可替代的优势分不开的。

1. 网络媒体的优势

(1)网络信息的即时性。相对于传统媒体,网络媒体的信息从采集到发布的过程简单、快速。网络媒体没有版面和发布时间的限制,更为灵活,并且网络媒体不受空间限制,只要有网络,信息就能够立刻传播到世界各地。只要能上网,人们可以随时查看感兴趣的信息。当有重大新闻和事件发生时,网络媒体常常能先于传统媒体发布信息。另外,随着科学技术的进步,笔记本电脑大量普及并且越来越轻薄、便携,无线网络也越来越多,这些也都推动网络媒体提高了信息的传播效率。

(2)强大的互动能力。传统媒体的信息传播一般是单向的,即使有信息的反馈也不是便捷的。而网络媒体有强大的互动能力,通过论坛、即时通讯工具等手段能够轻松实现信息传播者与受众、受众与受众、传播者与传播者之间便捷的双向交流与沟通,并且交流的内容不限于文本,可以是丰富多彩的多媒体内容。

(3)丰富多彩的多媒体内容。虽然传统媒体里也有运用多种载体来表达内容的情况,例如报纸里的图片、广播中的音乐等,但由于载体特点和版面的限制,传统媒体无法将多种媒体有机整合到一起。而网络媒体可以通过超链接轻而易举地将多种媒体整合到一个页面,形成立体化传播。可以说,是网络媒体使得人们真正感受到了多媒体传播的魅力。

(4)海量的信息。互联网将全世界的计算机连接起来,从而形成了一个巨大无比的数据库。世界上任一时间、任一地点发生的任一事件都有可能成为网络的信息被广泛传播。此外,由于传播主体的多元化,人人皆可成为信息源,使得网络信息得以最大限度地产生。正是由于信息产生和传播的快捷性形成了网络信息的海量特点。

(5)强大的检索功能。一方面,搜索引擎技术使人们可以在海量的信息中主动寻找自己需要的信息;另一方面,网络专题则通过超链接技术将大量信息很好地整合起来呈现给读者。在网络中,只要人们愿意,可以在海量资讯中随时搜索、反复观看,在知识的海洋中畅游。

2. 网络媒体的劣势

事物都有两面性。与其优点相伴,网络在发展中产生了一些问题。

(1)网络信息的真实性问题。网络让人们享受了自由的同时,也带来了网络信息真实性的问

题。与传统媒体相比,在网络上发布与传播虚假信息更容易,且速度要快得多。当虚假信息大面积传播开来后,其后果也比传统媒体更加严重。

(2)网络上的不良信息。除了虚假信息外,网络上色情、暴力等不良信息也是屡见不鲜。部分网络媒体为了迎合受众求新、求变、求刺激的心理,在信息传播中大量刊登色情、暴力、凶杀等刺激性社会新闻。网络新闻的“泛黄”现象直接导致民众的道德水准下降,不利于家庭和社会的安定。

(3)网络上信息的散乱分布。网络上信息浩如烟海,各类信息常常散乱地分布在网络的各个角落,没有很强的信息搜集能力很难收集到全面的信息。即使有较强的信息搜集能力,想要系统地查找和分析某类信息也要花费极大的精力。

基于以上的情况,我们迫切需要一些专门人员对网络信息进行筛选、分析、加工和整合,网络编辑即为承担这一职责的人员。首先,网络编辑可以通过严格把关在采集内容时有效过滤各种虚假信息与不良信息。其次,网络编辑可以通过制作专题、添加评论等方式提供精细信息。另外,网络编辑还可以根据读者的需求和媒体的优势进行周密的策划,以提供符合用户需求的信息。

虽然网络上信息的传播过程中会产生这样那样的问题,但瑕不掩瑜,作为打破传统媒体三足鼎立状态的新兴媒体,网络媒体的前沿性与先进性不言而喻,并将有更加广阔的发展空间和更美好的发展前景。

三、网络编辑的工作内容与职业要求

网络编辑是伴随我国网络媒体的迅速发展而产生的一个新兴职业,其从业人员担负着网络环境下信息传播的选题策划、内容选择、审核加工、信息组织、服务设计等工作,是我国网络传媒健康、快速发展的重要保证力量。

据《中国互联网发展状况报告》最新数据显示,截至2009年底,我国网站已经达到323万个,网页数超过336亿个,我国网民数达到3.84亿人,年增长率为28.90%,这是继2008年6月中国网民规模超过美国成为全球第一之后,中国的互联网普及再次实现飞跃,赶上并超过了25.6%的全球平均水平。可见,中国的网络发展呈显著上升趋势,这为网络编辑专业的发展提供了庞大的就业市场。

与此同时,网络编辑职业规范化工作也在不断推进。2005年,劳动与社会保障部正式将网络编辑设为新职业并制定了职业标准。2008年,上海市开始面向从事网络媒体编辑工作的在职人员,以及相关专业毕业有意从事网络编辑职业的非在职人员进行培训,并率先推行网络编辑持证上岗制度。

在这一情况下,网络编辑队伍也在发生变化。2000年以前,有着计算机学科背景的编辑是各大网站的主力军,因为还处于技术主导时代的网站,需要懂技术的人员来执掌工作。但在2000年以后,网络媒体竞争逐渐激烈,“内容为王”的理念被视为网站发展的《圣经》,有着社会科学背景的编辑逐渐占据主流,传统媒体的编辑记者开始进入网络大潮。尤其从2004年开始,网络媒体从业人员与传统媒体从业人员进行交叉融合,网站人力资源结构也向多元化方向发展,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。在此过程中,网站对既懂新闻出版专业知识又懂电脑技术的专业网络编辑尤为青睐,加强网络编辑系统教育的呼声越来越高。

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,越来越多的有识之士已深刻

认识到,内容是一个网站的灵魂,它直接反映着网站的水平,也决定着网站的生存与发展。网络编辑人员正是网站内容的设计师和建设者。可以说,谁拥有了一支高素质的网络编辑队伍,谁就拥有了建设一流网络媒体的主动权,以及拥有了网络媒体生存发展的人才优势与广阔空间。

因此,我们必须站在新的高度,培养和造就一支思想过硬、专业扎实、真抓实干的网络编辑队伍,以适应新的发展形势和要求。那么网络编辑的职业定义是什么?网络编辑的工作内容与职业要求又是什么?2005年1月1日,劳动和社会保障部发布的《网络编辑员国家职业标准》中对以上概念作了明确的说明:网络编辑是利用相关专业知识与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。这个标准将网络编辑分为四个等级,即网络编辑员(国家职业资格四级)、助理网络编辑师(国家职业资格三级)、网络编辑师(国家职业资格二级)、高级网络编辑师(国家职业资格一级),并说明了他们的工作内容和技能要求,如下面的表格所示。

表1 网络编辑员的工作要求

职业功能	工作内容	技能要求
一、素材采集	(一)采集现有素材	能够根据需要选择计算机外围设备,能够安装外围设备的配套软件,能够使用扫描仪采集文字材料和图像,能够利用音频设备采集音频素材,能够使用数码相机、数码摄像机等数字设备采集图片、影像素材,能够使用电子邮件收集信息
	(二)收集网络素材	能够使用互联网搜索并保存需要的素材,能够收集栏目内的互动信息
二、内容编辑	(一)素材分类	能够根据内容属性对素材进行分类,能够根据文件类型对素材进行分类
	(二)素材加工	能够使用软件进行文字处理,能够使用表格进行文字处理,能够使用软件进行音频处理,能够使用软件进行图像处理,能够使用软件进行动画处理,能够使用软件进行视频处理
三、内容传输	(一)发布系统的使用	能够利用发布系统将素材入库,能够利用发布系统将素材传递给相关人员
	(二)其他传输方式的使用	能够利用局域网传输文件,能够利用互联网传输文件

表2 助理网络编辑师的工作要求

职业功能	工作内容	技能要求
一、内容编辑	(一)信息筛选	能够根据栏目需要选择有效信息,能够对有效信息进行分类整理
	(二)内容加工	能够对信息进行编辑加工,能够根据需要制作标题,能够根据需要制作内容提要,能够根据需要设置超级链接
	(三)内容原创	能够根据栏目需要撰写原创性稿件,能够根据栏目需要进行非文字信息的创作或指导创作
二、组织互动	(一)受众调查	能够确定调查主题,能够设计调查问卷,能够分析调查结果
	(二)论坛管理	能够对论坛内容进行监控,能够对不良信息进行处理,能够与论坛成员进行沟通,能够对论坛成员进行管理

续表

职业功能	工作内容	技能要求
三、网页实现	(一)内容发布	能够利用发布系统发布页面内容,能够利用发布系统对已发布的内容进行修改
	(二)网页制作	能够使用一种软件进行网页制作,能够使用 HTML 语言进行网页修改

表 3 网络编辑师的工作要求

职业功能	工作内容	技能要求
一、栏目策划	(一)内容策划	能够分析受众需求对栏目定位,能够提出栏目内容的策划方案
	(二)形式策划	能够根据策划方案制作信息结构图,能够提出栏目相关内容的表现形式
二、专题制作	(一)专题策划	能够进行专题内容策划,能够进行专题形式策划
	(二)专题实施	能够进行专题内容实施,能够进行专题形式实施
三、内容编辑与管理	(一)稿件撰写	能够根据需要撰写评论
	(二)内容审核	能够判断栏目内容的价值,能够判断栏目内容的正确性和合法性,能够按程序签发稿件,能够定期签发已审阅合格的稿件
	(三)内容监控	能够监控已发布的内容,能够发现并纠正网页中的错误
	(四)培训与指导	能够对网络编辑员、助理网络编辑师进行内容编辑方面的培训和指导,能够对网络编辑员、助理网络编辑师进行发布系统的培训和指导

表 4 高级网络编辑师的工作要求

职业功能	工作内容	技能要求
一、频道策划	(一)频道内容与形式规划	能够制订频道内容的策划方案,能够确定频道内容的表现形式
	(二)频道内容与形式调整	能够制订频道内容的调整方案,能够确定频道形式的调整方案
二、内容管理	(一)内容与形式总审	能够判断频道内容的价值,能够判断频道内容的正确性和合法性,能够对频道形式的规范性进行审核,能够把握频道的整体风格
	(二)内容协调	能够协调频道内各栏目内容的采集、分类工作,能够协调频道内各栏目内容的使用
	(三)内容统计分析	能够根据需要对内容统计提出需求,能够对内容统计结果进行分析
三、运营管理	(一)人员协调	能够确定频道人员分工,能够根据网站工作情况进行人员协调
	(二)人员培训	能够制订培训计划,能够撰写培训大纲,能够对网络编辑员、助理网络编辑师、网络编辑师进行理论知识培训和现场操作指导

上面的表格详细地说明了各级网络编辑应掌握的技能。了解国家对这一职业的要求,在实践中不断提高自己相关的素质与技能,对网络编辑来说,非常重要。

本教材将在此基础上,系统梳理网络编辑工作的原理、方法和技能,为使用者早日成长为一名合格的网络编辑人员,为网络编辑职业的发展尽微薄的力量。

第一章

网站策划

本章重点

1. 网站概念介绍
2. 网站类型分析
3. 新闻媒体网站类型分析
4. 网站定位原则、影响因素、方法介绍

学习目标

1. 了解网站的相关概念
2. 了解网站的基本类别和新闻媒体网站的基本类别
3. 理解网站定位原则和影响网站定位策划的主要因素
4. 能根据网站定位原则和影响因素进行网站目标定位、用户定位、功能定位

网络媒体指的是从事网络信息传播的商业网站和传统媒体设立的网站,前者如新浪网、搜狐网等,后者如人民网、新华网、中青在线等。网络媒体的定位,是指网络媒体网站的内容与服务的主要特色和发展战略。定位对于一个媒体网站来说,重要得如同摩天大楼的地基。没有良好的地基难以建成摩天大楼,没有科学的定位便无法形成有特色的网站内容与服务。

具体而言,网络媒体的定位是指确定媒体网站的目标用户群、确定媒体网站将提供的内容和服务、确定媒体网站将占领哪些细分市场 and 占有的市场份额、确定媒体网站的风格和特色等。不难看出,网络媒体定位是整个媒体网站建设的战略性问题,是媒体网站推出后成功与否的前提和决定性因素之一,对媒体网站的建设和发展意义重大。

本章首先从大家较熟悉的媒体网站的类型入手,从经营主体上对网站进行一次大致的分类,基本包括了目前存在的各类网站。在此基础上,引入网站定位的概念,阐明网站定位的重要意义。在分析影响网站定位的因素时,与网站的分类相结合,从网站的性质和受众两个方面入手,结合不同类型网站实例,深化对网站定位的认识,最后对网站定位的方法进行介绍。通过本章的学习,将会对网站基本状况有一定的了解,并对网站定位的内涵和方法有所掌握。