

编辑职业篇

编辑职业篇

2011 校园招聘大礼包

——大街网倾情奉献

大街网企业俱乐部

<http://company.dajie.com/>

编辑职业篇 2011 校园招聘大礼包——目录

一、	编辑简介	3
1.1	编辑概念	3
1.2	编辑的职业道德守望	3
1.3	编辑薪酬状况	5
1.4	编辑人才需求	7
二、	如何成为合格的编辑	10
2.1	怎样的人适合做编辑	10
2.2	编辑的素质要求	10
2.3	网络编辑	10
2.4	图书编辑入行谋略	13
2.5	简历	15
三、	如何成为网络编辑	17
3.1	网络编辑求职指南	17
3.2	网络策划——网络编辑的比走之路	19
3.3	网络编辑的“三大注意”	21
3.4	网络编辑必备	23
四、	各类编辑工作内容介绍	28
4.1	报纸编辑	28
4.2	图书编辑与期刊编辑的角色差异	28
4.3	网站编辑	30

一、 编辑简介

1.1 编辑概念

编辑是指用物质文明设施和手段，组织、采录、收集、整理、纂修、审定各式精神产品，使之传播展示于社会公众的工作和从事这项工作的人员。

随着文化活动和科学技术的发展，除书籍、报纸、期刊、图画等出版物外，还利用声频、视频、符号、图像等提供知识，传播信息，积累文化，交流思想。因此，编辑工作的内涵扩大了。通常编辑又可分为图书编辑、期刊编辑、报纸编辑、广播编辑、电视编辑及电子出版物编辑等。

1.2 编辑的职业道德守望

恩格斯说过，每个行业都各有各的道德，这是指职业特质而言。师德曰学高为师，德高为范；医德曰救死扶伤，治病救人；商德曰货真价实，童叟无欺，可见职业道德是与社会分工联系在一起的，是与职业的社会作用、社会功能、社会责任联系在一起的，是从业人员在职业活动中应当遵守的道德。

编辑职业道德是指从事编辑工作的人们在出版物编辑出版过程中应遵循的道德。它是职业道德要求与编辑职业的具体实践相结合的产物，既符合社会主义道德的普遍要求，又具编辑职业的特征。它是编辑应具备的生活、工作准则以及行为规范。

我国《公民道德建设纲要》中对职业道德的表述为：“爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会。”这 20 个字适应于各行各业道德的普遍要求，编辑职业道德也可归纳于其中，但根据新闻出版行业的特点，对编辑职业道德的基本认知应更注意其特征。

1. 编辑职业道德的核心是为人民服务

为人民服务是社会主义道德的核心，当然，也是社会主义编辑职业道德的核心。《国际新闻道德信条》(草案)也提出：职业行为崇高的标准是要求献身于公共利益。道德的中心问题是个人同他人、个人同社会集体利益的关系问题。普列汉诺夫就说过，“任何道德都是以或多或少的自我牺牲为前提”。为人民服务作为编辑职业道德的核心，就是要求我们热爱人民，对人民负责。编辑应该是一个能够为他人服务，具有为社会奉献精神的人。编辑是一种承传文化、塑造人的灵魂的崇高而光荣的职业，它给人以职业荣誉感，但同时它也是政治性、思想性、科学性很强的工作，是很艰苦、很细微的工作。编辑通过默默的劳动把作者的劳动成果尽可能完美无缺地奉献出来，故有“为人作嫁衣”之说。从这个意义说，编辑还是一种服务性工作，编辑在具有荣誉感的同时必须具有奉献精神。韬奋奖为什么成为我国出版工作者的崇高荣誉？是因为它以出版人的丰碑——邹韬奋先生名字命名。毛泽东同志曾为韬奋先生题词：热爱人民、真诚地为人民服务，鞠躬尽瘁，死而后已。这就是邹韬奋式的精神，这就是他所以感动人的地方。作为编辑，在自己的职业活动中，就要具备韬奋精神。

2. 编辑职业道德第一落脚点是正确地发挥编辑的选择功能

编辑活动的本质和特征，是其选择性和加工性。选择性是第一功能。正如美国资深编辑威廉斯所说的，编辑的第一角色应是“狩猎者”。编辑在大量的文化资源中搜寻、选择最有价值的部分经过加工向社会传播，影响人们的思想，推动社会经济的发展。这时候编辑的职业道德境界就影响着编辑的选择行为。

编辑应怀揣高度的社会责任感，选择对人们的精神世界产生积极健康影响、对人类物质文明建设起推动作用的资源作为工作对象。我们的前辈出版《红岩》、《青春之歌》等等影响几代人，湖南出版的袁隆平和他的杂交水稻方面的图书对解决我国和世界的粮食问题产生了巨大的影响。选择，并不排斥出版物的商业功能，但在处理社会效益和经济效益的关系上，社会效益是放在首位的。有些编辑为了追求经济效益而放弃社会责任，选择了庸俗低下海淫海盜的东西，选择思想倾向错误甚至反动的东西出版，损害人民利益、国家利益，这是编辑职业道德所不容的。资本主义国家有思想有道德的编辑人也非常强调这一点，如美国青少年读物出版社总裁

兼总编辑福格曼在谈到少儿读物出版时说过：“一本好书能改变孩子的一生，影响他们对于事物的感觉和看法，参与儿童读物编辑的过程不仅仅是件非常有趣的事情，而且是很重要的责任。”西文谚语中更有激烈的阐述：“印行有害之书者，死后尚应受罪于墓中。”我国的出版史中对职业道德问题也有记载和论述。职业教育的先驱陆费达先生在他的《书业商之修养》的文章中提出：“出版工作者的人格可以是最高尚、最宝贵，也可以是最卑鄙、最龌龊的。”他尖锐地指出：“若为谋利而编辑出版诲淫诲盗的书籍，则比捉刀杀人还要利害。”新闻出版编辑的选择，不仅注重出版物对人们精神世界的影响，还要注重其科学性，其中就包括真实性。今年6月山西发生繁峙矿难，11名记者收受贿赂，受到严肃的处理。忠于职守，客观公正地反映事实，是记者编辑的天职。为金钱而选择虚假，是新闻出版工作者的职业道德要求所不容许的。

3. 编辑职业道德是影响出版物编校质量的重要因素

职业道德的首条就是爱岗敬业，编辑的敬业精神表现为对书稿编校质量的负责。朱熹说过：“敬业者，专心致志以事其业也。”近代大编辑家、商务印书馆创办人之一张元济就是专心致志的典范。历史上流传下来的二十四史谬误不少，他主持编纂百纳本《二十四史》，为求得图书的质量，寻觅善本，走遍国内所有的藏书楼，抄录、摄影、比较、甄别，真是呕心沥血。这部二十四史3301卷，820册，编完后，张元济先生一页页校对三遍，付印时一页页签上自己的名字，以示负责。他从事编辑出版工作60年，任何事情都认真真，一丝不苟。邹韬奋先生也说过：“我不愿一字一句我所不懂或不称心就随便付印。”“看校样时聚精会神，就和写作时一样，因为我的目的不让它有一个错字。”这就是编辑的敬业精神的体现。我们周围有不少平凡的编辑具有这种不平凡的精神。有一少儿知识读物编辑，在审读稿件时，对描述骆驼走路的样子拿不准，骆驼四条腿是如何迈步的？为此，他专门跑到动物园去观察，他说绝不能让孩子得到的是谬误的知识。

编辑的功能除了选择性，就是加工性。所以对稿件编辑加工，要对其思想内容、语言文字诸方面高度负责。如果粗制滥造，错误百出，错别字连篇，误人子弟，就违背了编辑职业的本质功能，是不道德的。另外，职业道德是行业道德，是与行业竞争联系在一起的，高质量的图书在市场上才有竞争力。编辑要编出高质量图书，就必须有敬业之心。

4. 编辑职业道德的重要内容之一是正确处理三元关系

作者、编辑、读者是一个三元关系。职业道德要求编辑热情、真诚地对待作者，尊重作者的人格、著作权，尊重他们的劳动成果，对其稿件作出客观的评价，不打杀，也不“捧”杀。要帮助作者修改、完善稿件。因为大多作者是写自己熟悉的东西，不一定了解市场、了解读者需求。编辑要起协调和搭桥作用。稿件修改时，如与作者发生分歧，也不能以居高临下的姿态，以“权”挟人，不能以谋利放弃原则。在交往中，不能利用编辑权力谋私利，不得剽窃作者劳动成果。市场经济条件下，要重视作者名气对市场的号召力，重视名家，但也不能以名取人，稿件取舍要出于公心。要具有发现扶持新作者的观念和善良之心。许多编辑经过自己的努力使名不见经传的作者成为非常有影响的人物，使其作品成为家喻户晓的作品，而这些编辑在其荣誉的背后默默守着编辑谦虚谨慎的操作。编辑的这种奉献精神、这种德行和与作者交往中的诚信，往往是稳定扩大作者队伍，获得更多更佳出版资源的力量。

目前，我国出版界与国际上的版权贸易日益扩大，购进的版权已成为我们重要的出版资源。什么因素影响出版社的版权贸易？其中重要一条就是诚信。我们在国际交往中要不亢不卑，要遵守游戏规则。而我国目前不少出版人在与国外版权所有者的交往中，不重信誉，不履行合同，或拖欠版税，或隐瞒印数，或报价失实。报价适当是一种艺术，是一种学问，更是一种编辑职业道德的反映。

编辑对待读者，要热情服务、诚信公平。为人民服务就体现在为读者服务。编辑要了解读者需要，编撰他们需要的读物，为他们提供真实信息，不炒作，不搞虚假广告，订价合理，满腔热情对待读者来信。欺骗读者是编辑职业道德所不容的。

5. 编辑职业道德的重要表现之一是团队精神

出版物的生产从市场调查——选题设计——编辑加工——生产物化厂——宣传销售——货款回笼——市场跟踪，整个经营过程需要许多人共同劳动。无可置疑编辑工作是其全过程的中心，编辑的劳动是生产力中最活跃最基础的要素，但不是惟一的。正如一台演出，前台表演的演员是最重要的，但舞美、灯光、乐队、音响服装、化妆等等也是绝不可少的，全体演职员共同努力，才能完成一台节目。因此，身为编辑，要善待同仁，对

搞出版生产的同志，对搞发行的同志，对印制单位的同志，对社内从事其他综合性服务性工作的同志要尊重，并充分理解他们岗位的重要性和作用。要团结、友爱、互助，不能把荣誉成绩全看成是自己的。同行提倡正当竞争，反对为他人设障碍，无端破坏他人声誉。北京有一家大公司招聘职员，根据专业需要，请不同专业的四位专家背靠背出考试题，结果四位专家出的试题各有不同，但都不约而同出了一道相同的题：你对团队精神有何认识？可见团队精神是多么重要。它是一个集体的黏合剂，是工作环境良好、和谐的基础，是一个有道德的人的行为的思想前提，是必不可少的保证出版业发展的合作精神。

6. 编辑职业道德内涵之一是正确的义利观

中国自古就有“义利之辨”。我们社会主义的义利观是“把国家人民利益放在首位而又充分尊重公民个人合法利益”。编辑职业与“名、利”二字紧密相联，因此正确的义利观是编辑职业道德的重要内涵。编辑应坚持社会主义义利观，把自觉坚持社会主义义利观与维护个人合法权益结合起来。编辑中有不胜枚举的动人故事。如有一位资深编辑，几十年编了几百本书，许多书稿上记录着他批注改稿件的密密麻麻的文字，但几十本书上作者署名均是他人。有人问他有何想法，他说：编好书稿是我的责任，我愿做块无字碑，在人家的荣誉和快乐中也有我的快乐。这便是一个编辑的道德认知和道德情感。还有一个两句留言的故事。一个编辑为一部长篇小说的编辑出版呕心沥血，后来这部小说及作者名声大振。作者拿了稿费觉得心里不安，认为编辑花的心力实在不少，便寄去一些钱，留言处写上：“请笑纳，请理解。”编辑收到后，觉得心里不安，认为不能分作者稿费，便退寄回去，留言处写上“请收回，请理解。”这里充满道德感的两份短笺。这是值得倡导的精神楷模。当然强调道德义务、道德责任并不排斥道德生活需要，并非无视义务和权利的对等性、否认市场经济中个人利益驱动机制。我们应该义利统一观。在市场经济条件下，只有把对社会群体利益的关心和责任与对个人利益的追求结合起来，才能实现出版业市场运行的优化。

当前，编辑在市场经济条件下的职业道德经受着很大的考验。在太多的诱惑下，为获取经济利益而牺牲社会效益，参与非法出版活动，内外勾结牺牲集体利益，近乎职业欺诈，不守诚信等等道德失范行为确存在。义利观的模糊、人生价值观的世俗化使编辑职业道德建设成为愈来愈重要的课题。

职业道德的建设需要教育，需要法律，需要舆论监督，需要道德环境，但最重要的是必须加强自我修养，因为道德是需要自律的。要充分调动外制力（主要是社会评价和立法监督）、内制力（主要指团体道德诉求和氛围）、自制力（主要指编辑自身的控制自我和优化自我）来调节编辑职业道德行为，使编辑在学习和实践中将编辑职业道德变成一种自觉的内心要求，一种坚定的道德信念。如果我们的编辑队伍职业道德达到这种层次，这支队伍将是一支出类拔萃的队伍，一定能不断生产出优秀的精神产品，推动社会前进。

1.3 编辑薪酬状况

记者编辑传媒人士行业薪酬内幕公布

传媒人士薪资大调查，有经济学家把“记者”划入了其中；因为在前不久有调查说传媒行业的薪酬已经超过上海平均薪酬的3倍，从事传媒行业也使许多名校生、研究生趋之若鹜，那么，到底这个行业的薪资情况有多高，诱惑力有多大，前景又怎么样呢？

据消息，记者采访了解到，在上海的主流媒体中，大多数记者编辑的底薪收入每月在3000到5000元，少部分较低的也在每月2000元左右，绝大多数是刚刚毕业还处在见习期的记者编辑。

通常记者的主要收入是工资+稿费。当然媒体影响力的大小也同样关系到记者编辑们的收入高低，例如申城某知名报纸，收入高的记者一个月能拿到近两万元的薪水，某电视台采编记者多的时候一个月能赚到1万元。原本被认为收入不太理想的杂志社，一般记者每月也能拿到4000-5000元。至于广播记者，一般的月薪在5000元左右，高的也在1万以上。另据ZHAOPIN.COM的统计数据表明，在未来的8年内，各类编辑职务将呈现需求上升趋势，总增长量将超过26%，比其他各类职位的平均增长量还要高。这主要是由于网络技术的飞速发展，出现大量的各种类型的网站，从而促使了编辑职位的需求增加。同时，广告以及公关行业也会需要文案编写人员，将近三分之一的编辑写作职位都来自报纸、书籍出版商、期刊杂志等。

电视台：爬得高才能拿得高

影响薪资因素：工作的“量”和“质”直接决定收入的高与低，从事与汽车、房产、娱乐相关“口”的薪水相对会高一些，同时，职位高低影响着薪资水平。

郑先生：入行也快两年了，做这行，有固定的条线和没条线差别很大，刚参加工作的和老记者差别也挺大。我现在还没固定的条线，一般就是跑跑别的记者忙不过来或者突发的新闻，所以薪水并不是很高，一般也就是3000元多点，好的时候也能拿六七千元。而老记一般能拿到8000元左右，如果碰上大的事件，需要连续追踪报道的话，一个月拿一万多元也是很有可能的。

宋先生：月薪一万元？不可能。根本没有人们想象的那么高。我做了3年记者，每月也不过拿到5000元左右。如果想要再拿高薪，除非职位往上升，做制片人什么的。总之，只有职位上升了，薪水才可能有较大幅度的增长。有些记者做了一段时间就会选择跳槽，或者随着自己各种资源的积累，自己出来开公司。在上海做传媒薪水并不高，起码比不上北京，但相对要比北京稳定一点。

报纸：和工作量成正比

影响薪资因素：报纸的赢利情况，记者捕捉新闻的敏感度，发稿量和稿件质量，编辑的版面编辑质量和编辑版面量。

小杨：我是去年毕业的，毕业之前就在一家早报当实习生，但是因为想考研，中途离开了报社。不过，后来研究生没考上，于是再次到报社实习，因为这个原因没有赶上签约，只好等第二年机会，这就意味着我每月只能拿稿费，而没有其他的工资福利。到今年4月，我被通知正式被录用，这一来，我的月薪一下子从原来的1000多元涨到了现在的5000多元，当然我的活也增加了许多。报社里有的记者编辑能拿到8000元，甚至1万元的月薪，但他们的工作量要远远超过平均水平，很辛苦。

网站：工作背景很重要

影响薪资因素：计算机能力、学历、经验、能力都足以产生影响。有没有在大型门户网站工作的经历，会成为衡量薪资的一个重要标准。

王小姐：我以前是做报纸的，月薪2000元左右。现在月薪能有5000元。做网站编辑在文字和选题策划方面和报纸杂志差不多，新闻的敏感度和实效性没那么严格，但对计算机的要求就比较高了，对PHOTOSHOP、JAVA、SQL等都有要求，文字处理和计算机能力都要过硬。如有大型的门户网站的工作经验，薪水有望达到8000元以上。

编辑总需求量走高各类编辑薪酬全接触

根据国内知名招聘网站的统计数据表明，在未来的8年内，各类编辑职务将呈现需求上升趋势，总增长量将超过26%，比其他各类职位的平均增长量还要高。这主要是由于网络技术的飞速发展，出现大量的各种类型的网站，从而促使了编辑职位的需求增加。

同时，广告以及公关行业也会需要文案编写人员，将近三分之一的编辑写作职位都来自报纸、书籍出版商、期刊杂志等。

编辑职位的薪酬因职位职责不同而有很大的差别。

小规模的出版社提供的薪金远比大规模的出版社要低很多；新媒体或者说网络公司又比传统媒体要高，一些职务年薪的大致范围：助理编辑：2万-3.5万元，文案策划人员：2.5万-4.5万元，网络编辑：3.5万-12万元，高级编辑：5万-12万元。

网络编辑薪酬介绍

近年以web2.0为概念的网站风生水起，很多国外风险投资也纷纷瞄准国内市场，行业的火爆使得网站的人力资本进一步提升，网络编辑的身价不断提高。

如今，全球互联网的页面已达到8亿个。在信息沙漠中找到一片绿洲，为人们呈现出有价值的内容，这样的“探索者”和“把关人”就是网络编辑，他不仅仅是信息技术平台的操作者，也是信息价值的挖掘者。从这一点来说，网络编辑就是新媒体时代的思想者。

资质逐步走向专业化

据一位如今已经是某网站资深中层管理者的王先生回忆，自己当初入行时就是冲着网络公司的高薪而去，没想到一做就是近十年。与十年前相比，网络编辑的传奇时代已经一去不复返，但是人们却在十年间步入网络时代，如今“网络编辑”被众多媒体评为 2008 年度最炙手可热的十大职业之一。

国家职业技能鉴定中心相关负责人曾表示，目前的网络从业人员大多是从传统媒体编辑、记者、网站管理员、图文设计等职业中分流出来的，缺乏统一的职业标准与规范。要同时具备传统编辑技能和网络管理、维护能力两个方面要求，国内的相应复合型人才仍然非常少。因此自从 2005 年劳动和社会保障部正式将“网络编辑员”列入国家职业大典开始，关于这一职业的资质鉴定就已经正式进行规划，同年颁布的《互联网新闻信息管理规定》规定：互联网出版机构应当实行编辑责任制度，必须有专门的编辑人员对出版内容进行审查，保障互联网出版内容的合法性，互联网出版机构的编辑人员应当接受上岗前的培训。

本月，上海市首批网络编辑国家职业资格证书试培训开始，这是由政府相关部门推出的首个国家资质网编培训班。据悉，今年内，上海网络编辑人员有望在国内率先实施注册管理和持证上岗制度。有关部门和行业协会将对取得国家职业资格证书和取得社会职业考试院合格证书的网编人员统一注册登记，开展相应管理和服务工作。

兼具编辑与网管能力

网络编辑人员不仅要具备传统编辑所需要的素质，同时还必须具有必要的信息技术素养。在搜狐从事网络编辑工作的小刘告诉记者，网络编辑并不像人们想象的那样，只要每天浏览网页，做一些简单的复制粘贴工作就好，一名优秀的网络编辑不仅需要具备必要的信息筛选能力和加工能力，也要经常参与新闻或专题的采访活动，从中发现新闻的亮点，撰写原创稿件，引发网络热议。

此外，网络编辑还要具备一定的网页制作、网站管理与维护和高层次的信息策划实施能力。“每天早上八点不到上班，晚上六点一般还都不能下班，其间都要不停地浏览网页，进行选择 and 编辑，有时候还要出去采访写稿。这样十多个小时的高强度工作，并不是每个人都能够胜任的。”小刘表示，从业者往往身心俱疲。外界对于这份工作“轻松高薪”的看法，纯粹是一种误解。

小刘坦言，从传统媒体分流而来的网络编辑具备传统编辑的基本技能，但缺乏相应的网络管理和维护的能力；而单纯的以技术为专长的网络管理员或者图文设计者，往往缺乏传统媒体人所具有的文字功底、编辑技能和新闻敏感度。能够兼顾这两个方面要求的复合型人才，在行业内实在太少。

网络媒体打响挖角战

如今互联网发展全面进入第二个高峰期，新网站不断异军突起，一夜间身价暴增的互联网公司层出不穷。众所周知，网络公司的核心资源是“人”，尤其是大量网络编辑。由于网络媒体对突发事件的即时报道有自身优势，满足了公众对及时性新闻的需求，因此好的编辑如果能够适时捕捉到新闻热点，就可以帮助公司提升几百万甚至上千万的价值。在行业火爆的情形下，网站的人力资本自然也进入了通货膨胀期，各个网站都在互相挖人和引进人才，这些都造成各大网站的人员流动频繁。

目前，我国拥有网络编辑从业人员多达 300 万人，在未来的 10 年内，网络编辑总增长量将超过 30%，高于其他各类职位的平均增长量。据相关人士透露，各大门户网站的资深网编，年薪可达 8-12 万元。网络编辑的薪酬一般是由固定薪酬和浮动薪酬两部分构成。固定薪酬跟他所在频道的点击量没有关系，只跟他的岗位和能力有关系。浮动薪酬则和网络编辑所在频道的流量、市场占有率、网络产品带来的收益等有关。

1.4 编辑人才需求

编辑出版专业：100%就业率背后的人才需求

“嫡系”一派

北京印刷学院是国家新闻出版总署的“嫡派子弟”，虽尚未跻身名校之列，在编辑出版界却是“名门闺秀”，打造出了独特的编辑出版品牌。其编辑出版专业成为由国家管理的专业点，是我国非重点高校中唯一的教育部管理专业。

该专业一向坚持“开门办学”“在做出版中学出版”的办学理念，不断加强与业界的联系。它借助社会力量成立了出版传播重点实验室，并在全国上百家出版社、杂志社建立了实习基地。北印在教学中重视实践环节，刻意让学生在实习中掌握各种出版业务和交际才能，因此培养出的人才思路开阔、业务能力和适应性都很强。

近年来，北京印刷学院编辑出版专业的发展越来越迅猛，建制从当初的专业发展为出版系。已经毕业的四届本科生，分布在全国上百家出版发行机构，受到了用人单位的好评。

科技本色

编辑出版乍一看是一个纯文科专业，仔细一想却是“非也非也”，诸多的自然科学类、科学技术类书籍是由谁来担任编辑的呢？

中国科学技术大学的编辑出版专业毕业生对此可是得心应手。中科大是全国仅有的设科技传播方向的两所高校之一。强大的理工背景为其开展科技编辑和现代出版技术教育铺就了一个发展平台。中科大编辑出版学(科技传播)专业创办于1987年，1989年设立传播管理方向硕士点。它不但是全国培养科技传播学人才最多、经验最丰富的一大基地，还是受国家新闻出版总署表彰的优秀人才培养基地，并曾两次作为中国科技传播教育的样本在国际科技编辑大会上做介绍。

该专业一般只招收理科生，对学生的理科成绩要求很高，课程设置也有很大一部分与现代科技相关，旨在培养学生深厚的理工知识背景、扎实的现代出版技能、高水平的计算机和中英文表达能力以及较高的传播策划与经营管理水平。其毕业生有相当一部分在出版行业从事网络传播、电子出版等信息技术工作。在高科技创造生产力的今天，文理交叉，具有鲜明的科技、人文一体化特色的科技传播将会“英雄逢时”。

相扶相长

南开大学的编辑学专业创办于1984年，办学历史相对较长。现已脱离原中文系组建成传播学系。在学科专业融通性、跨学科发展要求越来越高的今天，该系在继续办好编辑出版学专业的专业基础上又计划开设广电新闻学专业，利用传统学科与新兴学科交叉、强势专业与新设专业交叉来带动原有编辑出版专业的发展。而编辑出版专业又将在新专业的发展之路中起到极其重要的作用，其地位也进一步提升，具有较为广阔的前景。

南园采英

南京大学编辑出版专业历史虽不太长，其发展势头之强劲却令人惊叹。它雄心勃勃地设立了编辑出版研究所，所长张志强教授撰写的《中国非法出版活动研究》一书曾获中国图书奖，在出版法制研究界掀起了一股不小的波澜。校出版社也努力崛起，实现了“冲刺三大奖，打造亿元社”的目标，为编辑出版专业作了很好的引导。

南大编辑出版学设在中国语言文学系之下，课程设置偏重中文、编辑方面，同时也十分关注出版法制和出版现代化问题，几乎每个学生都有一支“生花妙笔”，能写能编的同时又有着很强的现代出版理念。你若有意向研究生阶段深造，可进入信息管理系图书馆学专业。

西部探微

西部地区出版业走特色发展的道路，涌现出了一批优秀出版发行机构。如以云南新华书店为代表的发行机构和以广西师大出版社为代表的优秀出版机构。相比而言，西部地区的编辑出版学人才培养起步略晚，但就现有学校而言，仍可圈可点。

四川大学编辑出版学设在新闻系之下，以新闻传播学为主干学科，从2000年开始招生。川大在教学上强调基础的深厚与扎实，采取各种措施让一流教师和名教授为本科生授课，保证了学生的扎实基础。在教学活动中使用英语或双语教学，积极使用多媒体课件和电子教案，自然灌输国际前沿知识。针对未来社会对复合型人才的要求，川大还注重培养学生的综合素质，要求文科学生必须修足12个自然科学类学分，这一要求大大拓宽了编辑出版学生的就业面——未来的川大籍编辑可是“文理通杀”的哦。创新意识和动手能力的培养也属学校“狠抓”之列，人文社科类专业可以根据自己的专业特点，实行代职实习、带课题实习、顶岗实习、课程教学与实践教学相结合等多种形式，让学生尽早接触社会，将实践与课本知识融为一炉。

广西民族学院编辑出版专业为该校实力最雄厚的中国语言文学学院于 2000 年开设的一个专业，所开课程共分五大类——文学文化类、写作类、编辑类、出版及文化经营类和现代传播技术类，另外还安排 20 周左右的实习环节。从这种分类标准可见广西民院对本专业学生的知识覆盖面、文字功底和文化素养相当重视。另外，中文学院还提出“一主两翼”的教学方针，即以知识为基础，以能力为外在表现，以写作为优势的“知识+技能”结构模式。

广西师范大学的编辑出版专业虽是 2001 年才设立的，但上有深厚的历史人文积淀可倚——有鸿儒教学，下有著名的广西师大出版社可靠——有儒商引领，师生们对未来也是踌躇满志。编辑出版专业所在的中文系学术风气浓厚，近 6 年来召开国际、国内各种学术会议 20 次，师资力量强，100% 的教师具有研究生学历。在教学上强调以教学改革为中心，以多媒体教学为突破口，多门课程可全程运用多媒体教学。

繁星当空

其实，对高校编辑出版专业的介绍并不是以上几段描述就能穷尽，还有许多高校在这方面的特色在等待我们去细细品味——安徽大学新闻学系下设的编辑出版专业已成为省重点建设学科；

北京大学编辑出版学与广告学、新闻学专业共同组成了新闻传播学院；吉林师范大学的编辑出版专业为历史系下设专业，教学优势在于编辑史与出版史，毕业生具有较强的史学功底；东北师范大学的编辑出版专业毕业生有相当部分走上大中学校教学岗位，师范特色凸显……这些高校如同夜空中闪烁的繁星，让我们看到了编辑出版学的旺盛生命力。

网络又兴新职业人才需求近百万

网络编辑职业是个新兴的职业。目前从业人员一般是从传统媒体编辑、记者、网站管理员、图文设计等职业中分流出来的，缺乏统一的职业标准与规范，给企业的培训、考核及人员使用带来了不少困难。正因为这样，网络技术精英成了企业争抢的人才。

网络媒体的快速膨胀导致了网络编辑人才的短缺。据我国互联网络发展状况统计报告显示，目前我国网络编辑从业人员多达 3 0 0 多万人。未来 1 0 年内，网络编辑需求将呈上升趋势，总增长量将超过 3 0 %。

二、 如何成为合格的编辑

2.1 怎样的人适合做编辑

编辑最重要的是要有突出的策划能力，能够根据记者上报的新闻线索迅速找出最引人关注的焦点，发现最贴近读者的切入点而组织专题报道。

不少媒体招聘时很看中学生高中时的语文成绩，因为高中成绩好，说明基本功扎实。至于专业，那些学经济、法律、历史、国际政治的学生会比较受欢迎。近年来，各家媒体招聘，要求新闻系毕业的约占一半，最多不会超过五分之三，分析其原因，除了媒体需要多方面的专家型记者外，这还同目前新闻传播专业开得太多，毕业生供大于求有关。

编辑需要有很强的语言掌握能力，即要懂得遵守这门语言的一些“规则”，又要知道何时能够打破常规，发挥创造力。同时，还要求具备随时掌握和收集大量信息，并加以归纳总结，以为己用的能力。当你在阅读一部作品或者说是一篇文章时，应当以客观的态度对待之。不仅仅是检查一些错别字，而且要加上自己的一些评价，一些看法。

大多数编辑需要具备大学学历，新闻、通信或英语、中文专业毕业。而拥有一定的写作经验也是至关重要的。通常这些经验是通过实习或向当地的报纸媒体等投稿来获得的。编辑职业一般是从实习生、校对人员、助理编辑做起。在积累了相当的工作经验之后，可以再向编辑、技术编辑、编审、主编、总编等职位发展。

如今高新技术发展的时代，越来越多的人开始利用互联网这一全世界最大的载体，来宣传自己的作品，因而也就产生了网络编辑这一新职业。与普通媒体不同，网络编辑需要具备相当的技术水平，比如熟练运用MSWORD编写文章的能力，甚至是运用HTML语言制作页面的能力。

中国出版编辑专业行业对从业人员实行职业资格制度，首次出版专业职业资格全国统一考试已开始。凡是在图书、音像、电子等出版单位中从事编辑、出版、校对等专业技术工作的人员，都要参加人事部组织的全国统一的出版专业职业资格考试，取得相应的出版专业资格。

目前中国大约有数十万人从事出版编辑工作，此次出台这项政策，出版专业将实行职业资格制度，今后不再组织进行初级、中级出版专业技术职称的评审工作，职称资格的评审制度将转化为统一的职业资格考取方式，用人单位则可根据岗位的需要从取得出版专业职业资格证书的人员中自主聘用。今后出版专业的职业资格也将分高级资格、中级资格和初级资格三种。出版专业从业人员的职业资格考试将每年举行一次。

2.2 编辑的素质要求

- (1) 扎实的专业知识和宽广的知识面；
- (2) 较强的社会活动能力和人际交往能力；
- (3) 具有较强的鉴别能力和对信息的快速反应、筛选能力；
- (4) 责任感强；
- (5) 具有较强的文学能力；
- (6) 有较强的学术价值观念和经济效益观念。

2.3 网络编辑

网络编辑，是网站内容的设计师和建设者，通过网络对信息进行收集、分类、编辑、审核，然后通过网络向世界范围的网民进行发布，并且通过网络从网民那里接收反馈信息，产生互动。网络编辑是指利用相关专业

知识及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。网络编辑作为互联网时代的新兴职业,2006年首次被列入国家职业大典。

现状分析

目前的从业人员主要是由传统媒体(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。缺乏统一的职业标准与规范,给企业的培训、考核及人员使用带来很多技术困难。因此,通过网络编辑国家职业培训,把网络编辑人员素质的管理纳入标准化、制度化、规范化的轨道,对网络编辑人员专业队伍的建设,从业人员素质的提高,职业持续、稳定、健康地发展,有非常重要的现实意义。

随着互联网的越来越普遍,网络编辑这个工作也成为非常受欢迎的一个岗位。按照网站数量估算,目前,我国拥有网络编辑从业人员多达300万人,在未来的10年内,网络编辑职位将呈需求上升趋势,总增长量将超过26%,比其他各类职位的平均增长量还要高。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。网络编辑从业人员的素质的高低,直接影响网络媒体队伍的整体水平及网站内容是否取得成功。随着计算机的普及,互联网站的不断涌现,网络编辑职业的前景也将是光明璀璨的。

工作介绍

利用相关专业知识及计算机和网络等现代信息技术,从事互联网站内容建设,主要工作内容是:

- 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。

职业要求

能够清晰而有逻辑的表达自己的想法,具有创造性的思维,热爱写作与创作,具有丰富的背景知识熟悉基本的办公软件,熟悉photoshop, dreamweaver等图文编辑软件,掌握html语言思维活跃,新闻敏感性强。能够所在最短的时间内判断新闻价值并了解新闻发布的渠道善于交流与沟通,能够了解用户和受众的意见,与他们进行沟通善于调整自己的状态,能够适应全时段采编新闻的工作强度和实时更新的工作节奏。

职业等级

- 本职业共设四个等级,分别为:
- 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)。

网络编辑资格认证国家职业标准

网络编辑员(具备以下条件之一者)

- (1)经本职业网络编辑员正规培训达规定标准学时数,并取得毕(结)业证书者。
- (2)在本职业连续见习工作1年以上者。
- (3)取得经劳动保障行政部门审核认定的、以中级技能为培养目标的中等以上职业学校本专业或相关专业毕业证书者。

助理网络编辑师(具备以下条件之一者)

- (1)取得本职业网络编辑员职业资格证书后,连续从事本职业工作1年以上,经本职业助理网络编辑师正规

培训达规定标准学时数，并取得毕(结)业证书者。

(2)取得本职业网络编辑员职业资格证书后，连续从事本职业工作2年以上者。

(3)连续从事本职业工作3年以上者。

(4)取得高级技工学校或经劳动保障行政部门审核认定的、以高级技能为培养目标的高等以上职业学校本专业或相关专业毕业证书者。

(5)取得本专业或相关专业大专以上(含大专)毕业证书者。

网络编辑师(具备以下条件之一者)

(1)取得本职业助理网络编辑师职业资格证书后，连续从事本职业工作1年以上，经本职业网络编辑师正规培训达规定标准学时数，并取得结业证书。

(2)取得本职业助理网络编辑师职业资格证书后，连续从事本职业工作2年以上。

高级网络编辑师(具备以下条件之一者)

(1)取得本职业网络编辑师职业资格证书后，连续从事本职业工作1年以上，经本职业高级网络编辑师正规培训达到规定标准学时数，并取得结业证书。

(2)取得本职业网络编辑师职业资格证书后，连续从事本职业工作2年以上。

网络编辑应该具备的六大基本素质

网民随时可以在新闻报道后面“跟贴”、“灌水”，发表各种信息、评论或意见，信息的发出者不再受控，而网络媒体无法对网上的各种信息立即全面有效地引导与控制。在这种格局下，网络编辑如果对网上各种信息反馈信息处理不当，就难免对社会造成不应有的负面影响。这就必须要求网络新闻从业人员具备较高的新闻职业素质。

较高的政治素质。网络采编人员要担负起正确导向的重任，就要不断增强政治敏感，时刻保持清醒的头脑，了解报道禁区 and 底线，正确引导社会热点难点问题；要对党的理论、路线、方针、政策和国家的法律法规融会贯通。网络编辑在处理新闻稿件时，需要具备较高的国际政治敏感，维护我国在国际舞台上的良好形象。如果网络媒体的采编人员没有较高的政治素质，如果不能做合格的“守门员”，后果不堪设想。

精通新闻理论和业务。网络编辑要有策划报道和组织实施采访的能力。网络新闻采编制作发布是前后方“一条线”、多环节“一条龙”，如果缺乏精心策划，没有周密的组织，往往会在采访、编辑、制作、发布等环节上出现脱节而贻误“战机”。探索适应网络新闻传媒的采编理念和样式，驾驭网络新闻传播的特点和规律，用符合网络网民需要的样式和适合网络新闻采编的特点，为网络新闻的传播服务。

丰厚的知识贮备。网络新闻采编人员要增强知识储备，首先要扩大知识面，重视政治理论学习，提高自己的理论水平和政策水平；其次是向实践学习，在实践中提高自己的文化素养和业务技能，在学习和实践中不断提升自己；再次，要加强学习现代技术知识，特别是跨学科、跨领域、跨行业的知识，才能开阔视野，拓宽思路，拓展采编业务空间，提高采编工作效率和质量。

快速反应和理性思维能力。网络新闻，常常带有随机性。如果遇上突发事件，是否采写，怎样编发，要求网络编辑迅速作出正确反应，同时具备理性思维能力，善于运用有关方针政策或法律法规，准确判断突发事件或其他新闻线索的新闻价值及其社会影响力，避免采编活动和新闻报道给社会带来负面效应。

较高的网络新闻编辑水平。网络编辑有时为了抢时间，就“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。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。

更高的道德意识和责任感。这种道德意识不仅包含传统的职业道德，更是指网络新闻工作者本人在信息传播中必须具有强烈的道德心，对发出的每条消息负责。网络新闻，不管稿件来自何种渠道，都需要经过反复认真的选择，去伪存真、去粗取精。同时网络编辑还要重视整体道德修养的提高，树立良好的整体职业形象，才能更好地肩负起网络新闻传播的历史使命。

相关网站：

1.网络编辑之家：<http://www.eastit.cn>

- 2.网络编辑之家：<http://www.editorsky.com/>
- 3.BiaNews-网络编辑门户：<http://www.bianews.com/>
- 4.网络编辑职业资格认证培训网：<http://editor.cettic.cn/Main/CMS/Index.html>
- 5.网编之家：<http://www.52wangbian.cn>

2.4 图书编辑入行谋略

客户服务、技术支持、医药代表……应届生容易上手的工作似乎也不算少。本期隆重推荐图书编辑。图书市场热热闹闹，销量榜上叱咤风云，你是否也对策划一本畅销书跃跃欲试？

过来人说：图书是这样炼成的

上海文艺出版社 Lily

一本书做了4个月

去年研究生毕业后，我进了上海文艺出版社。最近，我刚刚做了一本长篇小说，围绕三个主人公，讲述了上世纪70年代上海“二万户”（早期的工人新村）里发生的事。作者裴旦，是位上海女作家，任多家报纸的专栏作者，这是她第一部长篇。稿子是直接托人送到出版社的，所以省了最初的组稿工作。

首先我要做的是看稿，然后填写“审稿单”。审稿单的内容包括稿子的概括内容和出版意义。就这本书而言，我归纳了3点：一是“二万户”的题材还没有人做过，比较新；二是故事呈现了特定历史时期的上海风貌（作者说是写给女儿一代看的）；三是内容反映了积极向上的精神气质。

之后，经领导同意，书正式准备出版。接着我就和作者沟通，签订协议。主要包括版税、印数等内容。签约后，就是修改稿件。这是个和作者沟通、磨合的过程。对一些语病，编辑就直接处理了。但对于结构、文字梳理、文句调整等都需要作者亲自来，编辑只是提意见和建议。作者修改后，还需要送上级部门审读。一样出来，作者、编辑、校对“三堂”再分别看；综合结果出大样，再修改出清样。在作者进行修改的同时，我们就开始版式的设计，需要和美编沟通商定。最后确定书的装帧，包括封面、封底、勒口（封面折过去的那细条部分）。我要告诉美编这些地方我都要放些什么内容，如：勒口上放作者介绍等。

通常情况下，组稿到发稿需要2个月；发稿到印刷也约要2个月。因为修改需要作者自己来，编辑不是很好控制时间。如这本书，因为作者在长篇小说方面并不出名，又是第一部，所以她请来陈丹燕作序。因为要等序，时间我们也无法完全掌控。

为书的销售动脑筋

要想书卖得好，编辑得好动一番脑筋，尤其当作者没有知名度的时候。在裴旦的书之前，我编辑过一部青春校园小说——《行走年轮之上》，作者是上海大学的一位学生。

当时我很犹豫，一方面觉得稿子还不错；另一方面觉得此类小说泛滥，很难脱颖而出。尽管市场上青春小说、网络作品比较热门，销路不错；但这位作者没有知名度，作品也从未在网络上露脸。而上海文艺并不以出版青春作品见长。最后，我们还是看好这本书的市场，经过和发行部的协商，把印数从1万册调整到8000册，打算出版。

为了书能有较好的销量，针对作者毫无名气，我利用关系请北大的曹文轩教授为他作序。因曹文轩教授非常关注青少年写作（如“新概念”作文、少年作家韩寒等），在这个圈子较为知名、权威。为了吸引眼球，又请了一个女孩为小说配了5幅插图，连同封面都是日本漫画风格，视觉效果较好。最终，市场反响还不错，现已加印了3000册。

新人说：看稿烦，组稿难，宣传愁

烦：看稿

编辑工作我刚干不久，坦白说还是干得蛮开心的。当然也有烦的时候——看稿和应付投稿者。进了出版社，我才知道这年头“文学青年”还是这么多（“文学青年”一词毫无贬低之意），上至80老翁，下至14少年。

因为我们是新人，在组稿方面不太有所作为，看稿就成了很重要的工作。每天都要“饱览”浩如烟海的作品，短则十几万字，长则百万；从中品味出有出版价值的稿子，剩下的就要退还给投稿者。由此衍生出一项工作就是和投稿者打交道，遇到难缠的，就会电话质问你退稿理由。“敝帚自珍”，他们都觉得自己的作品是“天下无双”，你不用就是埋没绝世英才。所幸，“文学青年”们还比较讲理，很少有那种胡搅蛮缠、听不进解释的人。

体会：学会甄别作品的好坏是一个编辑必备的条件。所以大量的看稿也是基本功之一，这样想就心平气和了。从来稿中找到有分量、有价值、有出版意义的稿子也是很开心很有成就感的事。而作为一个编辑，我要对投稿者负责，审读他们的稿件并作出回复是份内的事。想到“责任”二字，我觉得也没什么好抱怨的。

难：组稿

虽然投稿的人很多，但对于编辑来说，组稿还是件很不容易的事。因为要考虑到稿件的质量，还得考虑市场。对我这样的新人来说，组名家的稿尤其难。首先，你根本无法接触到这些知名作者。即使你获得了他们的联系方式，找上门，谁搭理你这样的小编辑。客气的会说，我和你们出版社谁谁很熟，十几年交情了。所以，他们即使手中有作品也会给老编辑，轮不到我们这样的小编辑。过去，出版社都是老编辑带新人认识那些名作者，现在竞争激烈，这种资源都得自己一点点积累。

相比之下，约一些青年作者、网络写手比较容易，但是很可能领导这关过不了。因为推新人或者网络写手的作品有一定的风险，这些作品没有经过时间的考验，作为新手我们对稿件的把握也不够火候。你不敢保证一定有销路，也不能保证一定赚钱。这样，领导很可能就否定。对于上海文艺这样的大出版社没必要去冒这个险，不值得。

目前，我作为新人还没有什么严格的经济考核指标。2年以后，如果我在数量和赢利上达不到要求，很可能被淘汰。而作者资源的积累，不是一两天的事；需要扩大圈子，多交朋友，长期培养感情。所以，现在我已经感到压力了。

体会：难归难，也不是束手无策。新编辑组稿比较困难，所以刚开始，领导都会分配任务，指派稿件，比如我这次做的裴旦的书。其实领导手里会有很多稿子，如果你平时表现好，工作积极，交给你的任务都能很好地完成，领导也会不断给你稿子。由此，就能逐渐积累资源。还有很多老编辑，因为赶时间(如前段时间上海书展)，可能手里同时有3-4本书在做，忙不过来，他们也会让新人帮忙。这也是学习和积累的好机会。前提自然也是你平时的表现让人放心。

愁：宣传

组稿难，资源积累的困难已经让我很犯愁了，等书出来后还有一样愁的事，那就是宣传。因为出版社没有像外企那样专门设立公关部或者市场策划部，所以书出版后的宣传工作也得编辑自己来。书一出版，我就得利用各种关系在媒体上宣传，扩大书的知名度。

体会：舆论宣传绝对能对书的销售起到推波助澜的作用，不容忽视。既然出版社没有专门设立相关部门负责新书的宣传，我就得自己想办法。好在我是中文系毕业的，有不少同学都在媒体工作，我可以通过他们帮忙。文科生在大学里多少认识几个毕业后进媒体的，拐弯抹角总能找到帮得上忙的人。而且，如果书有新意，有亮点，媒体也是愿意宣传的。

HR说：静得下来，走得出去

世纪出版集团人事经理顾晓菁

工作内容：

大学生新进入社，通常担任助理编辑的职位，做的是一些基础工作。首先要了解出版动向。例如，最近什么书比较热门，有什么新书出版；当然，不是所有的新书都得关注，而是与他负责的范围相关，譬如说旅游、励志、教育等等。

第二，他们要及时了解图书市场信息，并从中得出一些规律性的东西。例如，本出版社最近新书在市场上的销售情况；相关图书(其他出版社)的销售情况；思考销售情况迥异的原因。第三，学习处理稿件，如：初审、改稿。

工作要求：

随着市场化程度的提高，图书出版市场的竞争愈来愈激烈。随之而来的是对人才越来越高的要求。现在出版社对编辑的学历大都要求本科以上，而事实上基本以硕士为主。学历之外，对能力要求也在提高，要有极强的责任心、市场意识、组织能力、社会活动能力。所谓“静得下来”是指看稿、审稿的时候一定要静下心来。不然几十万字甚至几百万字的书稿重复看几遍怎能做到？图书编辑是“为他人做嫁衣裳”的工作，得耐得住寂寞。而一到组稿的时候就得“走得出去”。不但要有敏锐的市场眼光，还得有非凡的交际能力。这样才能有独特的选题，才能有市场卖点。否则，到了考评，没有创造利润，干得再辛苦也是白搭。

2.5 简历

编辑人员中文简历模板

自我评价

出色文字撰写及编辑能力，出色的人际交往能力，优秀的策划能力。熟悉各类媒体，有丰富的采写经验。

个人信息

姓名：XXX 性别：女 年龄：27岁

E-mail：XXXXXXXXXX 联系电话：XXXXXXXX

地址：山东省淄博市XXX路XXXX号 邮编：XXXXXX

工作经验

1999年8月——现在 《XXXXX》报 责任编辑

职责：

与本地各新闻媒体、电视台保持良好的关系，做好节目的编辑和推介工作；

先后开设了“休闲天地”、“流行前沿”、“热线播报”等栏目；

所编生活版面曾获得99年度XX新闻奖版面类二等奖；

采写的《XXXXXX》获99年度通讯类三等奖；

协助报社每年策划并组织宣传报社形象、提高报社知名度和影响力的活动；

栏目稿件的撰写，知名人士的采访；

1997年9月——1999年8月 XXX日报社 编辑兼记者

职责：

创作完成《XXXXX》专题，《XXXXXXX》的追踪采写，多次受到领导嘉奖；

与各文化单位保持良好的通联关系；

每年文化活动的策划，加强各媒体的交流学习；

工作期间，共编辑稿件百万字，撰写稿件200余篇，四次获省以上好新闻奖，发表论文2篇；

教育背景

1994年9月——1997年7月 山东省烟台大学中文系 专科

现正参加山东大学新闻专业本科段的自学考试

职业特长和技能

文字功底扎实，有较强的语言驾驭能力，熟练掌握各种文体写作，能胜任各类文字工作；

良好的合作精神，能在最短的时间内建起与工作有关的信息网；

优秀的策划能力和实际操作能力；

熟悉各类媒体的运作和经营；

熟练使用各种办公软件；

良好的英语应用能力；

网络编辑简历模板

姓名：XXX 性别：女 民族：汉 政治面目：团员

学历(学位)：硕士 专业：中国现当代文学

联系电话：12345678 手机：13901111234(在这一栏，你只要写清楚招聘人员若约你面试的话，有足够的方式可以联系到你OK了)

联系地址：北京市东城区XX大街10号 邮编：100007

Email Address：12345678@sohu.com

教育背景

毕业院校：北京师范大学中文系1997.9--2000.7中国现当代文学硕士在读太原师范学院中文系1993.9--1997.7汉语言文学专业学士(如果所学专业与自己的求职意向有具体联系可以将自己的一些所学课程简要列出，当然最好能证明你的这些课程成绩都很好。)

另：其他培训情况

*英语通过国家CET六级考试,通过北京市研究生英语学位统考，英汉互译表达流畅。

*擅长利用Internet进行各种网际信息交流，具有一定网站建设、规划经验

*熟练运用操作html、Frontpage98等工具制作各类网页及特效图

*熟练操作windows平台上的各类应用软件(如Word97、Excel97、Powerpoint Internet Explorer、Netscape Communicator等)

(由于网络编辑需要一定的网络技术所以最好将此部分突出，做详细一点的说明，比如网站建设可以举自己的一些具体成果。)

工作经历

*1999.8---至今《乡镇企业报》编辑*1998.9---1999.7《中国电影报》外国电影版记者*1997.9---1998.9中日青年交流中心对外汉语教师

(这是向用人单位证明你的新闻编辑能力的有力说服点应当着重突出。可以写一下自己具体负责的版面内容、成绩、领导的评价也可以谈自己对编辑工作的认识。总之要让人觉得你十分胜任编辑的工作。)

个人简介

我相信，爱一行才能干好一行。我对文字编辑工作一直很感兴趣，从中学时期已有多篇文章发表，并担任校刊的编辑工作。多年的专业理论学习和工作实践，使我掌握了较好的文字功底，敏锐的观察力，优秀的口头表达能力和关注追踪社会热点的能力。我做事条理性强，乐于与人合作，平时喜爱读书、音乐等。(此行不宜过长，用人单位不会太在意你的从前，更别说很久以前了。他们更关心你的现在)

本人性格

开朗、谦虚、自律、自信(根据本人情况，尽量向工作要求的性格特点来写。)

三、 如何成为网络编辑

3.1 网络编辑求职指南

我从今年1月开始招聘游戏网站的资讯编辑，到5月，陆陆续续收过300多封应聘信，面试了其中的五六十人。其间只有四个人通过。

在招聘中，我发现几乎所有人对“编辑”职业都是一无所知。大概60%的求职者抱着“以游戏爱好为毕生事业”的狂热心态；20%则向往网络上的文字工作职业，但几乎不了解文字工作；还有20%就是求职心切，看见什么工作都瞎投简历。

有一个通例，在应聘中表现出对游戏越狂热，越执着的求职者，其个人条件就越差。除了懵懂和热情他们还剩下什么？反而是另一些同样熟悉游戏，却并不沉迷的玩家，能够抽出相当的时间用于游戏之外的才能积累，能关注游戏攻略之外的更多种类的资讯，他们具备做编辑更好的潜质。

我经常问面试官三个问题：

- 1、你对编辑这份职业了解多少？
- 2、你上网除了玩游戏，看游戏资讯，聊天，在线听歌看电影之外，还经常做哪些事情？
- 3、你认为大学的三年或者四年里，除了老师教给你的本专业课程，你还学到什么东西？

每个以编辑为求职目的的应届大学生，都应该以此自问，很尖锐地问下去，不要给自己找任何借口，不要轻易原谅自己。问完了，完全没有羞愧感，或者羞愧无地的人，多半不适合做编辑。而感到几分自省，尤其又能从这三个问题中有所得的人，可以尝试着去投一份简历。

我认为一个具备编辑潜质的人，应该有如下的才能，大部分都满足了，这才有可能成长为一个好编辑。我个人对编辑的要求，说是业内最苛刻也不为过。所以大家不妨作一个参考。如果你都达标了，那么求职于国内任何游戏网站都会很有竞争力。

编辑必备素质：

一、资讯专业性

一个好的编辑，应该是工作所涉及知识领域的专家，至少是理论专家。以游戏行业为例子，你做专区编辑，就应该是这款游戏的资讯专家；你做新闻编辑，就应该对所有的网游，所有的厂商，对运营和渠道，对所有的行业动态都有俯瞰式的了解；你做评测编辑，就应该对不低于50款网络游戏有着客观深入的研究，有自己犀利透彻的分析观点。

不管做什么分工的编辑，有一些条件是共通的。最起码要对不低于3款网络游戏有着深入的体验研究，投入其中任何一款游戏的时间最好在4个月以上。只精通1款，2款，那是不够的，不能在工作中做到触类旁通。

然后，还需要俯瞰式框架式地了解不低于20款游戏。“俯瞰式，框架式”，意味着你投入这款游戏的时间不低于一周，有过一定的切身体验，同时花了很多时间去了解这些游戏的资料，设定和系统，去观察它的方方面面。对于这些游戏的优点，缺点，特色，你都有比较全面的掌握——虽然未必深入细腻。这样才能保证在一个较宽的资讯面上，对编辑工作所涉及的游戏作出横纵向的分析把握。

很多人来我这里面面试，问他，比较投入地玩过多少游戏？答：“XX是我最爱的游戏，我玩了三年”。他在这个瞬间就被淘汰了。我招聘的是综合编辑，需要游戏资讯专家，但不仅仅是某一款游戏的专家。编辑制作资讯给数以十万计，百万计的读者浏览，不单单是给你的同伴浏览。你只了解不到8款游戏，只喜欢其中的两三款，以后遇到数倍于此的你不喜欢的游戏，你怎么办，强打精神还是敷衍了事？

因此一个好的编辑，不应当过分偏爱，其游戏兴趣通常较为广泛，能了解不同类别玩家的偏好和想法。否则你根本不懂、不爱、也不关心，怎知晓内容的好坏优劣。

二、资讯敏感性

我将编辑素质分为三大件：“信息触觉，资讯技术，媒体姿态”。其中信息触觉依赖先天的资质更多，资

讯技术和媒体姿态则更依赖开始编辑工作后的职业素质培养。

编辑是成天跟资讯打交道的工作，你去检索信息，锁定信息，提炼信息，整合信息，发布信息，终其一曰都沉浸在信息之海里。别人能发现的文章，你也看到了，转过来发布了，那没什么稀奇。如果你能找到别人看不到的信息，或者是大家都找到的信息被你以更漂亮的手法给处理出来，这就是“编辑技术”。

事实上，大部分优质信息都处于化石一般的埋藏状态，只露出蛛丝马迹让你去嗅探。编辑得去像考古工作者一样发掘它们，或者像生物工作者一样小心翼翼地培育它们，甚至拿出百米冲刺的速度飞奔跟进。对于资讯价值的敏锐细腻的判断，就是资讯的敏感性。

一篇官方新闻，一篇论坛热贴，一份排行榜单，你从里边看到了什么有价值的信息吗？你可以采取怎样的手法去发掘、培育，把信息关键点从平庸厚重的硬壳中剥离出来，放大于读者面前？一个只懂得机械转载的网站编辑注定是平庸而无趣的。真正的编辑工作，是淘金式的技术工作，是从海量的垃圾信息之中搜寻，发现，提炼，聚合，加工金沙的创造性工作。

优秀的编辑必须具备对资讯广泛的好奇心，这是基本条件。看得越多，才会有越多的可能捕捉到有价值的信息。网络之大，什么内容没有？但你每天除了打游戏，就是看专区，最多去门户网站看看今日要闻，或者去起点找玄幻小说YY一把，这就证明你的知识面和资讯兴趣面都很窄。如果你缺乏广泛阅读的兴致和耐心，对于编辑职业来说，这是致命的。

一个合格的编辑应该有频繁浏览不低于五个大型网站的习惯，包括门户网站和专业网站；应该有泡不低于一个论坛的习惯，乐于作为论坛参与者而非单纯的浏览者；应该建立对搜索引擎顽固的依赖性，善于娴熟而高频率地使用搜索引擎，有“万事先百度”的耐心和好奇。

我经常对编辑讲，从表象上看，编辑的表层部分就是“广泛检索，海量阅读，价值提炼，标题命中”这四部曲。检索的技巧和耐心，阅读的数量和效率，以及价值提炼和标题命中的精度，这些都是做编辑必备的素质。深挖，多看，敏感，才能赶在别人前面找到好内容。你今天更新的内容比别的网站编辑好，点击数高，读者反应热烈，做编辑的成就感就在这里。

三、文字专业性

有一个误区，认为做编辑就应该有很好的文笔，所以不少写手跃跃欲试，打算投笔从编。2002年某业内超一流写手被某业内大牌杂志辞退，试用期都没过，就是这个误区的实证。

其二，还有一种广泛的观点认为，做编辑对个人文笔没有什么要求，能发帖就能做编辑。此话相当之扯淡。诚然，一个好编辑并非一个好的作者，但是作为文字的审阅者，编辑必须具备对汉语言优秀的判断鉴别能力。任何具备这样鉴别能力的人，他本身的文笔也必不会差。

编辑自己需要什么类型的文笔？我的回复是：“严谨，清晰，准确”。在大多数时候，编辑并非资讯的提供者，而是资讯的发布者。但这并不意味着网站编辑就可以一字不书。对于芜杂信息的技术性处理同样需要高明的文字技巧——你必须把自己的话说清楚，或者帮助别人把话给整理清楚，叙述明白，让读者能看懂，看出味道来。

因此，“前言、编者注和结语”是最常见的编辑文体。精彩的部分并非身为编辑的文字表现，但很多时候需要编辑用文字来引导读者去更方便，更深入，更有效率地了解一篇文章；或是对原文作大刀阔斧的剪接、砍削、重点标注等文字技术处理。做编辑并不需要文字天花乱坠，如果你的文字扰乱了读者的注意力，这反倒是愚蠢做法。

与此同时，对编辑而言更加重要的是对文字的判断力，鉴别力，文字归根结底是信息的载体，就像是奶粉融化在水中。怎样的文字是读者乐于接受的？怎样的文字又是读者不易吸收的？怎样的文字是有感染力的？怎样的文字是无趣的，空洞的，枯燥乏味的？

别说评估别人的文字了，就连正确评估自己的文字能力是一件困难的事情，毕竟中国的语文教育是如此失败。在我的面试表格上，大部分大学生填写了自己的文字水准为“中等”，但事实上九成半的面试者文字水准为“不入流”。部分人认为自己文笔相当出色，理由则是“我经常去论坛发帖”，或者“我高中作文分数不俗”；也有自称热爱创作的人，以500字以内的即兴发帖为“主要创作方式”。所以，我建议应聘者以如下的标准来进行自我审视。

如果你向往一份编辑的职业，就必须具备阅读和创作的习惯。最适合编辑的练习性文体是杂谈随感，抒情散文或心情小说对编辑而言意义不是很大，攻略心得则全无作用可言。

平均每个月创作内容完整的文章应不低于5000字，形式上没有什么限制，Blog，论坛发帖，媒体投稿都可以，但必须是完整的，认真书写的内容。你应该很适应2000字左右的单篇创作，但不要轻易尝试1万字以上的单篇，那容易坏手。

促成你创作最大的动力是“有感而发”，这同时也证明了你勤于思考。

此外，从文字素养自我提高的角度上来看，我还建议有志于编辑的朋友少看点YY玄幻，多进行传统意义上的纸质文学阅读。每个月订阅不低于2份大型传统期刊（不局限于文学类），尽可能看一些现代文学著作，每三个月阅读一部国外小说。

四、其他素质

做一个好编辑，还应该具备一些别的素质，列举如下：

1、耐心细致

我问任何一个求职者，你是否能做到“耐心细致”，他都点头，事实上我问任何一项优良品质，他都乱点头。可见假大空之流毒深远。这些代表着优良品质的名词，没人认为自己不具备，而真正具备者只有十之一二。

我出道最简单的题目，搜索一个游戏的热门话题，你有耐心翻多少页论坛或搜索引擎，你翻到多少页的时候会出现难以按捺的烦躁情绪？你不妨先去翻看20页试试，仔细阅读每一条标题，平均每页点击阅读内容不低于三篇。20页，这是一个最起码的门槛。在编辑工作中几乎每天都会经历到。

2、网络社交

网站的竞争往往拼的并非专业技术，而是资源。对游戏网站来说，这些资源包括社区，作者，记者，工会等等。掌握资源不仅仅依靠网站的品牌优势，历史积累，同样也需要编辑的交际手腕。交际能力强悍的编辑更容易掌握额外的资源，也就能抢先得到更多的第一手内容。如果一个1000人的中型公会只为你提供稿件和素材，效果可想而知。

3、想象力、逻辑理解能力、客观精神、诚实守信、责任感，条理性

这些都是很空洞的概念，谁都不认为自己没有，因此仅作列举即可。就我多年管理的经验来看，天分聪颖者的数量不到应聘者中的三分之一，而能完全具备以上这些优秀品质的人，其数量只是天分聪颖者的三分之一。可谓良材难求。

能力，即使傻子都能提高，而工作态度多年不变的人如过江之鲫。态度通常决定一个人做事的方式，在大部分情况下，做事的方式可以直接左右其结果。因此我更看重可信的品质，宁肯放弃轻浮的天才。所谓职场上的“态度决定论”，正是此意。

3.2 网络策划——网络编辑的比走之路

网站策划是成功网站平台建设成败的关键内容之一。在中国真正普及全职的网站策划人员严格讲是 2002 年，在之前更多是由技术性人才(软件项目经理、网站美工等)担任此项职位，随着中国互联网环境转晴，网站的高竞争使网站策划的地位突显。我们可以看到，许多真正处于领军性地位的网站平台 90%具有一个特点——网站策划思路清晰合理，界面友好，网络营销作用强;因此专业的网站策划是未来网站成功的重要条件之一。

在未来，网站策划呈现以下 5 大趋势：

1、具备市场/销售意识，且掌握扎实技术的专业网站策划人才成抢手货

网站定位决定了网站策划思想的宽度和深度，网站客户决定了网站策划思维形式，网站页面和程序的实现决定了优秀网站策划思想的表现力，网站市场/销售再次验证网站策划水平的高低;如果需要深入并运用上句的思想，就必须具备市场、销售、和扎实技术于一身，这种复合性网站策划人才则是现今大网站品牌竞争中不可或缺的人力资源，随着国家 2001 年开设电子商务专业，这种人才真正成熟须要再等 5 年以上;但由于网站越来越

多，优秀的网站竞争越来越难，这种人才在 5 年内将从从事网站销售、市场、技术这三方面的人才中产生，其中当前网站竞争实力不高的情况下，技术人才转型是网站策划是当前现状，不过未来以市场/销售为主的人才转型，才能真正推动网站策划走向专业化。

2、人机工程学思想将大行其道

人机工程学又称人机工效学(Ergonomics)，是一门让技术人性化的科学，一门关于技术和人的协调关系的科学。即如何让技术的发展围绕人的需求来展开，把人作为产品和环境设计的出发点，使其性能、色彩等更好地适应和满足人类的生理和心理的需要，从而使人们在工作中更安全、便捷和舒适，工作效率更高。其研究方法和评价手段涉及心理学、生理学、医学、人体测量学、美学和工程技术等多个领域。

人机工程学已渗透至我们生活的每一个部分，例如：喝水的杯子，洗口的牙膏，使用的电脑等各方面，人机工程学更是利于产品销售的优化剂，那么我们从专业网站策划看，更需要人机工程学帮助我们使网站平台更容易推销给目标客户。在未来人机工程学将使网站在以下方面得到质的提升：

人性化：通过引导性文字语言、图形语言、个性互动等方式，使网站平台更利于客户浏览，以吸引并留住客户。

方便性：网站操作简便、易用，内容分布合理，符合客户的行为习惯。

逻辑性：整体网站策划流程符合客户心理，且在充分分析客户行业特征的基础上，建立网站内部功能之间的逻辑转换，让客户享受整个访问过程。

科学性：网站栏目策划、定位具备科学性，其既充分代表了网站的意图，又能充分调动访客继续点击，引导客户购买产品。

控制性：网站在建立客户行为权限控制方面，必须符合公司业务规则，根据不同的客户类型产生不同的权限。

交互性：建立异步沟通系统(帮助中心、留言板、操作指南)方便客户与网站之间沟通;建立同步沟通系统(即时聊天、电话反馈)达到即时双向沟通目标。

界面友好性：心理学表明，适合的界面对于客户点击欲望的提升和印象指数的提升效果明显，网站界面是客户与网站交流的重要载体，在这点上网站策划师需要与网站设计师协作实现。但思想方法确保以下内容您做到了：

- a、同样的界面对象是否具有一致性、连续性的行为?
- b、各种提示信息是否简单、清晰?
- c、色彩是否统一、协调?是否避免了同时使用太多的颜色?
- d、文字内容是否简洁、重点突出?字体、字号、字型是否合适?
- e、界面对象的动静处理是否得当?
- f、布局是否合理、简洁、协调、美观，画面是否均衡等等?

3、文化理念全面渗透网站策划实战

网站竞争从技术竞争、平台竞争，以及现在的市场竞争，经过几年的发展，未来将上升至“文化竞争”的高度，例如：新浪网络媒体、网易虚拟社区、阿里商人文化。

从历史的角度来看，经济可以推动文化的发展，文化却能够决定经济、政治的走势;

从网站经营的角度来看，好的网站经营能够促使网站的客户不断的聚集、交流，逐步建立以网站或网站行业或网站性质为核心的文化;但网站或网络文化的建立却能够带动网站从量变至质变的转换，并且能够形成“马太效应”，对网站资本运作、市场运作、技术运作、人力资源运作等综合方面产生催化作用，使网站经营真正

走向成功。

从现有已形成文化的网站案例来看，新浪已成为中国甚至华人世界最具权威性质的网络媒体，它形成了与电视媒体、杂志媒体、报刊媒体、广播媒体并列的第五大媒体，其文化力量可见一斑；以网易为代表的社区交流型网站更是如此，网络游戏文化、网络交友文化更是深入人心，并对中国互联网普及进程产生决定性的推动作用；以阿里、当当、易趣、淘宝为代表的商人文化，对中国走向世界，世界了解中国，商人上网做生意的普及的贡献有目共睹。

因此，高层面的网站竞争是文化的竞争，而形成文化网站品牌，专业网站策划必不可少，如何有效整合公司资源、客户资源，行业资源，形成文化，是网站策划人员需要思考、实践的难点。

4、系统网站策划理论在五年内产生

网站策划是一门有趣的学问，它涉及心理学、美学、人机工程学、工程技术、网络知识……等多项学科，在国外，已逐渐有这方面的专业理论；在国内则没有，但随着中国高质量的网站竞争愈发激烈，从而加剧了网站策划的专业化进程，在未来5年内，专业网站策划的理论书籍会出现，但我们更期待在具备丰富网站策划经验的这群队伍，将自己的实战经验提升至理论知识，使网站策划理论更贴近市场，推动中国网站经营专业化。

5、网站策划的专业化导致网站设计风格整合：简约与个性成主流

在国内许多谈及网站策划与网站设计的区别，许多人讲不出，主要是因为两者之间重叠的区域很多，网站策划需要考虑到思想如何通过设计、程序去体现，网站设计需要在充分理解网站策划思路的基础之上才能灵活设计。随着网站策划的专业化进程加速，将使整体网站策划，网站设计，网站开发变得复杂，我们需要考虑到许多技术以外的市场、客户因素，因此，未来大型网站设计表现风格应该会有所整合，并走向：极至简约、个性十足两个方面。

极至简约风格：指以最简约的方式，分配、表现页面内容，以引导客户直抵目标内容，避免了因内容过多而产生的焦点分散问题，它对于网站策划和设计内容的分布合理性要求非常高，在国内做得最好的当属阿里、新浪、CJOL、卓博人才网……

个性十足风格：指以多样化的表现方式，设计网站。它主要针对一些以娱乐性质为主的大型网站或企业网站，它具备高强度的眼球吸引力、丰富的图片或文字表现形式，使客户能够愉快地享受网站内容及服务，以这种风格为代表的大型网站暂时没有发现，但企业网站当属可口可乐，SONY 娱乐站。

3.3 网络编辑的“三大注意”

“你能够熟练制作网页吗？”“你会剪辑视频片段吗？”“你具有房产行业背景吗？”“你有过什么创新吗？”……在搜房网之招聘现场，招聘人员赵海虹经常会问应聘者这些问题。“现在人们已经习惯于从网络上看到更多形式的新闻，他们需要更新鲜之表达方式，因此，对比两三年前，我们在技术、知识背景、创新能力上对网络编辑有了更多之要求。”要成为一名优秀之网络编辑，必须知道——最理想之网络编辑应该是什么样之？新浪网总编辑陈彤说，最理想之网络编辑一是要有工程师之技术，即具备技术人员之网络实现、网络管理和网络维护能力；二是要有艺术家之创新能力，即能解决网页怎么设计、怎么突出重点、怎么带来最好之用户体验这些问题；三是要有新闻从业人员之敏感与细致。不过，在互联网行业发展之初期，能够兼顾这几个方面要求之复合型人才实在太少，大多数网站不得不退而求其次。“我们最初之第一批编辑就是一些刚毕业之、懂基本网络技术之理科学生，以前从未接触过新闻。”赵海虹告诉记者。互联网业之第二次春天“催熟”了整个行业，各家网站对网络编辑之“复合型”要求开始落到实处，那些“最理想”之网络编辑成为各家网站追逐之目标。

注意一：技术功力要求渐涨

学新闻之何燕妮去年大学毕业后做了网络编辑，最近她报名参加了一个叫做“网页设计三剑客”之培训班。她告诉记者：“我基本上是个电脑盲，那些男同事都会用网页设计、图片处理等简单之软件，有些甚至还会编程，因此他们做出来之新闻专题表现形式多样，更符合网络之特点。为了做出来之新闻有更高之点击率，我不得不从最基本之软件学起。”赵海虹说，网络编辑工作有四大特点：超文本链接式编辑特点、全时化编辑特点、数据库化编辑特点、交互性编辑特点，这些特点全都指向一个能力：计算机操作运用能力。因此，技术渐渐成为网络编辑之“立身之本”，除了简单之复制、粘贴以及 WORD、EXCEL 等软件之运用，现在网站都要求网络编辑们学会更多之技术：dreamweaver、photoshop、fireworks，甚至网站前台技术、数据库技术等。Dreamweaver 是一个“所见即所得”之可视化网站开发工具；Fireworks 以处理网页图片为特长，并可以轻松创作 GIF 动画；Flash 则以制作网上动画为特长，它做出之动画声音、动画效果是其他软件无法比拟之。“学会这三个，我之新闻点击率会有些提升吧。”何燕妮祈祷说。还有一些网站为了提高人员之整体技术水平，会进行一些公司培训。联合汽车网之人事经理丁志显在招聘现场告诉记者：“我们网站每周出一次电子期刊，其中 40%以上之常规内容需要视频、动画制作能力。我们现在正对现有人员进行培训，让他们掌握更多之能力。因此，本身就懂技术之人应聘这个职位肯定有很大之优势。”

这些人应聘一些规模比较小之网站也会有优势，人力资源专家马清源这样判断，这些网站之人员分工往往不很明确，在招聘网络编辑时比较关注技术功底，希望他们具有更多之能力。

注意二：行业背景更加重要学习

服装设计之小刘已经在招聘会现场转了几圈了。“我去年毕业，几个职业都做得断断续续，没有一个合适之、学有所用之工作。”小刘有些沮丧之对记者说。当看到新东方美容网招聘网络编辑时，在学校做过“斑竹”之小刘决定试一试，“因为好歹跟我之专业有些关系。”

“我们非常欢迎象小刘这样之具有行业知识背景之人。技术能力之欠缺，可以通过我们之集体培训改变，可是如果行业知识背景有缺陷，就很难通过培训解决。”新东方美容网之招聘负责人如是说。人力资源专家马清源也分析道，近两年，搜房、和讯这样之专业门户网站不断崛起，再加上各大门户网站对各个频道之编辑要求越来越严格，行业背景知识几乎成为网络编辑之必需。

“我们当然欢迎具有房之产与财经知识背景之网络编辑了，”赵海虹毫不迟疑之对记者说，“他们能够分辨什么样之文章是读者最关心之，能够策划出既符合时代需要又是老百姓最关心之选题。”“有个懂专业知识之网络编辑之好处是显而易见之，他起码懂得如何把文章放入合适之类别，发动机系统、驾驶系统、底盘车身……”丁志显笑着对记者说。

注意三：创新能力与敬业精神

赵海虹告诉记者，网络编辑还必须顾及媒介自身、受众、广告商三方面之利益，而且常常要独自一人承担构思策划、采访、网络发布等多个环节之制作及页面展现。因此，网络编辑必须具备饱满之工作热情与很强之创新能力，能够以更好之手法、更好之选题、更好之图片、更好之活动策划来满足各方面之利益。因此，“这份职业更适合年轻人来做”，赵海虹这样认为。当然，执行总编层次之网络编辑职位，有过传统媒体工作积累之人竞争力更大些，因为这个职位更看重新闻策划、人员管理等更高层面之能力。

当了一年网络编辑之何燕妮认为自己之职业最需要之就是敬业精神：“我每天编辑之新闻过百条，其中一半要在早上 9 点前做完——这是根据白领每天上班先浏览新闻这一上网习惯而定之。这就意味着早上 7 点就要上班，把当天所有全国性、之方性之报纸、杂志扫一遍，选出来，再编辑出来。所以成天不停之重复着 Ctrl+C、Ctrl+V 之动作，但并不是简单之复制、粘贴。”不过她还是认为初做网络编辑之一段日子，是恶补各种知识

之过程，这是一种很好之历练。

3.4 网络编辑必备

如何增加网站访问量？以下是你可以考虑采用 29 个方法。其中，你或许已经采用了一些，有的方法你可能忘了采用，还有一些是你从来没有听说过的。总之，在这里你可以了结到当前各种有效的网站推广方法。首先你要了解，网站推广是一个长期而且系统的过程，需要制定明确的目标和计划，并做好相应的准备。

以网站最重要的关键词在主要搜索引擎中排名领先，这是搜索引擎推广中最重要的策略。搜索引擎的搜索机器人会自动搜索网页内容，因此搜索引擎策略从优化网页开始。

一、添加网页标题

为每页内容写 5 到 8 个字的描述性标题。标题要简练“的”“和”这些不重要的词汇。要说明该页面，该网站最重要的内容是什么。网页标题将出现在搜索结果页面的链接上，因此可以写得稍带煽动性，以吸引搜索者点击该链接。同时在首页内容中写上你的公司名和你最重要的关键词，而不能只是写公司名。网站的每一个页面都应该有针对该页面的标题。

二、添加描述性 META 标签

除了网页标题，不少搜索引擎会搜索到 META 标签。这是一句说明性文字。描述网页正文的内容，句中也要包含本页使用到的关键词，词组等。目前，含关键词的 META 标签已经对排名帮助不大，但有时 META 标签会用于付费登陆技术中。而且谁又知道什么时候搜索引擎又会再次重视它呢？

三、在网页粗体文字，一般为文章标题中也填上你的关键词

搜索引擎很重视粗体文字，以为这是本页很重要的内容。因此，确保在一二个粗体文字标签中写上你的关键词。要尽量避免将重要的标题都制作成图片的形式，更不要将整个首页都做成一个图片。

四、确保在你的正文第一段就出现关键词

搜索引擎希望在第一段文字中就找到你的关键词，但不要充斥过多关键词。google 大概将全文每 100 个字出现 1.5 到 2 个关键词视为最佳的关键词密度，可获得好排名。其他可考虑放置关键词的地方可以在代码的 ALT 或者 COMMEET 标签里面。如果无法保证正文第一段出现关键词，可以考虑一些不救措施，比如给网页加一个批注等等。

五、导航设计要易于搜索引擎搜索

有些人在网页制作中使用框架，但是这对于搜索引擎是一个严重的问题。即使搜索引擎找到你的内容页面，也可能错过其中关键性的导航栏目，从而不能进入到其他页面。用 JAVA 和 FLASH 做的导航按钮看起来是很漂亮美观，但是搜索引擎找不到它们。补救的办法是在页面底部用常规 HTML 链接再作一个导航条，确保可以通过这个导航条进入网站的每一页。你还可以做一个网站地图，也可以链接到每一页面。此外，有些内容管理系统和电子商务目录运用动态的网页，这些页面的网址后面一般都有一个问号带上数字，工作过度的搜索引擎往往在问号前停下，不在继续搜索。对于这种情况。可以通过更改 URL，付费登陆等手段加以解决。动态站点可以通过生成静态页面的技术方便搜索引擎的抓取。网站地图要尽量可能链接到所有的主要页面，并单独把站点地图页面提交给搜索引擎。多使用 HTML 静态网页，虽然增加了工作量，但可以增加搜索引擎的友好度，从而为获得好的排名打下基础。

六、针对某些特别重要的关键词，专门做几个页面

搜索引擎优化专家不推荐使用任何针对搜索引擎的欺骗性过渡页面，因为这些几乎是复制出来的网页可能

搜索引擎的惩罚。但可以做几个页面，每页集中包含不同的关键词或词组。例如，无须在某一页上介绍你所有的服务内容，而是为每种服务分别作一个页面。这样，每一页都有相对应额关键词，这些页面内容因为包含针对性的关键词而不是笼统的内容，从而可以提高排名。

七、向搜索引擎提交网页

在搜索引擎是找到【ADD YOUR URL】网站登陆的连接。搜索引擎将自动搜索你提交的网页。美国最著名的搜索引擎是：google、inktomi、alta、vista、tehoma。这些搜索引擎向其它主要搜索引擎和门户网站提供搜索内容。在欧洲和其他地区你可以发布到区域性的搜索引擎。至于花钱请人帮你提交成千上万的搜索引擎的做法是在白花钱。也不要那些 FFA (free for all pages) 网站，即所谓将你的网站免费自动提交到数百搜索引擎的站点。这类提交不仅效果不好，还会给你带来大量的垃圾邮件，并可能导致搜索引擎对你的网页进行惩罚。也不要使用网站登陆软件，所谓可以一次性将你的网站提交给数以千计的搜索引擎，其实不仅是不可能的，也是没有实际价值的。最重要的是做好网站的优化设计，对于主要搜索引擎，采用逐个手工提交的方式进行。对于付费搜索引擎，更不可能依靠软件来提交。事实上，有效的搜索引擎营销策略根本不需要将网站登陆到数以千计的搜索引擎，因为访问量最大的几个搜索引擎几乎集中了 98% 以上的访问量，剩下的搜索引擎没有多少实际意义。另外要注意，提交网页不应该是一次性的，随着内容的更新，应该定期重新提交网页。由于网络页面越来越多，很多搜索机器人的回访时间很长，定期提交可以让搜索引擎前来抓取最新的更新内容。

八、调整主要内容页面以提高排名

将你认为最重要的页面，或许是首页作一些调整，以提高他们的排名。有一些软件可以让你检查当前的排名，比较跟你的关键词相同的竞争者的网页排名，还可以获得搜索引擎对你的网页的首选统计数据，从而对自己的页面进行调整。你可以使用 webpositiongold 自己做这个工作，但由于很花时间，也可以请专业的公司帮你做。在其他网站做链接可以带来更多访问量。自从 google 等主要搜索引擎将网站的链接广泛度作为排名参考的重要因素以后，越多网站链接你，你的网站排名越高。同时，链接的质量也是搜索引擎考虑的重要因素。链接在访问量高的网站比链接在访问量低的网站更有优势。

九、将网站提交到主要的检索目录

确保你的网站登陆到免费的 open directory (www.dmoz.com)，这是由人工进行登陆审查的网站。该分级目录为所有主要搜索引擎提供目录内容提供搜索。google 很看重你的网站是否在这类重要的网站有链接。yahoo 是另一个重要的检索目录，需要在上面登陆。提示：描述网站的字数最好比规定的最高字数少，不要刚好达到字数限制，以免太长的文字描述使得网站审核人员删除一些句段。目前商业网站登陆 yahoo 每年要交 ¥ 299，最好让他们在 7 个工作日内就将你的网站登陆上去。其他可以考虑登陆的检索目录有 about.com 和 business.com。国内有很多网站导航站点。例如 <http://www.hao123.com> <http://www.chinadir.org> 等等，也能带来非常大的流量。即使网络营销预算不多，但主要的搜索引擎如新浪，搜虎等也是很有必要登记的。

十、将网站登陆到行业站点和专业目录中有一些检索目录定位于某个行业，如教育或金融业。如果你属于某个贸易协会，该协会集中了诸多会员站点，你可向该协会网站申请加入你的站点，哪怕付费也是应该的，因为这会给你带来许多目标访问者。除了可以登陆到很多黄页类网站，到搜索引擎按照你的行业查找，一定也能找到很多相关的行业目录站点，应该尽量登陆这些站点。

十一、请求互换链接

寻找一些与你的网站内容互补的站点向对方要求互换链接。最理想的链接对象是那些与你的网站流量相当的网站。流量太大的网站管理员要应付太多要求互换链接的请求，容易将你忽略。小的一些网页可以考虑。互换链接页面要放在网站比较偏僻的地方，以免将你的网站访问者很快引向他人的站点。找到可以互换链接的

网站之后，发一封个性化的电邮给对方网站管理，如果对方没有回复，再打电话试一试。一定要关注对方网站的质量，不要片面追求链接数量，更不要发垃圾邮件。

十二、发表免费文章，附带站点签名

免费为其他网站的新闻邮件写一些专业性文章，文章里用简短的文字附带描述你提供的东西，并请求对方链接你的网站。这是一种有效的病毒营销方法，你的文章将作为成千上百的用户订阅信息发出去，让你的网站一次性获得几百个链接。没有自己的原创文章，转载别人的文章时一定要加上自己的链接。

网下的传统推广方法依然奏效。多种手段并用的方法尤其有效。

十三、将你的网址印在信纸、名片、宣传册、印刷品上

这种简单的方法有时候却被忽略了。确保网址拼写正确。建议把 `http://` 部分省略，只书写 `www.****.com` 部分。一个易于记忆的域名有利于网站的推广，在选择域名时一定要仔细考虑。

十四、使用传统媒体广告

传统媒体广告不应该废止。无论是报纸还是杂志广告，务必确保在其中展示你的网址。要将查看网站作为广告的辅助内容，提醒用户浏览网站将取得更多相关信息。别忽视在一些定位相对比较狭窄的杂志或者贸易期刊刊登广告，有时候这些广告定位会更加准确、有效。而且比网络广告更便宜。还有其它传统方式可增加网站访问量，如直邮、分类广告、明信片等等。电视广告恐怕更适合于那些销售大众化商品的网站。让网址出现在广告中显眼的位置，相信比电话号码更好记忆

十五、提供免费服务

人们都喜欢免费的东西。通过免费信息内容吸引人们访问你的网站，比单纯叫人来访问了解你的业务更有效。建立免费资源需要花费时间和精力，但对增加访问量非常有效。你提供的免费内容要与你销售的东西非常接近，这样你吸引来得访问者才有可能时目标潜在客户，提供免费服务的同时，网站要提供多种链接方式将获取免费信息的用户注意力引导到你销售的产品部分。免费资源比如：免费邮箱、免费网站登陆、免费发布信息、能提供具有特色的免费服务那就更好了。

十六、发布新闻

寻找具有新闻价值的事件，比如宣传你提供免费服务，并将新闻发布到你所在行业的印刷期刊和网站期刊上。你可以使用一些网络新闻发布服务。比如：`www.prweb.com` 新闻推广总是有效的，这就是为什么传统媒体会有那么多企业的广告看起来很像新闻的原因。

电子邮件是增加访问量的重要方法，但前提是大量发送未经许可的垃圾邮件。

十七、在你发出的邮件中创建一个签名，让潜在客户与你联系

大部分的邮件系统都有创建签名的功能。签名会自动出现在你发出去的每封邮件末尾。签名要限制在 6-8 行之内。包括：公司名称、地址、电话、网址、电子邮件和一句你的企业的描述。签名不要为了漂亮设计为图片格式，要便于客户复制拷贝。

十八、建立邮件列表，定期向用户发送新闻邮件或其他信息

这是与客户保持联系、建立信任、发展品牌及建立长期关系的最好方法之一。你可以请网站访问者填写他们的电子邮件地址，从而收取你的新闻邮件。发送邮件需要采用群发服务器，这些在网络上有很多。

十九、向邮件列表用户发布产品信息，如优惠券，新产品及其他促销信息

如果将邮件主题和正文进行个性化处理将获得更好的效果。邮件主题设计的 5 个基本原则是：1、体现出邮件内容的精华。2、体现出发件人信息中无法包含的内容。3、体现出品牌或者产品信息。4、邮件主题含有丰富的关键词。5、邮件主题不宜过于简单或者过于复杂。

二十、租用目标客户邮件列表

这些邮件列表客户在邮件列表商的网站注册的时候同意接受某些类别商业邮件信息，因此向这些用户发送你的产品信息是合法的，不属于垃圾邮件。自己用邮址搜索软件收集电子邮件地址，或者购买电子邮件地址都属于垃圾邮件，不仅不会带来好处，甚至会收到惩罚。

二十一、在邮件列表和新闻组中进行促销

许多在某一专业领域中有着共同兴趣的人在网络上进行讨论交流，形成成千上万不同领域的新闻组。找到自己领域内的新闻组，不是要在其中公开宣传你的产品或者服务，而是在交流的签名中留下你的电子邮件地址和网站。当人们逐渐了解并信任你的时候，他们会访问你的网站。

新闻组在国内应用不多，因此算不上常用的网站推广方法。论坛和聊天室曾经被用来宣传产品，但现在很多网站并不欢迎在这些网络社区发布广告信息，除非有专门的广告发布版块，否则尽量不要采用这种方式。

二十二、运用竞赛

你可以在网站上设计一个竞赛，奖品要能够吸引那些你最希望获得的那类客户。比如将奖品设计为你的产品或一定的购买折扣等等。运用竞赛可以有效的吸引更多访问量。如果你的知名度不高，如何让客户知道你开展竞赛也是一个问题，因此对有些网站这种方式并不适用。

二十三、让用户将网站加入收藏夹

我们的做法是在网站首页上添加一个加入收藏图标，真正对网站有兴趣的客户点击浏览器上的收藏也很方便。但一定不要强制将网站设置为客户的首页或浏览你的网站的时候，经常自动出现请将本站加入你的收藏夹、请将本站设置为你的首页。

二十四、与互补性的网站交换广告

利用对方网站的流量，可以获得新的访问人群。许多网站都有友情链接栏目，加入广告交换网是最方便的，但有些广告交换网带有一些代码，会弹出一些插件提示，可能会给浏览者带来反感以及影响网站的浏览速度。在合作伙伴之间自行交换广告是比较理想的，花点时间也值得。

二十五、创建病毒营销方式

病毒营销是经由各种交流传递的方式，比如口头传递、新闻发布，将信息迅速扩散开去。第 12 个推广方法就是病毒营销。最经典的病毒营销方式是邮箱服务商在用户发出去的每一封邮件末尾简短介绍自己的服务。该信息随着邮件发送，迅速传递给新用户，而后者又可能继续传递给其他新用户。注意，病毒营销决不是制造病毒，它实质上是一种免费服务，这种服务只要是有价值的，才会在用户之间自动传播。

付费广告将更加迅速地推广你的网站。网络广告价格一般有以下三种计算方式：传统 CPM 方式（每千人次印象成本）、PPC 方式（按照点击数目付费）、按照实际购买数量付费，还有会员联盟计费方式等等。

二十六、在电子邮件新闻邮件中购买短小的文本广告

选择目标定位适合自己的邮件列表，在发送给该系列用户的新闻邮件中发布简短的文字广告。与其他网络广告比较，这是非常有效而又成本不高的广告方式。

二十七、实施会员制营销

联盟会员在自己的网站上加入盟主网站的链接，通过该链接进入实现销售后，将给予该会员一定佣金。实施会员制营销需要考虑一下因素：给会员的佣金提成比例、开发适合自己的联盟程序、推广会员联盟以获得更多会员链接你的网站。可以使用一些联盟管理软件。

二十八、搜索引擎竞价排名

在购买点击付费广告，在搜索引擎购买关键词广告，你的广告将出现在许多搜索引擎中某些关键词下的结

果页面。由于同一个关键词往往有多个客户购买，则具体排名高低根据出价高低决定。竞价排名根据广告实际点击数目付费，而且目标定位准确，是一种成本低，效果好的广告方式。国内 3721、搜虎、新浪、网易、百度都提供有竞价排名服务。

二十九、将商品提交到比较购物网站和拍卖网站

易趣网以及各大站推出的商城都可以试一试，另外，利用网上商店平台开展网络营销也是有效的方法之一。

四、 各类编辑工作内容介绍

4.1 报纸编辑

报纸编辑工作 :是指报纸编辑在报纸生产过程中所进行的一系列工作。报纸编辑工作的业务范围包括策划、组稿、和组版三部分。策划指报纸策划和报道策划；编稿指分析与选择修改稿件和制作标题；组版是指配置版的内容和设计报纸版面。

报纸编辑工作种类的划分较为复杂，划分的标准不同，编辑工作种类也不同。主要的划分方式有：

（一）按管辖范围和责任大小划分，有以下类型：

1．总编辑编辑部门总负责人。其主要职能是：拟订编辑方针，设计报纸方案；随时指导编辑部人员（包括编辑、记者、评论员、资料员等）的工作；对编辑部工作中出现的问题进行裁决；对重要的或有疑问的稿件、主要的标题、报纸的大样清样进行审读、签发。

2．编辑部主任编辑部下属各具体业务部门的负责人。其主要职能是：拟订本部门报道规划并组织 and 调控报道；审读、挑选、修改、签发本部门记者和通讯员的稿件，并分类提供给有关版面主编。

3．版面主编负责设计、组拼报纸版面的编辑。其主要职能是：设计版面的报道内容与形式，审读、选择和修改稿件，修改标题，配置版的内容，设计版面，校对样张。

4．编辑协助编辑部主任和版面主编工作，担负一定范围的稿件编辑任务的人员。其主要职能是：审读、初选和修改稿件，制作标题。

5．校对从事新闻出版过程中校对工作的专职人员。其主要职能是：根据文字原稿或定本核对校样，订正差错，保证出版物的质量。

（二）新闻编辑工作按业务程序划分，有以下类型：

1．日班编辑编辑部组织日常宣传报道的人员。其主要工作包括策划报道，布置采访，联系作者，处理、修改和提供稿件等。 2．夜班编辑负责每天报纸最后发排工作的编辑，因上夜班故名。其主要职能是处理日班编辑送来的稿件，确定当天报纸的内容，对版的内容进行配置，修改标题、设计版面等，并必须在规定的付印时间之前完成。通常只有日报才有夜班编辑。

3．内务编辑又称“编务”，是负责编辑部内部业务事宜的工作人员。其主要工作是搜集、研究和整理内部情况，汇集和编写各种资料。出版内部新闻业务交流刊物，培训通讯员骨干等。

（三）新闻编辑工作还可按编辑内容的专业划分，可分为政治编辑、文教编辑、经济编辑、体育编辑等等。这种划分在不同的报社情况不同，有粗有细。如综合性报纸，负责编辑经济新闻的编辑为数不多，称作经济编辑。在经济类专业报纸中，经济编辑还要更详细地分为工交编辑、财贸编辑、农业编辑等等。

4.2 图书编辑与期刊编辑的角色差异

书与期刊是两种比较接近的传媒载体。为了充分利用出版资源，当今社办期刊日渐增多，两者之间的关系更加密切起来。相应地，更多的图书编辑与期刊编辑也随之成了“一家人”。由于工作的需要，他们有时相互变换角色，有的既当过期刊编辑，也当过图书编辑，有的同时身兼两职。探讨图书编辑与期刊编辑不同的工作内涵，找准两者不同的角色定位，使之相互吸收优势与长处，充分发挥、挖掘自身的编辑潜能，便成为颇有现实意义的课题。

一、专业型编辑与栏目型编辑

图书作为在某一专业、某一知识领域的大信息量的文化载体，具有较专、较深的文化内涵，尤其是学术专著。图书编辑除了需要掌握良好的编辑基本功，对文字、标点、语法等进行加工处理外，还要求有相应的专业知识。中文系毕业的编辑看不懂大学物理的公式，物理系毕业的编辑可能也不会知道分子式孰对孰错。许多出版社一般按专业将编辑进行归类分工。“学者型”编辑是时下图书出版界中一个广为认同的概念，其实这正是对图书编辑更专业化要求的体现。

除了学报等学术期刊对编辑的专业要求很严格之外，其他类型的期刊，如通俗期刊、科普期刊等则对编辑的专业要求较为宽松。目前社办期刊绝大多数是非学术类期刊，如甘肃人民出版社的《读者》、上海文艺出版社的《故事会》、湖南师范大学出版社的《科学启蒙》、湖南教育出版社的《中学生百科》等，都属于非学术类期刊。社办期刊编辑专业要求的淡化，并不等于说专业知识扎实的编辑不适合做期刊编辑，恰恰相反，一位知识很专业、涉猎又很广泛的“T”型人才，应该是期刊编辑的最佳人选。

图书大多由编、章、节组成，期刊的基本结构单位则是栏目，并由此出现了栏目编辑。期刊栏目的内容往往并不限于某一知识领域，例如《科学启蒙》有一个栏目——《身边的科学》，不但介绍气象知识，也介绍物理现象、化学反应等等，几乎涉及各门学科，内容不深奥，但很广博。这就要求期刊编辑广为涉猎，不断提高自己的知识素养。

一个有眼光、专业知识扎实的图书编辑可以推出宏篇巨著，一本影响深远的图书也可以使图书编辑走向成功；同样地，一位优秀的期刊编辑可以推出深受读者喜爱的栏目，一个有影响的栏目也可能造就出色的期刊编辑。

二、个体操作与群体协作

图书的编辑工作，除了复审、终审、校对的程序，大多是由一位责任编辑单独操作完成的。也有一些丛书、套书等大部头图书需要多位图书编辑合作完成。就编辑之间的关系而言，他们大多像“个体户”。从与作者联系，到与出版、发行等部门的协作，基本上由图书编辑个体来操作，与其他图书编辑之间的关联不大，甚至没有关联。

由于分工的不同，期刊编辑的个体行为虽然也同样存在，但群体协作显得更加重要。期刊的编辑工作本身就是由多位编辑共同承担的。从表面上看，期刊编辑按所负责的栏目去组稿、编辑加工，分工明确，但有许多工作是交叉的。一位作者可能同时与多位期刊编辑打交道，可能有些文章既可以安排到A栏目，也可以安排在B栏目，可能A栏目编辑约写的稿件适合在B栏目发表，等等情况，都需要期刊编辑之间加强沟通，彼此合作，充分发挥群体协作的作用。

图书编辑的个体行为在工作结果上也能得到充分体现。一本图书能否获奖，能否产生良好的经济效益，都与图书编辑的素质、水平直接相关，个人成绩很容易体现出来。而期刊编辑的个体行为只有在良好的群体协作中才能得到最佳体现和充分发挥。如果高水平的期刊编辑缺乏良好的工作环境和理想配合，则很难保证期刊的高质量；同样，一本高质量的期刊，编辑部的编辑不一定是高手，甚至每位编辑都可能“名不见经传”。

当然，我们不能只强调图书编辑的个体行为，而忽视群体协作的重要作用；也不能只看到期刊编辑的群体协作，而忽视挖掘编辑个体的巨大潜力。一方面，既要充分发挥图书编辑个体行为的作用，又要集中智慧，加强群体协作，例如一些出版社将图书编辑行为以编辑部集体的方式进行操作；另一方面，期刊编辑既要优化群体协作，又要调动每位编辑的积极性，使其价值得到充分体现，发挥个体行为的作用，例如某些期刊社邀请名家主持栏目等。图书编辑与期刊编辑只有充分认识自己在个体操作和群体协作中所扮演的不同角色，才有利于实现目标，体现价值。

三、编辑实践中的差异

图书编辑与期刊编辑在具体的编辑工作中，各自遵循的出版规律有所差别，工作环节中的具体编辑行为也有所不同。

1. 独立性与连续性。

图书从策划、组稿、编辑、校对、印刷到发行，都是一个相对独立的过程。一种图书或一套丛书出版后，图书编辑的工作便告一段落，除了宣传、发行、收集反馈信息等工作之外，这种图书或这套丛书的工作也暂时画上了句号。图书编辑与作者的合作大多数也是有限的。也有一些陆续推出的丛书和重版书，体现了图书出版连续性的一面。

期刊出版的连续性特征则非常明显。期刊是一种定期、连续出版的出版物，期刊编辑只有了解这种连续性，才能驾轻就熟。连续性主要体现在内容方面。期刊编辑要有一个整体计划，今年推出哪些栏目，每个栏目大致要介绍哪些方面的知识，有哪几个知识点，然后再根据计划找作者约稿。因此，作者也有“连续性”。有的是同一作者同一专题文章的连载，有的是同一作者从不同角度介绍的不同知识点的文章，有的是多位作者围绕栏目意图的创作。期刊编辑与作者的交往也是连续性的，许多是多年的老朋友。不少优秀的稿件是老作者的杰作。

成功的图书编辑其实也很重视作者的连续性。“结识新朋友，不忘老朋友”，有些作者手上暂时没有稿件，但一旦有新的信息、点子、好的作品，只有经常与之保持联系的图书编辑才能近水楼台先得月。

2. 定位与不定位。

图书编辑负责编辑的某一种图书的读者可能是定位的，但就整体而言，他编辑的图书的读者对象又是不定位的。双效、符合出版政策是图书编辑的组稿准则。图书编辑今天可以出版一本中小学生学习喜爱的科普图书，明天也可能出版适合大学生阅读的图书。

期刊编辑除了掌握双效、符合出版政策等准则之外，还有一个定位的问题。每种期刊都有一个相对稳定的读者群体，如果这一期内容适合小学生阅读，下一期内容又接近大学生的口味，甚至同期刊物出现知识难易程度悬殊的内容，这种期刊就可能最终失去读者。至于每种期刊如何定位，则又是一个关系到期刊的发展等更深层次的话题。

总之，读者定位问题对于图书编辑而言不是先决性的条件，可能先有图书才出现读者定位。当然随着现代编辑理念的发展，出现了许多面向定位的读者群体策划选题的行为，但这种行为还是“不定位”的。而期刊编辑却必须把读者定位摆到非常重要的位置，期刊一旦找准定位，就不能随意重新选择读者群体，期刊的读者对象是谁，期刊编辑就只能选择适合这类读者阅读的稿件。

4.3 网站编辑

1、发现新的信息源。在这个 Copy 的时代里，不知道到哪 Copy 是件恼人的事情。别只盯着新浪或者 DoNews 的滚动，这样是省事，但永远慢一步。而且，别人的选择未必适合贵媒体的定位。

2、反复揣摩这篇新闻是编给谁看的。心中要始终有读者。否则读者眼中也没你。只有选准了读者，你才知道怎样处理标题，以及这篇文章权重。

3、快速制作导读。导读和摘要不同。如果全文是美女图，摘要就是缩小版的美女图，导读则是美女的一个袖脚，引导读者点击进去。摘要是为了快速阅读，导读的目的是诱发点击。所以，导读要放在目录页。摘要要放最终页。

4、标题是导读？还是摘要？网络媒体的标题首先是摘要。70%是摘要，如果能在摘要的同时，使用 30% 的文字兼顾导读，那就是好标题。否则，读者只看标题，不点击。

5、发展互动作者，通过更显著版位、版主头衔等手段进行精神鼓励。留言者、BBS 发帖者、Blogger、wiki 作者，时时需要鼓励，否则，他们没义务为网站产生内容，他们受高兴支配。这些互动作者，即是你的忠实读者，也是你的免费作者。重要。

6、制作大型专题。= 留得住的专题。这样的专题相当于一个频道。值得下功夫的做的专题一年不会超过 5 个。

7、制作长期知识库。知识库从长期看，其访问量远远大于新闻。制作知识库过程，也是编辑学习行业知识的过程。在工作中学习，是学习的最高境界。

8、写编辑日志。既然不能关起门来办报，当然更不能关起门来办网站。记者往外跑，编辑通过 Blog 往外跑。编辑通过 Blog 到读者中去。Blog 是编辑的反馈系统，编辑靠这个反馈系统，不断调整自己的编辑工作，日臻完善。

9、编译外电。这是编辑练笔的最好手段，同时，能丰富本站内容。有了材料，会写之后。配上采访，就是好记者了。

10、提出后台系统的修正方案。目的是提高效率，将三个步骤合并为一个步骤等等

网络编辑职位素描

网站内容的设计师和建设者

网站信息的发布与整合，网站专题的制作

与网民互动，增加网站的点击率和网民的停留时间

网站页面框架的构建与内容产品的开发、维护拓展与网站相关的其他合作和业务，提高网站的页面流量。

声明：**编辑职业篇** 2011 校园招聘大礼包内容来自于相关网站及相关论坛，由小编整理而成，内容为历年精华整理提取，欢迎大家与同学好友分享，让更多同学得益。但不排除文中的某些内容与现实情况有所出入，为此可能造成的误解或损失，与大街网无关。

-----**豪华名企专属 CLUB 站点，专为校园招聘服务**-----

行业	公司	行业	公司	
四大会计事务所	毕马威(KPMG)	网络	百度(Baidu)	
	德勤(Deloitte)		腾讯(Tencent)	
	普华永道(PwC)		谷歌(Google)	
	安永(E&Y)		新蛋(NEWEGG)	
消费品&零售&服装&家具	宝洁(Procter&Gamble)		阿里巴巴	
	高露洁(Colgate)		搜狐公司	
	联合利华(Unilever)		网易互动娱乐(163)	
	欧莱雅(L'Oréal)		新浪 Sina	
	强生(Johnson&Johnson)		盛大网络(SNDA)	
	雀巢(Nestle)		通讯/电信	摩托罗拉(Motorola)
	箭牌(Wrigley)	诺基亚 (NOKIA)		
	可口可乐(Cocacola)	华为(HUAWEI)		
	百事可乐(Pepsi)	中兴(ZTE)		
	金佰利(Kimberly-Clark)	中国电信(CHINA TELECOM)		
英博	中国联通(CHINA UNICOM)			
中粮集团	中国移动(CHINA MOBILE)			
沃尔玛公司	广东移动			
银行类	中金(CICC)	江苏移动		
	中国邮政银行	北京移动		
	招商银行(CMBC)	汽车	BOSCH(博世)	
	中国银行(BC)		丰田(TOYOTA)	
	中国建设银行(CCB)		戴姆勒-克莱斯勒	
	中国工商银行(ICBC)		广州本田(Honda)	
	中国农业银行(ABC)	媒体	CCTV	
	渣打(Standard Chartered)		中国青年报	
	花旗(Citibank)		新华社	
	汇丰银行	外研社	保险	中国人寿
	恒生银行(HBC)	中国人保		
	国家开发银行	能源/化工/生物/制药	BP 石油	
	中国交通银行		陶氏化学(Dow)	
	中国人民银行		巴斯夫(BASF)	
	中信银行		斯伦贝谢 (SLB)	
	深圳平安银行		壳牌(Shell)	
深圳发展银行				

	光大银行		中石化
	中国进出口银行		中石油
	澳新银行 (ANZ)		阿海珐集团
	中信证券		埃克森美孚(ExxonMobil)
	招商证券		勃林格殷格翰集团
	南方基金		中国广东核电集团
	浦发银行(SPDB)		中国核电工程有限公司
咨询公司	麦肯锡(McKinsey)	物流	艾默生(EMERSON)
	贝恩(Bain)		德固赛(Degussa)
	摩立特(Monitor Group)		美国总统轮船公司
	奥浦诺(Opera)		TNT
	尼尔森(Nielsen)		马士基(Maersk)
	埃森哲(Accenture)		中集集团
IT	英特尔	机械/电气 设备/自动 化/重工/轻工	北京首都国际机场
	联想(Lenovo)		ABB
	微软(Microsoft)		施耐德(Schneider)
	IBM		西门子(Siemens)
	惠普 (HP)		中国南方电网
	思科(CISCO)		霍尼韦尔(Honeywell)
	甲骨文(Oracle)		三一集团
	威盛电子(WorkSoft)		国家电网
	神州数码(DigitalChina)		松下(Panasonic)
	朗讯科技		通用电气(GE)
房地产	万科集团	电子电器	美国国家仪器(LG NI)
	中海地产		泰科电子(Tyco Electronics)
	保利		美的(MIDEA)
	龙湖地产		飞利浦(PHILIPS)
	碧桂园		索尼(SONY)

大街网(www.dajie.com)

大街网以实名制为基础，致力于为用户打造真实、高效、互动的求职/招聘平台。

大街网创新的将传统 SNS 应用到招聘领域，为用户提供 Web2.0 下真实、精准、高效、可靠的双向对接撮合服务，使用户时间与关系在互联网沉淀并创造实效 GDP，引领整个招聘行业走向高精度、高效率的价值革命。

大街网的使命——让天下没有难找的工作，难觅的人才

德勤相信，创造与成就，是人的生存动力。大街网连接你和你的朋友，提供 Web2.0 下真实、精准、高效和可靠的双向对接体验，帮助个人求职者与企业招聘之间实现最佳匹配。

德勤期待，良好的沟通为成长与发展的源泉。在大街网，给你的不仅仅是求职机会，更多的自身修养与职业人脉的沉淀，在沟通交流中产生 SNS GDP，创造新生的社会价值。

德勤钦佩出色的精英，德勤也敬重争吵不休却坚忍不拔的团队

在大街，企业 wiki 权威、鲜活、亲和、互动

在大街，用户求职高效、生动、沟通、分享

从社会实践、实习到应届求职、职场规划、职位升迁.....

在这里，聚合成就的原动力!



大御
DAJIE.COM

