

网络与新媒体专业大学生就业市场需求的实证研究^{*}

□ 韩 秀 王昱迪 张富芝

【内容摘要】本文将面向网络与新媒体专业毕业生的 1128 条网络招聘信息作为抽样样本，采取内容分析法对就业市场人才需求现状展开研究。研究发现，目前用人单位最需要的三大热门网络新媒体岗位类别是运营类岗位、产品经理类岗位、产品销售类岗位。

【关键词】网络与新媒体专业；招聘；就业市场

DOI:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2022.05.013

一、引言

在就业市场需求端，2020 年初爆发的新冠疫情使得大学生就业形势逐年严峻，用人单位对网络与新媒体专业毕业生的专业素养提出了更高的要求。在人才培养供给端，新文科背景下，我国新闻传播学本科教育改革注重打破旧有学科模块化人才培养方式，开始探索“全媒体人才”的培养目标。在此背景下，及时了解就业市场对新媒体人才专业素养的新需求，使网络与新媒体专业毕业生真正能够学以致用至关重要。就此，研究者采用内容分析法，通过分析 2022 年我国主流招聘网站面向网络与新媒体专业本科毕业生的招聘信息内容，了解当前就业市场对网络与新媒体专业毕业生的具体需求，以期为网络与新媒体专业教育从业者及本科毕业生在人才培养、教学改革和就业选择等方面提供一定参考。

二、问题提出与研究对象

教育部于 2012 年增设了网络与新媒体专业，十年间，迅猛发展的媒介技术对传播内容、传播形式、传播平台产生了颠覆性影响。在此背景下，我国就业市场对网络新媒体人才需求激增，但对其专业素养、核心技能等需求也提出了新的要求。就此，本研究试图回答以下问题：一是当下网络与新媒体专业的就业市场需求现状是怎样的？二是网络与新媒体专业毕业生就业岗位和所需技能之间的关联是怎样的？

在研究对象方面，本文对网络与新媒体专业大

学本科生毕业 1-3 年内能够从事的岗位进行分析，在数据清洗时将岗位名称和职级限制在初级岗位，即招聘岗位信息中带有“助理、专员、组长、经理”等字样。类似于运营专家等专家级别、高级运营专员等高级专员级别、营运主管等主管级别、资深业务经理等资深级别职位不在此次研究范围之内。

三、文献回顾

对网络与新媒体专业毕业生就业的相关研究通常从市场需求端出发，关注网络新媒体毕业生就业岗位与技能需求情况，并在就业市场实际需求研究结果的基础上进一步从人才供给端的角度探讨高校本科人才培养路径。

在网络与新媒体专业大学生就业岗位需求方面，不同研究者对岗位需求的类型展开了实证研究。余红、李婷（2014 年）通过立意抽样的方式展开对我国网络新媒体人才的需求调研，研究通过对样本的描述性统计分析，发现本科层次应用型、融合型人才为市场需求主体，提出了网络与新媒体专业的核心竞争力在于新媒体传播和设计两个方面。^①镇涛（2017 年）关注独立学院新闻传播类学生就业特点，并以宜昌为样本进行了市场需求调查，通过描述性统计分析的方法得出，大部分用人单位对于文本编辑、视频编辑岗位并没有严格的区分，从事这两个岗位的员工还可能从事策划文案、宣传公关等岗位的工作，三线城市网络营销类岗位最受欢迎。^②

^{*} 本文系中华女子学院 2021 年度校级院校发展类课题“女院网络新媒体专业人才培养路径研究”（项目编号：YX2021-0307）的阶段成果。

在网络与新媒体专业大学生就业岗位所需要的具体技能方面,金琛(2017年)对全媒体环境下新闻人才的培养及路径进行了思辨研究,认为网络与新媒体专业的学生需具备图像编辑处理能力、图文排版能力、音频制作能力和信息采集和分析能力。^③周游(2019年)强调了学生数据处理能力的重要性。^④陈永东(2017年)同样对全媒型人才需具备的新思维、新技能进行了思辨研究,提出全媒体人才应具备文字表达能力、图像创意能力、视频采编播的能力。^⑤刘蒙之(2017年)以2016年就业季媒体招聘信息为研究样本,通过词频分析方法,分析媒体对从业人员在学历、职业技能等方面的要求,通过关键词词频统计的方式,发现媒体用人单位需求主要以“能力”“经验”为主要导向,工作岗位需求主要以记者、编辑为主,同时媒体行业的技术人才需求较大。此外,学历也是媒体招聘的重要标准,用人单位重视从业者的负责态度和团队合作精神等软技能。^⑥

蔡雯、翁之颢(2014年)基于传统媒体2013-2014年新媒体岗位招聘信息,采用词频分析和深度访谈法展开研究。研究发现绝大多数与新媒体相关的岗位都对应聘者提出了较高的新闻基本功要求,如“文字能力”“文字处理能力”“采访沟通能力”“采编能力”“逻辑思维能力”等。^⑦

在网络与新媒体专业学科建制扩容、培养点激增的背景下,除了对岗位需求展开研究,研究者通常从供给端的视角展开对人才培养问题的探讨。周茂君、柏茹慧(2022年)通过对国内59家新闻传播院校最新本科培养方案进行内容分析,系统梳理出新闻传播学本科专业人才培养的现状 & 问题,并针对反映出的问题对学界、业界的专家进行访谈。^⑧

李卫东(2017年)等走访南京大学新闻学院等多家新闻传播院系以及浙江日报传媒集团等传媒机构,提出教育界的重心应该是培养学生的创新思维和综合素质,培养具有战略眼光的引领性人才,而不是一味地追求“有用之用”,着眼于眼前的实用技术。^⑨

陈世红(2019年)将网络与新媒体专业就业方向大体分成4类:新媒体内容制作、内容创意、内容传播及新媒体运营与维护,并未涉及后台研发等专业性较强的技术类岗位。^⑩与此相似的是,金玉萍(2021年)在谈到高校新闻传播教育应强化培养学生具备“4个方面的能力”时也并未过多涉及技术类方向。^⑪

综上所述,现有研究大多采用量化研究中的内

容分析法展开描述性统计层面的分析,或采用质性研究中的访谈法展开对网络与新媒体专业人才就业市场现状的调查,而在公共关系等研究领域,已有更多研究者开始关注岗位与技能之间的关系。例如,Shana(2020年)等人对1000个全国性招聘广告进行定量内容分析,对其中涉及的技能进行了编码:领导技能、沟通技能(如书面、口头)、平面设计技能等,并进一步对初级公共关系职位与技能之间的关系展开研究。^⑫

四、研究方法

本研究采用内容分析法研究人才市场对网络与新媒体专业本科毕业生的具体需求,在界定网络新媒体人才分类标准基础上,通过采集不同招聘机构发布的招聘信息进行类目建构和编码,以描述性统计分析的方法呈现网络新媒体人才市场不同岗位的具体技能要求;以多分类logistic回归的方式对网络新媒体人才市场的岗位和技能之间的关联度进行研究,分析得出特定岗位最需要的技能。

(一) 样本选取

招聘单位的选取原则参考余红(2014年)的研究样本分类,在此基础上对主流媒体、互联网公司、大型企业三类用人单位的招聘信息进行研究。

1. 主流媒体——选取人民网、中央广播电视总台、《南方都市报》、中国新闻网。选取依据为《2021年中国经济传媒协会会员媒体“新媒体影响力指数”Top10》和《2021年主流媒体影响力的排行榜》的相关排名。

2. 互联网公司——选取阿里巴巴、腾讯、百度、京东。选取依据为《2021年中国互联网综合实力榜单》排名前四的企业。

3. 大型企业——选取华为投资控股有限公司。选取依据为《2021年〈财富〉世界500强榜单》中国企业排名情况。

除上述选取依据外,还进一步考虑了入选用人单位的规模和影响力、入选招聘信息的全面性、入选媒体形态的多元性,以及“所选媒体及岗位避免纯技术、所选媒体的地域分布尽可能分散化”等标准。^⑬

(二) 数据采集

在数据采集平台方面,研究者根据易观千帆发布的《2021年中国大学生招聘求职洞察》,结合艾媒咨询《2021年中国招聘数字化现状专题研究报告》,综合选取前程无忧、智联招聘两家综合类招聘平台

以及 BOSS 直聘、拉勾网两家垂直类招聘平台。以 9 家招聘单位的名字为关键词在前程无忧、智联招聘、BOSS 直聘、拉勾网招聘网站上分别检索,通过八爪鱼采集器 8.4.8 版本结合人工采集获取 2021 年 11 月 17 日至 2022 年 1 月 17 日面向网络与新媒体专业本科毕业生的招聘信息,研究的分析单位为“招聘信息”,并在数据清洗阶段人工去除信息内容不完整、信息内容与研究对象无关的数据,最终获得有效数据 1128 条。

(三) 数据编码

研究人员采集到的原始数据中关于岗位名称的命名方式复杂多样,通常直接以“用户运营”“内容营销”等具体工作内容指代招聘职位名称,研究者在编码过程中对其进行相应整理和归类,将样本数据中“招聘条件”“岗位要求”等任职要求的字段表述统一为“岗位描述”,“岗位描述”为非结构化数据,是后续对岗位需求进行分析的主要内容。^⑨根据样本数据情况将网络新媒体本科毕业生就业市场招聘岗位划分为 9 类:运营类、采编类、影视类、用户研究与客户服务类、数据分析类、产品经理类、策划文案类、宣传公关类、产品销售类。具体编码思路如下:

1. 研究者进行类目建构时将部分岗位名称合并。如账号评估专员、转码编辑、运营支持专员、内容生态检测专员、内容管理专员、信息流优化师、审核专员等岗位名称不同,但职位要求相同或相近的岗位,归入运营专员一职进行研究;依据凤凰卫视有限公司 2021 年 4 月发布的《新媒体编辑职业技能等级标准(2021 年 1.0 版)》,将新闻编辑归入运营类岗位进行研究;赛事经理、运营支持经理列入运营经理范畴。将内容生态检测专员、内容管理专员归入运营类别下的审核子类目。

2. 将岗位所需技能划分为“一般技能”“特殊技能”和“软技能”。本研究将招聘信息中提及的同一种但处于不同岗位类别(其中岗位种类数超过 3 种及以上)的技能列为一般技能,软技能的类别划分参考孙旭(2021 年)的分类方式,将其分为实现目标能力(毅力、自控力、工作热情)、合作能力(社交能力、尊敬他人、关心他人)和管理情绪能力(自尊、乐观、自信)。^⑩此外,在此基础上,研究者将创新能力列入实现目标能力中,领导能力列入合作能力中。

具体编码工作由网络与新媒体专业的两位本科生共同完成,正式编码前两位编码员对编码规则进

行了充分讨论。使用系统抽样的方式选取 188 条数据各自独立编码,得出的信度较好,可进行下一步研究。

五、数据分析与研究发现

本研究选取 DiVoMiner® 平台进行内容分析法研究,完成数据编码、类目建构以及初步的描述性分析,使用 SPSS 进行多分类 Logistic 回归分析,研究特定岗位与最需要的技能之间的关系。为了全面考察岗位名称与职业技能之间的关系,本文对不同岗位类别进行单独研究,以岗位名称为自变量,对应技能为因变量,进行多分类 Logistic 回归分析。

(一) 网络与新媒体大学生就业岗位需求描述性分析

1. 三大热门网络新媒体招聘岗位

研究者对获得的 1128 条数据进行汇总分析,统计各类招聘职位的信息(如表 1)。2022 年,对网络与新媒体专业本科毕业生来说,用人单位最需要的三大热门岗位类别是运营岗位(30.41%)、产品经理(30.67%)、产品销售(16.14%)。

表 1 网络与新媒体专业毕业生就业热门岗位需求现状

招聘分类	类别细分	数量	比例	招聘岗位总数量 (比例)
网络运营	运营	343	30.41%	445 (39.45%)
	采编类	31	2.75%	
	影视类	13	1.15%	
	用户研究与客户服务	29	2.57%	
	数据分析	29	2.57%	
网络研发	产品经理	346	30.67%	346 (30.67%)
网络营销	策划文案	140	12.41%	337 (29.88%)
	宣传公关	15	1.33%	
	产品销售	182	16.14%	

2. 具备一定工作经验和特定专业背景的人员更容易被招聘单位优先录取

会被优先录取的招聘条件选项设置参考周晓燕(2017 年)的划分方式。^⑪求职者在应聘不同岗位时具备何种条件会被优先录取(见图 1)。研究发现,与其他岗位类别相比,运营类、产品经理类、产品销售类和文案策划类等岗位更看重应聘者的工作经验。此外,具备相关专业背景的求职者在应聘运营类和产品经理类岗位时更容易得到用人单位的青睐。

3. 招聘单位更倾向于录取计算机专业背景人才从事产品经理类岗位

研究发现,在专业背景方面,用人单位倾向于招聘精通某一领域的专才而不是通才。用人单位招

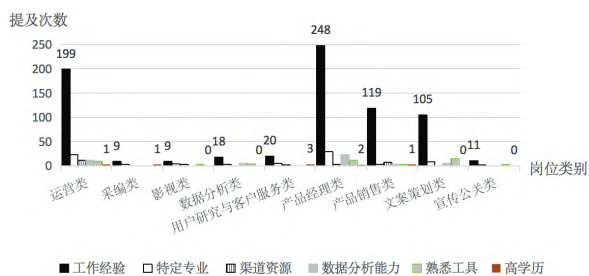


图1 不同岗位类别优先录取的招聘条件

聘产品经理类岗位时，青睐计算机专业背景的人才；招聘运营专员倾向于录取新闻传播类专业人才；用人单位招聘运营经理岗位时青睐工商管理类背景人才；策划专员岗位则偏向于设计学类学生（见图2）。

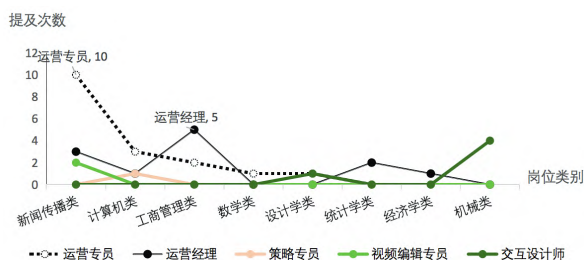


图2 不同招聘岗位优先录取的专业类别

4. 招聘信息中专业不限的岗位以运营类居多

招聘信息中提及专业不限的岗位类型以运营类居多，同时，运营类岗位招聘信息也会明确提出所学专业与文学学科相关的应聘者优先。采编类等岗位也倾向于招聘文学学科背景的毕业生，产品经理类岗位更多要求求职者具备工学学科和理学学科背景（见图3）。

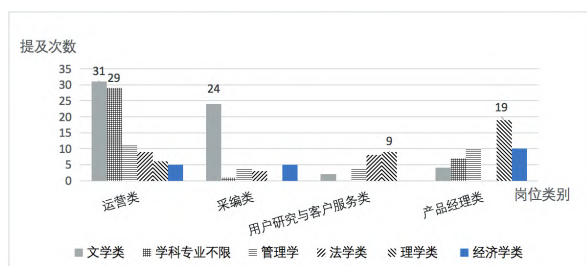


图3 不同岗位招聘时对求职者的专业要求

5. 招聘单位最要求求职者具备办公软件技能，其次是图片设计类软件技能

网络与新媒体专业面向的9大就业岗位所需的软件技能（见图4），研究发现：首先，样本数据中提及思维导图、Office等办公软件的次数为179次，用人单位对办公软件的需求量远超其他类型软件，说明网络与新媒体专业学生在校期间首先应尽量取得计算机二级证书；其次，Photoshop、Adobe Illustrator、Adobe After Effects等图片设计类软件技能，Python、

SQL、SPSS、R语言等数据分析工具，Axure、墨刀等原型设计工具，Final Cut Pro、Premiere、会声会影等视频剪辑软件使用能力也在招聘信息中被频繁提及。

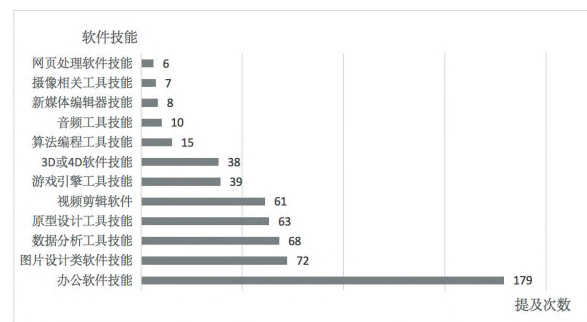


图4 招聘条件中要求的工具技能

还需要说明的是，当用人单位招聘信息中只要求某种能力而未提及对应工具技能要求时，研究人员以遵照原始数据结构为原则，编码时未编入相关软件技能要求。

（二）网络与新媒体专业毕业生就业岗位和所需技能的回归分析

1. 就业岗位类别和所需技能之间关系的回归分析

对网络与新媒体职位的多分类logistic回归分析（见表2）的研究结果发现，相对于参照项，岗位类别对所需技能均有显著影响（ $p < 0.05$ ），当回归系数为正值时，岗位类别对技能呈现正向影响。

产品经理类岗位：招聘信息中，相对于具备“其他”条件的人才，用人单位招聘产品经理类岗位时倾向于录取具备“计算机职业资格认证”的求职者（ $B = 4.025$ ），同时也倾向于掌握计算机技术的人（ $B = 2.639$ ）；相对于具备“工作经验”的人，招聘者更倾向于录取具有“数据分析能力”的求职者（ $B = 0.681 > 0$ ）；与具备“工作经验”的求职者相比，拥有“渠道资源”的求职者竞争力较小（ $B = -1.311 < 0$ ）。

影视类岗位：相对于具备“工作经验”的求职者，用人单位招聘影视类岗位时倾向于录取具有“特定专业背景”的人（ $B = 1.450 > 0$ ）。

运营类岗位：相对于具备“工作经验”的人，求职者应聘运营类岗位时，拥有“渠道资源”的求职者更易被优先录取（ $B = 0.916$ ）。

数据分析类岗位：相对于具备“工作经验”的人，用人单位招聘数据分析类岗位时，拥有“数据分析能力”的求职者更易被优先录取（ $B = 1.585$ ），具备“工具技能”的人更易受到用人单位的青睐（ $B = 1.386$ ）。

2. 特定职位的多分类Logistic回归分析

研究者对特定职位进行了多分类Logistic回归分

表2 网络与新媒体专业职位优先录取的 logistic 多分类回归分析

	变量	B	SE	Wald χ^2	P	OR	OR 值 95% CI
相对于“工作经验”	渠道资源						
	运营类	0.916	0.409	5.024	0.025	2.500	1.122 ~ 5.571
	产品经理类	-1.311	0.620	4.469	0.035	0.269	0.080 ~ 0.909
	特定专业背景						
	影视类	1.450	0.613	5.597	0.018	4.263	1.282 ~ 14.172
	数据分析能力						
	数据分析类	1.585	0.530	8.927	0.003	4.878	1.725 ~ 13.795
	产品经理类	0.681	0.305	4.985	0.026	1.976	1.087 ~ 3.592
相对于“其他”	工具技能						
	数据分析类	1.386	0.576	5.790	0.016	4.000	1.293 ~ 12.373
	计算机职业资格认证						
	产品经理类	4.025	1.506	7.145	0.008	56.000	2.926 ~ 1071.635
	计算机技术						
	产品经理类	2.639	1.282	4.239	0.039	14.000	1.135 ~ 172.642

表3 特定网络与新媒体专业职位的 logistic 多分类回归分析

变量	B	SE	Wald χ^2	P	OR	OR 值 95% CI
客户开发与运维能力						
记者	-1.635	0.563	8.451	0.004	0.195	0.065 ~ 0.587
解决问题能力						
记者	-1.094	0.494	4.904	0.027	0.335	0.127 ~ 0.882
调研能力						
记者	-2.146	0.671	10.240	0.001	0.117	0.031 ~ 0.435
选题策划能力						
记者	1.627	0.622	6.829	0.009	5.087	1.502 ~ 17.232
新媒体编辑	0.793	0.398	3.960	0.047	2.210	1.012 ~ 4.824
业务专员	-1.965	0.573	11.743	0.001	0.140	0.046 ~ 0.431
营销经理	1.727	0.471	13.429	0.000	5.622	2.233 ~ 14.156
账号运营能力						
运营专员	0.957	0.183	27.390	0.000	2.605	1.820 ~ 3.728
运营经理	-1.754	0.255	47.295	0.000	0.173	0.105 ~ 0.285
舆情工作建设与管理						
运营专员	1.658	0.776	4.559	0.033	5.247	1.146 ~ 24.029
视频制作能力						
新媒体编辑	1.538	0.612	6.320	0.012	4.657	1.404 ~ 15.453
视频拍摄能力						
新媒体编辑	2.455	0.908	7.308	0.007	11.643	1.964 ~ 69.019
数据分析能力						
用户研究员	1.743	0.625	7.788	0.005	5.714	1.680 ~ 19.435
市场与用户研究经理	1.540	0.649	5.641	0.018	4.667	1.309 ~ 16.637
业务专员	-0.824	0.360	5.252	0.022	0.439	0.217 ~ 0.888
销售经理	1.129	0.462	5.988	0.014	3.094	1.252 ~ 7.644
英语语言能力						
市场与用户研究经理	1.792	0.753	5.665	0.017	6.000	1.372 ~ 26.237
办公软件技能						
市场与用户研究经理	2.639	0.802	10.834	0.001	14.000	2.908 ~ 67.392
产品经理	-1.301	0.553	5.534	0.019	0.272	0.092 ~ 0.805
数据分析工具技能						
市场与用户研究经理	2.639	0.802	10.834	0.001	14.000	2.908 ~ 67.392
图片设计类软件技能						
产品助理	2.636	1.209	4.755	0.029	13.958	1.306 ~ 149.214
管理情绪能力						
业务专员	0.743	0.258	8.284	0.004	2.102	1.267 ~ 3.486
营销经理	-1.126	0.377	8.910	0.003	0.324	0.155 ~ 0.679
产品开发能力						
销售经理	3.027	1.252	5.840	0.016	20.625	1.771 ~ 240.136
进行事件和软文的传播推广						
业务专员	0.609	0.246	2.476	0.013	1.839	1.135 ~ 2.980

析,参照项均为“合作能力”,岗位类别对其技能均有显著影响($p < 0.05$) (见表3)。下面是招聘单位对不同岗位中特定职位的技能要求分析。

采编类岗位(记者等):比起要求记者具备“客户开发与运维能力”(B=-1.635<0),“解决问题能力”(B=-1.094<0),“调研能力”(B=-2.146),招聘单位更倾向于记者具备“合作能力”。比起具备“合作能力”,用人单位更看重采编类岗位求职者的“选题策划能力”(B=1.627)。

运营类岗位(新媒体编辑、运营专员):与要求新媒体编辑具备“合作能力”相比,用人单位更希望新媒体编辑拥有“选题策划能力”(B=0.793),具备“视频拍摄能力”(B=2.455),具备“视频制作能力”(B=1.538);招聘单位更希望运营专员具备账号运营能力(B=0.957)和舆情工作建设与管理能力(B=1.658)。

产品销售类岗位(业务专员、营销经理、销售经理):相对于业务专员具备“选题策划能力”(B=-1.965),“数据分析能力”(B=-0.824),用人单位更看重求职者的“合作能力”;相对于业务专员具备“合作能力”,招聘单位青睐具备“管理情绪能力”(B=0.743)和“进行事件和软文的传播推广能力”(B=0.609)的人;招聘单位希望营销经理具备“选题策划能力”(B=1.727);

用人单位更倾向于要求销售经理具备“数据分析能力”(B=1.129)和“产品开发能力”(B=3.027)。

用户研究与客户服务类岗位(用户研究员、市场与用户研究经理):相对于该岗位类别求职者具备“合作能力”,用人单位更看重用户研究员的“数据分析能力”(B=1.743);用人单位希望市场与用户研究经理具备“数据分析能力”(B=1.540)、“英语语言能力”(B=1.792)、“办公软件技能”(B=2.639)和“数据分析工具技能”(B=2.639)。

产品经理类岗位(产品经理、产品助理):与产品经理具备“办公软件技能”(B=-1.301)相比,用人单位更希望求职者具备“合作能力”;用人单位更希望产品助理具备“图片设计类软件技能”(B=2.636)。

六、讨论

教育部官网发布的数据显示,2022年全国共361所高校已具备开设网络与新媒体专业的资格,以期培养网络媒体专业复合型人才。对于网络新媒体这样发展迅速的专业来说,业界和教育界的互动,知识生产、理论实践和人才培养之间的融合都是十分必要的,这也进一步凸显了对网络与新媒体专业招聘岗位需求、岗位与所需职业技能需求匹配度进行分析的重要性。

在之前研究的基础上,结合本次研究发现,目前网络新媒体本科毕业生人才培养面临三大焦点问题亟待解决:毕业生所学与所用不匹配的问题;高校培养通才还是专才定位不明确的问题;专业设置偏“文”还是偏“理”不清楚的问题。

如何提升网络与新媒体专业学生的人才培养与市场需求要求之间的匹配度?实际上,网络与新媒体专业的人才培养方案的制定标准是由学界和业界共同制定的。此外,新文科建设提出学科的交叉融合和理论实践并重,也为新闻传播教育改革指明了方向。

首先,是所学与所用匹配的问题。当前新闻传播学科人才培养仍依托传统文科建构方式进行,学生在校所学一定程度上落后于产业发展,从本次研究可以看出,用人单位所需要的很多实际软件操作技能仍需开设相应课程,以便网络与新媒体专业本科生在校期间进一步加强学习。^{①②③}研究发现,样本数据中提及思维导图、Office等办公软件的次数为179次,用人单位对办公软件的需求量远超其他类型软件,说明网络与新媒体专业学生在校期间应尽量取得计算机二级证书;Photoshop、Adobe Illustrator、Adobe After Effects等图片设计类软件技能,Python、

SQL、SPSS、R语言等数据分析工具,Axure、墨刀等原型设计工具,Final Cut Pro、Premiere、会声会影等视频剪辑软件使用能力也在招聘信息中被频繁提及。学生学习软件使用的背后,则是培养方案制订与核心的数理及技术类课程设置。这也启示网络与新媒体专业的教育工作者,在人才培养过程中要更加重视实践教学环节,多与业界进行合作与联动,真正把业界前沿思维、内容贯穿于课程中,与业界产生深度融合。

其次,培养通才还是专才的问题。新文科理念提出以来,新闻传播学科关于人才培养的关注点更多地由“应用型”转向“专家型”,这实际上也反映了网络与新媒体专业人才培养理念的一次重要转向,此次研究的数据分析结果也证明了这一教育理念改革背后的时代性。^{④⑤}例如,数据分析结果显示,在专业背景方面,用人单位倾向于招聘精通某一领域的专才而不是通才。用人单位招聘产品经理类岗位时,青睐计算机专业背景的人才;招聘运营专员倾向于录取新闻传播类专业人才;用人单位招聘运营经理岗位时青睐工商管理类背景人才;策划专员岗位则偏向于设计学类学生,这从市场数据层面验证了网络与新媒体专业培养专家型人才的必要性和紧迫性。

在专业设置方面,当前我国部分院校的网络与新媒体专业在课程设置、教学内容、知识体系等方面依然遵循传统媒体时期的认知和惯性进行,而随着媒介融合进一步深化,网络新媒体这类以媒介形态为专业设置基础的专业,相应的人才培养模式在未来可能会进一步受到市场需求和技术发展的影响。本研究根据市场需求将网络新媒体本科毕业生的就业去向分为网络运营、网络研发、网络营销三大方向,九大类别为运营类、采编类、影视类、用户研究与客户服务类、数据分析类、产品经理类、策划文案类、宣传公关类、产品销售类。数据分析结果显示,目前用人单位最需要的三大热门网络新媒体岗位类别是运营类岗位、产品经理类岗位、产品销售类岗位。对于网络新媒体专业设置来说,未来或许有可能进一步以市场需求为导向,依据九大人才岗位的具体需求来重构培养方案模块的设置,并使其进一步成为专业划分的依据。

此外,在人才能力培养方面,可以参考网络与新媒体专业毕业生就业岗位和所需技能之间的关联,做到有的放矢。例如,本次研究发现,在用人单位看来,记者岗位、新媒体编辑岗位都最需要求求职者具备选题策划能力;运营专员岗位最需要求求职者具备舆情工作建设与管理能力;用户研究员岗位最需要求求职者具

备数据分析能力；销售经理岗位最要求求职者具备数据分析能力和产品开发能力；市场与用户研究经理岗位最要求求职者具备数据分析能力、英语语言能力、办公软件技能和数据分析工具技能等。

再次，偏“文”还是偏“理”的问题。有观点认为在专业设置方面，新闻传播学科应重视文理兼容，弱化文科属性；^②也有学者指出，应构建与“新闻报道领域”匹配的课程体系。^③此外，最新研究表明，网络与新媒体专业与新闻学和广播电视学的专业重合度高，区别度小，专业区隔并不明显。^④

此前新闻传播学界一种较为普遍的观点认为，网络新媒体专业的就业岗位对于学生专业背景的关注程度并不高，本次研究结果对以往认知提出了挑战。招聘信息中提及专业不限的岗位类型以运营类居多，同时多数运营类岗位招聘信息也明确提及所学专业与文学学科相关的应聘者优先。采编类等岗位也倾向于招聘文学学科背景的学生。尽管产品经理类岗位也招聘网络新媒体毕业生，但招聘信息中却更多要求学生具备工学学科和理学学科背景专业。

这要求网络新媒体的教育工作者应该进一步打破原有的文科思维限制，在培养方案制订过程中，进一步增加类似计算机技术、数理统计、新媒体数据分析等课程的比重，对于一些专业区隔度较大的自然科学类课程，也可以进行“网络新媒体”化的重构与设置。

本研究明确了就业市场所需的热门岗位和不同岗位的关键技能，在此基础上，应将网络与新媒体专业的高校人才培养与就业市场的实际需求联系起来，让学生在校期间真正学到从事该领域工作所需要掌握的基本技能，真正做到学以致用。

此外，需要指出的是，本研究的样本选取依据是公开发布的企业、媒体等招聘机构的综合实力、影响力排名，但受经济形势影响，2022年初也有一定数量的用人单位还未开始招聘。此外，受研究方法的限制，后续研究中可以进一步对用人单位、高校培养单位、网络与新媒体专业毕业生开展质性访谈，以获得对网络新媒体人才培养与促进就业方面更为全面的视角。

注释：

- ①余红、李婷：《我国网络与新媒体人才调研与专业培养》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2014年第2期。
- ②镇涛：《独立学院网络与新媒体专业的市场需求与定位》，《青年记者》2017年第35期。
- ③金琛：《论全媒体环境下新闻人才的培养及路径》，《出版广角》2017年第12期。
- ④周游：《地方高校网络与新媒体专业教育中的问题及其对策》，《传媒》2019年第19期。
- ⑤陈永东：《全媒型人才需具备的新思维新技能》，《青年记者》2017年第10期。
- ⑥刘蒙之：《媒体人才需求及对新闻教育的启示》，《青年记者》2017年第16期。
- ⑦⑬蔡雯、翁之颢：《新闻传播人才需求在新媒体环境中的变化及其启示——基于传统媒体2013-2014年新媒体岗位招聘信息的研究》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2014年第6期。
- ⑧⑭周茂君、柏茹慧：《新文科背景下新闻传播学本科专业人才培养研究》，《国际新闻界》2022年第2期。
- ⑨李卫东、邓雯：《应用模式创新设计能力：网络与新媒体专业培养的核心目标》，《现代传播（中国传媒大学学报）》2017年第4期。
- ⑩陈世红：《基于OBE理念的网络新媒体人才培养目标构建》，《传媒》2019年第24期。
- ⑪金玉萍、张慧：《“三位一体”构建全媒体人才培养体系》，《中国编辑》2021年第5期。
- ⑫Meganck, Shana, Joshua Smith, and Jeanine PD Guidry. (2020). The skills required for entry-level public relations: An analysis of skills required in 1,000 PR job ads. *Public Relations Review*, 46(5), 101973.
- ⑬岳铁骐、傅友斐、徐健：《基于招聘广告的岗位人才需求分析框架构建与实证研究》，《数据分析与知识发现》2022年第1期。
- ⑮孙旭、杜屏、张言平：《非认知技能在劳动力市场的需求及其对高等教育供给的启示——以计算机程序员岗位为例》，《教育经济评论》2021年第6期。
- ⑯周晓燕、尹亚丽：《基于国内市场需求的大数据管理人才知识结构分析》，《情报科学》2017年第1期。
- ⑰白净：《媒体融合背景下新闻实务教学改革和创新》，《新闻与写作》2020年第7期。
- ⑱严励、张悦：《融媒时代我国新闻学专业人才培养模式探析》，《新闻世界》2017年第11期。
- ⑲李明德、陈盼盼：《不忘本来·吸收外来·面向未来——智媒时代的新闻传播教育》，《新闻战线》2020年第3期。
- ⑳董天策：《优化改革课程教学，造就卓越新闻人才——以媒批评教学为例》，《青年记者》2019年第28期。
- ㉑强月新：《媒介融合背景下的新闻传播人才培养》，《人民论坛·学术前沿》2019年第3期。
- ㉒何志武：《“多元融合”语境下传媒复合型人才培育模式的转型与创新》，中国新闻教育史学会2012年会议论文。
- ㉓韩立新：《建设与“新闻报道领域”相一致的新闻学课程体系》，新闻教学与学术研究2011年会议论文。

（作者韩秀系中华女子学院文化传播学院讲师；王昱迪、张富芝均系中华女子学院网络与新媒体专业研究助理）

【特约编辑：纪海虹；责任编辑：李林】