

智媒体时代传媒人才需求转向

——基于243份招聘启事的内容分析

郑勇华, 王文雨

(贵州民族大学传媒学院, 贵州 贵阳 550025)

摘要: 时代变化与科技发展推动传媒行业需求转变, 也不断呼唤新型传媒人才。5G、AI 新闻等技术赋能进一步促使传媒人才需求发生转向。媒体融合从上半场全面转入下半场之时, 传媒行业的用人需求到底发生哪些根本性转变成为亟需关注的问题。通过对2020—2022年国内不同层级的243份媒体单位招聘启事进行内容编码与分析发现, 智媒体时代传媒人才招聘需求发生了五个转向: 由“普通专业人才”转向“专家型人才”; 由“新闻传播学”转向“跨学科融合”; 由“图文采写编”转向“全媒体策采写编发”; 由“松散型人际关系”转向“紧密型团队合作”; 由“遵纪守法”底线要求转向“家国情怀”。

关键词: 内容分析法; 智能媒体; 招聘启事; 传媒人才

中图分类号: G211 文献标识码: A 文章编号: 1674-7798(2024)02-0072-07

The Shift in Talent Demand for Media Professionals in the Smart Media Era

——Content Analysis Based on 243 Job Postings

ZHENG Yong-hua, WANG Wen-yu

(School of Communication, Guizhou Minzu University, Guiyang, Guizhou, 550025)

Abstract: The evolution of the era and technological advancements are driving changes in the demands of the media industry, necessitating a call for new types of media talents. The empowerment of technologies such as 5G and AI in news further prompts a shift in the demand for media talents. As media integration transitions from the first to the second half, it becomes crucial to understand the fundamental changes in the employment demands of the media industry. Through the content coding and analysis of 243 job postings of media organizations at different levels in China in 2020—2022, it is found that the recruitment demand for media talents in the era of smart media has undergone the following five shifts: from "general professional" to "expert talents"; from "journalism and communication" to "interdisciplinary integration"; from "graphic writing and editing" to "all-media writing, editing, and sending"; from "loose interpersonal relationships to close teamwork"; and from "the bottom-line requirement of compliance with the law" to the "sentiment of the family and country".

Key words: Content Analytics; Smart Media; Job Postings; Media Talent

收稿日期: 2023-11-30

基金项目: 贵州省研究生教育教学改革重点课题“基于SLT的民族类高校MJC渐进式实践教学体系改革研究”(黔教合YJSJGKT(2021)017)。

作者简介: 1. 郑勇华(1978-), 男, 贵州道真人, 博士, 贵州民族大学传媒学院副教授, 研究方向: 新闻传播教学创新与改革。

2. 王文雨(2000-), 女, 贵州遵义人, 贵州民族大学新闻传播学硕士研究生, 研究方向: 新闻传播学。

引言

媒体融合已从上半场全面转入下半场,即从网络化融合进入到智能化深度融合时代,这不仅改变了传媒的生态系统,也对传媒类人才的需求提出了全新的挑战和机遇。在此背景下,过去的招聘模式和人才选拔标准已无法完全适应智媒体时代的发展需求。媒体技术影响传媒行业,新闻传播人才要求已经开始改变:在学科层面要求具备跨媒体叙事^[1]、跨界驱动^[2]等素养;在技术层面提出将智能平台纳入协同机制^[3],推动内容共享,打通高校课堂与媒体机构、内容分发渠道的信息壁垒。然而,面对全新智能生态,传媒企业亟需顺应时代发展的新型媒体人才。因此,深入研究传媒类人才招聘的特征和趋势,探索如何适应智媒体时代传媒人才需求与转向成为重要的研究议题。

关于“传媒类人才需求与培养”的问题,过往研究主要从高校与媒体两个角度展开。一方面多数研究聚集传媒人才的培养理论与实践探索,并取得丰硕的研究成果。如早期学者探究跨学科传媒人才^[4]、复合型传媒人才^[5]、应用创新型传媒人才^[6]等不同类型的传媒人才与传媒教学实践等多个环节改革。近年来随着媒体融合进入纵深阶段,大量研究关注不同政策和技术环境下传媒人才培养,如大数据时代新闻传播人才模式创新^[7]、“四全”媒体时代新型传媒人才培养^[8]、媒体云驱动传媒人才实践创新能力培养^[9]、网络多屏视域下传媒人才培养新模式^[10]、新文科建设背景下山西传媒学院的人才培养实践改革^[11]、双视角下元宇宙技术应用,重新构建全流程无边界对传媒人才培养的重新构建^[12]以及将新兴数字能力融入新闻教育中的探讨^[13]。另一方面,也有学者从媒体视角探索业界对传媒人才需求,重点从招聘需求进行深入研究。如王婧雯和邹佳丽(2022)^[14]通过分析媒体机构的招聘需求,提出思想政治、知识体系、综合素养、专业能力四维框架下的全媒体时代新闻传播人才培养路径。这些研究都为时代变化背景下的人才培养提供了方向。

过往研究为解释传媒人才需求与培养这一问题提供了丰富的文献基础和理论依据。但是,仍存在一些不足和遗憾。一方面,既有研究比较偏重从高等教育的视角探究课程教学改革对传媒人才培养的关键作用,但仍然不能明确智媒体时代传媒类人才相比过去在专业知识、专业技能和综合素质方面出现的新变化。另一方面,过往研究多采用论述性研究为主,在说服性和科学性方面难以让人信服,鲜有研究采用内容分析方法,尽管有部分研究从招聘需求视角出发,但其时间较为久远,仍然难以准确捕捉智能媒体时代背景下传媒不同岗位需求定位和技能要求,研究仍需更深入。

综上,发现了既往研究存在不足之处,为了弥补这一研究遗憾,本文运用内容分析研究方法,对全国范围内各层次媒体单位的243份招聘启事中招聘岗位的需求专业领域、技能和经验要求、教育背景以及其他附加条件等进行考察分析,以期全面把握智媒体时代传媒人才需求的底层逻辑和能力构成,可以帮助企业更好地定位和吸引符合其需求的人才,提高招聘效率和成功率,同时有助于高等学校在培养传媒类人才时更精准地把握行业需求,提供更符合市场需求的高素质人才。

一、研究设计

(一) 样本选取与数据收集

为保证数据真实有效,本研究选取全国各省传统媒体与一流新媒体企业作为研究对象,样本选取遵循以下原则:(1)样本选取按区域划分为东北、华北、华东、华中、西北、西南区域;(2)将招聘单位按类型分为:媒体与新媒体企业;(3)所选岗位以记者、编辑、运营类岗位为主,每个省份所选取样本数量基本均等,以保证样本的科学性。

本研究对与新媒体企业所发布的招聘启事进行内容编码与分析,选取2021年10月至2023年2月全国各省媒体与企业招聘启事,包括中央级媒体4家,省级媒体20家,地方媒体29家,新媒体企业102家。招聘职位分为5类,各类别选取数量在2至5个之间,对数据进行整理去除无效数据后,共计样本243份。

(二) 编码过程与信度测试

1. 编码过程

借助 Divo Miner 平台对 243 份招聘启事进行内容分析,结合相关理论构建编码类目,主要分为专业知识、学科交叉能力、专业技能、价值观与态度、人际技能,基于此类目进行编码,并不断补充与完善。

编码具体步骤为:

(1) 细致阅读招聘启事,提炼关键词;制定关

键词的详细解释,为后续编码提供参考,并不断补充。

(2) 结合关键词提炼结果,深度阅读文献构建二级编码。

(3) 为保证编码科学性与准确性,招募两位编码员进行培训并完成编码,进一步校正编码表。

(4) 随机抽取 20 份样本进行机器编码测试,信度结果良好后最终确定正式编码表(见表 1)。

表 1 招聘单位岗位能力需求编码表

一级编码	二级编码	典型条目(举例)
专业知识	选题策划	能快速形成选题、策划、执行思路;能主动寻找策划选题有较好的选题策划、实施能力;独立互联网活动策划能力
	采访能力	可以胜任写稿、拍摄、出镜等采访任务;能够做出镜报道;良好的用文字、图片和视频讲述故事的能力
	写作能力	能高质、高效地完成稿件;掌握新闻、评论等各类题材文章的撰写;具有文字个性和文学功底;独立撰写原创图文
	编辑排版	能快速、准确修改稿件制作标题选稿编稿、写稿、策划等;具备基本的图片编辑能力;有较强的文案编辑能力和基本的设计能力
	新媒体知识	擅长新媒体及短视频传播技术;懂得线上传播技巧,热衷于各类网络社交平台;了解社会化媒体平台趋势
学科交叉能力	运营知识	精通新媒体营销基本方法,如论坛营销、新媒体互推等熟悉移动互联网运营;熟悉微博、今日头条、B 站、等平台操作方法、运营规则
	数据分析	具有数据分析能力,并能通过数据挖掘用户需求迅速完成选题调研、信息收集;数字说话
	视觉设计	具备较好的艺术或美学功底;有美感、擅长公众号及微博排版和美化
专业技能	动手能力	熟悉视频拍摄、剪辑、包装;拍摄剪辑、视频制作能力;熟练秀米、易企秀、PPT 等编辑工具,熟悉 PS、动画等图文软件
	专业经历	新闻作品或文学作品在刊物上发表;具有新闻系列中级及以上职称;在 MCN 机构、新闻媒体单位工作经验;两年以上微信公众号、微博大号运营相关经验
价值观与态度	政治素质	有较强的政治意识和法纪意识、中共党员;具有较强的政治敏感性
	责任意识	责任心强,吃苦耐劳;组织观念强,责任心强
	学习能力	活学活用;有浓厚的学习兴趣;愿意接受并学习新知识、新事物
人际技能	团队精神	具有良好的沟通、团队合作及组织协调能力;有良好的团队合作精神和协调能力;协调能力
	创新意识	思维敏捷,善于捕捉网络热点;具有应变创新能力;协作创新能力强脑洞大,有创意;思维灵活敢于创新和突破
	性格特征	开朗;关心时事;热爱生活;有好奇心,乐于探究
	表达沟通	具有良好的文字表达力及沟通能力;能够与粉丝进行良性互动;善于处理各种人际关系

注:招聘岗位为记者、编辑和运营,本表对三类岗位需求进行汇总编码。

2. 信度测试

本研究通过 Divo Miner 平台对编码员效率与编码的准确性进行监督,尽可能减少由于操作人

员主观性造成的误差,根据霍尔斯蒂指数得出编码员间信度为 0.87,机器编码与编码员间信度为 0.89,显示信度达到可信水平。

二、研究结果

(一) 总体需求分析

1. 从单位招聘数量和学历分布来分析

由表1可知,传统媒体单位的招聘数量高于新媒体企业,再次证明传统媒体单位对传媒类人才的需求最为旺盛,其中省级媒体招聘数量占传统媒体单位总招聘量的56.7%,学历主要以硕士研究生为主并兼优秀本科生;其次,市、县级媒体要求学历主要以本科及以上为主,中央级媒体需求量相对较少,但是学历最低要求为硕士研究生。

表2 招聘岗位能力要求

能力需求维度	媒体类单位			新媒体企业	
	中央级媒体	省级媒体	地方媒体	文化传媒类	信息科技类
专业知识	26.8%	32.3%	29%	30.4%	31.2%
专业技能	25%	29.6%	30.8%	25%	28.3%
价值观与态度	25%	13.2%	15.9%	11.2%	9.4%
人际技能	17.9%	22.2%	22.4%	13%	9.4%
学科交叉能力	5.4%	2.6%	1.9%	6%	8.5%

3. 从招聘岗位能力要求来分析

由表2可知,招聘岗位对求职者要求涵盖了专业知识、专业技能、价值观与态度、人际技能、学科交叉5类能力。第一,专业知识受到所有招聘单位一致高度重视,在5类能力中占最高比例,均超过26.8%。这表明,扎实的专业知识是招聘岗位能力要求中最为基础和核心的部分,是应聘者在竞争中必须具备的重要素质。第二,专业技能同样受到所有招聘单位高度重视,特别是省、市、县级媒体更加强调专业操作能力,即需要实用型专业人才,而新媒体企业更加看重新媒体行业的相关工作经验。第三,价值观与态度也是招聘单位考核要点之一,媒体与国家舆论安全紧密相连,这表明从业者必须具备客观、公正、道德和社会责任感的原则,维护国家舆论的安全和家国情怀的基本职业坚守。第四,人际技能也是招聘单位考察的重要维度。数据表明,新媒体企业在招聘时对人际技能方面的能力要求高于传统媒体类单位,前者更看重求职者的人际交流能力,如“善于与用户沟通”“性格热情”等。此外,在性格特征

与此同时,新媒体企业的招聘数量占总招聘需求的41.9%,学历要求主要以本科生为主,说明新媒体企业招聘量与传统媒体不相上下。

2. 从招聘岗位类型分别来分析

调查对象中传媒单位的招聘岗位主要有记者、编辑和运营等,其中招聘岗位最多是编辑,其次是记者,最后是运营。此外,传统记者岗位招聘需求高于新媒体记者岗位、新媒体编辑岗位需求也是远远高于传统编辑岗位、运营岗位需要新媒体运营人才。

方面,新媒体企业更有侧重,偏向于性格活泼型的应聘者。第五,学科交叉能力成为对应聘人能力的新考核要点,其中央信息科技类企业和中央级媒体对此要求不断提高,而地方媒体对此没有硬性要求。

(二) 传媒人才招聘需求转向

通过对243份传媒招聘启事从五个类目进行编码与分析,研究发现,智媒体时代传媒人才需求呈现出以下三个维度、五个方面的转向(见图1)。

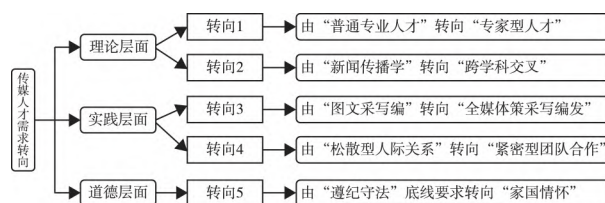


图1 传媒人才需求转向

转向1:在知识层面,由“普通专业人才”转向“专家型人才”,凸显运营策划知识。在招聘要求内容编码与分析结果中,专业知识占比居首位,运营策划知识受到重视。通过回顾内容分析文本

数据发现,在传媒行业招聘中,对记者、编辑、运营岗位的要求都包括运营策划知识,并且占比不低。如“主动寻找策划选题、有较好的选题策划、实施能力”“独立互联网活动策划能力”等,要求新闻传播人才具备策划活动、内容策划的能力、以及对运营规律的熟练。这表明在知识储备方面的要求逐渐从传统的新闻人员转向专家型人才,在新闻工作基本的采写编能力基础之上,还注重策划、运营知识储备,与时代需求的变化不断更新。

转向2:在学科层面,由“新闻传播学”转向“跨学科交叉”,更加强调数据素养和美学修养。从以“学科交叉能力”为编码类目的内容分析结果来看,“数据分析能力”“排版美化”等其它学科外的相关专业能力凸显。尤其是信息搜集、数据分析等关键词出现频率较高。智媒体时代下的新闻传播工作变革,数据搜集与分析能力得到更多重视,其在新闻传播领域的应用越来越广泛。因此,传媒行业提出对其它学科能力的要求,如用“数字说话”“具备较好的艺术或美学功底”等。在智能媒体逐渐深入发展的背景下,各种新技术不断应用于新闻传播领域,拥有数据分析、视觉传播、美学设计等能力的跨学科交叉人才将成为未来传媒行业需求的重点。

转向3:在技能层面,由“图文采写编”转向“全媒体策采写编发”,更加重视MCN经历和科研能力。传媒行业具体工作发生改变,这对新闻传播工作提出了新的要求,人机协同的编辑方式备受重视,如“熟练使用秀米、易企秀等编辑工具”等,表明传媒行业对全能型人才的需求增加;在经验积累方面,主要是科研经历与实践经历,如“在刊物上发表新闻作品”“MCN机构、新闻媒体单位工作经验”等,表明传媒行业需求偏向理论与实践结合的经验丰富型人才。丰富的理论储备、实践经验与技能技巧等为新闻工作的高质量输出、新媒体作品制作等提供了重要保障,理论、实践与技能三合一的能力已成为智媒体时代传媒人才的重点要求。

转向4:在人际层面,由“松散型人际关系”转向“紧密型团队合作”,更加强调团队学习。“人

际技能”主要包括了除专业领域外的素养与基本技能。在内容分析结果中,“团队精神”与“学习能力”占比靠前,体现了传媒工作对合作意识、团队工作与自我学习提升的重视。智媒体时代的传媒生态要求紧密合作的团队意识,在各工作环节的密切配合、协同能够促进传媒工作的效率与质量提升。与此同时,“学习能力”也成为传媒行业招聘时看的特质,如“活学活用”“接受并学习新知识、新事物”等,加重了对个人的持续学习与提升的重视程度。在团队协作与个人学习的双重提升模式下,以个人的学习能力提升自我更加紧密地相互配合成为下一步传媒工作的要求。

转向5:在道德层面,由“遵纪守法”转向“家国情怀”,更强调向上的价值导向。传媒行业的新闻传播工作具有与其它行业相比具有不同的性质,它要求对基本法律规范的严格遵守,要求对事件的全局性把握与对舆论的积极引导。从本文的内容分析结果来看,遵纪守法仍是传媒人才最重要的底线要求,对工作者的自我意识要求严格。在智媒体时代,加重了对积极向上的价值观的重视,如“政治立场坚定”“心态积极”等。同时也体现了新时代的新闻工作者应时刻铭记使命与任务,在做好新闻传播工作的同时饱含家国情怀,不负信任充满担当。

三、智媒体时代传媒人才培养启示与建议

媒介环境变革带来了众多挑战,AIGC等新技术的出现重塑传媒业务需求新格局,尤其在新文科背景下,教育理念与教育实践^[15]都应转变思路,不仅要明确高校的培养模式创新,从技术、思维与专业角度^[16]思考传媒人才培养三维方向,同时也应考虑业界需求的改变以及传媒类学生个人的自我发展。本研究从高校、学生、媒体三方协同的角度出发,构建出智媒体时代传媒人才培养三维框架(见图2)。

(一) 学生层面:融入有益的学习生态

面向自我成长,锻造终身学习能力。智媒体时代,终身学习能力成为大学生的必备素质和传媒

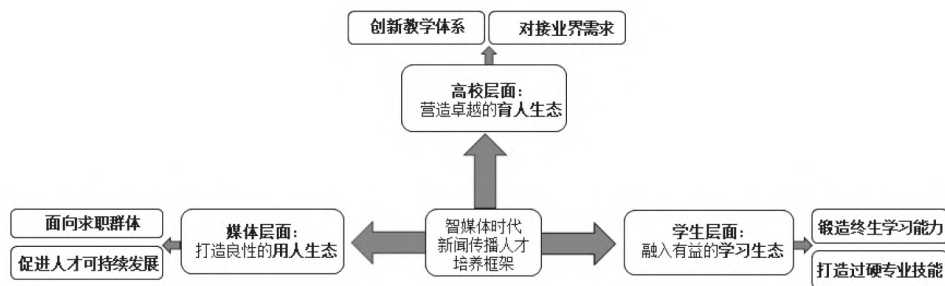


图2 智媒体时代新闻传播人才培养框架

教育重要内涵。在这个快速变化的技术环境中，传媒学子一方面需要时刻保持敏锐的洞察力和好奇心，敢于提出问题，寻找问题，不断追求最佳的问题解决方案，不断提升自我学习能力。另一方面，他们应充分利用学校资源和在线资源，随时随地获取有益知识和学习机会，积极参加专业实践项目，筑牢专业基础，拓宽知识口径。

面向就业需求，打造过硬专业技能。一是传媒学子要具备扎实的理论知识，全面掌握智媒体内容生产和传播的基本逻辑、价值导向^[17]；二是要具备跨媒体的内容制作技能，包括文字、图片、音频、视频等多种媒体形式的策划、采写、制作、编辑和运营的能力；三是熟悉各种社交媒体平台，并具备社交媒体管理和活动运营推广的基本技能；四是掌握数据分析工具和能够将数据可视化的能力，以及了解用户行为和市场动态。

（二）高校层面：营造卓越的育人生态

融入新文科教育改革，创新教学体系。一是新文科背景下的新闻传播教学改革要注重学科交叉融合，即将社会科学、自然科学和艺术学等领域的知识融入到新闻传播教育中，如将美学设计、数据分析等前沿性课程融入新闻传播课堂。学校要鼓励学生选修跨学科课程甚至创造条件设置双学位专业，如新闻学+经济学联合培养财经记者、传播学+英语联合培养国际传播人才。二是学校应创新性地 将思政教育融入新闻传播课程的方式，提高学生对思政教育的兴趣，培养具有家国情怀和社会责任感的新闻传播人才。三是学校要用心打造校内实践基地，要从制度层面鼓励和促进学生积极参与校园媒体、教师新闻工作坊、科研项

目、社会服务项目、校园比赛等，全面锻炼学生的实践能力。

对接业界需求，培养好用人才。一是强化职业规划和就业指导，通过专业老师、业界专家、优秀校友等多途径让学生更能更好地了解行业动态和就业需求^[18]。二是推行项目驱动式学习模式，老师带学生主动服务媒体项目，学校联合媒体共同开展实践和科研，驱动学生进入合作项目，锻炼学生创新和解决问题的能力^[19]。三是推行业界导师制度，学校通过制度创新和改革，吸引媒体人才担任学生导师，分享工作经验。

（三）媒体层面：打造良性的用人生态

面向求职群体，打破“招聘难”现状。当前媒体招聘难的主要问题就是很难招聘到即招即用的大学毕业生，要破解这一难题，可以从以下两方面来解决。一方面，媒体加强与高校深度合作，提供便捷的实习机会，每年定期开展校园实习招聘活动，以及以项目启动短期实践训练营等，让学生感受到业界氛围，提升对专业的热爱和忠诚度，深度了解行业对人才的诊所需求，促进毕业生求职能力提高。另一方面，媒体要全面推行导师制度，为新员工提供职业和专业技能指导，以帮助新员工快速渡过职业不适应期。

面向行业未来，促进人才可持续发展。一是为员工提供职业发展和专业技能培训的机会，如跨部门培训、领导力培训、AIGC 编辑培训、数据挖掘与分析培训、全媒体平台编辑，让员工感受到职业成长获得感。二是强化职业发展规划，为员工晋升机会和不同职业轨迹的选择，激发员工对职业的兴趣。三是提供有竞争力的晋升机会，根据

员工成长的轨迹,促进和鼓励员工在不同岗位成长为专家型人才、复合型人才、管理型人才。

四、结语

媒体“招聘难”与学生“就业难”频频出现;传媒行业人才流动频繁,学生短期内多次就业成为常态。为了应对这一挑战,需要学生、高校、媒体三方共同合作,综合考量各自的角色和社会责任。学生应求真务实,快速融入有益的学习生态,不断锻造专业本领和终身学习能力;高校要构建卓越的育人生态,重塑多元化育人新体系,打造专业本领过硬、具有家国情怀、国际视野的智媒型高素质人才;媒体要树立正确招聘观,打造良性的用人生态,以媒体发展和员工全面发展为己任,从而共同应对智媒体时代的挑战。

参考文献:

- [1]陈昌凤. 21 世纪的新闻教育: 如何培养创新型人才? [J]. 新闻大学, 2020(09): 10 - 21 + 119.
- [2]蔡斐. 学科赋能、跨界驱动与人的回归——论新文科背景下新闻传播人才的培养 [J]. 中国编辑, 2021(04): 77 - 81.
- [3]张才刚. 智媒时代新闻传播人才培养的逻辑进路 [J]. 中国编辑, 2023(05): 110 - 115.
- [4]黄侃. 创新教育与跨学科传媒人才培养 [J]. 现代传播, 2004(01): 85 - 86.
- [5]王志敏, 姚争. 改革实践性教学 培养创新传媒人才 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2006(03): 124 - 125.
- [6]王渊明. 突出行业教育特色, 培养应用创新型传媒人才 [J]. 中国广播电视学刊, 2008(02): 39 - 41.
- [7]汤天甜, 冉桢. 新闻传播人才培养模式创新与教学改革研究——基于大数据背景 [J]. 西南交通大学学报(社会科学版), 2017, 18(03): 8 - 14.
- [8]刘彤. “四全媒体”时代下的新型传媒人才培养 [J]. 传媒, 2019(11): 81 - 84.
- [9]韩建华, 胡一梁. 媒体云: 推动传媒人才实践创新能力培养的新引擎——以浙江传媒学院“浙传云”为例 [J]. 未来传播, 2021, 28(03): 65 - 69.
- [10]赵耘曼. 网络多屏视域下传媒人才培养的新模式——评《交互叙事与跨媒体叙事: 新媒体平台上的沉浸式故事创作》 [J]. 新闻爱好者, 2022(09): 2.
- [11]李伟. 新文科建设背景下传媒人才培养的实践探索——以山西传媒学院为例 [J]. 中国广播电视学刊, 2022(09): 10 - 12 + 24.
- [12]苏凡博, 陈浩. 双维视角下元宇宙传媒人才培养模式建构 [J]. 出版广角, 2023(08): 51 - 55.
- [13]Reyes - de - Cózar S, Pérez - Escolar M, Navazo - Ostúa P. Digital competencies for new journalistic work in media outlets: A systematic review [J]. Media and Communication, 2022, 10(01): 27 - 42.
- [14]王婧雯, 邹佳丽. 全媒体人才的结构转型与培养框架研究——基于 31 家媒体机构的人才需求分析 [J]. 当代传播, 2022(05): 59 - 66.
- [15]许志强. 新文科视域下应用型传媒人才的智能素养教育 [J]. 传媒, 2021(23): 82 - 84.
- [16]甄巍然, 白贵, 彭焕萍. 技术仿真 思维跨域 伦理嵌入——新闻业裂变背景下传媒人才培养的三维方向 [J]. 新闻记者, 2017(03): 37 - 42.
- [17]黄玉波, 张钰. 以合为减: 智能时代传媒人才培养体系改革思路与探索 [J]. 中国出版, 2021(18): 34 - 38.
- [18]周欣, 武钊. OBE 理念下传媒专业课程体系建设研究 [J]. 传媒, 2023(10): 79 - 82.
- [19]刘卓. 全媒体时代传媒类人才综合素质培养研究 [J]. 中国高等教育, 2021(20): 56 - 58.

[责任编辑: 蔡雨忻]