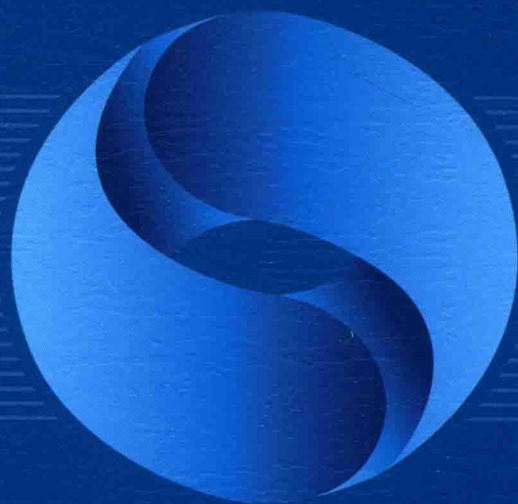


中国传媒人才 能力需求研究报告 (2018)

刘蒙之 刘战伟 著

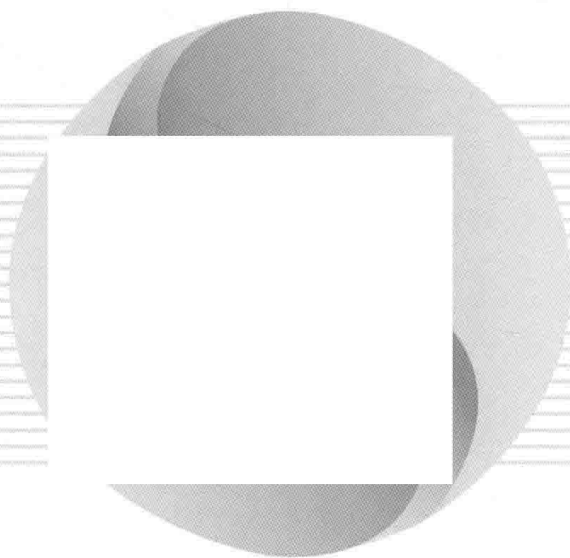


Zhongguo Chuanmei Rencai
Nengli Xuqiu Yanjiu Baogao (2018)

中国社会科学出版社

中国传媒人才 能力需求研究报告 (2018)

刘蒙之 刘战伟 著



Zhongguo Chuanmei Rencai
Nengli Xuqiu Yanjiu Baogao (2018)

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国传媒人才能力需求研究报告. 2018 / 刘蒙之, 刘战伟著. —北京:
中国社会科学出版社, 2018. 10

ISBN 978 - 7 - 5203 - 1357 - 5

I. ①中… II. ①刘…②刘… III. ①传播媒介—人才需求—研究
报告—中国—2018 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 273380 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 刘 艳
责任校对 陈 晨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2018 年 10 月第 1 版
印 次 2018 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 14.75
插 页 2
字 数 231 千字
定 价 66.00 元



凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010 - 84083683
版权所有 侵权必究

序 言

当今时代，全球传媒业处在一个深刻变革的历史阶段。传媒变革，人才为王，未来媒体变革的本质是人才创新。2016年2月19日，习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上强调，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势，并要求新闻舆论工作者“努力成为全媒型、专家型人才”。习近平总书记的论断一语道破了今天传媒格局下影响力竞争、话语权争夺的关键所在。高校新闻传播院系作为国家培养新闻传媒后备人才的前沿阵地，迫切需要创新新闻人才的培养和管理思路，以应对当下媒介融合变革带来的新挑战。

最近几年，传媒人才供求关系上一个尴尬的现状是，尽管传媒专业的就业前景不断被人唱衰，毕业生难找工作屡屡被报道，但猎寻到优秀的媒体行业人才却一直是用人方的一大难事。一方面，传媒专业毕业生的整体薪资状况确实不怎么乐观；另一方面，当下以及未来，传媒行业都有着不小的人才缺口——不论是高端还是初级的职位，都存在部分岗位特别是新生岗位高薪难聘的情况。问题的本质是，随着传媒行业不断变革，技术飞速更新，我国传媒行业不缺人，真正缺少的是适合传媒岗位需求的人才。当前和今后的一段时期内，我国传媒行业人才问题，供给和需求两侧都有，但矛盾的主要方面在供给侧。一方面，一些传媒专业毕业学生找不到工作；另一方面，诸多媒体出现人才荒。事实证明，我国传媒人才不是需求不足，或没有需求，而是需求变了，供给的传媒人才却没有变，学生的观念、技术、能力跟不上，不能满足不断更迭演变的媒体需求，传媒人才有效供给不足导致严重“供需矛盾”。

人才在任何时代、任何领域都是稀缺资源。媒体融合最核心的是人的融合，最关键的是人才的转变。特别是在新媒体形态急剧崛起的时

代,整个传媒业遭遇未有的转型变局,传媒教育也来到关键的转型关口上。变局之下,传媒行业渴望什么样的人才?应对挑战,传媒人才又需要磨炼什么技能?我们的传媒业对人才有什么需求?要求从业者具备何种学历?掌握什么技能?什么样的职业素养?什么性格或是品质?有什么语言能力要求?本书正是围绕上述问题展开研究的。本书在传媒行业人才需求总报告的基础上,分别对报业、图书业、期刊业、广播业、电视业、电影业、动漫业、广告业、公关业等传媒细分行业进行了人才能力需求分析。另外,传统的非媒体机构今天也越来越成为传媒人才需求的生力军。当前,一些政府部门和企事业单位高度重视自媒体建设,对传媒人才有庞大需求,本书也对非媒体机构传媒人才需求进行了分析。鉴于我国企业,特别是“互联网+”企业对传播手段的倚重,本书还特别对企业的传媒人才能力需求制作了分析报告。

本书通过定量的词频分析,使以往经验性的判断得到了证明,发现了一些单凭经验无法体察的方面。以《传媒业人才能力需求总报告》为例,我们发现,以移动互联网为代表的互联网跨界浪潮正在以前所未有之势颠覆着传统媒体产业,以前的传媒格局濒临坍塌,互联网媒体成为传媒产业的主导力量,“电视”“报社”“广播”等媒体单位用人需求在第二梯队。传媒人才需要坚持“互联网+”思维,积极拥抱互联网,做互联网界的“混世魔王”。从分析结果来看,媒体招聘对从业者的工作能力、经验有较高的要求。可见,媒体工作要求以实践应用为导向,因此要注重培养学生的实践工作能力,加强实践和经验积累。同时,“负责任”“团队”“合作”等关键词排名靠前,表明用人单位重视从业者的负责态度和团队合作精神。“一个人走得快,一群人走得远”,一个体要长远发展,离不开团队所有人的齐心协力与合作配合。在招聘工作中,用人单位突出对从业者职业态度的考察。这是因为媒体工作面临长期熬夜、生活不规律甚至“防火防盗防记者”等危险状况,要求从业者对所从事工作有极强的热爱和兴趣,否则将难以胜任高强度的媒体工作。在讲求能力的时代,学历重要吗?我们发现,85%的媒体招聘人才要求本科学历,12%的单位要求硕士学历。本硕学历共同占比为97%,可见媒体对从业者均有一定的学历要求。大多用人单位一般要求具备本科学历即可,要求硕士学历以上的主要是传统媒体,互联网新媒

体公司对学历要求相对低且宽松,但更加重视从业者业务能力。在新的媒介形态下,媒体一般都希望人才具有“十八般技艺”。图片处理技术软件 Photoshop 位列第一名,同类型的还有排名第八位的 Illustrator。APP 和 HTML 5 排名第二、第三。后期剪辑软件 Premiere、Edius 和特效制作软件 AE 也是很多媒体的基本需求。媒体设置哪些岗位,招徕哪些人才?媒体招聘岗位需求主要是“编辑”“记者”“编导”等传统媒体工作者。“设计师”“运营”“营销”类运营和经营人才需求较大,大量媒体将运营和营销人才作为招聘重点。值得注意的是,不管是互联网新媒体企业,还是传统广电媒体单位,具有一定 IT 人才需求。“一招鲜并不能打遍天下无敌手”,“一专多能”的人才大受各类媒体青睐。大视频时代,视频成为主要的媒介形式,视频制作人才需求大,相应的各类媒体对于视频拍摄、剪辑和包装制作人才需求也水涨船高。媒介融合背景下,当“是什么”已漫山遍野,“为什么”就显得尤为稀缺,跨学科新闻传播人才成为市场上的宠儿,他们身上所具备的跨学科知识背景与思维方式,为媒体提供了报道世界的基本认知范式。媒体对金融学与经济学人才具有比较大的需求。财经金融类新闻所具有的专业性要求媒体工作者在具备基本新闻专业知识与能力的基础上,必须具备一定的经济学或金融学专业背景。紧跟其后的是社会学、法学、哲学、政治学,体现出媒体对具备一定人文社会学科专业人才的需求。这就要求传媒教育应坚持通识为“体”,专业为“用”,培养复合型专业人才。

媒介变革时代,传媒人才供给侧改革刻不容缓。人才,决定传媒生死存亡;人才,是传媒发展的第一生产力。传播技术发展的日新月异引发新闻信息生产传播方式和传播格局的重大变革,在推进媒介融合发展过程中,不管是传统媒体还是新媒体,越来越表现出对“对口人才”和“适用人才”的渴望。解决传媒人才结构性问题,必须推进传媒人才供给侧改革。媒介变革时代,传媒行业不仅仅是“大鱼吃小鱼”,更是“快鱼吃慢鱼”。如何快速适应变幻莫测的传媒变革,根本在于培养能够紧跟传媒变革浪潮的优秀人才。传媒人才的供需结构性矛盾,是我国媒介变革的“阿喀琉斯之踵”,必须改善传媒人才供给结构,实现传媒人才由低水平供需平衡向高水平供需平衡跃升,推动人才培养与媒体需求高度契合,不断适应和引领媒介变革新的人才需求。因此,推进传

媒人才供给侧改革是适应和引领传媒产业变革，力克媒介变革“阿喀琉斯之踵”的决定性战役。

随着媒介生态与技术的快速演变，媒介产品的形态与功能正在发生深刻变化，我国传媒业的人才能力需求也正在不断刷新。为了更好地回应传媒行业对人才需求的真实关切，搭建传媒行业与传媒教育机构机制对接的知识桥梁，提高我国传媒人才培养的针对性、有效性与现实性，本书采用词频分析法对2016年至2017年的传媒业与非媒机构的最新招聘广告进行了分析，并综合各方面信息进行了讨论。虽然这种分析并未涵盖全部的招聘广告，但见微知著，对具有较强代表性的招聘广告样本的筛选与分析可以大致反映当今传媒业与社会非媒机构对人才能力需求的最新变化，这对有志于投身传媒事业的广大学子与高等传媒院校教育工作者具有一定的参考作用。最后，作为首份传媒业人才能力需求报告，受限于时间与经验因素，本书尚有许多不足和疏漏，未来还有很大的改进空间，以后我们会不断完善，此作权作抛砖引玉。

著者

2018年7月

目 录

序言	(1)
第一章 传媒业人才能力需求总报告	(1)
第二章 报业人才能力需求报告	(21)
第三章 图书业人才能力需求报告	(41)
第四章 期刊业人才能力需求报告	(55)
第五章 广播业人才能力需求报告	(71)
第六章 电视业人才能力需求报告	(88)
第七章 电影业人才能力需求报告	(104)
第八章 动漫业人才能力需求报告	(120)
第九章 广告业人才能力需求报告	(137)
第十章 公关业人才能力需求报告	(154)
第十一章 互联网业人才能力需求报告	(170)
第十二章 社会非媒机构人才能力需求总报告	(187)
第十三章 企业传媒人才能力需求报告	(206)
第十四章 传媒人为什么要去“北上广”打拼?	(222)

第一章 传媒业人才能力需求总报告

— 引言

新技术发展更新演化,让传媒业成为当今变化、革新最激烈的领域之一。媒介融合新形势下,传媒教学面临变革与挑战,人才培养如何适应变革发展中的传媒行业的现实需求,是摆在高校教育者面前的一个重大问题。本章以2016年至2017年总体概念上的媒体招聘信息为研究样本,通过词频统计的方法分析传媒行业用人单位对从业人员在学历、职业技能、语言能力、职业素养、性格品德等方面的要求,总结宽泛意义上的传媒业人才需求标准并提出相应的人才培养创新对策。

在新媒体技术发展和媒介融合大趋势下,高等传媒院系教育观念也面临变革。传媒业需要什么样的人才,需要什么技能是摆在新闻传播学高等教育面前的一个大问题。目前传媒业态发生巨大变革,传媒人才培养面临重大调整。传媒行业实际的人才能力需求是传媒教育改革的重要参考依据。为了及时了解媒介融合状态下,我国媒体对传媒人才能力构成的要求,本文选取2016年9月至2017年4月“招聘季”我国媒体招聘信息为研究样本,通过词频分析传媒单位对从业人员在学历、职业技能、语言能力、职业素养、性格品德等方面的要求,试图总结其总体的人才能力标准与需求,以期为我国高等院校新闻传播学的教学设置和就业市场的应聘者提供一些参考。

二 研究方法 with 内容

(一) 研究问题

媒介融合新形势下,传媒产业面临巨大变革,媒体对从业人员也有了新的要求,有没有一个量化的指标或数据?我们的传媒业对人才有什么需求,要求从业者具备何种学历,掌握什么技能、什么样的职业素养、什么性格或是品质,有什么语言能力要求,这是摆在传媒从业者面前的一个重要问题。大学新闻传播院系如何设置课程体系,如何开展教学工作,培养学生何种技能与素质等,也是高等院校传媒教学工作面临的突出问题。本章通过对媒体招聘信息的词频统计分析,用数据揭示传媒行业的人才选用标准。

(二) 研究样本

本文选取2016年9月至2017年4月的180家媒体的招聘信息为研究样本,总字词语符号数量达到10万有余,包括报纸、广播、电视、网络、广告、公关、期刊、影视等多种媒体形态。选择标准如下:(1)选择媒体全面、具体,具备研究价值;(2)选择媒体具有一定代表性,均为行业领域内标杆单位;(3)选择媒体具有一定的受众规模和传播力、影响力;(4)选择媒体在报刊、图书、广播、电视、电影、动漫、网络、广告、公关等行业分布比较均衡;(5)选择媒体的分布地域尽可能广泛;(6)选择媒体岗位分布均衡,既包括内容生产与制作岗位,也包括技术、运营等岗位。遵循这6条标准,本章选取180家新闻媒单位招聘信息,既有中央电视台、新华社、中央人民广播电视台、中国青年报、新京报等传统媒体,也有腾讯、网易、百度、爱奇艺、今日头条等互联网新媒体企业。

样本来源主要是媒体单位官方网站发布的招聘信息、专业招聘网站发布的媒体招聘信息,以及微博“媒体招聘信息”发布的媒体招聘信息,微信公众号“媒体招聘信息”“新闻实习生”“刺猬公社”“AI蓝媒汇”等发布的媒体招聘信息。招聘信息文本来源广泛,具有一定的覆盖面和代表性。

（三）研究方法

1. 词频统计

词是文献中承载学术概念的最小单位，词频统计是一种情报学的定量分析法。词频——反转文件频率，是一种基于情报检索和文本挖掘的常用加权技术，用来评估一个词对于一个文件或者一个语料库中的一个领域文件集的重要程度。传统文献分析法带有一定的个人偏好和主观经验，不一定可以窥探文献背后所隐藏的结构意义。词频统计是指统计出某个文本中各个字词出现的次数与频率，作为一种科学的定量研究方法，词频统计分析可以透过现象看本质，具有一定的准确性、客观性、系统性、标准性，因而被广泛应用于人文社科领域多个学科的研究中，并且取得了非常丰硕严谨的研究成果。本文使用 Python 编程语言，选择“做最好的中文分词组件”的“Jie ba”（结巴分词）中文分词库，利用计算机软件分词技术将汇集的招聘信息拆散成词组和单个字符，并对拆散的词组依照出现频率进行统计，将统计数值按照从大到小的顺序进行依次排列，词频统计通过对收集的 180 家媒体招聘信息，进行分词和 TF-IDF 词频统计，一共有词数 5399 个，包括半角符号和数字。词频统计排名前 100 位的词语见表 1。

2. 指标设计

基于 TF-IDF 词频统计结果仅为散乱词频数据，缺乏具体评价维度。本文人工设置如下维度：（1）前 20 名散乱关键词词频排名；（2）媒体行业类词频排名，主要为报纸、图书、广播、电视、电影、动漫、网络、广告、公关等行业关键词排名；（3）职业素养类词频排名，如能力、经验、负责等；（4）职业态度词频排名，如喜欢、热爱、积极、主动、激情等，反映一定的职业态度；（5）热门技能词汇词频统计排名，主要为 Photoshop、HTML 5、Web、IOS、Edius、Office、VR 等从业者所学技术软件；（6）学历要求关键词词频统计排名，主要为专科、本科、硕士、博士，用以研究分析用人单位对于从业者的学历要求；（7）招聘岗位类排名，主要有记者、编辑、技术、运营、摄像、主持人等，以研究分析用人单位不同岗位的需求情况；（8）核心产品形态关键词词频统计排名，包括视频、图片、动画、HTML 5、VR 等，用以

研究分析用人单位对不同媒介呈现形态的需求；（9）语言能力要求关键词词频统计排名，包括汉语、英语、法语、日语、俄语、西班牙语、阿拉伯语等，用以研究分析用人单位对从业者的外语语言要求；（10）招聘单位工作地区关键词词频排名，如北京、上海、广州、深圳等，用以研究分析媒体就业区域分布；（11）教育背景类词统计排名，包含经济学、金融学、社会学、统计学等，用以研究分析用人单位对从业者多学科背景的要求。本章通过以上几个维度的关键词词频统计，总体分析媒体对从业者的各项基本需求状况。

三 招聘信息文本词频统计分析与发现

表1 TF—IDF 词频统计分析结果（前100位）

排名	词语	词频	频率
1	工作	2897	5.3656
2	能力	2542	4.7081
3	新闻	1699	3.1468
4	媒体	1069	1.9799
5	经验	1005	1.8614
6	编辑	996	1.8447
7	负责任	695	1.2872
8	策划	571	1.0576
9	运营	458	0.8483
10	内容	438	0.8112
11	专业	408	0.7557
12	设计	372	0.6890
13	产品	319	0.5908
14	熟悉	318	0.5890
15	记者	318	0.5890
16	视频	273	0.5056
17	学历	272	0.5038
18	团队	268	0.4964
19	沟通	252	0.4667

续表

排名	词语	词频	频率
20	分析	250	0.4630
21	数据	240	0.4445
22	合作	233	0.4315
23	制作	228	0.4223
24	软件	226	0.4186
25	活动	210	0.3889
26	文字	199	0.3686
27	技术	194	0.3593
28	互联网	193	0.3575
29	网络	192	0.3556
30	项目	184	0.3408
31	管理	182	0.3371
32	平台	182	0.3371
33	执行	180	0.3334
34	北京	177	0.3278
35	网站	169	0.3130
36	开发	167	0.3093
37	节目	166	0.3075
38	功底	163	0.3019
39	热爱	163	0.3019
40	熟练	160	0.2963
41	撰写	155	0.2871
42	用户	153	0.2834
43	推广	148	0.2741
44	学习	147	0.2723
45	独立	147	0.2723
46	责任心	144	0.2667
47	传播	144	0.2667
48	频道	141	0.2611
49	语言	141	0.2611
50	知识	140	0.2593

续表

排名	词语	词频	频率
51	创意	139	0.2574
52	写作	139	0.2574
53	表达	138	0.2556
54	流程	138	0.2556
55	营销	136	0.2519
56	优秀	134	0.2482
57	作品	133	0.2463
58	发布	131	0.2426
59	微信	130	0.2408
60	研究	124	0.2297
61	客户	122	0.2260
62	信息	119	0.2204
63	深度	118	0.2186
64	报道	116	0.2148
65	微博	115	0.2130
66	移动	115	0.2130
67	方案	114	0.2111
68	采编	112	0.2074
69	压力	111	0.2056
70	选题	109	0.2019
71	严谨	105	0.1945
72	商业	104	0.1926
73	品牌	102	0.1889
74	文案	101	0.1871
75	广告	100	0.1852
76	市场	100	0.1852
77	专题	98	0.1815
78	喜欢	98	0.1815
79	经历	90	0.1667
80	精通	89	0.1648
81	财经	88	0.1630

续表

排名	词语	词频	频率
82	阅读	87	0.1611
83	创新	87	0.1611
84	视觉	87	0.1611
85	挖掘	87	0.1611
86	业务	86	0.1593
87	英语	86	0.1593
88	舆情	85	0.1574
89	承受	85	0.1574
90	电视	84	0.1556
91	剪辑	84	0.1556
92	后期	84	0.1556
93	工程师	84	0.1556
94	调查	83	0.1537
95	电视台	82	0.1519
96	扎实	81	0.1500
97	编导	80	0.1482
98	稿件	77	0.1426
99	丰富	77	0.1426
100	摄影	75	0.1389

包括英文在内,总体词语为 5399 个。本章选取词频排名前 100 名的关键词。人工排除“相关”“以上”“要求”“招聘”“具有”“时间”等无研究价值关键词语,其空缺由排名 100 位以后的词语补位。

关键词词频统计排名前 20 位结果显示,媒体类用人单位关键词有“能力”“新闻”“媒体”“经验”“编辑”“内容”等。通过这一关键词词频排序,我们可以看出媒体用人单位需求主要以“能力”“经验”为导向。新闻传播行业属于实践偏向性行业,招聘信息词频统计结果验证了媒体从业者实践能力和工作经验的重要性。工作岗位需求主要以“记者”“编辑”为主,同时“产品”“软件”“数据”“技术”“互

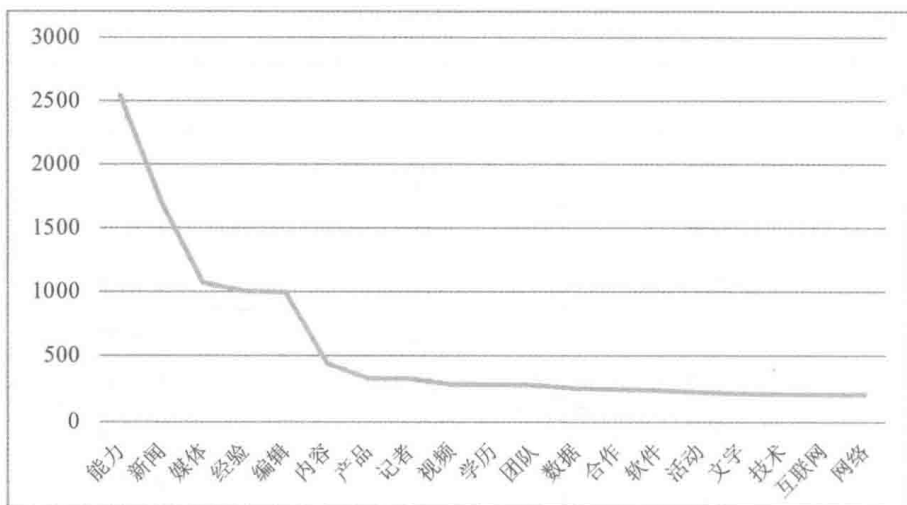


图1 关键词词频统计分析结果

联网”“网络”等关键词表明目前传媒行业人才需求的技术导向，伴随的是对技术人才的大量需求。大数据时代的到来对传媒业带来前所未有的冲击和挑战，数据成为传媒内容生产与产品设计策划最重要的资源之一。新闻媒体不仅是信息的提供者，还承担着解读、分析与预测的重要职能。伴随着人类社会进入数字新媒体时代，互联网技术、无人机技术、虚拟现实技术、人工智能等技术的发展不断更新变革信息生产与传播方式，科技与传媒的结合成为传媒转型发展的核心推动力，这对传媒组织和媒体从业者而言既是挑战也是机遇，要求传媒教育工作者及从业者要高度重视培养和提高技术胜任力。同时，学历水平依然是媒体招聘的重要指标，几乎所有媒体均对学历有一定要求。

图2 媒体招聘行业词频统计分析结果显示，“互联网”“网络”分列第一、二名，表现出互联网行业发展迅速，位于用人需求第一梯队，人才需求量极大。以移动互联网为代表，互联网跨界浪潮正在以前所未有之势颠覆传统媒体产业，以前的传媒格局濒临坍塌，互联网媒体必将成为传媒产业的主导力量。新闻传播高等教育也应该顺势调整，大力培养针对互联网媒体需求的高素质人才。关键词“广告”的排名突出，表现出广告行业的用人规模较大，用人需求强烈。近年来，互联网广告占整体广告收入已达到48%以上，并且其增速远远快于传统广告行业，这提醒高校广告人才培养也应该以互联网广告人才需求为导向。其次，

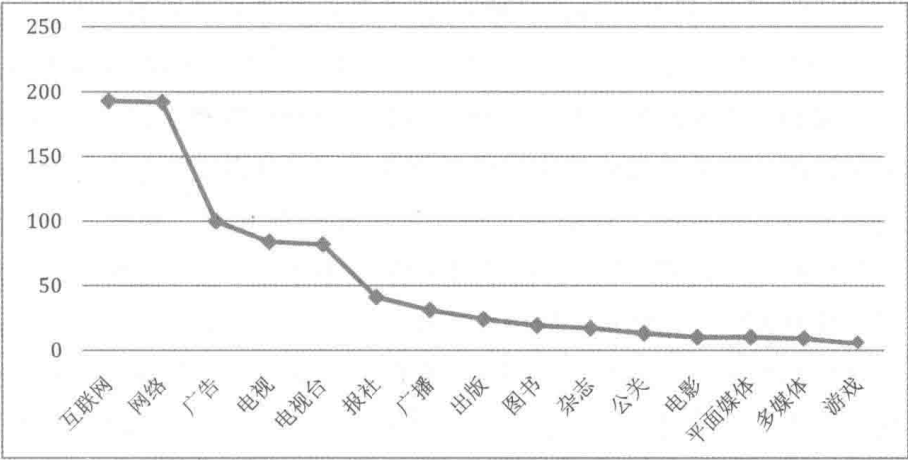


图2 招聘行业词频统计分析结果

“电视”“电视台”“报社”“广播”等广电媒体用人需求在第二梯队。纸媒类媒体关键词“出版”“图书”“杂志”用人需求相对比较少，进一步表明了纸媒地位的衰落与边缘化。“公关”“电影”“平面媒体”和“游戏”类单位需求人才相对比较少。随着互联网的发展，媒介融合趋势强化，传统媒体人才需求趋少，互联网、新媒体人才需求增加，新闻传播类高等教育应该改变以往一味面向传统平面媒体、广电媒体的人才培养导向，注重培养面向互联网、新媒体的传媒人才。

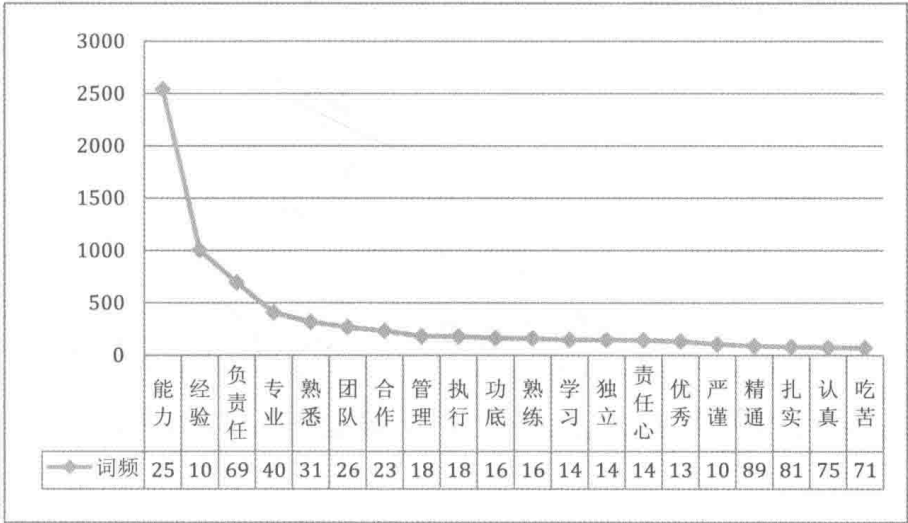


图3 职业素养词频统计结果