

从招聘信息看数字媒体编辑人才的需求与人才培养

——以“中华英才网”上海地区招聘信息为例

/ 姜洪伟 纪元元

摘要：

本文以“中华英才网”上海地区招聘信息为研究对象，调查市场对数字媒体编辑岗位需求的类型、数量与人才特点，并根据对调查结果的分析研究，提出高校培养数字媒体编辑人才的若干对策与教学改革建议。

关键词：

数字媒体编辑 招聘信息 人才培养

“中华英才网”是国内影响力较大的网站之一，在求职招聘类网站中有一定代表性，是很多学生毕业求职的必经之地，所发布的岗位和信息也较为可靠。因此，本文采用抽样调查的方法，在2010-2011年中截取特定时间段内的招聘信息进行分析，从中观察数字媒体编辑人才的市场需求与动向，并借此提出高校在培养人才方面的若干对策与建议。

一、数字媒体编辑岗位需求的数量与类型

本部分研究步骤为：首先设定合适的检索项，以使检索结果尽可能与调查目的相契合。其次，在特定时间段内，检索出全部符合条件的信息。最后统计各项数据并分析。

（一）检索设定

1. 网站：中华英才网上海站。^[1]一是由于上海作为数字媒体迅速发展的前沿城市，用人岗位增长迅速；二是本文面向上海高校传播学专业毕业生所作的调研。故选取上海站具有代表性和针对性。

2. 时间：2010.9-2011.2。这半年是毕业求职和发布信息较为密集的时间；以7~10天为单位，选取若干时间

段进行统计，因为网站信息更新频率基本是一周到10天更新一次。

3. 检索项：

3.1 传统媒体岗位：

职位：编辑、记者、发行总监、经理、主管、校对、录入、出版、排版设计等

行业：媒体、出版、文化传播

3.2 数字媒体岗位：

职位：网站编辑、网站策划等。

行业：计算机、互联网、电子商务、媒体、出版、文化传播、网络游戏、广告、会展、公关等。

需要补充说明的是：

第一，因为五花八门的就业岗位很难和专业一一对应，所以只能概括选择。比如，“检索项A”中的职位，大致上是新闻传播类专业应届生在传统媒体中的“对口”岗位，检索结果会出现少量数字媒体岗位，在统计时已经剔除。

第二，数字媒体的人才需求大致可以分为文理两类，一类为计算机专业，如网站维护、编写代码、写程序等，一类为文科，包括各个针对性不强、应用面较广的文科专业，比如网络编辑、手机编辑、电子书制作、

数字媒体文案策划与采写、网络社区管理等新兴岗位，新闻传播、文史哲等基础学科都可以从事。这里检索的岗位只针对文科类，在检索结果中将理工科职位剔除。

第三，中华英才网的信息特点是多、杂、重复发布、更新速度快。如一个职位可填写多个行业，对职位和行业的分类不精确，一段时期内有的信息撤除有的不撤，诸如此类的问题都让获得精确数据变得困难甚至不可能。经过反复摸索与验证，最终设定的检索方法，得到的数据相对准确。同时，统计时尽可能过滤掉重复发布的信息。

（二）检索结果

共选取5个时间段的数据进行对比：

1. 2010.9.13—9.27

1.1 177条，其中编辑、记者：122条

1.2 235条

2. 2010.10.26—2011.11.10

2.1 162条，其中编辑、记者：101条

2.2 183条

3. 2010.12.3—12.17号

3.1 135条，其中编辑、记者：89条

3.2 201条

4. 2010.12.23—11.1.3

4.1 166条，其中编辑、记者：88条

4.2 262条

5. 2011.2.15—2.24

5.1 192条，其中编辑、记者：131条

5.2 273条

（三）统计结果分析

1. 在各时间段，数字媒体岗位都超过传统媒体岗位。经简单的对比分析，可作出以上结论。

当然，网站发布的招聘信息，并不能完整说明整个就业市场的情况。数字媒体天然地倾向在网站发布信息，而传统媒体比如大型出版社、报纸则很少在网站露面。这样也会导致数字媒体职位比例偏高。量变引起质变。当新媒体岗位的需求数量如此明确增长之时，作为高校教育工作者，必然要重新思考人才培养问题。

2. 数字媒体编辑岗位的类型归纳

（1）互联网职位：包括网络编辑、网络社区管理、数字媒体文案、网站策划等。

其中，网络编辑又包括门户网站和专业网站，门户网站如新浪网招聘社区编辑、资讯编辑、汽车事业部成都站编辑、房产行业记者、设计师频道记者，专业网站

岗位如房地产网站编辑、旅游网站编辑、淘宝网助理、微博编辑、结婚网论坛管理员等。

（2）手机媒体：

（3）电子书：电子书制作

（4）传统与数字媒体复合型岗位：有的是网站需要将数字内容编辑为纸质图书或杂志，有的是传统媒体的数字化运营，如大众点评网的图书编辑、上海施普林格图书报刊贸易有限公司网站编辑、上海天翼图书有限公司的网站编辑等。其中需求量最大的是互联网。后面三种加起来大约占总数的10%。

二、数字媒体编辑岗位需求的内容与特征

新兴数字媒体岗位需求的人才特点，既有与传统媒体相同之处，又出现了若干新特征。可概括为以下几个方面：

（一）良好的文字功底，即写作能力、独立撰稿能力

文字功底、写作能力几乎是所有岗位都要求的，如“有良好的文字功底和文学素养，文笔流畅”“能写作富有吸引力的市场文案”“具有较强的逻辑分析能力、写作能力与信息整合能力”。有些岗位也会直接要求附近期文字作品。此外，文字编辑还要求阅读面广、阅读量大。

数字编辑与传统编辑一样需要文字能力，这是不可忽视的基本功。现在有一种认识误区，似乎数字媒体编辑就不需要像传统编辑那样注重文字功底，其实不然。目前数字媒体的平均文字水准低于传统媒体，这正是应当提高和改进的地方，而不是反过来以此为理由降低对编辑文字功力的要求。

（二）编辑、策划、组织、执行能力

编辑能力是对一个编辑的基本要求，能够对所负责的版面具有操控能力，并策划、组织各种内容和活动。概括来说有以下几方面：

1. 编辑能力：热爱并能独立完成日常编审工作，有较强的文字编辑和统筹能力。

2. 选题策划能力：熟悉网络资讯传播的特点，思维敏锐，有市场洞察能力，能够选题策划。

3. 执行能力：独立的约稿、采编能力，敏锐的网络事件洞察力和跟进执行力，能独立完成网站及杂志的选题及采编工作，能够带领团队执行内容的采集与网站展示等。

4. 组织能力：具有线上线下活动独立策划、组织、

主持能力。如某旅游网站编辑要求“具备行程策划经验，能够独立策划完成内容丰富的旅游行程”。

（三）计算机操作能力

对数字媒体来说，熟练掌握计算机、手机及网络常用工具和软件自然是必需的。大致上分两种情况，一是要求熟练使用OFFICE软件和图片处理工具，如WORD、EXCEL、PHOTOSHOP、POWERPOINT、PREMIERE等；二是网站维护和网页制作方面，熟练操作常用的网页制作软件和网络搜索工具，熟悉HTML语言、DREAMWEAVER等，了解网站开发、运行及维护的相关知识。文科专业对第一种可以掌握，第二种稍有难度。

（四）网络情感与熟悉度、网络能力与经验

1. 热爱网络，熟悉网络，具备“网络社交能力”

几乎所有的网站岗位都要求热爱网络，熟悉社区、论坛、博客、各种聊天工具及购物网站。我们看到，“热爱互联网”成为一种普遍要求，不少职位明确提出“热爱互联网，热爱旅游、写作”，强调“喜欢还不够一定要热爱”。如“文学编辑”要求热爱并熟悉网络原创文学圈，熟悉多家原创网络文学网站、作者及作品。

2. 网络工作经验

与传统媒体对比来看，数字媒体编辑对从业经验的要求明显降低，这是由其“新”和岗位需求量大所决定的。一些岗位提出的经验如论坛管理工作经验、善于通过QQ或MSN等工具聊天、打字速度快、博客撰写经验、知名论坛版主经验等等，都是读书期间就可以获得的。

三、高校应如何培养数字媒体编辑人才

“网络编辑是技术与人文之间的桥梁。他们不仅是技术平台的运用者、操作者，也是信息的人文价值的开掘者。网络编辑和图文信息技术人员需要具备完善的知识与技能”。针对数字媒体的人才需求特征，新闻传播类的专业教学应该做哪些调整呢？

1. 正面培养网络意识，引导学生合理分配时间，有效利用网络

作为新闻传播专业的教育工作者，目前应该做的是正视网络，正面培养学生的网络意识与网络感情，引导他们合理利用网络，这一点与指导读书一样重要。

2. 培养对数字化世界的掌控能力，具备一定经验

招聘条件中对网络能力与经验的要求值得关注，或许我们还没有从培养人才的高度来重视这个新动向。比

如“网络社交能力”，我们一向注重让学生在各种社会活动中提高社交能力，但尚未意识到网络交际也是一种需要培养的能力。

3. 本科教育侧重知识基础，理论课程开设较多，对于写作能力、计算机操作等则培养不够。对于新闻传播类专业的本科教育来说，注重知识、能力、技术等全方位的提高，将会使人才更符合社会需求。比如，目前的理论课学习，有相当一部分流于空洞、不切实际、含金量低，从而使学生在黄金时间的学习效果没有最大化。这些课程可以删、减、并，腾出时间进行能力训练。

4. 从学校方面说，给学生安排社会实践时可以将数字媒体纳入考核体系，打破以往必须集中时间走出去的模式，从而拓宽实践渠道。从学生方面说，无论学校是否安排、有无学分，都可以很方便地足不出户即可获得实践经验。诸如网络编辑、社区管理、文案策划、视频制作等都可以参与进去。

总之，数字媒体人才需求量大，高校作为人才培养基地，有必要面对新形势作出相应的调整，从教学方法、课程设置、教学内容、就业指导等方面进行革新，从而培养出兼具新闻传播、计算机及艺术广告等知识的新兴传媒人才。

参考文献：

[1] 吴建平，徐沫扬.新型领域“网络编辑”人才需求分析及专业设置[J]. 计算机教育，2009年（9）.

（作者单位：上海理工大学出版印刷与艺术设计学院）