

传媒类专业学生就业意向调查分析

——以广东某高校为例

侯荣程 黄建莲

广州应用科技学院 广东 肇庆 526072

【摘要】：以就业意向的调查为切入点，从择业观念、对就业形势的认识、就业准备、影响就业的因素、对就业指导的需求等方面对广东某高校传媒类专业学生进行问卷调查，总结传媒类专业学生就业的新情况，对当前传媒类专业学生就业指导工作提出建议。

【关键词】：大学生就业指导；传媒类专业学生；就业意向；调查分析

DOI:10.12417/2705-1358.25.23.029

1 问卷设计

传媒行业在数字化浪潮中面临结构性变革，传统媒体转型与新媒体崛起对人才需求产生双重影响。根据 2024 年传媒行业发展趋势报告，行业复合型人才缺口持续扩大，但高校人才培养与市场需求的错位导致毕业生就业率呈下降趋势（2016-2020 年最低至 84.07%）^[1]。在此背景下，探究传媒专业学生的就业意向特征，对优化高校人才培养和就业指导体系具有紧迫意义。

为了解掌握当前传媒类专业学生的就业意向和思想状况，对某高校的 2019 级和 2020 级传媒类专业学生开展抽样网上问卷调查。参与网上调查的学生共有 469 人，涵盖新闻学和广告学两个专业。

2 问卷设计

调查问卷设计了 8 个问题：“目前就业意向”“获取岗位信息的渠道”“是否有明确的职业定位和职业发展目标”“是否想找专业对口工作”“择业时首选地区”“对工作内容的期望”“求职过程中遇到的主要困难”“和你希望学校或相关机构提供哪些就业服务”，每个问题设计若干选项，全部为选择题。

3 调查结果与分析

3.1 总体就业意向

调查显示，毕业生就业意向中以实习为导向的特征最为突出。选择“正在实习”的学生达 213 人，占 45.4%；“希望尽快找到实习”的学生为 72 人，占 15.4%，两者合计 285 人，占

比达 60.8%。这表明在强调实践能力的传媒行业，学生普遍重视通过实习积累经验、提升专业技能，将实习视为连接学业与就业的重要途径。

其次，“慢就业”现象在传媒类专业学生中较为明显。选择“公考”的学生为 79 人，占 16.8%；“留学/考研”的学生为 35 人，占 7.5%，两者合计 114 人，占比 24.3%。反映出近四分之一毕业生倾向于通过提升学历或报考体制内岗位延缓就业，体现出面对就业压力时的审慎态度和多元化选择。

此外，已落实工作的学生为 60 人，占 12.8%，体现部分学生具备较强的求职能力和明确的职业规划。选择“志愿计划”“三支一扶”基层项目等其他选项的学生合计占比 2.1%，虽比例较低，但也反映出部分毕业生服务基层的意愿。

3.2 就业信息获取渠道

调查数据显示，“家长和亲友介绍”是毕业生获取就业信息的首要渠道，选择人数达 182 人，占总样本的 38.8%。这一现象反映出中国社会特有的“强关系”网络在信息传递中的重要作用，亲缘与地缘构成的社会资本继续对大学生职业选择产生显著影响。相较于公开渠道的招聘信息，来自熟人网络的就业信息通常具有更高的可信度与匹配度，能够有效降低求职者的信息筛选成本与决策风险。

网络招聘平台作为信息获取渠道的重要性日益凸显，选择人数为 112 人，占比 23.9%。这表明当代大学生已普遍将互联网工具深度融入求职过程，各类招聘应用程序及企业官方招聘网站成为其系统性检索岗位资源、完成在线简历投递的核心途径^[2]。

作者简介：侯荣程（1996-），男，汉族，广东肇庆人，专职辅导员，助教，硕士研究生，广州应用科技学院，主要研究方向：思想政治教育，学生管理。

“校内招聘信息”选择95人，“学校推荐”选择80人，两者合计175人，与“家长和亲友介绍”的选择规模基本持平。高校就业工作部门通过发布招聘公告、组织宣讲会等方式，为毕业生提供集中、可靠的就业信息服务，来自校方的就业信息渠道发挥关键作用，显示出学校作为官方就业服务平台的重要地位。

3.3 职业定位与发展目标

调查结果显示，在469名受访者中，有338人（72.1%）表示“有明确目标”，而131人（27.9%）表示“暂无明确目标”。超过七成的学生对自己的未来有较为清晰的规划，这是一个积极的信号。然而，近三成（27.9%）的学生仍处于职业发展的“迷茫期”，这是一个不容忽视的庞大群体。他们可能因为对专业前景不确定、对自我认知不清晰、对行业了解不深入或面临过多选择而感到困惑和焦虑。这一群体是高校职业规划教育和就业指导工作的重点关注对象，亟需得到个性化、精细化的引导与支持^[3]。

3.4 专业对口倾向

数据显示，“对口与否均可”的选项以251票（53.5%）占据了绝对多数，这表明超过一半的学生在择业时并不将专业作为硬性约束。他们更看重岗位本身的发展前景、薪资待遇或个人兴趣，展现出高度的就业灵活性和适应性。传媒专业所培养的文案写作、沟通协调、创意思维等“软技能”具有很强的可迁移性，使得学生有信心和意愿去尝试非本专业领域的工作。161人（34.3%）希望找到对口工作，说明专业认同感和对本领域的热爱依然是驱动部分学生择业的重要动力。而明确表示“不想找对口工作”的学生（57人，12.2%）可能是在学习过程中发现自己志不在此，或对传媒行业现状有不同看法，从而主动寻求转型。

3.5 择业地区偏好

在择业地区的选择上，受访学生表现出明显的聚集效应。高达63.8%的学生将“省内一线城市”（以广州、深圳为例）作为首选。一线城市作为经济、文化中心，聚集了大量的头部传媒企业、互联网公司和创新资源，能提供更丰富的就业机会、更广阔的发展平台和更高的薪资水平，对年轻人具有较大吸引力^[4]。

选择“回生源地就业”的学生也占据了相当大的比例（30.9%）。这部分选择可能受到多种因素驱动：一是近年来许多二三线城市发展迅速，提供了具有吸引力的就业岗位；二是体制内工作（如公务员、事业单位）的备考者，其岗位多分布于生源地；三是出于家庭因素、生活成本和工作生活平衡的考虑。

相比之下，选择“出广东省就业”的学生比例极低（5.3%），这反映出较强的区域粘性，也可能与该校地处经济发达省份、省内就业机会已足够丰富有关。

3.6 工作内容期望

186人选择“稳定性高”，占比39.6%，这与前文提到的“考公热”现象相互印证，反映出在经济环境不确定性增加的背景下，当代大学生，其内心深处对安全感和职业确定性的渴望依然非常强烈。国企、事业单位、大型平台的稳定岗位因此备受青睐。

140人选择“发展空间大”，占比29.8%，表明学生并非一味求稳，他们同样重视职业的成长性和未来的晋升潜力。他们希望工作不仅能提供安稳的保障，更能成为实现自我价值、不断提升能力的阶梯。115人选择“与专业相关”，占比24.5%，反映出传媒类专业学生高度的就业灵活性和适应性。此外，有9人选择“自由职业”，显示出新业态下就业模式的多元化探索。

3.7 求职过程中遇到的主要困难

有224人选择“缺乏工作经验”为求职过程中遇到的主要困难，是学生求职的最大痛点，占比47.8%。选择“专业技能不足”有116人次，占比24.7%，是第二大困难。这反映出学生认为学校的课程体系或自身的学习投入，未能完全满足业界对具体岗位技能的实际要求。相比之下，信息、面试、简历等技术性问题虽然也困扰着一部分学生，但其严重程度远低于前两者。这说明，对于传媒类专业学生而言，求职的核心障碍在于“硬实力”的欠缺，即实践经验和专业技能的不足。

3.8 对学校就业服务的需求

161人选择“招聘信息推送”，占比34.3%，这与前述“校内渠道”的重要性相呼应。学生渴望学校能发挥信息枢纽的作用，提供更多、更精准、更优质的实习和就业岗位信息。124人选择“职业技能培训”，占比26.4%，直接回应了前面提到的学生“专业技能不足”的困境。“简历修改建议/指导”（85人次）和“职业规划指导”（63人次）也获得了较高的票数，分别对应求职过程中的技术性难题和方向性困惑。值得注意的是，在“其他”选项中，有学生明确提出希望了解“社保、五险一金、租房、劳动合同等”生活与法律知识，这些具体而微的需求，揭示了学生在从校园到社会的角色转变过程中，对全方位、个性化、深度化指导的渴望。

4 建议与对策

4.1 引导就业观念转变，拓宽基层就业与公共服务新路径

调查显示，众多传媒类毕业生将公务员考试列为首要或重

要选项，形成“公考热”。然而，公务员岗位竞争激烈、录取率低，应届生若过度投入备考易错失黄金求职期，失利后就业压力加剧。为平衡学生对体制内工作的追求与及时就业需求，高校应积极引导学生关注国家基层公共服务项目（如“三支一扶”、“西部计划”）。学生参与这些项目能及时解决就业问题，响应国家促进多渠道就业的战略。对于有志于公共服务的学生，基层项目是重要的职业发展通道。服务期满后，依据政策，参与者在报考公务员或事业单位特定岗位时可获得专项招录倾斜或笔试加分等支持，显著提升竞争力。

4.2 创新校企合作模式，从“实习基地”到“产教融合”

校企合作应超越简单的实习安排，转向课程共建、师资共享与项目共研。例如，通过建立“校内产业园”或“校企协同创新中心”，打破空间与时间的限制，为学生提供长期、稳定的实践平台，使其在校期间就能积累项目经验与职业履历，显著增强就业信心与竞争力。此外，积极引入“双导师制”，聘请企业资深从业者担任实践导师，与校内教师共同指导学生完成实际项目。通过深化产教融合，我们不仅能够提升学生的综合素养与就业质量，还能为传媒行业输送真正符合时代要求的高素质人才。

4.3 构建全过程职业生涯教育体系，强化学生自我认知与职业定位

调查显示，当前大学生在就业过程中普遍面临信息不对称、自我认知模糊以及求职竞争力不足等问题，亟需高校构建系统化、全程化的职业规划与就业指导体系。为有效应对这些挑战，高校应突破传统的临时性、活动型的就业服务模式，将职业生涯教育全面融入学生培养全过程。例如，可在低年级阶段重点开展专业认知与职业启蒙教育，借助科学的职业测评工具帮助学生初步建立自我定位；在高年级阶段则需强化求职技

能实训、行业动态分析及择业观引导，通过团体辅导与个性化咨询相结合的方式，助力学生形成清晰的职业发展路径。

4.4 打通政策与信息传导渠道，提升就业资源整合与精准推送效能

在就业政策传导与信息资源整合方面，高校应充分发挥枢纽作用，建立高效的信息发布与解读机制，将政策宣传延伸至与学生职业发展密切相关的日常生活法律知识领域。高校不仅需要及时准确地传达国家与地方层面关于基层就业、创新创业等优惠政策，还可以系统性地整合并普及“五险一金”、劳动合同、租房权益等必备法律常识，帮助学生理解社会保险的构成与缴纳规则、劳动合同签订的关键条款等等社会生活知识，能够有效增强毕业生对就业风险的识别与防范能力，降低其步入职场初期的权益受损风险，从而提升其就业稳定性和职业适应力。此外，可创新运用新媒体渠道，如微信公众号、短视频等学生广泛接触的形式，对复杂政策与法律知识进行可视化、案例化解读，进一步提升信息触达效果与实际利用率。

4.5 实施精准就业帮扶与心理支持，赋能困难群体实现高质量就业

针对就业困难学生群体，高校须实施精准帮扶策略，体现就业支持的温度与实效。应通过详细的就业意向与困难台账建立动态管理机制，提供“一人一策”的定向支持，如开展简历优化、模拟面试及技能短板培训等针对性活动。同时，需关注学生在求职过程中可能产生的焦虑与挫折情绪，及时提供心理疏导与积极激励，增强其心理韧性与自我调适能力。在此基础上，还应充分联动专业课教师、校友企业及合作单位等社会资源，为困难学生优先推荐实习与就业岗位，构建全员参与的就业支持网络，切实提升学生的求职竞争力与就业质量。

参考文献：

- [1] 王晓峰,刘慧,张磊.(2024).传媒行业发展趋势报告:复合型人才缺口与高校人才培养错位分析.新闻与传播研究,31(4),112-121.
- [2] 王辉.社交网络招聘平台学生用户使用行为影响因素研究[D].四川外国语大学,2023.
- [3] 严智敏,赖娇,徐顺建,等.基于就业意向调查的高校毕业生就业行为影响因素分析[J].广西教育学院学报,2021,(03):42-45.
- [4] 何仲禹,翟国方.我国大学生就业城市选择意愿及其影响因素分析[J].人文地理,2015,30(2):37-42,102.