

新媒体环境下如何推进高校的就业指导工作

李佳佳

摘要: 结合新媒体环境下信息传播方式的变化和 90 后大学生的群体信息传播特征, 通过分析新媒体对高校就业指导工作的影响, 提出如何利用新媒体来推进高校的就业指导工作。

关键词: 新媒体环境; 就业指导工作; 90 后大学生

作者简介: 李佳佳, 女, 讲师。(浙江传媒学院 新闻与文化传播学院, 浙江 杭州, 310018)

中图分类号: G646 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6552 (2013) 05-0125-03

随着网络技术和即时通讯工具的发展, 社交网络、微博、微信、个人主页、网志等新媒体传播形式如雨后春笋般一夜兴起, 深刻地影响着当代大学生的行为模式和信息传播方式。大学生就业工作是高校最重要的工作之一, 随着新媒体时代的来临, 高校毕业生就业指导工作出现了新的趋势和特点, 如何结合当代大学生的群体特征, 围绕新媒体环境下的高校就业指导工作现状, 通过深入分析新媒体对高校就业指导工作的影响, 更好地推进高校就业指导工作, 已经成为高校就业指导工作和思想政治工作的一个崭新课题。

一、新媒体的传播优势

新媒体是相对于报刊、书籍、广播、电视、户外广告等传统媒体而言, 利用数字技术和网络技术, 通过互联网、宽带局域网、无线通信网和卫星等渠道, 以电视、电脑和手机为终端, 向用户 (即受众) 提供视频、音频、语音数据服务、远程教育等交互式信息和娱乐服务, 并以此获取社会效益和经济效益的一种传播形式。与传统媒体相比, 新媒体的优势较为明显, 主要表现在以下三个方面: 第一, 传播的速度快, 新媒体从发布信息到收到反馈, 中间不存在滞后性; 第二, 传播主体多元化, 新媒体环境下人人拥有话语权, 是一种“多对多”的传播方式; 第三, 信息的容量大, 便于接收和利用, 可将全球不同民族、不同地域的海量信息“一网打尽”; 第四, 信息传播的途径多样化, 综合了传统媒体所有的传播优势, 并将文字、声音、图像融为一体, 实现了听、说、读、写、视的有机结合, 并实现了受众与媒体的互动, 能满足各类人群的需求。正因与传统媒体相比新媒体具有交互性、全息化、数字化、网络化等方面的优势, 因而自它出现起就以其强劲的能量掀起新一轮的传播革命, 并在相当程度上改变了人类的信息传播方式和生活方式。

二、高校就业中的新媒体利用

当前高校大学毕业生的主体是 90 后大学生群体, 在经历了全球信息化、金融危机、就业模式转变这些社会生活的深刻变迁, 他们呈现出了这个群体独特的个性特征——易接受新事物、反叛功利、自我意识强, 在新媒体环境下, 他们也更能自由地表达自己的观点和态度, 成为微博、微信、论坛的主力军。在所有的社会人群中, 这个群体对新媒体的接受度、认可度、亲近度和使用度是最强的, 在大学生就业信息传播中, 与传统媒体相比, 新媒体的使用更是广受青睐、后来居上。以浙江传媒学院 2012 级学生为例, 我们选取了不同专业的 600 人作为调查样本, 发放信息调查表进行问卷调查, 在“主要信息获取渠道”题项上, 要求在报刊、电视、互联网和口头通知四种信息传播方式中进行单选, 结果选择“互联网”的比例达 87.5%; 在“最受欢迎的信息接收器”选项上, 有 88% 的学生选择了电脑和

手机,有81%的大学生认为如果没有电脑手机等新媒体便无法与世界交流;在“更倾向的找工作途径”题项上,从报纸、电视、互联网、口头通知等四个选项中,选择“互联网”的更是占了91.5%的绝对优势,有92%的大学生认为“互联网平台能够在最短的时间内获得超量信息”。可见,当下以互联网为代表的新媒体已经成为当代大学生最主要的信息传播渠道和模式,在高校就业指导工作中,互联网更成为大学生们获取就业信息、接受就业指导的主要渠道。

与此同时,用人单位的信息传播方式也发生了根本的变化,通过调查发现,在大学生招聘中,用人单位除了通过学校就业指导中心、社会人才市场等传统的信息发布渠道外,以互联网为代表的新媒体也已成为用人单位招聘信息发布的主要渠道,一大批专业的招聘网站应运而生,它们提供更加专业化的求职服务,如应聘条件搜索、用人单位周边交通查询、用人单位评价、用人单位发展指数等,进一步提升了网络招聘的优势,不仅如此,更多的用人单位甚至把招聘、审核、录用等环节也放到了互联网上。在以浙江传媒学院2012级部分学生为样本的调查中,有高达95%的毕业生浏览过就业门户网站,其中应届生求职网、大街网等招聘网站则成为浏览频率最高的网站。以浙江广电集团为例,在浙江广电集团2012年度招聘信息发布的各种途径所占比重的统计中,门户网站为74%,微博为15%,报刊为9%,可见以招聘网站、微博等为代表的新媒体已经成为浙江广电集团的主要信息发布渠道。因此,在高校的就业工作中,不管是大学毕业生还是用人单位都已经在不经意间把互联网为核心的新媒体作为主要的传播工具和媒介在使用,并推动着高校就业指导工作向更细分的专业化时代迈进。

三、新媒体对高校就业指导工作的影响

以手机、互联网为主要媒介的新媒体已经在相当程度上影响和改变着高校的就业指导工作。首先,新媒体丰富了就业指导工作的手段。一直以来,就业指导作为“季节性工作”,集中在毕业季的五六月份,以就业指导课为主,以职业生涯规划 and 职业培训为辅,而在新媒体时代,QQ、飞信、微博以其灵活、便捷的特点,日益成为一种全新的就业指导载体,并显示出其强大的传播优势。信息的多元化、传播形态的多样化,使得就业工作指导者能将信息在最短的时间内传递给学生,突破了传统的时间、空间的限制,搭建了推进学生就业的数字化信息平台。其次,新媒体增强了就业指导工作的感染力。新媒体传播形态包含了图像、声音、动画、文本等,大大增强了信息获取与传递的辐射力、感染力以及可接受度,借助新媒体,就业指导工作者摆脱了以往高高在上的严肃死板的旧面孔,以更亲切的方式融入大学生当中,在虚拟的网络中,可将真实身份隐去,只进行数字符号间的互动,使得学生情感接受度增加,就业过程中遇到的困难、产生的困惑都更易倾诉出来,更有利于指导工进的推进。但同时新媒体亦是一把双刃剑,在我们享受它的种种便利之处的同时,也要注意它的弊端。首先,新媒体具有匿名性、虚拟性的特点,导致海量信息中掺杂着部分虚假信息,这就需要学生有敏锐的头脑及辨别是非的能力,如果学生媒介素养能力较低,在虚拟世界中,可能会导致世界观、人生观受到冲击。其次,由于新媒体具有自由性,部分学生为了获得更多的就业机会,不同程度地编制虚假个人信息,在个人简历中弄虚作假,夸大自身能力,就业过程中容易出现诚信问题。第三,大学毕业生在虚拟的网络中寻找工作机会,如果整日沉溺于网络,可能使得部分学生过度依赖网络,把所有的就业希望都放在虚拟世界中,无暇他顾,进而造成现实社会中的应聘技能、经验缺乏,大大弱化高校毕业生在就业市场中所能感受到的竞争压力和就业动力,进而产生观望、等待等消极心理和行为。

四、新媒体环境下就业指导工作的嬗变

当前,高校毕业生人数逐年增加,毕业生就业工作压力日益增大,同时,大学生和社会对高校就业工作要求越来越高,也越来越细化,因此,传统的就业工作模式已不能从根本上满足其不断增加的服务需求。这要求高校就业工作部门与时俱进,不断转变就业指导工作观念,并借助于新媒体所带来的便利,充分利用其科技优势,有效提升高校就业指导工作的质量和效率。

（一）切实转变就业工作者观念

在新媒体环境中，信息的传播、选择及利用较为自由，高校就业指导工作者要及时转变传统观念，积极学习、接受新事物，如飞信、微信、微博、网志等，并主动接触、学习、使用一些新软件，认真研究掌握新媒体的传播规律和相关的法律法规，提高利用新媒体的本领。同时，在思想观念上还应放低眼光，以交朋友的态度，深入到学生当中，用平等的心态与学生开展交流，及时了解学生的所思所想所需，转变他们的就业观念，鼓励他们不断提升自身的素质和技能，更好地实现就业。

（二）搭建新媒体就业平台，实现信息一体化

传统就业指导工作的途径主要以书面、口头形式为主，束缚了就业指导工作者的工作思路，也无法真正满足学生就业信息的获取。在新媒体环境下，高校应当建立以互联网为主，手机、电脑、ipad、报刊、通知栏为一体的就业信息终端平台。通过建立新媒体就业信息终端平台，第一时间传递就业信息，并有效覆盖学生工作与生活的角角落落，使学生可以随时随地把握就业信息动态；也可通过终端平台开展手机公共答疑，学生将自己需询问的问题以短信的方式发送至学校就业指导中心，工作人员可以根据系统预设“常见问题问答”；也可提供人工服务，根据需要有针对性地提供就业指导服务；也可将学校就业官方网站植入到微博、人人网、微信等新媒体平台，链接到用人单位账号，或开通毕业班QQ群等，实现信息的全向式交流；就业指导工作者还可定时向学生发布招聘、招考信息、创业优惠政策、见习岗位推荐等信息，实现线上线下的互动方式，与学生及时交流；还可建立“人才就业意向数据库”，统计大四、大三学生的初步就业意向，以大类加以区分，如行政工作人员、平面媒体记者等，将学生的就业意向存入数据库里，一旦有合适工作机会，电脑进行自动筛选，并将该就业机会通过短信、邮件等方式告知符合条件的学生。此项措施相较于就业信息群发，更具有针对性。这个就业信息终端平台结合了短信、网络、数据库等新媒体资源，充分挖掘并扩展了就业指导工作的新渠道，保证了信息的及时、高效、全向传播。

（三）积极开展新媒体就业指导与服务

就业指导工作以大学毕业生为主体，因而在探索就业指导工作的创新方式上应充分发挥大学生的主观能动性，结合90后大学生的群体特征，在高校就业指导工作中要擅长开发新媒体，利用新媒体来完善服务体系，增强就业指导工作的实际效果。首先，在就业指导上可以开设数字平台网络课程。当前，很多大学生的大学课余生活都是“宿舍——食堂”两点一线的生活方式，就业工作指导者可有的放矢，根据不同学校的校情，自主开设网络课程，并将传统的就业指导课程植入到网络平台中去，在形式上和 content 上改变以往就业指导课照本宣科、千篇一律的老面孔，而代之以形式新颖、内容丰富、方式多样的个性化指导。以浙江传媒学院为例，可结合传媒专业特色开设如形体公关礼仪、面试技巧、播音主持等课程，将传媒特色优势加以发挥。另外也可以通过开设更多的综合性课程来弥补专业院校的缺陷，如人力资源管理、职场法律培训、写作等课程，一定程度上实现毕业生就业中宽口径、厚基础的素质要求。其次，90后大学生擅长与视频打交道，对视频的感知力敏锐，具有较强的视频剪辑与制作能力，就业指导工作者可以充分利用新媒体的优势，鼓励大学生在就业中突破传统纸质平面简历的束缚，制作个性十足、内容丰富的就业视频动画简历，使得学生在就业过程中能更立体、更形象、多角度地展示自己，切实提高就业工作的实效。第三，实现新媒体视频面试，用人单位与求职学生在有初步意向的基础上可在线进行视频交流，在达成初步意向后再进行面对面交流，既可以节约大学毕业生的时间和交通成本，方便毕业生对自己感兴趣的单位在初步接触的基础上更有针对性地准备，又可以大大提高用人单位、毕业生和高校就业部门的实际工作效率。第四，在就业指导工作中引进、使用先进的职业测评工具，如朗途职业规划测评、霍兰德职业兴趣测评、职业锚测评等，借助职业测评工具，可以帮助大学毕业生认识自我、了解自我、摆正位置、转变观念、端正态度，切实提高就业的能力和水平。