

面向公司的新闻学教育

——对新媒体环境下新闻学专业教育的反思

吴生华

摘要: 新媒体环境下,新闻学专业教育的就业去向变得更加多元。公司化的就业趋势对新闻专业教育提出挑战。面对挑战,新闻学专业教育必须要在坚守专业核心优势和面向全新的新闻业界现状之间做出平衡,既要培养专业的新闻工作者,也要培养“一专多能”的泛媒体人才。要构建多方向的人才培养新模式,创新实践思路,建设更具实战形态的实践平台。

关键词: 新媒体环境;公司;新闻学教育;培养新模式

作者简介: 吴生华,男,教授。(浙江传媒学院 新闻与传播学院,浙江 杭州,310018)

中图分类号: G210-42 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552 (2016) 06-0150-03

当前,新闻学专业教育的就业去向正在变得多元,大比例的公司就业已经成为新闻学专业毕业生的选择去向之一。众多的文化传媒、创意、科技等新媒体公司,以及各类公司的新媒体部门,正以一种较为强势的姿态,吸引着新闻学专业人才的加入,逐渐超越了传统媒体的人才吸纳能力。新闻学专业教育正面临着从过去为新闻事业单位培养人才为主,转而从公司企业输送人才为主的转型。现实需求的变化,与人才培养观念和机制变革的滞后,已成为日益尖锐的矛盾。新媒体环境下,新闻学专业教育正面临着严峻的挑战,需要坚守的经验有哪些?又暴露了怎样的问题,需要做出怎样的反思?本文试图作出探讨。

一、公司化就业趋势对新闻学专业教育的挑战

(一) 多样化的需求:专业课程设置如何面对

分析目前新闻学专业毕业生的公司化就业去向,主要以两大方向为主,一类是新媒体类公司,包括网络传媒公司,以及与网络传播密切相关的文化传播类公司和影视综艺、广告制作类公司;另一类则是其他公司的新媒体部门,主要承担公司新媒体平台(APP客户端、微信公众号、微博等)的采编发布和内容更新、运营维护等。从理论上来说,入职新媒体类公司的毕业生还可以称之为“媒体人”,而入职其他公司新媒体部门的毕业生,则更接近于社会公关的职位,或者说是“社会公关+新媒体”,已经不再是传统概念中的“媒体人”了。毕业生公司化就业数量的激增,使得新闻学专业培养职业新闻工作者的目标变得多元起来。与传统媒体对合格新闻人才的明确要求相比,公司化就业的人才要求不仅诉求更多,而且还种类繁多。从就业岗位来看,新媒体类公司的分工比传统媒体更具融合性,往往采编工作和活动策划、执行兼顾,工作内容具有项目制的性质。比如,某网络传媒公司的系列直播活动,从项目提出、策划到宣传推广和执行,工作人员都是全程参与。也有一些在文化传播类新媒体公司就业的学生,主要负责影视剧、电子书的营销推广策划和执行,要求同时具有市场营销专业技能。种类不同的公司化就业需求,使得新闻学专业单一的培养模式难以招架,无所适从。

(二) 新媒体技术:实用性技能的学习挤占了素质培育空间

近年来,无论是实习还是应聘,新闻学专业学生去往公司新媒体“微”“端”(微信公众号和移动

客户端)运营岗位的人数都不在少数,网页设计、内容编辑推送、视频制作、可视化制作等,已经成为新闻学专业学生的必备技能。有人认为,这些新媒体技术都属于浅层面的“职业技能”,大学不需要为此专门开设课程予以教学。美国著名新闻教育家贝蒂·迈斯格(Betty Medsger)教授就认为,新媒体应用技术越来越成为简单易学的小手艺,今天的新闻院系培养的仍然应该是拥有发掘和讲述新闻故事的能力的人,新闻院系在教学和科研中对新媒体技术的过分追求,将会削弱新闻学的核心价值,培养的学生很可能只会成为别人原创新闻和影视作品的剪贴员或包装工。随着新媒体的发展,这些新媒体实用技能成为毕业生进入公司的“敲门砖”,但也正是这些看似基本的新媒体技术的学习和训练,又挤占了学生专业素质培育的时间,使得新闻专业的学生成了什么都懂一些、但专业后劲却又缺乏的“万金油”式人才。

(三) 实习生招募:全新用人选拔机制对培养过程的强势介入

相对于传统媒体仅仅把接受实习作为选拔考察毕业生的环节而言,公司企业则对招募实习生更具热情。特别是新浪、网易、腾讯等新媒体公司,更是把实习生的招募纳入到了用人选拔机制当中。一些公司不仅面向当年度应届毕业生招募实习,更是将招募的时间提前到了大三甚至更早的大二年级。比如2016年6月,凤凰网总部发布的招聘实习生公告的岗位要求是:“在京大三、研一、研二实习生最佳(因不确保今年有转正机会,应届毕业生慎投)。”同时提出:“实习时间每周需至少四天,实习周期至少持续到10月。如果能长期实习最好。”据悉,目前已经有新媒体公司把实习生招募直接纳入了新人招聘的流程当中,公司招聘将直接从实习生中选拔留用,而不再面向应届毕业生进行。显然,用人单位这种全新的用人选拔机制,已经直接介入到了大学新闻专业教育的过程当中。目前普遍的新闻学四年制本科课程安排,一般是大一为综合和通识课程,大二为专业理论课程,大三才开始接触到专业实务课程,而企业对实习生提出的“每周至少需四天”的实习时间要求,与学校的课程安排形成了明显的冲突。一边是难得的实习机会,一边是刚刚接触到的专业课程,让学生和教师都倍感为难。

二、公司化就业趋势下新闻学专业教育的反思

(一) 新闻学专业教育必须面向全新的新闻业态

谈新闻学专业教育的变革,离不开新闻业界的变化背景。事实上,就新闻传播的实际效果而言,主流媒体的概念早已突破了报纸、广播和电视乃至后来的新闻网站四大传统媒体。门户网站的新闻中心以及所开办的资讯客户端等,其影响力已不逊于传统媒体。如2016年6月推出的腾讯企鹅号新媒体平台就号称:“内容将可一键推送到腾讯新闻客户端、天天快报客户端、微信新闻插件、手机QQ新闻插件等平台,覆盖超过8亿的网民。”这一平台同时发布的《在阳光下绽放——腾讯新媒体平台信息发布倡议书》还提出:要积极弘扬社会主义核心价值观,传递正能量信息,加快构筑适用于新媒体平台的新闻发布体系。由此可见新媒体开始承担了更多传统媒体的社会责任,我们必须认识到,在新媒体环境下,一方面“新闻专业工作者”的概念内涵在更新,外延在扩大;另一方面,新闻学专业教育必须跟上业界的变化和发展,与时俱进,培养具有新时代特点的新“新闻专业工作者”。

(二) 新闻学教育必须坚守专业的核心优势

即使越来越多的新闻学专业毕业生被公司吸纳,我们也不能片面地认为这是“国内新闻学专业毕业生供大于求的无奈选择”。应该承认越来越多的新媒体企业主动地大量吸纳新闻学专业毕业生入职,主要还是因为新闻学专业毕业生有着无可替代的专业性作用。首先,各院校新闻学专业都开设有新媒体业务课程,再加上最基本的采写业务的训练,使得新闻专业的毕业生具有上手快的优势;其次,新闻学毕业生具有的专业素养,使得他们具备掌握真实、客观的传播规律的能力,能更有效地达成沟通和传播的目的;第三,文化传播类公司和其他各类公司的新媒体部门,需要与媒体打交道,而新闻

学专业的毕业生具备更容易把握媒体需求、对接顺畅的媒介素养。

（三）新闻学教育要培养“一专多能”的泛媒体人才

随着社会的发展，复合型人才成为国内许多高等院校人才培养的目标，并且提出了“厚基础、宽口径、复合型”或“厚基础、宽口径、强能力、高素质”等多种人才培养目标模式。就新闻学专业来说，一方面，媒体仍然需要卓越的专业人才，另一方面，泛媒体就业也将成为新闻专业的发展趋势。正如暨南大学新闻与传播学院院长范以锦曾经提出的“泛媒体就业”观点，认为新闻学专业毕业生完全可以“进入与新闻传播专业相关的非传媒单位工作”，同时认为泛媒体人员“往往是几肩挑的”，因此尽可能要培养他们“一专多能”。

三、构建新媒体环境下新闻学专业教育的“新闻×”培养新模式

新媒体环境下，新闻学专业教育既面临着挑战，也面临着新的机遇。面对困境，单一地做加法既不利于专业教育经验的坚守，也不利于学生未来的发展。因此，笔者认为新闻学专业课程设置的变革，必须做好“加、减、乘、除”混合运算，要变加法思路为追求“乘数效应”。

（一）注重新闻专业思维训练，创造新闻学的“乘数”培养模式

当前，新闻学专业教育所面临的困境是，多元的就业方向提出了多样的技能要求，而在四年的本科教育人才培养方案中，基础和通识课程既不能减少，新媒体技能方面的专业课程又只能增加，加之社会实践有提前介入的趋势，使得一方面学生课业负担在加重，另一方面毕业生培养质量又有下降。因此，我们应该跳出单一的做加法的思路，实施多方向的“新闻×”培养模式，即以培养专业新闻思维方式为核心，统筹设置基础课程，同时，面向不同方向的培养目标，建设相应的实战平台和教学团队，既为传统媒体转型输送优秀专业人才，又为公司化就业趋势培养多样化人才。而2016年9月，教育部印发的《关于推进高等教育学分认定和转换工作的意见》中提出的“鼓励不同高校联合制定人才培养方案、课程衔接标准、进行学分互认、转换”等规章，也为实施多方向的“新闻×”培养新模式创造了条件。

（二）创新思路，建设更具实战形态的实践教学平台

受国内新闻业体制的限制，新闻学专业院系难以创办真正具有实战形态的媒体。而如今新媒体环境为新闻学专业院系创办实战媒体创造了条件，提供了机遇。中国传媒大学与香港凤凰卫视控股有限公司联合创办的中国传媒大学凤凰学院就是一个很好的示范案例，双方整合优势资源，以传媒教育和高端培训为核心业务，以“着力培养具有全球视野的高端复合型人才和华语传媒精英”为诉求目标，具有了较为完备的教学与实战结合形态。凤凰学院2016年创办的“传媒1号”微信平台已经成为圈内小有名气的“关于媒介的媒介”。此类成功探索，在国内新闻学院系中还较少，影响力也不大。因此，国内新闻学专业院校必须下决心让专业课老师走出学校，走进业界，特别是要走进公司。要有必要的“休教”制度，让专业教师进入业界经历实战磨练。新闻学专业教育要研究公司需求，紧盯业界前沿，让专业教师和专业课程实现新媒体环境下的不断成长。

[责任编辑：詹小路]