

者”的时代。“人人都是记者”但并非“人人都是专业记者”，接受过新闻学院专业训练的记者要和普通记者拉开距离，无论在专业媒体机构工作，还是在社会化媒体机构工作，都要体现出自己的专业性。这种专业性一方面来自技术训练，另一方面来自对复杂社会快速认知的能力。

实事求是地讲，培养学生对复杂社会的认知能力并不是一件容易的事，单单新闻学课程难以完成这一重任，需要更多的课程承担起这一任务。复旦大学新闻学院已经运行多年的2+2制度是这方面的一个具体举措，取得了很好的效果。^[12]不过，到了新媒体环境下，新闻学院的本科生需要学习的课程很多，既有传统的基础采写训练，又要掌握大量的技术类知识，还要学习政治、经济、法律等其他学科的知识，时间和精力有限，其中的矛盾和冲突需要协调解决。

三、人才培养目标：从“专业化”到“社会化”

需求决定供给是市场经济的基本原理，在新闻人才的需求和供给上，这个原理同样适用。互联网技术更新迭代的速度越来越快。2012年以后，移动互联网开始快速普及，短短几年时间，其威力尽显，使新闻生产进入全新阶段。以传统媒体为标志的大众媒体时代宣告结束，分众化媒体时代到来，圈子、部落文化形成，算法推送主导的个性化阅读取代了原来千人一面的大众化阅读。在这种媒体环境下，人人都有了发声平台，各个政府机构和企事业单位有了自己的自媒体平台，产品和品牌推广活动对大众媒体的依赖程度显著下降。

此种媒体格局促使新闻生产由原来的“专业化”转变为“社会化”，同时对新闻学教育带来了直接影响。近年来，新闻学院的毕业生进入政府部门、企事业单位的越来越多，而且这些学生从事的也不再仅仅是公关、品牌等工作，很多人从事的就是社会化的新闻生产工作。比如，如果新闻学院的毕业生去到中纪委的网站工作，那么他所从事的就是新闻内容的生产，和去专业媒体机构所需的技能没有本质差别。

毕业生去向的转变需要新闻学教育作出相应的改变。这些学生去到政府机构、企事业单位大部分从事的都是单位所属“两微一端”的内容生产和运营。“两微一端”的内容，看起来很简单，实则不然，和传统纸质媒体的内容生产有很大差异，大到

选题，中到写法，小到标题制作，甚至是推送时间都有自身规律。现在社会上有很多培训机构在举办自媒体运营的培训班，参加者绝大部分都是企业自媒体的运营人员，从中可见这部分技能训练的重要性。也正因为这样的原因，有学者提出当前的新闻传播教育面临着范式的转变，需要从“新闻传播”转变为“公共传播”。^[13]

不过，大学新闻学院提供的不只是技能训练，更多的是一种人文熏陶，但是新闻学教育本身的功能之一就是提供采写编评的技能训练，当社会上对新闻采写技能有了更高更新的要求之后，新闻学教育也需要跟上这种时代的步伐，与自媒体写作和运营相关的课程应该及时推出。

笔者曾经长期在传统媒体单位工作，对专业新闻怀有深深的眷恋，也深知专业新闻对一个社会的正常运行来说不可或缺，但是另外一方面，我们也要看到，伴随着互联网技术对社会化组织和个人的“赋权”，传统媒体机构原来所享有的新闻生产垄断权已经被打破了，新闻生产从原来的专业化生产向现在以及将来的社会化生产的转移不可避免。新闻学作为研究新闻生产的一门学科，必须适时调整自己的研究对象，同时，把新闻学的人才培养目标从“专业化”新闻机构调整为“社会化”新闻机构。

当然，从“专业化”走向“社会化”，并不意味着要放弃传统新闻学的研究而“另起炉灶”，而是在新闻传播革命的背景下，将新闻学的教学和科研推向更为广阔的领域。新闻学的教学和科研要超越专业媒体及其内部，要面向整个社会，积极关注并且回应现实问题，同时，新闻学也要超越单一学科，实现与社会学、政治学、信息科学等学科的“跨学科融合”。

总之，从100年前成立的北京大学新闻学研究会开始，新闻学就是一个与新闻实践紧密相关的学科，如今，新闻实践在技术的推动下发生了惊天巨变，新闻学也没有必要固守原来的“原教旨主义”，要与时俱进在移动互联网时代对自己的人才培养目标进行重新定位。

参考文献：

- [1] 李良荣, 张华. 从“小新闻”到“大传播”——新闻传播学学科建设和科研的新取向[J]. 现代传播, 2013(8): 34-38.

(下转第70页)